



INNOVATIONSREGION  
MITTELDEUTSCHLAND

# INDUSTRIEKULTUR IN MITTELDEUTSCHLAND

Potenzialstudie und Strategieempfehlungen

## NEUE WEGE FÜR INNOVATION UND WERTSCHÖPFUNG

Strukturwandel in der Innovationsregion Mitteldeutschland

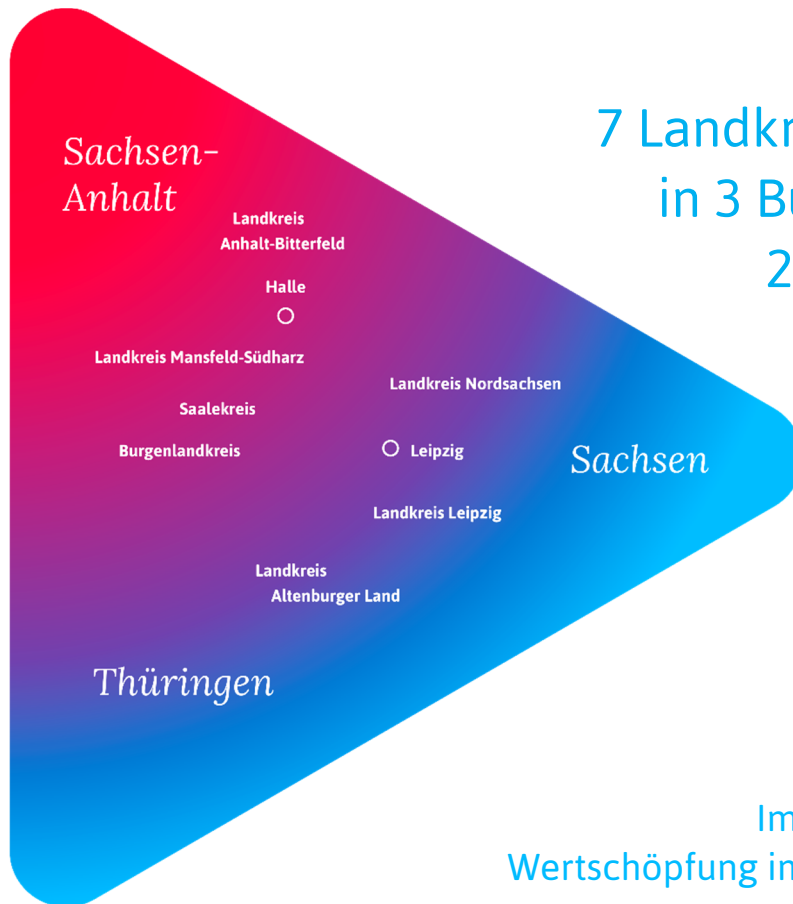
18.05.2022

Ein Projekt der



METROPOLREGION  
MITTELDEUTSCHLAND





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

## Impulse für Innovation und Wertschöpfung im Mitteldeutschen Revier

Im Strukturwandelprojekt „Innovationsregion Mitteldeutschland“ entwickelt die Europäische Metropolregion Mitteldeutschland (EMMD) gemeinsam mit den Landkreisen Altenburger Land, Anhalt-Bitterfeld, Burgenlandkreis, Leipzig, Mansfeld-Südharz, Nordsachsen und Saalekreis und den Städten Halle (Saale) und Leipzig neue Strategien und Projekte für Innovation und Wertschöpfung, um den Strukturwandel in der Region aktiv zu gestalten.

### Bearbeitung

#### projekt2508 GmbH

Riesstraße 10

53113 Bonn

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

[www.projekt2508.de](http://www.projekt2508.de)

#### dwif-Consulting GmbH

Sonnenstraße 27

80331 München

T: +49(0)89 – 237 028 90

[www.dwif.de](http://www.dwif.de)

#### INIK GmbH

Lipezkerstraße 47

03048 Cottbus

T: +49 (0)355 - 2909015

[www.inik.eu](http://www.inik.eu)

*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".*

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

**#moderndenken**

---

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>- 5 -</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>- 6 -</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>- 7 -</b>
<b>1 Ausgangssituation</b> .....	<b>8</b>
1.1 Ziele der Studie .....	9
1.2 Vorgehen.....	10
<b>2 Analysen</b> .....	<b>12</b>
2.1 Bestandsaufnahme der Standorte.....	12
2.2 Akteur*innen und Positionen.....	13
2.2.1 Akteur*innenstrukturen .....	13
2.2.2 Kernaussagen und Positionen der befragten Akteure .....	16
2.3 Fokus Tourismus.....	26
2.3.1 Touristische Bedeutung der Industriekultur .....	26
2.3.2 Zielgruppen für die Industriekultur .....	30
2.3.3 Wettbewerbsumfeld und Marktanforderungen.....	31
2.3.4 Trends im Kulturtourismus .....	39
2.3.5 Bestandsaufnahme: Umfang, Art und Attraktivität .....	43
2.3.6 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse .....	47
<b>3 Leitlinien und Story</b> .....	<b>51</b>
3.1 Leitidee und Leitlinien.....	51
3.2 Identität, Profil und Leitgeschichte – die Story .....	54
<b>4 Handlungsfelder und Maßnahmen</b> .....	<b>57</b>
4.1 Erleben und Vermitteln – Vermittlungskonzept.....	57
4.1.1 Vermittlungsziele und Struktur der Vermittlung .....	57
4.1.2 Basisinstrumente .....	60
4.1.3 Leitformate und -kanäle.....	63



4.2	Erleben und Vermitteln – Tourismusstrategie .....	71
4.2.1	Strukturierung des touristischen Angebotes .....	71
4.2.2	Erfolgsfaktoren für touristische Angebote.....	75
4.2.3	Zielgruppen für die Industriekultur .....	78
4.2.4	Priorisierung des Entwicklungsbedarfes .....	81
4.2.5	Definition von Erlebnisräumen .....	83
4.2.6	Touristische Vermarktung.....	85
4.2.7	Handlungsfelder, Aufgaben und Maßnahmen.....	88
4.3	Gestalten und Weiterentwickeln.....	100
4.3.1	Prozess der Standortentwicklung .....	100
4.3.2	Modellstandorte und ihre Funktion.....	101
4.3.3	Modellstandort: Knopffabrik Schmölln.....	107
4.3.4	Modellstandort: Malakowturm Helbra.....	112
4.3.5	Modellstandort: Schokoladenfabrik Zetti Zeitz.....	120
4.3.6	Modellstandort: Alte Spitzenfabrik Grimma .....	129
4.3.7	Ergänzende Maßnahmen und Aufgaben .....	136
4.4	Bewahren und Erforschen.....	138
4.4.1	Einleitung – Aufgabenstellung .....	138
4.4.2	Konzeption zur Neustrukturierung der Wirtschaftsarchive .....	139
4.4.3	Dokumentations-, Vermittlungs- und Sammlungskonzept mit bürgerwissenschaftlichen Ansätzen...	149
4.4.4	Institutionalisierung industriegeschichtlicher Forschung .....	158
<b>5</b>	<b>Umsetzungsmodelle.....</b>	<b>160</b>
5.1	Ziele der Neuorganisation .....	160
5.2	Aufgaben .....	161
5.3	Modelle .....	162
5.3.1	Modell 0: „Weiter so“ - Status Quo plus.....	162
5.3.2	Modell 1: „3-Länder-Eck“ – Länderübergreifende Arbeitsgruppe .....	163
5.3.3	Modell 2: Clustermanagement - „Lebendige Industriekultur“ .....	164
5.3.4	Modell 3: „Große Lösung“ - (Höherer) Kommunalverband .....	166
<b>6</b>	<b>Die wichtigsten Handlungsfelder &amp; Maßnahmen im Überblick .....</b>	<b>167</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>172</b>



Anhang.....175

---

## Abbildungsverzeichnis

---

Abbildung 1: Übersichtskarte Innovationsregion Mitteldeutschland .....	8
Abbildung 2: Positive Besucherentwicklung in den letzten Jahren.....	29
Abbildung 3: Bedeutung der Besucher*innenkategorien .....	31
Abbildung 4: Hemmnisse Finanz- und Personalmangel.....	46
Abbildung 5: Struktur der Vermittlung.....	59
Abbildung 6: Multifunktionale App „Industrialiser“ Mitteldeutschland .....	65
Abbildung 7: Modularisierungsprinzip der Industriekultur-Container .....	68
Abbildung 8: Beispiele für kinetische Audio-Installationen .....	70
Abbildung 9: Bestandteile der touristischen Strategie.....	71
Abbildung 10: Strukturierung des touristischen Angebots .....	72
Abbildung 11: Zielgruppenspektrum für die Industriekultur in Mitteldeutschland .....	78
Abbildung 12: Schematische Darstellung zur Entwicklung des Erlebnisraums „Kupfer-Harz“ .....	85
Abbildung 13: Empfehlung für die Abfolge der aufeinander aufbauenden Maßnahmen nach Handlungsfeldern .....	88
Abbildung 14: Modell 1: drei Standorte - lockerer Verbund .....	145
Abbildung 15: Drei Länder - ein Standort.....	145
Abbildung 16: Drei Länder - drei Standorte.....	146
Abbildung 17: Drei Länder - ein Hauptstandort, zwei Nebenstandorte .....	147

---

## Tabellenverzeichnis

---

Tabelle 1: Stärken und Schwächen des Industriekulturangebot in Mitteldeutschland aus touristischer Sicht.....	48
Tabelle 2: Chancen und Risiken für das Industriekulturangebot in Mitteldeutschland aus touristischer Sicht .....	50
Tabelle 3: Sinus-Milieus mit Relevanz für die Industriekultur .....	80
Tabelle 4: Vorschläge für die Kategorisierung des touristischen Angebots .....	81
Tabelle 5: Empfehlung für die Aufgabenteilung zwischen den Ebenen bei der Produktentwicklung.....	87
Tabelle 6: Empfehlung für die Aufgabenteilung zwischen den Ebenen bei der Vermarktung.....	87
Tabelle 7: Rechtsform - Stiftung des privaten Rechts .....	142
Tabelle 8: Rechtsform - Stiftung bürgerlichen Rechts.....	143
Tabelle 9: Rechtsform - Trägerverein .....	143
Tabelle 10: Aufgabenübersicht.....	161



---

## Abkürzungsverzeichnis

---

4/3*	vier oder drei-Sterne
AR	Augmented Reality
AT	Österreich
B2B	Business to business
CZ	Tschechische Republik
d.h.	das heißt
dt.	deutscher
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.
ERIH	European Route of Industrial Heritage
EU	Europäische Union
e.V.	eingetragener Verein
GB	Großbritannien
GbR	Gesellschaft bürgerlichen Rechts
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Hrsg.	Herausgeber
HTWK	Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig
HWK	Handwerkskammer
IHK	Industrie- und Handelskammer
i.d.R.	in der Regel
i. Grdg.	In Gründung
LG	Lenkungsgruppe
MICE	Kurzform für „Meetings, Incentives, Congress and Events“; Fachbegriff für den werblich beeinflussbaren Teil des Geschäftsreisetourismus, den Seminar- und Tagungstourismus
PG	Projektgruppe
PL	Polen
PR	Presse
SE	Schweden
TU	Technische Universität
u.a.	unter anderem
VR	Virtual Reality

---

# 1 Ausgangssituation

---

Der anstehende Ausstieg aus der Kohleverstromung stellt für Mitteldeutschland und speziell das Mitteldeutsche Revier eine enorme Herausforderung dar. Die Region steht vor einem umfassenden Strukturwandelprozess. Um diesen nachhaltig zu gestalten, haben sich die betroffenen 7 Landkreise und 2 Städte (s. Abbildung), unterstützt durch den Bund und die berührten Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, länderübergreifend als „Innovationsregion Mitteldeutschland“ organisiert. In der Auftaktphase sollen in der Region v.a. lokale und regionale Wertschöpfungspotenziale identifiziert, bewertet und in der Folge gemeinsam genutzt werden. Eines dieser Potenziale ist die Industriekultur.

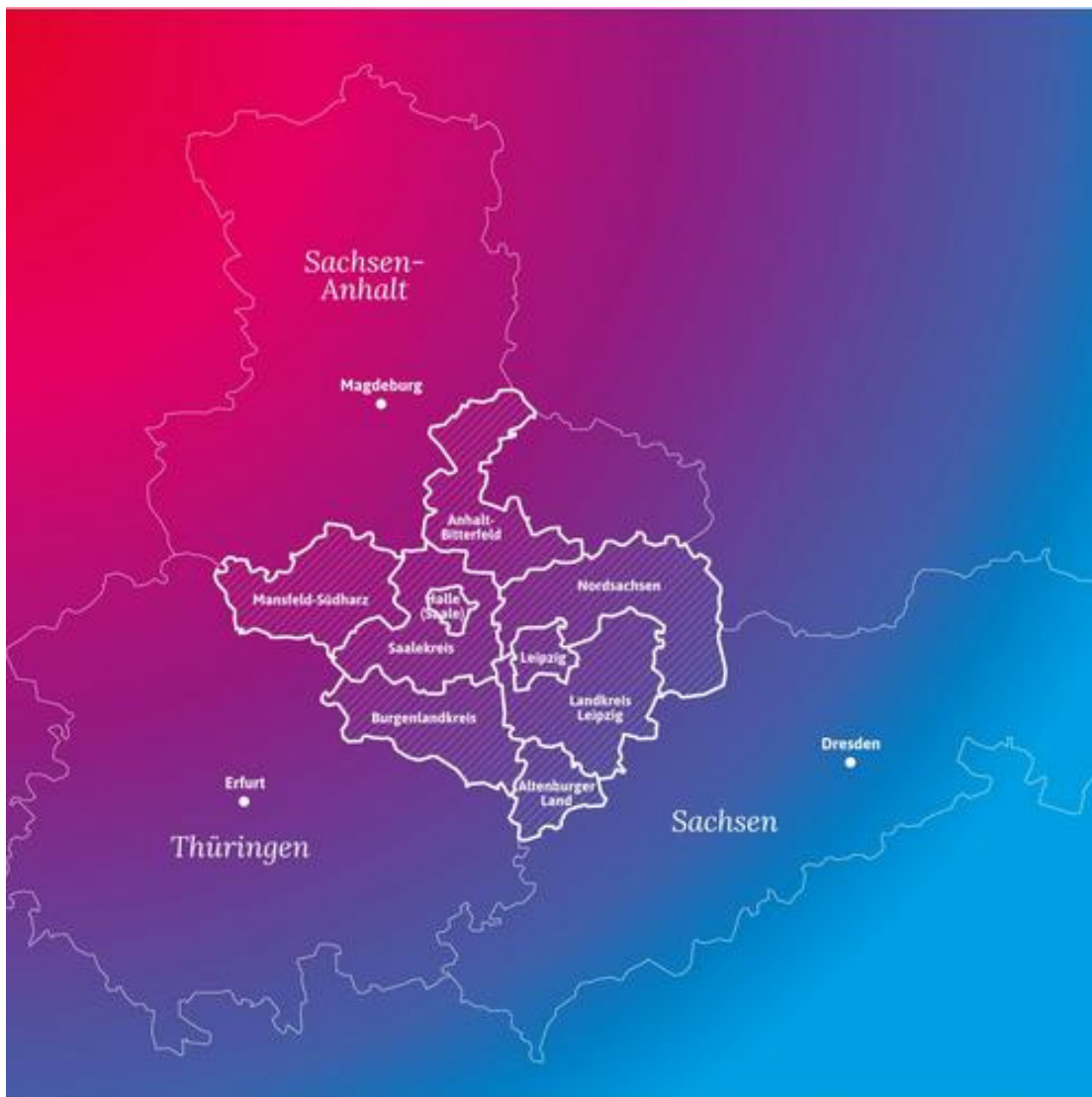


Abbildung 1: Übersichtskarte Innovationsregion Mitteldeutschland

Die Übersichtskarte skizziert den engeren Untersuchungsraum dieser Studie im Rahmen der Innovationsregion. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Ergebnisse dieser Studie über diesen engeren Untersuchungsraum hinaus im gesamten mitteldeutschen Raum zur Umsetzung kommen können, da sie eine grundlegende Strategie mit entsprechendem Maßnahmenplan enthalten.

Bislang wurde die Auseinandersetzung mit diesem Thema in den drei Bundesländern und auch in den verschiedenen Gebietskörperschaften noch mit sehr unterschiedlicher Intensität betrieben. Als erste Reaktion darauf wurden durch die Projektgruppe Industriekultur der Metropolregion Mitteldeutschland bereits Handlungsempfehlungen für die „Industriekultur in Mitteldeutschland“ erarbeitet und 2019 veröffentlicht. Darin sind zentrale Handlungsfelder, Akteure und zukünftige Umsetzungsschritte erstmals zusammengefasst. Sie bilden den Ausgangspunkt für die hiermit vorgelegte Strategie und Potenzialstudie. Denn auf dieser Grundlage sollten Maßnahmen konkretisiert und ausgearbeitet werden, um damit die strategische Ausrichtung und Gestaltung der Industriekultur in Mitteldeutschland voranzutreiben. Ein besonderer Fokus war dabei auf die länderübergreifende Vernetzung der Industriekultur zu legen, sowie eine substantielle Weiterentwicklung der Handlungsempfehlungen zu innovativen, praxisorientierten Maßnahmenpaketen in den Schwerpunktbereichen:

- ▶ Erleben und Vermitteln
- ▶ Gestalten und Weiterentwickeln
- ▶ Bewahren und Erforschen

## 1.1 Ziele der Studie

Die drei oben genannten Schwerpunkte aus den Handlungsempfehlungen der Projektgruppe Industriekultur geben auch vor, was sich national wie international als neue und innovative Form des Umgangs mit der Industriegesellschaft und ihren Erscheinungsformen und Hinterlassenschaften durchsetzt: die Erweiterung der Perspektive auf die Potenziale, die Werte, die Innovationen und neuen Formen der Aktivierung und Partizipation, die sich mit Industriekultur verbinden.

Daraus ergab sich für die hiermit vorgelegte Studie eine - angesichts des Strukturwandels - drängende Agenda der Erneuerung - in kultureller, wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Hinsicht. Mit dem Schwerpunkt des Konzeptes auf Tourismus, Wertschöpfung, Wirtschaft und regionale Identität mussten auch prozessual und methodisch neue Formen der industriekulturellen Entwicklung erdacht und erarbeitet werden.

Eine lebendige, auch im prozessualen Sinne agile Industriekultur in Mitteldeutschland sollte daher nicht allein auf Inwertsetzung setzen, sondern auch auf die Änderung des „Mindsets“ im Umgang mit der Industriegesellschaft und Industriekultur. Eine lebendige und agile Industriekultur sollte die notwendigen Austauschprozesse gestalten - zwischen Menschen, zwischen Menschen und Bauten, zwischen Menschen und Inszenierungen, zwischen Menschen und dem Raum, zwischen Raum und Inhalt, zwischen Nutzungen und Wirtschaft, zwischen Wirtschaft und Stadt, zwischen Kultur und Bürgergesellschaft.

Daraus ergaben sich folgende Projekt- und Studienziele:

- ▶ die Ausrichtung und Gestaltung der Industriekultur in Mitteldeutschland innovativ voranzutreiben,
- ▶ wirtschaftliche und gesellschaftliche Transformationsprozesse im Ausgleich zwischen Tradition und Modernisierung zu fördern,
- ▶ Industrietourismus in einem ganzheitlichen Sinne zu entwickeln und gleichzeitig die Einbettung des Themenfelds in die touristische Gesamtstrategie zu gewährleisten,
- ▶ mit Industriekultur die regionale Identität und den Zusammenhalt der Zivilgesellschaft zu stärken,
- ▶ kreativwirtschaftliche Potenziale freizusetzen,
- ▶ die Vernetzung zwischen den Akteur\*innen der Bereiche Tourismus, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft zu verstetigen,
- ▶ funktionierende, länderübergreifende und ggf. über die Innovationsregion hinausreichende Organisationsstrukturen zu konzipieren,
- ▶ umsetzungsreife Modellprojekte herauszuarbeiten.

## 1.2 Vorgehen

Auf Basis dieser Ziele wurde ein Studiendesign entworfen, das

- ▶ grundlegende Bestandsaufnahmen,
- ▶ starke partizipative Elemente und Beteiligungsformate,
- ▶ strategische Grundlagen sowie
- ▶ die konkrete Maßnahmenentwicklung

miteinander verband. Der gesamte Studienprozess wurde durch eine Lenkungsgruppe mit Vertreter\*innen der Auftraggeberin sowie ausgewählten Akteur\*innen aus der Region länderübergreifend begleitet<sup>1</sup>.

Die Studie wurde in fünf Arbeitsschritten und -paketen erarbeitet.

### 1. Arbeitspaket 1 – Grundlagenerhebung

Kern der Grundlagenerhebung war eine Metastudie Industriekultur, in der insgesamt 46 Expert\*innen<sup>2</sup> aus Gebietskörperschaften, Destinationsmanagementorganisationen (DMOs), Landesmarketingorganisationen (LTOs), der Koordinierungsstelle Sächsische Industriekultur, verschiedenen Landesvertretungen in Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen, aus der Projektgruppe Industriekultur, dem Museumsverband Sachsen-Anhalt e.V., den Industriekultureinrichtungen

---

<sup>1</sup> Für die Zusammensetzung der Lenkungsgruppe s. Anhang.

<sup>2</sup> Für eine vollständige Übersicht s. Anhang



(Institutionen, Museen, Archive, Vereine, Geopark u.a.), der Kreativwirtschaft, aus Forschung/Wissenschaft, Planungsverbänden befragt wurden. Zudem wurden zwei zentrale Netzwerkveranstaltungen, IndustriekulturCamps (im März und Oktober 2021), durchgeführt, um zentrale Themen, Inhalte und konzeptionelle Ansätze gemeinsam zu diskutieren und zu erarbeiten. Begleitet wurden diese Erhebungen durch eine erste Bestandsaufnahme von Standorten einschließlich Erfassung in einer Rohdatenbank sowie eine Sichtung und Auswertung von vorhandenen Studien und Konzepten.

## 2. Arbeitspaket 2 – Industrietourismus in Mitteldeutschland

Der Industrietourismus ist ein erklärter Schwerpunkt der Studie. Daher war hier die industrietouristische Ausgangssituation zu erfassen, eine Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie SWOT-Analyse durchzuführen, eine industrietouristische Strategie sowie Grundlagen der industrietouristischen Erlebnisentwicklung und Kommunikation darzulegen.

## 3. Arbeitspaket 3 – Industriekultur erleben und vermitteln

Dieser Arbeitsschritt war geprägt durch ein Trendradar für Nutzungs- und Raumkonzepte sowie den Entwurf sogenannter Strategietypen für die Standortentwicklung. Diese wurden auf vier Modellstandorte übertragen und vor Ort konkret erprobt.

## 4. Arbeitspaket 4 – Industriererbe bewahren und erforschen

In diesem Arbeitspaket wurde ein Vorschlag zur Neustrukturierung der Wirtschaftsarchive erarbeitet und mit Ansätzen eines Dokumentations- und Vermittlungskonzeptes einschließlich Citizen Science vernetzt.

## 5. Arbeitspaket 5 – Zusammenführung und Handlungsempfehlungen

In einem finalen Handlungs- und Maßnahmenkonzept wurden die Konzepte zusammengeführt, zu der hiermit vorliegenden Studie verarbeitet sowie durch zentrale Anforderungen an eine künftige Organisationsstruktur ergänzt.

In Kapitel 2 fassen wir zunächst die Analyseergebnisse aus den Arbeitsschritten zusammen, um daraus zentrale Herausforderungen abzuleiten. In Kapitel 3 entwerfen wir ein strategisches Leitbild als langfristig gültigen Orientierungsrahmen für alle Maßnahmen und Akteur\*innen innerhalb der Industriekultur. In Kapitel 4 breiten wir die einzelnen Maßnahmen in den Handlungsschwerpunkten Erleben und Vermitteln, Gestalten und Weiterentwickeln, Bewahren und Erforschen weiter aus, bevor wir uns in Kapitel 5 den Umsetzungsstrukturen für eine lebendige Industriekultur in Mitteldeutschland widmen.

Die Fülle der Ergebnisse und Analysen macht es erforderlich, dass nicht alle Details innerhalb dieses Studientextes dargestellt und erläutert werden, sondern sich durch Ergänzungen in Anhängen vervollständigen. Zudem wurden die Ergebnisse der IndustriekulturCamps und auch der begleitenden Lenkungsgruppensitzungen jeweils separat dokumentiert.

---

## 2 Analysen

---

### 2.1 Bestandsaufnahme der Standorte

Die Bestandsaufnahme von industriekulturell bedeutsamen Standorten innerhalb der Region war eine der zentralen Aufgaben. Im Folgenden werden nur die wesentlichen Grundlagen und Ergebnisse der Bestandsaufnahme benannt. Eine ausführlichere Analyse findet sich im Kapitel 2.3 Fokus Tourismus.

Für die Bestandsaufnahme wurden verschiedenste Quellen kombiniert, insbesondere Datenbestände aus vergangenen themenbezogenen Erfassungen, z.B. zum Jahr der Industriekultur in Sachsen, sowie von Projektbeteiligten. Parallel zur laufenden Studie ist ein Projekt der Landesämter für Denkmalpflege zur Erfassung der Zeugnisse der Braunkohleindustrie im Mitteldeutschen Revier gestartet. Der Erhebungszeitraum erstreckt sich von Juni 2021 bis 2023, was verdeutlicht, welche erhebliche Grundlagenarbeit hier noch zu leisten ist. Im Rahmen der Erhebung wird eine beschreibende, fotografische und kartographische Erfassung der Objekte vorgenommen.

Daher wurde im Rahmen dieses Gutachtens ein Fokus daraufgelegt, auch diejenigen Standorte (themenübergreifend) zu erfassen, die als um- und wiedergenutzte Standorte, als Vermittlungs- oder Erlebnisort sowie soziokulturelle Zentren i. w. Sinne fungieren. Zudem gab es somit keine inhaltliche Beschränkung auf denkmalgeschützte bzw. denkmalwerte Anlagen.

Insgesamt umfasst die Bestandsaufnahme 331 Standorte, von denen 306 im vorgegebenen Untersuchungsgebiet der Innovationsregion Mitteldeutschland (Altenburger Land, Anhalt-Bitterfeld, Burgenlandkreis, Leipzig, Mansfeld-Südharz, Nordsachsen und Saalekreis und den Städten Halle (Saale) und Leipzig) verortet waren. 155 dieser 306 Einrichtungen liegen in Sachsen, 141 in Sachsen-Anhalt und 10 in Thüringen. Darüber hinaus wurden weitere 25 Standorte im Umfeld erfasst (insbesondere Landkreis Wittenberg, Stadt Dessau-Roßlau, Landkreis Mittelsachsen, Stadt Chemnitz), da Industriekultur selbstverständlich nicht durch administrative Grenzen, sondern ökonomische und gesellschaftliche Zusammenhänge geprägt wird. Alle Standorte wurden in einer Rohdatenbank (Excel)<sup>3</sup> erfasst und strukturiert.

Erfasst wurden nach Verfügbarkeit der Informationen:

- ▶ Denkmal
- ▶ Bundesland
- ▶ Landkreis
- ▶ Website (soweit vorhanden)
- ▶ Kontakt (E-Mail-Adresse)
- ▶ Geodaten und Träger/Ansprechpartner\*in

---

<sup>3</sup> wurde separat übergeben

- ▶ Einrichtungstyp/Nutzungsform
- ▶ Branchenzuordnung
- ▶ ggf. Zusatzmerkmale (z.B. Mitgliedschaft im Netzwerk „European Route of Industrial Heritage“ (Europäische Route der Industriekultur/ERIH), Besucher\*innenanzahlen etc.)

Eine vollständige Klassifizierung der Objekte ist auch im Rahmen einer umfassenden Studie wie dieser nicht möglich, da die Datengrundlagen über die Denkmäler und Orte zum Teil unvollständig sind. Zudem galt es im Rahmen der konzeptionellen Überlegungen neue Formen und Kriterien der Klassifizierung zu entwickeln, in denen der Anspruch der Erneuerung, Umnutzung, die Entwicklungsmöglichkeiten, das Profil und die „Story“ der Industriekultur in Mitteldeutschland zum Ausdruck kommen (s. Kapitel 4.1.1, 4.1.2, 4.2.2).

Die Bestandsaufnahme wurde darüber hinaus im Rahmen der Studie zur Onlinebefragung der touristischen Institutionen genutzt, und damit zur Erfassung und Analyse der industriekulturellen und industrietouristischen Substanz in Mitteldeutschland (s. Kapitel 2.3).

Zudem ist sie Nukleus und Keimzelle der zentralen Content-Datenbank, die im Rahmen der weiteren Umsetzung aller Maßnahmen zu entwickeln ist (s. Kapitel 4.2). Die laufenden Erfassungen der Landesdenkmalämter sind künftig ggf. über offene Datenschnittstellen (Open Data) digital anzubinden, um Doppelarbeiten der Erfassung und Datenpflege zu vermeiden.

## 2.2 Akteur\*innen und Positionen

### 2.2.1 Akteur\*innenstrukturen

Die Vielzahl der Akteur\*innen innerhalb der Industriekultur in Mitteldeutschland macht eine umfassende Gesamtschau der internen Austausch-, Kommunikations- und Kreativprozesse kompliziert. Im Folgenden sollen zunächst die wichtigsten Akteur\*innen in einer strukturierten Form zusammengefasst werden, um die Komplexität der Beziehungen auf typische Interessen und Schnittstellen zu verdichten. Danach folgen Kernaussagen und Positionen zu den zentralen Fragen der industriekulturellen Entwicklung.

Zunächst unterscheiden wir folgende Akteur\*innen:

- ▶ Landesweite, städtische bzw. kreiseigene Verwaltungen: Landes-, Regional-, Stadtentwicklung und -planung, Wirtschaftsförderung, Denkmalschutz, Kulturverwaltungen etc.

Vorrangiges Interesse: Daseinsgrundversorgung, Landes-, Stadt- und Regionalentwicklung einschließlich Aufgaben der Wirtschafts- und Industrieentwicklung, Standortentwicklung, Denkmalschutz, Umnutzungsplanung und Kulturentwicklung, ggf. Betrieb der verwaltungseigenen (Industrie-) Kulturangebote, darin Unterstützung der landesweiten, lokalen bzw. regionalen Kultur, öffentlicher kultureller Bildungsauftrag, Identitätsbildung und Profilierung.

Hauptamtlich, aber selten mit strategischen und operativen Ressourcen, die spezifisch auf die industriekulturelle Entwicklung abzielen, da diese sich einer klaren Einordnung in die Pflicht- und freiwilligen Aufgaben der Verwaltungen entzieht. Daraus folgt eine Zersplitterung der Zuständigkeiten.

- ▶ Einzelne Industriekultureinrichtungen in unterschiedlicher Trägerschaft sowie einzelne Akteur\*innen, Vereine, Netzwerke, Persönlichkeiten mit Multiplikator- oder Schnittstellenfunktion

Vorrangiges Interesse: engagierte Basisarbeit, persönliche, kulturelle Leidenschaften, bürgerliches Engagement, orts- und objektbezogener Erhalt, Schutz und Weiterentwicklung der jeweiligen Einrichtung, betrieblich/zweckgebunden, meist lokale oder regionale Perspektive, aber mit Schnittstellen in das noch nicht vollständig institutionalisierte Netzwerk der Industriekultur.

Große Heterogenität mit Hauptamtlichen in öffentlicher Trägerschaft, viele ehrenamtliche in privater bzw. Vereinsträgerschaft mit geringen Ressourcen. Starker Vernetzungswunsch, aber ohne belastbare strukturelle Basis.

- ▶ Horizontale Spartenvereinigungen / -verbände, z.B. Museumsverband, Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e.V., Verein dt. Ingenieure etc.

Vorrangiges Interesse: Interessenvertretung der jeweiligen Sparte, Austausch über spartentypische Handlungsfelder, Aufgaben und Probleme im Zusammenhang mit Industriekultur, gemeinsame Aktionen / Programme etc. Konzentration auf die eigenen Funktionen, z.B. Museumsfunktionen und damit oft eher innenorientiert.

Meist (nicht immer) hauptamtlich fokussiert auf Branchen- oder Spartenaufgaben, keine Ressourcen für koordinierende Aufgaben, sondern maximal Schnittstellenmanagement zur Industriekultur.

- ▶ Aufgabenbezogen definierte, vertikale Teilnetzwerke und Organisationen, z.B. Tourismus- bzw. Destinationsmanagementorganisationen etc.

Vorrangiges Interesse: Teil- oder gesamtregionales Verständnis, aber fokussiert auf ausgewählte (Management-)Aufgaben und Ziele, v.a. Tourismus- und Kulturmarketing sowie -entwicklung.

Hauptamtlich, aber ohne durchdringenden Bezug zur Industriekultur, sondern mit reduzierter Aufgabenerfüllung und Wahrnehmung der möglichen Facetten.

- ▶ Wissenschafts- und Bildungseinrichtungen, Industrie- und Technikmuseen sowie Archive

Vorrangiges Interesse: Klar definierter Bildungsauftrag, Aufbewahrung, Erhaltung, Nutzbarmachung sowie wissenschaftliche Grundlagenforschung. Industriekultur, Historie etc. als Dokumentations-, Forschungs- und Vermittlungsgegenstand.

Hauptamtlich fokussiert auf diese Spezialaufgaben und Grundlagen.



- ▶ (Berufsständische) Körperschaften, Kammern, Verbände – IHK, Architektenkammer, Handwerkskammer etc.

Vorrangiges Interesse: teilregionale Organisation und Zuständigkeiten, Selbstverwaltung (per Satzung), Interessenvertretung und Platzierung der eigenen Interessen in der industriekulturellen Entwicklung, meist Ansiedlung neuer Unternehmen bzw. Teilhabe an der Umnutzung von Standorten.

Die Problematik, die aus dieser Form der jeweiligen Interessenausrichtung und den Schnittstellenprozessen hervorgeht, ist offensichtlich:

- ▶ Die fehlende Kanalisierung und Bündelung der Kommunikation, der Prozesse und auch Ressourcen führt zu einem zwar vielfältigen Austausch, aber auch einer schwerfälligen, inagilen industriekulturellen Entwicklung mit Überlastung der ohnehin knappen Ressourcen. Oft suchen alle Partner\*innen und Akteur\*innen nach Entlastung von Aufgaben, die nicht zur Kernaufgabe gehören und zusätzliche Ressourcen in der Abstimmung und Koordination erfordern.
- ▶ Hauptamtliche Aufgaben- und themenbezogene horizontale Netzwerke erreichen häufig einen hohen Spezialisierungsgrad, können jedoch oft wenig strukturell in der Breite der Industriekultur bewirken. Dadurch bleiben immer verschiedene Akteur\*innen außen vor oder sind unterrepräsentiert.
- ▶ Hauptamtliche Verwaltungen mit entsprechendem Auftrag definieren Industriekultur meist nicht als eigenes Aufgaben- oder Handlungsfeld, sondern jeweils eingebettet in die jeweilige Pflicht- oder auch freiwillige Aufgabe. Bei den entsprechenden Abwägungsprozessen kann eine lebendige Industriekultur als ganzheitlicher Ansatz daher oft nicht greifen. Mitunter fehlen auch, trotz hauptamtlicher Tätigkeit, die Ressourcen. Industriekultur-Spezialisten\*innen sind in diesen Gefügen häufig „ausgebremst“ und können ihre Expertise nicht ausleben, weil viele Träger\*innen öffentlicher Belange mitgenommen werden müssen.
- ▶ Ressourcenmangel und/oder ein mangelndes Gesamtverständnis aller industriekulturellen Belange zieht sich wie ein roter Faden durch die Akteursstrukturen.

## Fazit

Daher muss die fehlende Vernetzungs- und Koordinationsfunktion durch eine Institutionalisierung gestärkt werden. Hinzu kommen zentrale Anforderungen an eine erhöhte Agilität und Flexibilität im Angesicht neuer Herausforderungen - wie etwa dem beschleunigten Strukturwandel, veränderte Anforderungen von Besucher\*innen- und Zielgruppen, Partizipation der Bürger\*innen, neue Impulse in der zeitgenössischen Kulturentwicklung etc.

## 2.2.2 Kernaussagen und Positionen der befragten Akteure

Im Rahmen dieser Studie werden umsetzungsorientierte Projekt- und Maßnahmenvorschläge entwickelt, die im Ergebnis der Studie schrittweise zu konkretem, abgestimmtem Handeln der Beteiligten in der Metropolregion Mitteldeutschland führen. Vor diesem Hintergrund waren zahlreiche Gespräche mit Expert\*innen zu führen, die einerseits einen Blick in die inneren Strukturen, Positionen und praktizierten Prozesse erlaubten, andererseits der avisierten Vorbereitung von Industriekultur-Modellprojekten dienen (s. Kapitel 4.3.1). Zudem wurde als dritter Schwerpunkt das Thema Tourismus in den Fokus gerückt. Je nach Art der befragten Expert\*innen hatten die Gespräche eine unterschiedliche Gewichtung.

Im ersten Schwerpunkt der Gespräche ging es demnach darum, die aktuelle Situation der Industriekultur mit einer künftigen idealen Konstellation zu vergleichen, und zwar unter durch Betrachtung der

- ▶ anstehenden Herausforderungen
- ▶ der Bedeutung und Wertschätzung für Industriekultur
- ▶ der Identitätsstiftung und Profilierung
- ▶ der nötigen Prozesse und Aufgaben
- ▶ der Organisation und Ressourcen sowie Finanzierbarkeit.

Im zweiten Schwerpunkt der Gespräche stand die Recherche und Identifikation der Modellstandorte im Fokus. Im Vorfeld wurde für die zweite dieser Aufgaben gemeinsam mit den Beteiligten ein „Entwicklungskonzept für vier Modellstandorte“ gestaltet, im Rahmen von Diskussionen überprüft und final abgestimmt. Es wurden Standortkriterien für die auszuwählenden Gebäude definiert und erste Entwicklungsstrategien für Modellstandorte entworfen (s. Kap. 4.3.2).

In der Folge wurden auch mögliche, innovative Nutzungs- und Instandsetzungsoptionen von Industriekulturobjekten in Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt vorgeprüft. Betrachtet wurden bereits von den jeweiligen Landesämtern für Denkmalpflege registrierte technische Denkmale und besonders erhaltenswerte Industriebauten, die nicht als Denkmal gelistet sind.

Diese Entwicklung, Umsetzung und öffentlichkeitswirksame Präsentation von konkreten, industriekulturellen Modellprojekten soll das Thema „Industriekultur“ in Mitteldeutschland für die Bewohner\*innen erfassbar und im Rahmen des fortlaufenden Strukturwandels auch identifizierbar machen.

Zur Vorbereitung der industriekulturellen Modellprojekte für Mitteldeutschland galt es daher, die Rahmenbedingungen vor Ort zu klären, mit den Beteiligten abzustimmen sowie grundlegende Fragen der regionalräumlichen, förderpolitischen und organisatorischen Kontexte zu diskutieren. Hierbei galt es,

- (1) das vom Bearbeiter\*innen-Team Anfang 2021 erstellte Dokument „Auswahl Modellstandorte“ zu erörtern,

- (2) konkrete, strukturelle Erwartungen der Expert\*innen an die Umsetzung von Modellprojekten zu erfassen und
- (3) eventuelle Möglichkeiten der Projektumsetzung im Rahmen von entsprechend bestehenden oder zu erwartenden öffentlichen Förderungen auf Ebene der Länder, des Bundes und der EU (auch im Kontext der Strukturwandelförderung in Arm 1 und 2 auf Basis des Investitionsgesetzes Kohleregionen) zu diskutieren.

Im Folgenden werden die Kernaussagen der Interviews zu den beiden erstgenannten Schwerpunkten zusammengefasst – beginnend mit eher allgemeinen Aussagen bis hin zu spezifischen Erfordernissen.

Die Interviews zum dritten Schwerpunkt – Tourismus – werden separat in die Analyse der touristischen Ausgangssituation eingebettet (s. Kapitel 2.3).

### **Auf der Suche nach Identität, Wertschätzung und Profil**

Es gibt nach Ansicht der Expert\*innen derzeit kein stringentes industriekulturelles Profil, das für alle Teilbereiche, Kreise und Städte oder Länder prägend oder Identität stiftend wäre. Die Spanne reicht bildhaft gesprochen von der Mühle bis zur Braunkohle- oder chemischen Großindustrie.

Profile werden demnach derzeit v.a. branchenbezogen definiert. Bisher gibt es aus Sicht der Akteur\*innen keinen gemeinsamen ideellen Nenner, keine „Story“ oder Metaebene sowie Identität, die gemeinsam getragen würde, gleichwohl aber Ideen oder Gedanken dazu, z.B. die Überformung der Landschaft, der Wandel und die Transformation, die industrielle Landschaft als Ausdruck des Anthropozän etc.

Industriekultur wird zudem höchst unterschiedlich interpretiert – zwischen wissenschaftlich-ganzheitlicher Perspektive bis hin zur konkreten Umnutzungsplanung ohne theoretischen Überbau, was zu unterschiedlichen Sprach- und Handlungsebenen zwischen den Akteur\*innen führt. Dies führt insgesamt dazu, dass (noch) zu wenig Austausch auf Augenhöhe sowie kein organisierter, pragmatischer Wissenstransfer stattfindet. Die verschiedenen Perspektiven auf Industriekultur sind noch nicht zusammengeführt, z.B. museale (bewahren, forschen, ...) und entwickelnde (Planung, Nutzung, ...).

Neben diesem Pragmatismus im Austausch sind aus Sicht der Expert\*innen zudem psychologische Faktoren zu berücksichtigen, die eine strukturierte Entwicklung der Industriekultur hemmen. Vorrangig zeige sich nach Meinung der befragten Expert\*innen oft noch zu wenig Eigeninitiative. Es herrsche demnach eine starke Erwartungshaltung gegenüber öffentlichen Stellen vor. Dies sei auch darin begründet, dass die Anerkennung von Lebensleistungen, Wendeerfahrungen und deren Einfluss auf unterschiedliche Persönlichkeitsstrukturen sich noch nicht ausreichend widerspiegeln.

Zudem herrsche eine Sichtweise vor, in der Industriekultur häufig mit negativen Ereignissen assoziiert wird. Die vielen positiven Beispiele seien dem gegenüber zu unbekannt, wohingegen gescheiterte Projekte und Probleme (z.B. Altlasten) häufig überbetont werden. Dies führt zu einem Aufmerksamkeitsproblem.

Zudem dominiert nach Meinung der meisten Expert\*innen teilweise noch eine Diskontinuität in der Bearbeitung und Wertschätzung - beeinflusst durch persönliche Vorlieben, unterschiedliche politische Schwerpunkte, „Fördermittelhopping“ etc.

Das Konzept einer ‚lebendigen Industriekultur‘ sei noch nicht überall in den Köpfen angekommen. Sollte sich die Idee der ‚lebendigen Industriekultur‘ in Mitteldeutschland erfolgreich etablieren, könne sie der Schlüssel dazu sein, Industriekultur stärker in die öffentliche Wahrnehmung zu rücken.

### **Prozesse und Strukturen passen nicht zu den enormen Herausforderungen**

Die industriekulturelle Entwicklungsstrategie und „Wirklichkeit“ seien demnach noch nicht auf die anstehenden Herausforderungen und Aufgaben ausgerichtet. Es mangelt an Ressourcen jeder Art, v.a. an den einzelnen Standorten und Objekten, die ehrenamtlich betreut werden und teils kritischen Entwicklungen etwa durch die Überalterung ausgesetzt sind. Hier gibt es noch keine Auffangstrukturen für bedrohte Einrichtungen und Initiativen.

Aus Sicht der verschiedenen Expert\*innen sorgen mitunter inagile Strukturen und schwierige Prozesse zusätzlich für Hemmnisse, z.B. Planungs- und Genehmigungsverfahren, Finanzierungsfragen, der Denkmalschutz, fehlende personelle Ressourcen, unprofessionelle Strukturen, Zuständigkeiten mit Entscheidungs- und Steuerungsbefugnissen etc.

Die Expert\*innen fordern daher mehr Geld, Personal und Unterstützung – in Form

- ▶ einer besseren Finanzierung,
- ▶ von mehr Kontinuität in der Unterstützung,
- ▶ eines verstetigten Austauschs und permanenten Wissenstransfers sowie
- ▶ einheitlicher Sprache und gleichem Verständnis von Industriekultur

Industriekultur ist daher mit aktuellen oder künftigen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen zu verknüpfen, z.B. Klimawandel, Mobilität, Startups, Kreativwirtschaft, aber auch die Lebensqualität der Bevölkerung sowie die Kulturentwicklung. Industriekultur ist demnach kein in sich geschlossenes Handlungsfeld, sondern vernetzt mit anderen (teils wichtigeren) Aufgaben.

Die Expert\*innen fordern zudem, die Identitätsstiftung vom Menschen herzudenken, nicht von der Branche oder „äußerlichen“ Merkmalen.

Mehr Pragmatismus und vereinfachte Prozesse sollen helfen die Komplexität der Industriekultur zu reduzieren und dabei herunterzubrechen auf konkrete Handlungsebenen und fallbezogene Lösungen wie die Modellstandorte. Phasenmodelle oder Stufenmodelle zur Entwicklung von Objekten helfen dabei, inklusive einer frühzeitigen Antizipation eines möglichen künftigen Handlungsbedarfs. Dies sollte begleitet werden durch praxisorientierte Instrumente wie Leitfäden, vordefinierte Prozesse oder Austauschforen etc.

Eine zentrale Koordinierungsstelle wird fast durchgehend begrüßt, aber es müssen die Aufgaben auf den unterschiedlichen Handlungsebenen, lokal, regional, landesweit,

Metropolregion, bundesweit, klar definiert werden, um Parallelstrukturen und Doppelarbeiten zu vermeiden.

Die neue Stelle muss nachweislich dazu führen, dass Prozesse vereinfacht und nicht durch noch mehr Schnittstellen verkompliziert werden. Die Hilfe „von oben“ muss „unten“ ankommen.

Die Expert\*innen sprechen sich für eine länderübergreifende Zusammenarbeit aus, aber nicht die langsamsten Strukturen sollen dabei das Tempo bestimmen. Zudem dürfen Anpassungsprozesse nicht zum Ausbremsen führen.

Marketing und Vermittlung sind parallel zu modernisieren und zu digitalisieren. Kultur, Veranstaltungen und Kreativwirtschaft sollen als Vorreiter genutzt werden, um Entwicklungen und Umnutzungen voranzutreiben, was wiederum auch die Aufmerksamkeit erhöht.

Bürger\*innen, Gäste, die Politik, Investor\*innen etc. sind demnach gleichermaßen für Industriekultur zu sensibilisieren, jedoch mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Dabei sind die Chancen und Erfolgsgeschichten zu betonen, nicht die Risiken oder Probleme.

Auf lokaler Ebene gibt es einen besonders starken Handlungsbedarf, aber fehlende Ressourcen, weil auf Landes- oder Bundesebene (noch) kein geregelter Unterstützungs- und Förderprozess gefunden wurde. Daraus resultiert eine Lücke zwischen Bottom-up- und Top-Down-Strategien, die zu schließen ist.

### **Strukturwandelförderung nutzen**

Die Interviewten waren sich mehrheitlich einig, dass die geplanten Modellvorhaben zur Industriekultur in Mitteldeutschland, insbesondere vor dem Hintergrund der strukturwandelbedingten Förderkulissen in Sachsen und Sachsen-Anhalt, mit den Zuwendungsoptionen gekoppelt werden sollten. Die Gebietskulisse der Innovationsregion Mitteldeutschland in Sachsen und Sachsen-Anhalt ist deckungsgleich mit der Förderkulisse des Investitionsgesetzes Kohleregionen. Das Altenburger Land in Thüringen ist davon ausgenommen, erhält jedoch 90 Millionen Euro Förderung über das Strukturstärkungsgesetz. Im Rahmen des Projektes wurde diesbezüglich auf das Investitionsgesetz Kohleregionen, § 2 „Fördergebiete“ und § 17 „Erweiterung und Einrichtung von Programmen und Initiativen des Bundes zur Förderung der Gebiete nach § 2“ verwiesen.

Die Möglichkeiten der Förderung durch das Investitionsgesetz Kohleregionen und die Organisations- bzw. Entscheidungsfindungsstrukturen sind, wie sich im Rahmen der Interviews herausstellte, bei den Industriekulturakteuren größtenteils noch nicht ausreichend bekannt. Insbesondere das in Arm 2 des Investitionsgesetzes Kohleregionen bereits laufende BKM-Förderprogramm „InKult“ scheint vielversprechend und ist für die Umsetzung zahlreicher Industriekulturziele, die die Projektgruppe Industriekultur in der Europäischen Metropolregion Mitteldeutschland bereits definiert hat, sehr hilfreich.

## **Industriekulturförderprogramm als Verbinder**

Mehrheitlich identifizieren die Interviewten für die Projektziele von „Industriekultur Mitteldeutschland“ geeignete Koppelpotenziale. Auf diese Weise lassen sich Standorte in Sachsen und Sachsen-Anhalt innerhalb der Strukturwandelkulisse des Investitionsgesetzes Kohleregionen mit dem BKM-Programm „InKult“ verbinden. Konkret geht es um das Förderprogramm der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien zum Erhalt und zur Umgestaltung herausragender Industriegebäude und -anlagen zu lebendigen Kulturdenkmälern“ (Investitionsgesetz Kohleregionen (Investitionsgesetz Kohleregionen - InvKG) § 17 Erweiterung und Einrichtung von Programmen und Initiativen des Bundes zur Förderung der Gebiete nach § 2). Der Vorteil des Arm-2-Förderprogramms „InKult“ liegt in seiner inhaltlichen, industriekulturellen Ausrichtung und in seiner, die mitteldeutsche Bundesländerstruktur vernetzenden Anbindung bei der Bundesbeauftragten für Kultur und Medien.

Die avisierten Modellprojekte zur Industriekultur in der Metropolregion Mitteldeutschland sind demnach ein hilfreicher Ansatz zur Umsetzung von „InKult“-Startvorhaben. Die Kopplung von Modellprojekten und „InKult“ ist nicht nur vorteilhaft für die Länder, sondern auch für die Region als Ganzes. So werde deutlich, dass Mitteldeutschland zum Thema Industriekultur an einer überzeugenden Innovationsidee arbeite, die den gesamten Raum verbinde und eine starke „Gravitationskraft“ erzeuge.

Diesbezüglich erscheint von zentraler Rolle, dass „InKult“ in Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und NRW zur Anwendung kommt. Somit bestehen auch Anknüpfungspunkte zwischen Mitteldeutschland und dem Landkreis Nordsachsen bis in die Lausitz mit dem dort angrenzenden Landkreis Elbe-Elster. Ein gemeinsames „ostdeutsches Fachtreffen“ zur Industriekultur und konkreter zu „InKult“ mit Vertreter\*innen aus Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen sowie den Landesdenkmalämtern, so einige der Interviewten, wäre sehr zu begrüßen. Diese Zusammenkunft könnte man mit Berlin und Brandenburg gemeinsam angehen.

## **Netzwerkarbeit starten**

Deutlich wird in den Gesprächen, dass die an der Metropolregion Mitteldeutschland beteiligten Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen bereits über umfassende eigene Erfahrungen (regionale Netzwerke, Straßen der Industriekultur, Zweckverbände, Themenjahre, strategische Konzepte, Projekthighlights, Schwerpunkt Museen) zum Thema Industriekultur verfügen. Sie sind aktuell im Begriff, aufbauend auf diesen Erfahrungen der letzten Jahre, entsprechende Netzwerke und Projektansätze auszubauen. Insbesondere aus der Perspektive des Freistaates Sachsen scheint ein verbindliches Netzwerk von „Industriekultur Mitteldeutschland“ im Kontext der Metropolregion gewünscht. Dies lassen die sächsischen Interviewten erkennen.

Das Netzwerk zur Industriekultur in Mitteldeutschland sollte demzufolge bereits in den kommenden Monaten eine zentrale, die Beteiligten vernetzende „Ansprechstelle“ für die drei Länder und auch für Dritte darstellen. Ferropolis in Sachsen-Anhalt, die Industriekulturinitiative der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen (Gründung eines Vereins zur Industriekultur in Sachsen), Kreatives Sachsen, DOK Mitt e. V. in Sachsen und viele andere

sind hierbei wichtige Verbundbeteiligte. Diese Verbundbeteiligten haben in ihrem regionalen Umfeld bzw. im Kontext des jeweiligen Bundeslandes bereits deutliche Verbinderfunktionen übernommen.

Die Aufgaben eines solchen Netzwerkes sollten folgende Themenfelder unter Einbeziehung der bereits vorhandenen Partner\*innen und ihrer spezifischen Kompetenzen abdecken:

- (1) Laienhistorikerprojekte und Zeitzeugenarbeit,
- (2) Industriedenkmalpflege und Heritage Conservation mit Schnittstellen zum Deutschen Nationalkomitee für Denkmalschutz / zur deutschen UNESCO-Stelle,
- (3) Archivarbeit (Wirtschaftsarchiv / Technikarchiv),
- (4) Bildungsarbeit für unterschiedliche Zielgruppen,
- (5) Standortentwicklung in Kooperation mit der Kultur- und Kreativwirtschaft (Beratungseinrichtung in Kooperation mit Wirtschaftsförderung),
- (6) gemeinsame PR-Arbeit,
- (7) Industriekulturtourismus.

Diese Themenfelder wurden im Rahmen der Interviews durch die Gesprächspartner\*innen genannt.

### **Sachsen ist Vorreiter**

Der Freistaat Sachsen, dies wird im Kontext der Interviews deutlich, verfügt im Bundesländervergleich wohl über die umfassendsten Erfahrungen zum Thema Industriekultur. Als „Gründerland der Industriekultur“ – der Begriff findet hier bereits in den Anfängen des 20. Jahrhunderts Verwendung – kommt Sachsen als Partner der Metropolregion Mitteldeutschland damit eine zentrale Industriekultur-Rolle zu.

Das Thema „Industriekultur“ wird seit der Industriekulturtagung des Zweckverbandes Sächsisches Industriemuseum und der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen im Dresdener Hygienemuseum im Jahr 2009 immer weiter und kontinuierlich ausgebaut. Eine wesentliche Aufgabe hatte hierbei der „Wissenschaftliche Beirat Industriekultur in Sachsen im Zweckverband Sächsisches Industriemuseum“. In der Folge wurden die „Handlungsempfehlungen zur Industriekultur“ des Zweckverbandes Sächsisches Industriemuseum, der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen und des Institutes für Neue Industriekultur INIK veröffentlicht. Diese waren auch für die Entwicklung und inhaltliche Ausrichtung der Projektgruppe Industriekultur der Metropolregion wesentlich.

Nach dem sächsischen „Boom-Jahr 2020“ zur Industriekultur, das durch die Corona-Pandemie nur eingeschränkt umgesetzt werden konnte, gilt es nun, ein Industriekultur-Netzwerk in Sachsen aufzubauen. Die Federführung übernimmt die sächsische Kulturstiftung, so die Interviewten. Dieses Netzwerk (mittlerweile in Gründung als Landesverband Industriekultur Sachsen e. V.) hat zukünftig eine „Verbinderfunktion“ im Freistaat, indem es

die industriekulturellen Akteur\*innen vielfältig vernetzt, berät, fördert und „sichtbarer macht“. Das industriekulturelle Netzwerk in Sachsen soll aber auch eine Brücke zu den benachbarten Bundesländern Sachsen-Anhalt, Thüringen und Brandenburg sowie nach Polen und Tschechien darstellen. In der Lausitz wird dies angesichts bereits gut ausgebauter Verbindungen zwischen Sachsen und Brandenburg (IBA-Erfahrungen) heute deutlich.

### **Viele Themen in Sachsen-Anhalt**

Die Interviewten erläutern auch die Strukturwandelorganisation in Sachsen-Anhalt und stellen nach dem Interview schriftlich fest: „In Sachsen-Anhalt wird der Strukturwandelprozess über die „Stabsstelle Strukturwandel“ der Staatskanzlei und Ministerium für Kultur des Landes Sachsen-Anhalt begleitet und gesteuert. Die Stabsstelle Strukturwandel ist erster Ansprechpartner für alle Fragen zum Strukturwandel im Revier. Dies gilt für die betroffenen Kommunen und Landkreise, für Wirtschaft und Wissenschaft sowie Zivilgesellschaft. In der Kulturabteilung der Staatskanzlei, dem Ministerium für Kultur des Landes Sachsen-Anhalt, ist die administrative Betreuung der Themen Industriekultur sowie des Denkmalschutzes im Strukturwandel verortet.

Das Thema Industriekultur soll in enger Vernetzung mit den Akteurinnen und Akteuren im Land und mit Partnern in Bund und Ländern zu einer starken Sparte des Kulturlebens Sachsen-Anhalts entwickelt werden. Die facettenreiche Industriekultur, die industriegeschichtlich von der industrialisierten Landwirtschaft über Bergbau, Braunkohle und Braunkohleveredlung (Chemische Industrie) bis zum Maschinenbau reicht, wird unter Berücksichtigung des vorhandenen Potenzials gleichmäßig, also auch außerhalb des Fördergebiets des Investitionsgesetzes Kohleregionen, gestärkt. Dafür sollen signifikante und entwicklungsfähige Stätten der Industriekultur in ihrer Entwicklung gestärkt und zu einem lebendigen Netzwerk Industriekultur zusammengeführt werden. Dabei kommt den Wissenschafts- und Bildungseinrichtungen sowie den Archiven und Museen des Landes als Stätten des partizipativen und offenen Diskurses über Strukturwandel, Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft und globale Zielsetzungen eine zentrale Rolle zu. Wesentliche Rollen können hierbei der Museumsverband Sachsen-Anhalt und die Ferropolis Stiftung Industriekultur GmbH einnehmen.

Angesichts der im Zuge der länderübergreifend organisierten Durchführung des Bauhausjubiläums 2019 erworbenen Erfahrungen verfügt Sachsen-Anhalt über umfassende Kenntnisse bezüglich der Möglichkeiten und Grenzen von Netzwerkarbeit, die sich auf ein länderübergreifendes Netzwerk zur Industriekultur in Mitteldeutschland übertragen ließen.“

### **Vielfalt in Thüringen**

In Thüringen wird das Thema „Industriekultur“ seit 2018 in besonderer Weise entwickelt und bildet einen kulturpolitischen sowie im Kontext der Kultur- und Kreativwirtschaft auch wirtschaftlichen Schwerpunkt im Freistaat. 2018 war das landesweite Themenjahr „Industrialisierung und soziale Bewegung in Thüringen“. In diesem Kontext entstand auch eine Liste mit entwicklungsfähigen Potenzialstandorten zur Industriekultur, dies wird im



Kontext der Interviews hervorgehoben. Eine Landesausstellung zur Industriekultur wurde in Thüringen ebenfalls präsentiert. 2018 und in den Folgejahren kam es in Thüringen noch nicht zur Bildung eines landesweiten Industriekulturnetzwerks.

Unterschieden werden sollte auch bei den industriekulturellen Voraussetzungen zwischen den Bundesländern Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt. In Thüringen sind im Vergleich weniger prominente Industriedenkmale zu erkennen, so die Interviewten. Dafür sind bzgl. des Themas „Industriekultur“ aber vielfältig Akteur\*innen mit entsprechenden Kontakten u. a. zu den Thüringer Museen und Ausstellungshäusern vertreten. Wesentlich ist gerade in Thüringen, die Technik- und Wirtschaftsgeschichte und damit verbundene Dokumente ausreichend zu archivieren, zu schützen und zugänglich zu machen.

Die Förderungen durch das Investitionsgesetz Kohleregionen stehen für den Landkreis Altenburger Land in Thüringen nur eingeschränkt zur Verfügung.

Die Thüringer Agentur für die Kreativwirtschaft ist, ähnlich wie Kreatives Sachsen, ein starker Motor der Kultur- und Kreativwirtschaft. Auch das wurde in den Interviews deutlich. Damit ist die Agentur ein geeigneter potenzieller Partner für die Industriekultur in Mitteldeutschland. Ziel der Thüringer Agentur für die Kreativwirtschaft ist die unternehmensnahe Dienstleistung mit Cross-Innovation-Ansätzen und der Förderung von Co-Creation-Prozessen für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Thüringen. Ein zentrales Anliegen der Thüringer Agentur für die Kreativwirtschaft ist auch die Stärkung von Projekten im ländlichen Raum.

### **Das Ganze ist mehr als die Summe der Teile**

Deutlich wird in den Interviews, dass die Kooperationsbereitschaft bei der intensiven und projektkonkreten Zusammenarbeit zum Thema Industriekultur innerhalb der drei beteiligten Länder unterschiedlich ist. Gleiches gilt hinsichtlich der Vernetzung der drei Länder im Sinne einer länderübergreifenden Kooperation. Hierbei ist auch zu berücksichtigen, so die Interviewten, dass Wettbewerbssituationen zwischen den Akteur\*innen innerhalb der Länder bestehen, die sich zum Beispiel um ähnliche betriebliche und investive Fördermittelzuwendungen bemühen.

Es wurde aber in den Gesprächen deutlich formuliert, dass die „Schlagkraft“ in Bezug auf öffentliche Förderungen steigt, wenn sich die Akteur\*innen bei der Nachnutzung historischer Industriebauten innerhalb des Bundeslandes bzw. auch länderübergreifend zusammenschließen. Bezüglich der länderübergreifenden Kooperation spricht dies für einen Verbund innerhalb und mit der Metropolregion Mitteldeutschland, so die Interviewten. Vorgeschlagen wird von den Interviewten u. a. eine gemeinsame länderübergreifende Ausstellung zur Industriekultur zur „Halbzeit“ des Strukturwandels. Dies könnte, auf dem Weg zu einem Netzwerk, ein konkretes Gemeinschaftsvorhaben sein.

### **Stadt trifft Umland**

Im Rahmen der Interviews wurde auch das Verhältnis zwischen Rand und Zentrum, Stadt und Land in der Metropolregion Mitteldeutschland aufgegriffen. Bzgl. der vorhandenen Industriekulturinitiativen scheinen sich Aktivitäten, die ein junges, kreativwirtschaftliches

Publikum erreichen, eher in den städtischen Umfeldern, als im ländlichen Umfeld zu konzentrieren. Dies gilt bspw. für die Industriekulturszene im Umfeld des Industriekultur Leipzig e.V. (hier bspw. Tapetenwerk, Baumwollspinnerei, etc.).

Vor diesem Hintergrund wird durch die Interviewten angeregt, eine erweiterte Vernetzung zwischen Stadt und Umland zu fördern. Hier denkt man an innovative Raumpionier-Ansätze, wie man sie aus der Strukturwandeldiskussion kennt. So könnten Stadt und Umland voneinander profitieren. Deutlich wird in Leipzig, dass das Interesse der jungen Leipziger\*innen am Umland zunimmt. Grund ist in besonderer Weise die urbane Gentrifizierung und die Bodenpreisentwicklung in Leipzig („Stadtflucht“), so die Interviewten.

Das ländliche Umfeld könnte zukünftig seine Vorteile im Bereich der industriekulturellen Potenziale unterstreichen. Dies könnte bspw. durch aktuell vergleichsweise niedrige Mieten und Immobilienpreise bei der Nutzung von historischen Industrieanlagen verdeutlicht werden. Das städtische Umfeld hingegen könnte seine Vorteile im Kontext der urbanen, jungen Kreativszene hervorheben. Diese spielen bei der Aktivierung von Industriekulturstandorten erfahrungsgemäß eine zentrale Rolle. Insgesamt wird anhand der Aussagen der Interviewten deutlich: Die Umsetzung von Modellprojekten zur Industriekultur der Metropolregion Mitteldeutschland sollte insbesondere auch im peripheren, nicht großstädtischen Umfeld erfolgen.

### **Modellstandorte machen sichtbar**

Die im Rahmen des Vorhabens zur Industriekultur in Mitteldeutschland vorgeschlagenen Modellstandort-Typen (s. Kapitel 4.3.2) werden von den Interviewten mehrheitlich als zielführend angesehen. Die Definition von Standorttypen erhöht die strategische Ausrichtung der jeweiligen Standortentwicklungsansätze. Auf diese Weise ist es möglich, nicht nur Startvorhaben in Mitteldeutschland umzusetzen, sondern diese auch bundeslandübergreifend und als Netzwerkverstärker in der Region zu verankern.

Die Interviewten äußern die Erwartung, dass perspektivisch zahlreiche konkrete Potenzialstandorte genannt werden, die man mit den Modellstandort-Typen in Verbindung bringen kann. Die Modellvorhaben werden als Startprojekte verstanden, auf die dann in den folgenden Jahren weitere Vorhaben folgen sollen. So wird das Anliegen von „Industriekultur Mitteldeutschland“, die Industriekultur in dem Schnittpunkt der Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen sichtbar zu machen, konkreter und für die Bevölkerung vor Ort in zunehmendem Maß auch „anfassbar“.

Insbesondere in Verbindung mit dem vorgeschlagenen Modellstandorttyp „AtHomeOffice“, so einige der Befragten, werden spannende Perspektiven identifiziert. Es wird teils unterstrichen, dass die bisher als nachteilig wirkenden Rahmenbedingungen der strukturschwachen, nutzungsgemischten und perforierten Stadt zum Vorteil werden können. So wären „AtHomeOffice“-Modellstandorttypen ein struktureller Vorteil, wenn sie die Vorzüge der strukturschwachen Städte nutzen. Als Standorte an der Schnittstelle zwischen städtischer Produktion und urbaner Kultur können „AtHomeOffice“-Modellstandorttypen auch einen Beitrag zur lokalen Wirtschaftsentwicklung leisten.

Weiterhin stellen die Interviewten fest: Es soll bei den „AtHomeOffice“-Modellstandorttypen auch darum gehen, die jungen Unternehmen, Kreativen und Produzierenden mit

dem Argument der „industriekulturellen Pionierräume“ aus den urbanen Zentren in den ländlichen Raum zu holen. Im Rahmen der Interviews wird mehrfach betont, dass die leeren Fabriken im peripheren Raum zunächst von den jungen, urbanen Akteur\*innen in den Städten „gefunden“ werden müssen. Hierzu könnte die Metropolregion Mitteldeutschland einen entscheidenden Impuls geben.

Teils werden von den Interviewten auch die Modelltypen „Pionierkosmos“ und „Impulsgeber“ besonders hervorgehoben. Diesbezüglich wird die Qualität von möglichen „Graswurzelprojekten“ vor Ort angesprochen wird. Hier geht es insbesondere um die Stärkung der endogenen Potenziale in den kleineren Städten. Die Modelltypen „Pionierkosmos“ und „Impulsgeber“ benötigen keine komplexen Vorbereitungen und könnten umgehend „gestartet“ werden (niedrigschwellige Ansätze).

Der Modelltyp „Denkmal gönnen“ ist im ländlichen Raum dann wichtig, so die Interviewten, wenn sich die gegenwärtigen Nutzungs- und Sanierungsperspektiven des jeweiligen Standortes noch als schwach darstellen. Mit Modellvorhaben vom Typ „Denkmal gönnen“ könnte gezielt einem Abrissinteresse entgegengewirkt werden. Mit einer entsprechend geförderten Grundsanierung ließe sich kostbare Zeit gewinnen.

### **Kleine Initiativen und viele Projekte**

Die Interviewten identifizieren gute, länderübergreifende Kooperationsmöglichkeiten zur Industriekultur mit dem Verbund der Metropolregion. Dies gilt nicht nur für die großen „Leuchtturmvorhaben“, sondern auch für die bereits bestehenden, vielfältigen Projekte. Als sehr wichtig für die Metropolregion werden demzufolge auch die vielen kleinteiligen Industriekultur-Projekte identifiziert. Diese Projektgruppen, Vereine, kleine Museen, lokalen Initiativen, etc. solle man im Rahmen der Industriekulturansätze in Mitteldeutschland verstärkt „abholen“.

Die vielfältige industriekulturelle Basis im ländlichen Raum von Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen ist ein wesentliches Fundament, betonen einige der Interviewten. Auch wenn im Rahmen der Studie „Industriekultur Mitteldeutschland“ die komplexe Basis der Akteur\*innen in der Metropolregion noch nicht vollständig erreicht werden kann, sollte dies in den kommenden Jahren nachgeholt werden. Schrittweise sollte die Kommunikation mit den vielen auch kleinteilig organisierten Akteuren ausgebaut werden.

Kritisch sehen die Interviewten die Reduktion der Initiative auf wenige, ausgewählte „hochglanzstarke Leuchtturmprojekte“. Gefordert wird mittelfristig die schrittweise Entwicklung eines „Industriekultur-Möglichkeitsraumes“ in der gesamten Metropolregion. Dies gelinge durch eine Breitenförderung vieler Standorte. Dieser Aspekt ist auch dann wesentlich, wenn man vor Ort noch nicht definieren konnte, welche konkrete Nutzung eines Standortes denkbar ist. Es geht darum, die Sanierung historischer Industriebauten zunächst vor allem als Substanzerhalt zu verstehen. Durch die geförderte Anfangs- und Sicherungssanierung vieler Standorte, finanziert bspw. über das Kohleausstiegsgesetz / Strukturstärkungsgesetz, gewinnt man bei der Suche nach Nachnutzungen wertvolle Zeit.

## 2.3 Fokus Tourismus

Im Rahmen der Analysephase für das Arbeitspaket Tourismus wurden umfangreiche Recherchen durchgeführt sowie eigene Erhebungen und Auswertungen vorgenommen. Zu den umgesetzten Aktivitäten zählen:

- ▶ Auswertung vorhandener **Daten, Materialien, Leitfäden und Marktforschungsstudien** zum Thema Industriekultur und damit verbundener Tourismussegmente
- ▶ Auswertung der **Tourismusstrategien** der Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen sowie der Regionen/Destinationen im Untersuchungsgebiet
- ▶ **Fachgespräche** v. a. mit Vertreter\*innen von Tourismusorganisationen auf Bundesland- und Destinationsebene im mitteldeutschen Raum (insgesamt Gespräche mit 13 Personen mit dem Fokus Industriekultur und Tourismus)
- ▶ Durchführung einer standardisierten **Online-Befragung** von industrietouristischen Einrichtungen (Stichprobengröße: 53 Einrichtungen von insgesamt 199 angeschriebenen Einrichtungen)
- ▶ Analyse des **Wettbewerbsumfelds** und der **Marktanforderungen** an industrietouristische Angebote
- ▶ Analyse ausgewählter relevanter **Trends im (Kultur-) Tourismus** und Ableitung ihrer Bedeutung für das Thema Industriekultur als touristisches Thema bzw. Motiv
- ▶ **Bestandsaufnahme** und Analyse der industrietouristischen Substanz im Untersuchungsgebiet (Gebiet der „Innovationsregion Mitteldeutschland“)
- ▶ Zusammenstellung einer **Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse** zum aktuellen Status quo des tourismusrelevanten industrikulturellen Angebots

Die Darstellung sämtlicher Ergebnisse in diesem Bericht würde den Rahmen sprengen. Daher werden an dieser Stelle nur ausgewählte Erkenntnisse hervorgehoben, während die Details ausführlich im Anhang zu finden sind. Dort werden sie strukturiert nach Analyse-Bausteinen dargestellt.

### 2.3.1 Touristische Bedeutung der Industriekultur

#### Erkenntnisse aus der Marktforschung

Zur Bedeutung des Themas Industriekultur und damit zusammenhängender Teilbereiche liegen in begrenztem Umfang Studien und Marktforschungserkenntnisse vor. Diese beziehen sich aus nachvollziehbaren Gründen insbesondere auf das Ruhrgebiet. Darüber hinaus beauftragten die Bundesländer Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen 2018 eine Sonderstudie zur Industriekultur, die aufgrund von Gebietsüberschneidungen und der grundsätzlichen Ähnlichkeit zumindest teilweise Rückschlüsse auf den mitteldeutschen Raum zulässt. Eigene themenverwandte Studien speziell zum

mitteldeutschen Raum selbst existieren bislang nicht. Die wichtigsten Schlussfolgerungen aus der Auswertung der genannten Studien lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- ▶ **Großes Interessenpotenzial:** Repräsentative Befragungen belegen, dass sich beträchtliche Teile der deutschen Bevölkerung grundsätzlich für Sehenswürdigkeiten und Besuchereinrichtungen interessieren, die sich mit der Geschichte und den Zeugnissen der industriellen Entwicklung in Deutschland und ihrer gesellschaftlichen Bedeutung auseinandersetzen. Insbesondere für den Tagestourismus ist dies ein attraktives Thema. Nachgewiesen wurde zudem, dass das Interesse mit zunehmender Nähe zu stark industriell geprägten Räumen zunimmt.

Daraus lässt sich schlussfolgern, dass von der eigenen Bevölkerung in Mitteldeutschland aufgrund des persönlichen Bezugs das größte Besucherpotenzial ausgeht.

- ▶ **Schwaches Industriekultur-Image von Mitteldeutschland:** Die Ergebnisse einer Befragung für Sachsen deuten an, dass der mitteldeutsche Raum nach außen erhebliche Imagedefizite im Zusammenhang mit dem Begriff Industriekultur hat. Das Beispiel Sachsen zeigt, dass nur eine sehr begrenzte Zahl von Menschen den Raum überhaupt mit Industriekultur in Verbindung bringt. Bessere Werte lassen sich mit Einzelthemen wie Eisenbahn oder dem Automobil erzielen. Einzig das Ruhrgebiet hat sich beim Thema Industriekultur nachweisbar etabliert.

So stellt die Verbindung von industriegulturellen mit massentauglichen touristischen Themen wie Kultur im Allgemeinen, Radtourismus, Wandern, Naturerlebnis oder Kulinarik die vermutlich erfolgsträchtigste Strategie für die Produktentwicklung und Vermarktung im mitteldeutschen Raum dar.

- ▶ **Industriekultur als Motiv ist selten reiseauslösend:** Industriegulturelle Themen im engeren Sinne bilden für privat motivierte Übernachtungsreisen nur in Ausnahmefällen den eigentlichen Reiseanlass. Meist ist die Nutzung entsprechender Angebote eine neben anderen Beschäftigungen während des Aufenthalts. Höher ist die Relevanz des Industriegulturmotivs im Tagestourismusbereich.

Wichtig ist es daher, die Informationen über industriegulturelle Angebote breit zu streuen und mit anderen Themen und den touristischen Destinationen im mitteldeutschen Raum zu verknüpfen. Reiseauslösend kann die Industriekultur insbesondere im Falle außergewöhnlicher und hochwertiger Ankerangebote sein (z. B. Zeche Zollverein in Essen) oder über hochkarätige Events, die in Industriegulturen stattfinden.

### **Ausgewählte Ergebnisse aus den Fachgesprächen und der Online-Befragung**

Die Erkenntnisse aus der Analyse der Marktforschungsstudien zur touristischen Bedeutung der Industriekultur wurden durch Fachgespräche mit Vertreter\*innen von Tourismusorganisationen und eine Online-Befragung von mitteldeutschen Freizeit- und Kultureinrichtungen mit Industriekulturbezug vertieft.



▶ **Industriekultur spielt für die touristische Produktentwicklung und das Marketing der Tourismusorganisationen bisher eine eher nachgeordnete Rolle:**

Die Fachgespräche bestätigten zwar in den meisten Fällen, dass die Industriekultur durchaus ein attraktives touristisches Thema darstellen kann. Im Verhältnis zu anderen Themen wie Radfahren, naturorientierten Aktivitäten oder weiteren kulturellen Themen (z. B. Luther) oder Erholung am Wasser spielt sie jedoch eine eher nachgelagerte Rolle oder wird teilweise – je nach engerer oder weiterer Begriffsauslegung – als „Nischenthema“ mit begrenzter Zielgruppe bezeichnet. Die in der Online-Befragung beteiligten Besuchereinrichtungen bestätigten dies insofern, als sie den fehlenden Stellenwert des industriekulturellen Angebots in der touristischen Vermarktung beklagen.

In den meisten Fällen stellt die Industriekultur, so die Gesprächspartner\*innen, eine Facette des Kulturtourismus dar und wird dort neben anderen kulturellen Themen dargestellt. Eine aktive Vermarktung oder stärkere Fokussierung erfolgt derzeit nur in einzelnen Regionen mit ausgeprägter Angebotsdichte in diesem Segment, wie in der WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg. Dort, wo dies noch nicht erfolgt, verweisen die tourismusfachlichen Gesprächspartner\*innen auf die häufig noch nicht ausreichende Basisqualität industriekultureller Einrichtungen oder das Fehlen herausragender und anziehungsstarker Angebote. Dies stehe einer verstärkten touristischen Vermarktung im Wege. Gleichwohl beobachten viele eine steigende Bedeutung des Themas und unterstützen seine Weiterentwicklung, weil hier noch beträchtliche Entwicklungspotenziale gesehen werden. Auch in der Online-Befragung findet sich die Einschätzung des enormen Entwicklungspotenzials wieder.

▶ **Die Ausstrahlung der Industriekultur erreicht derzeit v. a. ein regionales Einzugsgebiet und die einheimische Bevölkerung:**

Die Gesprächsbeteiligten beobachten, dass das Thema aktuell vor allem die einheimische Bevölkerung sowie die Personen in einem regionalen Einzugsgebiet anspricht und zu Tagesausflügen motiviert. Dies habe insbesondere mit der persönlichen Betroffenheit und dem Bezug zur eigenen Heimat zu tun. Als Reiseanlass für Gäste aus darüber hinaus gehenden Gebieten wird die Industriekultur in Mitteldeutschland nur im Zusammenhang mit ausgewählten Besuchereinrichtungen (z. B. Bauhaus-Museum), besonderen Aktionen oder Events wahrgenommen. Für ein überregionales Einzugsgebiet sei das industrietouristische Angebot in der Fläche nicht anziehungsstark genug. Dies bestätige auch die Marktforschung, die industrietouristische Themen weniger als Reiseanlass sehe, sondern als eine mögliche Freizeitbeschäftigung während eines Aufenthalts.

▶ **Die vielfältigen Ausprägungsformen der Industriekultur lassen sich auf der Ebene Mitteldeutschland nicht unter einem eindeutigen Alleinstellungsmerkmal zusammenfassen:**

Die Industriekultur als Begriff, so die Rückmeldung von Gesprächsbeteiligten aus Mitteldeutschland, werde eindeutig mit dem Ruhrgebiet verbunden, welches aufgrund jahrzehntelanger Bemühungen bereits auf eine hohe Angebotsqualität und

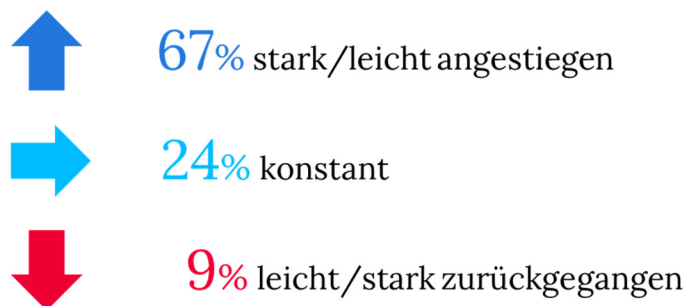


langjährige Tradition in der touristischen Vermarktung zurückblickt. Mit Mitteldeutschland werde hingegen der Dachbegriff „Industriekultur“ gästeseitig überhaupt nicht assoziiert und destinationsseitig auch nicht darüber vermarktet. Ohnehin wird die Eignung der „Industriekultur“ als Vermarktungsthema generell in Frage gestellt, da der Begriff „Industrie“ eher negative Assoziationen wecke und schon gar nicht mit Freizeit oder Urlaub in Verbindung gebracht werde. Auf der anderen Seite werden jedoch bereits viele Teilbereiche/Themen der Industriekultur kommuniziert. In den Gesprächen wurde deutlich, dass die Angebotsfacetten Mitteldeutschlands sehr vielschichtig sind. Während es im Harz zum Beispiel v. a. um das Thema Bergbau gehe, arbeiten andere Regionen mit Themen wie Salz (-gewinnung), Dampflokomotive, Mühlen, Bauhaus, Architektur oder Technik im Allgemeinen. Einem gemeinsamen industrietouristischen Thema als Klammer, so die Überzeugung der Gesprächsbeteiligten aus dem Tourismus, lasse sich ganz Mitteldeutschland nicht zuordnen. Auch gebe es kein gemeinsames Alleinstellungsmerkmal, welches der gesamten Region gerecht würde. Die Begriffe „Wandel“ und „Folgelandschaft“ kämen diesem Anspruch am nächsten, sind jedoch mit Blick auf Gäste nur begrenzt anziehungskräftig. Vielmehr gebe es Teilräume mit unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten.

► **Grundsätzlich wird der Industriekultur eine steigende Wahrnehmung und Bedeutung attestiert:**

Die in der Online-Befragung beteiligten Besuchereinrichtungen berichteten, dass das Interesse der Nachfrager\*innen an Industriekultur in Mitteldeutschland in den letzten Jahren gestiegen ist. Dies lasse sich u. a. auch an leicht bis stark steigenden Besucher\*innenzahlen (vor der Corona-Pandemie) festmachen.

Frage: Wie haben sich ihre Besucher\*innenzahlen im Zeitraum 2014 bis 2019, also vor der Corona-Pandemie, entwickelt?



Quelle: Online-Befragung Einrichtungen/Angebote der Industriekultur, n = 53

**Abbildung 2: Positive Besucherentwicklung in den letzten Jahren**

Die Gespräche mit den Touristiker\*innen ergaben, dass die Industriekultur als touristisches Thema durchaus eine steigende Bedeutung erfährt. Diese positive Entwicklung führen sie jedoch u. a. auf den steigenden Stellenwert des Strukturwandels in der Politik und das damit verbundene finanzielle Engagement in diesem Feld zurück. Dies werde insbesondere durch die vergangenen Veranstaltungen



(Tage der Industriekultur) oder Themenjahre bewusst vorangetrieben. Demzufolge nehmen auch die (Förder-)Aktivitäten zur Steigerung der touristischen Attraktivität in diesem Bereich zu. Diese Entwicklung – so die Wahrnehmung auf tourismusfachlicher Seite – sei dabei weniger nachfragebedingt, sondern vielmehr politisch gewollt. Dennoch wird diese Entwicklung positiv eingeschätzt, da sie zu einer Ausweitung des touristischen Angebots in den Teilräumen beitrage und zudem ein großes Entwicklungspotenzial bestehe.

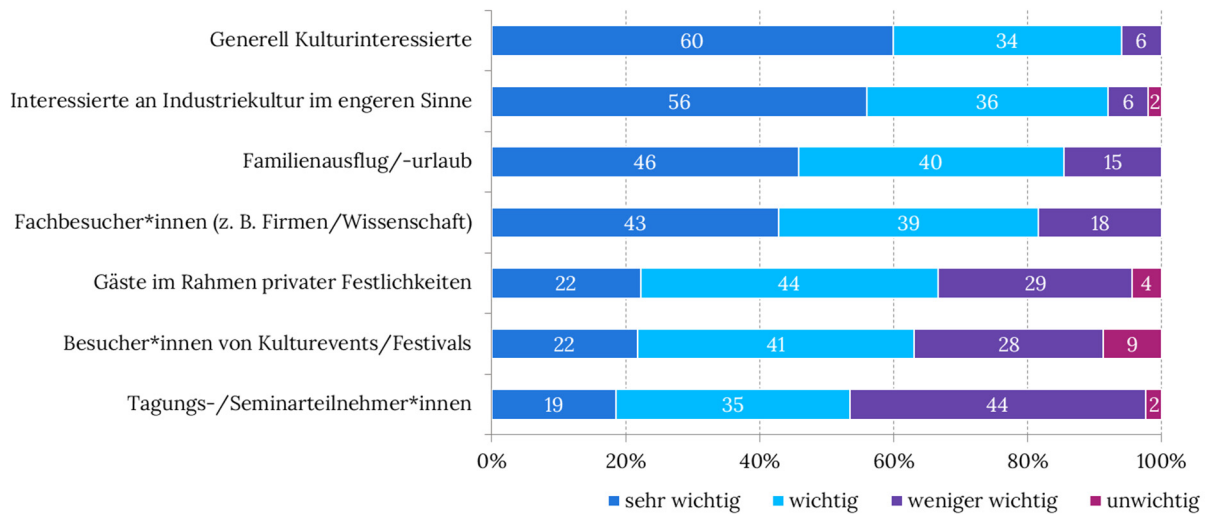
▶ **Das derzeitige touristische Begriffsverständnis von Industriekultur ist noch stark vergangenheitsorientiert:**

Durchaus selbstkritisch merken die Gesprächsbeteiligten an, dass das inhaltliche Verständnis und die Vermarktung der Industriekultur stark mit bereits vergangenen Epochen verknüpft werde. Dabei biete gerade in Mitteldeutschland die Verbindung der Vergangenheit mit der Gegenwart (Stichwort: „Lebendige Industriekultur“) viele spannende Ansätze und steigere damit die touristische Attraktivität. So habe die industrielle Vergangenheit bis heute Einfluss auf die Mentalität der Bevölkerung. Heute noch könne die Industrie besondere Einblicke in Produktion und Technik geben. Die überformte Kulturlandschaft sei in Mitteldeutschland besonders prägend und stehe für eine Region im Wandel. Gleichzeitig wurde diese Landschaft in der näheren Vergangenheit besonders für Freizeit und Tourismus in Wert gesetzt. Über Events oder die Kreativwirtschaft könne das Thema ebenso verjüngt werden und an Attraktivität gewinnen. Industriekultur, so die Botschaft, dürfe nicht nur als Hülle verstanden, sondern müsse stärker in die Gegenwart transportiert werden.

### 2.3.2 Zielgruppen für die Industriekultur

Angesichts der vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten industriekultureller Einrichtungen ist das Zielgruppenspektrum in diesem Themenfeld grundsätzlich sehr breit. Es reicht von Industriekulturinteressent\*innen, generell an Kultur interessierten Menschen oder Familien mit Freizeitmotiven über Besuchergruppen unterschiedlichster Art bis hin zu Fachbesucher\*innen mit speziellen Bildungsinteressen oder Besucher\*innen von Events. Je nach Angebotssituation (Angebot von Gastronomie oder mietbaren Locations oder Seminarräumen) kommen Gäste im Rahmen privater Festlichkeiten oder Tagungs-/Seminarteilnehmer\*innen hinzu. Dies bestätigen auch die Ergebnisse der Online-Befragung. Zu beachten ist, dass jede der in der folgenden Abbildung genannten Zielgruppen unterschiedlich groß ist, abweichende Erwartungshaltungen hat und daher teilweise unterschiedliche Erschließungs- und Kommunikationsstrategien erfordert.





Quelle: Online-Befragung Einrichtungen/Angebote der Industriekultur, n = 53

### Abbildung 3: Bedeutung der Besucher\*innenkategorien

Die Zielgruppe von Personen für die Industriekultur im engeren Sinne wird durch die Touristiker\*innen quantitativ als sehr überschaubar eingeschätzt. Dies bedeutet, dass die Zahl der Menschen, die ausdrücklich und bewusst nach „industriekulturellen“ Erlebnissen suchen, begrenzt ist.

Durch thematische Kombinationen (z. B. mit Radfahren, Wandern, Kulinarik, Baden/Erholung am Wasser) und/oder durch besondere Angebote (z. B. spezielle Ausstellungen, Aktionstage, Erlebnisangebote) lasse sich eine höhere Breitenwirkung und damit Verjüngung des Themas erzielen. Erst dann könnten auch Familien, Gäste mit einem generellen Kulturinteresse oder potenzielle Festivalbesucher\*innen aktiviert werden. Dies müsse auch die Strategie für die Inwertsetzung in Mitteldeutschland sein, wenn eine größere Zahl von Gästen erreicht werden soll, was wiederum für den wirtschaftlichen Betrieb vieler Angebote wichtig wäre.

### 2.3.3 Wettbewerbsumfeld und Marktanforderungen

Ein Blick in den industrietouristischen Markt gibt nicht nur Hinweise darauf, in welchem Wettbewerbsumfeld sich Mitteldeutschland behaupten muss. Die Analyse industrietouristischer Angebote in anderen Regionen zeigt auch interessante Ansätze für die touristische Inwertsetzung der Industriekultur in Mitteldeutschland auf. In diesem Zusammenhang wurden sowohl Regionen, die das Thema touristisch spielen, als auch einzelne industriekulturelle Einrichtungen einbezogen. Dabei wurde zweistufig vorgegangen: Zunächst wurden insgesamt jeweils 14 mögliche Referenzdestinationen und -anlagen recherchiert und als Vorschläge aus der Lenkungsgruppe gesammelt, die einer ersten Überprüfung auf ihre Eignung als mögliches touristisches Vorbild für Mitteldeutschland unterzogen wurden. Hier zeigte sich bereits, dass es nur wenige Regionen gibt, die – wie das

Ruhrgebiet - das Thema Industriekultur in den Vordergrund ihrer touristischen Arbeit stellen. Vielfach wird die Industriekultur gerade auch in der Außendarstellung von anderen Themen überlagert, die offenbar als stärker oder attraktiver eingeschätzt werden. Es sind eher regionale, überregionale oder sogar internationale Netzwerke, die die Industriekultur (auch) touristisch im Fokus haben.

Die finale Auswahl der Benchmarks beruht auf einem ersten gutachterlichen Eindruck im Rahmen der Vorrecherche, u. a. im Hinblick auf den touristischen Stellenwert der Industriekultur (bei Destinationen), die Professionalität bei Angeboten und Vermarktung sowie die Ausstrahlungskraft und Besucher\*innenresonanz. Zudem wurde auf eine möglichst ausgewogene Verteilung der Standorte geachtet, um Anregungen aus verschiedenen Ländern und Himmelsrichtungen aufgreifen zu können. Für die weitere Arbeit wurden somit die folgenden **Regionen und Netzwerke** berücksichtigt:

- ▶ Ruhrgebiet
- ▶ Netzwerk European Route of Industrial Heritage (ERIH)
- ▶ Oberschlesien/Route der Technischen Denkmäler in der Woiwodschaft Schlesien (PL)
- ▶ Steirische Eisenstraße (AT).

Darüber hinaus umfasst die Auswahl die folgenden **einzelnen Einrichtungen**:

- ▶ Bolt Tower Ostrava (CZ)
- ▶ Mining Area of the Great Copper Mountain in Falun/Falun Mine (Ekomuseum Berglaken) (SE)
- ▶ National Museum Wales (GB)
- ▶ Weltkulturerbe Zeche Zollverein
- ▶ Wieliczka and Bochnia Royal Salt Mines (PL).<sup>4</sup>

Aus der Benchmarkanalyse lassen sich verschiedene Marktanforderungen und Hinweise für die touristische Inwertsetzung der Industriekultur ableiten. Dies bedeutet natürlich weder, dass diese Ansätze in Mitteldeutschland nicht auch bereits teilweise vorliegen, noch, dass diese komplett übernommen werden müssten. Es geht darum, richtungsweisende Impulse zu geben.

### **Attraktive Außenpräsentation der Industriekultur**

Damit die Industriekultur von potenziellen Gästen als attraktives touristisches Thema wahrgenommen wird, spielt die entsprechende Präsentation nach außen eine wichtige Rolle. Um die Nachfrager\*innen auf der Suche nach Inspirationen und Informationen für künftige Reisen zu erreichen, ist eine ansprechende und aussagekräftige Online-Präsenz der Industriekultur erforderlich. So wird der hohe Stellenwert der Industriekultur im

---

<sup>4</sup> Quellen der Benchmarkanalyse sind die Websites der genannten Regionen, Netzwerke und Einrichtungen.

Ruhrgebiet beispielsweise durch eine eigene Landingpage unterstrichen. Auf [www.industriekultur.ruhr](http://www.industriekultur.ruhr) finden Interessierte inspirierende Inhalte und relevante Informationen auf einen Blick. Dazu gehören neben den thematischen Höhepunkten in der Region und der verbindenden Route der Industriekultur auch Tipps für bestimmte Zielgruppen (Familien, MICE) und Themenkombinationen.

Zu den Höhepunkten der Industriekultur im Ruhrgebiet gehört auch das UNESCO-Welt-erbe Zeche Zollverein. Es präsentiert sich auf seiner Website selbstbewusst („Die schönste Zeche der Welt“), hochwertig und informativ. Mit ansprechenden, stimmungsvollen und auch bewegten Bildern macht die Einrichtung Lust auf einen Besuch und illustriert die verschiedenen Erlebnismöglichkeiten und Facetten ihres Angebotes. Daneben kommen aber auch umfassende und aktuelle Informationen für Besucher\*innen und Multiplikator\*innen nicht zu kurz.

(Bewegte) Bilder bilden auch für den Internetauftritt der Salzmine „Wieliczka“ eine wichtige Komponente: Fotos, Videos und insbesondere virtuelle Rundgänge geben künftigen Besucher\*innen bereits aus der Ferne die Möglichkeit, in die Atmosphäre des Bergwerks einzutauchen. Virtuelle Besuchsmöglichkeiten bot während des Lockdowns auch das National Museum Wales an. Diese richteten sich ausdrücklich an Schulklassen und ihre Lehrkräfte, waren kostenfrei und in Form von 45-minütigen Workshops zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten aufbereitet. Als weiteren Service stellte das Museum eine praktische Handreichung für die Lehrenden sowie digitale Ergänzungsangebote für die Vor- und Nachbereitung zur Verfügung. Abgesehen von der besonderen Situation des Lockdowns ist bei der Gestaltung virtueller Besichtigungsmöglichkeiten zu beachten, einerseits Lust auf einen Besuch vor Ort zu machen und andererseits nach wie vor Gründe dafür bieten, um nicht mit kostenfreien Online-Angeboten „abgehakt“ zu werden.

Gerade wenn das industriekulturelle Angebot (wie auch in Mitteldeutschland) umfang- und facettenreich ist, empfiehlt sich in der Außendarstellung zudem eine Unterteilung nach Kategorien. So bietet beispielsweise die Europäische Route der Industriekultur ERIH auf ihrer Website Filtermöglichkeiten an, damit Interessent\*innen sich einen gezielten Überblick verschaffen können. Sie können ihre Suche damit beispielsweise auf die „Ankerpunkte“ konzentrieren, also diejenigen Standorte, die als „Meilensteine europäischer Industriekultur“ nicht nur über eine besondere historische Bedeutung verfügen, sondern sich auch durch eine herausragende touristische Attraktivität und Qualität auszeichnen. Auf diese Weise werden die Höhepunkte, auch im Sinne des Gastes, in den Vordergrund gestellt, während die weiteren kleineren Standorte dennoch von der Präsenz profitieren. Zudem ist eine Auswahl nach regionalen Routen und Ländern möglich, die angesichts der Größe des Netzwerkes sehr sinnvoll ist. Interessant ist darüber hinaus die Filtermöglichkeit nach einzelnen Themenrouten, so dass je nach Interessenslage gezielt verschiedene Aspekte der Industriekultur wie Bergbau, Industriearchitektur, industrielle Landschaften oder Wasser gesucht werden können.

Die Online-Präsenz der Industriekultur nach außen beschränkt sich nicht auf inspirierende und informative Websites. Viele der untersuchten Referenzdestinationen und -anlagen nutzen zudem aktiv soziale Netzwerke. Hierbei setzen sie vor allem auf Facebook, seltener und mit geringerer Reichweite auch auf Instagram und Twitter sowie in einigen Fällen eigene YouTube-Kanäle.

## **Touristische Nachfrager\*innen im Mittelpunkt**

Für die touristische Inwertsetzung kommt es darüber hinaus darauf an, die Gäste und Multiplikator\*innen in den Fokus zu nehmen und passende Unterstützungs- und Serviceleistungen für die Planung und Durchführung der Reisen zu bieten. Dies können zum Beispiel individuelle Planungstools für den eigenen Besuch der Industriekulturdestinationen sein, wie sie insbesondere bei größeren Destinationen und Netzwerken mit einem umfangreichen Angebot hilfreich sind. Sowohl ERIH mit „Meine ERIH-Route“ als auch die Route der Technischen Denkmäler in der Woiwodschaft Schlesien mit dem Reiseplaner bieten auf ihren Websites die Möglichkeit, eine Reiseroute nach persönlichen Interessen zusammenzustellen.

Vor allem die einzelnen Einrichtungen fielen zudem durch eine vergleichsweise starke Verkaufsorientierung auf. Sichtbare und einfach nutzbare Online-Buchungsmöglichkeiten sind ein Service für die Gäste und stärken zugleich den Vertrieb. So hat beispielsweise die Falun Mine einen omnipräsenten „Tickets“-Button, der direkt zu den beiden online buchbaren Packages führt. Auch der Bolt Tower, die Salzmine „Wieliczka“, die Museen in Wales<sup>5</sup> und die Zeche Zollverein bieten Tickets und teilweise Führungen zum direkten Kauf an. Generell hat die Corona-Pandemie zu einem Ausbau der Online-Buchungsmöglichkeiten bei Freizeit- und Kultureinrichtungen geführt. Darüber hinaus sind in einigen Fällen auch Souvenirs in Onlineshops erhältlich. Und im Ruhrgebiet kann die (themenübergreifende) WelcomeCard Ruhr in verschiedenen Versionen direkt online erworben werden.

Für Individualreisende, aber auch für touristische Gruppen und Reiseveranstalter halten größere professionelle Freizeit- und Kultureinrichtungen passende Angebote und Serviceleistungen vor. Bei der Zeche Zollverein gibt es in diesem Sinne spezifische Ansprechpartner\*innen nicht nur für Einzelreisende (den Besucherdienst, der Fragen beantwortet und passende Besuchspakete schnürt), sondern auch eine Ansprechpartnerin für B2B-Anfragen. Zudem hat die Ruhr Tourismus GmbH ein verlinktes und direkt buchbares Pauschalangebot für einen Aufenthalt mit Übernachtung auf Zollverein entwickelt. Auch der Bolt Tower (buchbare B2B-Angebote und direkte Ansprechpartnerin) sowie die Salzmine „Wieliczka“ (eigener Bereich und Reservierungsformular für Gruppen) folgen zumindest grundsätzlich diesem Ansatz.

Schließlich unterstützen auch Marktforschung und Strategien dabei, die touristische Besuchserfahrung zu optimieren. Besonders deutlich wird die im National Museum Wales: Hier haben die Verantwortlichen neben ihrer Vision „Inspiring People, Changing Lives“ eine eigene Visitor Experience Strategy und eine Visitor Experience Charta erarbeitet. Wichtige Aspekte darin sind Befragungen von Mitarbeitenden und Besucher\*innen, Servicequalität und Schulungen von Teammitgliedern mit direktem Gästekontakt sowie generell die Basisqualität (u. a. Orientierung, Sauberkeit, Ambiente, gastronomische Verpflegung).

---

<sup>5</sup> Freier Eintritt, pandemiebedingt jedoch Vorausbuchungen erforderlich

### **Inhaltliche Angebotserweiterung und Komplementärangebot: Industriekultur plus**

Wie es auch durch vorliegende Marktforschungsunterlagen und die Fachgespräche bestätigt wurde, reicht die Industriekultur vielfach als eigener Reiseanlass oder Urlaubsinhalt nicht aus. Entsprechend setzen viele Referenzdestinationen und -anlagen auf ein erweitertes Angebot. Verbreitet ist die Kombination mit anderen attraktiven touristischen Themen wie Radfahren oder Kulinarik. Die Ruhr Tourismus GmbH verbindet etwa Industriekultur bereits auf der Landingpage mit Sport und Aktiv (klassisch Radfahren und Wandern oder passend zum Thema Halden-Hügel-Hopping, aber auch Tauchen, Klettern, Mountainbiken u. a.) sowie Kulinarik und Genuss. Auf Zeche Zollverein lassen sich diverse Sportangebote wie Soccer-Golf, eine Parkour-Anlage, ein Schwimmbad oder saisonal eine Eisbahn erleben, stets in industriekultureller Kulisse.

Ebenso bilden kulturelle und wissenschaftliche (Edutainment-) Angebote jenseits der Industriekultur im engeren Sinne einen wichtigen Bestandteil für das Gesamterlebnis in den untersuchten Referenzanlagen. Besonders deutlich wird das wiederum auf Zeche Zollverein, wo zahlreiche Angebote wie Museen, Fotografie, bildende und darstellende Kunst, Konzerte oder die Kulturwerkstatt nur ein Auszug aus dem umfangreichen Repertoire sind. Auch im Bolt Tower gibt es u. a. das Science & Technology Center oder Kunst- und Musikstudios.

Ergänzend, jedoch von hoher Bedeutung zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer und für das Gesamterlebnis finden sich vielfach (meist thematisch passende) Gastronomie- und Übernachtungsangebote. Auf Zeche Zollverein zum Beispiel gibt es neben diversen Cafés und Restaurants in industriekulturellem Ambiente am authentischen Ort seit 2019 auch ein Designhotel mit „Bergbauatmosphäre“. In der Salzmine „Wieliczka“ kann man sowohl unter Tage als auch an der Oberfläche speisen. Übernachtungsmöglichkeiten gibt es ebenfalls sowohl im Untergrund („Slowacki Chamber“) als auch im benachbarten 4 Sterne-Hotel „Grand Sal“.

### **Neue und erweiterte Nutzungsformen**

Vielfach werden industriekulturelle Anlagen und Einrichtungen auch für neue und erweiterte Zwecke genutzt. Dies geschieht entweder parallel zu Aktivitäten mit einem Bezug zur Industriekultur oder auch komplett losgelöst davon. Die Industriekultur bildet in diesen Fällen häufig eine interessante Kulisse für Veranstaltungen oder weitere Nutzungsformen, die nicht einmal einen entfernten Bezug zum Thema aufweisen müssen. Dieser Ansatz trägt zu einer Belebung und letztlich auch zur Erhaltung der Anlagen und Einrichtungen bei.

So wandeln sich industriekulturelle Gebäude und Gelände in vielen Fällen zu Standorten für Kunst, Design, Kultur- und Kreativwirtschaft, Bildung, Tourismus und Freizeit. Anschaulich zeigt sich dies beispielsweise beim Bolt Tower oder der Zeche Zollverein: Hier finden Besucher\*innen ein multifunktionelles Angebot, das über das Thema Industriekultur weit hinausreicht. Im Zentrum stehen häufig eigene und fremde Kulturveranstaltungen. Aber auch Sportliches und weitere Veranstaltungen finden sich im Programm. Auf dem Gelände des Bolt Towers sind es beispielsweise Konzerte, musikalische Shows oder Ballettaufführungen. Zudem sind mit dem HopJump Park, dem Tendon Hlubina

Kletterzentrum oder dem E-Bike-Verleih von externen Kooperationspartnern betriebene Sportangebote vorhanden. Die Zeche Zollverein hat ein sehr umfangreiches Kultur-, Sport- und Erlebnisangebot. Nur beispielhaft stehen dafür neben dem Großevent Extraschicht die Zollverein-Konzerte, Radangebote, Soccer-Golf, das Werksschwimmbad oder im Winter die Eisbahn und Eisstockschießen – vor einer eindrucksvollen Industriekulisse.

Mit der Vermietung für Firmen- und Privatveranstaltungen erschließen viele industriekulturelle Einrichtungen zusätzliche Einnahmequellen, die vielfach abermals auf das besondere Ambiente setzen. So sind in der Salzmine „Wieliczka“ Tagungen, Seminare, Fortbildungen oder Konferenzen mit bis zu 700 Personen ebenso möglich wie große Partys mit mehreren hundert Teilnehmenden oder private Feierlichkeiten. Diverse unterschiedlich große Funktionsräume und moderne Multimediaausstattung bieten zahlreiche Möglichkeiten. Sogar eine unterirdische Kapelle für kleinere Trauungen ist vorhanden. Ähnlich auf Zollverein, wo von kleinen Besprechungsräumen bis zu großen Eventhallen auf insgesamt 18.000 qm Veranstaltungen unterschiedlichster Art realisierbar sind. Ausdrücklich angepriesen wird hier das besondere Ambiente: „Atmosphärisch und erlebnisstark – Events auf dem Welterbe Zollverein bleiben im Gedächtnis.“

### **Interaktion und spielerische Elemente**

Mitmachangebote und spielerische Elemente haben eine hohe Bedeutung, um die Industriekultur direkt erfahren und aktiv erleben zu können. Diese Angebote integrieren häufig digitale Elemente und sind nicht nur für Kinder und Familien interessant. So bietet etwa das Minenmuseum von Falu Gruva interaktive Ausstellungen für Jung und Alt. Hier lässt sich zudem das Leben unter Tage „ausprobieren“, u. a. durch Klettern auf Minenleitern, Fühlen des Gewichts von Kupfererz, Entstehung von Gestein aus verschiedenen Mineralien. Die Zeche Zollverein punktet mit einem umfangreichen Mitmachangebot, darunter die Familienschicht in der Mitmachzeche für kleinere Kinder, in der spielerisch die Arbeitsabläufe in der Zeche vermittelt werden (u. a. Aufbau eines Stollen, Reparatur eines Förderwagens, Kennenlernen der Bergmann-Werkzeuge), die interaktiven Handy-Rallyes für ältere Kinder und Jugendliche in mehreren Sprachversionen mit Quizfragen, Such- und Sortieraufgaben sowie Informationen und die digitale Schnitzeljagd, bei der die (erwachsenen) Besucher\*innen spielerisch die Zeche entdecken, Aufgaben lösen und Fotomotive finden. Das National Museum Wales bietet ebenfalls zahlreiche Lern- und Informationsangebote für Kinder unterschiedlicher Altersgruppen und Erwachsene, die digital zu Hause bzw. in der Schule oder vor Ort erlebt werden können. Hierunter finden sich beispielsweise ein Paket zu Wetter- und Gartenaktivitäten im National Museum Cardiff (u. a. Bau einer Wetterfahne, Bau eines Regenmessers, Herstellung eigener Saatgutpflanzgefäße) und ein Workshop im Big Pit National Coal Museum, in dem Schüler\*innen unter Einbindung von Liedern, Bewegungen und Kunst nacherleben können, wie früher ohne Waschmaschinen und weitere Elektrogeräte der Kohlenstaub aus der Kleidung der Bergleute entfernt wurde.

Auf Destinations- bzw. Netzwerkebene gibt es im Ruhrgebiet ein Mal- und Geschichtsbuch, das für knapp 6 € erworben werden kann. Es verspricht eine „farbige Entdeckungsreise“, erzählt kurze, anschauliche Geschichten und enthält 26 Malvorlagen, die von Zeichner\*innen gestaltet wurden, die selbst eng mit der Region verbunden sind. Gestartet

wurde die Aktion zunächst online zu Beginn der Corona-Pandemie. Malvorlagen zum Download und kurze Videos (als Lehrmaterial) bietet auch die Oberschlesische Route der Technischen Denkmäler. Darüber hinaus gibt es auf der Website ein thematisches Quizspiel, an dem Interessierte alleine oder auch als Gruppe teilnehmen können, sowie eine Rallye auf den Spuren historischer Persönlichkeiten.

### **Vernetzung mit der Region und ihren Unternehmen, Lobbyarbeit und Engagement für eine lebendige Industriekultur**

Die Benchmarks geben nicht nur Anstöße für die Ansprache von Tages- und Übernachtungsreisenden, sondern zeigen auch, welche Bedeutung teilweise Einheimischen und Unternehmen aus der Region als Anspruchsgruppen der Industriekultur und ihrer Einrichtungen beigemessen wird. Damit tragen die Aktivitäten zur Identitätsstiftung mit der Region und ihrer industriekulturellen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft bei. Zudem wird Lobbyarbeit für eine lebendige Industriekultur betrieben. So arbeitet der Verein Steirische Eisenstraße daran, die wirtschaftliche und kulturelle Entwicklung in der Region unter Berücksichtigung des montanhistorischen Erbes zu fördern. Ziel ist es u. a., zur Stärkung des regionalen Selbstbewusstseins und zur Auseinandersetzung mit aktuellen und künftigen Entwicklungen anzuregen. Im Rahmen eines EU-geförderten Projektes hat der Verein beispielsweise zehn Gründe für eine lebendige Industrie- und Bergbaukultur erarbeitet:

- ▶ Lebendige Industriekultur ist ein Alleinstellungsmerkmal.
- ▶ Lebendige Industriekultur macht Geschichte erlebbar.
- ▶ Lebendige Industriekultur hilft, Fachkräfte für die Industrie zu sichern.
- ▶ Lebendige Industriekultur ist attraktiv für den Tourismus.
- ▶ Lebendige Industriekultur stiftet Identität und schweißt zusammen.
- ▶ Lebendige Industriekultur schafft Image und unterstützt Standortmarketing.
- ▶ Industriekultur gestaltet Orte.
- ▶ Lebendige Industriekultur fördert den Pioniergeist.
- ▶ Lebendige Industriekultur gibt Wissen weiter.
- ▶ Lebendige Industriekultur begleitet den wirtschaftlichen Wandel.

Diese Argumente sollen unterschiedliche Anspruchsgruppen aus Industrie und Wirtschaft, Verwaltung und Politik, Kultur, Bildung und Vereinswesen sowie die regionale Bevölkerung dazu motivieren, aktiv an dieser Kultur teilzunehmen. Zur Kommunikation der zehn Gründe hat der Verein diese als „IKISTE“ zusammengefasst: in Form eines Würfels, der auch zum Ausdrucken und Zusammenbauen zur Verfügung steht.

Das Beispiel zeigt, welchen Mehrwert eine lebendige Industriekultur gerade auch für die Unternehmen in der Region leisten kann. Dem vielfach wenig attraktiven Image einer „alten Industrieregion“ können mit einer Lebendigen Industriekultur neue und positive Aspekte entgegengesetzt werden, die zu einer Imageverbesserung beitragen und die Attraktivität der Region damit auch für Unternehmen, Investor\*innen und Fachkräfte erhöhen.

Lebendige Industriekultur kann zudem das Interesse potenzieller Nachwuchskräfte an der Industrie als Arbeitsplatz wecken.

Auf der Seite der Einrichtungen unterstützt die Zusammenarbeit mit Unternehmen und weiteren Partner\*innen dabei, die Industriekultur bzw. die zugehörigen Gebäude mit Leben zu füllen (s. auch neue und erweiterte Nutzungsformen) und zusätzliche Finanzierungsquellen zu erschließen. So haben sich auf dem Gelände der Zeche Zollverein beispielsweise insgesamt rund 150 Unternehmen angesiedelt. Mehr als 90 davon mit rund 500 Beschäftigten finden sich im „ZukunftsZentrumZollverein – Triple Z“, zwölf industriehistorischen Gebäuden auf dem Gelände der Zeche. Am „Zukunftsstandort Zollverein“ werden zudem vermehrt Start-ups gegründet. Darüber hinaus engagieren sich für die Zeche Zollverein diverse Förderer\*innen, die ihre Aktivitäten mit oder ohne konkreten Projektbezug fördern oder in anderer Weise mit der Einrichtung kooperieren. Dazu gehören insbesondere Ministerien, Verbände und Stiftungen.

Beachtliche Erfolge beim Fundraising weist das National Museum Wales aus. 1,6 Mio. Pfund konnten im Jahr 2019/20 erzielt werden, zudem Zusagen für die kommenden Jahre über mehr als 3 Mio. Pfund. Für die Beteiligung der regionalen Wirtschaft an der Arbeit des Museumsnetzwerkes wurden auch mehrere Business-Frühstücke und ein Galadinner veranstaltet. Unternehmen können sich beispielsweise in Form von Partnerschaften, Sponsoring und Firmenmitgliedschaften verschiedener Kategorien für die Museen engagieren. Die Durchführung sämtlicher Fundraisingaktivitäten übernahmen eigene Angestellte.

ERIH bietet ebenfalls Vereinsmitgliedschaften auch für Unternehmen und Organisationen an, erschließt damit Finanzquellen und schafft Kooperationsansätze mit der Wirtschaft. Firmen zahlen hierfür 500 € jährlich. Darüber hinaus finanzieren einige der betrachteten Benchmarks ihre Aktivitäten über (EU-)Projektförderung, so beispielsweise ERIH, der Bolt Tower oder die Steirische Eisenstraße.

### **Fazit der Benchmarkanalyse**

Die Recherche und Analyse der ausgewählten Benchmarks zeigt, dass die Industriekultur auf regionaler Ebene nur in Einzelfällen so stark in den Vordergrund gestellt wird, wie es im Ruhrgebiet der Fall ist. Überregional und/oder einrichtungsübergreifend sind es Netzwerke wie ERIH oder die Route der Technischen Denkmäler, die sich auf das Thema fokussieren. Wertvolle Impulse und zeitgemäße Ansätze zur touristischen Inwertsetzung der Industriekultur finden sich häufig bei einzelnen starken industriekulturellen Einrichtungen.

Die Analyse zeigt viele Möglichkeiten auf, wie Mitteldeutschland die Industriekultur künftig stärker voranbringen kann. Eine zentrale mitteldeutsche touristische Plattform oder Landingpage für die Industriekultur existiert bisher nicht, und auch auf den Websites der Landestourismusorganisationen in Sachsen-Anhalt und Thüringen ist die Industriekultur nur am Rande oder gar nicht sichtbar. In Sachsen wird das ReisetHEMA Industriekultur für interessierte Nachfrager\*innen ausdrücklich aufgeführt, zusätzlich auch noch in Form von Sub-Themen bzw. unter anderen Überschriften wie Bahn-Nostalgie oder UNESCO-Welterbe (Montanregion Erzgebirge). Es besteht bisher keine Möglichkeit, sich zentral zu



informieren und die Angebote der Industriekultur in Mitteldeutschland gebündelt zu entdecken oder gar zu buchen. Die einzelnen Einrichtungen in der Region sind naturgemäß touristisch sehr unterschiedlich aufgestellt. Es lässt sich aber festhalten, dass hier insgesamt noch ein deutliches Potenzial für die touristische Inwertsetzung vorhanden ist und die gesammelte Professionalität der Benchmarks als Vorreiter ihrer Art lange nicht erreicht wird (s. Kapitel 2.3.5). So wird aus der Online-Befragung deutlich, dass unter den (Erlebnis-) Angeboten bisher klassische Führungen und Dauerausstellungen dominieren. In vielen Einrichtungen sind die Budgets, mit denen Marketing betrieben werden kann, sehr niedrig. Eigene Websites sind zwar fast überall vorhanden, in vielen Fällen jedoch wenig zeitgemäß, inspirierend oder auch vertriebsorientiert. Für einen Beitrag zur Finanzierung sollten neben Projektförderungen auch Unterstützungsmöglichkeiten regionaler (Industrie-) Unternehmen geprüft werden. Hier gilt es, die möglichen Vorteile einer Lebendigen Industriekultur für Unternehmen und Region herauszustellen und mit geeigneten Formaten potenzielle Unterstützer\*innen aus der Wirtschaft zu identifizieren und anzusprechen.

### 2.3.4 Trends im Kulturtourismus

Für die strategische Erschließung der industriekulturellen Potenziale in Mitteldeutschland sind ausgewählte (kultur-)touristische Trends mit einer hohen Bedeutung für die Industriekultur in Mitteldeutschland einzubeziehen.<sup>6</sup> Dies gilt insbesondere für die Angebotsentwicklung und die Vermarktung.

#### Qualität

Die Nachfrager\*innen sind immer reiseerfahrener, besser informiert und entsprechend anspruchsvoll. Sie suchen Qualität in Ausstattung und Service, wobei dies nicht zwingend Luxus bedeutet. Es geht vielmehr um ein qualitativ hochwertiges und stimmiges Angebot zu einem angemessenen Preis. Dabei können die spezifischen Erwartungen an die Qualität auch abhängig von der jeweiligen Zielgruppe sein. Entscheidend ist hier, die gesamte touristische Servicekette mitzudenken. So reicht beispielsweise die hohe Qualität des Museumsbesuches für das perfekte Gesamterlebnis nicht aus, wenn sich in der Umgebung keine passende Gastronomie oder Unterkunft findet. Die Teilnahme an Qualitätsinitiativen spielt bei der Qualitätsentwicklung, richtig eingesetzt, nach wie vor eine wichtige Rolle und wirkt sich auch positiv auf die subjektiv wahrgenommene Qualität aus, was sich wiederum in einer besseren Online-Reputation niederschlägt. Mit Besonderheiten, die die erwartbare Standardqualität aufwerten, können die Anbietenden ihre Gäste begeistern, etwa durch eine tolle Atmosphäre, komplementäre Angebote wie Genuss und Kulinarik oder überraschende Servicefaktoren.

#### ► **Bedeutung für die Inwertsetzung der Industriekultur in Mitteldeutschland:**

Um im Wettbewerb mit anderen touristischen Angeboten bestehen zu können, müssen die Akteur\*innen verstärkt auf die zielgruppenspezifische Qualitätsentwicklung entlang der gesamten touristischen Leistungskette setzen.

---

<sup>6</sup> Quellen: Zusammenstellung dwif 2021 in Anlehnung an Bayern Tourismus Marketing GmbH 2016, FUR, Institut für Kulturmanagement/projekt2508 2018, Zukunftsinstitut

## Erlebnisorientierung und Authentizität

In ihrem Urlaub oder während ihres Tagesausfluges möchten viele Gäste etwas erleben. Besonders attraktiv sind Erlebnisse, die sich sonst nirgendwo finden oder auf eine andere Weise ganz besonders sind, die bleibende Erinnerungen schaffen und von denen später anderen berichtet werden kann. Das müssen nicht zwingend Erlebnisse der Superlative sein. Viele Gäste suchen auch regionale Besonderheiten und authentische Angebote - von Veranstaltungen in ungewöhnlichen Locations bis hin zu gelebtem Brauchtum und Traditionen. Dabei lernen sie die lokale Kultur oder die Menschen der Region in einer authentischen Art und Weise kennen. Sie möchten sich weniger als Tourist\*innen, sondern mehr wie Einheimische auf Zeit fühlen. Daher empfehlen sich für die Produktentwicklung neben dem Erlebnischarakter auch authentische und möglichst unverwechselbare Angebote vor Ort. In einer Zeit, in der sich Produkte und Dienstleistungen qualitativ immer stärker angleichen, suchen Nachfrager\*innen zunehmend nach anderen Auswahlkriterien. „Weiche“ Komponenten wie Design und Sinngehalt gewinnen ebenso an Bedeutung wie die kreative Verbindung von Produkten und Dienstleistungen. Einzelne Kultureinrichtungen allein sind - wenn überhaupt - meist nur ein einmaliger Besuchsanlass. Um Gäste mehrfach anzulocken, müssen regelmäßig neue Anreize geschaffen werden, beispielsweise über Wechsellausstellungen, Events oder eben Erlebnisangebote. Mit kreativen neuen Angeboten schaffen die Akteur\*innen somit im Idealfall eigene Reiseanlässe, auch für Wiederholungsbesucher\*innen.

### ► **Bedeutung für die Inwertsetzung der Industriekultur in Mitteldeutschland:**

In der touristischen Produktentwicklung und Vermarktung sollten die Akteur\*innen verstärkt daran arbeiten, besondere Erlebnisse zu schaffen und zu kommunizieren, um im Wettbewerb mit anderen Destinationen zu bestehen und den Urlaub oder den Ausflug zur Industriekultur in Mitteldeutschland möglichst unverwechselbar zu machen.

## Inhaltliche Tiefe vs. Erlebnis

Zunehmend erschließt sich der Kulturtourismus Bereiche abseits der klassischen „Hochkultur“. Die klassische Kultur- oder Studienreise verliert zunehmend an Bedeutung. Reine Kultururlaube mit Kultur als Hauptreisemotiv sind deutlich seltener als Reisen, bei denen Kultur nicht im Vordergrund steht, sondern eine interessante Ergänzung darstellt. Kultur wird vermehrt mit anderen Urlaubsformen verknüpft, und der Trend geht in Richtung „Kultur light“ statt „Kultur pur“. Entsprechend lassen sich auch die Zielgruppen für Kultururlaub anhand ihres Erfahrungsgrades sowie anhand des Stellenwertes von Kunst und Kultur auf Reisen unterscheiden.<sup>7</sup> Die Anbietenden stehen vor der Herausforderung, das kulturelle Angebot mit einer hohen Erlebnisqualität zu versehen und den Spagat zwischen inhaltlicher Tiefe und Unterhaltung zu meistern.

---

<sup>7</sup> Pröbstle 2014



► **Bedeutung für die Inwertsetzung der Industriekultur in Mitteldeutschland:**

Unterschiedliche Zielgruppen haben spezifische Anforderungen an das Kulturerlebnis im Urlaub. Für die Produktentwicklung müssen die Akteur\*innen daher die jeweiligen Bedürfnisse gut kennen und berücksichtigen (s. Kapitel 4.2.3 und 4.2.7). Je nach Zielgruppe können passgenaue Angebote und entsprechendes Marketing ausschlaggebend oder zumindest teilweise relevant für die Reiseentscheidung sein. Zudem spielt in diesem Bereich die Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Kultur eine wichtige Rolle.

### **Ländlicher Raum und Entdeckungen abseits der klassischen Pfade**

Regionalisierung und Lokalisierung bilden einen Gegentrend zur Globalisierung. Die Begriffe stehen jedoch nicht im Gegensatz zueinander, sondern im Gleichgewicht. In der „glokalisierten Welt“ ist keine Destination so weit weg, als dass sie nicht erreichbar wäre. Gleichzeitig rückt die nahe Umgebung wieder in den Fokus der Reisenden. Die Reisenden suchen nach Authentizität und Regionalität, Entschleunigung und Entfaltungsmöglichkeiten. Hier spielt zudem die Urbanisierung (Rurbanisierung) eine Rolle: Obwohl die meisten Menschen in Städten leben, wächst die Sehnsucht nach dem Landleben. Durch die Pandemie hat sich zudem der Zuzug in die Metropolen abgeschwächt. Rurale Räume ziehen immer stärker individualisierte und kreative Lebensmodelle an. Neue Impulse kommen zunehmend aus der „progressiven Provinz“, nicht zuletzt ermöglicht durch das ortsunabhängige (remote) Arbeiten.

Von diesen Entwicklungen kann auch der Kulturtourismus im ländlichen Raum profitieren, der lange fast ausschließlich ein urbanes Thema war. Mittlerweile entdecken zunehmend auch ländliche Regionen das Potenzial für sich – auch, weil „neue“ kulturtouristische Zielgruppen auf der Suche nach Angeboten abseits der klassischen Pfade („off the beaten tracks“) sind. Günstig ist dies vor allem für hochkarätige Geheimtipps und authentische Kulturformate in Kleinstädten und im ländlichen Raum.

► **Bedeutung für die Inwertsetzung der Industriekultur in Mitteldeutschland:**

Damit industriegulturelle Einrichtungen von diesen Entwicklungen profitieren, sollten die Chancen gezielt erschlossen werden: Entscheidend sind neben der zielgruppenspezifischen Angebotsqualität entlang der gesamten Leistungskette (s. o.) die Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen und spannenden Produkten für Gäste aus dem urbanen Raum und mit einem Bezug zu den genannten Entwicklungen. Hierfür ist die enge Zusammenarbeit von Touristiker\*innen und Kultur- und Kreativschaffenden erforderlich. Da sich „Geheimtipps“ vielfach über soziale Medien verbreiten, ist „Instagrammability“<sup>8</sup> durchaus von Vorteil. Für die Erschließung urbaner Zielgruppen ist zudem eine gute öffentliche Anbindung hilfreich.

---

<sup>8</sup> Instagram-Tauglichkeit, d. h. Eignung des Inhalts/Objekts als Bildmotiv für eine aufmerksamkeitsstarke Präsentation auf der Plattform Instagram

## Digitalisierung

Der Megatrend Digitalisierung hat sich durch die Corona-Pandemie weiter verstärkt. Digitalisierung umfasst mehr als eine eigene Internetseite und Onlinemarketing. Sie wirkt sich auch stark auf das Kommunikations- und Informationsverhalten der Kundschaft aus. Anhaltende Zuwächse beim Internetzugang und insbesondere bei der mobilen Internetnutzung tragen dazu bei, dass das Internet immer mehr zur Reiseinformation und -buchung genutzt wird. Wer hier nicht sichtbar und idealerweise auch buchbar ist, existiert für viele Nachfrager\*innen einfach nicht. Viele technische Neuerungen setzen darüber hinaus „Open Data“ voraus. Open Data sind Daten, die für alle ohne Einschränkung zugänglich sind und nach Belieben genutzt und weiterverwendet werden dürfen. Nur wenn Anbieter\*innen die Informationen zu ihren Einrichtungen auch frei und strukturiert zur Verfügung stellen, können sie künftig auch optimal von ihren potenziellen Kund\*innen gefunden werden. Auf Bundesebene und auf der Ebene der Länder wird gerade dieses Thema derzeit intensiv vorangetrieben, um eine optimale Datennutzbarkeit zu gewährleisten.<sup>9</sup> Vor Ort bietet die Digitalisierung zudem zahlreiche Möglichkeiten, die Industriekultur zeitgemäß und anschaulich beispielsweise mittels Augmented oder Virtual Reality zu inszenieren.

### ► **Bedeutung für die Inwertsetzung der Industriekultur in Mitteldeutschland:**

Die touristischen Angebote der Industriekultur in Mitteldeutschland müssen online sichtbar, attraktiv präsentiert und komfortabel buchbar sein. Mit digitalen Anwendungen in den Einrichtungen verbessern die Akteur\*innen das Besucherlebnis und die Vermittlung der Industriekultur.

## Änderungen des Reiseverhaltens im Kontext der Pandemie

Zumindest kurz- und mittelfristig haben sich aus den Entwicklungen der Corona-Pandemie Chancen für die touristische Erschließung der Industriekultur in Mitteldeutschland ergeben. Bevorzugt wählen die Nachfrager\*innen derzeit Nahziele in Deutschland oder Nachbarländern, die erdgebunden erreichbar sind und auch ein höheres Sicherheitsgefühl bieten. Der Wunsch nach Sicherheit und Abstand führt zudem dazu, dass Menschenansammlungen und Großstädte eher noch gemieden werden und Ziele mit einem starken Naturfokus sowie Aktivitäten im Freien deutlich an Attraktivität gewonnen haben. Wie sich die Corona-Pandemie langfristig auf das Reiseverhalten auswirken wird, ist noch nicht sicher absehbar, zumal einige Signale auch ambivalent sind.

### ► **Bedeutung für die Inwertsetzung der Industriekultur in Mitteldeutschland:**

Mit attraktiven touristischen Angeboten und einer gezielten Vermarktung kann die Industriekultur in Mitteldeutschland von dem zumindest temporär geänderten Reiseverhalten profitieren. Einheimische und Besucher\*innen auf nahen Quellgebieten sind als potenzielle Gäste stärker ansprechbar als vor der Pandemie. In der

---

<sup>9</sup> Informationen hierzu: Bundesebene/DZT ([www.open-data-germany.org](http://www.open-data-germany.org)); Sachsen ([www.sachsen.tourismusnetzwerk.info/digitales](http://www.sachsen.tourismusnetzwerk.info/digitales)); Sachsen-Anhalt ([www.sachsen-anhalt-tourismus.de/datenmanagement-und-open-data](http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de/datenmanagement-und-open-data)) und Thüringen ([www.thueringen.tourismusnetzwerk.info/inhalte/digitales-content](http://www.thueringen.tourismusnetzwerk.info/inhalte/digitales-content))

Kommunikation können die Aspekte Nähe zum Wohnort, Erreichbarkeit, Abstand und Natur verstärkt betont werden. Das Thema Angebotsqualität darf trotzdem nicht vernachlässigt werden. Das gilt bereits unter dem Einfluss der Pandemie, doch die Akteur\*innen müssen sich auf eine verstärkte internationale Wettbewerbssituation einstellen, sobald Auslandsreisen wieder ohne jegliche Einschränkungen möglich sind.

### 2.3.5 Bestandsaufnahme: Umfang, Art und Attraktivität

Der Bestand an (technischen) Denkmälern, (geschützten) Gebäuden und Besuchereinrichtungen, die sich mit der Geschichte und Zeugnissen der industriellen Entwicklung in Mitteldeutschland und ihrer gesellschaftlichen Bedeutung auseinandersetzen, ist in Mitteldeutschland grundsätzlich sehr groß. Im ersten Schritt wurde daher eine Datensammlung aus unterschiedlichen Quellen<sup>10</sup> umgesetzt. Im weiteren Verlauf wurde der so zusammengestellte Erstbestand kontinuierlich im Zuge der Gespräche und weiteren eigenen Analyseaktivitäten ergänzt. Im Ergebnis wurde eine umfangreiche Excel-Datenbank des Bestands im Untersuchungsgebiet zusammengestellt, die sich wie folgt beschreiben lässt:

- ▶ **Überblick und Verortung:** Insgesamt wurden 306 Standorte im vorgegebenen Untersuchungsgebiet „Innovationsregion Mitteldeutschland“ (Altenburger Land, Anhalt-Bitterfeld, Burgenlandkreis, Leipzig, Mansfeld-Südharz, Nordsachsen und Saalekreis und den Städten Halle (Saale) und Leipzig), in einer Rohdatenbank (Excel) erfasst und strukturiert, davon 155 in Sachsen, 141 in Sachsen-Anhalt und 10 in Thüringen. Dieser Bestand wurde um 25 Einrichtungen in den benachbarten Kreisen ergänzt (insb. Landkreis Wittenberg, Stadt Dessau-Roßlau, Landkreis Mittelsachsen, Stadt Chemnitz), da diese eine hohe strategische und/oder touristische Relevanz haben und eine Bewertung und konzeptionelle Weiterentwicklung der Industriekultur ohne diese Angebote fachlich unverantwortlich wäre.
- ▶ **Erfasste Aspekte:** Erfasst wurden zu diesen Einrichtungen je nach Verfügbarkeit folgende Informationen: Bezeichnung, Ort, Landkreis, Bundesland, E-Mail-Adressen, Website (soweit vorhanden), Lagekoordinaten und Träger/Ansprechpartner, ERIH-Zugehörigkeit. Zusätzlich wurden weitere Zusatzmerkmale nach oberflächlicher Sichtung hinzugefügt (z. B. Hauptnutzungstyp, thematische Zuordnung, Ausstellung/Öffnung für Tourist\*innen, touristische Bedeutung, Anzahl der Facebook Follower, Google (Anzahl der Bewertungen und Durchschnittsnote), TripAdvisor (Anzahl der Bewertungen und Durchschnittsnote)).
- ▶ **Herausforderungen für die Bestandserfassung:** Die Bestandserhebung generell und im Anschluss daran die touristische Bewertung gestalteten sich insofern schwierig, als z. B. sehr häufig keine eigenen Internetseiten gefunden werden konnten, in zahlreichen Fällen die aktuelle Nutzung unklar blieb, so dass eine

---

<sup>10</sup> Recherchequellen: u. a. Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Sachsen-Anhalt, industrietourismus.de; www.industriekultur-in-sachsen.de



touristische Einordnung oder Bewertung nicht möglich war. In den Fällen, in denen eigene Internetseiten vorgefunden wurden, variierte die Qualität der Aufbereitung der Informationen sehr stark, wobei in der gutachterlichen Wahrnehmung der Anteil der weniger professionellen Selbstdarstellungen in der Mehrheit war.

- ▶ **Nicht einzuordnende Standorte:** Von den 306 Standorten/Angeboten im Projektgebiet war im Falle von 49 Einrichtungen die derzeitige Nutzung aus der Distanz nicht festzustellen bzw. handelte es sich in zahlreichen Fällen offensichtlich um Leerstände oder Gebäude in ruinösem Zustand. Weitere 37 wurden anderweitig nicht-touristisch gewerblich genutzt (z. B. Verkaufsflächen, Büronutzung) und waren generell nicht zu besichtigen. 11 Einrichtungen unterlagen einer Mischnutzung, d. h. sie wurden gewerblich oder privat genutzt, hatten jedoch teilweise tourismusrelevante Angebote.
- ▶ **Thematische Zuordnung:** Im Bestand der 306 erfassten Standorte dominieren Stätten der Nahrungsmittel(-produktion) (48/16%; darunter allein 28 Mühlen) und Standorte zum Thema Bergbau/Tagebau (45/14%). Weitere wichtige Themenfelder sind Transport/Straßenverkehr/Mobilität (44/14%), Wasserversorgung (23/8%; davon allein 20 Wassertürme), Energiegewinnung/-versorgung/Elektrizität (18/6%), Architektur/Wohnen (17/6%), Papier/Druck (12/4%), Eisen, Stahl, Kupfer und Metall (10/3%), Textil/Kleidung (10/3%) und (Petro-)Chemie (9/3%).
- ▶ **Touristische Nutzung:** Ein weiteres wichtiges Thema ist die Nutzung der erfassten Standorte für touristische Zwecke. Diese ist nur bei einer Teilmenge gegeben; 104 der insgesamt 306 Standorte (34%) haben aufgrund einer gewerblichen oder privaten Nutzung, aufgrund von Leerstand oder ruinösem Zustand allenfalls eine Bedeutung als Anschauungsobjekt, Hülle oder eine Anziehungskraft im Sinne von „Lost Places“. Touristische Informationen sind vor Ort oder im Internet kaum vorhanden. Diese Standorte können daher für die touristische Bewertung oder Inwertsetzung weitgehend unberücksichtigt bleiben.

Bei 27 Standorten handelt es sich um Ausstellungs-/Kulturzentren (Schwerpunkt Leipzig), Standorte, die von Künstler\*innen genutzt werden, Veranstaltungsorte und Eventlocations oder andere Freizeiteinrichtungen (9%). Standorte also, in denen die Industriekultur v. a. eine Funktion als (attraktive) Hülle hat, die Industriekultur gleichzeitig mit Leben gefüllt wird. Weitere 78 Standorte (25%) sind technische Denkmäler oder Mühlen unterschiedlichster Arten, die lediglich von außen betrachtet werden können, darüber hinaus jedoch keine besondere touristische Inwertsetzung erfahren haben. Weitere 18 Standorte (6%) wurden als Zeugnis industriell überformter Landschaften eingeordnet. Dieser Bestand ist jedoch sicherlich nicht vollständig, da hier auch die vielen Seen zu berücksichtigen wären. In den erfassten Fällen handelt es sich weitgehend um nicht inszenierte oder touristisch kaum aufbereitete Landschaften oder Tagebaustätten mit Aussichtspunkten. Darüber hinaus wurden nach einer eigenen Recherche 8 aktive Produktionsstätten oder industrielle Standorte identifiziert, die Besucherführungen anbieten. Stätten, die nur in einem Nebenaspekt des eigenen gewerblichen Schaffens tourismus-



orientiert sind, jedoch Anknüpfungspunkte für den Transport der Industriekultur in die Gegenwart bieten.

Es verbleiben demnach 71 Einrichtungen (d. h. 23% des erfassten Bestands), die eine ausgesprochene Besucherorientierung vorweisen. Davon handelt es sich in 52 Fällen um Museen oder Freilichtmuseen (17%), 8 Anbietende von (Bergwerks-/ Dampf-)Eisenbahn- oder Straßenbahnfahrten (3%), 6 Besucherzentren (2%), 4 Gedenkstätten (1%) und um ein Besucherbergwerk.

### **Bewertung der Bestandsaufnahme**

Trotz eines auf den ersten Blick sehr umfangreichen industriekulturellen Bestands reduziert sich das für den Tourismus relevante Angebot bei genauerer Betrachtung deutlich. Nach Ausschluss der für eine touristische Nutzung kaum geeigneten Angebote verbleiben ca. 100 Einrichtungen unterschiedlichster Typen, unter denen wiederum die Angebotsqualität sehr stark variiert. Es verbleibt nur ein überschaubarer Bestand von hochwertigen Angeboten mit Leuchtturmcharakter. Auffallend ist der hohe Bestand an Industriekulturstätten, die allenfalls als Hülle genutzt werden, jedoch unbedingt für die zukünftige Entwicklung nicht unbeachtet bleiben dürfen, da sich hier hervorragende Kopplungsmöglichkeiten mit (Kultur-)Events und den Kunstschaaffenden und der Kreativwirtschaft ergeben, die die Zielgruppenansprache erweitern, die Attraktivität des Themas insgesamt steigern und die Industriekultur gleichzeitig lebendig und erlebbar machen.

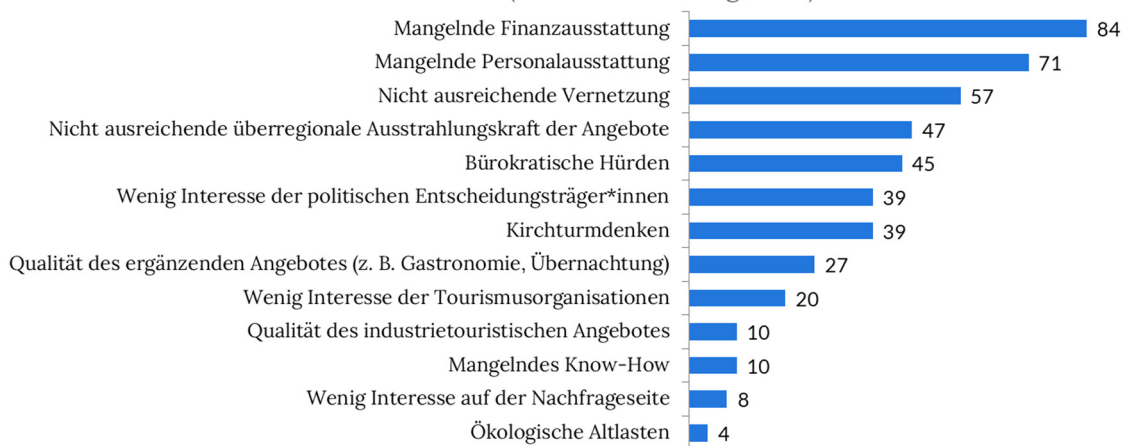
### **Ergebnisse der Online-Befragung**

Wir gehen davon aus, dass die Stichprobe der Online-Befragung den Gesamtbestand in Mitteldeutschland nicht repräsentativ abbildet. Vielmehr ist zu vermuten, dass sich aufgrund der Fragebogengestaltung die Einrichtungen stärker angesprochen fühlten, die Besucher\*innen bereits offenstehen und generell eine ausgeprägte Besucherorientierung aufweisen. Dennoch werden ergänzend zur eigenen quantitativen Bestandsaufnahme ausgewählte Informationen an dieser Stelle wiedergegeben, um die Bewertung der Angebotssituation aus verschiedenen Blickwinkeln zu ermöglichen. An der Befragung beteiligten sich insgesamt 53 Einrichtungen:

- ▶ **Öffnung für die Öffentlichkeit:** 70% der befragten Einrichtungen sind ganzjährig geöffnet, weitere 15% saisonal, der Rest nur an ausgewählten Tagen; 57% der Einrichtungen waren an sechs bis sieben Tagen in der Woche geöffnet.
- ▶ **Trägerschaft:** 37% der Einrichtungen wurden von eingetragenen Vereinen geführt und 36% standen unter einer öffentlichen Trägerschaft. Bei den weiteren Trägerstrukturen handelte es sich um Stiftungen, gGmbHs oder private Träger-schaften
- ▶ **Erlebnisangebote:** Bei den dominierenden Erlebnisangeboten der befragten Einrichtungen handelte es sich um Museen/Dauerausstellungen, Sonderausstellungen, begehbare Außenanlagen (Kultur-)Events und Besucherführungen.

- ▶ **Besucherzahlen:** Die große Mehrheit der Einrichtungen (70%) wies nicht mehr als 10.000 jährliche Besucher\*innen auf.
- ▶ **Marketingbudget:** Das Marketingbudget der Einrichtungen ist äußerst begrenzt: 11% verfügen über keinerlei Werbebudget, 54% verfügen über maximal 5.000 Euro und nur 35% liegen in unterschiedlichen Größenordnungen darüber.
- ▶ **Aktuelle Situation:** Bei den an der Befragung beteiligten Einrichtungen war bei 69% der Fortbestand aufgrund finanzieller Defizite erfreulicherweise nicht gefährdet. Gleichwohl wurde eine mangelnde Personal- und Finanzausstattung von sehr vielen Einrichtungen als Hemmfaktor für die weitere touristische Entwicklung bestätigt.

Frage: Was hemmt ggf. die stärkere Erschließung der industrietouristischen Potenziale in Mitteldeutschland? (Mehrfachnennung, in %)



Quelle: Online-Befragung Einrichtungen/Angebote der Industriekultur, n = 53

#### Abbildung 4: Hemmnisse Finanz- und Personalmangel

Die Sicht der befragten Touristiker\*innen in den Fachgesprächen zur Angebotssituation gestaltet sich wie folgt: In ihrer Wahrnehmung kann das vorhandene Angebot derzeit grundlegende Anforderungen von Gästen vielfach nicht erfüllen. In diesem Zusammenhang werden verschiedene Defizite aufgezählt: schlechte Öffnungszeiten und Erreichbarkeit, dünne Personalausstattung in den Besuchereinrichtungen, fehlende Professionalität beim Management und im Marketing aufgrund v. a. ehrenamtlichen Engagements, fehlende buchbare Produkte, geringe Erlebnis- bzw. Inszenierungsqualität von Ausstellungen oder musealen Einrichtungen bis hin zu fehlendem Komplementärangebot wie Gastronomie und Übernachtungsmöglichkeiten vor Ort oder in unmittelbarer Nähe. Die Industriekultur habe ein großes Entwicklungspotenzial, aber gerade in Mitteldeutschland müsse zunächst noch viel grundsätzliche Entwicklungsarbeit geleistet werden, bevor die Vermarktung der industrietouristischen Angebote auf eine höhere Ebene geführt werden können.



Im Gesamteindruck weist die festgestellte Basisqualität des Angebots hinsichtlich der touristischen Attraktivität noch deutliche Verbesserungsbedarfe auf. Ein Einsatz als touristisches Leitprodukt oder Ankerangebot kommt im derzeitigen Entwicklungszustand nur in wenigen Fällen in Frage.

### 2.3.6 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

Die Kernergebnisse der vorab beschriebenen Analysen werden an dieser Stelle zu einer Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse für das Gebiet der Innovationsregion Mitteldeutschland verdichtet. Ausdrücklich wird darauf verwiesen, dass hier nur tourismusrelevante Aspekte thematisiert werden, die die derzeitige Relevanz der Industriekultur für den Tourismus bewerten und mögliche Chancen und Risiken für eine stärkere touristische Inwertsetzung in der Zukunft aufzeigen. Andere Bereiche (z. B. gesellschaftliche Bedeutung, Forschung) werden hier nicht berücksichtigt, was nicht bedeuten soll, dass diese Bereiche weniger wichtig sind.

Grob auf den Punkt gebracht sind die touristischen Entwicklungsperspektiven des Themas Industriekultur in Mitteldeutschland angesichts der Angebotsdichte und des Engagements der Akteur\*innen als grundsätzlich gut zu bewerten, wobei die stärksten Potenziale im tagestouristischen Bereich liegen. Es gibt auch kaum direkte Konkurrenz in diesem Themenfeld, da nur wenige Destinationen touristisch in erster Linie auf die Industriekultur setzen. Allerdings besteht mit dem Ruhrgebiet ein sehr starker Wettbewerber, der seit vielen Jahren das Thema Industriekultur bearbeitet und sich hier inzwischen erfolgreich positioniert hat. Von diesem touristischen Entwicklungsstand ist Mitteldeutschland noch weit entfernt. Zudem ist die Eignung der Industriekultur als verbindende thematische Klammer für den mitteldeutschen Raum sehr wertvoll – diese Einschätzung bezieht sich nicht nur auf das Außenmarketing, sondern auch auf die Kommunikation nach innen, d. h. zwischen den Industriekulturagierenden, Planer\*innen, Touristiker\*innen, Bevölkerung etc.

Auf der anderen Seite wird „Industriekultur“ als Einzelbegriff kein Thema sein, das für eine große Zahl an Gästen allein reiseauslösend(!) sein wird. Gerade in der Vermarktung ist vielmehr auf die Verortung in den Destinationen, auf Einzelthemen darunter und auf die Verbindung mit massentauglichen Tourismusthemen zu setzen. Ein großes Defizit zur Erschließung dieser Potenziale bilden jedoch die derzeitige Angebotsqualität, die inhaltliche Aufbereitung und die Produktentwicklung, die noch deutlich ausgebaut werden müssen (s. Kapitel 4.2.2).

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Zahlenmäßig hoher Bestand an Industriekulturstätten v. a. in Sachsen und Sachsen-Anhalt</li> <li>▶ Einige (relative) Leuchttürme mit überregionaler Ausstrahlungskraft: v. a. Ferropolis, Bergbau-Technik-Park, Goitzsche inkl. Nutzung der Industriekultur als Kulisse (Festivals auf Ferropolis, Ansprache neuer Zielgruppen); entsprechend derzeit regional begrenzter Einzugsbereich</li> <li>▶ Industriekultur ist ein sehr authentisches Thema für Mitteldeutschland</li> <li>▶ Extrem große Auswahl an Branchen und Themen (z. B. Bergbau, Braunkohle/Energie, Chemie, Eisenbahn, Textil) für das touristische Storytelling (siehe auch korrespondierende Schwäche: fehlende Alleinstellungsmerkmale)</li> <li>▶ Ausführliche Bestandsaufnahme und attraktive touristische Aufbereitung des Themas und für das Bundesland Sachsen (<a href="http://www.industriekultur-in-sachsen.de">www.industriekultur-in-sachsen.de</a>), Aufmerksamkeit durch das und Erfahrungen aus dem Themenjahr</li> <li>▶ Tag der Industriekultur erfreut sich steigender Beliebtheit</li> <li>▶ Gute Netzwerke zwischen Industriekultur- und Tourismusakteur*innen auf lokaler Ebene</li> <li>▶ Gute grundsätzliche Erreichbarkeit der Region Mitteldeutschland über den Individual- und öffentlichen Personenfernverkehr</li> <li>▶ Hohe Attraktivität/Erholungskomponente der Region für den Tagestourismus durch Tagebaufolgelandschaft/Freizeitseen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Wenig Einrichtungen mit hoher Angebotsqualität und überregionaler Wirkung als Reiseanlass</li> <li>▶ Starke Defizite hinsichtlich Basisqualität (z. B. Öffnungszeiten!), Erlebnisqualität, digitaler Angebote, Interaktivität in den Besuchereinrichtungen und der touristischen Aufbereitung</li> <li>▶ Viele Industriekulturstätten mit starken Defiziten beim Komplementärangebot (Gastronomie, Unterkünfte, Erreichbarkeit etc.)</li> <li>▶ Häufig starker Fokus der musealen Einrichtungen auf Fachpublikum</li> <li>▶ Grundsätzlich wenig buchbare touristische Angebote zum Thema Industriekultur</li> <li>▶ Fehlendes Alleinstellungsmerkmal für die Industriekultur in Mitteldeutschland</li> <li>▶ Fehlende thematische Klammer für die Industriekultur in ganz Mitteldeutschland (eher regionale Cluster)</li> <li>▶ Untergeordneter touristischer Stellenwert: nur wenige Destinationen heben die IK-Themen in der Produktentwicklung und Marketing (ausdrücklich/namentlich) hervor</li> <li>▶ Industriekultur führt meist Schattendasein im touristischen Landesmarketing</li> <li>▶ Bislang schwach ausgeprägte bundeslandübergreifende Vernetzung und (Themen-) Kooperationen im touristischen Bereich</li> <li>▶ Ausgeprägte ehrenamtliche Strukturen und fehlende finanzielle Mittel schränken die Handlungsspielräume und Entwicklungsmöglichkeiten der Besuchereinrichtungen aus eigener Kraft bei der touristischen Erlebbarkeit stark ein</li> <li>▶ Fehlende Institutionelle Klammer/übergeordnete Institution für die Industriekultur mit Zuständigkeit für alle drei Bundesländer</li> <li>▶ Mitteldeutsche Destinationen mit attraktiven Industriekulturstätten haben insgesamt Image- und Bekanntheitsdefizite als Urlaubsziele</li> </ul>

**Tabelle 1: Stärken und Schwächen des Industriekulturangebot in Mitteldeutschland aus touristischer Sicht**

## Chancen

- ▶ Industriekultur mit hoher Tauglichkeit als verbindende Klammer für die Region Mitteldeutschland
- ▶ Zunehmendes Bewusstsein in der Kommunalverwaltung und Politik für die vielfältigen Entwicklungsmöglichkeiten von IKBauten
- ▶ Bundesweit steigendes Gästeinteresse an Industriekulturthemen sowie steigende Wahrnehmung und Bedeutung des Themas innerhalb der Region selbst
- ▶ Attraktivitätssteigerung durch die Aufwertung und überregionale Weiterentwicklung bestehender touristischer Vernetzungsangebote (z. B. Route „Kohle | Dampf | Licht | Seen“)
- ▶ Wahrnehmungssteigerung durch ein koordiniertes, gemeinsames Tourismusmarketing und gemeinsamen Vertrieb/Kombitickets
- ▶ Hohe Entwicklungspotenziale durch die Verbindung mit massentauglichen Tourismusthemen (z. B. Radfahren, Wandern, Seen!) und besonderen (Erlebnis-)Angeboten (z. B. Aktionstage, speziellen Ausstellungen), Schaffung konkreter Reiseanlässe (z. B. Veranstaltungen)
- ▶ Attraktivitätssteigerung durch den Ausbau von Erlebnisorientierung und Edutainment in Museen und Freizeiteinrichtungen unter Nutzung digitaler Darstellungs- und Aufbereitungsmöglichkeiten
- ▶ Wertschöpfungspotenziale durch kreative Nachnutzung von Industriekultur-Bauten, z. B. Vermietung attraktiver industriekultureller Bauwerke für Veranstaltungen, Nutzung als Kulisse für Events
- ▶ Hohes Entwicklungspotenzial und Übertragbarkeit der Industriekultur in die Gegenwart („lebendige Industriekultur“) über die Verbindung mit Kulturschaffenden/Kreativwirtschaft und starkes Interesse der Akteur\*innen an der Entwicklung der Industriekultur in der Verbindung von Vergangenheit und Gegenwart als mögliches Alleinstellungsmerkmal („Lebendige Industriekultur“)

## Risiken

- ▶ Negativimage des Begriffs „Industrie“ (weniger geeignet für touristisches Marketing)
- ▶ Begrenztes Zielgruppenpotenzial von Interessierten an der Industriekultur im engeren Sinne
- ▶ „Mitteldeutschland“ als touristischer Destinationsbegriff ohne Bedeutung
- ▶ Schwach ausgeprägte Identifikation der Bevölkerung mit der Industriekultur als Attraktivitätsfaktor
- ▶ Hohe Konkurrenz attraktiver touristischer Themen in Mitteldeutschland
- ▶ Besorgniserregender Erhaltungszustand zahlreicher bedeutsamer Bauten
- ▶ Vielfach finanzschwache Kommunen, die nicht in der Lage sind, den Bestand an Industriekulturstätten zu erhalten
- ▶ Touristische Inwertsetzung von Industriekulturstätten aufgrund der Anlagengröße häufig investitionsintensiv
- ▶ Überalterung bei Identifikationsfiguren und Repräsentant\*innen/Zeitzeug\*innen für die Industrie
- ▶ Fokus der Aufbereitung ist v. a. vergangenheitsorientiert/historische Betrachtungen in der Vermittlung von Industriekultur
- ▶ Unterschiedliche Perspektiven, Ansätze und Bedürfnisse der Akteur\*innen aus Kultur und Tourismus

Chancen (Teil 2)	Risiken
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Gute Fördermittelperspektive</li><li>▶ Imagekampagnen und gemeinsame Aktivitäten (z. B. Events) zur Verbesserung des Images der Industriekultur und der Identifikation in der Bevölkerung</li><li>▶ Positive Entwicklungsdynamik in der jüngeren Vergangenheit durch das Jahr der Industriekultur in Sachsen und gute Entwicklungsperspektiven durch das europäische Kulturhauptstadtjahr in Chemnitz und den UNESCO Welterbestatus der Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří</li><li>▶ Europäisches Netzwerk der Industriekultur als fachlicher Partner und Multiplikator</li></ul>	

**Tabelle 2: Chancen und Risiken für das Industriekulturangebot in Mitteldeutschland aus touristischer Sicht**

### 3 Leitlinien und Story

Die Analysen haben gezeigt, dass die Entwicklung einer lebendigen Industriekultur in Mitteldeutschland einer klaren strategischen und auch operativen Leitlinie bedarf. Die vielfältigen Herausforderungen der Zukunft erfordern nicht nur eine Vernetzung der Aktivitäten, sondern auch Beratung, Steuerung und Impulsfunktion innerhalb der gesamten regionalen Architektur des laufenden und anstehenden Strukturwandels.

Im Folgenden stellen wir die Leitidee und Ziele für diesen Prozess vor sowie auch eine identitätsstiftende Story, eine Leitgeschichte, in der sich die besondere Eigenart der Industriekultur in Mitteldeutschland widerspiegelt.

#### **Lebendige Industriekultur: Industrie formt Gesellschaft formt Industrie („Industriekultur 2.0“)**

*„Heute besteht die Chance, Industriekultur gemeinsam mit Industrie und Gesellschaft bewusst zu gestalten. Es gilt, sich mit der industriellen Gesellschaft auseinanderzusetzen. Dazu gehört, Industriekultur neu zu denken – den Bogen von der Vergangenheit bis in die Zukunft zu spannen.“*

*Das ist das Ziel des Konzepts für lebendige Industriekultur, das diesem Dokument zugrunde liegt. Es geht über den traditionellen Denkmalschutz und die museale Aufbereitung hinaus und greift die kulturellen Ressourcen aktueller und zukünftiger Industrie auf. Dabei berücksichtigt das Konzept sowohl materielle Artefakte als auch Werte, Lebensweisen und Ansichten. Gerade in der Verknüpfung von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft liegt dabei der Schlüssel für eine fortschrittliche Interpretation von Industriekultur.“*

Aus: Authentisch und dynamisch, Argumente für eine lebendige Industriekultur im Landkreis Zwickau (Hrsg.: Landratsamt Landkreis Zwickau mit Projekt InduCult2.0 im Rahmen des EU-Projektes InduCult2.0 (INTERREG-Programm Mitteleuropa) unterstützt durch den Freistaat Sachsen und das Staatsministerium des Innern)

#### 3.1 Leitidee und Leitlinien

Die Leitidee und das Zielsystem für die industriekulturellen Aktivitäten und deren Vernetzung müssen vorrangig die langfristigen Trends und Rahmenbedingungen sowie regionalen Bedürfnisse aufgreifen und weiter antizipieren. Sie muss daher künftig auch immer in der Lage sein, kurzfristig neue Impulse und Akzente zu setzen. Wir empfehlen als Grundlage langfristig gültige Leitlinien, die in den einzelnen Handlungsfeldern jeweils mit

eher flexibleren Sub- und Entwicklungszielen bzw. Zwischenschritten und Entwicklungsstufen versehen werden. So ergibt sich zum einen ein verbindlicher Rahmen der Verständigung, zum anderen ist man künftig auch neuen oder gar disruptiven Herausforderungen, etwa infolge des Strukturwandels, gewachsen. Grundlage ist eine Leitidee, die gleichzeitig als Mission für alle Akteur\*innen zu verstehen ist. Sieben Leitlinien sollen den Weg zur Verwirklichung dieser Leitidee definieren.

### Die Leitidee und Mission

*Wir schaffen eine lebendige Industriekultur – für Bevölkerung, Unternehmen, Gäste und Kommunen.*

*Diese Lebendigkeit beinhaltet den Willen zur Auseinandersetzung mit dem Wandel, mit der Vergangenheit der Industriekultur und ihrer aktiven Gestaltung in Gegenwart und Zukunft, mit (Schöpfungs-)Kraft und Energie, Neugier und Kreativität, Mut und Risikofreude.*

### Die Leitlinien

**Profil:** Wir schaffen ein nach außen wiedererkennbares Profil der Industriekultur in Mitteldeutschland. (s. Kapitel 3.2)

- ▶ Das Profil begründet die Alleinstellung und Besonderheit der Industriekultur in Mitteldeutschland auf Basis des gemeinsamen Gestaltungswillens und der Narrative, die für die Region prägend waren und sind. Dieses Profil ist in einzelnen Teilregionen Mitteldeutschlands und an einzelnen Standorten angepasst auf die jeweiligen Eigenarten zu interpretieren.

**Identität:** Industriekultur trägt nach innen dauerhaft zur regionalen und lokalen Identität bei und bietet Identifikationsflächen für alle Akteur\*innen (s. Kapitel 3.2) und Bürger\*innen.

- ▶ Diese Identität bildet einen mehrdimensionalen Blick auf die Identität ab, durch historische, kulturelle, wirtschaftliche und verhaltensorientierte Bezüge, die in narrativer Form, als Geschichten Identifikation schaffen.
- ▶ Die wesentlichen Instrumente dieses Identitätsbildung sind Partizipation und Kooperation sowie die zugehörigen Strukturen und Prozesse.
- ▶ Das Wesen dieser Identität ist Wertschätzung für alle eingebundenen Menschen und Lebensentwürfe.

**Qualität und Nachhaltigkeit:** Eine durchgehende Qualitätsorientierung sowie Nachhaltigkeit in allen Strategien und Maßnahmen bestimmt das Handeln der Akteur\*innen.

- ▶ Qualität und Nachhaltigkeit als Maxime beziehen sich auf alle Handlungsebenen wie

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.

**Vernetzung und Organisation:** Industriekultur wird künftig länder-, akteurs- und aufgabenübergreifend vernetzt. (s. Kapitel 5.2)

- ▶ Dies setzt folgende Grundlagen voraus:

Eine zentrale Koordination verbunden mit einem entsprechenden Prozessmanagement, agile Prozesse und handlungsfähige Netzwerkstrukturen, die schnelle Aktionen und Reaktionen ermöglichen,

Partnermodelle, die für alle Beteiligten Synergien schaffen

Ressourcensicherheit im Sinne einer personellen und finanziellen Ausstattung, die den industriekulturellen Akteur\*innen Handlungsmöglichkeiten eröffnen,

Auffangstrukturen, die personell und finanziell eingeschränkten Akteur\*innen unter Einhaltung bestimmter Kriterien Unterstützung bieten.

**Raumbezug:** Industriekultur fördert stets eine nachhaltige Raum- und Stadtentwicklung. (s. Kap. 4.3)

- ▶ Grundlage ist die Idee einer Ressourcenlandschaft, in der industriekulturelle Nutzungen und Qualitäten als nachhaltige Ressource gesichert werden.
- ▶ Die Inwertsetzung und Nutzung von Industriedenkmalern ist Kern dieser nachhaltigen Entwicklung.
- ▶ Der planerische Umgang mit Industriedenkmalern beinhaltet künftig dieses Verständnis der Industriekultur als Ressource für die Stadt und Regionalentwicklung.
- ▶ Der Denkmalschutz ist essenzieller Teil dieser Entwicklung und wird in eine nachhaltige und kreative Nutzungsentwicklung integriert.
- ▶ Nutzungsorientierte Strategietypen geben den Entwickler\*innen vor Ort Orientierung bei der Inwertsetzung von Standorten und der Ansiedlung von Unternehmen.

**Vermittlung:** Die Industriekultur wird künftig ganzheitlich, lebendig und vernetzt vermittelt. (s. Kapitel 4.2)

- ▶ Drei Merkmale sind dafür maßgeblich:

Eine konsequente Besucher\*innen- und Publikumsorientierung, bei der verschiedene Wissensstände und Voraussetzungen, Stufen des persönlichen Interesses und der Neugier sowie Zeitbudgets berücksichtigt werden.

Ein konkreter Objekt- und Standortbezug, der die lokalen Narrative in die übergeordnete Vermittlung integriert.

Eine große und innovative Methoden- und Formatvielfalt, die digitale Umsetzungen, persönliche Vermittlung, Erlebnisse und Interaktionen ermöglicht, in der sich Information und Emotion verbinden.

**Wertschöpfung:** Industriekultur schafft branchenübergreifend neue Werte und regionalwirtschaftliche Effekte.

- ▶ Voraussetzungen dafür sind:

Eine professionelle Vermarktung der Industriekultur – vom Tourismus bis hin zur Standortentwicklung.

Die komplementäre Vernetzung der Industriekultur mit ergänzenden Angeboten, Services, Erlebnissen und benachbarten Branchen wie der Kreativwirtschaft, um sie bausteinartig zu zielgruppengerechten „Paketen“ zusammenzuführen.

Innovative Wirtschaftsformen und Zukunftstechnologien, die nach neuen Vermarktungsmöglichkeiten in Verbindung zur Industriekultur als Ressource suchen.

Optimierte, ineinandergreifende Umnutzungsprozesse, die im Verbund mit der Stadtentwicklung und dem Denkmalschutz neue wirtschaftliche Aktivitäten entfalten und ermöglichen.

## 3.2 Identität, Profil und Leitgeschichte – die Story

Neben der strategischen Grundausrichtung bedarf die Industriekultur in Mitteldeutschland einer inhaltlichen und semantischen Klammer. Diese inhaltliche Klammer ist jedoch nicht gleichzusetzen mit der wissenschaftlichen Analyse, mit industriellen Branchen oder Techniken der industriellen Entwicklung. Diese fungieren zwar als Grundlage einer identitätsstiftenden Leitgeschichte, müssen jedoch transformiert werden in eine aktivierende und motivierende Leitgeschichte – ein Narrativ. Mit folgenden Merkmalen:

- ▶ Die Story definiert eine **Ambition**, einen (gesellschaftlichen) Mehrwert.
- ▶ Die Story hat eine **Dramaturgie** – einen „Plot“, der Spannung zwischen unterschiedlichen „Zuständen“ zwischen Gestern, Heute und der Zukunft erzeugt.
- ▶ Die Geschichte kann heruntergebrochen werden auf Teilregionen und einzelne Standorte sowie prägende und maßgebliche **Beziehungen** zwischen Akteur\*innen mit ihren besonderen Subgeschichten.
- ▶ Die Plots der Leit- und Subgeschichten sind **kurz** und erschaffen in wenigen Sätzen ein emotional ansprechendes Bild der Industriekultur.



- ▶ Die eingebundenen Akteur\*innen **schaffen und erzählen ihre Geschichten** (weiter), **identifizieren** sich mit der Leitgeschichte und profitieren von ihrer Prägnanz und Strahlkraft.
- ▶ Die Story wird eingesetzt, um **Maßnahmen, Instrumente, Lösungen** für die Industriekultur in Mitteldeutschland zu begründen und zu verankern.

Die folgende Leigeschichte mit ihren Subgeschichten und Ausprägungen ist daher vor allem auch das Ergebnis der Gespräche mit den Akteur\*innen vor Ort und der Workshops im Rahmen des ersten IndustrieKulturCamps.

---

### Die Leitgeschichte: Erneuerung und Transformation

*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 die Industriekultur 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 darin aktive und agile Gestalter\*innen dieses eigenen Lebensraums. Die Gestaltung der lebendigen Industriekultur ist ihre andauernde Aufgabe und Mission.*

---

Diese Geschichte wird bewusst eingesetzt, um bei den Adressaten und Zielgruppen Emotionen zu wecken, die motivierend wirken. Diese Gefühle sind:

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

Da mit dieser Leitgeschichte die Eigenarten der Industriekultur noch nicht in allen Facetten abgebildet werden kann, wird die Leitgeschichte durch drei Subgeschichten und Narrative ergänzt, die durch folgende Begriffe gekennzeichnet sind:

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

Diese Geschichten werden durch sogenannte kulturelle Marker sichtbar und erlebbar. Diese Marker repräsentieren anschaulich und inhaltlich diese Geschichten und werden verstärkt in der Vermittlung eingesetzt. Gleichzeitig markieren sie die Schnittstellen und Berührungspunkte der Akteur\*innen und Standorte in die Leit- und Subgeschichten.

### **Raffinesse und Bravour**

*...erzählt die Geschichte der großen Ingenieurskunst, die sich in den technischen Errungenschaften, Innovationen und auch Improvisationen widerspiegelt, die bis heute die Industrie der Region prägen.*

Zugehörige 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 Raffinesse.

### **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 in der industriellen Entwicklung.*

Zugehörige kulturelle Marker sind...

- ▶ persönliche Lebensgeschichten der Menschen in Mitteldeutschland, vom Umbruch, Scheitern und Aufbruch etc.
- ▶ Geschichten zugezogener Fachkräfte und Arbeiter\*innen und ihrer Integration
- ▶ Beziehungen und Gemeinschaftserlebnisse als identitätsstiftende und motivierende Faktoren
- ▶ Orte des Umbruchs und der Neuerfindung innerhalb der Region.

### **Geschundene und wiedergefundene Landschaft**

*...erzählt die Geschichte der Ressourcenlandschaft Mitteldeutschland, die ihrer Ressourcen zunächst beraubt wurde und wird, jetzt jedoch als Ressource der Erneuerung überformt und in ein neues Gleichgewicht gebracht wird.*

Zugehörige kulturelle Marker sind...

- ▶ Die sichtbaren Wunden der Landschaft und ihre Verwandlung.
- ▶ Landschaftsbauwerke und -monumente
- ▶ Symbiotische Orte aus Landschaft und Technik – Stollen, Wasserläufe, Bahnlinien etc.

---

## 4 Handlungsfelder und Maßnahmen

---

### 4.1 Erleben und Vermitteln – Vermittlungskonzept

Mit der Story und ihren Inhalten lässt sich die Vermittlung der lebendigen Industriekultur in Mitteldeutschland grundsätzlich strategisch und inhaltlich neu ausrichten. Sie bietet ein ausgewogenes Maß zwischen Orientierung und individuellem Interpretationsspielraum. Die folgenden Ausführungen spezifizieren wie sich die Vermittlung weiter ausdifferenziert. Dabei wird auch deutlich, dass inhaltliche Vermittlung heute nicht mehr von Marketing getrennt betrachtet werden kann. Ein Kultur- und Tourismusmarketing, auch ein Standortmarketing, müssen sich auf eine inhaltliche Substanz gründen, weil die zu vermittelnden Inhalte und Werte keine beliebig formbaren Konstrukte sind, sondern Abbild einer Identität und eines kulturellen, gesellschaftlichen und industriellen Profils.

#### 4.1.1 Vermittlungsziele und Struktur der Vermittlung

Vertiefend zu den oben skizzierten Leitlinien soll die Vermittlung der lebendigen Industriekultur in Mitteldeutschland folgende grundlegenden Ziele erreichen:

- ▶ **Wissen und Verstehen:** Hintergründe, Zusammenhänge und Wirkungsweisen von Industriekultur sind „narrativ“ zu vermitteln. Fakten und Informationen vermitteln Sinn.
- ▶ **Verstehen/Erlernen von Fähigkeiten und Methoden:** Zusätzlich zum Wissen sind Instrumente und Lösungskompetenzen zu vermitteln. Sie bilden die Grundlage des angestrebten Wandlungs- und Erneuerungsprozesse und Aufbruchs.
- ▶ **Einfluss auf Aktivitäten und Verhalten:** Die Vermittlung soll zu eigenem Handeln motivieren und animieren, persönliche Beiträge zur Transformation und zum Wandel hervorrufen.
- ▶ **Haltung und Meinungsbildung:** Vermittlung beinhaltet immer Werte, Empathie und Einfühlungsvermögen. Es gilt, sich immer wieder über und auf diese Werte zu verständigen.
- ▶ **Inspiration:** Vermittlung soll die zentralen Gefühle der Story aufgreifen und damit die (Schöpfungs-)Kraft und Energie, Neugier und Kreativität, Mut und Risikofreude anregen.

Dabei sollten folgende Erfolgsfaktoren der Vermittlung berücksichtigt werden:

- ▶ Besucher\*innen- und Bürger\*innenorientierung

Kernziel dieser Orientierung ist die Relevanz, also der Bezug zur Lebenswirklichkeit der Bürger\*innen, Unternehmen, Gäste und Akteur\*innen. Dies setzt voraus, dass Vermittlung multiperspektivisch, divers, inklusiv, sensorisch variiert, mehrdimensional und partizipativ ausgerichtet wird.

Voraussetzung dafür ist die Kenntnis aller dieser Gruppen, basierend auf Marktforschung und Beobachtung.

- ▶ Zielgruppengerechte Formatvielfalt und Vertiefung

Daran schließt sich unmittelbar an, dass Zielgruppen immer wieder neu zu definieren sind, weil ansonsten keine angepassten Methoden und Instrumente abgeleitet werden können.

Ein niedrigschwelliger Einstieg ist die Voraussetzung für das tiefere Eindringen in die lebendige Industriekultur. Nach dem Einstieg verteilt sich die Vermittlung auf mehrere „Spuren“ und verbindet die intuitive mit der emotionalen und faktisch-kognitiven Vermittlung (mit zunehmender Detail-Verdichtung). Jedes Individuum kann zu jedem Zeitpunkt wählen, ob und wie es den Spuren folgt.

Zur Formatvielfalt in den verschiedenen Spuren gehören die personale Vermittlung vor Ort und als „Outreach“ (bei den Zielgruppen), die mediale Vermittlung vor Ort und als Outreach sowie ein Mix aus dauerhafter Vermittlung (Ausstellung, Orientierungssystem, etc.) und temporärer (Programm, Events, Wechselausstellungen), und zwar analog und digital.

- ▶ Objekt- und Standortbezug

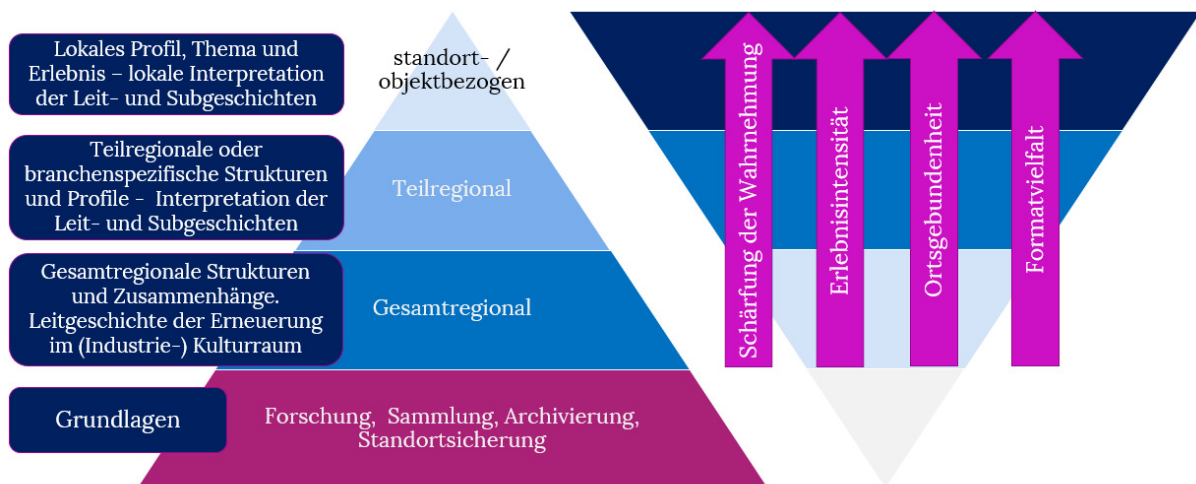
Übertragen auf den Raum beinhaltet die Gegenwarts- und Lebenswelt-Relevanz ein unabdingbares Herausarbeiten des jeweiligen *genius loci* vor Ort, an den Standorten der Industriekultur mit den Objekten der Industriekultur – mit einem hohen Maß an Anschaulichkeit, Interaktivität und Erlebnisorientierung.

- ▶ Vernetzte Vermittlung

Vermittlung muss sich dabei vom linearen Denken lösen und vertiefende Spuren auf vielfältige Art vernetzen, und zwar *räumlich konsistent* als Bogen über die gesamtregionale, teilregionale und standortbezogene Vermittlung, *horizontal vernetzt*, z.B. im Museumsverbund, und *vertikal vernetzt*, z.B. zwischen (Industrie-)Kultur, Tourismus, Industrieunternehmen, Kreativwirtschaft etc., sowie *medial vernetzt* (s. Formatvielfalt).

- ▶ Prozessverständnis und Ressourcenverfügbarkeit

Vermittlung erfordert dazu eine permanente Evaluation, Anpassung und Neuausrichtung, wenn erforderlich. Diese setzt eine gewisse Innovationsfreude voraus, aber auch Ressourcenverfügbarkeit für regelmäßige Investitionen in die Vermittlung.



**Abbildung 5: Struktur der Vermittlung**

### Die Herangehensweise und Struktur

Die Struktur der Vermittlung erlaubt unterschiedliche Herangehensweisen. In einem idealen Umfeld, also der strukturierten Entwicklung eines neuen Standorts oder zu vermittelnden Themen, werden deduktiv aus den Erkenntnissen der Forschung, Sammlung oder Archivierung zunächst gesamtregionale Strukturen (also mitteldeutsche) betrachtet und eine Einordnung in die Leitgeschichten vorgenommen. Daraus ergeben sich teilregionale oder branchenspezifische Differenzierungen, bis man sich schließlich dem *genius loci* und lokalen Profil soweit angenähert hat, dass lokale Interpretationen der Leit- und Subgeschichten erzählt werden können.

Mit jeder Annäherung an das lokale Profil und Thema schärft sich die Wahrnehmung, steigert sich die Erlebnisvielfalt und Formatvielfalt.

Gleichzeitig ist – und das ist in der Praxis nicht unüblich – eine Art induktiver Prozess möglich. Etwa wenn Aktive vor Ort beginnen, sich mit einem Standort oder Objekte der Industriekultur zu befassen und zunächst Geschichten vor Ort sammeln und bewerten, ohne eine feste Struktur im Vorgehen. Erst im zweiten und dritten Schritt ergeben sich teilregionale oder branchenspezifische Zusammenhänge bis schließlich die Einordnung in den wissenschaftlichen Kontext gelingt.

Wichtig ist, dass die Vermittlung sich letztlich in die Leit- und Subgeschichten einfügt und damit auf das Profil und die Identität der Region einzahlen.

### Die kognitive Karte als raumbezogenes Vermittlungsziel

Die oben skizzierten Ziele und Faktoren wie auch die Struktur der Herangehensweise zeigen, dass Industriekultur ohne Raumbezug undenkbar ist. Die Analysen haben dabei offenbart, dass auch der Raumumgriff der Industriekultur in Mitteldeutschland nicht klar definiert ist. Zwar kann es nicht das Ziel sein, eine klare Grenze der industriekulturellen Region zu ziehen, aber es ist elementar wichtig, den Menschen eine Karte des Mitteldeutschen Reviers, der Industrieregion Mitteldeutschland und ihrer Teilregionen im Kopf

auszubreiten. Im Vergleich: Das Ruhrgebiet ist auch für Außenstehende vergleichsweise klar als Industrieregion verortet und inhaltlich definiert. In Mitteldeutschland ist dies ungleich schwieriger- aufgrund der größeren Heterogenität und fluideren Abgrenzung.

Wir sehen es daher als wichtig an, eine „Mental-Map“ (kognitive Karte) der Industrieregion und Ressourcenlandschaft Mitteldeutschland zu erschaffen und zu kommunizieren. Dieses Gedankengebilde lässt sich nicht verordnen, sondern durch konsistente Kommunikation und Einsatz kultureller Marker sukzessive herausbilden. Menschen erzeugen durch ihre Wahrnehmung kognitive Karten im Kopf, die ihre Interessen und Bedürfnisse widerspiegeln. Sie erlauben eine intuitive Orientierung und Erlebnisse im Raum und sind besonders nachhaltig. Diese kognitive Karte der Industrieregion und Industriekultur ist noch nicht konsistent herausgearbeitet.

Die wichtigsten Elemente dieser kognitiven Karte,

- ▶ Teilregionen,
- ▶ Landschaftselemente,
- ▶ Wege/Achsen,
- ▶ Ankerpunkte,

sind weiter zu klassifizieren konsistent abzubilden bzw. zu vermitteln. Dazu dienen die

- ▶ Orte der Bravour und Innovation, Produktionsstandorte, Museen
- ▶ Orte des Aufbruchs und der Neuerfindung
- ▶ Landschaftsbauwerke und -monumente
- ▶ Symbiotische Orte aus Landschaft und Technik – Stollen, Wasserläufe, Bahnlinien etc. und
- ▶ ihre Vernetzung in Erlebnisräumen und Routen (s. Kapitel 4.2.5).

#### 4.1.2 Basisinstrumente

Drei methodische Basisinstrumente stellen die tragenden Säulen der Vermittlung dar.

- ▶ Die Basis der Qualifizierung: IndustrieKultur-Marker als „Siegel“
- ▶ Die konzeptionelle und inhaltliche Basis: Archiv, Forschung, Vor-Ort-Prozesse
- ▶ Die digitale Basis: Content-Datenbank

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

Wir benötigen eine Art „Siegel“ für die kulturellen Marker der Industriekultur in Mitteldeutschland. Diese bilden die Grundlage der internen Identitätsbildung, Qualifizierung, Vermittlung und ggf. langfristigen Kultur-Markenentwicklung. Und sie markieren wichtige Elemente und Orte der kognitiven Karte.

Dieses Siegel sorgt für eine narrative Vernetzung der bestehenden und ggf. neuen Teilregionen und Standorte. Bereits herausgebildete und vorhandene Images und Identitäten bleiben erhalten, doch neue Stories (s. oben) verbinden die Orte, Regionen und ihre Werte.

- ▶ Zugehörige Umsetzungsschritte und Maßnahmen sind

Eine Finalisierung und Verbindlichkeit der Stories und Werte

Eine Qualifizierung der Geschichten, Regionen, Standorte entlang der Leit- und Subgeschichten als qualitative Grundlagen

Eine Visualisierung des Siegels inkl. Handbuch und Verwendungsrichtlinien

Optional: die langfristige Weiterentwicklung zu einer sogenannten „Familienmarke“, die aus dem Siegel eine stärker verbundene Wertegemeinschaft formt

- ▶ Zuständig:

Für diese Aufgabe bedarf es einer zentralen Koordination und Steuerung (derzeit noch nicht vorhanden, s. Kapitel 5)

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

Wie bereits oben skizziert bilden ein zentral koordiniertes Archivwesen und wissenschaftliche Grundlagen die Basis der Vermittlung. Diese werden im Kapitel 4.4 ausführlich erläutert. Entscheidend ist jedoch der Umgang mit diesen Grundlagen und wie daraus Storytelling-Prozesse- und Markenbildung als endogene, inner- und interregionale Prozesse angestoßen werden.

- ▶ Zugehörige Umsetzungsschritte und Maßnahmen sind daher:

Erzählworkshops, Ereignis- und Erneuerungskurven für die Subgeschichten und Narrative - Raffinesse und Bravour, Umbruch als Aufbruch, Geschundene und wiedergefundene Landschaft – sowie eine moderierte Konzeptentwicklung vor Ort

Interpretationen der Leitgeschichte und Subgeschichten für die Teilregionen, eine Ableitung finaler Stories, kultureller Marker, Visualisierungen und Kartengrafiken (optimiert auf Bildung einer kognitiven Karte)

Daraus abgeleitet: die Bildung und Vernetzung von Erlebnisräumen (s. Kapitel 4.2.5)

- ▶ Zuständig:

Für diese Aufgabe bedarf es einer zentralen Koordination und Steuerung (derzeit noch nicht vorhanden, s. Kapitel 5)

Zusätzlich sind teilregionale Netzwerke zu bilden und zu koordinieren, in denen ein/e lokale/r Partner\*in stellvertretend die Koordination übernimmt.

## Die digitale Basis: Content-Datenbank

Sämtliche Daten, Stories und Inhalte sind in einer digitalen Content-Datenbank zu speichern, zu pflegen und weiter zu managen. Sie bildet einen zentralen „Datenhub“ zur Auspielung jeglichen Contents über die Industriekultur in Mitteldeutschland über verschiedenste analoge und digitale Kanäle.

- ▶ Zugehörige Umsetzungsschritte und Maßnahmen sind daher:

Die technische Spezifizierung der Datenbank und Zentralisierung des Content-Managements in Abstimmung mit dem Tourismus (Open-Data-Modell) sowie ggf. anderen digitalen Datenbanken (z.B. in der Kreativwirtschaft o. Ä.)

Strukturierung der Daten und Auszeichnung nach internationalen Standards, v.a.

- Offene CC-Lizenzierung
- „Maschinenlesbarkeit“ für Suchmaschinen
- Kompatibel mit schema.org (Auszeichnungssprache der großen Suchmaschinen) und semantify.it (Konnektivität zu schema.org)
- Einpflege über verschiedene Kanäle als offene, clientunabhängige Multimediatdatenbank

Zentrale Inhaltskategorien sind

- Kulturelle Marker und Stories
- Sonstige points of interest (POI)
- Veranstaltungen
- Komplementäre Kulturorte bzw. Veranstaltungsorte
- Künstler\*innen, Kreative und Kulturschaffende
- Führungs- und pädagogische Angebote
- Erlebnisangebote
- Vernetzte Tourentipps, Thementipps etc.

Die Sicherung und Organisation eines parallellaufenden Datenmanagements einschließlich Monitoring und Sammlung von Kunden- und Besuchsdaten

- ▶ Zuständig:

Für diese Aufgabe bedarf es einer zentralen Koordination und Steuerung (derzeit noch nicht vorhanden, s. Kapitel 5)



### 4.1.3 Leitformate und -kanäle

Leitformate und Leitkanäle stellen die zentralen Vermittlungsinstrumente dar. Sie sind dadurch gekennzeichnet, dass sie anschlussfähig sind und die Konsistenz der Vermittlung sichern, indem sie instrumentelle Standards der Vermittlung setzen. Die wichtigsten Leitformate und -kanäle sind:

- ▶ Zentrale Website und Website-Framework als Portal(e) in die lebendige Industriekultur der Region
- ▶ Zentrale App (progressive web app) als Portal in die Industrieregion – für alle: Bürger\*innen, Industriearbeiter\*innen, Besucher\*innen, Gäste, Unternehmen etc.
- ▶ Ein gesamtregionales Netzwerk für die Industrieerlebnismuseen Mitteldeutschland
- ▶ Ein Museumspädagogisches Gesamtkonzept und Schulmarketing mit modularem Aufbau
- ▶ Ein Outreach-Konzept mit Anschlussmöglichkeiten
- ▶ Wiedererkennbare Vermittlungsmodule für die standortbezogene Vermittlung vor Ort oder in Teilregionen
- ▶ Leitveranstaltungen und Events, z.B. Verbundausstellungen (in den Industriemuseen), Tage der Industriekultur, Tag des offenen Denkmals, Touristische Event (s. Kapitel 4.2.7)

#### Das zentrale Website-Framework

Die bisherige Qualität der Webpräsenzen, egal ob Regionen, Routen, einzelne Standorte etc., spiegelt die Ressourcen der jeweiligen Akteur\*innen wider. Es entsteht ein sehr heterogenes, in keiner Weise konsistentes Bild der Industriekultur in Mitteldeutschland. Langfristiges Ziel ist es daher, diese Präsenz durch einen Rahmen zu verdeutlichen. Dieses Framework hat zudem den Vorteil, dass auch Partner\*innen mit wenig Ressourcen professionelle Präsenzen aufbauen können.

- ▶ Zugehörige Umsetzungsschritte und Maßnahmen sind daher:

Aufbau und Programmierung eines skalierbares Website-Framework mit modularem Aufbau und Schnittstelle zur zentralen Content-Datenbank. Dazu gehören:

- Ein verbindliches Grundlayout und Design, basierend auf einem Corporate Design für die Industriekultur in Mitteldeutschland, kombinierbar mit eigenen Logos und Farben
- Vorgegebene Strukturen und Module, z.B. Menüpunkte, Beitrags- und Artikel-Strukturen, Blog, Veranstaltungskalender, Karten / Maps, POI-Modul, Touren / Aktivitäten, Shop, Mediendatenbank, Widgets, Social-Media-Schnittstellen, Newsletter, Chatbots, AR / VR, etc.

- Regelungen für eine einfache, kostenlose oder kostengünstige Lizenzvergabe und Nutzungsmöglichkeiten auch für Vereine, Ehrenamt etc.

▶ Zuständig:

Für diese Aufgabe bedarf es einer zentralen Koordination und Steuerung (derzeit noch nicht vorhanden, s. Kapitel 5)

### **Eine zentrale, multifunktionale App: Der „Industrialiser“ Mitteldeutschland (Arbeitstitel)**

Diese App stellt ein zentrales Element zur Vermittlung des ganzheitlichen Verständnisses der lebendigen Industriekultur sowie zur Vernetzung aller Akteur\*innen dar. Im Unterschied zur Website soll sie in anderen, eher alltäglichen Zielsituationen genutzt werden und den Charakter einer dauerhaften Begleiterin bekommen. Die App ist Abbild der lebendigen Industriekultur und wesentlicher Beitrag zur langfristigen Profilierung und Identitätsbildung. Sie enthält:

- ▶ Services und Angebote für verschiedene Zielgruppen
- ▶ Kommunikations- und Dialogkanäle
- ▶ Personalisierungsfunktionen
- ▶ Schnittstellen zur zentralen Content Datenbank und ggf. weiteren offenen Datenbanken, z.B. im Tourismus
- ▶ Eine interaktive Karte der Industrieregion Mitteldeutschland („mental map“) mit Location-Based-Services
- ▶ Stories (Text/Bild, Videos, Podcast, Audiospuren, Hörspiele etc.)
- ▶ Einen digitaler Erlebnisvertrieb für Tickets, Buchungen (s. Kapitel 4.2.2)
- ▶ Gamification-Elemente und Games, z.B. zur Landschaftstransformation
- ▶ Eine Vernetzung mit sozialen Medien: Youtube, facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok

(Symbolbild)



**Abbildung 6: Multifunktionale App „Industrialiser“ Mitteldeutschland**

- ▶ Zugehörige Umsetzungsschritte und Maßnahmen sind daher:

Sukzessiver Aufbau und Programmierung der progressiven Web-App mit Schnittstelle zur zentralen Content-Datenbank

- ▶ Zuständig:

Für diese Aufgabe bedarf es einer zentralen Koordination und Steuerung (derzeit noch nicht vorhanden, s. Kapitel 5)

### **Gesamtregionales Netzwerk: Industrieerlebnismuseen**

Museen sind die zentralen Vermittlungsorte für die Industriekultur in Mitteldeutschland. Um die gesamtregionalen Zusammenhänge im Sinne der Story und kognitiven Karte besser herauszuarbeiten, empfehlen wir das Schaffen einer neuen Dachmarke für Industrieerlebnismuseen in der Region. Durch gegenseitige Kommunikation, eine Visualisierung des Netzwerks an jedem Standort und inhaltliche Schnittmengen werden bisher verborgene Zusammenhänge sichtbar und erlebbar.

Zudem empfehlen wir – nur für das Netzwerk, nicht die einzelnen Museen – eine spezielle Zielgruppenausrichtung auf erlebnis- und bildungsorientierte Zielgruppen, konkret: Familien und Schulen.

Zum Netzwerk gehören Museen mit besonderen, interaktiven Erlebnisausstellungen und/oder zielgruppengerechten museumspädagogischen Angeboten, für die es eine spezielle Förderung geben sollte. Aus einem solchen Förderinstrument entsteht ein Impuls zur Erneuerung der Vermittlung und Ausstellung.

- ▶ Zugehörige Umsetzungsschritte und Maßnahmen sind daher:

Ein Netzwerkgründungsprozess unter zentraler Steuerung und Koordination

Die Einrichtung eines Förderprogramms zur Ertüchtigung der Museen

Die Ausarbeitung eines Netzwerkkonzepts mit

- Qualitätskriterien für Museen
- Gebündeltem Marketing (Budgetbündelung) zur erleichterten Zielgruppenansprache mit Marketing-Synergien und erhöhter Reichweite
- Einer zentralen Steuerung durch ein Projektbüro oder zentrale Koordination
- Ein koordiniertes Schulmarketing sowie Gruppengeschäft,
- Der Aufbau eigener Netzwerkinstrumente und -kanäle wie Website, soziale Medien, Bewertungsplattformen, digitaler Vertrieb, Mitmachformate und Events, Gutscheine, Bewegtbild, Vorteilsprogramme (z.B. ADAC, Geolino), koordinierte Pressearbeit etc.
- Ein Konzept für Verbundausstellungen, z.B. alle 3 Jahre

- ▶ Zuständig:

Für diese Aufgabe bedarf es einer zentralen Koordination und Steuerung (derzeit noch nicht vorhanden, s. Kapitel 5)

Die Museumsverbände und eine Keimzelle von Starter-Museen, die sich länderübergreifend initial zusammenfinden

### **Zentralisiertes Gruppen- und Schulmarketing**

Auch ohne das neue Netzwerk ist die Bündelung des Gruppen- und Schulmarketings bzw. des entsprechenden Vertriebs zu empfehlen, weil sich damit erhebliche Synergien erzielen und die Zielgruppen wesentlich besser erreichen lassen.

Zielgruppen sind:

- ▶ Schulen (Lehrer),
- ▶ semiprofessionelle Veranstalter (z.B. VHS, Kirchen, ...),
- ▶ Verbände,
- ▶ Vereine,
- ▶ Rotarier,
- ▶ Kulturreiseveranstalter,
- ▶ Busreiseveranstalter etc.

Das bisherige Gruppengeschäft für einzelne Museen/Einrichtungen ist aufgrund geringerer Budgets derzeit sehr ineffizient. Vereine in der Region haben oft gar keine Ressourcen. Die anvisierten Zielgruppen wollen sich nicht mit Materialien jeder einzelnen Einrichtung

befassen, sondern diese gebündelt erhalten, so dass sich hier erheblich größere Reichweiten ergeben, wenn Maßnahmen zusammengeführt werden.

- ▶ Zugehörige Umsetzungsschritte und Maßnahmen sind daher:

Die Ausarbeitung eines Netzwerkkonzepts mit

- Aufbau einer Vertriebsdatenbank für Direktmailings, mit Produkt- / Zielgruppendifferenzierung
- Ein zentrales Servicebüro
- Gemeinsame Plattform sowie Vermittlungs-, Informations-, Vertriebsmaterialien und -datenbanken
- Starter-Maßnahmen: Schulmatrix / -materialien (abgestimmt auf Lehrpläne der Bundesländer und Schulstufen), Materialien für Guides von Kulturreiseveranstaltern etc.

- ▶ Zuständig:

Für diese Aufgabe bedarf es einer zentralen Koordination und Steuerung (derzeit noch nicht vorhanden, s. Kapitel 5)

### **Outreach-Konzept**

Outreach-Konzepte gehören mittlerweile zu den elementaren Maßnahmen, um Zielgruppen mit der Vermittlung besser zu erreichen. Der Begriff steht für eine Erweiterung der Reichweite (engl. Outreach) durch „Verlassen“ der klassischen Kommunikations- und Vermittlungswege. Sie sind im Bewusstsein der Tatsache entstanden, dass im Aufmerksamkeitswettbewerb kulturelle Angebote mittlerweile ins Hintertreffen geraten, weil sie nicht die gleiche mediale Präsenz erzielen können wie z.B. digitale Angebote. Die Idee ist einfach. Die Industriekultur geht zu den Menschen, nicht die Menschen zur Industriekultur.

Outreach-Module ermöglichen attraktive Präsentationen und Vermittlungen nah an und in der Lebenswelt der Zielgruppen, besonders für Standorte ohne entsprechende Ressourcen, z.B. ehrenamtliche Vereine. Die Module müssen dazu zentral konzipiert und beschafft werden, so dass jede Einrichtung und Institution sie temporär (gegen oder ohne Entgelt) nutzen kann. Ziel ist es, an frequentierten Standorten „überall“, z.B. auf Marktplätzen, am Flughafen etc., Industriekultur temporär sichtbar und erlebbar zu machen. Dazu empfehlen wir verschiedene Bausteine wie z.B. offen aufführbare Kulturveranstaltungen wie ein Industriekultur-Ballett und/oder eine Pop-Oper sowie Pop-up-Wanderausstellung(en). Diese bedürfen einer programmatischen Intendanz sowie einer Kooperation mit anderen Kultureinrichtungen der Region.

Zentrale Maßnahme sind neu zu schaffende **Industriekultur-Container**.

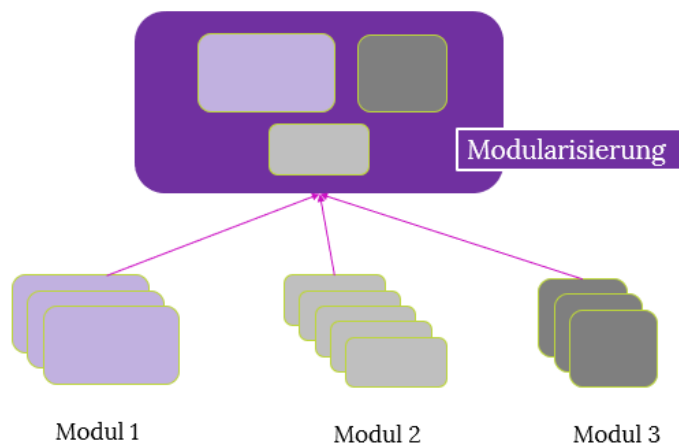
Grundidee der Industriekultur-Container sind unterschiedlich ausgestattete Container, die an verschiedenen Orten für eine ausgewählte und befristete Zeit aufgestellt werden. Als Infrastruktur auf Zeit machen sie die lebendige Industriekultur vor Ort sichtbar, schaffen Kreativitätspotenziale und geben Impulse für weitergehende Aktivitäten vor Ort.

Sie „spinnen“ ein identitätsstiftendes Netz durch die Region und können z.B. in Kooperation mit der Kreativwirtschaft entwickelt werden.

Die Container können höchst unterschiedlich eingerichtet und ausgestattet werden als

- ▶ leerer, frei gestaltbarer Möglichkeitsraum,
- ▶ Veranstaltungsraum oder Bühne,
- ▶ Ausstellungsraum / Galerie,
- ▶ IndustrieKulturLounge,
- ▶ Atelier (für Künstler\*innen auf Zeit),
- ▶ Werkstatt / MakerSpace,
- ▶ museumspädagogischer Raum / Workshop-Raum,
- ▶ Musikstudio,
- ▶ digitales Labor,
- ▶ interaktive Medien- und Erlebnisausstellung (z.B. zu den Substories)

Als Grundausstattung verfügen die Container über Strom, Wasser, Netz, zubuchbares Mobiliar (innen/außen). Ein Modulsystem sorgt dafür, dass jeder Container schnell umgewidmet werden kann. Dazu stehen mobile Ausstattungsmodule zur Verfügung, z.B. Atelier-Module, Galerie-Modul, Beschallungs- und Studio-Modul, Digital-Modul, Moderations-Modul, Werkstatt-Modul, Kinder-Kreativ-Modul etc.



**Abbildung 7: Modularisierungsprinzip der Industriekultur-Container**

So kann jeder Container auf den jeweiligen Einsatzstandort angepasst werden – unter Einsparung von Kosten mit hoher Flexibilität. Jeder Standort, Verein, jede/r Partner\*in, jedes Unternehmen, Künstler\*innen etc. können sich die Container kostengünstig buchen und sind nur für den „Inhalt“, das Programm zuständig. Sie sind ständig in der Region unterwegs und vermitteln Industriekultur bei den Menschen vor Ort – und laden gleichzeitig zum Besuch der authentischen Stätten ein.

- ▶ Zugehörige Umsetzungsschritte und Maßnahmen sind:

Die Entwicklung des modularen Konzepts einschließlich Investitionskosten und Betriebskonzept

- ▶ Zuständig:

Für diese Aufgabe bedarf es einer zentralen Koordination und Steuerung (derzeit noch nicht vorhanden, s. Kapitel 5)

### **Module für die lokale, standortbezogene sowie teilregionale Vermittlung**

Jeder Standort, der als Element der übergeordneten Story mit einem Siegel ausgezeichnet wird, kann mit einem individuellen Vermittlungskonzept versehen werden. Die große Heterogenität der möglichen Standorte wird zur Folge haben, dass diese in Teilen unterschiedlich ausfallen und an den *genius loci* angepasst werden. Zur Unterstützung dieses Prozesses und zur Durchsetzung gewisser Vermittlungsstandards (s. oben) ist zu empfehlen, dass diese Konzepte zentral gefördert werden durch ein Erneuerungsprogramm, das sowohl investive Mittel beinhaltet, aber auch ein Programm- und Angebots-Coaching aufbauend auf Stories und regionsweiten Standards.

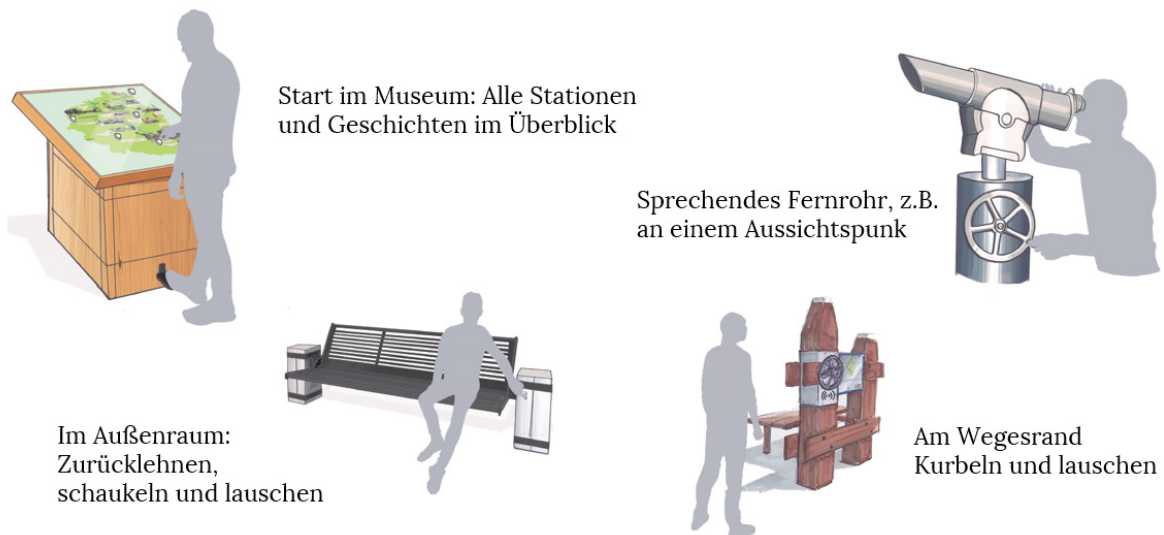
Zudem empfehlen wir wiederkehrende Vermittlungsinstrumente innerhalb Mitteldeutschlands, die zu einer Wiedererkennbarkeit und Bewusstseinsbildung beitragen (kognitive Karte). Das können sein:

- ▶ Immersive Räume, die in der jeweiligen besonderen Raumsituation den lokalen Erneuerungsprozess inszenieren und das „Eintauchen“ in einen Transformationsprozess visualisieren
- ▶ Kinetische Audio-Installationen, bei denen durch Betätigen eines Rades, durch Schaukeln, Treten und andere („industrielle“) Bewegungen Audiospuren gestartet werden, jeweils angepasst an die lokale Situation, aber dennoch mit einem entsprechenden Wiedererkennungswert aufgrund der Vermittlungsform.
- ▶ Der Einsatz von Augmented Reality an Standorten ohne markante Zeugen der Industriekultur: Diese Anwendung kann als spezielles Modul in die App integriert werden.
- ▶ Der Einsatz der Industriekultur-Container (s. oben)

In den Teilregionen, die einen entsprechenden Storytelling-Prozess durchlaufen haben, sind ebenfalls wiedererkennbare Elemente einzusetzen. Im Fokus stehen dabei teilregionale Erlebnisräume und thematische Routen unter Rückbezug auf die Leitgeschichte (s. oben). Mögliche Maßnahmen, Formate und Kanäle sind:

- ▶ Ggf. ein eigenes Orientierungssystem für die Route und Teilregion – integriert in die Klassifikation und Auszeichnung mit dem „Siegel“ der Industriekultur in Mitteldeutschland
- ▶ Der Rückgriff auf das Website-Framework

- ▶ Ein „Ableger“ der App, des „Industrialisers“
- ▶ Je nach Bedeutung / Größe / Budget eine Art Submarke zur Leitgeschichte mit eigenem Marketing- und Vermittlungsinstrumentarium (analog, digital), was eine Integration in die vorhandenen touristischen Vermarktungsstrukturen voraussetzt (Verweis Tourismus)
- ▶ Die Integration in das gesamtregionale museumspädagogische Vermittlungskonzept (z.B. Schulmatrix, Gruppengeschäft – s. oben)
- ▶ Eine routenbegleitende Inszenierung durch Erlebnisstationen auf Basis der kinetischen Audio-Installationen.



**Abbildung 8: Beispiele für kinetische Audio-Installationen**

- ▶ Zugehörige Umsetzungsschritte und Maßnahmen sind:

Die Ausarbeitung eines Förderprogramms zur Erneuerung der Vermittlung am Standort inkl. Programm- und Angebots-Coaching

Handbücher und Leitfäden für die standortbezogene und teilregionale Vermittlung

Konzeption der wiederkehrenden Vermittlungsinstrumente und Erarbeitung zugehöriger Vermittlungsstandards

- ▶ Zuständig:

Förderprogramm zur standortbezogenen Erneuerung der Vermittlung: Fördermittelgeber\*in

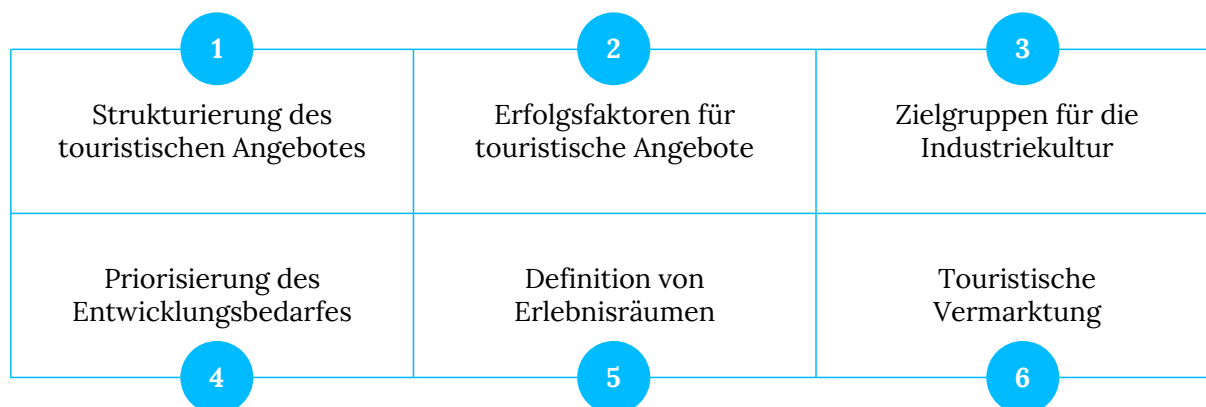
Für die übrigen Aufgaben bedarf es einer zentralen Koordination und Steuerung (derzeit noch nicht vorhanden, s. Kapitel 5)



## 4.2 Erleben und Vermitteln – Tourismusstrategie

Die nachfolgend dargestellte Tourismusstrategie zur Industriekultur in Mitteldeutschland baut auf den zuvor dargestellten Leitlinien auf. Sie richtet sich an verschiedene Adressat\*innen und soll so ein breites Verständnis für wichtige strategische Grundüberlegungen aus touristischer Sicht gewährleisten. Die Strategie versteht sich nicht nur als Orientierung und Hilfestellung für die unmittelbaren Akteur\*innen und Leistungsanbietenden im Bereich der Industriekultur, sondern auch für die Verantwortlichen in den Tourismusorganisationen, in der Verwaltung sowie die Politiker\*innen auf Bundesland-, Destinations- und Ortsebene. Im Fokus der Strategie steht die Zielstellung, das industriekulturelle Angebot Mitteldeutschlands für den Tourismus zu erschließen bzw. weiterzuentwickeln. Da dies nur in einem Schulterschluss aller Akteur\*innengruppen möglich ist, formuliert die Strategie sowohl Handlungsbedarfe auf Mitteldeutschlandebene als auch auf den anderen Ebenen (Bundesländer, Regionen/Kreise, Orte).

Insgesamt setzt sich die Tourismusstrategie aus sechs Bausteinen zusammen.



Quelle: dwif 2021

### Abbildung 9: Bestandteile der touristischen Strategie

Aufbauend auf den strategischen Grundlagen, werden dann in Kapitel 4.2.7 die für die Weiterentwicklung erforderlichen Maßnahmen dargestellt.

#### 4.2.1 Strukturierung des touristischen Angebotes

Für eine erfolgreiche Produktentwicklung im Zusammenhang mit der Industriekultur ist die Berücksichtigung der unterschiedlichen Bestandteile des touristischen Angebots wichtig. Ihr Zusammenspiel ist der Schlüssel zum Erfolg: Nur wenn zu allen Bereichen marktfähige, qualitativ passende Angebote vorhanden sind, diese miteinander vernetzt und idealerweise zu erlebbaren Produkten zusammengeführt werden, ist eine erfolgreiche touristische Inwertsetzung denkbar.



Quelle: dwif 2021

**Abbildung 10: Strukturierung des touristischen Angebots**

In der Folge werden die verschiedenen Bestandteile einzeln beschrieben und spezifische Handlungsbedarfe formuliert.

### **Ankerangebote der Industriekultur**

Um ein grundlegendes Interesse an den Angeboten der Industriekultur in Mitteldeutschland zu erzeugen, bedarf es einer Auswahl von hochwertigen Ankerangeboten, die stellvertretend für ein oder mehrere Themenfelder der Industriekultur im mitteldeutschen Raum stehen (vgl. auch Kapitel 4.1.2 „kulturelle Marker“) und Aufmerksamkeit über regionale oder gar nationale Grenzen hinaus erzeugen. Idealerweise stellen sie einen eigenen Reiseanlass dar. Dies können sowohl Besuchereinrichtungen (Museen, Besucherzentren etc.), inszenierte Erlebnisrouten als auch (Kultur-)Veranstaltungen sein. Diese Ankerangebote

- ▶ bieten **hochwertige Erlebnisse** zu einem oder mehreren Themenfeldern der Industriekultur.
- ▶ dienen als touristisch konkurrenzfähige Leitprodukte zur **Profilierung im Wettbewerb**.
- ▶ geben als sog. „**Eingangsportale**“ für die Industriekultur in der Region inhaltlich Orientierung (d. h. sie wirken als zentraler Empfangsort oder Startpunkt für eine Region, ein Themenfeld oder einen Erlebnisraum, machen dort auf weitere themenverwandte Standorte aufmerksam (z. B. virtuelle Verlinkung, Auslage von Partnerinformationen, Angebot von Kombitickets) und übernehmen dadurch eine Verteilungsfunktion zum Nutzen anderer Einrichtungen)
- ▶ sind **bereits im jetzigen Zustand gut für die touristische Vermarktung** einsetzbar.

Ankerangebote müssen die Ansprüche der Kategorien 1 und 2 (s. auch Kapitel 4.2.4, Priorisierung des touristischen Entwicklungsbedarfes durch Kategorienbildung) erfüllen. Zudem sollten „Anwärter“ für die Ankerfunktion bestimmt werden, die als solche gezielt zu entwickeln sind, um den Mitteleinsatz zu fokussieren.

Die Ausstrahlung und Anziehungskraft der Angebote gilt es weiter zu stärken und im touristischen Marketing als Aushängeschild zu nutzen. Zum jetzigen Zeitpunkt ist die Auswahl von Ankerangeboten, die die vorab genannten Kriterien (weitgehend) erfüllen, noch sehr begrenzt. Für einen Ausbau dieser Ankerangebote empfiehlt sich die gezielte Entwicklung regionaler Cluster (Erlebnissräume; s. Kapitel 4.2.5 und 4.2.6), die mit ihrer Angebotsdichte überzeugen. Zwar ist es richtig, dass eine möglichst hohe Anzahl attraktiver Angebote die touristische Inwertsetzung der Industriekultur unterstützt. Im Sinne einer Fokussierung der Ressourcen ist es jedoch empfehlenswert, im Zweifelsfall eher auf wenige besonders hochwertige Angebote mit hoher Ausstrahlung zu setzen als auf viele mit einer begrenzten Anziehungskraft.

Beispiele für derzeitige Ankerangebote (inkl. Veranstaltungen/Events oder Routen) sind aus unserer Sicht:

- ▶ Bauhaus-Museum, Dessau
- ▶ Bergbau-Technik-Park, Großpösna
- ▶ Ferropolis, Gräfenhainichen
- ▶ Technik-Museum „Hugo Junkers“, Dessau
- ▶ Museum für Druckkunst, Leipzig
- ▶ ErlebnisZentrum Bergbau Röhrichtschacht Wettelrode
- ▶ Route „Kohle | Dampf | Licht | Seen“
- ▶ Tage der Industriekultur (Derzeit finden derartige Veranstaltungen z. B. in Leipzig, Chemnitz oder in Sachsen-Anhalt als ganzes Bundesland statt; eine besondere Ankerfunktion könnte jedoch ein gemeinsamer Tag der Industriekultur in der Metropolregion Mitteldeutschland ausüben.)

Darüber hinaus gibt es natürlich weitere Angebote, die perspektivisch zu Ankerangeboten entwickelt werden können, wenn entsprechende Aufwertungen stattfinden bzw. Investitionen getätigt werden (z. B. Film- und Industriemuseum Wolfen, Deutsches Chemie-Museum in Merseburg, Technikmuseum Magdeburg, Technisches Halloren- und Salinemuseum, das geplante Mitteldeutsche Bergbau-Museum, Dokumentationszentrum Industriekulturlandschaft Mitteldeutschland e.V./DOKmitt e. V., die geplante Route zur Industriekultur im Landkreis Mansfeld-Südharz, s. hierzu auch Kapitel 4.2.4).

Die Auswahl erfolgte auf Basis einer groben Ersteinschätzung aus Gutachtersicht anhand verschiedener Kriterien (Professionalität des Auftretens/Eigenvermarktung nach außen (Internetauftritt, derzeitige Besucherzahlen, Einschätzung der Attraktivität in touristischen Fachkreisen). Diese muss allerdings unbedingt im Rahmen der Umsetzung noch weiter vertieft, objektiviert und qualifiziert werden. (s. Kapitel 4.2.7; Handlungsfeld A) „Bestandsbewertung“)

### **Weitere touristische Angebote der Industriekultur**

Zu dieser Gruppe gehören alle weiteren einschlägigen Orte, Angebote oder besondere (visuelle) Erlebnisse (s. Kapitel 4.1.2), die ausgewählte industriekulturelle Facetten aufgreifen, aber (noch) nicht die Qualitätsansprüche an Ankerangebote erfüllen. Dazu gehören aber auch Angebote, die aufgrund besonderer Eigenschaften oder Nutzungen vermutlich keine Aussicht haben, sich jemals zu einem entsprechenden Ankerangebot zu entwickeln, aber dennoch wichtige Bestandteile des Gesamtangebots bilden. Zur Gruppe der „weiteren touristischen Angebote“ gehören z. B. kleinere Museen und technische Denkmäler, Aussichtspunkte, industriehistorische Schauplätze, historische Gebäude oder thematisch sehr spezifische Veranstaltungen.

Für Einrichtungen dieser Kategorie empfiehlt sich der grundsätzliche Ausbau der Service- und Erlebnisqualität sowie eine Präsentation und touristische Vermarktung im Verbund mit anderen Angeboten und dabei insbesondere in Verbindung mit einem Ankerangebot.

### **Kreativimpulsgeber\*innen**

Hierunter werden Kreative, Künstler\*innen, Kulturschaffende und andere Akteur\*innen verstanden, die den Bezug zur Gegenwart gewährleisten, die Industriekultur mit Leben füllen und ihr neue, zukunftsweisende Impulse geben. Sie bilden die authentische Basis für neue Formate und Inszenierungen, wirken als Ideenpool für Veranstaltungen, Feste und andere Formate und verleihen diesen durch ihr individuelles Profil und Angebot Leben. Je nach Qualität strahlen sie eine eigene (überregionale) Anziehungskraft aus oder wirken in Kombination mit einem anderen (kultur-)touristischen Angebot. Für die Verbindung mit Gegenwartsthemen spielt ihre Beteiligung eine entscheidende Rolle. Beispiele für diese Kategorie sind aus unserer Sicht Einrichtungen, in denen diese Akteur\*innen wirken, wie das Alte Kranwerk Naunhof, die Leipziger Baumwollspinnerei, das Tapetenwerk Leipzig oder die Nudelfabrik Zeitz.

Für diese Gruppe gilt es, das ihnen innewohnende hohe Kreativpotenzial im Kontext der Industriekultur für eine touristische Inwertsetzung zu erschließen und Kooperationen oder Pilotprojekte mit Touristiker\*innen zu fördern.

### **Komplementäre Angebote (Themen und Anbietende)**

In dieser Kategorie finden sich Angebote, die entweder nur teilweise oder auch im Ganzen anderen touristischen Profilthemen und Bereichen zugeordnet werden können, die jedoch im Sinne einer Angebotsaufwertung oder -ergänzung auch für die Industriekultur eingesetzt werden können. Sie leisten dadurch einen wichtigen Beitrag zu einem attraktiven Gesamterlebnis. Hierzu gehören z. B. Gesundheits- und Entschleunigungsangebote, Natur- und Aktivangebote oder auch Angebote zu den Themen Kulinarik, Spiritualität sowie das Thema Porzellan. Ebenso können in dieser Gruppe thematisch passende Beherbergungs- und Gastronomieangebote (Unterkünfte oder Restaurationen in ehemaligen Industriegebäuden) eingeordnet werden.

Hier gilt es, die Anbietenden aus diesem Bereich mit den Akteur\*innen der Industriekultur zusammenzuführen (ggf. Clusterbildung), sich gegenseitig zu informieren und die gemeinsame Entwicklung buchbarer Angebote zu fördern.

#### 4.2.2 Erfolgsfaktoren für touristische Angebote

Die nachfolgend zusammengestellten Faktoren sollen dabei unterstützen, erfolgreiche touristische Angebote für die Industriekultur in Mitteldeutschland zu entwickeln. Sie dienen insbesondere als praktische Hilfestellung für die industriegulturellen, vielfach ehrenamtlichen Akteur\*innen in der Fläche, die bisher weniger Berührungspunkte mit der touristischen Inwertsetzung ihres Angebotes hatten, während sie Tourismusprofis sicherlich bewusst sind. Die Hinweise zeigen zudem die Bereiche auf, in denen die Anbietenden (fachliche und finanzielle) Unterstützung benötigen können. Dazu zählt beispielsweise eine Sensibilisierung für die Anforderungen an touristische Angebote und eine kritische Überprüfung des (eigenen) Angebotes anhand der folgenden Faktoren.

##### Erlebnis und Vermittlung vor Ort

Im Zentrum steht das Angebot vor Ort. Hierzu zählen

- ▶ **der erste Eindruck:** Er prägt die Gesamterfahrung. Wichtige Bestandteile sind eine gepflegte und einladende Ausstrahlung beispielsweise eines Museumsgebäudes und seiner Umgebung. Eine gute Auffindbarkeit der Einrichtung, des Parkplatzes, des Eingangs usw. gehört ebenso dazu. Gekrönt wird der erste Eindruck von einer freundlichen Begrüßung.
- ▶ **die Wohlfühlatmosphäre:** Sie trägt dazu bei, die Aufenthaltsdauer zu erhöhen. Dazu gehören neben einem stimmigen Ambiente in der Einrichtung beispielsweise Sitzmöglichkeiten im Innen- und Außenbereich und passende ergänzende Angebote wie ein Café, ein Shop oder ein Spielplatz.
- ▶ **die Erlebnisqualität:** Sie bildet das Herzstück des Aufenthaltes vor Ort. Die Besucher\*innen sollten in der Einrichtung in die Welt der Industriekultur eintauchen können. Dazu gehört u. a. eine attraktive und zeitgemäße Aufbereitung von Ausstellungen usw. Je nach Zielgruppe ist eine angemessene Mischung aus Bildung und Unterhaltung (Edutainment, Infotainment) anzustreben. Der zielgruppenspezifische Einsatz von interaktiven, spielerischen Angeboten (z. B. Mitmachführungen, Workshops, Gamification) und digitalen Anwendungen spielt hier eine wichtige Rolle.
- ▶ **Events, Aktionstage:** Attraktive Veranstaltungen beleben die Industriekultur, sprechen neue Zielgruppen an und schaffen zusätzliche Besuchsanlässe (v. a. für Tagesreisen). Sie sollten zielgruppenspezifisch konzipiert und regelmäßig angeboten werden wie beispielsweise ein Familientag. Idealerweise koordinieren oder bündeln mehrere Einrichtungen ihre Veranstaltungen, um die Sichtbarkeit und die Angebotsbreite zu verbessern.



- ▶ **Besondere Erlebnisangebote am authentischen Ort:** Sie bieten die Möglichkeit, das Angebot besonders zu machen und zusätzlich zu beleben. Zu diesen komplementären Erlebnisangeboten zählen beispielsweise Übernachtungen oder Gastronomie im authentischen industriekulturellen Ambiente. Dass dabei die Qualität (z. B. Kulinarik, Service, Ausstattung) angemessen sein muss, versteht sich von selbst.
- ▶ **Nutzung als außergewöhnliche Veranstaltungslocations:** Mit eigenen oder fremden Veranstaltungen können die Einrichtungen zusätzliche Einnahmequellen erschließen und im Idealfall neue Gästegruppen für ihr Angebot begeistern. Die Industriekultur selbst bildet hier in vielen Fällen die spannende Kulisse. Das mögliche Spektrum reicht von Kultur- oder Sportangeboten im Gebäude oder auf dem Außengelände über Tagungen und Konferenzen bis zu privaten Feierlichkeiten in besonderer Atmosphäre. Insbesondere für Firmenveranstaltungen ist eine hohe Professionalität in Service und Ausstattung zwingend erforderlich (z. B. Tagungstechnik, Betreuung von Ort). Zudem müssen vorab das jeweilige Wettbewerbsumfeld und die Nachfragepotenziale geprüft werden.

## Service

Mit einer gästeorientierten Servicementalität und natürlicher Gastfreundschaft tragen die Einrichtungen der Industriekultur zu einem gelungenen Gesamterlebnis bei. Wichtig sind hierbei insbesondere:

- ▶ **die Öffnungszeiten:** Die Einrichtung muss zu langfristig festgelegten Zeiten regelmäßig und verlässlich verfügbar sein. Diese Öffnungszeiten sollten sich an typischen Reisezeiträumen orientieren (z. B. Wochenende) und müssen aktuell auf den unterschiedlichen Kanälen kommuniziert werden. Unvorhersehbare Planänderungen und Schließungen sollten vermieden werden.
- ▶ **Ansprechpersonen für touristische Belange:** Gerade für die Kommunikation mit Gruppen, Reiseveranstalter\*innen oder Firmen empfiehlt es sich, eine Ansprechperson zu benennen, bei der die touristischen Anfragen zusammenkommen und fachkompetent betreut werden.
- ▶ **die Servicequalität:** Abgesehen von den baulichen Gegebenheiten, der Ausstattung usw. spielt die Servicequalität als „weicher“ Faktor für das Gesamterlebnis eine entscheidende Rolle. Dies gilt sowohl für den Aufenthalt vor Ort als auch für die Zeit davor und danach (z. B. verlässliche Informationen, Beantwortung von Anfragen, Online-Bewertungen, Kund\*innenbindung). Im Idealfall sind Informationen (online/offline), Führungen sowie generell die Kommunikation mit den Besucher\*innen auch mehrsprachig (mindestens in englischer Sprache) verfügbar bzw. möglich.
- ▶ **die kontinuierliche Qualitätssicherung und -verbesserung:** Es gilt, die eigene Qualität als touristische Einrichtung kontinuierlich zu sichern und auszubauen. Hierfür sollten entsprechende Gästebefragungen und/oder ein Monitoring der Online-Bewertungen durchgeführt werden. Entscheidend ist, dass die Erkenntnisse dazu genutzt werden, das eigene Angebot gezielt zu verbessern.

## Marketing und Vertrieb

Die Stärkung der touristischen Marketing- und Vertriebsaktivitäten trägt dazu bei, dass die Industriekultur in Mitteldeutschland und die mit ihr verbundenen Angebote als attraktives ReisetHEMA wahrgenommen werden. Dies betrifft vor allem

- ▶ **die attraktive und selbstbewusste Präsentation nach außen:** Das gilt vor allem für den Online-Bereich. Eine besondere Bedeutung kommt dabei inspirierenden Bildern zu, die Lust auf einen Besuch vor Ort wecken. Aber auch wichtige Informationen etwa zu Öffnungszeiten, Eintrittspreisen oder Hintergründen dürfen nicht fehlen. Mit einer gemeinsamen Außendarstellung im Verbund lässt sich die Wirkung der Aktivitäten deutlich verbessern. Wichtig: Die Präsentation soll zwar vorteilhaft sein, muss jedoch gleichzeitig der Realität entsprechen, denn sonst ist mit Enttäuschungen vor Ort und negativen Kommentaren im Internet und im Bekanntenkreis zu rechnen.
- ▶ **die Buchbarkeit:** Die Angebote der Industriekultur wie Tages- und Übernachtungspakete, Eintrittskarten, Führungen, Workshops usw. sollten online nicht nur sichtbar, sondern möglichst auch komfortabel buchbar sein. In diesem Zusammenhang bietet es sich an, Kombinationen mit anderen attraktiven Themen und Einrichtungen aktiv anzubieten, also beispielsweise durch Tourenvorschläge, Pauschalangebote und Kombitickets.

## Umfeld

Das Umfeld rundet den Besuch einer industriekulturellen Einrichtung ab und erhöht im günstigsten Fall die Aufenthaltsdauer in der Region. Dazu zählen

- ▶ **die Erreichbarkeit:** Gerade für viele urbane Zielgruppen ohne eigenen Pkw ist die öffentliche Erreichbarkeit zunehmend ein Kriterium für die Planung von (Tages-) Reisen.
- ▶ **passende Gastronomie:** Mit dem Besuch der Kultureinrichtung ist der Aufenthalt meist noch nicht abgeschlossen. Ein passendes gastronomisches Angebot direkt in der Einrichtung oder der näheren Umgebung verlängert die Aufenthaltsdauer vor Ort und rundet den Tagesausflug ab. Ob z. B. ein kleineres Kaffee- und Kuchenangebot direkt im Museum oder auch die Empfehlung guter Cafés und Restaurants in der Nähe –wichtig ist, dass hier eine angemessene Qualität geboten wird.
- ▶ **passende Unterkünfte:** Ähnlich verhält es sich mit den Unterkünften. Gute Beherbergungsbetriebe für die jeweiligen Zielgruppenbedürfnisse in der Umgebung sind ein wesentlicher Bestandteil für ein gelungenes Reiseerlebnis.
- ▶ **weitere Attraktionen:** Auch weitere Freizeit- und Kulturangebote in der Umgebung können den Besuch ergänzen. Die Akteur\*innen der Industriekultur können gezielt auf diese hinweisen (z. B. durch Verlinkung, Auslage von Flyern, Angebot von Kombitickets).

Zusammenfassend lässt sich festhalten: Im Mittelpunkt der touristischen Angebotsentwicklung stehen die touristischen Nachfragenden mit ihren spezifischen Bedürfnissen und Erwartungen. Standardangebote, die keine Besonderheiten bieten, haben es im Wettbewerb nicht leicht und werden schnell übersehen. Eine Schlüsselrolle für die touristische Inwertsetzung spielen Investitionen, Angebotserweiterungen und Inszenierungen. Events und Sonderaktionen, gepaart mit besonderen Marketingmaßnahmen, schaffen Aufmerksamkeit und idealerweise eigene Besuchsanlässe. Das Gesamterlebnis wird durch ehrliche Gastfreundschaft und authentischen Service sowie ein attraktives Umfeld abgerundet.

### 4.2.3 Zielgruppen für die Industriekultur

Das Zielgruppenspektrum für die Industriekultur ist grundsätzlich sehr breit. Dies belegen auch die Fachgespräche und die Ergebnisse der Online-Befragung der Industriekultur-Einrichtungen. Individualgäste im Tages- und Übernachtungstourismus sind genauso zu berücksichtigen wie Fach- oder Special Interest-Zielgruppen oder der sog. MICE-Bereich (Seminar- und Tagungstourismus). Die verschiedenen Zielgruppen haben naturgemäß unterschiedliche Erwartungen an die inhaltliche Aufbereitung und Vermittlung der Themen, für die die Besuchereinrichtungen oder Standorte der Industriekultur stehen (s. Kapitel 4.2.5). Hier ist grundsätzlich eine zielgruppenspezifische Vorgehensweise bei der Angebotsentwicklung und der Vermarktung wichtig.

#### 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/  
Special Interest
- ▶ Vereine
- ▶ Schulgruppen
- ▶ Sonstige  
Bildungsgruppen

#### MICE

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

Quelle: dwif 2021

### Abbildung 11: Zielgruppenspektrum für die Industriekultur in Mitteldeutschland

Die vorliegende Tourismusstrategie konzentriert sich auf die Gruppe der Individualgäste, die über das Tourismusmarketing auf lokaler, regionaler oder Landesebene erreichbar sind. Hier ist es wichtig, gezielt diejenigen Nachfrager\*innen anzusprechen, die sich für Mitteldeutschland und die Industriekultur interessieren lassen. Gleichzeitig ist es ein bedeutender strategischer Faktor, diejenigen Zielgruppen anzusprechen, die auch auf Destinations- und Landesebene im Fokus stehen, um hier entsprechende Synergien zu



nutzen. Denn damit erleichtern die Leistungsanbietenden im Bereich der Industriekultur eine Übernahme und Vermarktung von Angeboten durch die Tourismusorganisationen auf Destinations- und Landesebene.

Der Blick in die Tourismusstrategien der Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen ergibt, dass alle Zielgruppen ansprechen, die auf der wertorientierten Zielgruppeneinteilung des Sinus-Instituts basieren. Diese Zielgruppeneinteilung beinhaltet nicht nur soziodemografische Aspekte, sondern rückt ebenso die Befindlichkeiten und Orientierungen der Menschen in den Fokus. Die Sinus-Milieus repräsentieren Menschen mit ähnlichem Lebensstil, ähnlichen Werten und sozialer Lage, vergleichbaren Kommunikations- und Konsummustern.

Es gibt zudem Zielgruppenüberschneidungen: So zielen alle drei Bundesländer auf die Milieus der „Liberal-Intellektuellen“ und „Sozialökologischen“. Diese beiden Zielgruppen lassen sich unter Berücksichtigung wichtiger Erfolgsfaktoren (s. Kapitel 4.2.2) sowohl in der Konstellation Familien mit Kindern als auch als Paar recht gut für Angebote aus dem Bereich Industriekultur interessieren. Bei den Milieus der „Adaptiv-Pragmatischen“ und der „Konservativ-Etablierten“, die in den Landestourismusstrategien der Länder teilweise auch Berücksichtigung finden, ist der Aufwand, der in der Produktentwicklung zu betreiben ist, deutlich höher. Zudem sind hier nach erster Einschätzung entweder nur Paare (Konservativ-Etablierte) oder Familien (Adaptiv-Pragmatische) relevant.

Zur Zusammensetzung der Sinus-Milieus mit ihren Wertevorstellungen, Interessen, Reisemotiven und Freizeitaktivitäten ist die Informationslage sehr gut. Die Landesmarketingorganisationen stellen hierzu in ihren jeweiligen Landesnetzwerken teilweise umfangreiche Informationen kostenlos zur Verfügung. Darüber hinaus können über das Sinus-Institut ausführliche Infopakete erworben werden.

Für einen ersten Überblick folgen an dieser Stelle Informationen zu den vier genannten relevanten Sinus-Milieus. Grundsätzlich muss dabei beachtet werden, dass der Fokus dieser Gruppen bei Übernachtungsreisen v. a. auf dem Ausland liegt und nur teilweise im Inland. Für inländische Ziele sind v. a. die Milieus der „Sozialökologischen“ und die „Konservativ-Etablierten“ ansprechbar. Das soll jedoch nicht ihre Bedeutung schmälern, da der Tagestourismus ohnehin für das Industriekulturangebot zum jetzigen Status quo die größere Bedeutung hat. Für ein besseres Verständnis haben wir in die Darstellung auch Produktbeispiele eingearbeitet, die für die jeweiligen Zielgruppen besonders interessant sein dürften.

Milieu	<b>Liberal- Intellektuelle</b> <i>Die aufgeklärte Bil- dungselite</i>	<b>Sozial ökologische</b> <i>Das engagiert gesell- schaftskritische Milieu</i>	<b>Adaptiv- Pragmatisch</b> <i>Die moderne junge Mitte</i>	<b>Konservativ- Etablierte</b> <i>Das klassische Estab- lishment</i>
<b>Ansprechbar- keit für die Industriekul- tur</b>				
<b>Hauptur- laubsmotive mit auffälli- ger Relevanz für die Ziel- gruppe (Auswahl)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Besuch von Museen, Kunstaustellungen etc.</li> <li>▶ Kontakt zu Einheimischen</li> <li>▶ Neue Leute kennenlernen</li> <li>▶ Aktiv Sport treiben</li> <li>▶ Andere Länder und Kulturen erleben, viel von der Welt sehen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Besuch von Museen, Kunstaustellungen</li> <li>▶ Aktiv Sport treiben</li> <li>▶ Kontakt zu Einheimischen</li> <li>▶ Neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennenlernen</li> <li>▶ Andere Länder und Kulturen erleben, viel von der Welt sehen</li> <li>▶ Zeit füreinander haben (Partner, Familie, Freunde)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Party machen</li> <li>▶ Zeit für Einkaufstouren/ Shopping</li> <li>▶ Sich verwöhnen lassen, sich was gönnen, genießen</li> <li>▶ Ausruhen, faulenzeln</li> <li>▶ Zeit füreinander haben (Partner, Familie, Kinder, Freunde)</li> <li>▶ Neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennenlernen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Wiedersehen (Erinnerung an eine Gegend auffrischen)</li> <li>▶ Aktiv Sport treiben</li> <li>▶ Etwas für die Gesundheit tun</li> <li>▶ Ausruhen, faulenzeln</li> <li>▶ Neue Leute kennenlernen</li> <li>▶ Kontakt zu Einheimischen</li> <li>▶ Frei sein, Zeit für mich haben</li> </ul>
<b>Beispiele für passende Produkte im Bereich der Industriekul- tur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Museen/ Ausstellungen</li> <li>▶ Führungen durch Einheimische/ Zeitzeug*innen</li> <li>▶ Künstlerwerkstätten/ Kreativwirtschaft</li> <li>▶ Konzerte/ Lesungen/ Festspiele</li> <li>▶ (Fotografie-/ (Koch-)Kurse</li> <li>▶ Kulinarische Touren</li> <li>▶ Handwerksprodukte</li> <li>▶ 4/3* Hotelunterkunft mit regionaler Küche und Wellnessbereich, Ferienwohnung/-haus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Museen</li> <li>▶ Feste</li> <li>▶ Aktionstage z. B. für Familien</li> <li>▶ Spielmöglichkeiten für Kinder</li> <li>▶ Erholung am See</li> <li>▶ Rad- und Wanderwege durch attraktive Landschaften</li> <li>▶ Führungen durch Einheimische/ Zeitzeug*innen</li> <li>▶ Führungen durch postindustrielle Naturräume</li> <li>▶ Nachhaltigkeitsthemen (Energie)</li> <li>▶ Handwerk/ authentische Produkte / regionale Produkte</li> <li>▶ 4/3* Hotelunterkunft, Ferienwohnung/-haus mit ökologischem Anspruch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Veranstaltungen (Party, Festival o. ä.) vor industriekultureller Kulisse</li> <li>▶ Rad- und Wanderwege durch attraktive Landschaften</li> <li>▶ Erholung am See</li> <li>▶ Hands-on-/Mitmachangebote</li> <li>▶ VR-/AR-Angebote</li> <li>▶ Besuchereinrichtungen mit starker Kinderorientierung (inkl. Erlebnisspielplatz)</li> <li>▶ Aktionstage z. B. für Familien</li> <li>▶ Fotografie-Kurse</li> <li>▶ Gastronomisches Angebot in/vor industriekultureller Kulisse</li> <li>▶ 4/3* Hotelunterkunft, Ferienwohnung/-haus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Museen</li> <li>▶ Theater/Konzerte (auch vor industriekultureller Kulisse)</li> <li>▶ Führungen durch Einheimische/ Zeitzeug*innen</li> <li>▶ Rad- und Wanderwege durch attraktive Landschaften</li> <li>▶ 4* Hotelunterkunft mit regionaler Küche und Wellnessbereich</li> </ul>

Quelle: dwif 2021 und Sinus-Institut (Haupturlaubsmotive)

**Tabelle 3: Sinus-Milieus mit Relevanz für die Industriekultur**

#### 4.2.4 Priorisierung des Entwicklungsbedarfes

Wie bereits erläutert, sehen wir einen starken Handlungsbedarf hinsichtlich der Verbesserung der Basisqualität in der Breite auf der einen und der Stärkung der Ankerangebote (Erlebnisqualität, Edutainment, digitale Aufbereitung) auf der anderen Seite, um deren überregionale Anziehungskraft zu erhöhen. Für die gezielte touristische Inwertsetzung ist es wichtig, die Erlebnisqualität der Industriekultur in Mitteldeutschland auf eine neue höhere Ebene zu führen.

Dies ist natürlich mit erheblichen Investitionen verbunden. Da die hierfür einsetzbaren Mittel jedoch nicht unbegrenzt sind, empfiehlt sich die Einordnung des vorhandenen Angebots in Kategorien, die die Grundlage für die zielgerichtete investive Entwicklung des industriekulturellen Angebots in Mitteldeutschland bilden. Für die Kategorien sollten einheitliche und nachvollziehbare Bewertungskriterien in Anlehnung an z. B. ERIH festgelegt werden, damit diese eine Priorisierung des Entwicklungsbedarfes ermöglichen. Wir schlagen daher die Zuordnung des vorhandenen Angebots in fünf Kategorien vor.

Kategorie	Bezeichnung
1	<b>Exzellenzangebot – überregional und international wettbewerbsfähig</b> Beschreibung: Einrichtungen mit bereits jetzt sehr hoher Angebotsqualität und internationaler Wettbewerbsfähigkeit. Hier ist allenfalls eine zusätzliche Attraktivierung über wettbewerbsübliche Standards hinaus erforderlich.
2	<b>Angebot mit regionaler touristischer Strahlkraft - regional wettbewerbsfähig</b> Beschreibung: Angebote, Einrichtungen, Veranstaltungen, die ohne weitere Maßnahmen bereits eine gute Angebotsqualität vorweisen und touristisch vermarktbar sind. Gleichzeitig erreichen diese noch nicht das Angebotsniveau vergleichbarer international wettbewerbsfähiger Einrichtungen. Sie verfügen jedoch bei einem entsprechenden Mitteleinsatz über das Entwicklungspotenzial hierzu.
3	<b>Angebote mit Interventionsbedarf in einzelnen Bereichen</b> Beschreibung: Angebote, Einrichtungen oder Veranstaltungen, bei denen in einzelnen Qualitäts- und Leistungsbereichen Investitionen erforderlich sind (z. B. Produkt/Angebot, touristische Voraussetzungen, Kommunikation), bevor sie sich auch über(!)regional für eine touristische Vermarktung eignen.
4	<b>Angebote mit hohem Entwicklungsbedarf</b> Beschreibung: Bei diesen Angeboten ist noch ein erheblicher Mitteleinsatz in mehreren Qualitäts- und Leistungsbereichen erforderlich, um diese touristisch zu ertüchtigen. Im jetzigen Zustand eignen sie sich kaum für eine touristische Vermarktung, da sie eher negative Imageeffekte erzeugen können, als dass sie das Thema positiv verstärken.
5	<b>Angebote mit sehr hohem Entwicklungsbedarf</b> Beschreibung: Diese Einrichtungen haben grundsätzlich eine relativ schlechte Entwicklungsperspektive in touristischer Hinsicht. Anlagen dieser Kategorie haben aufgrund ihrer außergewöhnlichen Größe/Dimension und/oder ihres schlechten Erhaltungszustandes und/oder der Qualität der Darstellung (soweit bislang überhaupt vorhanden) einen äußerst hohen Investitionsbedarf, der nur mit einer sehr großen Kraftanstrengung zu bewerkstelligen ist und nur in besonderen Ausnahmefällen realisierbar erscheint.

Quelle: dwif und Projekt2508

**Tabelle 4: Vorschläge für die Kategorisierung des touristischen Angebots**

Zur Anwendung der beschriebenen Kategorien ist anzumerken, dass zwar bereits eine umfangreiche quantitative Bestandserhebung vorgenommen wurde. Eine detaillierte Bewertung der einzelnen Einrichtungen aus touristischer Sicht und Priorisierung der Entwicklungsbedarfe ist jedoch „vom Schreibtisch“ aus nicht möglich und würde auch dem hohen Anspruch an diese Maßnahme nicht gerecht werden. Daher kann an dieser Stelle nur die Empfehlung ausgesprochen werden, eine entsprechende Priorisierung idealerweise im Schulterschluss der drei Bundesländer oder zumindest auf Bundeslandebene auf Basis derselben Kriterien vorzunehmen und in die Gestaltung eines (touristischen) Förderinstrumentariums einfließen zu lassen.

- ▶ Aus unserer Sicht gibt es in Mitteldeutschland im Themenfeld der Industriekultur für die **Kategorie 1 „Exzellenzangebot – überregional und international wettbewerbsfähig“** nur eine Einrichtung, die sich hier bedenkenlos einreihen ließe. Dies ist aufgrund der hohen Ausstellungsqualität, der inhaltlichen Aufbereitung des Themas, der gebotenen Erlebnisvielfalt vor Ort, des Bestands an weiterer Infrastruktur (Shop, Gastronomie, Übernachtungsmöglichkeiten), der internationalen Ausstrahlung des Themas und der professionellen Vermarktung beim Bauhaus-Museum in Dessau der Fall. Alle weiteren Einrichtungen erreichen diese hohe Angebotsqualität derzeit nicht.
- ▶ Für die **Kategorie 2 „Angebot mit regionaler touristischer Strahlkraft - regional wettbewerbsfähig“** finden sich nach unserer Einschätzung mehrere Einrichtungen. Eine Qualifizierung dieser Einordnung auf Basis klarer Kriterien ist jedoch weiterhin erforderlich. In alphabetischer Reihenfolge sind dies (nicht abschließend):

Bergbau-Technik-Park, Großpösna

ErlebnisZentrum Bergbau Röhrigschacht Wettelrode

Ferropolis, Gräfenhainichen

Film- und Industriemuseum Wolfen

Museum für Druckkunst, Leipzig

Technik-Museum „Hugo Junkers“, Dessau

- ▶ In der **Kategorie 3 „Angebote mit Interventionsbedarf in einzelnen Bereichen“** wären nach erster Einschätzung folgende Einrichtungen einzuordnen. Die Darstellung ist nicht als abschließend zu verstehen und muss noch weiter qualifiziert werden. In alphabetischer Reihenfolge sind dies:

Brikettfabrik Hermannschacht, Zeitz

Chemie-Museum, Merseburg

Döllnitzbahn „Wilder Robert“, Mögeln

Historische Schauweberei, Braunsdorf

Schmidschacht, Helbra

Technisches Halloren- und Salinemuseum, Halle (Saale)

Alle weiteren Einrichtungen der Bestandsaufnahme sind nach derzeitiger Einschätzung überwiegend in der Kategorie 4 oder 5 zu erwarten. Darüber hinaus kann bei einem Ausbau zu einem Zentrum der Industriekultur und der damit verbundenen steigenden Bedeutung für dieses Thema auch das Technikmuseum Magdeburg in diese Kategorie fallen.

#### 4.2.5 Definition von Erlebnisräumen

Die touristischen Erlebnisräume führen die Leitgeschichte und Subgeschichten, die kulturellen Marker und/oder Ankerangebote, die konkreten Nutzungen an den Standorten sowie komplementäre touristische Angebote zusammen. Zudem tragen wahrnehmbare Erlebnisräume in hohem Maße zur Bildung einer kognitiven Karte bei. Daher gehört die Entwicklung der Erlebnisräume gekoppelt an die oben skizzierte standortbezogene und teilregionale Vermittlung (s. Kapitel 4.1) zu den wichtigen Schlüsselstrategien.

Erlebnisräume orientieren sich am Aktionsradius eines Tagesausflugs, der den meisten Gästen und Besucher\*innen zur Gestaltung eines erlebnisreichen Tages oder zumindest Halbtages dient, unabhängig davon, ob es sich um einen Tagesausflug vom Wohnort oder vom Urlaubsort handelt. Erlebnisräume bestehen i.d.R. aus (s. dazu auch Kapitel 4.1 und 4.2.5)

- ▶ Ankerangeboten, die eine Reise auslösen,
- ▶ touristischen „Sidekicks“ (oder Nebenangeboten), die in Kombination das Erlebnis verstärken,
- ▶ „Trittsteinen“, die verschiedene Anker verbinden und dabei helfen können Strecken zu überbrücken, v.a. im Rad- und Wandertourismus, sowie
- ▶ vernetzenden Routen jeder Art, i.d.R. ebenfalls Rad- oder auch Wanderwegen.

Nicht alle Zielgruppen nutzen alle Bausteine eines Erlebnisraums, es ist jedoch sinnvoll innerhalb eines Erlebnisraums verschiedene, kombinierbare Angebote zu entwickeln (falls nötig) bzw. zu kommunizieren. Es gibt einige grundlegende Anforderungen an die Entwicklung der Erlebnisräume, die unter dem Dach der Industriekultur eine besondere Ausformung erfahren. Die Entwicklung eines klar definierten Erlebnisraums, der zudem an eine teilregionale Vermittlung gekoppelt ist, soll am Beispiel des Kupferbergbau und seinen historischen Spuren im Harz skizziert werden.

#### **Beispiel und Exkurs: Erlebnisraum „Kupfer-Harz“ (Arbeitstitel)**

Grundidee ist die Entwicklung eines profilierten touristischen Teil-Erlebnisraums im Harz bzw. am Harzrand (Landkreis Mansfeld-Südharz), in dem sich die klassifizierten und mit einem „Siegel“ versehenen Orte in die räumliche Entwicklung einfügen (s. Kapitel 4.1.2). Zudem ist dabei der Modellstandort „Malakowturm Helbra“ beispielhaft integriert (s. Kapitel 4.3.4).

- ▶ Schrittweise Entwicklung (s. auch schematische Abbildung)

Ausgangspunkt kann zum einen die notwendige, konkrete Entwicklung und Umnutzung eines Standorts sein, z.B. der Malakowturm in Kombination mit dem Schmidtschacht und

dem Schlüssel-Stollen (induktiver Entwicklungsweg, d. h. aus dem Vorhandensein von Einzelobjekten entsteht ein Gesamtraum, s. Kapitel 4.1.1), oder der explizite Wille, einen neuen kulturtouristischen Erlebnisraum zu schaffen (deduktiver Entwicklungsweg, d. h. innerhalb eines Gesamtraum mit besonderem Charakter werden einzelne Objekten gezielt gesucht).

Basis ist in jedem Fall eine **Bestandsaufnahme** der möglichen infrastrukturellen Bausteine – Ankerangebote, komplementäre Angebote, aktivtouristische Infrastruktur etc.

Dann folgt eine „**Storyfizierung**“, ein interner Storytellingprozess zur Einordnung der kulturellen Marker in die industriekulturelle Leitgeschichte mit Klassifizierung, z.B. als „Orte des Aufbruchs“ etc.

Im nächsten Schritt ist der **Umnutzungsbedarf** (s. Kapitel 4.2) sowie der **touristische Entwicklungsbedarf** zu ermitteln (s. oben). Dabei werden den Orten innerhalb des Erlebnisraums Funktionen zugeordnet: Ankerangebot, „Sidekick“, komplementäres Angebot, Routen und Touren etc.

Je nach Situation kann sich ergeben, dass ein neues **Ankerangebot** zu entwickeln ist, um den Erlebnisraum attraktiv genug zu gestalten.

Sämtliche bereits bestehenden Bausteine und Infrastrukturen werden in einem **Gesamtangebot des Erlebnisraums** „Kupfer-Harz“ zusammengefasst. Dabei werden weitere Erlebnisräume mit ihren Ankern, im Falle des Kupfer-Harz z. B. rund um Hettstedt, miteinander vernetzt.

Grundsätzlich werden auf diese Weise die IndustrieKultur-Marker zur Positionierung in der Leitstory und Identitätsbildung mit einer touristischen Qualifizierung und Produktentwicklung gekoppelt. Hinzu kommen weitere Schritte der Qualifizierung und Markteinführung:

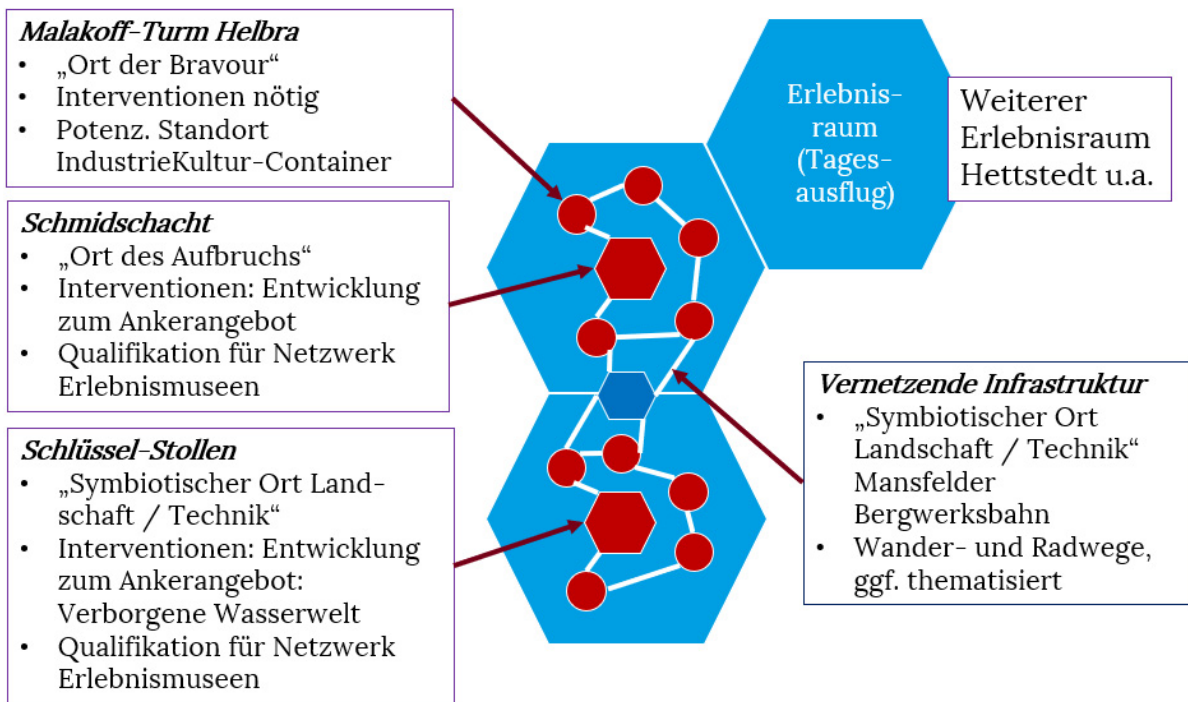
- ▶ Eine kommunikative Vernetzung mit komplementären Angeboten – auch hier kann noch Entwicklungsbedarf bestehen:

**Gastronomie, Übernachtung, Freizeitanbieter** (z.B. Wandern, Radfahren, Führungen etc.). Möglichst ebenfalls thematisiert durch Storytelling und Inszenierung, z.B. Themenzimmer im Hotel o.Ä.

**Kultur- und Veranstaltungsprogramm** rund um das Thema Kupfer, z.B. „Kupfertage“, Kupfer-Jazz etc.

**Eigene Produktlinien:** Kupfer-Gebäck, Kupfer-Bohne (spez. Kaffee-Kupferröstung) etc.

Diese sukzessive entwickelten Erlebnisräume können dann in die touristische Vermarktung integriert werden.



**Abbildung 12: Schematische Darstellung zur Entwicklung des Erlebnisraums „Kupfer-Harz“**

#### 4.2.6 Touristische Vermarktung

Die touristische Vermarktung bildet einen wichtigen Bestandteil der Strategie. Entscheidend hierfür ist jedoch, dass zuvor die entsprechenden Voraussetzungen geschaffen werden. Denn wenn mit einer schlagkräftigen Marketingkampagne ein Angebot versprochen wird, das in der Realität nicht verfügbar ist, führt dies zu Enttäuschungen und schlechten Online-Bewertungen bzw. Berichten im persönlichen Umfeld. Mit einer ausreichenden Anzahl (z. B. für einen mehrtägigen Aufenthalt in der Region) vermarktbarer Angebote kann Mitteldeutschland dagegen glaubwürdig eine attraktive und lebendige Industriekultur bei der touristischen Kundschaft bewerben.

Daher gilt es, die Vermarktung auf den Aktivitäten zur touristischen Inwertsetzung der Industriekultur aufzubauen. Dazu gehören insbesondere die Erhöhung der (Basis-) Qualität und die Entwicklung marktfähiger Angebote. Konkrete Hinweise hierfür finden sich in den bereits beschriebenen Strategiebestandteilen.

Für die touristische Vermarktung der Industriekultur empfiehlt die Strategie die folgenden Grundsätze:

- ▶ Die Vermarktung muss nicht zwingend unter dem Begriff „Industriekultur“ erfolgen. Teilweise wird dieser als erklärungsbedürftig oder wenig urlaubsaffin empfunden. Es gilt daher, einerseits auch andere Überschriften wie Eisenbahn, Bergbau/UNESCO zu nutzen. Andererseits sollten Angebote der Industriekultur mit attraktiven touristischen Themen wie Wandern, Radfahren, Wasser, Natur oder Kulinarik kombiniert werden. Teilweise wird dies in der Praxis ohnehin bereits so umgesetzt.



- ▶ Die Vermarktung sollte nicht den Anspruch haben, in jedem Fall den gesamten Raum „Mitteldeutschland“ abzubilden. Die Heterogenität der Industriekultur in der Region gestaltet es herausfordernd, sie nur unter einem gemeinsamen Thema touristisch zu präsentieren. „Industriekultur“ kann zwar eine gemeinsame Klammer sein. Sie sollte jedoch nicht die einzige Strategie sein, da die Zielgruppe sonst zu stark begrenzt bleibt. (s. Kapitel 4.2.3) In Ergänzung dazu empfiehlt es sich, für die touristische Vermarktung auch auf die regionalen thematischen Erlebnisräume zu setzen, d. h. auf attraktive Sub-Themen der Industriekultur in Teilräumen Mitteldeutschlands, die das Thema authentisch und glaubwürdig besetzen und auf marktfähige Angebote setzen können. Hierfür sind folgende Themen denkbar (Arbeitstitel, Beispiele; s. Kapitel 4.2.5):
  - Salzige Tour
  - Bahn-reich
  - Mensch formt Landschaft
  - Kupfer-Harz
  - Ideenschmiede
  - Maschinenpark
  - Textil und Design

Für die touristische Produktentwicklung und Vermarktung empfiehlt die Strategie eine Arbeitsteilung zwischen den vier Ebenen Mitteldeutschland, Bundesland, Destinationen/Regionen und Orte. Die Ebene „Mitteldeutschland“ sollte insbesondere dort tätig sein, wo bundeslandübergreifende Aktivitäten im Fokus stehen, also etwa bei der Bündelung bestehender sowie der Entwicklung neuer Angebote für Mitteldeutschland oder bundeslandübergreifende Teilräume. Zudem sollte diese Ebene dort aktiv werden, wo Koordination, Beratung und Impulse gefragt sind. Falls perspektivisch (!) über eine internationale touristische Vermarktung der Industriekultur nachgedacht wird, sollte dies ebenfalls bundeslandübergreifend und ggf. in Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), der zentralen Vermarktungsorganisation für Deutschland im Ausland, erfolgen. Derzeit findet das Thema Industriekultur auf der DZT-Website nur am Rande statt (z. B. unter den Überschriften UNESCO-Welterbe, Routen, Geheimtipps). Möglicherweise bieten UNESCO-Welterbestätten, große Themenjahre und Jubiläen oder die benannten Themenkombinationen Anknüpfungspunkte.

Die Landestourismusorganisationen der drei Bundesländer könnten bei der Produktentwicklung beratend mitwirken und sich in überregionale Netzwerke einbringen. Soweit Angebote der Industriekultur mit ihren eigenen Strategien kompatibel sind, sind auch Vermarktungsaktivitäten auf dieser Ebene denkbar.

Die Destinationen fokussieren sich bei Produktentwicklung und Vermarktung auf ihre Region und geben auch Impulse für überregionale Aktivitäten, während die Orte sich vor allem auf ihre lokalen Leistungsträger\*innen und Angebote richten.



<b>Ebene Mitteldeutschland</b>	<b>Destinationen (Regionale Ebene)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Bündelung bestehender Angebote</li> <li>▶ Beratung/Kompetenznetzwerk</li> <li>▶ Impulsgebung und ggf. Entwicklung für neue bundeslandübergreifende Angebote (Tage der Industriekultur o. ä.)</li> <li>▶ Ggf. Umsetzung von Pilotprojekten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Impulsgebung für regionale oder überregionale Produkte (z. B. Routen, Erlebnisräume, Infrastruktur)</li> <li>▶ Ergänzende Beratung</li> <li>▶ Mitwirkung in überregionalen Industriekultur-Netzwerken auf Mitteldeutschlandebene</li> </ul>
<b>Bundesländer</b>	<b>Ortsebene</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Beratung hinsichtlich Qualitätskriterien und Zielgruppenbedürfnissen</li> <li>▶ Mitwirkung in überregionalen Industriekultur-Netzwerken auf Mitteldeutschlandebene</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Betreuung/Beratung der Leistungsanbieter</li> </ul>

**Tabelle 5: Empfehlung für die Aufgabenteilung zwischen den Ebenen bei der Produktentwicklung**

<b>Ebene Mitteldeutschland</b>	<b>Destinationen (Regionale Ebene)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Übergreifende Darstellung der marktgerechten und erlebbaren Angebote; Herausstellen überregionaler Aspekte</li> <li>▶ Impulsgebung/Koordination bundeslandübergreifender Marketingaktivitäten (inkl. Bündelung von Ressourcen)</li> <li>▶ Langfristig Ansprache internationaler Zielmärkte (möglichst in Kooperation mit den Tourismusorganisationen der Bundesländer und über diese mit der DZT)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Darstellung und Vermarktung der destinationsbezogenen Leitprodukte und Erlebnisräume (ggf. in Kooperation mit benachbarten Destinationen)</li> <li>▶ Auswahl und Transport marktgerechter Produkte auf die Landes- und Mitteldeutschlandebene</li> <li>▶ Verlinkung auf die Mitteldeutschlandebene</li> </ul>
<b>Bundesländer</b>	<b>Ortsebene</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Vermarktung von Leitprodukten passend zu eigenen strategischen Zielgruppen und Themen</li> <li>▶ Ggf. Vermarktung in einer eigenen Sparte „Industriekultur“ oder mehrere Subthemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Darstellung der lokalen Angebote und Erlebnisräume</li> <li>▶ Verlinkung auf die Destination- und Mitteldeutschlandebene</li> </ul>

**Tabelle 6: Empfehlung für die Aufgabenteilung zwischen den Ebenen bei der Vermarktung**

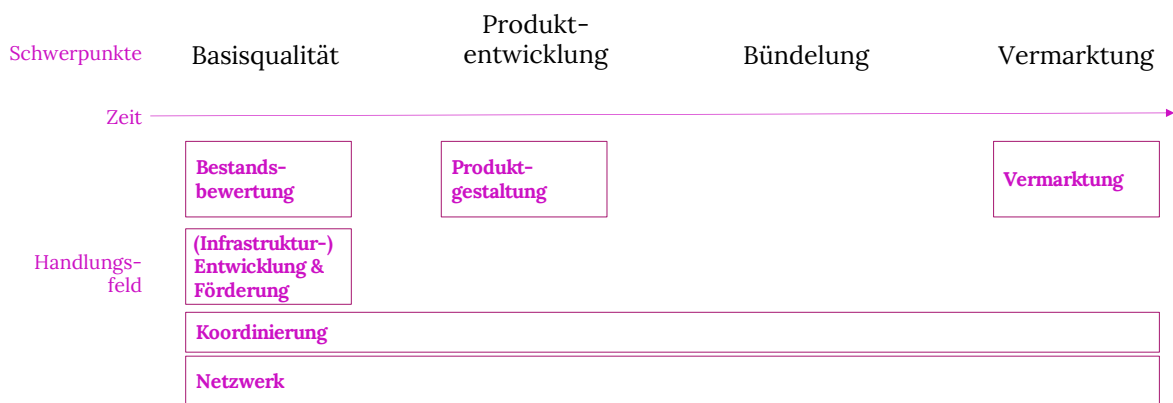
## 4.2.7 Handlungsfelder, Aufgaben und Maßnahmen

Für die touristische Inwertsetzung der Industriekultur in Mitteldeutschland empfiehlt die Strategie konkrete Maßnahmen, die sich den folgenden Handlungsfeldern zuordnen lassen:

- ▶ Bestandsbewertung
- ▶ (Infrastruktur-) Entwicklung und Förderung
- ▶ Produktgestaltung
- ▶ Netzwerk
- ▶ Vermarktung
- ▶ Koordinierung (s. Kapitel 5).

Jede Maßnahme wird in ihrer Zielstellung und mit ersten groben Umsetzungsschritten beschrieben. Zudem werden für jede Maßnahme Zuständigkeiten empfohlen. Hierbei handelt es sich ausdrücklich um gutachterliche Vorschläge, die im Rahmen der Umsetzung noch weiter diskutiert werden können. Zudem bauen die Maßnahmen einzelner Handlungsfelder teilweise aufeinander auf, sodass eine entsprechende chronologische Abfolge in der Umsetzung zielführend ist. Eine Infobox am oberen rechten Rand jeder Maßnahme zeigt auf, welchen Leitlinien die jeweilige Maßnahme zugutekommt.

Maßnahmen mit einer sehr hohen strategischen Bedeutung sind in der Überschrift als „**Schlüsselmaßnahme**“ gekennzeichnet.



Quelle: dwif 2021

**Abbildung 13: Empfehlung für die Abfolge der aufeinander aufbauenden Maßnahmen nach Handlungsfeldern**

## A) Handlungsfeld „Bestandsbewertung“

Zunächst sollte die in der Strategie (s. Kapitel 4.2.4) skizzierte und empfohlene touristische Bestandsbewertung der Industriekultur in Mitteldeutschland durchgeführt werden, um die Entwicklungsbedarfe einschätzen zu können.

### Durchführung der Bewertung des Angebotsbestands in touristischer Hinsicht

▶ Ziel:

Entwicklungsbedarf priorisieren und Mitteleinsatz konzentrieren

Touristische Potenziale einzelner Einrichtungen besser bewerten

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): idealerweise zentral auf Mitteldeutschlandebene, alternativ auf Bundeslandebene nach denselben Kriterien
- ▶ Inhalt und zentrale Umsetzungsschritte:

Definition der Bewertungskriterien

ggf. Abstimmung mit Landesdenkmalämtern

ggf. Feinauswahl der zu bewertenden Einrichtungen

Durchführung der eigentlichen Bewertung

Einordnung der Industriekulturangebote in die Entwicklungsbedarfskategorien (s. Kapitel 4.2.4)

Nutzen im Sinne der Leitlinien
<input type="checkbox"/> Profil
<input type="checkbox"/> Identität
<input checked="" type="checkbox"/> Qualität und Nachhaltigkeit
<input type="checkbox"/> Vernetzung und Organisation
<input type="checkbox"/> Raumbezug
<input type="checkbox"/> Vermittlung
<input checked="" type="checkbox"/> Wertschöpfung

## B) Handlungsfeld „(Infrastruktur-)Entwicklung und Förderung“

Dieses Handlungsfeld richtet sich auf die gezielte finanzielle und ggf. ergänzend fachliche Unterstützung der Angebotsentwicklung in touristischer Hinsicht. Es unterstützt sowohl die bauliche und inhaltliche Aufwertung als auch die Personalentwicklung und Verbesserung der Vermarktung. So sollen professionelle, marktfähige Angebote der Industriekultur geschaffen und erhalten werden.

## SCHLÜSSELMASSNAHME

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

- ▶ Ziele:

Attraktive Besuchereinrichtungen und weitere Angebote entwickeln bzw. aufwerten

Lebendige Industriekultur zeitgemäß aufbereiten und vermitteln

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Bundeslandebene
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Definition und Priorisierung der Entwicklungsbedarfe (s. o.)

Angebot eines Förderprogramms oder Förderstrangs zur finanziellen und fachlichen Unterstützung der touristischen Aufwertung des bestehenden industriekulturellen Angebotes in Mitteldeutschland (z. B. digitale Aufbereitungs- und Vermittlungsansätze, Edutainment-Angebote). Bei den Fördergegenständen sollte es sich nicht nur um museale/vergangenheitsorientierte Angebote handeln, sondern auch um Einrichtungen, die Bezüge zum Gegenwartsgeschehen und ggf. zur Zukunft herstellen.

Ggf. Vorgabe von zu erfüllenden Mindestkriterien für die Antragstellung (z. B. Berücksichtigung der Destinations- und Landestourismusstrategie und deren Zielgruppen, Tourismusorientierung, Innovationscharakter, digitale Angebote)

Mittelvergabe unter Einbindung eines Begleitgremiums und unter Berücksichtigung der zuvor definierten Entwicklungsbedarfe

Nutzen im Sinne der Leitlinien
<input type="checkbox"/> Profil
<input type="checkbox"/> Identität
<input checked="" type="checkbox"/> Qualität und Nachhaltigkeit
<input type="checkbox"/> Vernetzung und Organisation
<input type="checkbox"/> Raumbezug
<input checked="" type="checkbox"/> Vermittlung
<input checked="" type="checkbox"/> Wertschöpfung

### Prüfung der Möglichkeiten einer institutionellen Förderung ausgewählter Industriekultureinrichtungen (Schwerpunkt: Personal)

- ▶ Ziel: laufenden Betrieb durch professionelle Mitarbeitende sicherstellen
- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Bundeslandebene
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Prüfung der Umsetzbarkeit einer institutionellen Unterstützung der Ankerangebote der Industriekultur, um die Personalsituation in den Ankerangeboten der Industriekultur zu verbessern

Priorisierung der zu unterstützenden Einrichtungen (z. B. entsprechend der Priorisierung des Entwicklungsbedarfs; Kapitel 4.2.4)

Ggf. Bereitstellung eines entsprechenden Budgets und Ausformulierung einer entsprechenden Förderrichtlinie

Nutzen im Sinne der Leitlinien
<input checked="" type="checkbox"/> Profil
<input type="checkbox"/> Identität
<input checked="" type="checkbox"/> Qualität und Nachhaltigkeit
<input type="checkbox"/> Vernetzung und Organisation
<input type="checkbox"/> Raumbezug
<input checked="" type="checkbox"/> Vermittlung
<input checked="" type="checkbox"/> Wertschöpfung

### Förderung der Vermarktung der Angebote

- ▶ Ziel: entwickelte Angebote professionell und inspirierend nach außen präsentieren
- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Bundeslandebene
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Finanzielle und fachliche Unterstützung der touristischen Vermarktung des industriekulturellen Angebotes

Förderung passender Marketingkampagnen (z. B. Orientierung an den definierten Zielgruppen)

Durchführung idealerweise im Verbund (z. B. mehrere Anbietende aus einem Erlebnisraum) und in Kooperation mit Tourismusorganisationen

- ▶ Hinweis: Für die touristische Vermarktung sind zunächst die Voraussetzungen in Form von ausreichend marktgerechten Angeboten zu schaffen (s. Kapitel 4.2.6).

Nutzen im Sinne der Leitlinien
■ Profil
■ Identität
■ Qualität und Nachhaltigkeit
■ Vernetzung und Organisation
■ Raumbezug
■ Vermittlung
■ Wertschöpfung

### C) Handlungsfeld „Produktgestaltung“

Für die Entwicklung marktgerechter touristischer Produkte mit einem Bezug zur Industriekultur – sowohl vergangenheits- als auch gegenwarts- und zukunftsorientiert – empfiehlt die Strategie die folgenden Maßnahmen. Sie beziehen sich auf die Entwicklung von Angebotsbündeln (Erlebnisräume, Event, Route), die Schaffung besonderer Erlebnisqualität und die gemeinsame Produktgestaltung mit z. B. der Kreativwirtschaft, produzierenden Betrieben etc. Letzterem kommt eine besondere Bedeutung hinzu, um die Brücke in die heutige Zeit und darüber hinaus zu schlagen und so die Leitidee der „Lebendigen Industriekultur“ authentisch umzusetzen.

#### SCHLÜSSELMASSNAHME

##### Förderung von mind. zwei bis drei Industriekultur-Erlebnisräumen

- ▶ Ziel:

touristische Erlebnisräume der Industriekultur gezielt entwickeln (s. Kapitel 4.2.5)

vorhandene Angebote bündeln, aufwerten bzw. weiterentwickeln

Vorbildräume zur Nachahmung für weitere Teilräume schaffen

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Mitteldeutschlandebene oder Bundeslandebene

- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Nutzen im Sinne der Leitlinien
■ Profil
■ Identität
■ Qualität und Nachhaltigkeit
■ Vernetzung und Organisation
■ Raumbezug
■ Vermittlung
■ Wertschöpfung

Identifikation und Auswahl von zwei bis drei Erlebnisräumen (oder mehr je nach vorhandenen Mitteln) mit touristischem Potenzial durch einen Wettbewerb

Finanzielle und fachliche Förderung der touristischen Entwicklung

Berücksichtigung des Themas Mobilität (Erreichbarkeit und Vernetzung) innerhalb des Erlebnisraumes (z. B. als Kriterium und Bestandteil der Entwicklung)

Konzeption eines vorgeschalteten Wettbewerbs inkl. Auswahlkriterien und ggf. einer Fachjury

Durchführung des Wettbewerbs (einschl. Aufruf zur Beteiligung, ggf. Unterstützung und Beratung bei der Antragstellung/Teilnahme am Wettbewerb)

Auswahl und zeitlich limitierte Förderung der Erlebnisraumentwicklung

### Produktenwicklung (Fokus Zielgruppen, Erlebbarkeit und besondere Erlebnisse)

▶ Ziele:

Industriekultur in Mitteldeutschland für (Tages- und Übernachtungs-) Gäste erlebbar machen

Aufmerksamkeit erzeugen/erhöhen und Reiseanlässe schaffen

Produkte mit Vergangenheits-, Gegenwarts- und Zukunftsbezug schaffen

▶ Zuständigkeit (Empfehlung):

Koordination: Mitteldeutschlandebene, Bundeslandebene

Umsetzung: Destinationsebene, Ortsebene, Leistungsanbieterende

▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Motivation und fachliche Unterstützung interessierter Akteur\*innen: persönlich oder über eine kompakte und verständliche Handreichung

Orientierung an den Motiven und Interessen der potenziellen Zielgruppen (Sinus-Milieus, s. Kapitel 4.2.3)

Fokus auf Erlebbarkeit, Mitmachmöglichkeiten, digitale Anwendungen, Vermarktbarkeit und Buchbarkeit (s. Kapitel 4.2.1/4.2.2).

Sowohl besondere Angebote mit Erlebnischarakter und hoher, auch überregionaler Anziehungskraft (z. B. Hinter den Kulissen aktiver Produktionsstätten/Zugänglichkeit normalerweise verschlossener Orte; Übernachten, Speisen oder Veranstaltungen an ungewöhnlichen Orten usw.) als auch kleinere Angebote in der Fläche

Berücksichtigung von Anknüpfungs- und Kombinationsmöglichkeiten an andere attraktive touristische Themen

Einbeziehung mehrerer relevanter Anbietender (Schaffung eines Gesamterlebnisses, Kooperation von Tourismus- und Kulturakteur\*innen)

Nutzen im Sinne der Leitlinien
■ Profil
■ Identität
■ Qualität und Nachhaltigkeit
■ Vernetzung und Organisation
■ Raumbezug
■ Vermittlung
■ Wertschöpfung

- ▶ Praxisbeispiel: Zeche Zollverein ([www.zollverein.de](http://www.zollverein.de))

### Umsetzung eines Pilotprojektes in Kooperation von Industriekultur- und Tourismusagierenden und Kreativwirtschaft

- ▶ Ziele:

Touristisches Kooperationsprojekt von Kultur-/Kunstschaffenden, Kreativ-/Digitalwirtschaft und Tourismusakteur\*innen initiieren

Kreativpotenzial aus der Region touristisch erschließen

Vernetzung der Akteur\*innen der drei Bereiche verbessern und ein gegenseitiges Verständnis erzeugen

Wirtschaftliche Effekte erzeugen

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Mitteldeutschlandebene
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Anstoßen eines Prozesses zur Ideen- und Projektentwicklung (Voraussetzung: Tourismusbezug und Rolle der Industriekultur als Thema und/oder „Kulisse“, z. B. Funktion als attraktive Location, in der Veranstaltungen zu ggf. ganz anderen Themen stattfinden)

Bildung eines Netzwerks und ggf. Umsetzung mit Unterstützung durch Koordinator\*in bzw. ein beauftragtes Unternehmen

Mögliche Themen/Bestandteile:

- Veranstaltungsprogramm/Symposium
  - Dotierter Wettbewerb für die Entwicklung touristischer Angebote
  - Öffnung ungewöhnlicher Locations (ggf. Gestaltung als Event)
  - Gestaltung spezieller Guides/Online-Erlebnisangebote
  - Angebote für den B2B-Bereich: Co-Working Spaces
- ▶ Praxisbeispiel: Urbanana ([www.urbanana.de](http://www.urbanana.de))

Nutzen im Sinne der Leitlinien
■ Profil
■ Identität
■ Qualität und Nachhaltigkeit
■ Vernetzung und Organisation
□ Raumbezug
■ Vermittlung
■ Wertschöpfung

## SCHLÜSSELMASSNAHME

### Aufsetzen eines bundesländerübergreifenden Industriekultur-Events

- ▶ Ziel:

Attraktive Leitveranstaltung für die Industriekultur im mitteldeutschen Raum schaffen

Industriekultur in allen Facetten (sowohl unter Einbeziehung von historischen Aspekten als auch von aktuellen Produktionsstätten und Künstler\*innen) sichtbar und erlebbar machen – für Gäste, Bevölkerung, Unternehmen und Kommunen

Neue Reiseanlässe bieten

Beitrag zur Identifikation mit der Region schaffen

Wertschöpfung generieren

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Mitteldeutschlandebene (Koordination)
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Konzeption, Organisation und Durchführung eines zentralen Events mit dem Schwerpunkt Industriekultur verteilt auf verschiedene Standorte (z. B. Mitteldeutscher Tag der Industriekultur)

Etablierung als regelmäßige Veranstaltung, ggf. unterschiedliche Schwerpunktthemen

Beteiligung der Bundesländer, Destinationen, Orte sowie Leistungsträger\*innen und in Verbindung mit buchbaren Angeboten

Nutzen im Sinne der Leitlinien
■ Profil
■ Identität
■ Qualität und Nachhaltigkeit
■ Vernetzung und Organisation
■ Raumbezug
■ Vermittlung
■ Wertschöpfung

## SCHLÜSSELMASSNAHME

### Weiterentwicklung einer bestehenden Route zur zentralen Verbindungsachse

- ▶ Ziel:

zentrale, bundesländer- und regionsübergreifende Verbindungsachse von Stätten der Industriekultur schaffen bzw. bestehende Achsen ausbauen und aufwerten

Attraktives touristisches Angebot anbieten

Beitrag zur Identifikation mit der Region und dem Thema Industriekultur schaffen

Vernetzung der Akteur\*innen verbessern

Touristische Vermarktung bündeln

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Destinationsebene als Koordinierungsstelle für die Route mit finanzieller Unterstützung

Nutzen im Sinne der Leitlinien
■ Profil
■ Identität
■ Qualität und Nachhaltigkeit
■ Vernetzung und Organisation
■ Raumbezug
■ Vermittlung
■ Wertschöpfung



- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Nutzung einer bestehenden Route (Empfehlung: Kohle | Dampf | Licht | Seen; hier bestehen bereits Überlegungen zu einer Weiterentwicklung seitens des Tourismusverbandes WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e.V.)

Identifikation der genauen Handlungs- und Finanzierungsbedarfe und Abstimmung eines Umsetzungsplans (inkl. geografische Erweiterung und inhaltliche Aufwertung der bestehenden Route Kohle | Dampf | Licht | Seen, Identifikation und Akquisition neuer Standorte)

Finanzielle Unterstützung der Umsetzung durch alle drei Länder

Eine Aufwertung der Route Kohle | Dampf | Licht | Seen ist auch im Rahmen der Tourismusstrategie für Mitteldeutschland angedacht.

## D) Handlungsfeld Netzwerk

Zentrale Vernetzungs- und Unterstützungsangebote sollen die Akteur\*innen der Industriekultur in Mitteldeutschland beraten, fördern und qualifizieren sowie ihre Aktivitäten bündeln.

### Aufbau eines Kompetenznetzwerks zur Vermittlung von Beratung, Förderung und Qualifizierung

- ▶ Ziel:

Akteur\*innen in der Fläche bei der touristischen Inwertsetzung der Industriekultur fachlich und praxisnah unterstützen

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Mitteldeutschlandebene
- ▶ (Mögliche) Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Machbarkeitsstudie/Konzeptentwicklung für das Kompetenznetzwerk

Klärung der Organisationsstruktur und Finanzierung

Gründung und Vermarktung des Kompetenznetzwerks

Durchführung von Webinaren und Präsenzveranstaltungen zu verschiedenen tourismusrelevanten Themen (z. B. Produktentwicklung, Zielgruppenorientierung, Social Media-Arbeit, Storytelling, Rechtsfragen)

Aufbereitung von Information über touristische Anforderungen und Zielgruppenbedürfnisse

Bereitstellung von Checklisten und Leitfäden, ggf. Online-Tools (z. B. erste Selbsteinschätzung)

Zusammenstellung von bzw. Verlinkung zu passenden externen Studien, Websites und Praxishilfen

#### Nutzen im Sinne der Leitlinien

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

Zusammenstellung eines Beraterpools zur Vermittlung von Fachleuten (Marketing, Fördermittelberatung, Ausstellungsgestaltung...) für Erstberatungen (ggf. mit Finanzierung einer kostenlosen Erstberatung)

Angebot einer praktischen Beratung vor Ort in den Einrichtungen

Beratung zu geeigneten Förderprogrammen

Organisation von Erfahrungsaustauschmöglichkeiten

Ggf. Auswahl der inhaltlichen Schwerpunkte

- ▶ Praxisbeispiele für spezielle touristische Beratungs-/Kompetenznetzwerke zu ausgewählten Themen: DesignKontor Schleswig-Holstein (Thema: Authentische Gestaltung von Unterkünften), Tourismcluster.SH (Thema: Nachhaltigkeit in Betrieben)

### **Touristische Qualifizierung und Schaffung eines Marketingverbunds der Industriekulturmuseen**

- ▶ Ziele:

Industriekulturmuseen im mitteldeutschen Raum unter einem oder mehreren gemeinsamen Themen bündeln

ggf. Akteur\*innen hinsichtlich Notwendigkeiten für das Tourismusmarketing qualifizieren und professionalisieren

Gegenseitigen Austausch intensivieren

Gemeinsame Marketingaktivitäten entwickeln und umsetzen

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Mitteldeutschlandebene
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Thematische und bundeslandübergreifende Clusterung der Museen

Gemeinsames Storytelling aufsetzen; Konzeption gemeinsamer Maßnahmen

Bündelung von Marketingressourcen zur Umsetzung gemeinsamer Maßnahmen (z. B. gemeinsame Internetpräsenz, Werbemaßnahmen, Selbstdarstellung in Form einer Wanderausstellung...)

Ggf. gemeinsames Kombiticket (siehe Informations- und Buchungsplattform; s. eigene Maßnahmenempfehlung dazu „E. Handlungsfeld Vermarktung“)

- ▶ Praxisbeispiele: Projekt Museum und Tourismus ([www.museen-in-bayern.de/die-landesstelle/beratungundservice/projekte/museumundtourismus.html](http://www.museen-in-bayern.de/die-landesstelle/beratungundservice/projekte/museumundtourismus.html), Museumsmeile Bonn ([www.museumsmeilebonn.de](http://www.museumsmeilebonn.de)))

Nutzen im Sinne der Leitlinien
■ Profil
■ Identität
■ Qualität und Nachhaltigkeit
■ Vernetzung und Organisation
■ Raumbezug
■ Vermittlung
■ Wertschöpfung

## Umsetzung eines Pilotprojekts „Pooling von Managementaufgaben“

- ▶ Ziel:

Ressourcen von ausgewählten Industriekultureinrichtungen durch die Zentralisierung von Aufgaben und eine abgestimmte Arbeitsteilung zwischen mehreren Einrichtungen bündeln

Arbeit der Einrichtungen professionalisieren und einzelne Stellen entlasten

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Destinationsebene, Ortsebene mit finanzieller Unterstützung auf Bundeslandebene
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Abfrage des Nachfragepotenzials bei den Kultureinrichtungen

Identifikation eines geeigneten Netzwerks kleinerer Einrichtungen

Auswahl der zu poolenden Bereiche

Umsetzung eines Abstimmungsprozesses mit dem Ziel der Zusammenlegung/stellvertretenden Übernahme bestimmter Managementaufgaben (z. B. Marketing) für mitwirkende Kultureinrichtungen

Konzeption und Umsetzung der Auffanglösung (Organisation, Kosten etc.)

Hinweis: Das Interesse und Nachfragepotenzial an einer Durchführung dieser Maßnahme muss zunächst mit den Kultureinrichtungen erörtert werden.

- ▶ Praxisbeispiel: Netzwerke im Projekt Museum und Tourismus ([www.museen-in-bayern.de/die-landesstelle/beratungundservice/projekte/museumundtourismus.html](http://www.museen-in-bayern.de/die-landesstelle/beratungundservice/projekte/museumundtourismus.html))

Nutzen im Sinne der Leitlinien
<input type="checkbox"/> Profil
<input type="checkbox"/> Identität
<input type="checkbox"/> Qualität und Nachhaltigkeit
<input checked="" type="checkbox"/> Vernetzung und Organisation
<input type="checkbox"/> Raumbezug
<input type="checkbox"/> Vermittlung
<input type="checkbox"/> Wertschöpfung

## E) Handlungsfeld Vermarktung

### Vermarktung der Erlebnisräume

- ▶ Ziel:

Professionelle und zeitgemäße Vermarktung industriekultureller Erlebnisräume

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Destinationsebene; ergänzend Mitteldeutschland- und Bundeslandebene als Multiplikatoren
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Entwicklung eines Vermarktungskonzepts

Gestaltung von Basisinformationsangeboten (Texte, Bildmaterial, Flyer/Karte)

Platzierung des Angebotes bei Multiplikator\*innen (Tourismusorganisationen, Leistungsanbieter etc.)

Nutzen im Sinne der Leitlinien
<input checked="" type="checkbox"/> Profil
<input type="checkbox"/> Identität
<input type="checkbox"/> Qualität und Nachhaltigkeit
<input checked="" type="checkbox"/> Vernetzung und Organisation
<input type="checkbox"/> Raumbezug
<input type="checkbox"/> Vermittlung
<input checked="" type="checkbox"/> Wertschöpfung

Umsetzung von diversen Vermarktungsaktivitäten (Print, Online, Social Media)

Hinweis: Diese Maßnahme sollte erst umgesetzt werden, wenn mindestens zwei marktfähige Erlebnisräume mit überregionaler Anziehungskraft existieren (vgl. Kapitel 4.2.5, Erlebnisräume).

## SCHLÜSSELMASSNAHME

### Schaffung einer bundeslandübergreifenden Informations- und Buchungsplattform

#### ▶ Ziele:

Informationen sowie bestehende und neue touristische Angebote (inkl. Erlebnisräume) auf einer zentralen mitteldeutschen Plattform bündeln

Industriekultur in Mitteldeutschland einfach und komfortabel buchbar machen

Aufmerksamkeit und Wertschöpfung generieren

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Mitteldeutschlandebene, Bundeslandebene
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Prüfung der technischen Voraussetzungen/Möglichkeiten, Auswahl einer geeigneten Techniklösung bzw. Nutzbarkeit bestehender Datenbanken, Open Data-Lösungen

Akquisition und Motivation möglicher Mitwirkender: Anbietende, Multiplikator\*innen

Einbindung eines (aktuellen und relevanten!) Veranstaltungskalenders (ggf. Schnittstellenlösungen)

Aktives Angebot passender Kombinationsmöglichkeiten (Kombitickets)

Such- und Filtermöglichkeiten nach Einrichtungen und Angeboten (z. B. thematische Erlebnisräume, Ankerangebote, geografische Lage)

Regelmäßige Erstellung relevanter und ansprechender Beiträge mit Bezug zur Industriekultur

- ▶ Hinweis: Diese Maßnahme sollte nur umgesetzt werden, soweit eine kritische Masse an marktfähigen Angeboten aus allen drei Bundesländern und ein langfristiger Betrieb gesichert sind!

Nutzen im Sinne der Leitlinien
<input type="checkbox"/> Profil
<input type="checkbox"/> Identität
<input type="checkbox"/> Qualität und Nachhaltigkeit
<input checked="" type="checkbox"/> Vernetzung und Organisation
<input type="checkbox"/> Raumbezug
<input checked="" type="checkbox"/> Vermittlung
<input checked="" type="checkbox"/> Wertschöpfung

## SCHLÜSSELMASSNAHME

### Imagekampagnen in der Bevölkerung zur Identitätsstiftung

- ▶ Ziele:

Identifikation der Bevölkerung mit der Industriekultur und der Region gezielt stärken

Auseinandersetzung der Bevölkerung mit Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Industriekultur anregen

Bekanntheit der industriekulturellen Angebote als attraktive Freizeitmöglichkeiten steigern

- ▶ Zuständigkeit (Empfehlung): Mitteldeutschland-, Bundesland- und Destinationsebenen
- ▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

Bereitstellung von Fördermitteln oder Mittelbündelung ggf. in Kooperation mit regionalen Unternehmen

Konzeption und Durchführung der Imagekampagne mit professioneller externer Unterstützung, ggf. unter Nutzung weitere Kommunikationsmöglichkeiten, z. B. Internetplattform/Social-Media/Blogs, Wanderausstellung, Merchandising u. ä.

Kooperation mit lokalen und regionalen Medien

Organisation und 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

### Exkurs: Leitprojekt im Rahmen der Tourismusstrategie

Die parallel erarbeitete Tourismusstrategie für Mitteldeutschland empfiehlt u. a. mehrere impulsgebende Leitprojekte. Das Leitprojekt „Erlebnisroute Landschaft im Wandel“ zielt im Rahmen der Produktentwicklung darauf ab, die vorhandene Route Kohle | Dampf | Licht | Seen weiterzuentwickeln. Der Fokus liegt dabei insbesondere auf der räumlichen Erweiterung und einer deutlich stärkeren Inszenierung durch die Verknüpfung zu den Themen Landschaftswandel und Industriekultur. Erweitert und aufgewertet wird die Erlebnisroute durch zwei neue, innovative Produktbestandteile:

- ▶ Erlebnisstationen Landschaft im Wandel: Ausgewählte Standorte entlang der Route, an denen der Landschaftswandel besonders deutlich wird, werden durch technische Ausstattung, digitale Anwendungen und Storytellingansätze (z.B. Virtual/Augmented Reality, Gamification) in Szene gesetzt.
- ▶ Festival/Events: Entlang der Route soll ein dezentrales Festival- und Eventkonzept entwickelt werden, das die Erlebnisstandorte sowie weitere Standorte mit Bezug zum Thema Landschaftswandel verbindet (z.B. Industriekulturkulissee, Locations am/auf dem Wasser).

Details hierzu finden sich in der „Tourismusstrategie Mitteldeutschland“ (Verfasser: dwif 2021, ebenfalls im Auftrag der Metropolregion Mitteldeutschland Management GmbH, s. Kapitel „Starterprojekte“).

Dieses Leitprojekt zahlt vollumfänglich auf die strategischen Ansätze und Maßnahmen zur touristischen Inwertsetzung der Industriekultur in Mitteldeutschland ein. Im Rahmen der Umsetzung müssen die entsprechenden Maßnahmen jedoch zwingend miteinander koordiniert und abgestimmt werden.

## 4.3 Gestalten und Weiterentwickeln

### 4.3.1 Prozess der Standortentwicklung

#### **Nutzungstrends und Nutzungsstrategien**

Die Nachnutzungen nicht mehr betriebsnotwendiger Industriebauten zeigen heute eine beachtliche Vielfalt. Insbesondere in den größeren Städten fallen unterschiedliche Nachnutzungen als Top-Down oder Bottom-Up-Projekte auf. Einerseits bieten Großstädte mit dem nicht selten großen Angebot an leeren Industriebauten viele Möglichkeiten der Umnutzung. Andererseits befördern gerade dort die steigende Flächennachfrage der Immobilienwirtschaft und deutlich zunehmende Bodenpreise die Nachnutzung von industriellen Brachen und vorher vernachlässigten Altindustriebauten.

Inzwischen zeigt sich der Nachnutzungstrend für Altindustrieanlagen auch in kleineren Städten und im peripheren Raum. Den vielfältigen Nachnutzungsansätzen liegt auch dort die Auffassung zugrunde, dass sich die Wiederbelebung ausgedienter Fabriken langfristig lohnt – nicht ausschließlich aus bauhistorischen Erhaltungsgründen, sondern auch aus wirtschaftlichen Überlegungen. Alte Fabriken sind vorhandene bauliche Ressourcen. Ihre Herstellung muss nicht durch entsprechende Mittel finanziert werden. Sie sind schon da.

Gerade deshalb sind sie bei niedrigschwelligen Nutzungsansätzen der Kreativwirtschaft deutlich nachgefragt. Denn trotz schonungsloser Nutzungsbeanspruchung und längerem Leerstand sind die Gebäude oft erstaunlich gut erhalten. Das gilt auch für die meisten der im Rahmen der vorliegenden Studie betrachteten Bauten.

Hinsichtlich der ökologischen Trends erscheint es darüber hinaus notwendig, die „Energieressource Industriebau“ in den Wertstoffkreislauf zurückzuführen und die Fabriken als flexible Gebäudehüllen sinnvoll zu nutzen. Im Kontext einer gesamtökologischen Energiebilanz sind Erhaltung und dann folgende Nachnutzung leerer Fabriken bereits ein wesentlicher Beitrag zum umweltschonenden Bauen.

Ausgediente Fabriken sind schließlich auch Orte der Erinnerung. Sie sind elementarer Bestandteil der Standortgeschichte und haben ihre Umgebung als Orte harter Arbeit und unternehmerischen Eifers geprägt. Dies ist auch für die touristische Entwicklung im Umfeld der historischen Fabriken ein zentraler Faktor mit Koppelpotenzial im Stadt- und Regionalmarketing.

Und noch ein Trend ist bei dem Erhalt der alten Fabriken zu erkennen: Ausgediente Industriebauten dienen als raumbildende Teile der Stadt. Industrietürme auf Anhöhen, wie in Helbra, oder städtische Produktionsstätten am Fluss, wie in Grimma, sind weit sichtbare Zeichen, mächtige Werksgebäude und Produktionshallen schließen Kanten im städtischen Raum oder öffnen Wegeverbindungen.

Vor diesem Hintergrund ist ein deutlicher Trend erkennbar: Die Investition in alte Industriebauten lohnt sich. Hinsichtlich innovativer Nutzungsansätze fallen heute in besonderer Weise Projekte der Kultur- und Kreativwirtschaft auf.

### 4.3.2 Modellstandorte und ihre Funktion

#### A) Strategietypologien

Für die Auswahl von vier Modellstandorten wurden im Rahmen des Projekts gemeinsam mit den Vertretern der drei Bundesländer sowie der Lenkungsgruppe Industriekultur vier Strategietypologien entwickelt.

Die Strategietypologien dienen als Orientierung und wurden bewusst nutzungs offen gehalten. Ebenso wurden keine Vorgaben hinsichtlich der Trägerschaft oder Betreiberstruktur gemacht.

Die Standortvorschläge wurden den vier nachfolgend beschriebenen Strategietypologien zugeordnet.

- ▶ Impulsgeber
- ▶ Denkmal gönnen
- ▶ AtHomeOffice
- ▶ Pionierkosmos

Die vier Strategietypologien sind wie folgt beschrieben:

#### **Impulsgeber**

Brachgefallene Industriegebäude werden häufig als „Schandfleck“ bezeichnet. Meist handelt es sich um Gebäude, die eine große Herausforderung hinsichtlich Inwertsetzung und Nachnutzung darstellen. Gerade diese Gebäude nehmen im städtebaulichen Kontext oftmals eine Schlüsselstellung ein. Im Ergebnis entwickelt sich auch das Umfeld der Gebäude nicht optimal.

In der Stadtentwicklung lassen sich in diesem Fall zwei unterschiedliche Ansätze verfolgen. Auf der einen Seite ist es möglich, durch die Stärkung des Umfeldes, die Chance einer positiven Entwicklung der nicht mehr im Betrieb befindlichen Industriegebäude zu verbessern. Die Gefahr dabei ist, dass sich sowohl Umfeld als auch Schlüsselgebäude nicht entsprechend der Erwartungen entwickeln, auch weil die Hürden der Inwertsetzung baulich anspruchsvoller Gebäude hoch sind.

Auf der anderen Seite kann der entscheidende Anstoß für eine positive Entwicklung des Umfeldes durch die prioritäre Entwicklung der Schlüsselgebäude erreicht werden. Das Gebäude ist dann Impulsgeber für die Entwicklung des Umfeldes auf Quartiers-, Stadt-ebene oder des umgebenden ländlichen Raums.

In der hier beschriebenen Strategietypologie liegt der Fokus auf dieser zuletzt genannten Entwicklungsvariante, nämlich der Schlüsselgebäude als Impulsgeber für eine positive Entwicklung des Umfelds.

### **Denkmal gönnen**

Nicht selten sind bei historischen Gebäuden die notwendigen baulichen Ertüchtigungen zu Erhalt und Inwertsetzung finanziell aufwendig. Dies betrifft auch in besonderer Weise historische Gebäude, die industriell genutzt waren. Die Eigentümer dieser Gebäude befinden sich oft in einem Zielkonflikt zwischen ihren Verpflichtungen zum Schutz des Kulturgutes und den wirtschaftlichen Herausforderungen, die sich aus einer Sanierung ergeben. Die für die Sanierung erforderliche Investition ist häufig wirtschaftlich nicht darstellbar. Eine Refinanzierung der Sanierungsaufwendungen ist nicht durch die direkte Nutzung möglich. Lediglich laufende Betriebs- und Unterhaltungskosten können durch die Nutzung abgefangen werden. Der wirtschaftliche Mehrwert ergibt sich vielmehr im Umfeld der Gebäude. Besucher nutzen beispielsweise weitere Angebote vor Ort.

Weil diese wirtschaftlichen Effekte nur schwer mit ausreichender Konkretisierung zu ermitteln sind, wird ein baukulturell wertvolles Gebäude saniert, ohne eine direkte Wirtschaftlichkeit im Sinne der Refinanzierung der baulichen Aufwendungen aufzeigen zu müssen. Der Fokus liegt auf der kulturellen Ressource – man „gönnt“ sich ein Denkmal.

### **AtHomeOffice**

Die Stadtentwicklung der Moderne hat eine Trennung von Arbeiten und Wohnen verfolgt, die das Bild unserer Städte bis heute maßgeblich prägt. Die zentralisierte Industriestadt hat durch ihre Errungenschaften in den Bereichen Mobilität, Kommunikation und Versorgung die eigene Dezentralisierung hervorgerufen, die sich stadträumlich durch eine Trennung der Funktionen ausdrückt.

Im mitteldeutschen Raum vollzog sich die Industrialisierung darüber hinaus nicht nur in den Metropolen sondern auch im ländlichen Raum. Es entstanden Inseln der Produktion im ländlichen Raum, die durch ihre geringe Größe eine räumliche Ausdifferenzierung der verschiedenen Funktionen nicht erforderlich machten. Gegenüber den Städten als Zentren der Innovation und Schmelztiegel von Fachkräften und Unternehmertum konnten sie langfristig aber nicht bestehen.

Der aktuelle Diskurs der Stadtentwicklung setzt verstärkt auf eine Rückkehr der Produktion in die urbanen Zentren. Die aktuelle Entwicklung im Bereich der Produktionstechniken ermöglicht eine neue Anordnung städtischer Funktionsräume, welche die bisherige Funktionsteilung überwindet und Stadt neu ordnen lässt. Emissionsarme Produktionsweisen und innovative Produktionstechniken ermöglichen, Arbeiten und Wohnen wieder räumlich stärker zu verbinden. Die „Produktive Stadt“ oder auch „Urbane Produktion“



stellen stadtstrategische Modelle dar, die auf eine nachhaltige Stadt der kurzen Wege abzielen.

Hintergrund hierfür ist auch ein sich änderndes Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit. Die Grenzen zwischen Arbeitsplatz und Wohnort verwischen zunehmend. Arbeit wird weniger in starren Anstellungsverhältnissen gedacht, sondern mehr in projektbezogenen Tätigkeiten, die durch moderne Kommunikationsinstrumente oder flexiblen Kooperationen ermöglicht werden und damit eher den aktuellen Lebensmodellen entsprechen. Das urbane Umfeld bietet für dieses Lebens- und Arbeitsmodell optimale Rahmenbedingungen. Auf Quartiersebene werden durch die vorhandene Infrastruktur verschiedenste Bedürfnisse auf engstem Raum bedient. Ländliche Industriestandorte konnten sich schon in ihrer Entstehung darauf stützen, dass alle Funktionen im unmittelbaren Umfeld gegeben sein mussten. Auf Grund der Entfernung zu größeren Agglomerationen und der damals eingeschränkten Mobilität war dies erforderlich. Der ausbleibende Erfolg der peripheren Industriestandorte war dann jedoch dem dieser Tatsache zugrunde liegenden erhöhten logistischen Aufwand geschuldet.

Vor dem Hintergrund heutiger Rahmenbedingungen enorm gewachsener Möglichkeiten in den Bereichen der Kommunikation und Mobilität erscheint eine Etablierung dezentraler Produktionsstandorte als in sich funktionierende Einheiten modernen Lebens möglich. Kleinteilige Produktionen und intelligente Logistik erlauben Produktions- und Lebensorte auch in peripheren Situationen.

Diese Modelle benötigen Orte, an denen neue Formen des gesellschaftlichen Gefüges und einem neuen räumlichen Verhältnis von Wohnen und Arbeiten erprobt und qualifiziert werden.

### **Pionierkosmos**

Alte Fabriken sind Möglichkeitsräume. Nicht nur der Charme einer bewegten Geschichte, die sich in den Gebäuden ablesen lässt, ziehen Pioniere an. Auch der außergewöhnliche Raum und der damit verbundene Reiz unterstreichen die Attraktivität der Standorte. Pioniere, die sich an die Entwicklung „schwieriger“ Gebäude wagen, sind oft in kleinteiligen Betriebsstrukturen organisiert. Dem gegenüber stehen große Aufgaben, sowohl aus finanziell-organisatorischer als auch räumlicher Sicht. Durch geschickte Organisations- und Betreiberstrukturen und auch heterogene Raumangebote lassen sich diese Aufgaben bewältigen. In Alt- und Neubau wird ein Pionierkosmos geschaffen, der den Nutzerbedürfnissen gerecht wird und Pioniere fördert.

## **B) Auswahlverfahren**

In einem mehrstufigen Verfahren wurden gemeinsam mit dem Auswahlgremium der Lenkungsgruppe vier Modellstandorte sowie fünf Sonderstandorte ausgewählt.

Um eine möglichst große Menge an möglichen Modellstandorten zu erhalten, wurden alle relevanten Akteure in Mitteldeutschland gebeten, Vorschläge an das Projektteam „Industriekultur in Mitteldeutschland“ zu richten. Im Ergebnis gingen insgesamt 54 Standortvorschläge ein. Die Anzahl der eingegangenen Bewerbungen lässt einen Rückschluss auf die vielen und vielfältigen Standorte der Industriekultur in Mitteldeutschland zu. Mit den eingegangenen Bewerbungen liegt nun eine Liste von Industriekulturstandorten vor, die als Ausgangspunkt für die weitere länderübergreifende Arbeit zum Thema Industriekultur in Mitteldeutschland dient. Es wird vorgeschlagen, dass die Bewerbungen und Standorte die Ausgangsmenge/Standortpool für ein Netzwerk Industriekultur Mitteldeutschland bilden, das in der bei der EMMD gehosteten Projektgruppe Industriekultur Mitteldeutschland bereits eine erste Arbeitsform hat. Die von der Projektgruppe Industriekultur 2020 erarbeiteten „Handlungsempfehlungen Industriekultur Mitteldeutschland“ haben nun also eine Unterfütterung auf Projektebene: Alle vorgeschlagenen Standorte sind unterstützenswerte Projekte zur Stärkung der Industriekultur in Mitteldeutschland. Darüber hinaus wird der Standortpool im Rahmen des Projektes offengehalten und fortgeschrieben. Es besteht demzufolge weiterhin die Möglichkeit, geeignete Standorte vorzuschlagen. Nach Abschluss des Projektes soll der Standortpool bestehen bleiben und weiter qualifiziert werden. Denkbare Akteure dafür lassen sich aus den in diesem Bericht vorgeschlagenen Modellen zur Organisation (vgl. Kapitel 5.3) ableiten. Wichtig erscheinen ein professionelle Netzwerkarbeit und das Angebot einer professionellen Standortentwicklung.

## **C) Sonderstandorte**

Die eingegangenen Bewerbungen zeigten alle einen klaren und vielversprechenden Bezug zur Industriekultur in Mitteldeutschland. Sie ließen aber inhaltlich nicht alle einen unmittelbar erkennbaren Zusammenhang zu den im Vorfeld definierten und mit der Lenkungsgruppe gemeinsam vereinbarten vier Strategietypologien erkennen. So wurden im Rahmen der Strategietypologien bewusst keine vornehmlich touristisch geprägten Standorte gesucht. Im Projekt „Industriekultur in Mitteldeutschland“ werden die vorgeschlagenen touristischen Standorte im Arbeitspaket 2 Industrietourismus berücksichtigt und bearbeitet.

Weiterhin waren – wie im Vorfeld definiert – Standorte außerhalb der Innovationsregion für die Bewerbung zugelassen. Diese sind aber zunächst nicht für die weitere Bearbeitung im Rahmen des laufenden Projektes vorgesehen. Diese formale Vorgabe, die sich aus der administrativen und politischen Entstehung der Innovationsregion Mitteldeutschland (IRMD) ergibt, spiegelt inhaltlich nicht den von der Industriekultur Mitteldeutschland geprägten Raum wider. Es wurden demnach auch Standorte vorgeschlagen, die für die Entwicklung des Themas Industriekultur Mitteldeutschland von besonderer Relevanz sind, aber nicht innerhalb der IRMD liegen.

Außerdem wurden im Rahmen der Bewerbung einige Standorte vorgeschlagen, deren Entwicklung in den letzten Jahren schon über eine erste „Pilotphase“ hinausgegangen ist. Es handelt sich dabei um Standorte, die schon langjährige Arbeit im Bereich der Industriekultur leisten, relativ etabliert sind und eine Vorbildfunktion in der Industriekulturlandschaft Mitteldeutschlands einnehmen. Eine Unterstützung dieser Projekte wird im Rahmen dieses Projektes als nicht zielführend betrachtet, da bereits funktionierende und professionelle Strukturen bestehen. Eine fachlich-strategische Qualifizierung und Betreuung durch Dritte dürfte langfristig jedoch durchaus hilfreich sein, ist aber in der jetzigen, kurzen Projektlaufzeit nicht leistbar.

Als Sonderstandorte wurden folgende ausgewählt:

### **Ferropolis**

Der Standort Ferropolis ist hinsichtlich seiner Bedeutung als Leuchtturmstandort für die mitteldeutsche Industriekultur und die Geschichte der Braunkohle in Mitteldeutschland unumstritten. Ferropolis und das benachbarte Kraftwerk Zschornewitz befinden sich aber außerhalb der Gebietskulisse der IRMD.

Als impulsgebender Partner der regionalen Industriekultur gilt für Ferropolis: Mit beeindruckenden Besucherzahlen und international bekannten Veranstaltungsformaten ist Ferropolis in der Außendarstellung und Entwicklung innovativer Veranstaltungs- und Nutzungsformate Vorbild für alle Industriekulturstandorte in Mitteldeutschland. Weiter zu stärken ist dagegen vor Ort die museologische Arbeit und die Vermittlung des Bergbauerbes. Diese nächste Entwicklungsstufe sollte in enger Kooperation mit bestehenden Museen und Industriekulturpartnern in Mitteldeutschland erfolgen.

Ferropolis selbst sieht sein Entwicklungsziel (gemeinsam mit dem benachbarten Kraftwerk Zschornewitz) in einem Reallabor der Transformation, einem Beispielort des Anthropozäns im „Elektron“-Seenland Mitteldeutschland. Diese Entwicklung ist ohne eine extern unterstützte Strategiephase (aufbauend auf das inzwischen evaluierte „Industrielle Gartenreich“ von 1989ff.) und ohne konzertiertes Handeln im Kreis der Industriekultur- und Welterbe-Partner nicht zu erreichen.

### **Brikettfabrik Hermannschacht**

Die Brikettfabrik Hermannschacht in Zeitz ist die älteste erhaltene Brikettfabrik und damit ein einzigartiges Zeugnis der Industriegeschichte Mitteldeutschlands. Bereits 1961 wurde sie zum Denkmal erklärt und seit 2009 ist der Standort Teil der Europäischen Route der Industriekultur. Anfang Juni 2021 wurden Leistungen zur Denkmalpflegerischen Begutachtung, zum Nutzungskonzept und zur Planung der baulichen Instandsetzung ausgeschrieben. Der etablierte Industriekulturstandort hat demzufolge mit großem Erfolg und einer beachtlichen Vorbildwirkung bereits die „Pilotphase“ hinter sich lassen können.

Die integrierte Entwicklung von Nutzungskonzept und baulichen Maßnahmen muss nun in enger Abstimmung mit den Aktivitäten des Strukturwandels vor Ort erfolgen, und zugleich die Möglichkeiten betrachten, die Brikettfabrik Hermannschacht zu einem Kristallisationspunkt der Industriekultur mit überregionalen Aufgaben zu entwickeln.

## **DokMitt**

DokMitt steht für Dokumentationszentrum Industriekultur Mitteldeutschland. Die Initiative zum Aufbau des Zentrums hat es sich zur Aufgabe gemacht, einen Ort lebendiger Sozio- und Industriekultur mit bundesweiter Ausstrahlung ins Leben zu rufen. An diesem Ort sind die Bewahrung und Aufarbeitung von Zeitzeugnissen vorgesehen, die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den Transformationsprozessen der Industrialisierung sowie die Bildung und Vermittlung zum Thema. Das Projekt bezieht sich auf den mitteldeutschen Raum, der durch seine industrielle Entwicklung länderübergreifend gefasst wird. DokMitt zeichnet sich in besonderer Weise durch seinen inhaltlich länderübergreifenden Ansatz aus, der für die zukünftige Entwicklung des Themas Industriekultur Mitteldeutschland wegweisend sein kann. Die Weiterentwicklung der Inhalte im gesamtregionalen Kontext wird hier als ortsunabhängig und damit für die Industriekultur strukturstärkend empfohlen.

## **Bergbau-Technik-Park**

Im Bergbau-Technik-Park wird ein kompletter Förderzyklus im Tagebau dargestellt. Zielgruppe sind Touristen. Teil des Bergbautechnikparks sind zwei Großgeräte aus dem Tagebau, die weithin sichtbar sind. Durch seine geschichtliche und touristische Relevanz für Mitteldeutschland und insbesondere den Südraum Leipzig nimmt der Standort eine regionale Vorbildfunktion ein. Darüber hinaus ist der Bergbau-Technik-Park im Verbund mit dem KuHstall e. V. auch im soziokulturellen Bereich tätig. Die Betreiberstruktur als vereinsgeführtes Unternehmen, die sich auf eine Kombination aus Ehrenamt, Gemeinnützigkeit und Wirtschaftsbetrieb stützt, ist ebenso ein Modell, das Einrichtungen in Mitteldeutschland als positives Beispiel dienen kann.

## **Museen**

Eine besondere Kategorie und Chance bieten die der Industriekultur thematisch eng verbundenen Museen wie das Industrie- und Filmmuseum Wolfen, das August-Horch-Museum Zwickau oder das Chemiemuseum Merseburg. Diese Häuser haben teils erhebliches weiteres Entwicklungspotenzial (IFM, Horch), teils müssen sie inhaltlich und in Bezug auf eine Trägerstruktur noch verstärkt beraten und begleitet werden (Chemiemuseum). Ihre Chance liegt in der weltweiten Ausstrahlung, sind doch jeweils industriegeschichtliche Pionierleistungen globaler Bedeutung das Thema dieser Museen im mitteldeutschen Wirtschaftsraum.

In Erweiterung des sächsischen Industriemuseen-Konzeptes und in enger Anbindung an Unternehmen (lebendige Industriekultur) ist ein eigenständiges Mitteldeutsches Industriemuseen-Konzept mit nationaler und internationaler Ausrichtung als Teil der Industriekulturstrategie (Bildung, Vermittlung) unabdingbar, kann aber aufgrund des außerordentlichen Aufwands nicht als Modellstandort im Rahmen dieses Gutachtens begleitet werden.

## D) Modellstandorte in Pilotphase

Am Beispiel der ausgewählten Standorte und Projektideen sollen konkrete, umsetzungsreife Modellprojekte in ihrer Pilotphase entwickelt werden. Insgesamt sollen auf Basis der vier vorab gemeinschaftlich festgelegten Strategietypologien vier konkrete Szenarien gestaltet werden. Die Entwicklung der Modellstandorte sollte beispielhaft erfolgen und bei regionaler Ausstrahlung in den kommenden Jahren als Vorbild und Impuls für die Entwicklung weiterer Standorte in Mitteldeutschland dienen.

Nach der Auswertung der Bewerbungen und der Auswahl der Standorte erfolgte die Erarbeitung beispielhafter Entwicklungskonzepte mit den Akteuren vor Ort. Die Entwicklungskonzepte werden in drei Arbeitsschritten erarbeitet:

1. Bestandsaufnahme / Grundlagenermittlung
2. Konzepterarbeitung
3. Konzeptvorstellung / Konzeptdiskussion

### 4.3.3 Modellstandort: Knopffabrik Schmölln

#### A) Fragestellung

Der strategische Ansatz zur Entwicklung des Modellstandortes „Knopffabrik Schmölln“ ist es, einen Impuls zu setzen. Mit der Reaktivierung des historischen und zentrumsnahen Altindustriestandortes der Knopffabrik soll ein entscheidender Impuls für die Stadtentwicklung gegeben werden.

Wie müsste der „Impulsgeber“ in Schmölln aussehen, so dass sich durch die Reaktivierung des Areals eine Verbesserung der Entwicklungsperspektive für den Innenstadtbereich ergibt? Wie ist die integrierte Stadtentwicklung auszurichten, um das Potenzial der Stadtentwicklung auch mit den wirtschaftlichen, sozialen, ökologischen und kulturellen Perspektiven der Gesamtstadt zu verknüpfen? Welche Nutzungsschwerpunkte müssen gesetzt und welche Zielgruppen erreicht werden? Wie lassen sich Wirtschaftsstrategien zur Stärkung der Kreativökonomien mit der Stadtentwicklung verbinden? Welche Eigentümerinteressen des alten Produktionsstandortes sind zu berücksichtigen? Und nicht zuletzt: Wie kann das Projekt als „Impulsgeber“ modellhaft für den Gesamttraum der Metropolregion wirken?

#### B) Rahmenbedingungen

##### Themenjahr der Industriekultur 2018

Hinsichtlich der Grundlagenermittlung fällt auf Ebene des Freistaates Thüringen zunächst das Jahr der Industriekultur „Industrialisierung und soziale Bewegungen – 2018“ auf. Mit dem Themenjahr ging es insbesondere darum, authentische Orte, die diese Industriegeschichte erlebbar machen, herauszuarbeiten. Auch wollte das Themenjahr die verschiedenen Industriekulturangebote des Freistaates besser vernetzen und sichtbar machen. So sollte Industriekultur als Teil der gesamten Kulturlandschaft ausgebaut und

erlebbar werden. An diese Zielstellung knüpft der modellhafte Impulsgeber-Ansatz in Schmölln unmittelbar an.

### **Kultur- und Kreativwirtschaft**

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist in Thüringen ein zentrales und deutlich ausbaufähiges Thema der Wirtschaftsentwicklung. Co-Working-Spaces, wie sie mit dem Impulsgeber in der Schmöllner Knopffabrik angedacht werden, sind in Thüringen kaum vorhanden. Als Unterstützerin kann die Thüringer Kreativwirtschaftsagentur mit eigenen Veranstaltungsformaten wirken (z. B. Urban Design Thinking, weitere unternehmensnahe Dienstleistung mit 40 Veranstaltungen pro Jahr). Die Agentur unterstützt Kommunen auch bei der Akquisition von interessierten Nutzer\*innen der Kreativwirtschaft.

### **Investitionsgesetz Kohleregionen**

Das Investitionsgesetz Kohleregionen konzentriert sich mit den Förderungen aus Arm 1 und Arm 2 grundsätzlich auf den Strukturwandelprozess in den Kohleregionen Brandenburgs, Sachsens, Sachsen-Anhalts und Nordrhein-Westfalens. In Thüringen erhält lediglich das Altenburger Land als Teil des mitteldeutschen Kohlereviere 90 Millionen EUR über das Strukturstärkungsgesetz. Diesbezügliche Förderschwerpunkte stehen im Detail noch nicht fest. Es ist angesichts des Berichtes der Kohlekommission und der Diskussionen in den übrigen Revieren aber zu erwarten, dass bspw. wirtschaftsstärkende Nachnutzungen für Altindustriestandorte in die Förderschwerpunkte aufgenommen werden.

### **Knopfstadt: Geschichtlicher Hintergrund**

Die Stadt Schmölln blickt heute auf eine 150-jährige Geschichte der industriellen Knopfproduktion zurück. Im Stadtgebiet befanden sich ursprünglich 30 Niederlassungen der Knopfindustrie. Bemerkenswert sind die Produktionsanlagen der Fabrikantenfamilie Donath. Bereits 1861 gründete Herrmann Donath eine Steinnussfabrik. Er produzierte Knöpfe aus Steinnüssen, die aus Kolumbien bzw. Ecuador geliefert wurden.

Bis heute bestehen zwei Knopfproduktionsorte in Schmölln: Eine Fabrik zur Kunststoffknopfherstellung im Gewerbegebiet und eine Knopfmanufaktur zur Herstellung von Hirschhornknöpfen. Im Stadtmarketing ist das Thema „Knöpfe“ sichtbar verankert; die Stadt weist einen historischen „Knopfweg“ mit 17 Stationen auf und das Knopf- und Regionalmuseum thematisiert die lokalen Bezüge zur Knopfindustrie in entsprechenden Ausstellungen.

### **Einordnung in Region und Einzugsgebiete**

Angesichts der anvisierten Zielgruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft stellt sich die Frage der regionalen Nachfrage nach Co-Working-Räumen in Schmölln. Erforderlich erscheint ein entsprechend großes Einzugsgebiet, um die vergleichsweise junge Zielgruppe anzusprechen. Nur so lässt sich die Erreichbarkeit der gewünschten Zielgruppe ausreichend sicherstellen. Laut einer aktuellen, bundesweiten Studie zur Kultur- und Kreativ-

wirtschaft sind 49 % der Coworker\*innen im ländlichen Raum zwischen 25 und 39 Jahre alt. Und 40 % der Coworker\*innen im ländlichen Raum reisen täglich 20 bis 50 km zum Arbeitsplatz. In der unmittelbaren Umgebung von Schmölln befinden sich Ronneburg, Crammichau, Meerane und Gößnitz mit etwa 70.000 Einwohner\*innen. Max. 45 Fahrminuten entfernt liegen darüber hinaus die Städte Gera, Altenburg, Chemnitz und Zwickau.

### **Integrierte Stadtentwicklung**

Schmölln hat sich seit den politischen Umbrüchen zu Beginn der 1990er Jahre positiv entwickelt. Die Aufwertung des historischen Stadtzentrums und die Umnutzung ehemaliger Industriearale konnte in weiten Bereichen abgeschlossen werden. Die Wirtschaftsschwerpunkte liegen u. a. in der Kunststoff- und Automobilindustrie. Das integrierte Stadtentwicklungskonzept (ISEK) wird 2021/2022 aktualisiert. Das ISEK sollte also mit dem Projekt zur Schmöllner Knopffabrik gekoppelt werden.

### **Stadträumliche und bauliche Situation**

Das ca. 19.000,00 m<sup>2</sup> große Grundstück der ehemaligen Knopffabrik Hermann Donath grenzt unmittelbar im Südwesten an die Altstadt Schmöllns an. Die gesamte Anlage befindet sich in Privatbesitz. Die Fläche weist im Norden und Süden große Grünflächenbereiche auf. Im Kern befinden sich ein zweigeschossiges, bewohntes Wohnhaus mit Garten und Vorplatz, eine ungenutzte Produktionshalle mit Sheddach, eine Kantine, Sozialräume, Lagerräume und Garagen mit großen versiegelten Stellflächen. Rückwärtig sind außerdem weitere kleine Bauwerke, wie eine Werkstatt und weitere Lager zu erkennen. Die Gebäude sind aktuell teilweise in gewerblicher Nutzung.

Die historische Anlage steht nicht unter Denkmalschutz. Bauten und Flächen kann man angesichts der Bau- und Nutzungsgeschichte jedoch als besonders erhaltenswert einstufen. Der Zustand der Produktionsbauten im Kern des Grundstücks ist teils sehr mangelhaft. Um den Bestand zu erhalten, sind hier umfangreiche Bau- und Sanierungsmaßnahmen erforderlich. Es ist angesichts des Gesamtzustandes der Anlage und des bauhistorischen Wertes zu erwägen, die Denkmalwürdigkeit in Abstimmung mit dem zuständigen Landesamt zu prüfen.

### C) Bewertung

Folgende Aspekte sind hinsichtlich der Rahmenbedingungen der ehemaligen Knopffabrik in Schmölln als positiv zu bewerten. Sie wirken sich voraussichtlich positiv auf die Standortentwicklung aus:

- ▶ öffentliches Interesse bzgl. der Entwicklung des Standortes
- ▶ Impulspotenzial für die Stadtentwicklung
- ▶ neues integriertes Stadtentwicklungskonzept kann Vorhaben als Impulsprojekt definieren
- ▶ wirtschaftliche Nutzungen und Wohnnutzung auf dem Gelände teils schon vorhanden
- ▶ fußläufige Erreichbarkeit und Zentrumsnähe
- ▶ möglicher Fördermitteleinsatz durch Investitionsgesetz Kohleregionen

Folgende Aspekte sind hinsichtlich der Rahmenbedingungen der ehemaligen Knopffabrik in Schmölln als negativ zu bewerten. Sie wirken sich voraussichtlich eher nachteilig auf die Standortentwicklung aus:

- ▶ erhebliches Schadensbild bei baulichen Anlagen
- ▶ Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft fehlen in Schmölln
- ▶ aktuell niedrige Fußgängerfrequenz im Umfeld der alten Knopffabrik
- ▶ Fördermöglichkeiten noch nicht verbindlich
- ▶ politischer Beschluss zur Standortentwicklung steht noch aus

### D) Strategie

#### Strategischer Ansatz der Entwicklungsvariante

Das zukünftig umgebaute und nachgenutzte Areal der Donathschen Knopffabrik ist das „El Botón“ („botón“ ist das spanische Wort für Knopf). Das „El Botón“ ist ein neuer Impulsgeber der Stadt Schmölln, der an historischem Ort die drei Bausteine (1) Kultureventhalle, (2) Urban Creative Hub und (3) der Erlebniswelt „Tagua“ verbindet. Die Bausteine dienen als inhaltliche Orientierung für die Konzipierung der konkreten Angebote. Erste Ideen für die Angebote im Rahmen der drei Bausteine finden sich in der Präsentation, die Anlage dieses Dokuments ist. Damit entwickelt sich der alte Standort der Donathschen Fabrik, bei weitgehender Erhaltung des Bestandes, zu einem wirtschaftlichen und kulturellen Anker der südlichen Altstadt. Zur Entwicklung des Standortes wird von Beginn ein Standortentwicklungsbüro als „Kümmerkiste“ in der alten Knopffabrik platziert. Als Verbinder wird das Café „Tinto“ im Zentrum der Anlage angeordnet.



### **Wirtschaftlicher Ansatz der Entwicklungsvariante**

Das „El Botón“ ist ein Public-Private-Partnership-Modell. Die Stadt engagiert sich mit der Kultureventhalle und der Erlebniswelt „Tagua“. Diese werden personell und finanziell zu 100% von der Kommune getragen. Hieran angegliedert wird ein „Urban Creative Hub“ entwickelt. Die schon vorhandenen lokalen Firmen werden durch neue Unternehmen aus der kultur- und kreativwirtschaftlichen Gründer\*innenszene ergänzt.

### **Zielgruppenbezogener Ansatz der Entwicklungsvariante**

Die Zielgruppe der Kultureventhalle und der Erlebniswelt besteht aus den Besucher\*innen aus dem städtischen und regionalen Umfeld. Die primäre Zielgruppe des Urban Creative Hub besteht aus Gründer\*innen aus der Stadt und der Region.

### **Baulich-räumlicher Ansatz der Entwicklungsvariante**

Die „Kümmerkiste“ sollte im Eingangsbereich der ehemaligen Knopffabrik platziert werden. Hier sitzt die Standortentwickler\*in, die den Entwicklungsprozess vor Ort gestaltet und steuert. Die „Kümmerkiste“ sollte gut sichtbar und für alle leicht erreichbar sein. Das zweigeschossige Wohnhaus und der daran angeschlossene, rückwärtige Garten bleiben weiterhin bewohnt. Die Erlebniswelt „Tagua“ hat eine Kernzone auf der Nordseite der Anlage und verbindet den Hof mit dem Garten. Zwischen Wohnhaus und Erlebniswelt liegt schließlich das Café „Tinto“ mit Freisitz im Hof. Die Produktionshalle und die angrenzenden Bauten bilden das Herz des Projektes. Hier liegt die Kultureventhalle mit Nebenbereichen. Der Urban-Creative-Hub schließlich ist im rückwärtigen Bereich der Anlage angeordnet.

### **Nächste Schritte und zeitlicher Ansatz der Entwicklungsvariante**

In der Startphase des Jahres 2022 wird zunächst eine Machbarkeitsstudie erstellt. Diese baut auf der Skizze der Innovationregion Mitteldeutschland und den Grundlagenermittlungen der Thüringer Aufbaubank auf. Die Machbarkeitsstudie unterteilt sich in einen baulich-stadtplanerischen und einen wirtschaftlich-funktionalen Teil. Die Machbarkeitsstudie ist Grundlage für Fördermittelanträge. Die Planungs- und Bauarbeiten für die „Kümmerkiste“, die Freiflächen, den Urban Creative Hub und das Café „Tinto“ beginnen 2023 und werden 2025 abgeschlossen. Die Kultureventhalle und die Erlebniswelt „Tagua“ schließlich werden planerisch und baulich ab 2024 umgesetzt. Das Gesamtvorhaben sollte 2026 abgeschlossen sein.

## **E) Erkenntnisgewinn**

Der Strategietyp „Impulsgeber“, das wird in der Schmöllner Knopffabrik deutlich, nutzt das Flächenpotenzial nicht mehr betriebsnotwendiger Industrieanlage im Kontext der integrierten Stadtentwicklung. Ziel ist es demzufolge nicht nur, den Standort durch gezielten Umbau und Nutzungsmaßnahmen zu reaktivieren. Die Idee des „Impulsgebers“

besteht darüber hinaus insbesondere darin, das städtische Umfeld einzubinden und die Entwicklungen in der unmittelbaren Quartiersnachbarschaft positiv zu beeinflussen. Damit dies gelingt sind folgende u. a. Aspekte zu berücksichtigen, die im konkreten Modellfall in Schmölln zur Anwendung kommen:

- ▶ Einbinden bereits vorhandener Nutzungen (im konkreten Fall Wohnen und Gewerbe)
- ▶ öffnen des Geländes zur Stadt (im konkreten Fall durch den vorgelagerten Platz)
- ▶ Nutzungen wählen, die auch die weichen Standortfaktoren vor Ort stärken
- ▶ Wahl eines zentrumsnahen Grundstückes
- ▶ neue Nutzungen, die sich konkrete Nachfragen in Stadt und Region beziehen
- ▶ berücksichtigen von stadtpolitischen Entwicklungszielen
- ▶ Kopplung von Standortentwicklung in integrierter Stadtentwicklung

#### 4.3.4 Modellstandort: Malakowturm Helbra

##### A) Fragestellung

Mit dem Malakowturm in Helbra ist die Gemeinde Helbra in Beitz eines wertvollen Denkmals. Seit der Einstellung der Nutzung in den 1970er Jahren konnte keine Nachnutzung für das Gebäude gefunden werden. Durch die ausbleibende Nutzung ist das Gebäude heute in einem desolaten Zustand. Die Hürden für eine Nachnutzung sind auf Grund der baulichen Situation sowie finanziellen Herausforderung und der damit zusammenhängenden schwierigen Vermarktbarkeit hoch. Eine kurzfristige Sicherung oder Sanierung auf Grundlage einer Nachnutzung des Gebäudes ist kurzfristig nicht zu erwarten.

Dennoch handelt es sich bei dem Gebäude um eine Ressource. Der Wert begründet sich nicht nur aus der grauen Energie des Gebäudes, sondern vor allem auch aus der baukulturellen und bauhistorischen aber auch ortshistorischen Bedeutung. Außerdem sind auch auf städtebaulicher und stadtplanerischer Ebene Werte gegeben, die mit einem Verlust des Gebäudes nicht mehr zur Verfügung stehen würden.

Eine wirtschaftliche Verwertung des Gebäudes ist in absehbarer Zeit nicht zu erwarten. Auf Grund der baulichen Situation ist aber eine Sicherung der noch vorhandenen Substanz kurzfristig erforderlich, um einem Totalverlust vorzubeugen.

Die mit der Strategietypologie „Denkmal gönnen“ verbundene Fragestellung will beispielhaft die Sicherung und den Erhalt eines kulturell wertvollen Gebäudes diskutieren ohne eine unmittelbare wirtschaftliche Verwertung nachweisen zu müssen. Dennoch sollen im Rahmen des Modellstandortes auch der Blick für langfristige Perspektiven geschärft werden. Die langfristige Perspektive ist insbesondere vor dem Hintergrund des für das Projekt nötigen politischen Rückhalts aber auch für die Legitimation eines direkt schwer nachweisbaren wirtschaftlichen Mehrwerts erforderlich.

## **B) Rahmenbedingungen**

### **Das Mansfelder Revier**

Seit dem frühen 13. Jhd. bis 1990 wurde im Mansfelder Revier Kupferschiefer abgebaut. Fährt man durch das Mansfelder Revier sind die mit dem Bergbau verbundenen Überformungen der Landschaft gut sichtbar. Zahlreiche Halden prägen die Landschaft als Zeugnisse des Kupferbergbaus. Von besonderer Relevanz sind die Spitzkegelhalden bei Eisleben. Weithin sichtbar werden sie auch als Pyramiden des Mansfelder Landes bezeichnet und sind sowohl für die Außendarstellung als auch die Identifikation mit dem Revier relevant. Mit dem Ende des Bergbaus trat auch ein großer Verlust der zahlreichen industriellen Anlagen ein. Große Teile der Industrieanlagen wurden abgerissen und sind als Zeugnisse eine die Region über 800 Jahre prägendes Selbstverständnis verloren.

### **Schlüsselstollen**

Für den Bergbau war die Wasserhaltung im Mansfelder Revier eine besondere Herausforderung. Um die anfallenden Wassermengen ableiten zu können und so einen weiteren Vortrieb der Schächte und Stollen zu ermöglichen, wurde ein Entwässerungsstollen erbaut. Dieser so genannte Schlüsselstollen wurde von 1847-1891 erbaut und ist mit ca. 31 km Länge einer der längsten Bergbaustollen Europas. Das durchschnittliche Gefälle des Stollens beträgt 24 cm auf einer Länge von 1 km. Vor dem Hintergrund der vorgenannten Zahlen aber auch der Tatsache, dass der zuletzt gebaute Teilabschnitt nicht den Anfang oder das Ende des Stollen darstellt sondern zwei bereits bestehende Abschnitte verbindet, kann man sagen, dass es sich um eine ingenieurstechnische Meisterleistung handelt. Der Schlüsselstollen läuft unterhalb der Gemeinde Helbra und ist heute noch zum Zwecke der Wasserhaltung in der Region in Nutzung und ebenso notwendig. Er ist heute zu Revisionszwecken auf einer Strecke von ca. 20 km vom etwa 3 km von Helbra entfernten Freiesleben-Schacht bis zum Mundloch an der Saale befahrbar. 2020 wurden die Sanierungsarbeiten dieses Streckenabschnittes durch den Betreiber des Stollens die LMBV abgeschlossen.

### **Malakowturm Helbra - Denkmalwert**

Malakowtürme sind nach dem Fort Malakow der Festung Sewastopol benannt. Wie auch die Festung haben sie durch ihre massigen Außenwände ein sehr wehrhaftes Erscheinungsbild. Die Errichtung der Türme erfolgte nur in einem relativ kurzen Zeitraum von ca. 1850 bis 1870. Auf Grund immer tiefer zu erschließender Vorkommen, waren die bekannten Holzkonstruktionen den Seilscheibenlasten der Fördereinrichtungen nicht mehr gewachsen. Auch Gusseisen konnte den Belastungen nicht Stand halten, da es zu spröde ist. Malakowtürme lösten die Herausforderung durch mächtige Mauermassive, welche durch ihre enorme Eigenlast den aufkommenden Belastungen gewachsen waren. Malakowtürme sind ein wichtiges Zeugnis der Bergbaugeschichte, weil sie den Übergang des Bergbaus zur Großindustrie symbolisieren. Sie sind also, sofern noch erhalten, weithin sichtbares Zeichen einer entscheidenden Epoche der Industrialisierung. Abgelöst wurden

die nach kurzer Zeit durch Fördergerüste aus Stahl, die heute in der allgemeinen Wahrnehmung eher mit dem Unter-Tage-Bergbau in Verbindung gebracht werden.

Im Ruhrgebiet sind heute noch 14 von ehemals ca. 100 Türmen vorhanden. Im Saarland ist kein einziger Malakowturm mehr erhalten, auch die im Mansfelder Revier erbauten Malakowtürme gibt es heute nicht mehr. Der Malakowturm in Helbra ist damit der letzte in Sachsen-Anhalt vorhandene. Nächst gelegener und noch erhaltener Malakowturm ist der des Marienschachts in Dresden-Bannewitz.

Axel Föhl, als einer der maßgeblichen Experten im Bereich der Industriekultur, forderte bereits 1994 „diesen technischen Epochenotypus auch dort zu sichern, wo er vereinzelter Auftritt als im Ruhrgebiet“.

In seinem für Malakowtürme maßgeblichen Artikel im Ruhrgebiet entwickelte Rainer Slotta ein Typisierungssystem für Malakowtürme. Der Malakowturm in Helbra kommt dem Typ in Backsteinmauerung ohne weitere konstruktive Elemente am nächsten. Der Turm in Helbra ist allerdings mit einer Hüttensteinmauerung erbaut. Der Hüttenstein ist ein künstlich hergestellter Mauerstein, der aus Hütten sand und hydraulischen Bindemitteln besteht. Der Hüttenstein verleiht dem Malakowturm eine Marmorierung, die sein Erscheinungsbild entscheidend prägt.

Der Malakowturm in Helbra steht über dem heute verschlossenen Schacht 4 der Anlage Ernst-Schacht, heute Walter-Schneider-Schacht. Der Turm diente der Unterbringung der damals größten in Europa mit Dampf betriebenen Pumpe zur untertägigen Wasserhaltung. Das wurde aus den tief liegenden Schächten auf das Niveau des Schlüsselstollens, der an Ernst-Schacht über einen Querstollen angebunden ist.

Seit 1994 ist das Gebäude als Denkmal geschützt.

Zusammenfassend kann der besondere Denkmalwert durch die folgenden Punkte beschrieben werden:

- ▶ besondere Bauweise, Ausführung mit Hüttenstein
- ▶ letzter erhaltener Malakowturm in Sachsen-Anhalt
- ▶ Zeugnis der Entwicklung des Bergbaus zur Großindustrie und Zeugnis des Tiefbergbaus

### **Lage in Helbra**

Der Malakowturm befindet sich im Industriegebiet Helbra Ostteil am südöstlichen Rand der Gemeinde. Das Industriegebiet zeichnet sich durch noch große vorhandene Flächenpotenziale aus, die derzeit ungenutzt sind.

Ca. 450 m westlich des Malakowturms befindet sich der ehemalige Schmid-Schacht. Der Schmid-Schacht zählt zu den bedeutendsten Schachtanlagen im Mansfelder Revier und liegt direkt über dem Schlüsselstollen, der dort eine Tiefe von ca. 184 m hat. Bis 2006 diente der Schacht als Kontrollschacht des Schlüsselstollens. Heute ist der Schmid-Schacht und das umliegende Gelände die „Erlebniswelt Kupfer.“ Diese besteht aus einer Ausstellung in den noch erhaltenen Gebäuden des Schmid-Schachtes, einem begehbaren Hochofennachbau im Maßstab 1:1 sowie dem begehbaren Fördergerüst. Darüber hinaus

gibt es im Zentrum der Gemeinde in einer Entfernung von ca. 700 m das Lapidarium, welches thematisch auch zur Erlebniswelt Kupfer gezählt werden kann. Der Schmid-Schacht wird betrieben durch den Förderverein Schmid-Schacht Helbra e.V. Die Besucherzahl liegt laut Angaben des Fördervereins bei ca. 3.000–3.500 Besuchern pro Jahr inkl. der dort stattfindenden Veranstaltungen.

Der Förderverein plant derzeit ein Pilotprojekt zur Nutzung des geothermischen Potenzials des Schmid-Schachtes. Dafür ist eine Öffnung des 2206 durchgeführten Verschluss des Schachtes erforderlich. Das Projekt soll als Forschungsvorhaben/Pilotprojekt durchgeführt werden. Die Kosten des Rückbaus des Verschluss liegen laut Aussage des Vereins bei ca. 1 Millionen EUR, die Kosten für die Herstellung der Geothermieanlage bei weiteren 1 Millionen Euro.

### **Masterplan Strukturwandel – Landkreis Mansfeld-Südharz, 2020**

Die im Masterplan Strukturwandel genannten Themenfelder 3, 4 und 5 scheinen für die Entwicklung des Malakowturms unmittelbar relevant.

Im Themenfeld 3 wird die Erschließung neuer Wertschöpfungsquellen diskutiert. Eine der diskutierten Ideen ist die Etablierung unterirdischen Daten-Speicherlösungen in ehemaligen Stollen. Die Speicherung der Daten vor Ort gewinnt zunehmend an Relevanz. Die derzeit praktizierte Speicherung auch in Übersee stellt unter Umständen ein Risiko für die Sicherheit der Daten dar.

Die Stollen eignen sich für diese Nutzung besonders gut, weil sie vor Witterungseinflüssen geschützt sind, und auf Grund ihrer Lage in der Tiefe auch vor menschlichen Einflüssen. Das dort erreichbare Grubenwasser kann für die Kühlung der Gerätschaften genutzt werden. Weiterhin ist eine Verwertung der anfallenden Abwärme angedacht. Das Vorhaben ist im Zusammenhang mit der Nutzung des Schmid-Schachtes für Geothermie, einer möglichen touristischen Nutzung der unterirdischen Verbindung zwischen Schmid-Schacht und Ernst-Schacht für den Standort Helbra ein ergänzendes Potenzial. Da die Öffnung der zuvor verschlossenen Schächte sowie die Nutzbarmachung mit hohen Kosten verbunden sind, erscheint es sinnvoll möglichst viele sich ergänzende Nutzungen vorzusehen.

Im Themenfeld 4 wird die Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur abgehandelt. Das Thema Industriekultur nimmt im Themenfeld 4 nur eine untergeordnete Rolle ein. Es wird erst nach den Themen Reformation, Wandertourismus, Radtourismus, Erlebniszentrum Rose, Seeburg, Malandis genannt. Das Thema Industriekultur wird dann auf einer Seite der Studie abgehandelt. Das Thema Kupfer wird als thematische Überschrift für die industriekulturellen Angebote in der Region genannt. Es wird angestrebt, mit dem Thema Industriekultur ergänzende touristische Angebote zu schaffen.

Das Themenfeld 5 bezieht sich auf die Weiterentwicklung der [...] verkehrlichen Infrastruktur. In einem Unterkapitel wird die Weiterentwicklung der „Wipperliese“ sowie der Bergwerksbahn Mansfeld thematisiert. Die Wipperliese erschließt heute schon Helbra mittels Sonderzügen, die zu besonderen Anlässen auf Strecke Helbra-Wippra verkehren. Die Bergwerksbahn verbindet zahlreiche Standorte des ehemaligen Kupferbergbaus und hat so vor allem auch einen inhaltlichen Bezug. Eine Anbindung Helbras ist zwar technisch

möglich, aber rechtlich problematisch. Das zu nutzende Gleis ist für industrielle Zwecke freigegeben, aber derzeit nicht für den Personenverkehr freigegeben.

### **Modellhaftes Integriertes gemeindliches Entwicklungskonzept für die Verbandsgemeinde Mansfelder Grund – Helbra, 2014**

Im Entwicklungskonzept der Verbandsgemeinde gibt direkte und indirekte Bezüge zu möglichen Entwicklungen des Malakowturms.

Für den Malakowturm direkt ist eine Maßnahme definiert. Diese sieht die Sicherung und den Erhalt des historischen Industriedenkmals vor als Voraussetzung für eine mögliche Umnutzung. Damit soll ein wichtiges Zeugnis der Bergbaugeschichte gesichert werden. Als Investor wird die Gemeinde angegeben.

Der in der Nähe liegende und thematisch verbundene Schmid-Schacht ist ebenfalls mit einer Maßnahme berücksichtigt. Teilweise wurden die genannten Maßnahmen bereits umgesetzt, für den Malakowturm relevant ist in erster Linie die Einbindung des Standortes in bestehende touristische Konzepte.

Als Maßnahme ebenfalls relevant ist im Konzept formulierte Absicht der weiteren Stärkung der Gewerbe- und Industriegebiete.

Indirekt relevant sind die im Konzept genannten Vorhaben zur weiteren touristischen Qualifizierung des Standortes der Verbandsgemeinde. Die Vermarktung, Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung wird zum Zeitpunkt der Studierenerarbeitung als großes Manko benannt. In den Gesprächen mit den beteiligten Akteur\*innen wurde dies aktuell bestätigt. In diesem Zusammenhang ist auch das Ziel der Erarbeitung eines Tourismuskonzeptes zu verstehen, die bisher nicht erfolgt ist. Thematisch u. a. auch die Darstellung des historischen Hüttenwesens als Teil des Museumskonzeptes genannt durch den Erhalt und die Weiterentwicklung bereits vorhandener musealer Anlagen.

### **Akteursstruktur**

Das Modellprojekt wird durch den Landkreis Mansfeld-Südharz, die Verbandsgemeinde und die Gemeinde Helbra unterstützt. Inhaltlich wird das Projekt unterstützt und begleitet durch den Förderverein Schmid-Schacht Helbra e. V.. Der Verein ist einer von drei Vereinen in der Region, der sich mit dem Thema Kupferbergbau auseinandersetzt und Projekte zum Thema umsetzt. Die anderen beiden Vereine sind der Verein der Mansfelder Berg- und Hüttenleute e.V. sowie der Traditionsverein Bergschule Lutherstadt Eisleben. Laut Aussage der am Prozess beteiligten Akteur\*innen ist lediglich der Förderverein Schmid-Schacht auf Grund seiner Altersstruktur zukunftsfähig. Die anderen beiden Vereine leiden an Überalterung und kämpfen mit der Akquise neuer Mitglieder.

### **Baulicher Zustand Malakowturm**

Der bauliche Zustand des Gebäudes ist durch den langen Leerstand und durch die Überformungen der etwa 100jährigen Nutzungsgeschichte gekennzeichnet.

Der Leerstand und damit zusammenhängendes Ausbleiben von Instandhaltungsmaßnahmen haben dazu geführt, dass weite Teile des Daches eingestürzt sind. es ist davon auszugehen, dass die noch verbleibenden Teile nicht mehr gebrauchstauglich sind. Die inneren Einbauten wie Stahltreppen und Stahlemporen sind ebenfalls weitestgehend abgängig. Die Grundsubstanz des Gebäudes erscheint augenscheinlich nicht schlecht. Das massive und äußerst dicke Mauerwerk zeigt zwar in Teilbereichen Risse, erscheint aber tragfähig.

Im Laufe der Jahre kam es in verschiedenen Bereichen zu baulichen Überformungen. Am deutlichsten sichtbare Überformung ist die geänderte Dachform. Alte Darstellungen zeigen das Gebäude mit einem Tonnendach, heute finden sich Giebel flach geneigter Satteldächer an den verschiedenen Baukörpern. Weiterhin wurden Fensteröffnungen verschlossen oder auch Fensterformate durch Mauerwerk und Stahlstütze nachträglich geändert. Die noch vorhandenen Fenster sind in ihrer Ausführung unterschiedlich, was darauf hinweist, dass auch hier mind. in Teilbereichen Änderungen vorgenommen wurden.

## **C) Bewertung**

### **Perspektive Tourismus**

Das Thema Kupferbergbau ist im Mansfelder Revier durch zahlreiche teils auch schon erfolgreich touristisch genutzte Standorte vertreten. Dazu gehören beispielsweise ErlebnisZentrum Bergbau – Röhrigschacht Wettelrode oder das Mansfeld Museum in Hettstedt. Mit seiner Lage zwischen den touristischen Quellgebieten Harz und Halle-Leipzig besteht durchaus ein erhöhtes touristisches Potenzial für das Thema Kupferbergbau. Entscheidend ist dabei, dass ein Erlebnisraum geschaffen wird, der aus den Quellgebieten einen Tagesausflug attraktiv macht. Dies kann vor allem über eine Vernetzung der zahlreichen Standorte erfolgen. Die Vernetzung sollte dabei sowohl räumlich als auch strukturell erfolgen. Eine räumliche Vernetzung in der Region ist beispielsweise durch die weitere Qualifizierung der Angebote der Wipperliese oder der Bergwerksbahn möglich. Eine strukturelle Vernetzung erfolgt über den Zusammenschluss der verschiedenen Akteur\*innen bzw. der unterschiedlichen Organisationen. Die inhaltliche Qualifizierung des Angebots muss über gemeinsam zu erarbeitende Konzeptionen erreicht werden.

Auf Ebene der Gemeinde Helbra ist ein Entwicklung des Themas bzw. eine Erweiterung der Erlebniswelt Kupfer durch den Malakowturm denkbar. Mit dem Schmid-Schacht, dem Lapidarium und Malakowturm entsteht ein Dreieck von thematisch zusammenhängenden Destinationen. Eine unterirdische und für Touristen nutzbare Verbindung könnte im Zusammenhang der bereits angedachten Projekte mit dem bestehenden Stollen realisiert werden und das Angebot entscheidend erweitern.

## Perspektive Impuls Industriegebiet

Mit der Sicherung und anschließender Sanierung und Nutzung des Malakowturms kann ein entscheidender Impuls für die derzeit schleppende Entwicklung des Industriegebiets Helbra-Ost gegeben werden. Derzeit erstreckt sich das Industriegebiet um eine ungenutzte Ruine. Mit der Sicherung und Erlebbarmachung als Minimalvariante ist sicherlich eine Markenbildung für das Industriegebiet zu erreichen. Mit einer Sanierung und Nutzung des Gebäudes könnten für den Standort zuträgliche Nutzungen wie Büronutzungen, evtl. Produktionen dort untergebracht werden. Auch die durch die Gemeinde vorgeschlagene Nutzung einer Mansfeld Galerie zur Ausstellung der in der Gemeinde vorhandenen Kunstwerke würde in diesem Zusammenhang einen positiven Effekt erzeugen.

### D) Strategie

Eine konkrete wirtschaftliche Verwertung des Gebäudes steht vorerst nicht im Vordergrund des Modellstandortes. Der Fokus liegt auf dem kurzfristigen Erhalt der Gebäudesubstanz, um spätere Nutzungen zu ermöglichen. Auf Grund des baulichen Zustands ist eine Sicherung des Gebäudes ohne Nutzung erforderlich. Eine Nutzung kann parallel zu der nachfolgend beschriebenen strategischen Sanierung erfolgen.

Die konkret zu planenden baulichen Maßnahmen folgen den folgenden Grundsätzen:

- ▶ Denkmalspflegerischer Anspruch: Die Maßnahmen genügen höchsten denkmalpflegerischen Ansprüchen. Sie sind damit in erster Linie und soweit möglich substanzerhaltend.
- ▶ Strategische Vorgehensweise: Die Maßnahmen müssen aufeinander aufbauen. Durch eine Sanierungsstrategie werden Redundanzen der Maßnahmen vermieden.
- ▶ Nutzungsoffenheit: Alle Maßnahmen müssen ohne Nutzungsanforderungen geplant werden. Durch die Maßnahmen darf eine spätere Nutzung nicht eingeschränkt werden.
- ▶ Zwischennutzung: Eine Zwischennutzbarkeit ist möglichst schnell herzustellen. So wird es zu einem möglichst, die Qualitäten des Gebäudes zu testen und zum anderen ein Bewusstsein für das Gebäude zu erzeugen. Auf diesem Wege kann eine Nutzung und ein Nutzer gefunden werden.

Für die strategische Vorgehensweise wird ein Modell aus drei bzw. vier Phasen vorgeschlagen. Die Phasen bauen aufeinander auf und sind in sich geschlossen. Nach jeder Phase ist ein nachhaltiger Zustand hergestellt, so dass eine Fortführung der Maßnahmen nicht zwingend erforderlich ist, bzw. keine zeitlichen Zwänge erzeugt werden müssen. Es ist dabei durchaus denkbar, dass mit Änderung der Rahmenbedingungen Phasen übersprungen werden. Die Phase 0 ist obligatorisch.



### Phase 0 – Strategieentwicklung

In Phase 0 erfolgt die Entwicklung einer Sanierungsstrategie. Eine schlüssige Strategie, die durch alle beteiligten Akteure getragen wird, ist maßgebliches Instrument für alle weiteren Schritte.

Die Strategie benennt die erforderlichen Untersuchungen und Planungen, entwickelt eine sinnvolle Abfolge der baulichen Maßnahmen nach oben genannten Kriterien und schafft Verantwortlichkeiten bei den beteiligten Akteuren.

### Phase 1 – Denkmal sichern:

In einem ersten Schritt wird die bauliche Substanz gesichert. Damit soll ein weiterer Verfall des Gebäudes aufgehalten werden. Der Erhalt der baulichen Substanz ist grundlegend für eine spätere Nutzung des Gebäudes als wertvolles Denkmal. Der Denkmalwert definiert sich in erster Linie auch über die noch vorhandene bauliche Substanz.

### Phase 2 – Denkmal erleben

Phase 2 hat zum Ziel, das Gebäude erlebbar zu machen. Durch niedrigschwellige Maßnahmen soll eine (Zwischen-)Nutzung des Gebäudes vor dem Hintergrund baurechtlicher Forderungen ermöglicht werden. Neben den baurechtlichen Rahmenbedingungen ist auch die Vermittlung des Gebäudes entscheidend.

### Phase 3 – Denkmal nutzen

Phase 3 wird umgesetzt, wenn eine intensive Nutzung des Gebäudes vorgesehen ist. Demnach muss es einen Nutzer für das Gebäude geben, ebenso müssen die dafür erforderlichen Investitionen vorhanden sein. Die baulichen Maßnahmen werden auf Grundlage der Nutzungsanforderungen fortgeschrieben und geplant.

## **Nächste Schritte**

Die nächsten Schritte sollten parallel auf zwei Ebenen erfolgen. Auf der konzeptionellen Ebene sind die Nutzungsperspektiven weiter zu qualifizieren. Erste Schritte sind die Weiterentwicklung der Akteursstruktur, die Vernetzung und Qualifizierung des touristischen Angebots in der Region sowie die Erarbeitung eines Konzepts auf lokaler Ebene.

Auf Gebäudeebene steht der Erhalt der Denkmalsubstanz im Vordergrund. In einem ersten Schritt ist die Entwicklung einer detaillierten strategischen Sanierung erforderlich. Um diese fundiert ausarbeiten zu können, ist eine Untersuchung der Bausubstanz aus konstruktiven Gesichtspunkten erforderlich. Ebenso ist es erforderlich die denkmalpflegerischen Rahmenbedingungen zu präzisieren mittels einer Denkmalwertermittlung bzw. denkmalpflegerischen Zielstellung.

Die nächsten Schritte sollten kurzfristig angegangen werden, um die Sicherungsmaßnahmen möglichst zeitnah durchführen zu können. Mit erfolgten Sicherungsmaßnahmen ist der Verfall des Gebäudes vorerst aufgehalten, so dass alle nachfolgenden Maßnahmen nicht den gleichen zeitlichen Zwängen unterliegen.

## E) Erkenntnisgewinn

Die Strategietypologie „Denkmal gönnen“ sieht einen nutzungsoffenen Erhalt vor und öffnet so für das baukulturell wertvolle langfristige Perspektiven. Eine wirtschaftliche Verwertbarkeit des Gebäudes wird vorerst nicht in den Vordergrund gestellt. Mittels Zwischennutzungen und Erarbeitung von Nutzungsperspektiven werden die Chancen einer intensiven Nutzung parallel verdichtet.

### 4.3.5 Modellstandort: Schokoladenfabrik Zetti Zeitz

#### A) Fragestellung

Die alte Zetti-Fabrik in Zeitz, Sachsen-Anhalt, stammt aus dem Ende des 19. Jhd. und steht seit 1999 leer. Etwa 100 Jahre lang war sie Produktionsstandort für Back- und Zuckerwaren. Mit ihrer Größe von ca. 10.700 qm und der nach innen gerichteten Bebauung und Ausrichtung kann man beinahe von einem eigenständigen Quartier sprechen.

Die Lage an Bahnhof und Elster sowie direkt nördlich angrenzend an die Innenstadt inkl. der historischen Altstadt zeigt deutlich den Wandel der Bedeutung einer innenstädtischen Produktion über die Jahrzehnte hinweg. Vormalig ...

Mit dem sich in den letzten Jahren ändernden Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit, mit der Entgrenzung von Wohnort, Arbeitszeiten, -inhalten und dem Arbeitsort (und ganz aktuell mit dem durch die Pandemie verstärkten Ausprobieren des Home Offices) werden derartige Standorte wieder an Bedeutung gewinnen, so die These. Können also in einem Quartier im Quartier, wie der alten Zetti-Fabrik in Zeitz, heutige Arbeits- und Lebensbedürfnisse auf engstem Raum bedient werden? Welche Voraussetzungen müssen dafür gegeben sein? Welche Entwicklungsschritte sind notwendig und welche Art der urbanen Produktion überhaupt denkbar? Kann die Entwicklung des Geländes mit seinen stadtbildprägenden Gebäuden eine Schlüsselwirkung darstellen für die Entwicklung und Belebung des gesamten Areals nördlich der Elster?

#### B) Rahmenbedingungen

##### Revier und Stadt

Die Stadt Zeitz und die umliegende Region gehören zur Bergbaufolgelandschaft Profen und sind damit ein von Bergbau und Energiewirtschaft sowie den nachgelagerten energieintensiven Produktionsstätten geprägter Wirtschaftsraum. Wie auch andere ländliche Räume v. a. Ostdeutschlands weist das Gebiet eine Reihe ökonomischer Schwierigkeiten auf. Die mittelständische Wirtschaft ist zumeist unterentwickelt und kleinteilig strukturiert. Hochschulen und Forschungseinrichtungen fehlen. Arbeits- und Fachkräfte fehlen, verstärkt noch durch den Wegzug in die Oberzentren und den demographischen Wandel. Nach Aussagen der Stadtverwaltung herrscht Mangel an Unternehmensnachfolgern und Existenzgründern.

Die Stadt Zeitz war seit der Industrialisierung im 19. Jahrhundert eine lebendige Industriestadt. Zeitzzeugen dieser Prosperität sind die heute erhaltenen Wohn-, Verwaltungs- und Wirtschaftsbauten. Zeitz gilt u. a. als „die Wiege der deutschen Kinderwagenproduktion“. Zeitz ist aber vor allem wegen der Zuckerindustrie bekannt. Die Stadt zählt zu den traditionsreichsten Plätzen der deutschen Zuckerindustrie. Seit Mitte des 19. Jhd. werden in Zeitz Zucker und Zuckerprodukte aus Rüben hergestellt. Seit 1991 befindet sich hier die Südzucker AG. 1993 wurde das Zuckerwerk erneuert und schrittweise ergänzt u. a. um eine Bioethanolanlage, eine Weizenstärkeanlage und eine Anlage zur Herstellung von flüssigem CO<sub>2</sub>. Dies alles passiert vor den Toren der Stadt, im Industriepark Zeitz. Viele Mitarbeiter der großen Zeitzer Unternehmen, wie Südzucker, Zeitzer Guß, Zetti oder MI-BRAG sind Einpendler. Es gibt trotz einer hohen Zahl an Industriearbeitsplätzen, einen sehr hohen Immobilienleerstand in der Stadt.

Nach Aussagen der Stadtverwaltung besteht aktuell eine zu schwache Vernetzung zwischen Zeitz und den umliegenden Mittel- und Oberzentren. Negative Selbstwahrnehmungen und eine pessimistische Zukunftserwartung prägen die Gesellschaft vor Ort.

Gleichzeitig ist in den umliegenden mitteldeutschen Metropolen, v. a. Leipzig ein schnelles Einwohnerwachstum zu beobachten, was zu einem Gefälle der Immobilienpreise und der Lebenshaltungskosten führt und sogenannte Übertragungseffekte („spill over“-Effekte) hervorrufen kann. Die zahlreichen Gebäudeleerstände bescheren niedrige Mieten und nutzbare Angebote als Gewerbeimmobilien, aber auch als Wohngebäude. In den letzten Jahren entstanden bereits regionalpolitische Bürgerinitiativen. Zunehmend versuchen engagierte Bürger die Zukunft der Stadt zu gestalten.

### **Quartier und Fabrik**

Die ehemalige Produktionsstätte der F.A. Oehler, später VEB Zetti, in der Zeitzer „Schädestraße“/ „Donaliesstraße“, Ecke „Auf den Gebinden“ (Elstervorstadt) ist ein 10.708 m<sup>2</sup> großes Grundstück mit Fabrikgebäude. Das historisch dreistöckige Kontorgebäude steht unter Denkmalschutz und wurde 1899 fertiggestellt. Zum heutigen Tag befinden sich die Räumlichkeiten im Privatbesitz und sind seit über 25 Jahren ohne aktive Nutzung. Das Gelände mit den stadtbildprägenden Gebäuden stellt eine Schlüsselwirkung dar. Die Entwicklung und Belebung des Areals stellt für die gesamte Quartierentwicklung den wichtigsten Baustein dar.

Ab 1970 wurden hier kleinformatische Schokoladentafeln mit Motiven des Sandmanns sowie Knusperflocken hergestellt, die die Marke „Zetti“ populär machten. 1994 erfolgte die Übernahme der Produktionsanlagen durch Goldeck Süßwaren GmbH aus Leipzig und Nutzung der Markenrechte von Zetti, Zeitz. 1999 wurde der Standort aufgegeben. Heute produziert die Goldeck Süßwaren GmbH auf einem neuen Fabrikgelände weiterhin die Zetti-Produkte in unmittelbarer Nähe zum alten Werk (500 m Entfernung).

## Planungen

Geplant sind eine Sanierung des stadtbildprägenden Gebäudekomplexes und die daraus resultierende Wiedernutzbarmachung zum Zwecke gewerblicher Ansiedlungen, Wohnen, Funktionen der Daseinsvorsorge (Mischnutzung). Dazu muss die Immobilie in einer Kombination aus Denkmalschutz und Sanierung / Entkernung / Konversion wieder nutzbar gemacht werden. Folgende Grundlagen liegen dazu vor:

LüREK Profen - Länderübergreifendes regionales Entwicklungskonzept für die Bergbaufolgelandschaft Profen

Im Bereich Kulturtourismus wird festgestellt: „Historisch wertvolle Innenstädte und Bauwerke, Denkmäler der Bergbau- und Industriegeschichte (Industriekultur), Residenzkultur und herausragende Stationen geschichtlich wegweisender Ereignisse bilden den erlebbaren geschichtlichen Kontext der Region und ergänzen die Freizeit und Erholungslandschaft und haben sich für Interessierte als besondere Erlebnisorte etabliert.“

ISEK Zeitz 2035

Leitziele und Strategien der Stadtentwicklung:

- ▶ Gut Wohnen mit weniger Leerstand.
- ▶ Altstadt braucht neue Mischung.
- ▶ Grüne, nachhaltige Stadt an der Weißen Elster – Strategien der CO<sub>2</sub>-Reduktion.
- ▶ Den Strukturwandel gestalten – Eckpunkte der Zeitz-Strategie.
- ▶ Zeitz – Eine Stadt mit mehr Zusammenhalt.

Leitbild Zeitz (Stand. Nov. 2020) - Zukunftsvision "Zeitz - die grüne Wohn- und Kulturstadt an der Weißen Elster"

Unter anderem hat sich die Stadt Zeitz hiermit zum Ziel gesetzt:

- ▶ Abbau des Leerstands durch neue Nutzungskonzepte;
- ▶ Förderung von Neugründungen und Nutzung neuer Innovationen von Start-ups und der Kreativwirtschaft;
- ▶ Förderung der Revitalisierung von Industrie- und Gewerbeflächen/-brachen
- ▶ Herausbildung von strategischen Partnerschaften zwischen Stadtverwaltung, Bildungseinrichtungen, Handwerk und Industrie.
- ▶ Erhalt und Vermarktung des baukulturellen Erbes;
- ▶ Nutzung kulturhistorisch bedeutsamer Orte für temporäre Veranstaltungen;
- ▶ Ausbau der Zusammenarbeit von Initiativen und Vereinen mit der Stadtverwaltung zur Bereicherung des gesellschaftlichen Lebens.

Im Themenfeld Tourismus wird eine Vermarktung der Region Zeitz als Wirtschafts- und Imagefaktor angestrebt.

## Lage im Raum

Die Stadt Zeitz befindet sich etwa 40 km südlich von Leipzig (Sachsen) und 25 km nördlich von Gera (Thüringen). Sie stellt ein Mittelzentrum des Burgenlandkreises in Sachsen-Anhalt dar, dessen Kreisverwaltung in Naumburg sitzt. Die mehr als 1.000 Jahre alte Stadt liegt an der Weißen Elster und gliedert sich in die in der Elsteraue liegenden Unterstadt und die am Berghang befindliche, historische Stadtmitte. Zeitz liegt am Kreuzungspunkt der Bundesstraßen 2 (Leipzig – Gera), 91 (Zeitz – Weißenfels) und 180 (Naumburg – Altenburg), wobei nur noch die B 180 direkt durch den Stadtkern führt. Die Autobahn 9 wird damit in 15 Autominuten erreicht, die A4 in 20 und die A72 in 40 Minuten. Die Städte Leipzig, Jena und Chemnitz liegen 45 bis 60 Autominuten entfernt. Zeitz liegt an der Bahnstrecke Leipzig – Gera – Saalfeld. Stündliche erreicht man die Leipziger Innenstadt mit der Bahn ohne Umstieg in etwa 45 min. Außerdem führen Schienenwege nach Weißenfels, Naumburg und Altenburg, wobei die letztgenannten nicht mehr bedient werden. Die Gleise der Verbindung nach Camburg werden derzeit zurückgebaut, die Trasse soll künftig als Radweg dienen.

Mit Stand 31.12.2019 lebten 27.601 Einwohnerinnen und Einwohner in Zeitz, rund 8 % weniger als noch vor zehn Jahren. Die Wanderungsbilanz stellte sich 2019 mit 1.218 Zuzügen gegenüber 1.180 Fortzügen jedoch als relativ ausgewogen dar.

Mit Blick auf die zukünftige Entwicklung der Region und die Sicherung des Fachkräftepotenzials ist es notwendig, Einwohnerinnen und Einwohner zu halten, neue Bürger für Zeitz zu gewinnen und jungen Menschen eine Perspektive aufzuzeigen.

## Städtebauliche Situation

Das Gelände Altes Zetti-Werk liegt in der Elstervorstadt, unweit des Zeitzer Bahnhofes mit einer Ausrichtung zum Gewerbegebiet (nordöstlich) sowie einer Ausrichtung zum Wohn-/Gewerbequartier (westlich). Die Elstervorstadt gilt im Städtebaulichen Entwicklungskonzept (ISEK Zeitz 2035, Stadt der Freiräume) als gewerblicher Transformationsraum.

Es ist eine „[...] weitere Transformation des Stadtgebietes erforderlich. Um dies zu schaffen soll die Elstervorstadt Handlungsschwerpunkt für den aufgrund der Beendigung des Braunkohleverstromung zu erwartenden Strukturwandel werden. [...] Die verbliebenen baulichen Zeugen der industriellen Vergangenheit sollen erhalten, saniert und einer neuen Nutzung zugeführt werden, damit sie als Imagerträger nach außen wirken können. Unterstützt werden kann dies durch Nutzungen aus dem Bereich Kunst und Kreativwirtschaft.“

Das Areal liegt des Weiteren im Fördergebiet 4 – Sanierung und Rückbau von Altbauten in der Elstervorstadt des Bund-Länder-Förderprogramms „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ – Lebenswerte Quartiere gestalten.

## **Bauliche Situation**

Denkmalschutzbegründung: „...markanter Industriekomplex aus mehreren Fabrikationsgebäuden und der Fabrikantenvilla; viergeschossige gut gegliederte einheitliche Backsteinbauten von 1894-98 mit langgestreckter Fassade zur Straße ‚Auf den Gebinden‘, in der Fassadenabfolge mehrere risalitartige Hervorhebungen, einer der Schweifgiebel erhalten; 1928 an den Ecken durch die auffälligen expressionistischen Aufbauten mit zickzackförmigen Zinnen erhöht, Dachausbau mit großen Atelierfenstern; zur Donaliesstr. großer fünfgeschossiger Erweiterungsbau mit Lisenengliederung und segmentbogigen Gruppenfenstern, an der Innenseite turmartige Anbauten, 1905 errichtet; an der Ecke Donaliesstr./ Schädestr. Fabrikantenvilla, 1900 erbaut, stattlicher zweigeschossiger Backsteinbau in Neurenaissanceformen mit einigen erkerartigen Anbauten (zur Donaliesstr. polygonal), Portalverdachung auf reich verzierten schmiedeeisernen Auflagern; von der Umfriedung nur Torflügel erhalten; im Innern reiche Ausstattung zu vermuten (Treppenhaus, aufwendiger Türenbestand, Wandvertäfelungen, Stuck)“

Zusätzlich zum Wert der architektonischen Struktur hat der Komplex auch einen industriegeschichtlich-historischen Wert, steht er doch als Symbol für eine prosperierende Zuckerindustrie in Zeitz seit Mitte des 19. Jahrhundert.

Der bauliche Zustand ist teilweise desolat. Der Großteil der Gebäudestruktur jedoch gut erhalten. Wichtig erscheint eine Sicherung und/oder Erneuerung der Dacheindeckung, um die Bausubstanz erhalten zu können. Eine Sanierung beinhaltet des Weiteren die Sicherung und den Ausbau der Gebäude, Fenster, Türen, HLS, ELT, Brandschutzmaßnahmen. Auch über einen Teilrückbau von Gebäudeteilen, eine Entkernung sowie die Schaffung von Flächen im Innenhof sollte nachgedacht werden.

## **Eigentümerstruktur**

Das Gelände ist im Privateigentum. Eigentümer ist Jörg-René Schmidt mit der LÜVEST GmbH, vormals Asoposa Deutschland GmbH, einem Unternehmen, welches im Kern die Verwaltung eigenen Vermögens sowie den An- und Verkauf und die Vermietung von Immobilien aller Art sowie Immobilien- und Hausverwaltung zum Gegenstand hat.

Der Eigentümer strebt nach eigenen Aussagen an, wieder eine Lebensmittelfabrikation (verschiedener Produkte, evtl. auch Getränke) in Verbindung mit einer touristischen Nutzung am Standort zu etablieren. Hierbei wäre eine Direktverkostung mit Werksverkauf, ein oder mehrere Restaurant(s) mit Außenbewirtung im Hof oder auf einer Dachterrasse, ein Café in einer der oberen Etagen, ein Brauhaus, ein Bereich für Kinder, ein Jazzclub im Untergeschoss u. v. m. denkbar. Die Wertschöpfung aus Produktion sollte allerdings überwiegen, so der Eigentümer im Gespräch.

Die Kommunikation zwischen Eigentümer und Stadtverwaltung ist sehr belastet, was auf Erfahrungen aus den vergangenen Jahren beruht. Hierbei ging es einerseits um mangelnde Unterstützung des Eigentümers von Seiten der Stadt sowie andersherum um mangelndes Vertrauen in den Eigentümer bzgl. der Entwicklung des Geländes.

## Nutzung

Derzeit erscheint das Areal in Teilen genutzt zu werden, u.a. durch eine Autowerkstatt und im Eingangsbereich auch durch Wohnnutzung.

### C) Bewertung

Es bestehen einige Potenziale für die Entwicklung des Geländes, die im Folgenden stichwortartig zusammengefasst sind:

- ▶ Neu belebte Kunst- und Kulturszene (im Umkreis des Klosters Posa) – die ein Impulsgeber für den Zuzug weiterer Menschen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft sein sowie eine mögliche Kooperation für die Durchführung temporärer Veranstaltungen auf dem Gelände initiieren kann.
- ▶ Hohe Anzahl an Einpendlern und Industriearbeitsplätzen – Die Menschen kommen bereits an den Standort Zeitz und Arbeit ist vorhanden. Nun gilt es, insb. die Einpendler davon zu überzeugen, auch vor Ort leben zu können. Hierfür sind weiche Standortfaktoren, wie die Aufwertung eines identitätsstarken Standortes Alte Zetti-Fabrik von hoher Bedeutung.
- ▶ Strukturwandel = Fördermittel + politischer Fokus – Die Zeit ist günstig. Die Kombination aus politischem Fokus und der Verfügung von Fördermitteln im Zuge des Strukturwandels und Kohleausstiegs im Mitteldeutschen Revier kann der Entwicklung eines solchen Areals in die Karten spielen.
- ▶ Quartiersentwicklung / Kooperationen im Quartier – Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung hat einen Leitfaden erarbeitet, der auf Kooperationen bei der Quartiersentwicklung fokussiert. Das gesamte Quartier nördlich der Elster und des Bahnhofes Zeitz entwickelt sich derzeit. Viele Investoren, Entwickler und Interessierte sind unterwegs. Im Bahnhof wird das Strukturwandelbüro eingerichtet, das Ziza-Gelände entwickelt sich, die ehemalige Nudelfabrik wird durch die Kultur- und Kreativwirtschaft belebt, es werden Handwerkerhöfe konzeptioniert usw. Ziel muss es sein, ein gemeinsames Quartiersentwicklungskonzept zu erarbeiten, auch um zu erörtern welche Lücken mit der Entwicklung des Areal Altes Zetti-Werk in der Stadtentwicklung Zeitz gefüllt werden können.
- ▶ Lage (Bahnhofsnähe; Leipzignähe; Autobahnnähe) – Die Lage ist insb. für die erwähnten Spill-over-Effekte aus Leipzig von großem Vorteil
- ▶ Zustand erlaubt Zwischennutzungsmöglichkeiten – Ein Großteil der Gebäudesubstanz ist einem ausreichend guten Zustand, sodass zur ersten Belebung des Areals Zwischennutzungen aus dem Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft vorstellbar sind.
- ▶ Zetti nebenan (Schokolade als Marketingprodukt der Stadt und Ankernutzung für den Standort) – Die ursprünglich am Standort produzierten Knusperflocken sowie weitere (mind. in der Region und Ostdeutschland) bekannte

Schokoladenprodukte werden in unmittelbarer Nachbarschaft weiter produziert. Hier sollte eine strategische Zusammenarbeit bzgl. der Vermarktung aufgebaut werden.

- ▶ Standort mit Atmosphäre – Das Gelände erinnert an die Baumwollspinnerei in Leipzig. Der Standort hat durch seine Backsteinfassade und die Innenausrichtung eine allgemein mit Kunst, Kultur und Kreativität assoziierte Atmosphäre.
- ▶ Standort mit Stadt(marketing)geschichtl. Bedeutung – Die Themen Zucker und Schokolade sind bisher in Zeitz mindestens unterbesetzt, wenn nicht unbesetzt. Ziel ist eine Stärkung des Tourismus, des Stadtmarketings und des Imagefaktors. Schokolade und Zucker sind hierbei sehr dankbare Produkt, die sowohl mit der regionalen Identität, der Geschichte der Stadt, als auch mit dem Abbau und der Veredlung der Braunkohle verbunden werden kann (Schokoladebriketts). Schokolade ist ein vielseitig einsetzbares, beliebtes touristisches Produkt.
- ▶ Situation für Gewerbeansiedlungen – Die Stadt Zeitz verfügt in den bereits erschlossenen Gewerbegebieten über keine ausreichenden Reserven für großflächige Neuansiedlungen, eine Stagnation der wirtschaftlichen Entwicklung ist die Folge. Der Etagenbau der Zetti-Immobilie kann hier verschiedene Möglichkeiten der gewerblichen Nutzung bieten und somit die Ansiedlung neuer Unternehmen und die damit einhergehenden Fachkräftesicherung begünstigen.

Doch auch die Herausforderungen sind nicht zu unterschätzen:

- ▶ Eigentümerstruktur – Das gesamte Gelände des Alten Zetti-Werkes ist im Privatbesitz, sodass für die Stadtverwaltung kein direkter Zugriff auf Erhalt, Sanierung und Entwicklung besteht.
- ▶ Stadtverwaltungsinterna, Stadtrat – Wie der Stadtspitze und Stadtrat zur Entwicklung des Areals stehen, ist zum jetzigen Zeitpunkt unklar. Eine klare Aussage zur Bedeutung und forcierten Entwicklung des Geländes gibt es nicht.
- ▶ Kommunikation/Vereinbarung Eigentümer-(Betreiber)-Stadt – Die belastete Kommunikation zwischen Eigentümer und Stadtverwaltung sowie das mangelnde Vertrauen erschwert eine gemeinsame Entwicklung des Areals grundlegend.
- ▶ Menge und damit Konkurrenz an zu entwickelnden Standorten in Zeitz – Auf dem Stadtgebiet existiert eine Vielzahl an industriekulturell bedeutenden Standorten, wie bspw. Zekiwa (Kinderwagenproduktion), Zeitzer Drahtwerk, ZiZa (Kosmetikwerk), die von Leerstand und Verfall geprägt sind. So besteht einerseits eine Konkurrenz bzgl. der Sicherung und Entwicklung der Standorte sowie auch bezogen auf die zukünftigen Funktionen.
- ▶ Rechtsberatung der Stadt; Durchsetzung von Auflagen (Denkmalpflege, Bauaufsicht) – Die Stadt versucht derzeit, stadtbildprägende, identitätsbildende Gebäude zurückzukaufen und zu entwickeln. Viele dieser Standorte sind im Privatbesitz von Immobilienspekulanten, sodass eine Aufwertung der Standorte sich schwierig gestaltet. Neben dem Rückkauf, wäre eine weitere (jedoch eher langwierige) Möglichkeit, diese Standorte zurückzubekommen, denkmalpflegerische



und/oder bauaufsichtliche Auflagen konsequent durchzusetzen. Hierfür sind ein gemeinsames, stadtinternes Vorgehen sowie eine gute Rechtberatung grundlegend.

- ▶ Standortentwickler/Kümmerer + Nutzerakquise – Derzeit ist Standortentwickler, Eigentümer und Betreiber dieselbe Person. Einen ausschließlich für die Entwicklung und Nutzerakquise zuständigen Standortentwickler gibt es nicht.
- ▶ Standortgröße und -zustand – Die Größe des Standortes und sein teilweise mangelhafter Zustand erschweren die Entwicklung. Ein schrittweises Vorgehen ist daher wichtig.
- ▶ Langer Atem – Durchhalten und Dranbleiben ist das Motto. Es braucht einen langen Atem, um ein solch bedeutendes Areal denkmalgerecht und schrittweise zu entwickeln.

## D) Strategie

Denkbar ist am Standort für die Strategietypologie AtHomeOffice ein Modellstandort für eine „Kultur der Experimente“ (Dieter Läßle), für die Entwicklung eines Ortes, an dem neue Formen des gesellschaftlichen Gefüges und einem neuen Verhältnis von Wohnen und Arbeiten erprobt und qualifiziert werden kann. Vorstellbar ist also ein buntes Miteinander von Industrie (Leichtindustrie), Handwerk, Dienstleistungen, Handel, Kultur und Freizeit sowie Wohnen im Industriedenkmal.

Insgesamt wird vorgeschlagen, das Thema Schokolade als identitätsstarkes, touristisches Ankerthema für die Standortbelebung zu nutzen. So kann in industriekultureller Substanz gleichzeitig Geschichte vermittelt, produziert, in moderner Form gearbeitet und gelebt werden, ein touristischer und damit auch wirtschaftlicher Impuls für den Strukturwandel in Zeitz gegeben und eine positive Wirkung auch nach Innen für die Bürgerinnen und Bürger erreicht werden.

Hierzu wird ein schrittweises Vorgehen vorgeschlagen, welches als Grundlage eine Zielvereinbarung zwischen dem Eigentümer / Betreiber des Areals und der Stadtverwaltung sieht.

### Schritt 1 – Zielvereinbarung (2022)

Im Rahmen der Projektlaufzeit wurden erste Schritte unternommen, um eine Zielvereinbarung zwischen der Stadt Zeitz und dem Eigentümer Jörg-René Schmidt bzw. der LÜ-VEST GmbH herbeizuführen. Ziel ist hierbei eine schriftliche Vereinbarung sowie öffentlichkeitswirksame Bekanntgabe des gemeinsamen Vorgehens. Es wird empfohlen, den Prozess durch einen Mediator anleiten zu lassen. Zeitlich sollte die Zielvereinbarung im Jahr 2022 fertiggestellt werden.

Alternative Schritte wären:

- (1) Der Rückkauf des Areals durch die Stadt (Kaufpreis? Verkaufswille?)
- (2) Eine Public-Private-Partnership (PPP) – Anmietung/Verpachtung eines Teilbereiches an die Stadt, Herrichtung und Entwicklung durch die Stadt, Nutzung durch die Stadt oder Dritte
- (3) Umsetzung denkmalpflegerischer/baurechtlicher Auflagen durch die Stadt an den Eigentümer
- (4) Die Erstellung eines Quartierskonzept und damit die Entwicklung des gesamten Quartieres zur Strategie „AtHomeOffice“
- (5) Die Ausweisung eines Sanierungs-/Entwicklungsgebietes.

### **Schritt 2 – Konzeptionelle Phase und Zwischennutzungen zur Belebung (2022 – 2025)**

Nun wird es darauf ankommen, ausgehend von einer Zielvereinbarung, die ein gemeinsames Vorgehen zur Entwicklung beschreibt, die Entwicklungskonzeption zu konkretisieren. Neben einem auf Nutzungsmischung zielenden Entwicklungskonzept müssen Fördermittel zur schrittweisen Aktivierung des Standortes durch die Stadt in Kooperation mit dem Eigentümer und dem Land Sachsen-Anhalt beantragt werden. Eine erste niedrigschwellige Herstellung einzelner Standortbereiche für Mieter aus unterschiedlichen Nutzungsbereichen (Kunst, Kultur, Wohnen, Produktion, Büro, Co-Working, Gastronomie, Handel, Dienstleistungen) ist dabei erfahrungsgemäß sinnvoll und zielführend. Somit können auch temporäre Nutzungen (Ausstellungen, Veranstaltungen) in Kooperation mit dem Stadtmarketing und Vereinen der Stadt und der Region (Leipzig) organisiert werden.

Einzelne Bereiche, dessen Bausubstanz marode ist, sollten kurzfristig gesichert und bis zur Sanierung denkmalgerecht geschützt werden.

Zusätzlich sind eine Marktanalyse basierend auf dem Entwicklungskonzept sowie ein Umsetzungskonzept zu erstellen.

### **Schritt 3 – Standortentwicklung, Marketing, Nutzerakquise (ab 2025)**

Spätestens ab 2025 sollte ein eigens mit dieser Aufgabe betreuer Standortentwickler/-kümmerer bestellt werden, um die regionale/überregionale Vermarktung des Areals voranzutreiben, die Interessenten zu koordinieren, um Ankermieter/-nutzer zu suchen.

Von Vorteil kann eine Nutzung nach dem Selbstkostenprinzip sein und/oder eine mietfreie Nutzung für Gründer in der Anfangszeit. Auch der Einbezug des benachbarten Zetti-Werkes ist spätestens zu diesem Zeitpunkt erneut aufzugreifen.

Ziel sollte eine schrittweise Entwicklung mit regelmäßiger Zwischenevaluierung sein.

## E) Erkenntnisgewinn

Viele periphere, v.a. ostdeutsche Städte kämpfen seit der strukturellen Transformation in den 1990er Jahren mit dem Leerstand von Überbleibseln früherer Produktionsstandorte in Innenstadtnähe mit zumeist hoher Quadratmeterzahl. Nicht selten wurden diese Standorte von Immobilienspekulanten aus dem In- und Ausland aufgekauft und nicht entwickelt. Viele Standorte wurden so der Entwicklung der Stadtverwaltung entzogen und konnten nur schwer zurück in den Besitz der Kommune gebracht werden.

Am Zeitzer Standort wird nun auf eine Zielvereinbarung gesetzt, die eine gemeinsame Entwicklung des Standortes vorantreiben soll.

Vor dem Hintergrund der Strategietypologie AtHomeOffice wird eine Mischnutzung inkl. innenstadtverträglicher Produktion im Sinne einer urbanen Produktion konsequent vorangetrieben und durch die Stadt mit zukunftsgerichteten Rahmenbedingungen unteretzt, wie denkmalgerechte Sanierung, grüne Produktion, ausgewählte Materialnutzung, Gestaltungsvereinbarung.

Historische, industrielle Großstrukturen sind optimal geeignet für Quartiere der produktiven Stadt. Eine erfolgreiche Standortentwicklung für die produktive Stadt benötigt jedoch zunächst dafür erforderliche Rahmenbedingungen.

### 4.3.6 Modellstandort: Alte Spitzenfabrik Grimma

#### A) Fragestellung

Die Alte Spitzenfabrik in Grimma ist Standort eines Jugend- und Soziokulturellen Zentrums. Die Nutzung der Gebäude am Standort erfolgt schrittweise durch die Akteur\*innen vor Ort. Die Spitzenfabrik stellt dabei einen Möglichkeitsraum für die verschiedenen Projekte und Vorhaben der Akteur\*innen dar. Das Vorhaben fällt in die Strategietypologie „Pionierkosmos“. Die Fragestellung zum Modellstandort zielt in erster Linie auf Strukturen und Vorgehensweise zur weiteren Entwicklung des Standortes ab. Nutzungen müssen nicht gefunden werden, da diese bereits entwickelt bzw. im Rahmen des nachfolgenden Berichtes lediglich im Zusammenhang einer qualifizierenden Perspektive thematisiert wurden. Der Fokus lag dabei auf der Thematik Kommunikation. Die Akteur\*innen sind stark auf die Umsetzung ihrer Ideen fokussiert. Die Kommunikation mit Dritten insbesondere auch Entscheidungsträgern außerhalb des Milieus der Jugend- und Soziokultur erschien nach der Grundlagenermittlung die größte Herausforderung für die weitere Arbeit.

## B) Grundlagenermittlung

### Lage

Die Spitzenfabrik in Grimma ist eingetragenes Denkmal im Freistaat Sachsen. Zur Spitzenfabrik gehören verschiedene Gebäudeteile wie das Produktionsgebäude mit angebauter Werkhalle, Reste eines Schornsteins, ein Kesselhaus und ein Pförtner- und Kontorhaus. Laut Auszug aus der Denkmalliste handelt es sich bei dem Standort um ein Zeugnis der Industrieansiedlung in Grimma von technikhistorischer und ortsgeschichtlicher Bedeutung. Zur Spitzenfabrik gehören neben den Gebäuden ein großer Garten sowie eine große Freifläche, die nördlich an den Gebäudebestand angrenzen.

Die Anlage befindet sich in unmittelbarer Nähe der Mulde, in der Mulde, nordöstlich der Stadt Grimma gelegen. Sie stellt eine weithin sichtbare Landmarke dar. Fußläufig ist die Spitzenfabrik etwa 13 Minuten von der historischen Altstadt Grimmas entfernt. Die Anlage befindet sich direkt am Mulderadweg. Das Grundstück der Spitzenfabrik befindet sich im Überschwemmungsgebiet „Vereinigte Mulde“. Für das Areal wurde ein Bebauungsplan aufgestellt. Die Nutzung des Areals ist gemäß Bebauungsplan nur möglich, da es sich um ein Kulturdenkmal im Bestand handelt. Die Grenze des Überschwemmungsgebiets befindet sich unmittelbar östlich der Bebauung des Areals. Östlich grenzt eine Asphaltfläche an das Areal an, die im Bebauungsplan nicht vorgesehen ist sowie ein Sondergebiet „Wohnmobil“.

### Akteursstruktur

Die Akteursstruktur am Standort ist relativ komplex. In erster Linie sind zwei Organisationen am Standort tätig. Das ist zum einen der Förderverein für Jugendkultur und Zwischenmenschlichkeit (FJZ) und zum anderen die Between the Lines GmbH. Die Between the Lines GmbH ist als Gesellschaft Eigentümerin der Gebäude und des Areals. Sie erzeugt Einnahmen über Vermietung von Flächen auf dem Areal, durch ein Dienstleistungsangebot im Bereich der Soziokultur und einen Onlineshop für Bekleidung und ähnliches. Ebenso wird durch die Between the Lines GmbH das Containercafé auf dem Gelände betrieben. Gesellschafter\*innen der GmbH sind sowohl Privatpersonen als auch Organisationen aus dem Bereich der Jugend- und Soziokultur. Eine weitere wichtige Tätigkeit der Between the Lines GmbH ist die Vernetzung der soziokulturellen Organisationen in der Region. Dabei geht es nicht nur um die Vernetzung sondern auch darum, den Organisationen mit der GmbH eine professionelle Plattform für zukünftige Projekte zu bieten.

Der Förderverein für Jugendkultur und Zwischenmenschlichkeit ist Träger des Projektes „Dorf der Jugend“. Der Standort ist vor allem auch über das Projekt bekannt und wird oft einfach als Alte Spitzenfabrik bezeichnet. Der FJZ ist Mieter auf dem Areal und damit wichtiger Baustein für einen erfolgreichen Betrieb und die Nutzung der Gelände.

## **Nutzung – Status quo**

Die bereits am Standort etablierten Nutzungen wurden in drei Nutzungscluster eingeteilt:

### Tourismus

Der touristischen Nutzung wurden der Zeltplatz und das Container Café zugeordnet. Das Container Café befindet sich vor dem Areal der Spitzenfabrik direkt am Mulderadweg. Es werden dort unterschiedliche Speisen und Getränke angeboten. Das Angebot richtet sich sowohl an Passanten als auch Nutzer des Areals.

Der Zeltplatz ist auf der nördlich an den Garten angrenzenden Freifläche untergebracht. Die Nutzung des Zeltplatzes erfolgt in erster Linie bei größeren Veranstaltungen, wie beispielsweise dem jährlich stattfindenden Festival. Der Zeltplatz verfügt über keine infrastrukturellen Anlagen, diese werden in den Gebäuden zur Verfügung gestellt.

### Veranstaltungen

Es werden auf dem Gelände verschiedene Veranstaltungen abgehalten. Diese reichen von Seminaren bis hin zu größeren Musikkonzerten. Die Veranstaltungen können unterteilt werden in (1) selbst organisierte und durchgeführte Veranstaltungen sowie (2) Veranstaltungen Dritter, für die Flächen vermietet werden.

### Jugendarbeit

Zentraler Bestandteil am Standort ist die Jugendarbeit. Diese stellt sich über unterschiedliche Projekte dar, die vor Ort stattfinden. Dazu gehört beispielsweise die Fahrradwerkstatt, die Ausstellung Spurensuche, die durch Jugendliche erarbeitet wurde, eine Graffitiwand und die Skateanlage. Zur Skateanlage muss ergänzend gesagt werden, dass diese derzeit nicht nutzbar ist. Die Fläche wurde durch die Stadt Grimma ohne bauordnungsrechtliche Genehmigung hergestellt, so dass es kürzlich zu einer Nutzungsuntersagung kam.

## **Nutzung – Perspektive**

Gemeinsam mit den Akteur\*innen vor Ort wurden potenzielle Nutzungen bzw. die Qualifizierung bestehender Nutzungen diskutiert:

### Tourismus

Die Akteur\*innen streben an, den Bereich Tourismus weiter auszubauen. Das Potenzial ergibt sich dabei aus der unmittelbaren Lage am Mulderadweg. Das touristische Angebot soll deshalb in erster Linie für Fahrradfahrer erweitert werden. Zusätzlich zum bereits vorhandenen Angebot auf dem Zeltplatz und mit dem Containercafé soll ein Bed&Bike-Angebot geschaffen werden, bzw. die Möglichkeit der Zimmervermietung etabliert werden. Darüber hinaus wäre es durchaus denkbar, den an das Areal angrenzenden Wohnmobil-Stellplatz an das Areal anzubinden. Derzeit erfolgt zum Betrieb des Stellplatzes eine turnusmäßige Ausschreibung. Der Stellplatz verfügt über keine sanitären Anlagen, so dass diese teilweise in der Spitzenfabrik mitgenutzt werden. Derzeit entstehen dadurch für den Betreiber der Spitzenfabrik Kosten, ohne diese gegenüber Dritten geltend machen zu können.

## Jugendarbeit

Die schwierige baurechtliche Situation um den Skateplatz hat die Akteur\*innen dazu bewogen, ein Skate-Angebot auf dem Areal der Spitzenfabrik zu konzipieren. In diesem Zusammenhang wird angestrebt, die ehemalige Produktionshalle zu einer Skatefläche umzunutzen. Vor diesem Hintergrund und den durchaus aufwendigen baulichen Maßnahmen, die mit einer Nachnutzung der Halle verbunden sind, kam die Idee auf, zum Olympiastützpunkt im Bereich Skaten zu werden und das Angebot entsprechend auf- und auszubauen.

## Regionalplan Westsachsen – Stand 2020

Für die oben genannten Nutzungsperspektiven wurden unterschiedliche Analysen durchgeführt. Unter anderem wurden auch die vorliegenden informellen Planungsinstrumente entsprechend der angedachten Standortergänzungen befragt.

Im aktuellen Regionalplan Westsachsen wird unter der Thematik „Regional-, Siedlungs- und Wirtschaftsentwicklung empfohlen, bedeutsame technische Denkmale als touristische Anziehungspunkte und als prägende Elemente der Kulturlandschaft zu erhalten. Die Stadt Grimma ist mit ihrem Schwerpunkt im Städtetourismus explizit genannt. Es wird angestrebt, die kulturhistorisch wertvollen Stadtkerne um weitere hochwertige kulturelle Angebote zu ergänzen und so zu stärken.

Unter dem Aspekt der Daseinsvorsorge wird eine stärkere Vernetzung der kulturellen Einrichtung innerhalb der Kulturräume als Ziel definiert. Explizit sind damit auch sozio-kulturelle Einrichtungen gemeint, deren Vernetzung auch in die benachbarten Kulturräume hineinreichen soll.

## INSEK Grimma

Gemäß des Internetauftrittes der Stadt Grimma wird derzeit das Integrierte Stadtentwicklungskonzept (INSEK) überarbeitet. Auf Grund der schwierigen Kommunikation mit der Stadt Grimma konnte deswegen nur auf die online zur Verfügung stehenden Ausschnitte des INSEKs zurückgegriffen werden. Zwei Punkte fielen im Zusammenhang mit dem Standort Spitzenfabrik auf.

Grundsätzlich bekennt sich die Stadt Grimma zu ihrem baulichen Erbe und zur abwechslungsreichen Siedlungsgeschichte und ist sich ihrer Verantwortung bewusst.

Ein weiterer Aspekt ist die Thematik Radtourismus. Es wird angegeben, dass der Radtourismus weiter an Bedeutung gewinnt. Vor diesem Hintergrund wird eine bauliche Ertüchtigung der bestehenden Radwege angestrebt. Grimma möchte sich als attraktive Fahrradstadt profilieren.

### **C) Bewertung**

Grundsätzlich ist festzustellen, dass die vom Betreiber der Spitzenfabrik formulierten Nutzungsperspektiven im Einklang mit den bekannten strategischen Planungszielen liegen. Darüber hinaus kann festgestellt werden, dass die schon vorhandenen Angebote ganz im Sinne grundlegender Ziele im Zusammenhang mit dem Strukturwandel stehen.

Jugendarbeit steht immer für Empowerment und politische Bildung. Dies wird in der Alten Spitzenfabrik in besonderer Weise gelebt. Das Projekt ist in erster Linie selbst organisiert durch die Jugendlichen. Verantwortung zu übernehmen und zu gestalten, sind dadurch grundsätzliche Voraussetzungen. Diese Fähigkeiten sind für die anstehenden Aufgaben des Strukturwandels elementar und von großem Wert.

Positiver „Nebeneffekt“ ist, dass mit der Arbeit vor Ort ein wertvolles Industriedenkmal erhalten wird. Der Erhalt erfolgt in einem Überschwemmungsgebiet, das sich für klassische Investoren im Allgemeinen als risikobehafteter Standort darstellt.

#### **Potenzialanalyse Mulderadweg**

Für den Mulderadweg und das mit der Route in Verbindung stehende Potenzial für touristische Angebote am Standort wurde eine Analyse durchgeführt. Es wurde seitens der Experten angegeben, dass der Mulderadweg weiter qualifiziert werden soll. Er gehört nicht zu den ADFC-zertifizierten Topradwegen und weist einige Defizite auf, die es zu beheben gilt. Das Containercafé ist bereits in den einschlägigen Portalen zum Fahrradtourismus vertreten und bekannt. Angesichts der in der Analyse ermittelten Infrastrukturlücken scheint die Erweiterung des touristischen Angebots für Fahrradtouristen am Standort Spitzenfabrik erfolgsversprechend.

#### **Potenzialanalyse Olympiastützpunkt**

Bei der 2021 durchgeführten Sommerolympiade in Tokio war die Disziplin Skateboarding das erste Mal olympische Sportart. Die Nominierung der Sportart für Olympia hat zwangsweise einen gewissen Grad an Professionalisierung mit sich gebracht. Daraus resultieren auch Anforderungen an die Trainingsbedingungen für die Sportler bzw. die Förderung der Nachwuchssportler. Das Alter der Olympiasiegerin spiegelt mit 13 Jahren gut die Zielgruppe der Sportart wieder und damit auch die Relevanz für ein Projekt, das sich der Jugendarbeit verschrieben hat.

Die Olympiastützpunkte Sachsens sind über eine Dachorganisation, die als Verein aufgestellt ist, miteinander verbunden und organisiert. Einen Olympiastützpunkt Skaten gibt es bisher nicht. Die vorhandenen Stützpunkte sind als Regionalstützpunkte ausgewiesen und werden über den Deutschen Olympischen Sportbund gefördert. Die Anforderungen an Olympiastützpunkte sind hoch und beinhalten neben der Möglichkeit die Sportart auszuüben weitere Angebote von trainingsbegleitenden Maßnahmen bis hin zur Unterstützung bei der beruflichen Laufbahn. Die Bereitstellung aller für einen Olympiastützpunkt erforderlichen Angebote ist mit einem enormen Aufwand sowohl hinsichtlich der Investitionen aber auch des Betriebs verbunden.

Der räumlich nächste Standort ist der Regionalstützpunkt Mitteldeutschland in Leipzig. Es gibt vier weitere Stützpunkte, die in größerer Entfernung liegen.

## D) Strategie

Für eine erfolgreiche Weiterentwicklung des Standortes erscheint es in erster Linie erforderlich, die Struktur intern und die Kommunikation mit extern zu qualifizieren.

### **Struktur intern – Kommunikation allgemein**

Nach Aussage der Betreiber vor Ort sind Veränderungen in der Struktur geplant. Zum einen soll die Between the Lines GmbH zu einer gGmbH werden. Zum anderen soll an der Außendarstellung gearbeitet werden. Derzeit ist der Standort vor allem als „Dorf der Jugend“ bekannt. Der Name ist griffig und stellt gut die Ziele am Standort dar. Es scheint eine starke Identifikation mit dem Namen zu geben. Faktisch ist das Alte Spitzenfabrik aber nur ein Projekt des Fördervereins für Jugend und Zwischenmenschlichkeit, der wiederum Mieter der Between the Lines GmbH ist. Es wird empfohlen, in der Außendarstellung deutlich und klar strukturiert aufzutreten. Dabei sind Angebote wie Onlineshops der Between the Lines GmbH in der Außendarstellung für den Standort nur bedingt wichtig, da sie im Grunde genommen ortsunabhängig sind. Wichtig ist in der Außendarstellung und Kommunikation nach außen zentrale Ansprechpartner\*innen zu benennen, welche die Interessen gebündelt gegenüber Dritten vertreten können. Die Kommunikation nach außen kann dabei durchaus – wie auch andere Aufgaben – in einer Arbeitsgruppe geleistet werden. Die Arbeitsgruppe hält enge Kontakte zu allen Akteur\*innen, die für die täglich anfallenden Fragestellungen relevant sind. Dazu gehören in erster Linie die Stadtverwaltung Grimmas mit dem Oberbürgermeister und den verschiedenen Fachämtern. Weiterhin sollten die Verwaltungseinheiten auf Landkreisebene, wie die Denkmalschutzbehörde, das Jugendamt, das Bauaufsichtsamt und weitere einbezogen werden. Die Abstimmungen erfolgen turnusmäßig.

### **Arbeitsgruppen für konkrete Themen**

Für die konkreten Nutzungsperspektiven werden ebenfalls Arbeitsgruppen gebildet.

#### AG Tourismus

Die AG Tourismus hat die Qualifizierung der touristischen Nutzungen am Standort zur Aufgabe. Es werden Angebote entwickelt und – soweit ohne Unterstützung möglich – etabliert. Auch hier wird ein Schwerpunkt auf die Kommunikation nach außen gelegt. Die allgemeinen Ansprechpartner werden in den Prozess einbezogen. Darüber hinaus wird die Wirtschaftsförderung auf städtischer und Landkreisebene einbezogen. Ebenso werden der ADFC sowie die verschiedenen Tourismus-Marketing-Einrichtungen am Prozess beteiligt.

Die Angebotsentwicklung sollte eine schrittweise Vorgehensweise zum Ziel haben. Ein wichtiger Baustein ist mit dem Angebot des Containercafés sowie der Fahrradwerkstatt bereits vorhanden. Im ersten Schritt sollten diese Angebote erweitert und qualifiziert



werden. Im nächsten Schritt sollten weitere Angebote ergänzt werden. Dabei ist denkbar, zunächst investiv niedrigschwellige Angebote umzusetzen, wie die Nutzung des Zeltplatzes ergänzt um Mindeststandards, wie sanitäre Anlagen. Dieses Angebot kann relativ kurzfristig dauerhaft hergestellt werden. Darauf aufbauend ist eine Erweiterung um Bed- & -Bike-Angebote denkbar. Dieses Angebot ist mit baulichen Maßnahmen verbunden und stellt planerisch und investiv eine größere Herausforderung dar.

#### AG Skate

Die AG Skate entwickelt das Angebot rund um das Thema Skaten. Es wurden bereits erste Ideen für die Nachnutzung der Halle als Skatepark formuliert. Durch eine Spendenkampagne wurde Geld für einen möglichen Bauantrag gesammelt.

In einem ersten Schritt sollte allerdings ein klares Konzept für die Angebote vor Ort erarbeitet werden. Es ist durchaus denkbar, das Ziel Olympiastützpunkt zu werden, in diesem Konzept zu verankern. Dafür sollte aber eine Strategie entwickelt werden, die eine schrittweise Annäherung ermöglicht und auch ohne das Ziel erreichen zu müssen, Qualitäten am Standort schafft. Hintergrund sind die hohen Anforderungen an Olympiastützpunkte. Die zu erbringenden Angebote wie Übernachtungen, dauerhafte Beschäftigung von Organisatoren und Trainern, Angebote im Bereich schulischer und beruflicher Bildung, etc. sind umfangreich und mit hohen investiven und strukturellem Aufwand verbunden. Es ist durchaus denkbar, dass am Standort klausurähnliche Strukturen geschaffen werden und alle erforderlichen Funktionen dargestellt werden. Zu Beginn sollte aber versucht werden, die Angebote in Kooperation mit den bereits tätigen Akteuren zu schaffen. Dazu gehören in erster Linie der DRIV (Deutscher Rollsport und Inlineverband) e.V., der Regionalstützpunkt Skate Heizhaus Leipzig, der Olympiastützpunkt Sachsen e. V.. Im Netzwerk mit diesen Akteur\*innen können weitere Partner gesucht werden, um einen von Beginn an ganzheitlichen Ansatz zu verfolgen.

#### Nächste Schritte

- ▶ Klärung interne Struktur und Gründung AG Kommunikation
- ▶ Verstetigung und Professionalisierung der Kommunikation mit Entscheidungsträgern
- ▶ Strategie Tourismusangebot entwickeln
- ▶ Strategie Skate entwickeln

#### E) Erkenntnisgewinn

Graswurzelpunkte leben vom Engagement der Beteiligten. Sie entstehen aus der Überzeugung heraus, dass wichtige gesellschaftliche Entwicklungen nicht ausreichend durch die öffentliche Hand gefördert werden. Mit geringen Mitteln sind die Akteur\*innen der Graswurzelpunkte in der Lage, Veränderungen herbeizuführen und maßgebliche Effekte im Sinne ihrer Ziele zu erzeugen.

Die Lebenswelten der öffentlichen Hand und der Graswurzelprojekte sind oft grundlegend anders. Daraus resultiert Misstrauen und fehlende Unterstützung. Im Sinne des Strukturwandels werden aber oft mit Graswurzelprojekten nachhaltige Effekte erzeugt, auch weil die Motivation durch die Sache gegeben ist und nicht durch in Aussicht gestellte Fördermittel.

Für eine erfolgreiche Standortentwicklung ist aus diesen Gründen die Kommunikationsebene maßgeblich. Diese muss stetig und professionell funktionieren und durch klare Absprachen und Vereinbarungen Sicherheit für alle Beteiligten schaffen.

### 4.3.7 Ergänzende Maßnahmen und Aufgaben

#### **Kritischer Pfad der Standortentwicklung**

Die vier hier betrachteten Modellstandorte zur Industriekultur sind Fallstudien für die Zukunft. Sie zeigen auf, in welche Richtung sich Industriekultur in Mitteldeutschland zukünftig entwickeln kann. Jenseits von herkömmlichen Nutzungsansätzen bei überwiegend öffentlich finanzierten Betreibungen ging es zunächst darum, strategische Ziele zu entwickeln.

Die strategische Zielstellung, und das zeigt sich bereits in den ersten Überlegungen zur Standortentwicklung, helfen die Erhaltungs- und Nutzungsbemühungen mit erweiterten Zielen der Stadt- und Regionalentwicklung zu verknüpfen. Auf dieser Weise stehen die Revitalisierungsbemühungen nicht nur im Kontext von touristischen Nutzungen (bspw. „Fabrik wird Museum“ oder „Tagebau wird Badese“). Stattdessen wird eine Nutzungsstrategie möglich, die konkrete Standortpotenziale vor Ort mit raumübergreifenden Entwicklungszielen verbindet. So können auch selbsttragende wirtschaftliche Nutzungen im Bereich von Dienstleistungen oder des produktiven Gewerbes (bspw. aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft) erreicht werden.

Die Standorte stehen im räumlichen Kontext mit der Metropolregion insgesamt und bilden im Zuge erfolgreicher Standortentwicklungen ein den gesamten Raum verbindendes Netzwerk. Im Sinne einer mittelfristigen Perspektive für die Industriekultur in Mitteldeutschland kann man also festhalten, dass die Modellstandorte wesentliche Bausteine darstellen. Sie ermöglichen, dass Industriekultur im gesamten Raum der Metropolregion keine „leere Worthölse“ bleibt, sondern sich aus ganz konkreten, tatsächlich erlebbaren Orten zusammensetzt.

Um diese Perspektive tatsächlich schrittweise auszubauen, ist es erforderlich, dass die im Rahmen dieser Studie angedachten Modellvorhaben vor Ort weiterbetreut, ausgebaut und durch zahlreiche sich daran anschließende Modellvorhaben in Sachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt ergänzt werden.

## Aufgaben und Zuständigkeiten

Wesentlich für eine Fortsetzung des begonnenen Modellstandort-Verfahrens zur Industriekultur in Mitteldeutschland ist nun die Ableitung von Erfolgsfaktoren aus der bisherigen Arbeit. Ein umfassendes Netzwerk von innovativen Industriekulturprojekten „zum Anfassen“ im gesamten Wirkungsraum der Metropolregion benötigt methodische Orientierungshilfen. Hier kann das Ergebnis der vorliegenden Studie helfen. Geklärt werden muss, welche Rahmenbedingungen und strategischen Grundüberlegungen als „Leitlinie“ für neue Industriekulturprojekte hilfreich sein können. Aus den hier dokumentierten Erfahrungen der vier Modellvorhaben in Helbra, Zeitz, Schmölln und Grimma lassen sich zunächst die folgenden Erfolgsfaktoren ableiten:

- ▶ **Strategietypologien helfen bei Übertragbarkeit:** Die vorab aufgestellten vier Strategietypologien zur Industriekultur in Mitteldeutschland sind hilfreiche Orientierungen. Da sie gemeinschaftlich von den drei beteiligten Ländern entwickelt wurden, bilden sie eine gute Grundlage, um auch in Zukunft mit neuen Modellvorhaben gemeinsame Ziele zu verfolgen.
- ▶ **Vom Strategischen zum Konkreten:** Auch die Entwicklung nicht mehr betriebsnotwendiger Altindustriebauten erfolgt nach bewährten Methoden der Projektentwicklung. Zwingend erforderlich ist es, zunächst alle baulichen, planerischen, wirtschaftlichen und auch politischen Rahmenbedingungen zu erfassen und kritisch zu bewerten. Erst dann sollte die eigentliche Leitidee zur Zukunft des Standortes definiert und gemeinsam bei hoher Verbindlichkeit vereinbart werden. Und schließlich wird danach der Fahrplan zur Umsetzung entwickelt.
- ▶ **Jeder ist anders, keiner ist gleich:** Altindustriestandorte sind „Individualisten.“ Die Rahmenbedingungen mögen sich auf den ersten Blick von Fall zu Fall ähneln. Tatsächlich sind alle Standorte aber anders. Es ist also erforderlich, die konkreten Rahmenbedingungen vor Ort zu verstehen und die damit verbunden spezifischen Herausforderungen einzuschätzen. Eine allgemeine Übertragbarkeit von Erfahrungen oder gar ein grundsätzlich gültiger Handlungsleitfaden sind ausgeschlossen. Auf Grundlage der Strategietypologien und allgemeinen Fragestellungen muss demzufolge eine standortspezifische Vorgehensweise gewährleistet werden.
- ▶ **Lasst die Profis ran:** Ein mitteldeutsches Netzwerk an innovativen Industriekulturstandorten auf der Grundlage der beschriebenen Strategietypologien erfordert viel planerische, politische und damit auch organisatorische Kraft. Ohne eine dauerhafte, externe, fachlich qualifizierte Begleitung eines schlanken Expertenteams, die im gesamten Raum der Metropolregion für ausgewählte Revitalisierungsprojekte zu Altindustrieanlagen zuständig ist, wird es kaum zum erwünschten Netzwerk der Industriekultur in Mitteldeutschland kommen. Die externe Projektbetreuung der konkreten Vorhaben vor Ort ist ein zentrales Thema für eine Zukunft der „Industriekultur“ in Mitteldeutschland – den Gesamtraum adressierende Strukturen dafür müssen professionell sein und verstetigt werden.

## 4.4 Bewahren und Erforschen

### 4.4.1 Einleitung – Aufgabenstellung

In Mitteldeutschland existiert eine reiche und zugleich heterogene Landschaft zur Bewahrung und Erforschung der Industriekultur mit hochengagierten Akteuren. Neben den institutionalisierten Akteuren, wie den Wirtschaftsarchiven, Hochschulen, den jeweiligen Landesämtern für Denkmalpflege und den Museen, beschäftigen sich zahlreiche – teils informelle – Gemeinschaften mit dem Schutz und der Dokumentation des industriekulturellen Erbes. Erkennbar ist eine aktive Beteiligung der Bevölkerung (auch Hobby-Forscher\*innen) an wissenschaftsnaher Forschung zur Industriekultur. Diese unterschiedlichen Akteur\*innen gilt es im Rahmen des Projektes strategisch zu strukturieren, mit geeigneten Instrumenten effizient zu vernetzen sowie gleichzeitig die regionalen Wirtschaftsarchive zu stärken und deren Vernetzung mit den anderen Akteur\*innen auszubauen.

Dabei wurden zwei Aufgabenbereiche unterschieden. Der erste Bereich hatte eine Konzeption zur Neustrukturierung der Wirtschaftsarchive zur Aufgabe. Der Mitteldeutsche Wirtschaftsraum ist auf Grundlage seiner Historie klar gefasst. Auf administrativer Ebene ist er jedoch in drei jeweils zuständige Bundesländer geteilt. In Sachsen wird bereits ein regionales Wirtschaftsarchiv betrieben. In Thüringen ist kein Wirtschaftsarchiv auf Landesebene tätig, in Sachsen-Anhalt ist kein Wirtschaftsarchiv vorhanden.

Der zweite Aufgabenbereich beinhaltet die Entwicklung einer möglichen Struktur für die Organisation der zahlreichen Bürgerwissenschaftler\*innen in Mitteldeutschland. Das Wissen um die Wirtschaftsgeschichte Mitteldeutschlands findet sich nicht nur in den Archiven und Museen, sondern insbesondere auch bei den zahlreichen Bürgerwissenschaftler\*innen, die nicht nur wichtige Zeitzeugen sind, sondern auch über private Sammlungen verfügen.

Für beide Aufgabenbereiche wurden jeweils zwei Werkstätten durchgeführt. Mit ausgewählten Expert\*innen wurden in einem ersten Schritt mögliche Strukturen und Inhalte diskutiert. Im zweiten Schritt wurde dann seitens des Auftragnehmers eine Struktur vorgeschlagen und diese abgestimmt. Nachfolgend sind die Ergebnisse dieses Prozesses dokumentiert.

Als externe Experten nahmen Vertreter der Wirtschaftsarchive (Dr. Ulrich Soénus für das Rheinisch-Westfälische Wirtschaftsarchiv, die IHK Köln sowie die Vereinigung deutscher Wirtschaftsarchivare), die Geschäftsführerinnen des Sächsischen Wirtschaftsarchivs (Veronique Tölpel) und des Thüringer Wirtschaftsarchivs (Tamara Hawich) und ein Vertreter der IHK Halle-Dessau (Thies Schröder) an den Werkstätten teil.

Vertiefende Informationen sind im Anhang zusammengestellt.

## 4.4.2 Konzeption zur Neustrukturierung der Wirtschaftsarchive

### Vorschlag

Nach dem Vorbild bestehender regionaler Wirtschaftsarchive wird für die drei Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen die Gründung eines gemeinsamen Wirtschaftsarchivs vorgeschlagen.

### Begründung

Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen sind ein industrielles Zentrum in der Mitte Europas. Dieses sich aktuell entwickelnde Selbstverständnis hat seine Wurzeln in der historisch gewachsenen Gewerbe- und Industrieregion: dem mitteldeutschen Wirtschaftsraum. Gewerbe und Industrie haben die Identität der Bewohner\*innen, ihre Kultur und Einstellungen geprägt, was auch an der breiten Industrieakzeptanz in der Bevölkerung deutlich wird. Die eigene Wirtschafts- und Industriegeschichte ist identitätsstiftend und ein wichtiger Bestandteil des Wirtschafts- und Standortmarketings. Der Blick zurück, das Wissen über die Vergangenheit dient der Verortung im Heute und schafft Selbstvertrauen für die Gestaltung der Zukunft. Ohne historisches Bewusstsein fehlt die kulturelle Verbindung der Bewohner\*innen, der Unternehmer und Investoren zur Region – fehlt eine Basis für Transformation und Weiterentwicklung der Wirtschaftsregion Mitteldeutschland. Dass die Sicherung, Bewahrung und Vermittlung der Industriekultur und -geschichte in den letzten Jahren in allen drei Ländern zum kulturpolitischen Handlungsfeld erhoben worden ist, macht den Stellenwert und Handlungsbedarf in diesem Feld deutlich.

Die politische Zersplitterung der Region in der Vergangenheit hat den Blick darauf verstellt, dass die drei mitteldeutschen Länder – nicht erst seit dem Industriezeitalter – einem historisch gewachsenen Wirtschaftsraum angehören. Dieser Wirtschaftsraum war und ist gekennzeichnet durch starke innerregionale Austauschbeziehungen von Waren, Informationen und Menschen, einer engen wirtschaftlichen Verflechtung sowie einer ähnlichen Wirtschaftsstruktur. Auch weltweit wurde und wird die Region als ein Wirtschaftsraum wahrgenommen, räumlich sowie einst durch die Leipziger Messen, die zugleich auch für die gesamte Region das Schaufenster in die Welt waren. Im späten 19. und im 20. Jahrhundert war die Braunkohle ein konstituierender Faktor des mitteldeutschen Wirtschaftsraumes. Die im engeren mitteldeutschen Wirtschaftsraum – heute in etwa das Gebiet der Metropolregion Mitteldeutschland – geförderte und verarbeitete Braunkohle war in ganz Mitteldeutschland Energiegrundlage für Haushalte und Wirtschaft sowie darüber hinaus im engeren Gebiet um Leipzig–Halle–Dessau Grundlage für die Konzentration strukturbestimmender energieintensiver Großunternehmen der Großchemie und Energiewirtschaft.

Geschichte und Bedeutung des mitteldeutschen Wirtschaftsraumes verlangen nach einem starken Wirtschaftsarchiv, das dem Anspruch und der Wahrnehmung dieser bundesland-übergreifenden Industrieregion gerecht wird. Derzeit fehlt eine Struktur starker Institutionen und Kooperationen als Basis für die Wissensbewahrung und -vermittlung. Einst bestehende Strukturen sind durch die Zäsuren der jüngeren Geschichte zerstört oder beschädigt worden. Die Brüche des 20. Jahrhunderts wirken bis in Gegenwart. Nicht

nur wirtschaftlich, auch kulturell befindet sich der einst führende mitteldeutsche Wirtschaftsraum in einem Aufholprozess. Archivlandschaft und Überlieferungstraditionen wurden genauso gebrochen, wie eine Unternehmerkultur, die eine kulturelle Verantwortung für ihren Wirtschaftsraum übernimmt. Dass Unternehmertum, Wirtschaft und Technik im öffentlichen Diskurs heute teilweise diskreditiert sind und im Bildungskanon der Schüler\*innen, Lehrlinge und Studierende allenfalls eine Nebenrolle spielen, rührt im Kern auch daher, dass in den drei Ländern Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen Wissen aus der Sphäre der Wirtschaft und Industriekultur kaum systematisch und kontinuierlich gesichert, erschlossen und vermittelt wird.

Die Nutzung der Braunkohle im mitteldeutschen Revier hat in den letzten rund 200 Jahren für eine Verdichtung dieses Wirtschaftsraumes gesorgt. Es war das Energiezentrum der drei mitteldeutschen Länder. Mit dem Bedeutungsrückgang der Braunkohle als bestimmenden Energieträger entwickelt sich der Wirtschaftsraum weiter. Die energieverbrauchenden Großindustrien treten wieder zurück hinter eine vielfältige Struktur kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU), die bereits die erste Phase der Industrialisierung dieser Region geprägt hatte. Ein mitteldeutsches Wirtschaftsarchiv muss daher über das mitteldeutsche Braunkohlerevier hinaus die drei Bundesländer in Gänze im Blick haben. Mit diesem Vorschlag wird daher bewusst der von der Innovationsregion Mitteldeutschland gesetzte Rahmen verlassen und die Schaffung eines gemeinsamen Wirtschaftsarchivs für die drei Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen vorgeschlagen.

### **Gute Beispiele**

Die in anderen Regionen erfolgreich aufgebauten und betriebenen regionalen Wirtschaftsarchive (in Baden-Württemberg, Bayern, Berlin-Brandenburg, Hamburg, Hessen und Nordrhein-Westfalen) sind ein Vorbild für den mitteldeutschen Raum. Die Erfahrungen der regionalen Wirtschaftsarchive in anderen Bundesländern, aber auch der über 200 Unternehmensarchive können genutzt werden. Der Fachverband der deutschen Wirtschaftsarchivare, die Vereinigung deutscher Wirtschaftsarchivare steht beratend zur Seite.

### **Ziele und Aufgaben eines Mitteldeutschen Wirtschaftsarchivs**

Das Mitteldeutsche Wirtschaftsarchiv:

- ▶ ist das kulturelle Gedächtnis und Wissensspeicher der mitteldeutschen Wirtschaft. Als Teil der kulturellen Überlieferung unserer Gesellschaft werden Wissen und Geschichte der Wirtschaft gesichert. Die Wirtschaft gestaltet das kulturelle Gedächtnis unserer Gesellschaft mit. Wissen über Unternehmertum, wirtschaftliches Handeln, Stärken, Einfluss auf unsere Kultur wird hier bewahrt, erschlossen, erforscht und vermittelt. Durch das Bereitstellen dieses Wissens ist das Archiv Wissensspeicher für Gesellschaft, Wissenschaft, Bildung, Medien und Wirtschaft.
- ▶ sichert und erschließt Archivalien der Wirtschaft aus den drei mitteldeutschen Ländern und macht sie nutzbar.



- ▶ ist eine Serviceeinrichtung für die Wirtschaft. Es berät und betreut Unternehmen beim Aufbau und Erhalt unternehmenseigener Archive sowie in allen Fragen zur Unternehmensgeschichte. Es berät Kammern und Verbände der gewerblichen Wirtschaft in historischen Fragen.
- ▶ forscht zur Kammer-, Verbands- sowie zur Unternehmens- und Unternehmergeschichte.
- ▶ vernetzt Wissenschaft und Wirtschaft, kooperiert mit regionalen und überregionalen Forschungseinrichtungen sowie mit anderen Sammlungen und Dokumentationseinrichtungen.
- ▶ ist eine Schnittstelle im Netzwerk von Bürgerwissenschaftler\*innen und ehrenamtlichen Aktivitäten im Bereich der Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte der Region.
- ▶ übernimmt Archivalien von Vereinen und Privatpersonen, die eine überregionale Bedeutung haben.

### **Mitteldeutsches Wirtschaftsarchiv: drei Länder – ein Wirtschaftsarchiv**

Inzwischen ist in allen drei mitteldeutschen Ländern die Beschäftigung mit Industriekultur als kulturpolitisches Ziel der Landesregierungen verankert worden. Dies ist eine Basis, um auf politischer Ebene neben anderen Kooperationen auch die Schaffung eines gemeinsamen Wirtschaftsarchivs voranzubringen.

Für die Schaffung eines Drei-Länder-Archivs sprechen folgende Gründe:

- ▶ Die bestehende und enger werdende Zusammenarbeit der drei mitteldeutschen Länder sowie der historisch gewachsene gemeinsame Wirtschaftsraum mit seiner gemeinsamen Wirtschaftsgeschichte legen eine enge Kooperation im Bereich der Wirtschaftsarchive nahe.
- ▶ Die zur Verfügung stehenden Ressourcen und deren verantwortungsvoller Einsatz, die bereits bestehenden Strukturen und der Handlungsbedarf sprechen für eine Verstetigung und Weiterentwicklung der bestehenden Struktur.
- ▶ Den Nukleus für ein Mitteldeutsches Wirtschaftsarchiv kann das 1992 wiedergegründete Sächsische Wirtschaftsarchiv bilden. Das Thüringer Wirtschaftsarchiv für Nord- und Mittelthüringen kann zum Standort für ganz Thüringen weiterentwickelt werden. Beide Archive sind eingebunden in nationale und regionale Archivnetzwerke, die Fachverbände sowie die Wissenschaftslandschaft ihrer Region. Das Sächsische Wirtschaftsarchiv und das Thüringer Wirtschaftsarchiv für Nord- und Mittelthüringen kooperieren bereits auf fachlicher Ebene, eine Kooperationsvereinbarung zwischen beiden Archiven ist in Vorbereitung. Eine Stiftungsgründung ist in der Satzung des Sächsischen Wirtschaftsarchivs bereits verankert.
- ▶ Bereits bestehende Kooperationen – zum Beispiel im Universitätsverbund Halle-Leipzig-Jena – können durch ein gemeinsames Wirtschaftsarchiv genutzt und gestärkt werden.

Ein gemeinsames Wirtschaftsarchiv für drei Länder ermöglicht das Nutzen gemeinsamer Ressourcen:

- ▶ eine gemeinsame Datenbank (Archivgut) und ein gemeinsamer Katalog (Bibliothek)
- ▶ gemeinsame Standards und Arbeitsorganisation bei den archivischen Kernaufgaben (z.B. Verzeichnung, Bestandserhaltung)
- ▶ gemeinsame Beschaffung (Einkauf)
- ▶ gemeinsame Verwaltung, Buchhaltung und Personalverwaltung
- ▶ gemeinsame Gremien
- ▶ Übernehmen von Schlüsselaufgaben (z.B. Archivberatung, Forschung, Digitalisierung, Projektplanung)

### Rechtsform

Für ein Mitteldeutsches Wirtschaftsarchiv wird ein Stiftungsmodell mit Beteiligung der öffentlichen Hand empfohlen.

Im Rahmen der Fachwerkstätten wurden die drei folgenden Organisationsmodelle regionaler Wirtschaftsarchive vor dem Hintergrund der Situation in Mitteldeutschland diskutiert und bewertet: Stiftung mit öffentlicher Beteiligung (Stiftung Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg), Stiftung ohne öffentliche Beteiligung (Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv) oder Verein (Hessisches Wirtschaftsarchiv).

### Stiftung Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg

<b>Rechtsform:</b>	Stiftung des privaten Rechts
<b>Finanzierung:</b>	Zuwendungen Dritter
<b>Träger:</b>	Land Baden-Württemberg, IHKn des Landes Baden-Württemberg
<b>Bewertung:</b>	Stiftung lt. Satzung auf Dauerhaftigkeit angelegt hohe Beteiligung der öffentlichen Hand schafft Sicherheit für Privatwirtschaft

### Tabelle 7: Rechtsform - Stiftung des privaten Rechts



### Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv

<b>Rechtsform:</b>	Stiftung bürgerlichen Rechts
<b>Finanzierung:</b>	Zuwendungen Dritter
<b>Träger:</b>	hauptsächlich die IHKn des Rheinlandes.
<b>Bewertung:</b>	Modell ist abhängig von einer starken und traditionsbewussten Wirtschaft

### Tabelle 8: Rechtsform - Stiftung bürgerlichen Rechts

### Hessisches Wirtschaftsarchiv

<b>Rechtsform:</b>	Trägerverein Hessisches Wirtschaftsarchiv e.V.
<b>Finanzierung:</b>	Zuschüsse der IHKn Land Hessen stellt kostenfrei Büroräume und ein Magazin zur Verfügung.
<b>Träger:</b>	die hessischen IHKn, die Handwerkskammer Rhein-Main
<b>Bewertung:</b>	Zuschüsse der IHKn werden jedes Jahr neu verhandelt Einigkeit der Kammern erforderlich Dauerhaftigkeit nicht wie bei Stiftung fest verankert Bei Austritt eines wichtigen Mitgliedes ist Existenz gefährdet. Verein grundsätzlich schwieriger zu steuern.

### Tabelle 9: Rechtsform - Trägerverein

Der mit den Expert\*innen diskutierte Vergleich dieser drei Rechtsformen brachte für die Region Mitteldeutschland ein einstimmiges Votum für das Modell einer Stiftung mit öffentlicher Beteiligung wie es die Stiftung Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg ist. Für ein solches Modell sprechen folgende Gründe:

- ▶ Für eine Stiftung sprechen die Dauerhaftigkeit, eine gewisse Budgetsicherheit und eine bessere Planbarkeit.
- ▶ Für eine stärkere Beteiligung der öffentlichen Hand bei einem mitteldeutschen Wirtschaftsarchiv sprechen die heutige Wirtschaftsstruktur mit einem hohen KMU-Anteil und fehlenden Unternehmenszentralen in der Region, die fehlende Leistungsfähigkeit und der fehlende Wille der Unternehmen zum alleinigen Betrieb eines Wirtschaftsarchivs, der historisch gewachsene hohe Anteil des Staates und der Kommunen in der Wirtschaft.
- ▶ Das hohe öffentliche Interesse an der professionellen Beschäftigung mit Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte in der Region, das seinen Ausdruck dem kulturpolitischen Ziel der Landesregierungen findet, Aktivitäten zur Bewahrung, Erforschung und Vermittlung der Industriekultur zu verstärken.

## Finanzierung

An der Finanzierung sollten sich öffentliche Hand und Wirtschaft gleichermaßen beteiligen. Ein Engagement des Staates wäre Voraussetzung für ein Engagement der Wirtschaft.

- ▶ Von der öffentlichen Hand sollte 1/3 des Etats getragen werden. In die staatliche Unterstützung für Museen und die Beschäftigung mit Industriekultur sollten auch Archive aufgenommen werden, leisten sie doch die für weiterführende Aktivitäten erforderliche Grundlagenarbeit. Im öffentlichen Interesse sind die Leistungen eines regionalen Wirtschaftsarchivs: Förderung von Wissenschaft, Bildung und öffentlich-rechtlichen Medien (z.B. Schulbuchverlage) sowie die Politikberatung im Strukturwandel.
- ▶ Die Industrie- und Handelskammern sowie die Handwerkskammern übernehmen 1/3 des Etats und nehmen dafür kostenlose Dienstleistungen in Anspruch. Diese sind: Archivierung, Organisation von Informationen, Herstellen von Rechtssicherheit, Digitalisierung von Wissen, historische Öffentlichkeitsarbeit.
- ▶ Einnahmen können erzielt werden durch Dienstleistungen für Unternehmen, Nutzungs- und Veröffentlichungsentgelte (Medien, Schulbuchverlage). Diese Einnahmen sichern das noch fehlenden 1/3 für den Betrieb des Archivs.
- ▶ Der Förderverein bzw. die Fördervereine in jedem der drei Länder akquirieren Archivalien und Unternehmen als Kund\*innen des Archivs sowie Spenden und Fördermittel für die Durchführung von Projekten des Archivs.

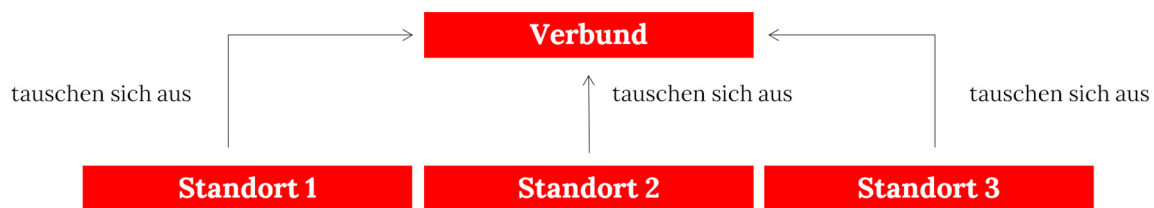
## Organisation und Verortung

Vorgeschlagen wird die gemeinsame Gründung eines gemeinsamen Wirtschaftsarchivs mit einem Hauptstandort und zwei Nebenstandorten. Dieses Modell berücksichtigt nutzbare Synergien und die Beseitigung möglicher Hemmnisse. Die Darstellung des Modells wird unter Punkt (4) dargestellt.

Im Rahmen der Fachwerkstätten wurden vier Modelle diskutiert und bewertet:

**(1) drei Länder – lockerer Verbund**

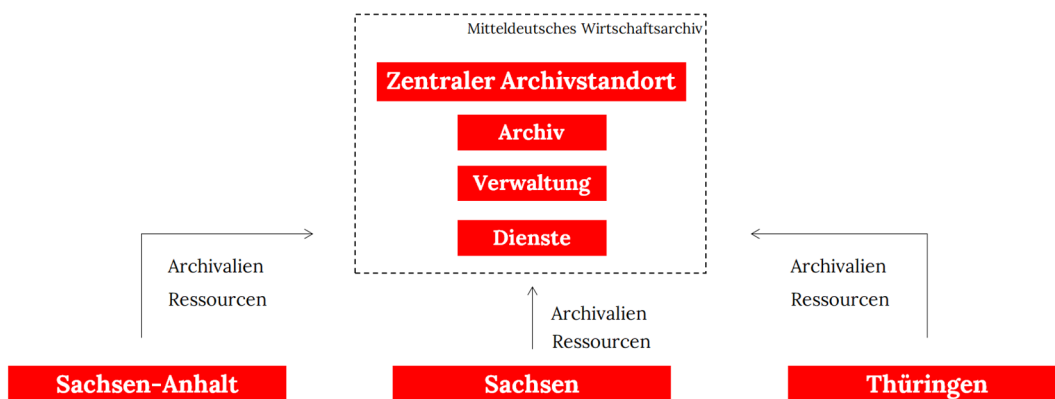
- ▶ keine wesentliche Verbesserung des prekären Ist-Zustandes
- ▶ Verbund ist eine zu schwache Klammer
- ▶ hohes Maß an Freiwilligkeit führt zu keiner Stärkung der Struktur und qualitativen Verbesserung der Arbeit
- ▶ keine Synergien



**Abbildung 14: Modell 1: drei Standorte - lockerer Verbund**

**(2) drei Länder – ein Standort**

- ▶ Durch maximal mögliche Konzentration entstünden Synergien und Kostensparnisse bei Gebäuden und Personal.
- ▶ Ein Standort ist in den drei Ländern und der regionalen Wirtschaft schwer durchzusetzen (s. jüngstes Scheitern einer gemeinsamen Stiftung für Burgen und Schlösser für Sachsen-Anhalt und Thüringen).
- ▶ Das vorhandene Misstrauen gegenüber Zentralismus, Angst vor Verlust von Identität und Informationen (Archivalien) kann zum Scheitern des Vorhabens führen.
- ▶ hoher Kommunikationsaufwand, logistischer Aufwand (u.a. Abgabe von Akten in ein anderes Land)
- ▶ Bruch mit einem Archivgrundsatz: Archivalien einer Region bleiben in der Region



**Abbildung 15: Drei Länder – ein Standort**

### (3) drei Länder – drei Standorte

- ▶ (symbolische) paritätische Aufgabenteilung
- ▶ geringe Synergien
- ▶ kaum Kostenersparnisse durch ähnliche Ausstattung aller Standorte mit fast allen Funktionsbereichen eines Wirtschaftsarchivs

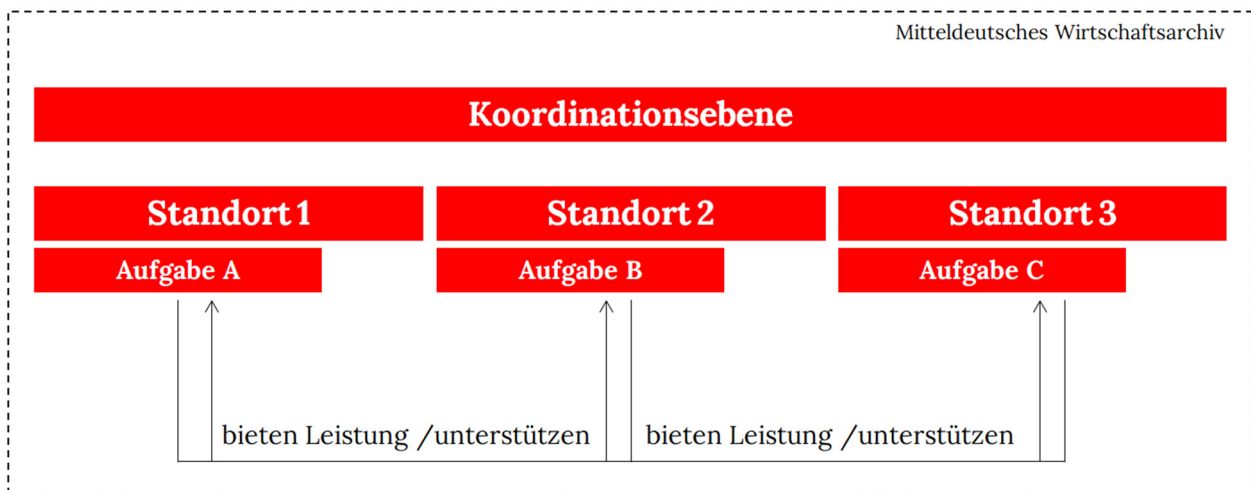
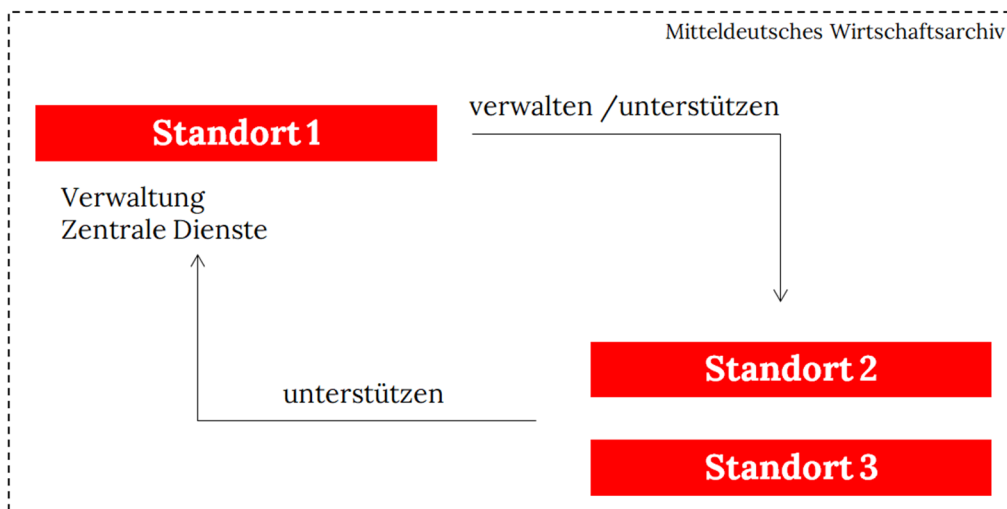


Abbildung 16: Drei Länder – drei Standorte

### (4) drei Länder – ein Hauptstandort, zwei Nebenstandorte

- ▶ Synergien und Kostenersparnisse bei Gebäuden und Personal
- ▶ kurze Wege zwischen Wirtschaft (abgebende Stelle) und Archivstandort/Magazin (annehmende Stelle)
- ▶ regionale Eigenständigkeit bleibt erhalten (Bestandsbildung, Magazinverwaltung, Vorortforschung)
- ▶ größeres Vertrauen der Partner in ein solches Modell (Regionalprinzip statt „Akttenklau“).
- ▶ Ziele des Strukturwandels und der Region können erreicht werden durch Stärkung und Schaffung leistungsfähiger Strukturen, Kooperation in der Region Mitteldeutschland

Am Hauptstandort befinden sich die zentralen Abteilungen sowie ein Magazin, an den Nebenstandorten Magazine für das Archivgut der jeweiligen Region. Die Aufbewahrung der Archivalien sollte grundsätzlich nach dem Prinzip „Archivalien bleiben in der Region ihrer Entstehung“ erfolgen.



**Abbildung 17: Drei Länder - ein Hauptstandort, zwei Nebenstandorte**

Für den Bau und Betrieb von Magazinstandorten ist aus archivfachlicher Sicht und Wirtschaftlichkeitserwägungen ein möglichst hoher Grad an Konzentration anzustreben. Jeder Nebenstandort erhöht die Bau- und Betriebskosten, die Kosten für Sicherheit und den Personalaufwand.

Aus logistischen Gründen sowie aus Gründen der Erreichbarkeit für Forscher und andere Nutzer sollten die Standorte in Großstädten gewählt werden, möglichst mit ICE-Bahnhof und einer Nähe zu Forschungseinrichtungen.

### Struktur

Zur Erfüllung seiner Aufgaben und zur Unterstützung seiner Arbeit wird folgende Struktur vorgeschlagen:

- ▶ Kuratorium repräsentiert das Wirtschaftsarchiv in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik
- ▶ Vorstand vertritt die Stiftung nach Außen
- ▶ Ein Förderverein bzw. drei Fördervereine unterstützen Projekte, Veranstaltungen, bei der Akquise von Archivgut und Spenden.
- ▶ Fachbeirat begleitet mit Expert\*innen aus allen für die Aufgabenerfüllung relevanten Fachgebieten (Informations- und Wissensmanagement, Digitales, KI, Vermittlung, Forschung, Bürgerwissenschaften)

## Vernetzung

Das Archiv ist regional und überregional mit Erbe bewahrenden und wissenschaftlichen Einrichtungen, der Wirtschaft sowie den Fachverbänden vernetzt.

- ▶ Wirtschaft
- ▶ Universitäten
- ▶ Museen
- ▶ Forschungseinrichtungen
- ▶ Sammlungen und Dokumentationsstätten
- ▶ Vereine
- ▶ Bürgerwissenschaftler\*innen
- ▶ Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V. und Vereinigung deutscher Wirtschaftsarchivare e.V.

## Nächste Schritte

- ▶ Vorstellung des Vorschlages und Abstimmung Unterstützungsmöglichkeiten (Vorstand Sächsisches Wirtschaftsarchiv, IHKn)
- ▶ Kontaktaufnahme zu den Landesregierungen.

Wie bereits beschrieben, ist nur in Sachsen ein landesweit tätiges professionelles Wirtschaftsarchiv gegeben. Das Sächsische Wirtschaftsarchiv kann damit eine Vorbildfunktion und Vorreiterrolle einnehmen. Es wird deswegen empfohlen, gemeinsam mit dem Sächsischen Wirtschaftsarchiv in intensive Abstimmungsgespräche zu gehen und die nächsten Schritte gemeinsam vorzubereiten.

### 4.4.3 Dokumentations-, Vermittlungs- und Sammlungskonzept mit bürgerwissenschaftlichen Ansätzen

#### **Vorschlag**

Zur Umsetzung der gemeinsamen Aufgaben soll eine Koordinierungsstelle eingerichtet werden, die in erster Linie die Vernetzung der Akteur\*innen (Laien und Experten) herstellt und Voraussetzungen für die Professionalisierung der Arbeit schafft (Vermittlungs- und Sammlungskonzept, Verbundprojekte) sowie die Vernetzung zu anderen Handlungsfeldern und Akteur\*innen (z.B. Tourismus) übernimmt. Zur möglichst breiten Einbindung der Bürgerinnen und Bürger und deren Vernetzung mit Experten sollen bürgerwissenschaftliche Projekte initiiert und durchgeführt werden,

#### **Begründung**

Das Feld der Erbebewahrung und -vermittlung ist unübersichtlich, nicht im gewünschten Maße vernetzt und unterschiedlich stark professionalisiert. Eine grundsätzliche Verständigung über eine länderübergreifende Vernetzung der in diesem Feld Handelnden und deren Leistungsfähigkeit ist erst noch herzustellen. Dies gilt auch für die Durchführung von bürgerwissenschaftlichen Projekten.

Ausbaufähig ist die Zusammenarbeit mit Fachleuten aus dem Bereich Sammeln, Vermitteln und Erforschen. Ein Dokumentations- und Vermittlungskonzept ist für das mitteldeutsche Revier noch zu entwickeln.

Die vielen von Laien angelegten Privatsammlungen mit vertrauten Relikten der eigenen (untergegangenen) Arbeitswelt suggerieren eine Relevanz dieser Sammlungen, die erst auf Grundlage eines Sammlungs- und Vermittlungskonzepts eingeschätzt und bewertet werden kann. Vorrangiges Ziel ist es daher, die Arbeit zu professionalisieren, hierbei mit Experten – insbesondere aus dem Bereich der Museen – zusammenzuarbeiten und deren Methoden zu implementieren.

Bürgerwissenschaftliche Projekte stärken die Bürgergesellschaft und den gesellschaftlichen Zusammenhalt, sie kanalisieren und konzentrieren Wissen, fassen Ergebnisse zahlreicher zumeist unsichtbarer Einzelaktivitäten zusammen, unterstützen die Erschließungsarbeit in den Museen und Sammlungen und stärken institutionelle Partner, wie ein regionales Wirtschaftsarchiv oder Museen (u.a. als Vereinsmitglieder).

#### **Akteur\*innen und Expert\*innen**

Verschiedene Schlüsselakteure nehmen bereits eine vernetzende Funktion in ihrer Region und halten den Kontakt zu Vereinen und Privatsammlungen in ihrem Umfeld.

- ▶ FERROPOLIS Stiftung Industriekultur gGmbH (Thies Schröder)
- ▶ Kulturstiftung Hohenmölsen (Ulrike Kalteich)
- ▶ Förderverein zum Aufbau des Dokumentationszentrums IndustrieKulturlandschaft Mitteldeutschland (DokMitt) e.V. (Maik Netzband)

- ▶ Kuhstall e.V. (Peter Krümmel)
- ▶ Brikettfabrik Hermannschacht (Sebastian Nicolai)
- ▶ Museumsverband Sachsen-Anhalt e.V. (Danny Könnicke, Geschäftsführer)

Auch wenn die oben genannten Akteur\*innen bereits in der Region vernetzt sind und Kontakte zu einzelnen Bürgerwissenschaftler\*innen bestehen, gibt es keinen Überblick mitteldeutscher Akteur\*innen und Projekte im Bereich der Bürgerwissenschaft.

Neben diesen Expert\*innen wurden zu den Werkstätten eingeladen: Vertreter\*innen der Museumsverbände der drei mitteldeutschen Bundesländer, Expert\*innen mit Erfahrungswissen aus Best-Practice-Projekten sowie der Sammlungsdigitalisierung.

Eingebunden in die Abstimmungsgespräche waren:

ThULB Jena (Dr. Andreas Christoph, Leiter Abteilung Digitales Kultur- und Sammlungsmanagement), Berliner Zentrum für Industriekultur (Antje Boshold), Dr. Susanne Baudisch (Historikerin).

Die genannten Expert\*innen haben in den Werkstätten auf verschiedene Rahmenbedingungen aufmerksam gemacht, die zu berücksichtigen sind:

- ▶ Akteur\*innen im Bereich Bürgerwissenschaft haben selten einen direkten Bezug zum Bergbau, sondern häufig einen anderen beruflichen Hintergrund (Pfarrer, Lehrer, ...).
- ▶ Bürgerwissenschaftliche Projekte erfordern den Aufbau von Vertrauen, Konstanz und Ausdauer sowie Wertschätzung (Augenhöhe und Zeit).
- ▶ Oft sind kleine Schritte erforderlich.
- ▶ Bürgerwissenschaftler\*innen besitzen grundsätzliches Vertrauen in die Expertise von Wissenschaft und Wissensinstitutionen (v.a. wenn diese verlässliche Angebote machen)
- ▶ Die Bindungskraft des Lokalen ist zu berücksichtigen. Lokale Initiativen kooperieren eher mit einem lokalen Partner\*innen (z.B. Museum) als mit Partner\*innen außerhalb der Region.
- ▶ Vereine und Zeitzeugen sterben aus. Es gibt daher keinen Pool für Zeitzeugen (mehr).
- ▶ Sammlungen von Vereinen sind häufig Privatsammlungen, die sich in Privaträumen befinden. Museen und Archive haben auf diese Sammlungen keinen Zugriff. Überalterung gefährdet den Fortbestand vieler Sammlungen.

## Ziele und Aufgaben

Die Koordinierungsstelle Sammlungen:

- ▶ macht die Akteur\*innen sichtbar, vernetzt und berät
- ▶ übernimmt informierend und beratend eine „Kümmererfunktion“ für Vereine
- ▶ vernetzt Expert\*innen und Laien



- ▶ entwickelt geeignete Austausch- und Arbeitsformate für die gemeinsamen Aufgaben (s.u.)
- ▶ initiiert und koordiniert Verbundprojekte
- ▶ übernimmt die Öffentlichkeitsarbeit für das Netzwerk und die gemeinsamen Aktivitäten

### **Struktur**

Grundsätzlich muss zunächst eine Struktur aufgebaut werden. Dies kann über das Schaffen einer Koordinierungsstelle und Anbindung an einen starken Partner\*in mit Netzwerk und fachlicher Expertise erfolgen. Hierfür bietet sich der Museumsverband Sachsen-Anhalt e.V. an, der eine solche Koordinierungsstelle für Sachsen-Anhalt aufbauen will. Man könnte hier eine zusätzliche Stelle und ggf. weitere Projektstellen anbinden und so die Vernetzung zu den anderen Ländern herzustellen.

Die Koordinierungsstelle bindet Fachleute ein und stellt Partnerschaften her, z.B. zwischen Museen und (Privat)Sammlungen.

### **Aufgaben und Umsetzung**

#### *Vernetzung und Sichtbarmachung*

Das Identifizieren, Sichtbarmachen und Vernetzen relevanter Akteur\*innen, die sich mit den hier gestellten Aufgaben befassen, umfasst

- ▶ Sichtbarmachen und Vernetzen
- ▶ Informations- und Arbeitsplattform
- ▶ Öffentlichkeitsarbeit

#### Umsetzung:

- ▶ Aufbau Webseite aller Akteur\*innen (vgl. Webseite Industriekultur in Sachsen) in Verbindung mit einem zu schaffenden Digitalportal (s.u.)
- ▶ Durchführung einer Auftaktkonferenz

#### *Vermittlungsziele erarbeiten*

Die Festlegung gemeinsamer Vermittlungsziele für die gesamte Region unter Einbindung aller Akteure ist maßgeblich und beinhaltet

- ▶ „Industriekulturerzählung“ für das mitteldeutsche Revier als Klammer für alle Aktivitäten
- ▶ Vermittlungsziele beziehen sich auch auf Ziele der Gesamtstrategie für das mitteldeutsche Revier und berücksichtigen die drei Ebenen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft

- ▶ Vermittlungsziele für einzelne Orte beziehen sich auf das übergeordnete Vermittlungsziel für die gesamte Region
- ▶ Beschreibung einer sinnstiftenden Klammer für Bürgerwissenschaftler\*innen

#### Umsetzung:

- ▶ Austausch- und Arbeitsformat entwickeln und durchführen, um Vermittlungsziele zu erarbeiten und abzustimmen (Koordinierungsstelle)
- ▶ Einbinden von Expert\*innen aus Wissenschaft, Museen und Sammlungen sowie der Bürgergesellschaft (Koordinierungsstelle)

#### *Sammlungskonzept(e) erarbeiten*

Die Erarbeitung eines Sammlungskonzepts als Leitfaden für alle zentralen und lokalen Sammlungen umfasst

- ▶ Sammlungskonzept für die gesamte Region
- ▶ Sammlungskonzept für einzelne Sammlungen
- ▶ Vernetzung, Erhaltung, Inventarisierung, Konzentration und Schwerpunktbildung, Entsammlen
- ▶ Sichern und Erhalt
- ▶ Identifizierung von Objekten zur Vermittlung der übergeordneten „Industriekulturerzählung“

#### Umsetzung:

- ▶ unter Federführung von Museologen und Archivaren erarbeiten (Arbeitsgruppe durch Koordinierungsstelle gründen)
- ▶ Einbinden von Experten aus Wissenschaft, Museen und Sammlungen sowie der Bürgergesellschaft (Koordinierungsstelle/Arbeitsgruppe)

#### *Vermittlungskonzept(e) erarbeiten*

Die Erarbeitung eines Vermittlungskonzepts auf Grundlage der gemeinsamen Vermittlungsziele und des Sammlungskonzepts beinhaltet

- ▶ Vermittlungskonzept für die gesamte Region
- ▶ Vermittlungskonzepte für einzelne Standorte
- ▶ Grundlage für Ausstellungen und andere museale Vermittlungsangebote, für Angebote des außerschulischen Lernens, touristische Angebote

#### Umsetzung:

- ▶ unter maßgeblicher Federführung von Museologen (Arbeitsgruppe durch Koordinierungsstelle gründen)

- ▶ Einbinden von Experten aus Tourismus und Marketing, Pädagogen, Wissenschaft, Museen und Sammlungen sowie der Bürgergesellschaft (Koordinierungsstelle/Arbeitsgruppe)

### *Sammlungen beraten*

Durch Experten erfolgt die Bewertung, Erschließung und der Erhalt von Sammlungen. Experten sind:

- ▶ Museen der Region beraten private Sammlungen und übernehmen Sammlungsgut in ihre Obhut
- ▶ Mitteldeutsches Wirtschaftsarchiv berät und übernimmt bei Bedarf Archivalien und in Ausnahmefällen Sammlungsgut

### Umsetzung:

- ▶ unter maßgeblicher Federführung von Museologen und Archivaren (Arbeitsgruppe durch Koordinierungsstelle gründen)
- ▶ Erschließungsprojekt (z.B. in Partnerschaft mit HTWK Leipzig, Studiengang Museologie)

### *Digitales Portal*

Mit einem digitalen Portal soll ein zeitgemäßes und zukunftsfähiges digitales Werkzeug und Informationsportal für alle Aktivitäten im Bereich Dokumentation, Sammeln, Vermitteln geschaffen werden. Die digitale Plattform sollte nicht statisch, sondern auf Erweiterung angelegt sein. Die Digitalisierung ist nur Mittel zum Zweck. Nur wenn die eingestellten Themen und Objekte nach wissenschaftlichen Maßstäben aufgenommen werden, können sie ihre Qualität und Wirkung entfalten.

- ▶ Sichtbarmachen Ziele und Akteure
- ▶ Strukturierung und Verfügbarmachen von Wissen für alle
- ▶ Vernetzung und Zusammenarbeit von Sammlungen, Bürgerwissenschaft, Forschung und Vermittlung (Informationsanreicherung, Auswertung, Bereitstellung, Verlinkung)
- ▶ Erschließung, Kontextualisierung und Erforschung von Museumsbeständen und Sammlungen
- ▶ dauerhafte Speicherung und Nutzung der Daten ermöglicht Erschließung und Nutzung über die Erfahrungszeit hinaus

### Umsetzung:

- ▶ Durchführung als Pilotprojekt im Rahmen der Strukturwandelprojekte
- ▶ Integration in Landesdigitalisierungsprogramme
- ▶ Vernetzung mit EUROPEANA

- ▶ Partner: ThULB Jena (Projektgruppe Herr Dr. Christoph), Museumsverband Sachsen-Anhalt e.V. (Projekt Digitalisierung Frau Dr. Böhm), HTWK Leipzig, Fachbereich Medien (Frau Dogunke, ggf. auch Prorektor Forschung Herr Prof. Krabbes einbeziehen)

### *Einbindung von Bürgerwissenschaftler\*innen*

Die Einbindung von Bürgerwissenschaftler\*innen sowie von Vereinen ist eine zentrale Aufgabe in diesem Handlungsfeld. Struktur und Akteurslandschaft wurden analysiert, verschiedene Ansätze der Beteiligung von Bürgerwissenschaftlern untersucht und mit Akteuren aus der Region in einer Werkstatt abgeglichen und diskutiert.

Die Beispiele zeigen das Potenzial derartiger Projekte für die Einbindung und Aktivierung von Bürgerwissenschaftler\*innen.

### *Vorschlag Einbindung von Bürgerwissenschaftler\*innen*

Für die Einbindung ist die Erarbeitung einer Strategie mit Partnern in der Region erforderlich. Folgende Punkte sind dafür relevant.

- ▶ Bildung einer Arbeitsgruppe mit Vertretern der Museumsverbände, Museen und Archive der Region, des Sächsischen Landeskuratorium Ländlicher Raum e.V., den Projekten Digitale Wissensbasis, EUROPEANA

### Aktivierung potenzieller Bürgerwissenschaftler\*innen in der Region

- ▶ Durch Kooperation mit bereits bestehenden Projekten könnten kurzfristig erste Projekte initiiert und durchgeführt werden, um Bürgerwissenschaftler zu aktivieren und einzubinden.
- ▶ Kooperation mit EUROPEANA / Sachsen at Work unter Einbindung regionaler Akteure: Universitäten, Schulen, Museen, Dachvereine (Landesheimatbund Sachsen-Anhalt und Landesverband Sächsischer Heimatschutz)
- ▶ Suche nach Schnittstellen für Zusammenarbeit auf dem Gebiet der aktuellen Erfassung von Sachzeugen\*innen des Braunkohlebergbaus im mitteldeutschen Revier durch die Landesämter für Denkmalpflege in Sachsen und Sachsen-Anhalt

Entwicklung weiterer Projekte zur Einbindung von Bürgerwissenschaftler\*innen durch Archive, Museen und Sammlungen

- ▶ Hierzu sind Vorarbeiten der Archive, Museen und Sammlungen erforderlich.

Nutzen der gemeinsamen digitalen Plattform (s.o.) als Werkzeug und Austauschplattform

### *Nächste Schritte*

Die Gründung der Koordinierungsstelle ist das zentrale Element in der weiteren Entwicklung und muss vorbereitet werden. Für die Gründung sind die nachfolgenden Arbeitsschritte entscheidend.

- ▶ Kontaktaufnahme zu Museumsverband Sachsen-Anhalt e.V.
- ▶ Abstimmung Struktur und Synergien
- ▶ umsetzbare Trägerstrukturen abstimmen
- ▶ Finanzierung sicherstellen

### **Beispiel - Digitale Wissensbasis**

Quellen und Materialien zu einem Thema oder zur Geschichte eines Ortes werden virtuell zusammengeführt, erschlossen und der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt. Bürgerwissenschaftler\*innen werden eingebunden und tauschen sich über einen Wissensblog aus. Mit dem Kreismuseum Borna wurde ein Projekt mit Bezug zum Braunkohlenbergbau umgesetzt.

Voraussetzungen:

- ▶ Verständigung über ein gemeinsam zu bearbeitendes Thema
- ▶ Netzwerk ernsthaft arbeitender Bürgerwissenschaftler\*innen
- ▶ Beständigkeit
- ▶ fachliche Koordination und fachliche Partner (Archiv oder Museum vor Ort)
- ▶ wünschenswert: Institution, die Projekt einbindet und mitbetreut (Museum vor Ort, wissenschaftliche Einrichtungen auf Landesebene, z.B. SLUB, Deutsche Fotothek)

Ressourcen:

- ▶ digitale Plattform (Freeware)
- ▶ Koordinator
- ▶ Ressourcen der Partnerinstitutionen

Stärken:

- ▶ regionale und thematische Konzentration
- ▶ für lokale Vereinsarbeit geeignet
- ▶ Langfristigkeit

Schwächen:

- ▶ Aktivierung
- ▶ möglicherweise schwierige Vernetzung zu ähnlichen Projekten

Link: <https://histsax.hypotheses.org/>

### **Beispiel - Sammlungs-Wiki Zeiss-Archiv Jena**

Bürgerwissenschaftler\*innen unterstützen die Inventarisierung und Beschreibung der umfangreichen Produktsammlung des Zeiss-Archivs. Die digitale Erfassung und Beschreibung auf Grundlage im Archiv vorliegender Informationen erfolgt durch das Archiv. Die darauf aufbauende vertiefende Informations- und Wissensanreicherung übernehmen weltweit aktive Privatsammler und Bürgerwissenschaftler\*innen. Das Archiv erhält kostenlos Fachwissen und Kontext für sein Produktarchiv.

Voraussetzungen:

- ▶ Sammlung muss fachlich erschlossen und digital verfügbar sein
- ▶ aktive Sammlerszene

Ressourcen:

- ▶ digitale Plattform (Wikibasis)
- ▶ Kommunikation, Koordinierung und Datenkontrolle durch Archiv

Stärken:

- ▶ Tiefenerschließung durch Dritte
- ▶ Archiv bindet Privatpersonen an das Unternehmen und seine Marke
- ▶ Langfristigkeit

Schwächen:

- ▶ nur bedingt nutzbar

Link: <https://www.zeiss.de/corporate/ueber-zeiss/geschichte/archiv.html?vaURL=www.zeiss.de/archiv>

### Beispiel - Sachsen at Work

Das Projekt baut auf weitergefassten Vorgängerprojekten der EUROPEANA auf. Es wurde unter dem Dach der EUROPEANA auf das Thema Industriekultur zugeschnitten. Das partizipative Projekt wendet sich an Erwachsene mit Arbeitsbiographien und geschichtsinteressierte Laien und Schüler. Mit dem Projekt werden Arbeitsbiographien gewürdigt und das Interesse an der Beschäftigung mit Industriekulturgeschichte geweckt. Erinnerungstücke, Geschichten aus dem Arbeitsleben und der Industriekulturgeschichte werden digital zugänglich gemacht und in das europäische Zeitzeugenportal EUROPEANA eingebunden.

Das Projekt beinhaltet die folgenden Elemente:

- ▶ Digitale Plattform zum Sammeln, Veröffentlichen und Erschließen (Kontextualisieren und Transkribieren)
- ▶ Aktionstage zum Sammeln und Digitalisieren von privaten Quellen
- ▶ Generationsübergreifende Transkriptionswettbewerbe (online und vor Ort)
- ▶ Abschlussveranstaltung mit Prämierung der Transkriptionschampions.

Voraussetzungen:

- ▶ eigene digitale Plattform (EUROPEANA, DDB)
- ▶ professionelle Grundstruktur zur Abwicklung
- ▶ Partner zur Durchführung der Veranstaltungen (i.d.R. Kultur- und Wissensinstitutionen)
- ▶ Vorabauswahl der zu bearbeitenden Archivalien und Bildquellen

Ressourcen:

- ▶ digitale Plattform mit entsprechenden Werkzeugen
- ▶ Finanzierung: z.T. Förderung durch Deutsche Digitale Bibliothek

Stärken:

- ▶ Einbinden verschiedener Alters- und Bevölkerungsgruppen
- ▶ Sichtbarmachen und Wertschätzung einer Gemeinschaft Gleichgesinnter
- ▶ hohes Maß an Aktivierung möglich
- ▶ große öffentliche Wirkung
- ▶ europaweite Vernetzung

Schwächen:

- ▶ hoher Organisationsaufwand

Link: <https://europeana.transcribathon.eu/runs/sachsen-at-work/>

#### 4.4.4 Institutionalisation industriegeschichtlicher Forschung

In den Blick genommen werden sollte auch die Forschung an den Hochschulen der Region. Aufgrund der Prinzipien der Hochschulautonomie und der Freiheit der Wissenschaft ist eine Mitwirkung und Einbindung in erster Linie von den Wissenschaftler\*innen und Hochschulen selbst abhängig. Hier können daher nur wünschenswerte Empfehlungen abgegeben werden. Außerdem ist das Feld der in Frage kommender Forschungsfelder sehr breit. Industriegeschichtliche Forschung umfasst Forschungen zur Wirtschaftsgeschichte, Unternehmensgeschichte, Technikgeschichte, außerdem berührt sie die Kulturgeschichte und Sozialgeschichte.

##### **Ausgangssituation und mögliche Kooperationspartner\*innen**

In den drei mitteldeutschen Ländern sind Wirtschafts- und Landesgeschichte an den Universitäten Leipzig, Jena, Halle sowie an der TU Dresden vertreten, außerdem existiert an der Bergakademie Freiberg der einzige Lehrstuhl für Industriearchäologie in Deutschland. In die Lehre eingebunden ist das Thema Industriekultur in der Museologenausbildung an der HTWK Leipzig.

Am Institut für Sächsische Landesgeschichte entstehen immer wieder wissenschaftliche Arbeiten zur Wirtschaftsgeschichte Sachsens. Am Institut für Landesgeschichte Sachsen-Anhalt (i. Grdg.) soll die Stelle Zeitgeschichte auch die regionale Wirtschaftsgeschichte abdecken.

An der Universität Halle wird als Strukturwandelprojekt wurde das Instituts für Strukturwandel und Nachhaltigkeit gegründet. Forschungsstellen zu Spezialthemen, z.B. Genossenschaftswesen, sind an dieser Universität ebenfalls beheimatet.

In Halle angesiedelt ist das Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH). Das Institut untersucht seit seiner Gründung 1992 die Transformationsprozesse in Ostdeutschland.

##### **Vorschlag**

Wirtschafts- und Sozialgeschichte sowie die Landesgeschichte an den Universitäten widmen sich verstärkt Themen der Industriekultur im mitteldeutschen Raum.

Die Beschäftigung und Auseinandersetzung mit Industriekultur und Geschichte, den regional spezifischen Themenfeldern und ihrer Interpretation wird intensiviert.

In den Bereichen Wirtschaftsgeschichte und Industriekultur wird die Grundlagenforschung intensiviert.

Für den Wirtschaftsraum werden die spezifischen Rahmenbedingungen herausgearbeitet, um eine zeitgemäße und wissenschaftlich fundierte Industriekulturerzählung zu entwickeln. Wissenschaftler wirken an der Entwicklung einer „Industriekulturerzählung“ für das mitteldeutsche Braunkohlerevier mit.

Experten aus dem Bereich der Wissenschaftler unterstützen Aufbau und Arbeit eines mitteldeutschen Wirtschaftsarchivs.



### **Nächste Schritte**

Information der Hochschulen der Region über die vorgeschlagenen Mitwirkungsmöglichkeiten.

Die Beschäftigung mit Wirtschafts- und Industriegeschichte sowie dem Strukturwandel wird innerhalb des Universitätsverbundes Halle–Leipzig–Jena diskutiert.

Konkrete Kooperationen auf dem Gebiet der industriegeschichtlichen Forschung müssen zunächst innerhalb der Wissenschaftlergemeinschaft der Region geschaffen werden. Die beiden landesgeschichtlichen Forschungsstellen (Institut für Sächsische Geschichte und Volkskunde in Sachsen sowie das Institut für Landesgeschichte in Sachsen-Anhalt) könnten hier eine koordinierende Funktion einnehmen.

---

## 5 Umsetzungsmodelle

---

Sowohl die Analysen als auch die Ausarbeitung der Maßnahmen in den einzelnen Handlungsfeldern haben für die länderübergreifende sowie ganzheitliche Entwicklung der lebendigen Industriekultur ein Steuerungs- und Koordinationsdefizit offenbart. Die Akteursstrukturen sind nicht darauf ausgelegt, konsistente Prozesse und Projekte in Gang zu setzen und permanent zu betreuen. Zwar setzen viele Prozesse und Maßnahmen nach wie vor auf die Selbstorganisationskräfte vor Ort, jedoch sind im Sinne der Leitlinien entsprechende Standards und Qualitätsansprüche, vernetzende Impulse und gleichgerichtete Projekte nur durch eine zentrale Koordination zu gewährleisten.

Mithin ist es eine zentrale Herausforderung, die nötigen organisatorischen und strukturellen Voraussetzungen für eine Umsetzung aller Maßnahmen zu schaffen. Dazu sind zunächst Ziele der Neuorganisation zu definieren.

### 5.1 Ziele der Neuorganisation

Die folgenden Ziele stellen eine Art Kriterienkatalog dar, anhand dessen ein neues Organisationsmodell zu bewerten ist. Die Ziele sind:

- ▶ Ein Interessen- und Zielausgleich sowie eine Verbesserung der Prozess-, Netzwerk- und Kooperationsfähigkeit aller Partner\*innen
- ▶ Die aktive Einbindung, Partizipation und Motivation aller Akteure und Interessengruppen
- ▶ Eine Professionalität im Prozess- und Projektmanagement und der Aufgabenerfüllung
- ▶ Flexiblere und schnellere Entscheidungswege unter allen Beteiligten, Handlungsflexibilität
- ▶ Ein solides finanzielles Fundament zur dauerhaften Sicherung aller Maßnahmen
- ▶ Nutzen-, Kosten- und/oder Leistungssynergien: Effizienzsteigerung durch Kooperation
- ▶ Ein kreativer Austausch und Innovationsfähigkeit
- ▶ Die Kanalisierung der Kommunikation - nach innen wie außen

Diese Ziele sind nicht immer konfliktfrei. So können Partizipation und schnelle Entscheidungswege durchaus im Widerspruch zueinanderstehen. Dies gilt auch für einen umfassenden Interessenausgleich. Dennoch stellen diese Ziele Kriterien dar, um die folgenden möglichen Umsetzungsmodelle zu bewerten.

Zuvor soll ein Überblick über die anstehenden Aufgaben jedoch noch einmal die komplexen Handlungsebenen bei der Umsetzung verdeutlichen.

## 5.2 Aufgaben

Grundsätzlich zeigen die oben aufgezeigten Handlungsfelder und Maßnahmen, dass wir in einer komplexen Struktur verschiedener Handlungsebenen agieren:

- ▶ Mitteldeutsche Ebene / länderübergreifend
- ▶ Landesebene / Bundesländer
- ▶ Regionale bzw. lokale Ebene der Landkreise und Kommunen
- ▶ Standortbezogene Ebene

Neben der eindeutigen Zuständigkeit für bestimmte Aufgaben gibt es Schnittstellen und Zuständigkeitswechsel zwischen verschiedenen Ebenen, so dass sich aus einem Organisationsmodell auch Abstimmungs- und Übergabeprozesse ergeben sollten. Nur so kann gewährleistet werden, dass sich Projekte und Vorhaben auch effizient umsetzen lassen.

Die folgende Tabelle verschafft noch einmal einen Überblick über die anstehenden Aufgaben und ordnet diese verschiedenen Ebenen zu.

Mitteldeutschland	Bundesländer
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Länderübergreifende Vernetzung / Koordination im Kompetenznetzwerk</li> <li>• Koordination Archivwesen und Forschung</li> <li>• Leitbildmanagement „Lebendige Industriekultur“</li> <li>• Qualifizierungsprozesse für „Siegel“ und industriekulturelle Marker</li> <li>• Zentrales Daten und Contentmanagement</li> <li>• Übergreifendes Vermittlungskonzept und Betreuung übergreifender Formate</li> <li>• Bündelung / Integration in touristische Strategien der Länder, Regionen</li> <li>• Lobbyarbeit</li> <li>• Markt- und Trendforschung, Beratung / Weiterbildungsangebote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestandsaufnahmen</li> <li>• Netzwerkarbeit</li> <li>• Modellprojekte und Impulse</li> <li>• Förderzugänge und Finanzierung</li> <li>• Integration in Landesplanung, Standortmarketing und Landestourismusstrategie</li> <li>• Interessenvertretung und Akzeptanz</li> <li>• Beratung und Betreuung (z.B. Förderung) der lokalen, regionalen Ebene und Standorte</li> <li>• Integration in nationale und internationale Netzwerke</li> <li>• Mobilitätsmanagement</li> <li>• Archivwesen</li> </ul>
Lokal / Regional	Standort
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestandsaufnahmen</li> <li>• Investitionen in Infrastruktur, Standortsicherung, -entwicklung</li> <li>• Strategische Integration in die Stadt- / Regionalentwicklung und den Tourismus</li> <li>• Erlebnisraumentwicklung</li> <li>• Beratung / Betreuung der Standorte, ggf. Betrieb und Management</li> <li>• Vernetztes Marketing im lokalen Umfeld</li> <li>• Qualitätssicherung und -kontrolle</li> <li>• Lokale / regionale Lobbyarbeit und Akzeptanz</li> <li>• Finanzierung / Förderzugänge</li> <li>• Netzwerkarbeit, Bürgerbeteiligung, Partizipation und Citizen Science Initiativen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortbezogene Konzepte</li> <li>• Schutz, Pflege und Erhalt der Standorte</li> <li>• Betrieb und Management</li> <li>• Lokale Vermittlungskonzepte</li> <li>• Marketing im lokalen Umfeld (Tagesausflugsbereich)</li> <li>• Beziehungsmanagement im lokalen / regionalen Umfeld</li> <li>• Einbindung in übergeordnete Strategien und Maßnahmen</li> </ul>

**Tabelle 10: Aufgabenübersicht**

Im Rahmen dieses Konzepts werden bewusst noch einmal verschiedene Modelle zur Auswahl gestellt, um mögliche Entwicklungsstufen und Intensitätsstufen der Kooperation aufzuzeigen. Zwar empfehlen wir eines der Modelle zur Umsetzung, weil es aus guter Sicht die oben genannten Ziele und Aufgabenebenen praxistauglich und vergleichsweise schnell erreichen lässt bzw. abbildet. Gleichwohl kann dies nicht einen politischen Willenbildungsprozess ersetzen, der in den nächsten Monaten unter den beteiligten Ländern, Gebietskörperschaften und Akteur\*innen einzusetzen hat. Mit den neuen Förderrichtlinien liegen beste Rahmenbedingungen vor, um diesen Prozess erfolgreich zu gestalten.

Im Folgenden stellen wir vier mögliche Umsetzungsmodelle vor, die zur besseren Unterscheidbarkeit mit „sprechenden“ Namen versehen worden sind:

- ▶ Modell 0: „Weiter so“ - Status Quo plus
- ▶ Modell 1: „3-Länder-Eck“ – Länderübergreifende Arbeitsgruppe
- ▶ Modell 2: Clustermanagement - „Lebendige Industriekultur“
- ▶ Modell 3: „Große Lösung“ - (Höherer) Kommunalverband

## 5.3 Modelle

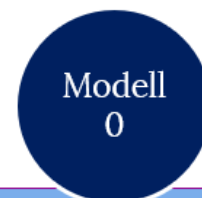
### 5.3.1 Modell 0: „Weiter so“ - Status Quo plus

In diesem Modell soll sich das bestehende Netzwerk und die bestehenden informellen Gremien evolutionär weiterentwickeln.

Im Fokus steht weiterhin ein Austausch in informellen Gremien, die nicht institutionalisiert sind, allen voran die bestehende Projektgruppe Industriekultur.

Bereits mit den Handlungsempfehlungen für die „Industriekultur in Mitteldeutschland“ hat sich das Netzwerk ein gemeinsames Leitbild gegeben, noch ohne verbindliche Prozesse. Mit dem hiermit vorgelegten Konzept liegen nun Ansätze vor, wie projektbezogen einzelne Vorhaben weiterentwickelt und umgesetzt werden können.

Dazu bedarf es jedoch netzwerkinterner Spezialisierungen und einer Übernahme von Koordinationsfunktionen bei einzelnen Mitglieder\*innen des Netzwerks. Förderanträge müssten jeweils über eine/n förderberechtigten Partner\*in stellvertretend abgewickelt werden. Allerdings wäre die Umsetzung immer an diese Förderung gebunden, da ansonsten bislang keine Finanzierungs-



„Weiter so“  
Status Quo plus

- Dauerhafter Austausch in informellen Gremien, nicht institutionalisiert, z.B. PG Industriekultur
- Gemeinsames Leitbild ohne verbindliche Prozesse
- Netzwerkinterne Spezialisierungen, z.B. Beratungskompetenz Standortentwicklung
- Projektbezogene, punktuelle Zusammenarbeit, z.B. im Rahmen von zeitlich begrenzten Förderprojekten
- Turnusmäßig wechselnde oder informell gewählte Führungs- und Umsetzungsstrukturen bzw. Projektträgerschaften
- Keine gebündelten Finanz- oder Personalressourcen

grundlagen bestehen. Grundsätzlich müssten turnusmäßig wechselnde oder informell gewählte Führungs- und Umsetzungsstrukturen gepflegt werden. Es gäbe keine gebündelten Finanz- oder Personalressourcen.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Es handelt sich um die organische Weiterentwicklung der bestehenden und gewachsenen Strukturen mit einem funktionierenden Interessenausgleich und der Einbindung vieler Akteur\*innen.

Das Modell hat jedoch Nachteile in der strukturellen, v.a. finanziellen, Absicherung, durch die starke Abhängigkeit von Eigenengagement, im Prozessmanagement, bei der Einbindung externer, z.B. touristischer, Strukturen und Akteur\*innen. Nutzen-, Kosten- und/oder Leistungssynergien ergeben sich nur in einzelnen Projektvorhaben, nicht strukturell.

### 5.3.2 Modell 1: „3-Länder-Eck“ – Länderübergreifende Arbeitsgruppe

Dieses Modell setzt vorrangig auf eine Koordination auf „höchster“ Ebene der Gebietskörperschaften – der Bundesländer. Im Mittelpunkt steht eine institutionalisierte Arbeitsgruppe für den länderübergreifenden Austausch zur Koordination und Steuerung der Gemeinschafts-, Kopplungs- und Kooperationsprojekte.

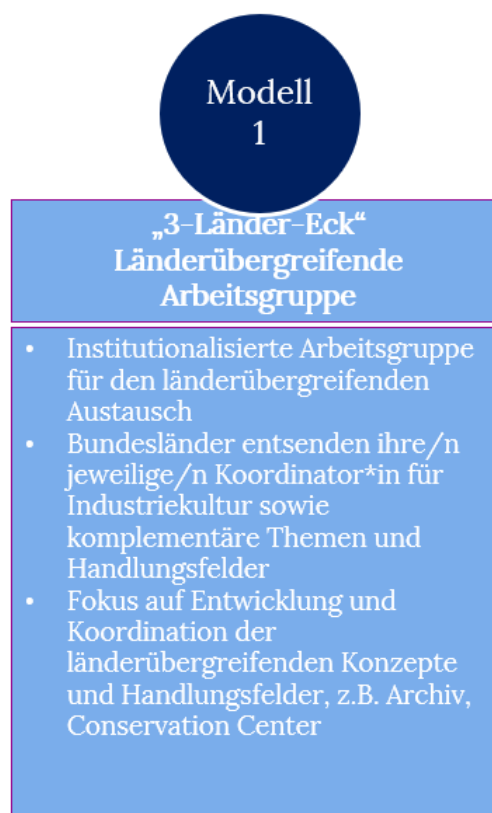
Die Bundesländer entsenden dazu ihre/n jeweilige/n Koordinator\*in für Industriekultur sowie punktuell ergänzend Vertreter\*innen für komplementäre Themen und Handlungsfelder, z.B. die Kreativwirtschaft oder den Tourismus.

Der Fokus liegt auf der Entwicklung und Koordination der länderübergreifenden Konzepte und Handlungsfelder, z.B. dem Archiv oder einem länderübergreifenden Conservation Center.

Das Modell gibt der Industriekultur ein neues Gewicht im länderübergreifenden Kontext der Regionalentwicklung für Mitteldeutschland.

Die Partizipation und der Interessens- und Zielausgleich rücken dabei in den Hintergrund, da die Länderinteressen dominieren, damit jedoch eine starke Steuerungsfunktion entfalten können und Finanzierungsmöglichkeiten eröffnen. Vor allem die politische Willensbildung und Kanalisierung kann gestärkt werden.

Die Einbindung in ministerielle Strukturen lässt jedoch keine schnellen, flexiblen Entscheidungen erwarten. Zudem ergeben sich nur bedingt Nutzen-, Kosten- und/oder Leistungssynergien auf anderen Ebenen. Das operative Prozessmanagement ist mutmaßlich weiterhin zersplittert.



### 5.3.3 Modell 2: Clustermanagement - „Lebendige Industriekultur“

Unter Clustern versteht man im engeren Sinne Netzwerke von Unternehmen und damit verbundenen Akteur\*innen, z.B. Bildungs- und Forschungseinrichtungen, Berufsverbände, Handelskammern etc., die an einem gemeinsamen Thema, in derselben Branche und/oder Region arbeiten, um sich schneller zu entwickeln und den Herausforderungen der Zukunft zu begegnen.

Das Clustermanagement ist eine bereits erprobte Herangehensweise, bei der dem Management die Rolle zufällt, gemeinsame Bedürfnisse oder auch Probleme zwischen den Akteur\*innen zu identifizieren und Projekte zu steuern. Dazu gehören Kompetenzen im Projektmanagement, der Moderation und Kommunikation.

Ein institutionalisiertes Cluster- und Themenmanagement mit Steuerungs- und (operativen) Managementstrukturen ist daher geeignet auch die heterogenen Akteursstrukturen und vielfältigen Vorhaben innerhalb der Industriekultur zu koordinieren.

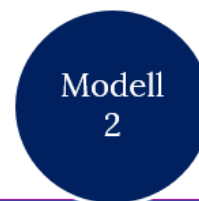
Es kann in bereits bestehende Organisationsstrukturen (z.B. einem länderübergreifenden Akteur\*in) integriert werden oder auch durch Neugründung (z.B. einer gGmbH) institutionalisiert werden. Im Clustermanagement lassen sich Aufgaben, Finanzen und personelle Ressourcen bündeln und durch verbindliche Prozesse steuern. Zudem verfügen sie i.d.R. über eine solide Sockelfinanzierung für dauerhafte Koordinations- und Managementaufgaben.

Als Netzwerkknoten ist ein Clustermanagement in der Lage die Interessen der verschiedenen Akteure auszugleichen und zu integrieren. Die Professionalität kann durch die entsprechende Ressourcenausstattung und die Auswahl der Mitarbeiter\*innen gesichert werden. Die Synergien ergeben sich v.a. daraus, dass sämtliche anderen Akteur\*innen von Aufgaben entlastet werden und selbst fokussierter inhaltlich agieren können.

Aus gutachterlicher Sicht stellt ein derartiges Clustermanagement das beste Modell zur Weiterentwicklung der Industriekultur dar. Daher sollen hier noch zentrale Anforderungen an dieses Management definiert werden.

#### ► Ausstattung des operativen Clustermanagements

Das operative Clustermanagement kann flexibel an die jeweiligen Erfordernisse angepasst werden und damit organisch wachsen. Zu empfehlen ist



**Clustermanagement  
„Lebendige Industriekultur“**

- Institutionalisiertes Cluster- und Themenmanagement mit Steuerungs- und (operativen) Managementstrukturen
- Integration in bestehende Organisationsstrukturen (z.B. Metropolregion) oder Neugründung (z.B. gGmbH)
- Bündelung von Aufgaben, Finanzen und personellen Ressourcen, verbindliche Prozesse
- Sockelfinanzierung für dauerhafte Koordinations- und Managementaufgaben



- Eine Mindestausstattung von 1,5 Stellen/Vollzeitäquivalenten (VZÄ) mit einem/r leitende/n Mitarbeiter\*in für das zentrale Themen- / Clustermanagement plus eine halbe Stelle (0,5) für Sekretariatsaufgaben / Assistenz
- Der/m Mitarbeiter\*in für das zentrale Themen- oder Clustermanagement obliegen die operative Steuerung, übergreifende Konzepte und das Projektmanagement, das Netzwerk- und Partnermanagement mit Vertretungs- und Kooperationsaufgaben, das Fundraising und die Finanzierung.
- Das Profil: Kulturmanager\*in mit Moderations- und Projektmanagement-Kompetenzen.
- Die Mindestausstattung sichert nur die zentralen Koordinationsaufgaben.

In einem erweiterten Modell sichern zusätzlich 3,0 Stellen die Besorgung aller oben dargestellten Aufgaben, also beispielsweise inkl.

- Der Klassifizierung der Standorte und Verwaltung des „Siegel“
- Kommunikationsaufgaben, Content-Management und Vermittlung
- Übergreifende Angebots- und Programmentwicklung und -koordination (z.B. als Kompetenzzentrum Tourismus)
- „Auffangmanagement“ mit Bewertung und Betreuung gefährdeter Standorte und Strukturen (gestützt auf Fonds bzw. ein gefördertes Auffangbudget) etc.

Ergänzend wird eine Steuerungsgruppe eingerichtet: für Vorgaben und die „Beauftragung“ des Clustermanagements

Zudem sorgt ein Beirat (z.B. die PG Industriekultur) für die nötige Partizipation und den Interessenausgleich - mit Vertreter\*innen aus dem Spektrum der Akteur\*innen

- ▶ Qualifikation der/s zentralen Clustermanager\*in

Die Stellenbesetzung ist oft eine der größten Schwachstellen im Bereich des koordinierenden Cluster- und Projektmanagements. Die persönliche Kompetenz ist oft sogar höher einzuschätzen als die organisatorisch-strukturellen Rahmenbedingungen. Das zeigen Erfahrungen aus gescheiterten Netzwerkprozessen.

Das Clustermanagement muss durch eine Person repräsentiert werden, die an der Schnittstelle zwischen Industrie, Kultur und Verwaltung agieren kann. Zentrale Kompetenzen sind:

- Die Kenntnis verwaltungsinterner Prozesse
- Die Kenntnis / das Verständnis industrieller und betriebswirtschaftlicher Management-Prozesse
- Die Kenntnis / das Verständnis für die Herangehensweise kreativer Kulturschaffender
- Moderationsfähigkeiten
- methodische Kompetenzen im Kultur- und Projektmanagement sowie im Marketing

- Soft Skills: integrative Persönlichkeit, offen und innovationsfreudig, Empathie und Einfühlungsvermögen, Mediationsfähigkeiten sowie Fähigkeiten im Konfliktmanagement
- (Industrie-)kulturelles Grundwissen

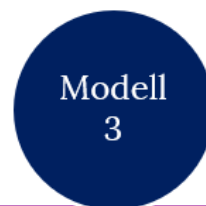
### 5.3.4 Modell 3: „Große Lösung“ - (Höherer) Kommunalverband

Höhere Kommunalverbände sind eine auf kommunaler Selbstverwaltung beruhende Körperschaft des öffentlichen Rechts und wirken über das Gebiet mehrerer Landkreise/Kreise bzw. kreisfreier Städte/Stadtkreise hinaus. Sie bilden somit eine dritte Ebene.

Sie widmen sich i.d.R. einem breiten Spektrum öffentlicher Aufgaben und Zwecke. Ein Schwerpunkt ist in den meisten Fällen die Kultur, um entsprechende Synergien über die Grenzen der Gebietskörperschaften hinaus zu erzielen. Somit ist ein derartiger Verband auch ein Modell, um die lebendige Industriekultur umfassend weiterzuentwickeln.

Zu den zentralen Aufgaben gehören die Vernetzung, Identitätsbildung und eine höhere Effizienz in Bezug auf vielfältige Entwicklungsziele und Vorhaben. Es können erhebliche Synergien geschaffen werden. Die Kommunalverbände eignen sich zudem in besonderer Weise auch für den Betrieb eigener kultureller Infrastruktur, z.B. von Museen oder Kulturerbestätten, was im Rahmen der Industriekultur einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Im Modell der „Großen Lösung“ wird der lebendigen Industriekultur in Mitteldeutschland demnach ein eigener Zweckverband gewidmet, der den Ansprüchen an die Entwicklung in höchstem Maße gewachsen wäre. Nachteil dieser Lösung ist jedoch der erhebliche Gründungsaufwand verbunden mit einem breiten politischen Willensbildungsprozess.



#### „Große Lösung“ (Höherer) Kommunalverband

- eine auf kommunaler Selbstverwaltung beruhende Körperschaft des öffentlichen Rechts
- Umfassende, über mehrere Länder, Landkreise / Kreise bzw. kreisfreie Städte hinaus
- breiteres Spektrum öffentlicher Aufgaben und Zwecke, z.B. (Industrie-)Kultur, Denkmalschutz, Archiv, Regionalentwicklung etc.



---

## 6 Die wichtigsten Handlungsfelder & Maßnahmen im Überblick

---

Die Strategie und Potenzialstudie hat in einem umfassenden Ansatz die Entwicklungsmöglichkeiten einer lebendigen Industriekultur in Mitteldeutschland aufgezeigt. Dabei hat sie ein Portfolio an Maßnahmen ausgebreitet, das über einen mehrjährigen Zeitraum hinweg umzusetzen ist.

Von besonderer Bedeutung ist es, Industriekultur aus der überwiegend rückschauenden Perspektive zu lösen. Die „lebendige Industriekultur“ ist das zentrale Selbstverständnis der Region. Damit verbindet sich nicht nur eine zeitliche Erweiterung der Perspektiven, auf Gegenwart und Zukunft, sondern auch eine funktionale und emotionale Erweiterung: Industriell begründete Wertschöpfung bleibt auf diese Weise ein zentrales Ziel. Und: Menschen werden sich auch künftig emotional mit der industriellen Entwicklung als essenziellem Bestandteil der eigenen Lebenswirklichkeit in der Region auseinandersetzen.

Voraussetzung dafür ist, dass die folgenden Maßnahmen in den nächsten fünf Jahren umgesetzt werden. Dabei unterscheiden wir noch einmal zwischen zwei Stufen:

- ▶ Einer Umsetzung in den nächsten 1 bis 3 Jahren ab 2022
- ▶ Einer Umsetzung in den Jahren 4 und 5 ab 2022.
- ▶ Maßnahmen, die bis dahin nicht umgesetzt werden, sollten einer erneuten Evaluation unterzogen werden.

Im Folgenden sind die Maßnahmen der Struktur der Studie entsprechend noch einmal aufgezählt, um die anstehenden Aufgaben in ihrer Gesamtprogrammatur zu verdeutlichen. Innerhalb der zeitlichen Umsetzungsstufen werden noch einmal Schlüsselmaßnahmen hervorgehoben.

### **Erleben und Vermitteln – Vermittlungskonzept (Kap. 4.1)**

Die Vermittlung schafft eine wesentliche Grundlage, um das eigene, oben skizzierte Selbstverständnis zum Ausdruck zu bringen. Daher finden wir hier einige Schlüsselmaßnahmen, die als Voraussetzung für weitere Umsetzungen gelten.

- ▶ Verständigung über die Leitlinien und Story sowie Vermittlungsziele  
(**Schlüsselmaßnahme**; Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Qualifizierung der Industriekultur-Marker und Entwicklung eines „Siegel“ auf Basis der Identität und Leitgeschichten  
(**Schlüsselmaßnahme**; Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Die Weiterentwicklung der Content-Datenbank als Grundlage eines zentralen Datenmanagements  
(**Schlüsselmaßnahme**; Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

- ▶ Definieren und Kommunizieren einer „Mental-Map“ (kognitiven Karte) der Industrieregion und Ressourcenlandschaft Mitteldeutschland  
(Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Erzählworkshops und Vor-Ort-Prozesse zur Entwicklung von Teilregionen  
(Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Entwicklung von Leitformaten und -kanälen für die Vermittlung

Ausarbeitung eines Förderprogramms zur Erneuerung der Vermittlung am Standort sowie Handbücher und Leitfäden zur Entwicklung wiedererkennbarer Vermittlungsmodule

**(Schlüsselmaßnahme;** Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Zentrale Website und Website-Framework als Portal(e) in die lebendige Industriekultur der Region

**(Schlüsselmaßnahme;** Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Zentrale App (progressive web app) als Portal in die Industrieregion

(Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Netzwerkkonzept für ein gesamtregionales Netzwerk für die Industrierlebnismuseen Mitteldeutschland

(Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Museumspädagogisches Gesamtkonzept und Schulmarketing mit modularem Aufbau

(Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Entwicklung eines Outreach-Konzept mit Anschlussmöglichkeiten

(Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Entwicklung von Leitveranstaltungen und Events

(Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

## **Erleben und Vermitteln – Tourismusstrategie (Kap. 4.2)**

Die Tourismusstrategie führt insgesamt 15 Maßnahmen(-bündel) auf, die sechs verschiedenen Handlungsfeldern zugeordnet sind: Bestandsbewertung, (Infrastruktur-) Entwicklung und Förderung, Produktgestaltung, Netzwerk, Vermarktung, Koordinierung. (s. Kapitel 4.2.7)

Die Maßnahmen mit einer hohen strategischen Bedeutung und damit auch hohen Priorität sind auch hier als Schlüsselmaßnahmen gekennzeichnet und werden für diese Übersicht nach vorne gestellt:

- ▶ Förderprogramm für die bauliche und inhaltliche touristische(!) Aufwertung des Angebots  
**(Schlüsselmaßnahme;** Zeithorizont für die Umsetzung: 4. bis 5. Jahr)
- ▶ Förderung von mind. zwei bis drei Industriekultur-Erlebnisräumen  
**(Schlüsselmaßnahme;** Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)



- ▶ Aufsetzen eines bundesländerübergreifenden Industriekultur-Events (**Schlüsselmaßnahme**; Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Weiterentwicklung einer bestehenden Route zur zentralen Verbindungsachse (**Schlüsselmaßnahme**; Zeithorizont für die Umsetzung: 4. bis 5. Jahr)
- ▶ Schaffung einer bundeslandübergreifenden Informations- und Buchungsplattform (**Schlüsselmaßnahme**; Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Imagekampagnen in der Bevölkerung zur Identitätsstiftung (**Schlüsselmaßnahme**; Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

#### Weitere Maßnahmen

- ▶ Durchführung der Bewertung des Angebotsbestands in touristischer Hinsicht (Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Prüfung der Möglichkeiten einer institutionellen Förderung ausgewählter Industriekultureinrichtungen (Schwerpunkt: Personal) (Zeithorizont für die Umsetzung: 4. bis 5. Jahr)
- ▶ Förderung der Vermarktung der Angebote (Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Produktenwicklung (Fokus Zielgruppen, Erlebbarkeit und besondere Erlebnisse) (Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Umsetzung eines Pilotprojektes in Kooperation von Industriekultur- und Tourismusagierenden und Kreativwirtschaft (Zeithorizont für die Umsetzung: 4. bis 5. Jahr)
- ▶ Aufbau eines Kompetenznetzwerks zur Vermittlung von Beratung, Förderung und Qualifizierung (Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)
- ▶ Touristische Qualifizierung und Schaffung eines Marketingverbunds der Industriekulturmuseen (Zeithorizont für die Umsetzung: 4. bis 5. Jahr)
- ▶ Umsetzung eines Pilotprojekts „Pooling von Managementaufgaben“ (Zeithorizont für die Umsetzung: 4. bis 5. Jahr)
- ▶ Vermarktung der Erlebnisräume (Zeithorizont für die Umsetzung: 4. bis 5. Jahr)

### Gestalten und Weiterentwickeln (Kap. 4.3)

Die Entwicklung der Standorte kann grundsätzlich als eine **Schlüsselmaßnahme** angesehen werden, da sich an und in ihnen die lebendige Industriekultur manifestiert.

Maßnahmen zur Standortentwicklung sind:

- ▶ Modellstandorte als „Gute Beispiele“  
(**Schlüsselmaßnahme**, Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Anhand von Modellstandorten zur Standortentwicklung werden „Gute Beispiele“ nachgenutzter Industriestandorte geschaffen. Die Modellstandorte zeigen beispielhaft wie sich die Industriekultur in Mitteldeutschland entwickelt. Die Unterstützung der Modellstandort soll auch über die mit der Studie verbundene Arbeit hinaus erfolgen. Der Erfolg der Modellstandorte ist wichtiger Indikator für die industriekulturelle Standortentwicklung.

- ▶ Standort-Netzwerk  
(**Schlüsselmaßnahme**, Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Durch Suche nach Modellstandorten ist ein Standortpool entstanden. Der Standortpool ist Grundstein eines Netzwerkes der Standortentwicklung. Das Netzwerk macht die Metropolregion Mitteldeutschland erfahrbar. Das Netzwerk wird über das Projekt hinaus koordiniert und qualifiziert.

- ▶ Strategie  
(**Schlüsselmaßnahme**, Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Strategietypologien helfen, die Erhaltungs- und Nutzungsbemühungen mit den erweiterten Zielen der Stadt- und Regionalentwicklung zu verbinden. Im Rahmen des Netzwerkes der Standorte werden so gemeinsame Ziele verfolgt. Die Strategietypologien werden ständig weiterentwickelt und dienen als gemeinsame Basis der Standortentwicklung.

- ▶ Professionelle Entwicklung  
(**Schlüsselmaßnahme**, Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Die Entwicklung der Standorte wird professionell unterstützt. Eine länderübergreifend tätige Institution koordiniert und unterstützt die Standortentwicklung entsprechend eines übergeordneten strategischen Rahmens. Eine zentrale Anlaufstelle für die Standortentwicklung wird geschaffen.

### Bewahren und Erforschen (Kap. 4.4)

Das Bewahren und Erforschen ist Grundlage der Vermittlung. Die Komplexität der Aufgaben erfordert einen hohen Koordinationsaufwand. Insofern ist hier teilweise mit einem längeren Umsetzungshorizont zu planen.

Maßnahmen zur Neustrukturierung der Wirtschaftsarchive sind:

- ▶ Gemeinsames Wirtschaftsarchiv Mitteldeutschland  
(**Schlüsselmaßnahme**, Zeithorizont für die Umsetzung: 1. bis 3. Jahr)

Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen schaffen als industrielles Zentrum in der Mitte Europas ein gemeinsames Wirtschaftsarchiv. Gemeinsame Strukturen führen zu einer höheren Effizienz und ermöglichen eine Angebotserweiterung.

Sachsen verfügt als einziges der drei Bundesländer bereits über ein landesweit tätiges Wirtschaftsarchiv. Ausgehend vom sächsischen Wirtschaftsarchiv kann eine Drei-Länder-Struktur aufgebaut werden.

Maßnahmen im Rahmen des Dokumentations- und Vermittlungskonzeptes mit bürgerwissenschaftlichen Ansätzen sind:

- ▶ Koordinierungsstelle schafft Verbindung zwischen Laien und Experten  
(Zeithorizont für die Umsetzung: 4. bis 5. Jahr)

Das große bürgerschaftliche Wissen wird mittels einer Koordinierungsstelle, die Laien und Experten verbindet, dokumentiert und zugänglich gemacht. Die Koordinierungsstelle kann an eine bestehende Einrichtung angebunden werden. Die bestehenden Strukturen müssen aber gestärkt werden, da derzeit eine zufriedenstellende Koordination nicht gegeben ist.

- ▶ Sammlung, Vermittlung, Beratung  
(Zeithorizont für die Umsetzung: 4. bis 5. Jahr)

Die Koordinierungsstelle ist verantwortlich für die Sammlung und Vermittlung des bürgerschaftlichen Wissens. Darüber hinaus berät sie die verschiedenen Sammlungen, die auf bürgerschaftliche Initiative hin entstanden sind.

### Umsetzungsmodell (Kap. 5)

Ohne Aufbau eines funktionierenden Organisationsmodells können die anstehenden Maßnahmen und Aufgaben kaum umgesetzt werden. Demnach ist dies die **zentrale Schlüsselmaßnahme für das Jahr 2022**.

- ▶ Start eines Willenbildungsprozesses zur Entwicklung einer Organisations- und Umsetzungsstruktur zwischen den beteiligten Ländern, Gebietskörperschaften und Akteur\*innen
- ▶ Gründung und Finanzierung der Organisations- und Umsetzungsstruktur

Für eine erfolgreiche Umsetzung sind demnach zunächst die organisatorischen Voraussetzungen zu schaffen. Dabei können die Akteur\*innen auf laufende Prozesse aufsetzen und diese in die Förderkulisse und die bestehenden Strukturen und Beziehungen einbetten. Im Anschluss daran beginnt die mehrjährige Phase der Umsetzung, die jedoch durch Evaluationen und iterative Anpassungen des Maßnahmenprogramms zu begleiten ist.

## Literaturverzeichnis

Bayern Tourismus Marketing GmbH 2016	Bayern Tourismus Marketing GmbH: Dokumentation zur Ta- gung „Kulturtourismus neu denken“ am 13.4.2016.
Berkner, Andreas (Hrsg.)	Auf der Straße der Braunkohle. Exkursionsführer, Leipzig, 2016, 3. Auflage.
BIZ 2020	Berliner Zentrum Industriekultur: Route der Industriekultur Berlin. Die Metropole neu entdecken. Berlin, 2020.
Wissenschaftlicher Beirat 2010	Der Wissenschaftliche Beirat für Industriekultur in Sachsen: In- dustriekultur in Sachsen. Handlungsempfehlungen des Wissen- schaftlichen Beirates für Industriekultur in Sachsen. Freiberg 2010.
dwif 2018a	dwif-Consulting GmbH: Berechnung der ökonomischen Effekte der Route der Industriekultur im Ruhrgebiet. München, 2018.
dwif 2018b	dwif-Consulting GmbH: Evaluation des Förderprojekts „Kultur- touristische Inwertsetzung der industriellen Kulturlandschaft“ – Dokumentation. München, 2018.
FUR	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR): Reise- Analyse. Kiel, diverse Jahrgänge.
HTV 2016	Harzer Tourismusverband: Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025. Goslar, 2016.
Inspektour 2016	inspektour GmbH: DESTINATIONBRAND 2016 – Die Themen- kompetenz deutscher Reiseziele – Ergebnis-überblick für das Reiseziel Ruhrgebiet. Hamburg, 2016.
NIT 2018	Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT): Sonderstudie Sachsen und Industriekultur im Rah- men der RA 2018 (ReiseAnalyse 2018). Kiel 2018.
Institut für Kul- turmanagement/ projekt2508 2018	Institut für Kulturmanagement der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg/projekt2508 GmbH: Kulturtourismusstudie 2018. Empirische Einblicke in die Praxis von Kultur- und Tourismus- akteuren. Ludwigsburg/Bonn/Berlin, 2018.
LEG 2017	Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH (LEG Thürin- gen): Tourismusstrategie Altenburger Land. Erfurt, 2017.
Landratsamt Land- kreis Zwickau 2017	Landratsamt Landkreis Zwickau: Authentisch und dynamisch – Argumente für eine lebendige Industriekultur im Landkreis Zwickau. Glauchau, 2017.

Metropolregion Mitteldeutschland Management 2019	Metropolregion Mitteldeutschland Management GmbH: Industriekultur in Mitteldeutschland – Handlungsempfehlungen. Leipzig, 2019.
Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung Sachsen-Anhalt 2020	Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt: Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027. Magdeburg 2020.
Pröbstle 2014	Pröbstle, Yvonne: Kulturtouristen. Eine Typologie. Wiesbaden 2014.
Saale-Unstrut-Tourismus e.V./ Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V. 2021	Saale-Unstrut-Tourismus e.V./ Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V.: Tourismuskonzept Saale-Unstrut. Naumburg (Saale)/Bad Klosterlausnitz 2021.
Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr 2019	Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr: Tourismusstrategie Sachsen 2025. Dresden, 2019.
Schröder/Eißler 2014	Thies Schröder/André Eißler: Entwicklung einer touristischen Dachmarke für die Welterbe-Region – Marketingkonzept. o. O. 2014
SEP 2022	Strukturentwicklungsprogramm des Mitteldeutschen Reviers Sachsen-Anhalt (SEP), 2022.
SenStadtUm/BIZ 2014	Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt/Berliner Zentrum für Industriekultur: Industriekultur in Berlin. Starke Vergangenheit. Starke Zukunft Berlin, 2014.
SMWK 2019	Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst: Fahrplan Industriekultur. Erforschen – Sichern – Entwickeln – Vermitteln. Dresden, 2019.
Staatskanzlei und Ministerium für Kultur Sachsen-Anhalt 2020	Staatskanzlei und Ministerium für Kultur des Landes Sachsen-Anhalt: Industrie + Kultur + Geschichte erleben – Bestandsaufnahme und Optionen für Sachsen-Anhalt. Magdeburg, 2020.
Stadt Leipzig 2014	Stadt Leipzig: Touristischer Entwicklungsplan (TEP) der Stadt Leipzig bis 2019. Leipzig, 2014.
Standortmarketing MSH 2013	Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH: Touristisches Entwicklungskonzept für den Landkreis Mansfeld-Südharz. Sangerhausen, 2013.

TMWWDG 2017	Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft: Tourismusstrategie Thüringen 2025. Erfurt, 2017.
WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e. V. 2021	Regionaler Tourismusverband WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e. V.: Konzept „Die Kohle / Dampf / Licht / Seen-Routze als industrietouristisches Leitprojekt in Mitteldeutschland. Wittenberg, 2021.
WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e. V. 2021	Regionaler Tourismusverband WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e. V.: Impulskonzept für die Tourismusmarke: „Das Bauhaus und die Moderne in Sachsen-Anhalt“. Wittenberg, 2021.

### Internet:

[www.industrietourismus.de](http://www.industrietourismus.de)  
[www.industriekultur-in-sachsen.de](http://www.industriekultur-in-sachsen.de)  
[www.museum.wales](http://www.museum.wales)  
[www.scottyscout.com](http://www.scottyscout.com)  
[www.dolnivitkovice.cz](http://www.dolnivitkovice.cz)  
[www.eisenstrasse.co.at](http://www.eisenstrasse.co.at)  
[www.erih.de](http://www.erih.de)  
[www.falugruva.se](http://www.falugruva.se)  
[www.industriekultur-in-sachsen.de](http://www.industriekultur-in-sachsen.de)  
[www.open-data-germany.org](http://www.open-data-germany.org)  
[www.mv-sachsen-anhalt.de](http://www.mv-sachsen-anhalt.de)  
[www.ruhr-tourismus.de](http://www.ruhr-tourismus.de)  
[www.salzbergwerkwieliczka.de](http://www.salzbergwerkwieliczka.de)  
[www.sachsen-anhalt.de](http://www.sachsen-anhalt.de)  
[www.sachsen-anhalt-tourismus.de](http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de)  
[www.sachsen.tourismusnetzwerk.info](http://www.sachsen.tourismusnetzwerk.info)  
[www.thueringen.tourismusnetzwerk.info](http://www.thueringen.tourismusnetzwerk.info)  
[www.triple-z.de](http://www.triple-z.de)  
[www.zabytkitechniki.pl](http://www.zabytkitechniki.pl)  
[www.zollverein.de](http://www.zollverein.de)  
[www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de)



## Anhang

---

Anhang 1: Liste der geführten Experten- und Expertinnen-Gespräche

Anhang 2: Bestandsaufnahme

Anhang 3: Dokumentation Arbeitspaket 2 Tourismus

Anhang 4: Archive und Dokumentationsstätten

## Anhang 1: Liste der geführten Experteninterviews gesamt

Institution	Datum des Gesprächs	Erledigt durch
CWE Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft mbH	17.03.2021	dwif
Harzer Tourismusverband e.V.	18.03.2021	dwif
IMG Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH	23.03.2021	dwif
Landesheimatbund Sachsen-Anhalt e.V.	16.03.2021	dwif
Lindenau-Museum Altenburg	13.04.2021	dwif
LTM Leipzig Tourismus und Marketing GmbH	24.03.2021	dwif
Saale-Unstrut-Tourismus e.V.	18.03.2021	dwif
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH/Haloren- und Salinemuseum Halle	16.03.2021	dwif
Stadtverwaltung Leipzig, Tourismuskordinator	19.03.2021	dwif
TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH	17.03.2021	dwif
Tourismusverband Altenburger Land e.V.	18.03.2021	dwif
<i>TTG Thüringer Tourismus GmbH</i>	<i>kein Gespräch</i>	dwif
WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e. V.	19.03.2021	dwif
SMWKT	08.04.2021	INIK
Verein für Industriekultur Leipzig	12.04.2021	INIK
Thüringer Staatskanzlei Referat 42	12.04.2021	INIK
Kreatives Sachsen	13.04.2021	INIK

Professur für Technikgeschichte und Industriearchäologie, TU Bergakademie Freiberg	21.04.2021	INIK
Standortmarketing Mansfeld-Südharz	10.03.2021	projekt2508
LK Nordsachsen Wirtschaftsförderung GmbH	11.03.2021	projekt2508
Saalekreis	15.03.2021	projekt2508
LK Leipzig	16.03.2021	projekt2508
LK Anhalt-Bitterfeld	22.03.2021	projekt2508
Landratsamt Altenburger Land Fachdienst Wirtschaft, Tourismus und Kultur	22.03.2021	projekt2508
Geopark Porphyryland e.V.	12.04.2021	projekt2508
Kulturstiftung des Freistaats Sachsen	15.04.2021	projekt2508
MV Sachsen-Anhalt	21.04.2021	projekt2508
Stadt Zeitz Sachgebietsleitung Kultur und Tourismus	26.04.2021	projekt2508
IHK Halle-Dessau	28.04.2021	projekt2508
Landesvertreterin Staatskanzlei Sachsen-Anhalt	28.04.2021	projekt2508
Mitteldeutsche Gesellschaft für Industriekultur	30.04.2021	projekt2508
IHK Erfurt Unternehmensförderung	04.05.2021	projekt2508
Landesamt für Denkmalpflege Erfurt	04.05.2021	projekt2508
Landesamt für Denkmalpflege Erfurt	04.05.2021	projekt2508
Landesamt für Denkmalpflege Sachsen	04.05.2021	projekt2508
Landesamt für Denkmalpflege Sachsen-Anhalt	12.05.2021	projekt2508
Kulturraum Leipziger Raum	01.06.2021	projekt2508
Planungsverbände Westsachsen	07.06.2021	projekt2508

## Anhang 2: Bestandsaufnahme

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine verkürzte Darstellung der im Rahmen der Bestandsaufnahme erfassten Einrichtungen. Weitere Informationen zu den Recherchequellen und zur Strukturierung finden sich im Kapitel „2.1 Bestandsaufnahme der Standorte“.

Nummerierung Bestandsaufnahme	Denkmal	Ort	Landkreis	Bundesland	(Haupt-)Typ (Zuordnung dwif)	Thema (Zuordnung dwif)	Website (allg. Infos)
1	Leipziger Baumwollspinnerei AG	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Textil/Kleidung	<a href="https://www.spinnerei.de/">https://www.spinnerei.de/</a>
2	Bergbau-Technik-Park	Großpösna	LK Leipzig	SN	Freilichtmuseum	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.bergbau-technik-park.de/park/">http://www.bergbau-technik-park.de/park/</a>
3	Kunstkraftwerk	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Energiegewinnung/ - versorgung/ Elektrizität	<a href="https://www.kunstkraftwerk-leipzig.com/de/">https://www.kunstkraftwerk-leipzig.com/de/</a>
4	Museum für Druckkunst Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	Papier/Druck	<a href="https://www.druckkunst-museum.de/de/">https://www.druckkunst-museum.de/de/</a>
5	Panometer Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Energiegewinnung/ - versorgung/ Elektrizität	<a href="https://www.panometer.de/leipzig/panometer-leipzig">https://www.panometer.de/leipzig/panometer-leipzig</a>
6	Bayerischer Bahnhof	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.bayerischer-bahnhof.de/">https://www.bayerischer-bahnhof.de/</a>
7	Betonhalle	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Veranstaltungsort/ Eventlocation	Architektur/Wohnen	<a href="https://www.eventpalast-leipzig.de/ueber-uns.html">https://www.eventpalast-leipzig.de/ueber-uns.html</a>
8	Braunkohle-Bergwerk Dölitz	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Bergbau/Tagebau	
9	Consum-Verein Leipzig-Plagwitz	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Mischnutzung	Architektur/Wohnen	<a href="https://www.konsum-zentrale.de/">https://www.konsum-zentrale.de/</a>
10	Deutsches Buch- und Schriftmuseum	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	Papier/Druck	<a href="https://www.dnb.de/DE/UEber-uns/DBSM/dbsm_node.html">https://www.dnb.de/DE/UEber-uns/DBSM/dbsm_node.html</a>
11	Deutsches Museum für Galvanotechnik	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	(Petro-)Chemie	<a href="https://vdmg.de/">https://vdmg.de/</a>
12	Gedenkstätte für Zwangsarbeit Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Gedenkstätte	Rüstungsindustrie	<a href="https://zwangsarbeit-in-leipzig.de/zwangsarbeit-in-leipzig/">https://zwangsarbeit-in-leipzig.de/zwangsarbeit-in-leipzig/</a>
13	Dresdner Bank Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Architektur/Wohnen	
14	Edition Carpe Plumbum (Teil der Baumwollspinnerei)	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Papier/Druck	<a href="https://www.carpe-plumbum.de/">https://www.carpe-plumbum.de/</a>
15	Eisenbahnmuseum Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.dampfbahnmuseum.de/">https://www.dampfbahnmuseum.de/</a>
16	Gebr. Felsenstein Rauchwarengroßhandel	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Architektur/Wohnen	
17	GRASSI Museum für angewandte Kunst	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	Kunst & Design	<a href="https://www.grassimak.de/">https://www.grassimak.de/</a>
18	Großmarkthalle Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Architektur/Wohnen	
19	Halle 9 Kirowerk	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Architektur/Wohnen	<a href="https://www.technesphere.de/halle-9/">https://www.technesphere.de/halle-9/</a> <a href="https://www.kirow.de/">https://www.kirow.de/</a>
20	Hauptbahnhof Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.bahnhof.de/bahnhof-de/bahnhof/Leipzig-Hbf-1022308">https://www.bahnhof.de/bahnhof-de/bahnhof/Leipzig-Hbf-1022308</a>
21	Hupfeld Musikinstrumentenwerke	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Gebrauchsgüter- herstellung	
22	Metallwarenfabrik J. Arthur Dietzold	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Maschinenfabrik	
23	Photographiedepot	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Fotografie	<a href="http://www.photographiedepot.de/">http://www.photographiedepot.de/</a>
24	Pittlerwerke	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Maschinenfabrik	<a href="https://pittlerwerke.org/de/">https://pittlerwerke.org/de/</a>
25	Schaubühne Lindenfels	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Architektur/Wohnen	<a href="https://www.schaubuehne.com/">https://www.schaubuehne.com/</a>
26	Gasometer Nord	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Energiegewinnung/ - versorgung/ Elektrizität	
27	Leipziger Stadtbad	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Schwimmbad	Architektur/Wohnen	<a href="https://stadtbad.net/leipziger-stadtbad">https://stadtbad.net/leipziger-stadtbad</a>
28	Tapetenwerk	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Produktionsstätte	<a href="https://www.tapetenwerk.de/">https://www.tapetenwerk.de/</a>
29	Werk2- Kulturfabrik Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Energiegewinnung/ - versorgung/ Elektrizität	<a href="https://www.werk-2.de/">https://www.werk-2.de/</a>
30	Wollgarnfabrik Tittel und Krüger	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Mischnutzung	Textil/Kleidung	

31	Bleichert'sche Braunkohlenwerke	Borna	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.vonbleichert.eu/bleichert-braunkohlenwerke-neukirchen-wyhra/">http://www.vonbleichert.eu/bleichert-braunkohlenwerke-neukirchen-wyhra/</a>
32	Bockwindmühle Kühnitzsch	Falkenhain	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://kuehnitzsch.info/">https://kuehnitzsch.info/</a>
33	Brücke Kornhain	Wurzen	LK Leipzig	SN	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
34	Papiermühle Papierfabrik Golzern	Grimma-Döben	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Papier/Druck	
35	Dampfsägewerk Großbothen	Grimma	LK Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Holz/Möbel	<a href="http://www.dampfsaegewerk.de/">http://www.dampfsaegewerk.de/</a>
36	Deutsches Fotomuseum	Markkleeberg	LK Leipzig	SN	Museum	Architektur/Wohnen	<a href="http://www.fotomuseum.eu/">http://www.fotomuseum.eu/</a>
37	Döllnitzbahn "Wilder Robert"	Mügeln	LK Nordsachsen	SN	Zugfahrten	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.doellnitzbahn.de/">https://www.doellnitzbahn.de/</a>
38	Eisenmühle Elstertrebnitz	Elstertrebnitz	LK Leipzig	SN	Museum	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	<a href="https://www.eisenmuehle.de/willkommen">https://www.eisenmuehle.de/willkommen</a>
39	Elektrotechnische Sammlung im Umspannwerk Markkleeberg	Markkleeberg	LK Leipzig	SN	Museum	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	<a href="https://www.vde-leipzig-halle.de/de/facharbeit-regional/ets/anfahrt">https://www.vde-leipzig-halle.de/de/facharbeit-regional/ets/anfahrt</a>
40	Freiherrlich Lorenz'sche Zuckerfabrik	Wurzen	LK Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Nahrungsmittel (-produktion)	
41	Geopark Porphyrland	Grimma	LK Leipzig	SN	Mischnutzung	Sonstiges	<a href="https://www.geopark-porphyrland.de/">https://www.geopark-porphyrland.de/</a>
42	Kraftwerk Lippendorf	Böhlen	LK Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.leag.de/de/geschaeftsfelder/kraftwerke/kraftwerk-lippendorf/">https://www.leag.de/de/geschaeftsfelder/kraftwerke/kraftwerk-lippendorf/</a>
43	Kreismuseum Grimma	Grimma	LK Leipzig	SN	Museum	Fotografie	<a href="http://museum-grimma.de/sonderausstellungen-ueberblick.html">http://museum-grimma.de/sonderausstellungen-ueberblick.html</a>
44	Landmaschinenfabrik Rudolph Sack	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Bildungsstätte	Maschinenfabrik	
45	Museum Borna	Borna	LK Leipzig	SN	Museum	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.museum-borna.de/">https://www.museum-borna.de/</a>
46	Museum der Stadt Pegau	Pegau	LK Leipzig	SN	Museum	Sonstiges	<a href="https://www.stadt-pegau.de/">https://www.stadt-pegau.de/</a>
47	Museum Steinarbeiterhaus Hohburg	Hohburg	LK Leipzig	SN	Museum	Arbeitswesen	<a href="https://www.steinarbeiterhaus.de/">https://www.steinarbeiterhaus.de/</a>
48	Ringbrandofen Großtreben	Beilrode	LK Nordsachsen	SN	Technisches Denkmal	Baumaterialien	
49	Schulze-Delitzsch-Haus	Delitzsch	LK Nordsachsen	SN	Museum	Arbeitswesen	<a href="https://genossenschaftsmuseum.de/">https://genossenschaftsmuseum.de/</a>
50	Tagebau Cospuden	Markkleeberg	LK Leipzig	SN	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolgelandschaften	Bergbau/Tagebau	
51	Tagebau Espenhain	Markkleeberg	LK Leipzig	SN	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolgelandschaften	Bergbau/Tagebau	
52	Technisches Denkmal "Ziegelei Erbs"	Pegau	LK Leipzig	SN	Technisches Denkmal	Baumaterialien	<a href="https://www.sachsens-museen-entdecken.de/museum/221-technisches-denkmal-ziegelei-erbs/">https://www.sachsens-museen-entdecken.de/museum/221-technisches-denkmal-ziegelei-erbs/</a>
53	Töpfermuseum Kohren-Sahlis (Frohburg)	Kohren-Sahlis (Frohburg)	LK Leipzig	SN	Museum	Glas/ Keramik/ Porzellan	
54	Turmuhren Museum Naunhof	Naunhof	LK Leipzig	SN	Museum	Gebrauchsgüterherstellung	<a href="https://web.turmuhrenmuseumnaunhof.de/impressum">https://web.turmuhrenmuseumnaunhof.de/impressum</a>
55	Volkskundemuseum Whyra	Borna	LK Leipzig	SN	Freilichtmuseum	Arbeitswesen	
56	Waagenmuseum Oschatz	Oschatz	LK Nordsachsen	SN	Museum	Gebrauchsgüterherstellung	<a href="https://www.oschatz-erleben.com/">https://www.oschatz-erleben.com/</a>
57	Wilhelm Ostwald Park	Grimma	LK Leipzig	SN	Museum	(Petro-)Chemie	<a href="https://www.wilhelm-ostwald-park.de/">https://www.wilhelm-ostwald-park.de/</a>
58	Brauerei Ur-Krostitzer	Krostitz	LK Nordsachsen	SN	gewerbliche Nutzung	Nahrungsmittel (-produktion)	<a href="https://www.ur-krostitzer.de/">https://www.ur-krostitzer.de/</a>
60	Geoportal Bahnhof Mügeln	Mügeln	LK Nordsachsen	SN	Besucherzentrum	Sonstiges	<a href="https://geoportal-bahnhof-muegeln.business.site/?utm_source=gmb&amp;utm_medium=referral">https://geoportal-bahnhof-muegeln.business.site/?utm_source=gmb&amp;utm_medium=referral</a>
61	Schaukelrad des SRs 6300 bei Gerhisdorf	Schkeuditz	LK Nordsachsen	SN	Technisches Denkmal	Bergbau/Tagebau	
62	Reichsbahnaus-besserungswerk (RAW)	Delitzsch	LK Nordsachsen	SN	gewerbliche Nutzung	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="http://www.railmaint.com/de/kontakt/">http://www.railmaint.com/de/kontakt/</a>
63	Schokoladenfabrik „Delitzscher“	Delitzsch	LK Nordsachsen	SN	gewerbliche Nutzung	Nahrungsmittel (-produktion)	<a href="https://www.delitzscher.de/de/">https://www.delitzscher.de/de/</a>
64	Zuckerfabrik	Delitzsch	LK Nordsachsen	SN	gewerbliche Nutzung	Nahrungsmittel (-produktion)	<a href="https://www.suedzucker.de/de/unternehmen/geschichte/delitzsch">https://www.suedzucker.de/de/unternehmen/geschichte/delitzsch</a>
65	Ziehwerk	Delitzsch	LK Nordsachsen	SN	Veranstaltungsort/ Eventlocation	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	<a href="https://www.facebook.com/AltesZiehwerk/">https://www.facebook.com/AltesZiehwerk/</a>
66	Walzenmühle	Delitzsch	LK Nordsachsen	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	
67	Kleinbahn	Delitzsch	LK Nordsachsen	SN	unklar/Leerstand	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="http://www.ig-modellbahn-schkeuditz.de/sub/delitzscherkb.htm">http://www.ig-modellbahn-schkeuditz.de/sub/delitzscherkb.htm</a>
68	Glasindustrie / GlasCampus	Torgau	LK Nordsachsen	SN	Bildungsstätte	Glas/ Keramik/ Porzellan	<a href="https://www.glascampus.de/">https://www.glascampus.de/</a>
69	Keramik (Villeroy & Boch)	Torgau	LK Nordsachsen	SN	gewerbliche Nutzung	Glas/ Keramik/ Porzellan	<a href="https://www.villeroy-boch.de/">https://www.villeroy-boch.de/</a>

70	Braumuseum	Torgau	LK Nordsachsen	SN	Museum	Nahrungsmittel (-produktion)	<a href="https://www.museum-torgau.de/index.php/museumspfad/braumuseum">https://www.museum-torgau.de/index.php/museumspfad/braumuseum</a>
71	Alte Filzfabrik	Oschatz	LK Nordsachsen	SN	gewerbliche Nutzung	Textil/Kleidung	<a href="http://filzfabrik-oschatz.de/">http://filzfabrik-oschatz.de/</a>
72	Wasserturm am Eilenburger Chemiewerke (ECW)	Eilenburg	LK Nordsachsen	SN	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
73	Decelith	Eilenburg	LK Nordsachsen	SN	gewerbliche Nutzung	Kunststoff	<a href="https://www.pcw.gmbh.de/">https://www.pcw.gmbh.de/</a>
74	Mitteldeutsches Motorenwerk (MiMo)	Taucha	LK Nordsachsen	SN	Ruine	Luft- und Raumfahrt	
75	Pelzindustrie	Schkeuditz	LK Nordsachsen	SN	unklar/Leerstand	Textil/Kleidung	<a href="https://www.modesalons.de/mode-schkeuditzer-pelze-gmbh-in-schkeuditz-4793">https://www.modesalons.de/mode-schkeuditzer-pelze-gmbh-in-schkeuditz-4793</a>
76	Kleinelektromotoren	Schkeuditz	LK Nordsachsen	SN	unklar/Leerstand	unklar	
77	Bahnhof Dommitzsch	Dommitzsch	LK Nordsachsen	SN	unklar/Leerstand	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="http://elblandbahn.de">http://elblandbahn.de</a>
78	Umspannwerk mit Wohnkomplex Eilenburg	Eilenburg	LK Nordsachsen	SN	Wohnen	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	
79	Pecherei/Pechofen in Friedrichshütte		LK Nordsachsen	SN	Technisches Denkmal	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	
80	Bunkeranlage Kossa	Kossa	LK Nordsachsen	SN	Museum	Rüstungsindustrie	<a href="http://www.bunker-kossa.de/">http://www.bunker-kossa.de/</a>
81	Waagehäuschen Wildschütz	Mockrehna	LK Nordsachsen	SN	Technisches Denkmal	Arbeitswesen	
82	Brückenkopf Torgau	Torgau	LK Nordsachsen	SN	Gedenkstätte	Architektur/Wohnen	<a href="https://www.kreativorte-mitteldeutschland.de/orte/brueckenkopf/">https://www.kreativorte-mitteldeutschland.de/orte/brueckenkopf/</a>
83	Geophysikalisches Observatorium Collm	Wermisdorf	LK Nordsachsen	SN	Forschungseinrichtung	Sonstiges	<a href="https://home.uni-leipzig.de/collm/">https://home.uni-leipzig.de/collm/</a>
84	Kulturhaus Böhlen	Böhlen	LK Leipzig	SN	Veranstaltungsort/ Eventlocation	Arbeitswesen	<a href="http://www.kulturhaus-boehlen.de/">http://www.kulturhaus-boehlen.de/</a>
85	Hauptwerkstatt Espenhain (TDE GmbH)	Rötha	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Bergbau/Tagebau	<a href="https://tde-espenhain.de/">https://tde-espenhain.de/</a>
86	Schaltwarte ehem. KW Espenhain (Geiger Edelmetalle)	Rötha	LK Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.geiger-edelmetalle.de/">https://www.geiger-edelmetalle.de/</a>
87	Filzfabrik Wurzen	Wurzen	LK Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Textil/Kleidung	<a href="https://www.filzfabrik-wurzen.de/">https://www.filzfabrik-wurzen.de/</a>
89	Geoerlebniswerkstatt im Rittergut Trebsen	Trebsen	LK Leipzig	SN	Bildungsstätte	Baumaterialien	<a href="https://www.rittergut-trebsen.de/geo-erlebniswerkstatt/">https://www.rittergut-trebsen.de/geo-erlebniswerkstatt/</a>
90	Geoportal Schaddelmühle (Künstlerhaus)	Grimma	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://schaddelmuehle.org/">https://schaddelmuehle.org/</a>
91	Park Canitz	Thallwitz	LK Leipzig	SN	Museum	Wasserversorgung	<a href="https://www.park-canitz.de/">https://www.park-canitz.de/</a>
93	Bergbau-Ausstellungs-Pavillon KAP Zwenkau	Großpösna	LK Leipzig	SN	Besucherzentrum	Bergbau/Tagebau	
95	Brikettfabrik und KW Witznitz	Borna	LK Leipzig	SN	Mischnutzung	Bergbau/Tagebau	<a href="https://kultur-leipzigerraum.de/de_DE/einrichtungen/brikettfabrik-witznitz.22458">https://kultur-leipzigerraum.de/de_DE/einrichtungen/brikettfabrik-witznitz.22458</a>
96	Industriemagistrale Wurzen	Wurzen	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	unklar	<a href="https://cryotec.de/">https://cryotec.de/</a>
97	Altes Kranwerk	Naunhof	LK Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Sonstiges	<a href="https://www.kranwerk.com/">https://www.kranwerk.com/</a>
98	Brikettfabrik Neukirchen	Borna	LK Leipzig	SN	Mischnutzung	Bergbau/Tagebau	
99	Thümmelitzwald		LK Leipzig	SN	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolgelandschaften	Bergbau/Tagebau	
100	Alte Teppichfabrik Wurzen	Wurzen	LK Leipzig	SN	Wohnen	Textil/Kleidung	
101	Papierfabrik Golzern	Grimma	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Papier/Druck	
102	Ehem. Papierfabrik Wiede	Trebsen	LK Leipzig	SN	gewerbliche Nutzung	Papier/Druck	
103	Alte Spitzenfabrik	Grimma	LK Leipzig	SN	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Textil/Kleidung	
104	Kulturhaus Beucha	Beucha	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	unklar	<a href="https://www.kulturhaus-beucha.org/">https://www.kulturhaus-beucha.org/</a>
105	Colditzer Steinzeugwarenfabrik Gottschald Co.		LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	unklar	
106	Ehemalige Brauerei Colditz	Colditz	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Nahrungsmittel (-produktion)	<a href="https://www.kreativorte-mitteldeutschland.de/orte/alte-brauerei-colditz/">https://www.kreativorte-mitteldeutschland.de/orte/alte-brauerei-colditz/</a>
107	Ehemalige Brauerei Cannowitz (Rittergut)	Grimma	LK Leipzig	SN	Ruine	Nahrungsmittel (-produktion)	
109	Wassermühle Höfgen	Höfgen	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.wassermuehle-hoefgen.de/">https://www.wassermuehle-hoefgen.de/</a>
110	Gornewitzer Mühle	Grimma	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.gormue.de">https://www.gormue.de</a>
111	Turmwindmühle Schönbach	Schönbach	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	
112	Bockwindmühle Kühnitsch	Lossatal	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://kuehnitsch.info/muehle/besichtigen">https://kuehnitsch.info/muehle/besichtigen</a>
113	Bockwindmühle Fuchshain	Naunhof	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.naunhof.de/verzeichnis/visitenkarte.php?mandat=189891">https://www.naunhof.de/verzeichnis/visitenkarte.php?mandat=189891</a>

114	Sägemühle Thallwitz	Thallwitz	LK Leipzig	SN	Museum	Baumaterialien	<a href="https://www.gemeinde-thallwitz.de/verzeichnis/visitenkarte.php?mandat=77571">https://www.gemeinde-thallwitz.de/verzeichnis/visitenkarte.php?mandat=77571</a>
115	Großmühle Grimma	Grimma	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	
116	Bockwindmühle Ballendorf	Bad Lausick	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	
117	Bockwindmühle Ebersbach	Bad Lausick	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	
118	Hydraulischer Widder bei Sermuth/Schönbach	Schönbach	LK Leipzig	SN	Technisches Denkmal	Sonstiges	
119	Tiefkellersystem Grimma	Grimma	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Sonstiges	
120	Steinerne Muldenbrücke (Pöppelmannbrücke)	Grimma	LK Leipzig	SN	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="http://www.poeppelebruecke.de/">http://www.poeppelebruecke.de/</a>
121	Triangulationssäule auf der Deditzhöhe	Grimma	LK Leipzig	SN	Technisches Denkmal	Sonstiges	
122	Geburtshaus von Cornelius Gurlitt	Thallwitz	LK Leipzig	SN	Wohnen	Architektur/Wohnen	
123	Bismarckturm auf dem Wachtelberg Dehnitz	Wurzen	LK Leipzig	SN	Technisches Denkmal	Architektur/Wohnen	
124	Bahnhof Wurzen	Wurzen	LK Leipzig	SN	unklar/Leerstand	unklar	
125	Pappenfabrik Eule	Colditz	LK Leipzig	SN	Ruine	Papier/Druck	
126	Wasserturm Aken	Aken	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	<a href="https://www.anhalt-dessau-wittenberg.de/de/staedte-sehenswuerdigkeiten-landschaften/wasserturm-aken">https://www.anhalt-dessau-wittenberg.de/de/staedte-sehenswuerdigkeiten-landschaften/wasserturm-aken</a>
127	Bitterfelder Steinzeugfabrik	Bitterfeld-Wolfen, OT Bitterfeld	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	gewerbliche Nutzung	Glas/ Keramik/ Porzellan	
128	Braunkohletagebau Goitzsche	Bitterfeld-Wolfen, OT Bitterfeld	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge-landschaften	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.goitzsche-tourismus.de/26-home/slider/17-goitzsche-bitterfeld-seenlandschaft">https://www.goitzsche-tourismus.de/26-home/slider/17-goitzsche-bitterfeld-seenlandschaft</a>
129	Chemische Fabrik Griefsheim-Elektron / IG Farben / VEisenbahn Elektrochemisches Kombinat Bitterfeld	Bitterfeld-Wolfen, OT Bitterfeld	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	unklar/Leerstand	(Petro-)Chemie	
130	Wasserturm der Farbenfabrik	Bitterfeld-Wolfen, OT Greppin	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
131	Filmfabrik, Wasserturm	Bitterfeld-Wolfen, OT Wolfen	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
132	Film- und Industriemuseum Wolfen	Bitterfeld-Wolfen, OT Wolfen	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Museum	(Petro-)Chemie	<a href="http://www.ifm-wolfen.de/de/">http://www.ifm-wolfen.de/de/</a>
133	Filmfabrik, Hauptgebäude 041	Bitterfeld-Wolfen, OT Wolfen	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	gewerbliche Nutzung	(Petro-)Chemie	
134	Umspannwerk Wolfen	Bitterfeld-Wolfen, OT Wolfen	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	unklar/Leerstand	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	
135	Mälzerei Albert Wrede	Köthen	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Ruine	Nahrungsmittel (-produktion)	
136	Städtischer Wasserturm	Köthen	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
137	Mühlenmuseum Reppichau	Osternienburger Land, Reppichau	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Museum	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.wassermuehle-klein-queenstedt.de/muehlen/40500.html">https://www.wassermuehle-klein-queenstedt.de/muehlen/40500.html</a>
138	Zuckerfabrik Glauzig	Südliches Anhalt, OT Glauzig	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	unklar/Leerstand	Nahrungsmittel (-produktion)	
139	Werkzeugmaschinenfabrik Franz Braun (Gründungsbau)	Zerbst (Anhalt)	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	unklar/Leerstand	Maschinenfabrik	
140	Städtischer Wasserturm	Zörbig	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	<a href="https://www.stadt-zoerbig.de/de/denkmaeler/wasserturm-stadt-zoerbig.html">https://www.stadt-zoerbig.de/de/denkmaeler/wasserturm-stadt-zoerbig.html</a>
141	Unstrutschleusen (1. Wendelstein, 2. Tröbsdorf, 3. Laucha, 4. Zeddenbach, 5. Freyburg)	1. Kaiserpfalz Wendelstein 2. Laucha Tröbsdorf 3. Laucha 4. Freyburg Zeddenbach 5. Freyburg	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Schiffsverkehr	<a href="http://www.blaues-band.de/unstrut/unstrut-schleusen.php">http://www.blaues-band.de/unstrut/unstrut-schleusen.php</a>
142	Mühle Zeddenbach	Balgstädt	LK Burgenlandkreis	ST	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="http://www.muehle-zeddenbach.de/">http://www.muehle-zeddenbach.de/</a>
143	Kunstmühle Ostrau	Elsteraue, OT Ostrau	LK Burgenlandkreis	ST	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.gemeinde-elsteraue.de/de/sonstige-sehenswuerdigkeiten/wassermuehle-ostrau-">https://www.gemeinde-elsteraue.de/de/sonstige-sehenswuerdigkeiten/wassermuehle-ostrau-</a>
144	Hydrierwerk Tröglitz	Elsteraue, Tröglitz	LK Burgenlandkreis	ST	Veranstaltungsort/ Eventlocation	(Petro-)Chemie	



145	Speichergebäude	Freyburg	LK Burgenlandkreis	ST	gewerbliche Nutzung	Nahrungsmittel (-produktion)	
146	Alter Wasserturm	Gleina Albersrodaer Weg	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
147	Wasserturm	Gleina OT Baumersroda	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
148	Wasserturm Grube Winterfeld	Hohenmölsen, OT Zemschen	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
149	Glockengießerei/Glockenmuseum Laucha	Laucha an der Unstrut	LK Burgenlandkreis	ST	Museum	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	<a href="https://www.saale-unstrut-tourismus.de/sehenswertes/glockenmuseum-laucha-an-der-unstrut/">https://www.saale-unstrut-tourismus.de/sehenswertes/glockenmuseum-laucha-an-der-unstrut/</a>
150	Städtischer Wasserturm	Lützen	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Architektur/Wohnen	
151	Städtisches Elektrizitätswerk	Naumburg	LK Burgenlandkreis	ST	Veranstaltungsort/ Eventlocation	Energiegewinnung/ - versorgung/ Elektrizität	
152	Naumburger Straßenbahn	Naumburg	LK Burgenlandkreis	ST	Zugfahrten	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.naumburger-strassenbahn.de/geschichte/historie/">https://www.naumburger-strassenbahn.de/geschichte/historie/</a>
153	Saalemühle Bad Kösen	Naumburg, OT Bad Kösen	LK Burgenlandkreis	ST	Mühle	Nahrungsmittel (- produktion) - Mühle	<a href="https://www.wassermuehle-klein-queenstedt.de/muehlen/3900.html">https://www.wassermuehle-klein-queenstedt.de/muehlen/3900.html</a>
154	Salineanlage, Gradierwerk, Kunstgestänge, Wehr	Naumburg, OT Bad Kösen	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Salz	<a href="https://www.koesalina.de/freiluftinhalationen-am-gradierwerk/">https://www.koesalina.de/freiluftinhalationen-am-gradierwerk/</a>
155	Wasserturm	Naumburg, OT Crölpa	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
156	Saalebrücken	Naumburg, Saaleck	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
157	Kalibergwerk Wangen (Direktionsgebäude)	Nebra (Unstrut), OT Wangen	LK Burgenlandkreis	ST	gewerbliche Nutzung	unklar	
158	Bergbaumuseum Deuben	Teuchern, OT Deuben	LK Burgenlandkreis	ST	Museum	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.bergbaumuseum-deuben.de/">http://www.bergbaumuseum-deuben.de/</a>
159	Brikettfabrik Deuben	Teuchern, OT Deuben	LK Burgenlandkreis	ST	unklar/Leerstand	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.ostkohle.de/html/bkf_deuben.html">http://www.ostkohle.de/html/bkf_deuben.html</a>
160	Grube Paul 2	Teuchern	LK Burgenlandkreis	ST	gewerbliche Nutzung	Bergbau/Tagebau	
161	Elektrizitätswerk	Weißenfels	LK Burgenlandkreis	ST	gewerbliche Nutzung	Energiegewinnung/ - versorgung/ Elektrizität	<a href="https://www.integrativ.de/index.php/werkstaetten/betriebsteil-4-mainmenu-17">https://www.integrativ.de/index.php/werkstaetten/betriebsteil-4-mainmenu-17</a>
162	Saale, Brückenmühlenschleuse	Weißenfels	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Schiffsverkehr	<a href="https://www.weissenfels.de/de/wasserwandern/saaleschleusen.html">https://www.weissenfels.de/de/wasserwandern/saaleschleusen.html</a>
163	Saale, Herrenmühlenschleuse	Weißenfels	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Schiffsverkehr	<a href="https://www.weissenfels.de/de/wasserwandern/saaleschleusen.html">https://www.weissenfels.de/de/wasserwandern/saaleschleusen.html</a>
164	Saale, Schleuse Beuditz mit Wehr	Weißenfels	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Schiffsverkehr	<a href="https://www.weissenfels.de/de/wasserwandern/saaleschleusen.html">https://www.weissenfels.de/de/wasserwandern/saaleschleusen.html</a>
165	Wasserturm	Weißenfels, OT Großkorbetha	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
166	Wasserturm	Weißenfels, OT Oberreifslau	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
167	Elsterfloßgraben	Wetterzeube, Zeit, Kretzschau, Lützen, Elsteraue, Bad Dürrenberg, Schkopau, Leuna	LK Burgenlandkreis	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.elsterflossgraben.com/">https://www.elsterflossgraben.com/</a>
168	Brikettfabrik Hermannschacht	Zeit	LK Burgenlandkreis	ST	Museum	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.mut-zeitz.de/">http://www.mut-zeitz.de/</a>
169	Kinderwagenausstellung	Zeit	LK Burgenlandkreis	ST	Museum	Gebrauchsgüter- herstellung	
170	Zeitler Kinderwagenfabrik (Zekiwa)	Zeit	LK Burgenlandkreis	ST	unklar/Leerstand	Gebrauchsgüter- herstellung	<a href="https://zekiwa.de/">https://zekiwa.de/</a>
171	Zwiebackfabrik (Nudelfabrik) Zeit	Zeit	LK Burgenlandkreis	ST	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Nahrungsmittel (- produktion)	
172	Umspannwerk Hallmarkt	Halle, Altstadt	Stadt Halle (Saale)	ST	gewerbliche Nutzung	Energiegewinnung/ - versorgung/	
173	Druckerei Hermes	Halle, Am Wasserturm Thaerviertel	Stadt Halle (Saale)	ST	Bildungsstätte	Papier/Druck	<a href="http://www.druckerei-hermes.de/ueber-uns.html">http://www.druckerei-hermes.de/ueber-uns.html</a>
174	Wasserturm Nord	Halle, Am Wasserturm Thaerviertel	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	<a href="http://wassertuerme-halle.com/wasserturm-nord/">http://wassertuerme-halle.com/wasserturm-nord/</a>

175	Druckfarbenfabrik Hartmann	Halle, Ammendorf	Stadt Halle (Saale)	ST	unklar/Leerstand	Papier/Druck	
176	Waggonbau Ammendorf	Halle, Ammendorf	Stadt Halle (Saale)	ST	gewerbliche Nutzung	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="http://www.bwa-ammendorf.de/bwa/index.php?unternehmen">http://www.bwa-ammendorf.de/bwa/index.php?unternehmen</a>
177	Wasserwerk Halle	Halle, Beesen	Stadt Halle (Saale)	ST	unklar/Leerstand	Wasserversorgung	<a href="https://hws-halle.de/wasser/150jahre">https://hws-halle.de/wasser/150jahre</a>
178	Bahnausbesserungswerk für Dampflokomotiven	Halle, Gebiet der DB	Stadt Halle (Saale)	ST	unklar/Leerstand	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
179	Bahnbetriebswerk P DB Museum Halle	Halle, Gebiet der DB	Stadt Halle (Saale)	ST	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.dbmuseum.de/museum_de/standorte/dbmuseum_halle">https://www.dbmuseum.de/museum_de/standorte/dbmuseum_halle</a>
180	Eisenbahn-Wasserturm	Halle, Gebiet der DB	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
181	Giebichensteinbrücke	Halle, Giebichenstein	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="http://giebichenstein-bruecke.slue.io/">http://giebichenstein-bruecke.slue.io/</a>
182	Historisches Straßenbahndepot	Halle, Giebichenstein	Stadt Halle (Saale)	ST	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.hsf-ev.de/">https://www.hsf-ev.de/</a>
183	Malzfabrik Reinecke	Halle, Lutherplatz Thüringer Halle,	Stadt Halle (Saale)	ST	Mischnutzung	Nahrungsmittel (- produktion)	
184	Thüringer Güterbahnhof	Lutherplatz Thüringer Halle,	Stadt Halle (Saale)	ST	Landschaftspark	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
185	Wasserturm Süd	Lutherplatz Thüringer Halle,	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	<a href="http://wassertuerme-halle.com/wasserturm-sued/">http://wassertuerme-halle.com/wasserturm-sued/</a>
186	Luxuspapierwarenfabrik Heilbrunn und Pinner	Halle, Nördliche Innenstadt	Stadt Halle (Saale)	ST	Wohnen	Papier/Druck	<a href="https://www.halle365.de/veranstaltungenorte/ehemalige-luxuspapierwarenfabrik-heilbrunn-und-pinner">https://www.halle365.de/veranstaltungenorte/ehemalige-luxuspapierwarenfabrik-heilbrunn-und-pinner</a>
187	Umspannwerk Dorotheenstraße	Halle, Nördliche Innenstadt	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	
188	Elektrizitätswerk Holzplatz	Halle, Saaleaue	Stadt Halle (Saale)	ST	gewerbliche Nutzung	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	<a href="https://www.halle-im-bild.de/fotos/infrastruktur/elektrizitaetswerk">https://www.halle-im-bild.de/fotos/infrastruktur/elektrizitaetswerk</a>
189	Gaswerk Holzplatz	Halle, Saaleaue	Stadt Halle (Saale)	ST	Planetarium	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	<a href="https://www.halle-im-bild.de/fotos/infrastruktur/staedtische-gasanstalt">https://www.halle-im-bild.de/fotos/infrastruktur/staedtische-gasanstalt</a>
190	Peißnitzbrücke	Halle, Saaleaue	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.halle-entdecken.de/wissenswertes/bruecken/peissnitzbruecke-halle-saale.html">https://www.halle-entdecken.de/wissenswertes/bruecken/peissnitzbruecke-halle-saale.html</a>
191	Saline (Halloren- und Salinenmuseum)	Halle, Saaleaue	Stadt Halle (Saale)	ST	Museum	Salz	<a href="https://www.salinemuseum.de/">https://www.salinemuseum.de/</a>
192	Sophienhafen	Halle, Saaleaue	Stadt Halle (Saale)	ST	Wohnen	Schiffsverkehr	
193	Hafenbahn Halle und Karl- Meseberg-Brücke	Halle, Saaleaue Gesundbrunnen Lutherplatz Thüringer Bahnhof	Stadt Halle (Saale)	ST	Radweg	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
194	Freyberg-Brauerei	Halle, Südliche Innenstadt	Stadt Halle (Saale)	ST	unklar/Leerstand	Nahrungsmittel (- produktion)	
195	Großgarage Pfännerhöhe	Halle, Südliche Innenstadt	Stadt Halle (Saale)	ST	gewerbliche Nutzung	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.bauverein-halle.de/">https://www.bauverein-halle.de/</a>
196	Maschinenfabrik Riedel & Kemnitz sowie MaFa	Halle, Südliche Innenstadt	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Maschinenfabrik	<a href="https://www.halle-im-bild.de/fotos/gedenksteinestaetten/maschinenfabrik">https://www.halle-im-bild.de/fotos/gedenksteinestaetten/maschinenfabrik</a>
197	Wasserturm Süd	Halle, Südliche Innenstadt	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	<a href="http://wassertuerme-halle.com/wasserturm-sued/">http://wassertuerme-halle.com/wasserturm-sued/</a>
198	Forstwerderbrücke	Halle, Trotha	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
199	Hafen Trotha Schleuse Trotha	Halle, Trotha	Stadt Halle (Saale)	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
200	Pyramiden des Mansfelder Landes (Otto-Brosowski-Schacht mit Kegelhalde, Halde des Ernst-Thälmann-Schachtes (Thälmannschachthalde), Halde des Fortschrittschachtes)	1. Gerbstedt, OT Augsdorf 2. Gerbstedt, OT Hübitz 3. Volkstedt	LK Mansfeld-Südharz	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolgelandschaften	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=42:041-paulschacht-spaeter-otto-brosowski-schacht&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=42:041-paulschacht-spaeter-otto-brosowski-schacht&amp;showall=1</a> <a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=44:042-vitzthumschacht-spaeter-ernst-thaelmann-schacht&amp;limitstart=5">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=44:042-vitzthumschacht-spaeter-ernst-thaelmann-schacht&amp;limitstart=5</a>
201	Bernhard-Koenen-Schacht II mit Halde und Fördergerüst (Kupferschieferbergwerk)	Allstedt, OT Nienstedt	LK Mansfeld-Südharz	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolgelandschaften	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=54:079-schacht-nienstedt-spaeter-bernhard-koenen-schacht-2&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=54:079-schacht-nienstedt-spaeter-bernhard-koenen-schacht-2&amp;showall=1</a>

202	Eisenbahnwasserturm	Arnstein, OT Sanderleben	LK Mansfeld-Südharz	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
203	Mansfelder Bergwerksbahn	Benndorf Gerbstedt Helbra Hettstedt Lutherstadt	LK Mansfeld-Südharz	ST	Zugfahrten	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.bergwerksbahn.de/verteiler/verkehr-.php">https://www.bergwerksbahn.de/verteiler/verkehr-.php</a>
204	Gottesbelohnungshütte (historischer Teil)	Hettstedt	LK Mansfeld-Südharz	ST	unklar/Leerstand	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=65:026-gottesbelohnungshuette-spaeter-kupfer-silber-huette&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=65:026-gottesbelohnungshuette-spaeter-kupfer-silber-huette&amp;showall=1</a>
205	Kupferwalzwerk KME, Breites Umkehrwalzwerk	Hettstedt	LK Mansfeld-Südharz	ST	unklar/Leerstand	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	<a href="https://www.kme.com/de">https://www.kme.com/de</a> <a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=200:027-walzwerk-hettstedt&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=200:027-walzwerk-hettstedt&amp;showall=1</a>
206	Saigerhütte	Hettstedt	LK Mansfeld-Südharz	ST	unklar/Leerstand	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	
207	Mansfeld-Museum im Humboldt-Schloss	Hettstedt, OT Burgörner	LK Mansfeld-Südharz	ST	Museum	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	<a href="https://www.mansfeld-museum-hettstedt.de/">https://www.mansfeld-museum-hettstedt.de/</a>
208	Alte Mühle, Feldmühle	Kelbra	LK Mansfeld-Südharz	ST	gewerbliche Nutzung	Nahrungsmittel (- produktion) - Mühle	
209	Bahnstrecke Klostermansfeld - Wippra (Wipperliese) mit Schmalzgrundviadukt und Hasselbachviadukt	Klostermansfeld Hettstedt, OT Burgörner Mansfeld, OT Mansfeld	LK Mansfeld-Südharz	ST	Zugfahrten	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.wipperliese.de/">https://www.wipperliese.de/</a>
210	Städtischer Wasserturm	Lutherstadt Eisleben, OT Bischofrode	LK Mansfeld-Südharz	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
211	Halde Hohe Linde	Sangerhausen	LK Mansfeld-Südharz	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge- landschaften	Bergbau/Tagebau	
212	Brauerei Wippra	Sangerhausen, OT Wippra	LK Mansfeld-Südharz	ST	gewerbliche Nutzung	Nahrungsmittel (- produktion) - Mühle	<a href="https://www.wippra-bier.de/">https://www.wippra-bier.de/</a>
213	Erlebniszentrum Bergbau Röhrigschacht Wettelrode	Sangerhausen, OT Wettelrode	LK Mansfeld-Südharz	ST	Besucherbergwerk	Bergbau/Tagebau	<a href="https://roehrigschacht.de/">https://roehrigschacht.de/</a>
214	FriWi-Keksfabrik	Sangerhausen, OT Stadt Stolberg (Hoes)	LK Mansfeld-Südharz	ST	gewerbliche Nutzung	Nahrungsmittel (- produktion)	<a href="https://www.friwi.de/">https://www.friwi.de/</a>
215	Alter Wasserturm	Bad Dürrenberg	LK Saalekreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
216	Borlach-Turm mit Borlach-Museum	Bad Dürrenberg	LK Saalekreis	ST	Museum	Salz	<a href="https://www.badduerrenberg.de/verzeichnis/objekt.php?mandat=202823">https://www.badduerrenberg.de/verzeichnis/objekt.php?mandat=202823</a>
217	Eisenbahnbrücke über die Saale	Bad Dürrenberg	LK Saalekreis	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
218	Neuer Wasserturm	Bad Dürrenberg	LK Saalekreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
219	Saline mit Gradierwerk und Förderturm sowie Witzlebenschacht	Bad Dürrenberg	LK Saalekreis	ST	Technisches Denkmal	Salz	<a href="https://www.badduerrenberg.de/verzeichnis/objekt.php?mandat=202820">https://www.badduerrenberg.de/verzeichnis/objekt.php?mandat=202820</a>
220	Städtischer Wasserturm	Bad Lauchstädt	LK Saalekreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	<a href="https://saalekreis-im-bild.org/fotos/infrastruktur/wasserturm-bad-lauchstaedt">https://saalekreis-im-bild.org/fotos/infrastruktur/wasserturm-bad-lauchstaedt</a>
221	Ehem. Brikettfabrik und Zentralwerkstatt der Grube Pfännerhall	Braunsbedra	LK Saalekreis	ST	Besucherzentrum	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.pfaennerhall-geiseltal.de/">https://www.pfaennerhall-geiseltal.de/</a>
222	Brikettfabrik Roszbach	Braunsbedra, OT Roszbach	LK Saalekreis	ST	unklar/Leerstand	Bergbau/Tagebau	
223	Umspannwerk des ehemaligen Kohlekraftwerkes Gröbers	Kabelsketal, OT Gröbers	LK Saalekreis	ST	gewerbliche Nutzung	Energiegewinnung/ - versorgung/ Elektrizität	
224	Bahnhof Kötzschau mit Eisenbahnmuseum Kötzschau	Kötzschau	LK Saalekreis	ST	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.eisenbahnfreunde-koetzschau.com/v">https://www.eisenbahnfreunde-koetzschau.com/v</a>
225	Malzfabrik Niemberg	Landsberg, OT Niemberg	LK Saalekreis	ST	unklar/Leerstand	Nahrungsmittel (- produktion)	
226	Schleuse Wüsteneutsch des Elbe-Saale-Kanals	Leuna	LK Saalekreis	ST	Ruine	Schiffsverkehr	
227	Silo Ammoniumchlorid, Bau Me 140	Leuna	LK Saalekreis	ST	unklar/Leerstand	(Petro-)Chemie	<a href="https://www.infraleuna.de/">https://www.infraleuna.de/</a>
228	Deutsches Chemie-Museum Merseburg	Merseburg	LK Saalekreis	ST	Museum	(Petro-)Chemie	<a href="https://www.deutsches-chemie-museum.de/">https://www.deutsches-chemie-museum.de/</a>
229	Wasserturm Blanche-Werke	Merseburg	LK Saalekreis	ST	Technisches Denkmal	Wasserversorgung	
230	Getreidespeicher	Salzatal, Salzmünde	LK Saalekreis	ST	unklar/Leerstand	Nahrungsmittel (- produktion)	

231	Buna-Werke, Verwaltungsgebäude	Schkopau	LK Saalekreis	ST	unklar/Leerstand	(Petro-)Chemie	
232	Pögritzmühle und Nadelwehr	Wettin-Löbejün, Wettin	LK Saalekreis	ST	Technisches Denkmal	Nahrungsmittel (- produktion) - Mühle	
233	Saale, Schleuse Wettin	Wettin-Löbejün, Wettin	LK Saalekreis	ST	Technisches Denkmal	Schiffsverkehr	
234	Rothenburger Hütte	Wettin-Löbejün, OT Rothenburg	LK Saalekreis	ST	Gewerbliche Nutzung	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	
235	Saalebrücke	Alsleben (Saale)	LK Saalekreis	ST	Technisches Denkmal	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
236	Museum Alte Münze in Stolberg	Südharz OT Stolberg (Harz)	LK Mansfeld- Südharz	ST	Museum	Bergbau/Tagebau	<a href="https://gemeinde-suedharz.de/museum-alte-muenze-stolberg/">https://gemeinde-suedharz.de/museum-alte-muenze-stolberg/</a>
237	Gedenkstätte und Karstschauhöhle Heimkehle	Südharz OT Ufrungen	LK Mansfeld- Südharz	ST	Gedenkstätte	Rüstungsindustrie	<a href="https://gemeinde-suedharz.de/schauhoehle-heimkehle/">https://gemeinde-suedharz.de/schauhoehle-heimkehle/</a>
238	Schmid-Schacht Helbra "Erlebniswelt Kupfer"	Helbra	LK Mansfeld- Südharz	ST	Besucherzentrum	Bergbau/Tagebau	<a href="http://erlebnisweltkupfer.de/">http://erlebnisweltkupfer.de/</a>
239	Josephskreuz	Südharz	LK Mansfeld- Südharz	ST	Technisches Denkmal	Architektur/Wohnen	<a href="https://www.bergstuebl-josephskreuz.de/">https://www.bergstuebl-josephskreuz.de/</a>
241	Alte Brauerei Kelbra	Kelbra	LK Mansfeld- Südharz	ST	Mischnutzung	Nahrungsmittel (- produktion)	<a href="https://www.kelbra.de/tourismus/stadt-und-brauereikellerfuehrung.html">https://www.kelbra.de/tourismus/stadt-und-brauereikellerfuehrung.html</a>
242	Knopfmacher- und Heimatmuseum Kelbra	Kelbra	LK Mansfeld- Südharz	ST	Museum	Textil/Kleidung	<a href="http://knopfmachermuseum-kelbra.de/">http://knopfmachermuseum-kelbra.de/</a>
243	Halde "Fortschrittsschacht"	Lutherstadt Eisleben	LK Mansfeld- Südharz	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge-	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=43:043-wolfschacht-spaeter-fortschrittsschacht&amp;Itemid=235">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=43:043-wolfschacht-spaeter-fortschrittsschacht&amp;Itemid=235</a>
244	KZ-Gedenkstätte Wansleben	Seegebiet Mansfelder Land	LK Mansfeld- Südharz	ST	Gedenkstätte	Salz	<a href="http://www.kz-wansleben.de/">http://www.kz-wansleben.de/</a>
245	Barabara-Schacht Pölsfeld (Karstwanderweg)	Pölsfeld	LK Mansfeld- Südharz	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge-	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=27:009-barbara-schacht-poelsfeld&amp;Itemid=235&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=27:009-barbara-schacht-poelsfeld&amp;Itemid=235&amp;showall=1</a>
246	Denkmal Krughütte Wimmelburg	Wimmelburg	LK Mansfeld- Südharz	ST	Technisches Denkmal	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=70:007-denkmal-krughuetten-in-wimmelburg&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=70:007-denkmal-krughuetten-in-wimmelburg&amp;showall=1</a>
247	Seilscheibe Eisleben	Eisleben	LK Mansfeld- Südharz	ST	Technisches Denkmal	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=84:055-bergbaudenkmal-seilscheibe-in-eisleben&amp;Itemid=479&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=84:055-bergbaudenkmal-seilscheibe-in-eisleben&amp;Itemid=479&amp;showall=1</a>
248	Zirkelschacht	Klostermansfeld	LK Mansfeld- Südharz	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge- landschaften	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=40:015-zirkelschacht&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=40:015-zirkelschacht&amp;showall=1</a>
249	(ehem.) Salziger See	Seegebiet Mansfelder Land	LK Mansfeld- Südharz	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge- landschaften	Bergbau/Tagebau	
250	Malakow-Turm Helbra	Helbra	LK Mansfeld- Südharz	ST	unklar/Leerstand	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=48:004-ernst-schachte-spaeter-walter-schneider-">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=48:004-ernst-schachte-spaeter-walter-schneider-</a>
251	Lutherhalde Wimmelburg	Wimmelburg	LK Mansfeld- Südharz	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge- landschaften	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.wimmelburg.de/verzeichnis/visitenkarte.php?mandat=35816">http://www.wimmelburg.de/verzeichnis/visitenkarte.php?mandat=35816</a>
252	"alte" Bergschule Eisleben	Eisleben	LK Mansfeld- Südharz	ST	gewerbliche Nutzung	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.eisleben.eu/eisleben_website/CMSContent/2014.nsf/content/homepage_tourismus_sehen_swuerdigkeiten_die_alte_bergschule.html?Open&amp;lang=">https://www.eisleben.eu/eisleben_website/CMSContent/2014.nsf/content/homepage_tourismus_sehen_swuerdigkeiten_die_alte_bergschule.html?Open&amp;lang=</a>
253	Neue Hütte Wimmelburg	Wimmelburg	LK Mansfeld- Südharz	ST	unklar/Leerstand	Bergbau/Tagebau	
254	Kornflaschen Friedeburger Hütte	Gerbstedt	LK Mansfeld- Südharz	ST	Technisches Denkmal	Bergbau/Tagebau	
255	Haldenlandschaft Otto-Schächte Haldenlandschaft Hüneburg	Wimmelburg	LK Mansfeld- Südharz	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge- landschaften	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=332:tour-4-eine-wanderung-zu-den-otto-schachten&amp;Itemid=605&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=332:tour-4-eine-wanderung-zu-den-otto-schachten&amp;Itemid=605&amp;showall=1</a>
256	Alte Kupferhütte Sangerhausen	Sangerhausen	LK Mansfeld- Südharz	ST	unklar/Leerstand	Bergbau/Tagebau	
257	Martins-Schächte Kreisfeld und Haldenlandschaft Kreisfeld	Kreisfeld	LK Mansfeld- Südharz	ST	Technisches Denkmal	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=47:066-martins-schachte-1-und-2&amp;Itemid=235&amp;showall=1">http://www.kupferspuren.eu/index.php?option=com_k2&amp;view=item&amp;id=47:066-martins-schachte-1-und-2&amp;Itemid=235&amp;showall=1</a>
258	Muldenstausee und Informationszentrum "Haus am See"	Muldenstausee	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Besucherzentrum	Bergbau/Tagebau	<a href="http://www.informationszentrum-hausamsee-schlaitz.de/de/hauptnavigation-has/startseite.html">http://www.informationszentrum-hausamsee-schlaitz.de/de/hauptnavigation-has/startseite.html</a>
259	Wasserzentrum Bitterfeld	Bitterfeld- Wolfen	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Besucherzentrum	Wasserversorgung	<a href="https://wasserzentrum-bitterfeld.de/">https://wasserzentrum-bitterfeld.de/</a>
260	Bitterfelderbogen	Bitterfeld- Wolfen	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Technisches Denkmal	Sonstiges	
261	Südzucker Zuckerfabrik	Zeitz	LK Burgenlandkreis	ST	gewerbliche Nutzung	Nahrungsmittel (- produktion)	<a href="https://www.suedzucker.de/de/unternehmen/standorte/zuckerfabriken-deutschland/zeitz">https://www.suedzucker.de/de/unternehmen/standorte/zuckerfabriken-deutschland/zeitz</a>

262	Altenburger Brauereimuseum	Altenburg	LK Altenburger Land	TH	Museum	Nahrungsmittel (-produktion)	<a href="https://www.brauerei-altenburg.de/de/">https://www.brauerei-altenburg.de/de/</a>
263	Interaktive KartenMACHERwerkstatt	Altenburg	LK Altenburger Land	TH	Veranstaltungsort/ Eventlocation	Papier/Druck	<a href="https://www.residenzschloss-altenburg.de/kartenmacherwerkstatt.html">https://www.residenzschloss-altenburg.de/kartenmacherwerkstatt.html</a>
264	"Kohlebahn Meuselwitz-Haselbach-Regis-Breitungen "	Meuselwitz	LK Altenburger Land	TH	Zugfahrten	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.kohlebahnen.de/">https://www.kohlebahnen.de/</a>
265	Kulturbahnhof Meuselwitz	Meuselwitz	LK Altenburger Land	TH	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
266	Hainbergsee	Meuselwitz	LK Altenburger Land	TH	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge- landschaften	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.altenburgerland.de/sixcms/detail.php?id=17346&amp;lang=de&amp;css_template=altenburgerland_css">https://www.altenburgerland.de/sixcms/detail.php?id=17346&amp;lang=de&amp;css_template=altenburgerland_css</a>
267	Ehem. Konsum - Kaufhaus Hilgasse 4-5	Altenburg	LK Altenburger Land	TH	unklar/Leerstand	Architektur/Wohnen	
268	Ehem. Knopffabrik Schmölln, Crimmitschauer Straße 50	Schmölln	LK Altenburger Land	TH	gewerbliche Nutzung	Textil/Kleidung	
269	Gewerbepark alte Fabrik	Altenburg	LK Altenburger Land	TH	Wohnen	Architektur/Wohnen	<a href="http://altefabrik.de/">http://altefabrik.de/</a>
270	Braunkohletagebau Profen	Hohennölsen	LK Burgenlandkreis	ST	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolge- landschaften	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.mibrag.de/">https://www.mibrag.de/</a>
271	Westwerk Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Mischnutzung	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	<a href="https://westwerk-leipzig.de/">https://westwerk-leipzig.de/</a>
272	Buntgarnwerke Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Mischnutzung	Textil/Kleidung	<a href="http://www.buntgarnwerke.de/">http://www.buntgarnwerke.de/</a>
273	Luftfahrt- und Technik-Museumspark Merseburg	Merseburg	LK Saalekreis	ST	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	
274	Bernsteinkabinett im Kreismuseum Bitterfeld	Bitterfeld-Wolfen	LK Anhalt-Bitterfeld	ST	Museum	Sonstiges	<a href="http://www.kreismuseum-bitterfeld.de/">http://www.kreismuseum-bitterfeld.de/</a>
275	Ferropolis	Gräfenhainichen	LK Wittenberg	ST	Museum	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.ferropolis.de/">https://www.ferropolis.de/</a>
276	Technikmuseum "Hugo Junkers"	Dessau-Roßlau	Stadt Dessau	ST	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://technikmuseum-dessau.org/">https://technikmuseum-dessau.org/</a>
277	Stahlhaus/ Siedlung Törten	Dessau-Roßlau	Stadt Dessau	ST	Wohnen	Architektur/Wohnen	<a href="https://www.bauhaus-dessau.de/de/index.html">https://www.bauhaus-dessau.de/de/index.html</a>
278	Werkssiedlung Piesteritz	Lutherstadt Wittenberg	LK Wittenberg	ST	Führung	Arbeitswesen	<a href="https://lutherstadt-wittenberg.de/kultur/sehenswuerdigkeiten/piesteritzer-werkssiedlung/">https://lutherstadt-wittenberg.de/kultur/sehenswuerdigkeiten/piesteritzer-werkssiedlung/</a>
279	Technikmuseum Magdeburg	Magdeburg	Stadt Magdeburg	ST	Museum	Sonstiges	<a href="https://www.magdeburg.de/technikmuseum">https://www.magdeburg.de/technikmuseum</a>
280	Wasserstraßenkreuz/ Schiffshebewerk Rothensee	Magdeburg	Stadt Magdeburg	ST	Technisches Denkmal	Schiffsverkehr	<a href="http://www.wasserstrassenkreuz.de/hebewerk.html">http://www.wasserstrassenkreuz.de/hebewerk.html</a>
282	Sächsisches Industriemuseum/ Industriemuseum Chemnitz	Chemnitz	Stadt Chemnitz	SN	Museum	Sonstiges	<a href="https://web.saechsisches-industriemuseum.com/">https://web.saechsisches-industriemuseum.com/</a>
288	Motorradmuseum im Schloss Augustusburg	Augustusburg	LK Mittelsachsen	SN	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.die-sehenswerten-drei.de/">https://www.die-sehenswerten-drei.de/</a>
289	Villa Esche	Chemnitz	Stadt Chemnitz	SN	Veranstaltungsort/ Eventlocation	Architektur/Wohnen	<a href="https://www.villaesche.de/">https://www.villaesche.de/</a>
290	Museum für Sächsische Fahrzeuge	Chemnitz	Stadt Chemnitz	SN	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://fahrzeugmuseum-chemnitz.de/">https://fahrzeugmuseum-chemnitz.de/</a>
291	Sächsisches Eisenbahnmuseum	Chemnitz	Stadt Chemnitz	SN	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.sem-chemnitz.de/">https://www.sem-chemnitz.de/</a>
292	Deutsches Pferdebahnmuseum Döbeln	Döbeln	LK Mittelsachsen	SN	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.doebelner-pferdebahn.de/WP/">https://www.doebelner-pferdebahn.de/WP/</a>
301	Stadt- und Bergmuseum Freiberg	Freiberg	LK Mittelsachsen	SN	Museum	Bergbau/Tagebau	<a href="https://museum-freiberg.de/">https://museum-freiberg.de/</a>
302	Reiche Zeche	Freiberg	LK Mittelsachsen	SN	Besucherbergwerk	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.silberbergwerk-freiberg.de/">https://www.silberbergwerk-freiberg.de/</a>
306	Sächsisches Nutzfahrzeugmuseum	Hartmannsdorf	LK Mittelsachsen	SN	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="http://www.nutzfahrzeugmuseum.de/">http://www.nutzfahrzeugmuseum.de/</a>
315	Historische Schauberelei Braunsdorf	Niederwiesa	LK Mittelsachsen	SN	Museum	Textil/Kleidung	<a href="https://historische-schauberelei-braunsdorf.de/">https://historische-schauberelei-braunsdorf.de/</a>
317	Museum Oederan "DieWeberei"	Oederan	LK Mittelsachsen	SN	Museum	Textil/Kleidung	<a href="https://www.oederan.de/tourismus-kultur/attraktionen-museen/die-weberei-museum-oederan">https://www.oederan.de/tourismus-kultur/attraktionen-museen/die-weberei-museum-oederan</a>
328	Deutsches Kleingärtnermuseum	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	Sonstiges	<a href="https://kleingarten-museum.de/de/">https://kleingarten-museum.de/de/</a>
330	Fahrzeugbau Stoye	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="http://stoyeleipzig.de/">http://stoyeleipzig.de/</a>
332	Historischer Straßenbahnhof Leipzig-Möckern	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.strassenbahnmuseum.de/">https://www.strassenbahnmuseum.de/</a>

333	Museum im Trafoshaus	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	<a href="https://historischer-elektromaschinenbau.de/index2.html">https://historischer-elektromaschinenbau.de/index2.html</a>
335	Messehalle 8	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Sonstiges	
336	Metallwarenfabrik J. Arthur Dietzold	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Ausstellungs- / Kulturzentrum/ Kreativstandort	Eisen, Stahl, Kupfer und Metall	
337	Ludwig Hupfeld AG	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Mischnutzung	Gebrauchsgüterherstellung	<a href="http://www.hupfeld-leipzig.de/home.html">http://www.hupfeld-leipzig.de/home.html</a>
338	Parkeisenbahn Auensee	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Zugfahrten	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.parkeisenbahn-auensee-leipzig.de/">https://www.parkeisenbahn-auensee-leipzig.de/</a>
339	Schulmuseum Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	Sonstiges	<a href="https://schulmuseum.leipzig.de/">https://schulmuseum.leipzig.de/</a>
340	Stadtgeschichtliches Museum Leipzig. HAUS BÖTTCHERGÄßCHEN	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Museum	Sonstiges	<a href="https://www.stadtgeschichtliches-museum-leipzig.de/">https://www.stadtgeschichtliches-museum-leipzig.de/</a>
341	Städtische Gasversorgungsanstalt	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Veranstaltungsort/ Eventlocation	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	
343	SVT Görlitz gGmbH	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	unklar/Leerstand	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.xn--svt-grlitz-icb.de/index.php/de/">https://www.xn--svt-grlitz-icb.de/index.php/de/</a>
344	Villa Hupfeld	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Mischnutzung	Architektur/Wohnen	
346	Museum Barockschloss Delitzsch	Delitzsch	LK Nordsachsen	SN	Museum	Arbeitswesen	
347	Feldbahn Glossen	Mügel	LK Nordsachsen	SN	Zugfahrten	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="http://www.feldbahn-glossen.de/">http://www.feldbahn-glossen.de/</a>
348	Tagebau Vereinigtes Schleenhain	Groitzsch	LK Leipzig	SN	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolgelandschaften	Bergbau/Tagebau	<a href="https://www.mibrag.de/">https://www.mibrag.de/</a>
349	Stöntzcher Höhe (Aussichtspunkt)	Pegau	LK Leipzig	SN	Industrielle Landschaften/ Bergbaufolgelandschaften	Bergbau/Tagebau	
350	Bockwindmühle Lupp	Wernsdorf	LK Nordsachsen	SN	Museum	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="http://www.wernsdorf.de/ortsteile/luppa/sehenswuerdigkeiten/bockwindmuehle.html">http://www.wernsdorf.de/ortsteile/luppa/sehenswuerdigkeiten/bockwindmuehle.html</a>
351	Bockwindmühle Bad Düben	Bad Düben	LK Nordsachsen	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.museumsdorf-duebener-heide.de/">https://www.museumsdorf-duebener-heide.de/</a>
352	Bockwindmühle Schmannewitz	Dahlen	LK Nordsachsen	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.muehlenverein-schmannewitz.de/">https://www.muehlenverein-schmannewitz.de/</a>
354	Paltrockwindmühle Schkortitz	Grimma	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="http://www.paltrockwindmuehle.de/">http://www.paltrockwindmuehle.de/</a>
355	Bockwindmühle Zeuckritz	Cavertitz	LK Nordsachsen	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.cavertitz.de/zeuckritz.html">https://www.cavertitz.de/zeuckritz.html</a>
356	Bergschiffmühle Bad Düben	Bad Düben	LK Nordsachsen	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.muehlen-nordsachsen.de/">https://www.muehlen-nordsachsen.de/</a>
357	Obermühle Bad Düben	Bad Düben	LK Nordsachsen	SN	Museum	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.museumsdorf-duebener-heide.de/">https://www.museumsdorf-duebener-heide.de/</a>
358	Turmwindmühle "Friedemann" Paschwitz	Doberschütz	LK Nordsachsen	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	
359	Museum Schiffmühle Höfgen	Grimma	LK Leipzig	SN	Museum	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.schiffsmuehle.de/aktivitaeten/museum-schiffmuehle">https://www.schiffsmuehle.de/aktivitaeten/museum-schiffmuehle</a>
360	Bockwindmühle Lindennaundorf	Markranstädt	LK Leipzig	SN	Mühle	Nahrungsmittel (-produktion) - Mühle	<a href="https://www.markranstaedt.de/de/bockwindmuehle-lindennaundorf/bockwindmuehle-lindennaundorf.html">https://www.markranstaedt.de/de/bockwindmuehle-lindennaundorf/bockwindmuehle-lindennaundorf.html</a>
361	Hängebrücke Grimma	Grimma	LK Leipzig	SN	Technisches Denkmal	Sonstiges	
362	Papiermuseum Fockendorf	Fockendorf	LK Altenburger Land	TH	Museum	Papier/Druck	<a href="http://www.papiermuseum.net/">http://www.papiermuseum.net/</a>
363	BMW Werk Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Erlebbar aktive Produktionsstätten/Betriebsführungen	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.bmwgroup-werke.com/leipzig/de/unser-werk/werkefuehrungen.html#ace-391381104">https://www.bmwgroup-werke.com/leipzig/de/unser-werk/werkefuehrungen.html#ace-391381104</a>
364	City-Tunnel Leipzig	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Erlebbar aktive Produktionsstätten/Betriebsführungen	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://leipzig-erleben.com/gruppen/stadtrundgang-leipzig/architektur-und-geschichte/der-tunnelblick-ein-jahrhundert-projekt-wurde-wirklichkeit/">https://leipzig-erleben.com/gruppen/stadtrundgang-leipzig/architektur-und-geschichte/der-tunnelblick-ein-jahrhundert-projekt-wurde-wirklichkeit/</a>
365	Blüthner Pianofabrik	Großpöna	LK Leipzig	SN	Erlebbar aktive Produktionsstätten/Betriebsführungen	Gebrauchsgüterherstellung	<a href="https://bluetnerleipzig.com/de/">https://bluetnerleipzig.com/de/</a>
366	Porsche Leipzig GmbH	Leipzig	Stadt Leipzig	SN	Erlebbar aktive Produktionsstätten/Betriebsführungen	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://shop.porsche-leipzig.com/werksbesichtigung">https://shop.porsche-leipzig.com/werksbesichtigung</a>
368	Flughafen Leipzig/Halle	Schkeuditz	LK Nordsachsen	SN	Erlebbar aktive Produktionsstätten/Betriebsführungen	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.mdf-ag.com/reisende-und-besucher/flughafen-leipzig-halle/shopping-und-erlebnis/fuehrungen/">https://www.mdf-ag.com/reisende-und-besucher/flughafen-leipzig-halle/shopping-und-erlebnis/fuehrungen/</a>

369	<b>Betriebshof Rosengarten der HAVAG</b>	Halle	Stadt Halle (Saale)	ST	Erlebbar aktive Produktionsstätten/Betriebsführungen	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://swh.de/stadtwerke/schule-bildung/angebote-%C3%BCr-schulen/betriebsbesichtigung/betriebshof-rosengarten">https://swh.de/stadtwerke/schule-bildung/angebote-%C3%BCr-schulen/betriebsbesichtigung/betriebshof-rosengarten</a>
370	<b>Altenburger Brauerei</b>	Altenburg	LK Altenburger Land	TH	Erlebbar aktive Produktionsstätten/Betriebsführungen	Nahrungsmittel (-produktion)	<a href="https://www.gastronomie-altenburger-brauerei.de/fuehrungen/uebersicht-fuehrungen">https://www.gastronomie-altenburger-brauerei.de/fuehrungen/uebersicht-fuehrungen</a>
371	<b>Straßenbahndepot Naumburg</b>	Naumburg	LK Burgenlandkreis	ST	Zugfahrten	Transport/ Straßenverkehr/ Mobilität	<a href="https://www.naumburger-strassenbahn.de/373/">https://www.naumburger-strassenbahn.de/373/</a>
372	<b>Erlebniswelt Köseener Spielzeug Manufaktur</b>	Bad Kösen	LK Burgenlandkreis	ST	Erlebbar aktive Produktionsstätten/Betriebsführungen	Gebrauchsgüterherstellung	<a href="https://www.koesener.de/erlebniswelt/">https://www.koesener.de/erlebniswelt/</a>
373	<b>Bauhaus Museum Dessau</b>	Dessau-Roßlau	Stadt Dessau	ST	Museum	Sonstiges	<a href="https://www.bauhaus-dessau.de/">https://www.bauhaus-dessau.de/</a>
374	<b>Porzellanmuseum</b>	Lutherstadt Wittenberg	LK Wittenberg	ST	Museum	Glas/ Keramik/ Porzellan	<a href="https://www.annaburg-porzellan.de">https://www.annaburg-porzellan.de</a>
375	<b>Futurea</b>	Lutherstadt Wittenberg	LK Wittenberg	ST	Museum	(Petro-)Chemie	<a href="https://www.futurea.de/">https://www.futurea.de/</a>
376	<b>Buchdruckmuseum Gräfenhainichen</b>	Gräfenhainichen	LK Wittenberg	ST	Museum	Papier/Druck	<a href="https://www.graefenhainichen.de/pages/kultur.html">https://www.graefenhainichen.de/pages/kultur.html</a>
377	<b>Historische Druckerstube in den Cranach-Höfen</b>	Lutherstadt Wittenberg	LK Wittenberg	ST	Ausstellungs-/ Kulturzentrum/ Kreativstandort	Papier/Druck	<a href="https://www.cranach-stiftung.de/de/">https://www.cranach-stiftung.de/de/</a>
378	<b>Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Dessau-Roßlau</b>	Stadt Dessau-Roßlau	Stadt Dessau	ST	Museum	Schiffsverkehr	
379	<b>Strommuseum der Stadtwerke Dessau</b>	Stadt Dessau-Roßlau	Stadt Dessau	ST	Museum	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	
380	<b>Industriedenkmal Kraftwerk Zschornowitz</b>	Gräfenhainichen	LK Wittenberg	ST	Technisches Denkmal	Energiegewinnung/ -versorgung/ Elektrizität	

## Anhang 3: Dokumentation Arbeitspaket 2 Tourismus

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine weiterführende Dokumentation des Arbeitspaketes 2 zum Tourismus in der Region. Diese ergänzt die Kapitel 2.3 und 4.2. Für eine bessere Lesbarkeit wurden die Folien im Querformat eingefügt.



# NEUE WEGE FÜR INNOVATION UND WERTSCHÖPFUNG

Strukturwandel in der Innovationsregion Mitteldeutschland

## INDUSTRIEKULTUR IN MITTEL- DEUTSCHLAND. STRATEGIE UND POTENZIALSTUDIE

Dokumentation Arbeitspaket 2: Tourismus

03.06.2022

Ein Projekt der

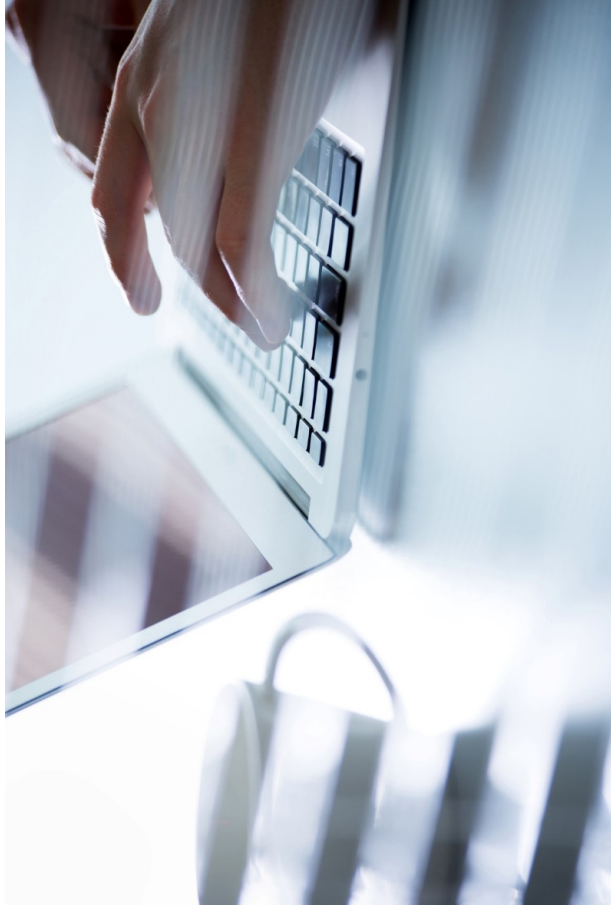


METROPOLREGION  
MITTELDEUTSCHLAND

## Inhalt

- ▶ Ergebnisse der Online-Befragung
- ▶ Steckbriefe der Benchmarkeinrichtungen

## Ergebnisse der Online-Befragung

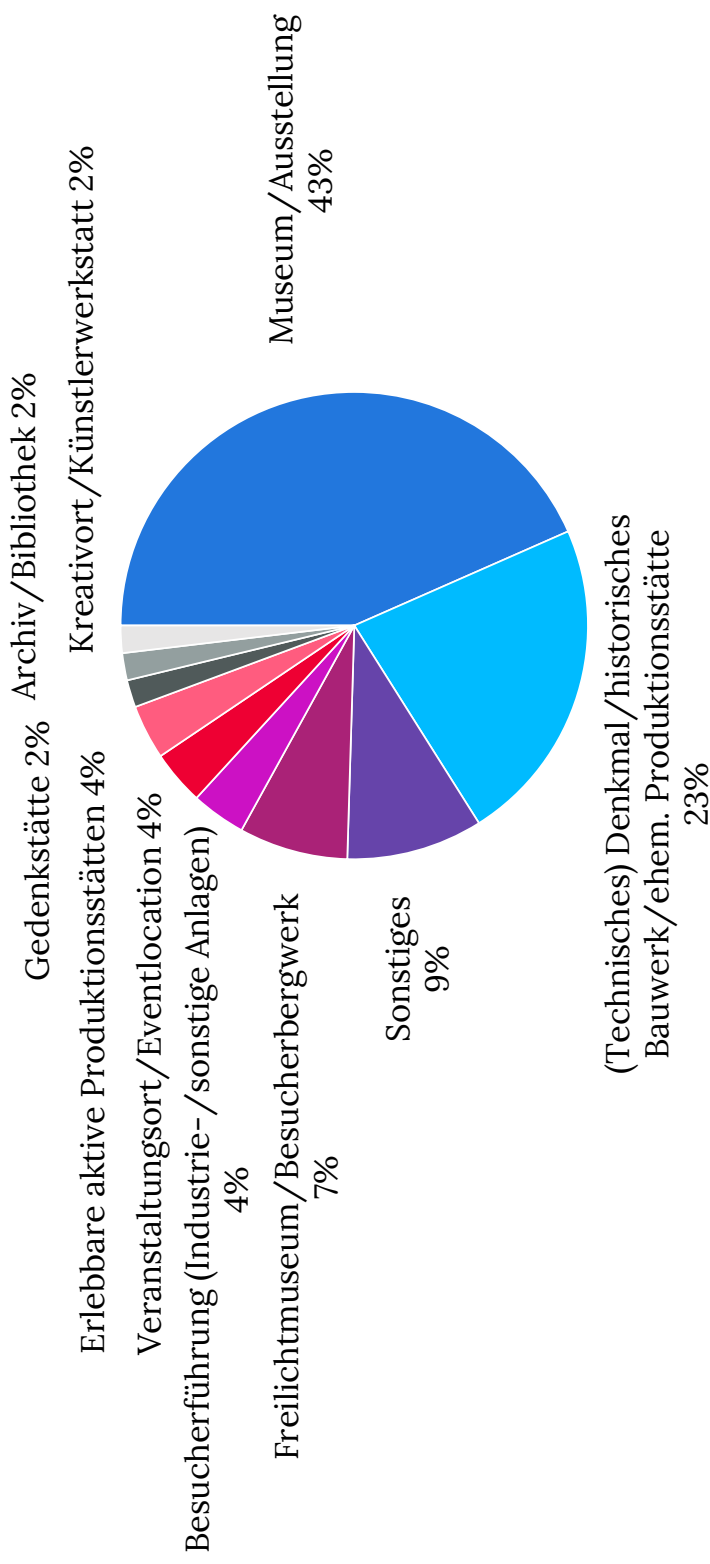


Bildquelle: freepik

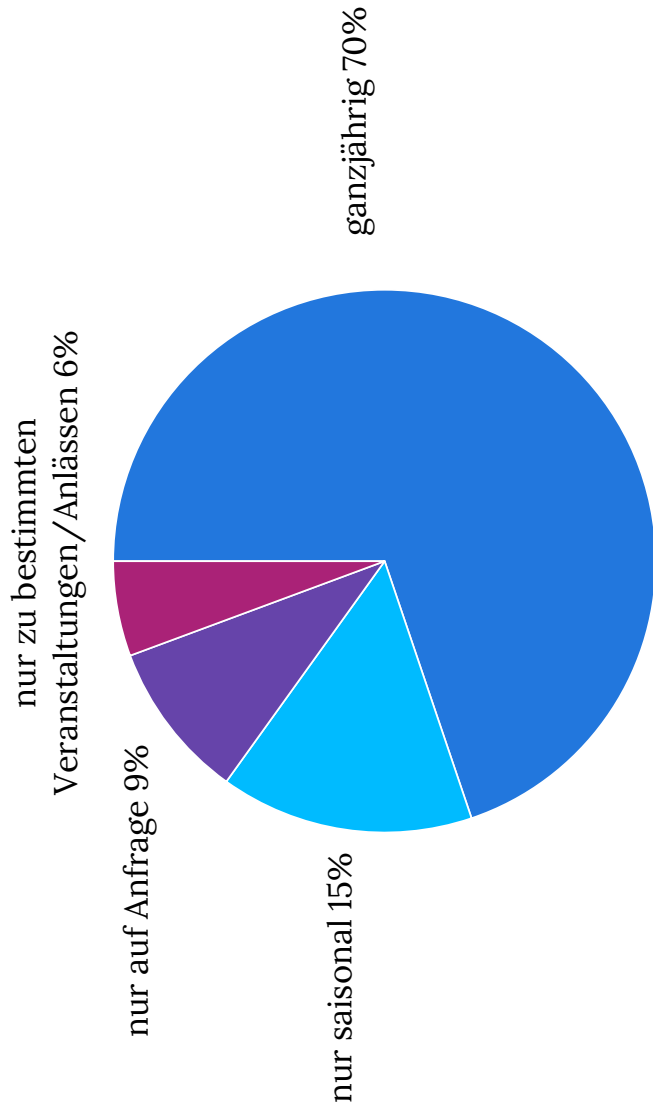
## Rahmendaten der Befragung

- ▶ Adressverteiler mit 199 Einrichtungen
- ▶ Zeitraum der Befragung:  
11. bis 20. Mai 2021
- ▶ Auswertung von 53 Fragebögen

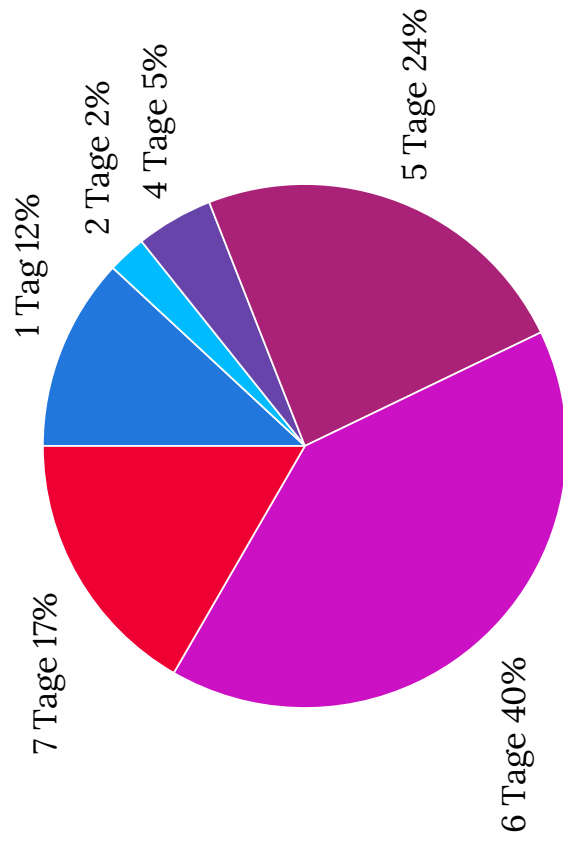
## Angebotskategorie der befragten Einrichtungen: Schwerpunkt Museen/Ausstellungen



## Der Großteil der Einrichtungen ist ganzjährig geöffnet

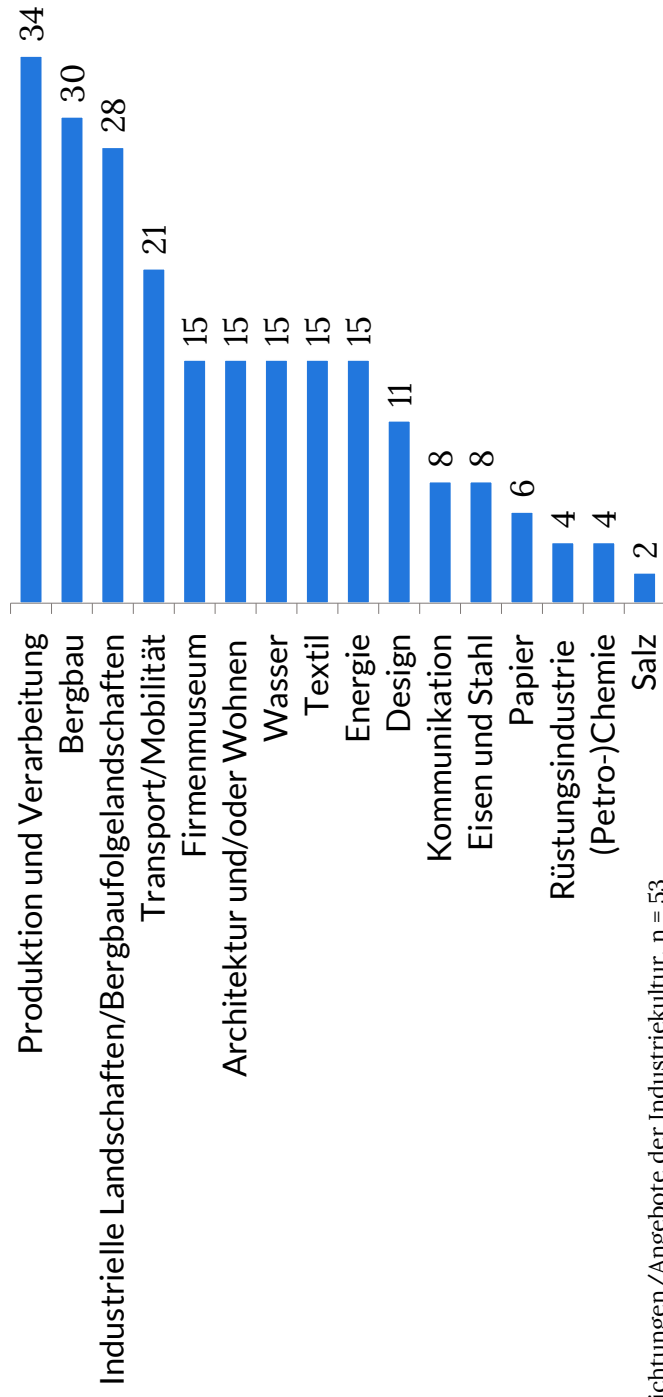


## Öffnungstage pro Woche



## Themenschwerpunkte: Produktion/Verarbeitung, Bergbau und Landschaften

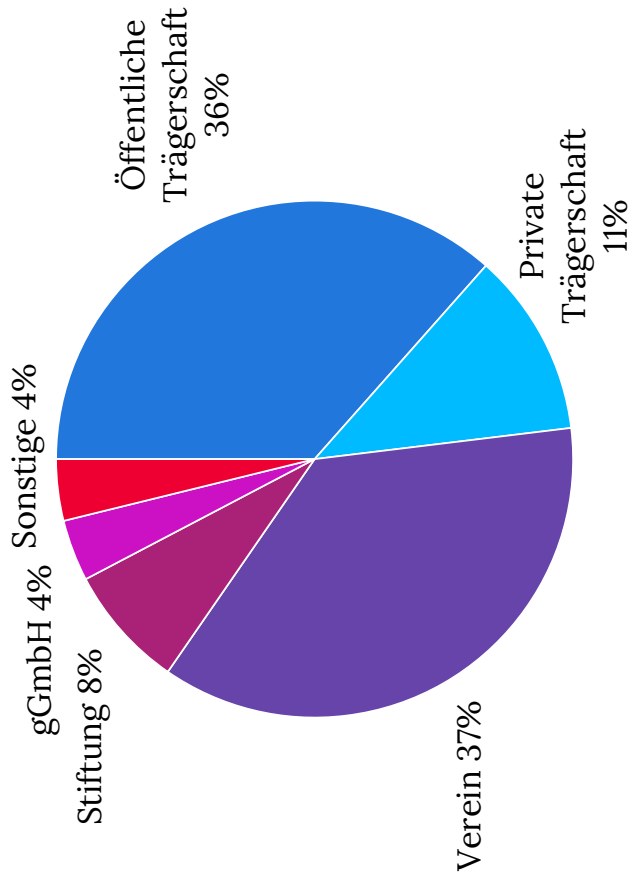
Bitte ordnen Sie Ihre Einrichtung einem oder mehreren der folgenden Themen zu.  
(Mehrfachnennungen, in %)





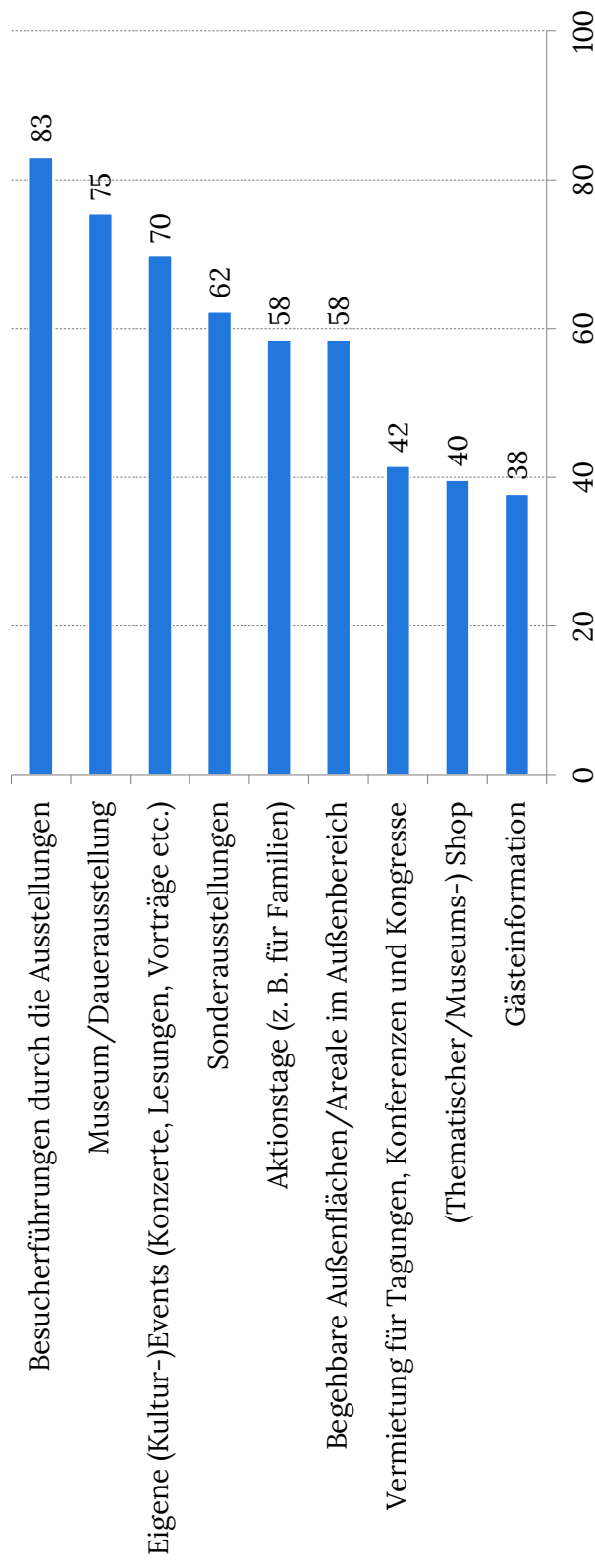
## Öffentliche Träger und Vereine überwiegen

Bitte machen Sie Angaben zur Trägerschaft Ihrer Einrichtung.



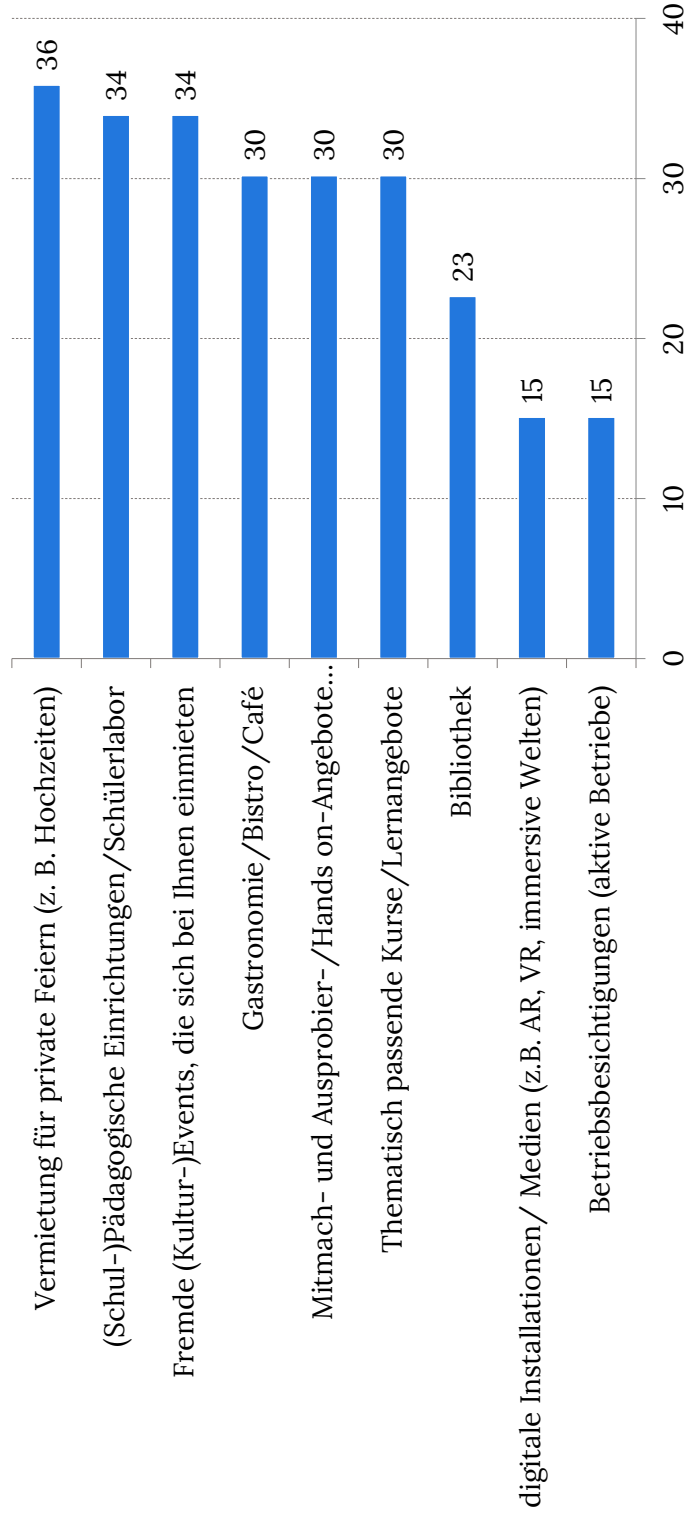
## Erlebnisangebote: Führungen, museale Angebote und Veranstaltungen (I)

Erlebnisangebote der Einrichtungen (Mehrfachnennung)



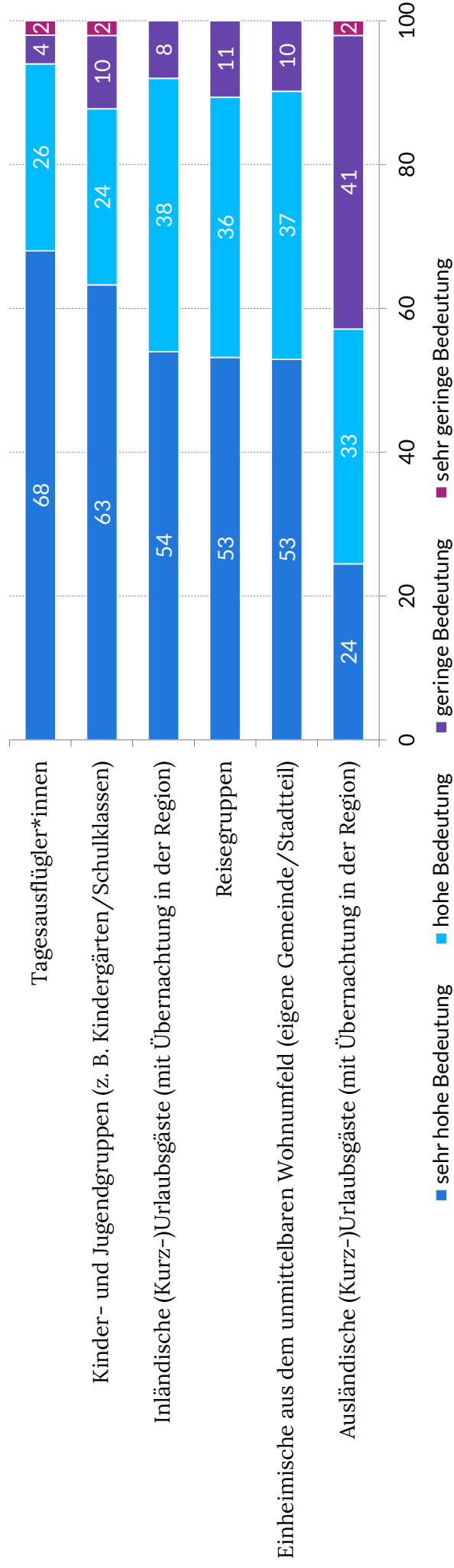
## Erlebnisangebote: Führungen, museale Angebote und Veranstaltungen (II)

Erlebnisangebote der Einrichtungen (Mehrfachnennung)

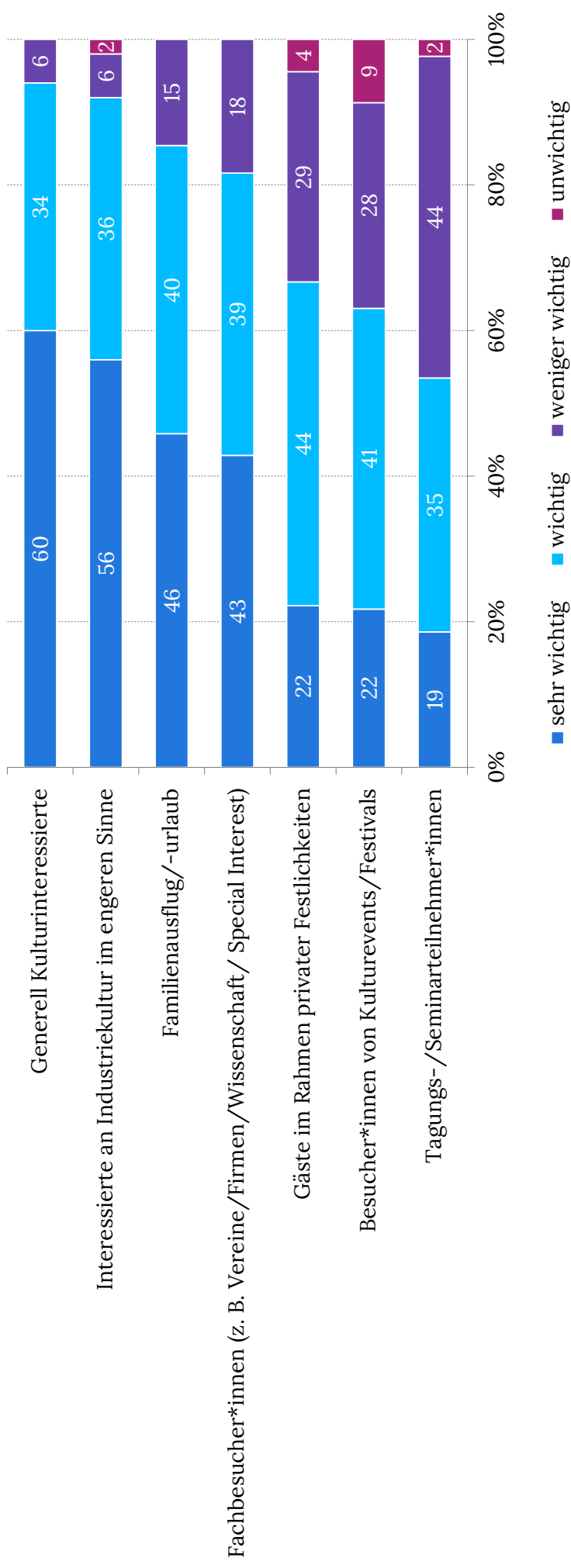


Quelle: Online-Befragung Einrichtungen/Angebote der Industriekultur, n = 53

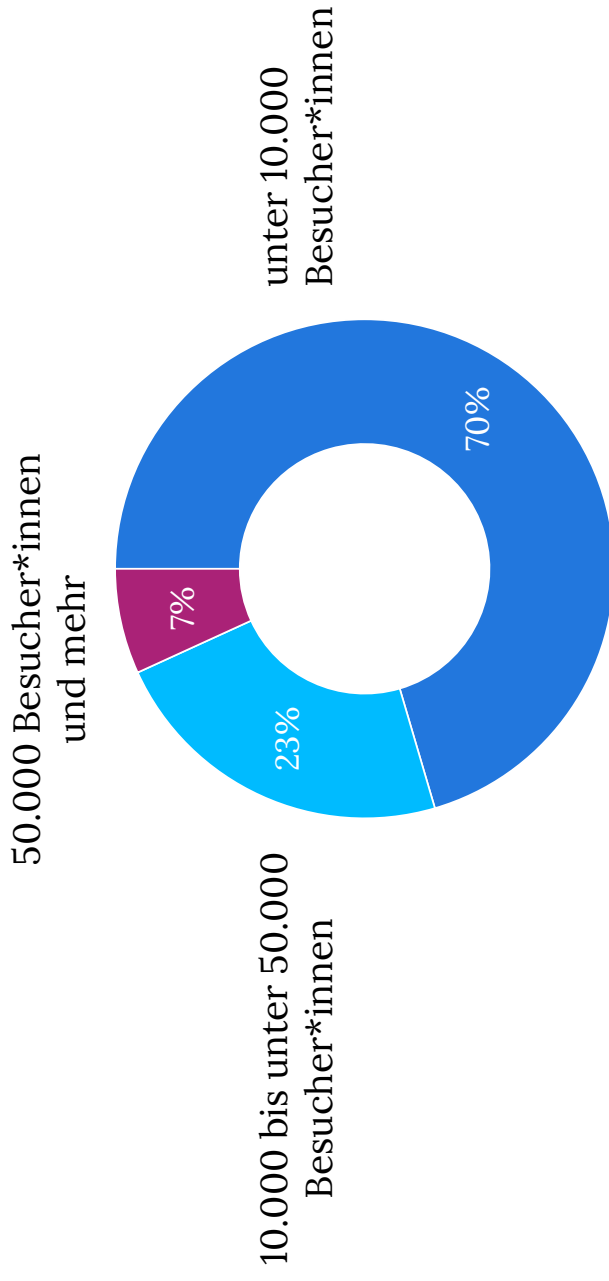
## Bedeutung der Besucher\*innenkategorien



## Bedeutung der Personen-/Besucher\*innengruppen



## Gesamtbesucherzahl der Einrichtungen 2019



## Positive Besucher\*innenentwicklung in den letzten Jahren

Wie haben sich ihre Besucher\*innenzahlen im Zeitraum 2014 bis 2019, also vor der Corona-Pandemie, entwickelt?



**67%** stark/leicht angestiegen

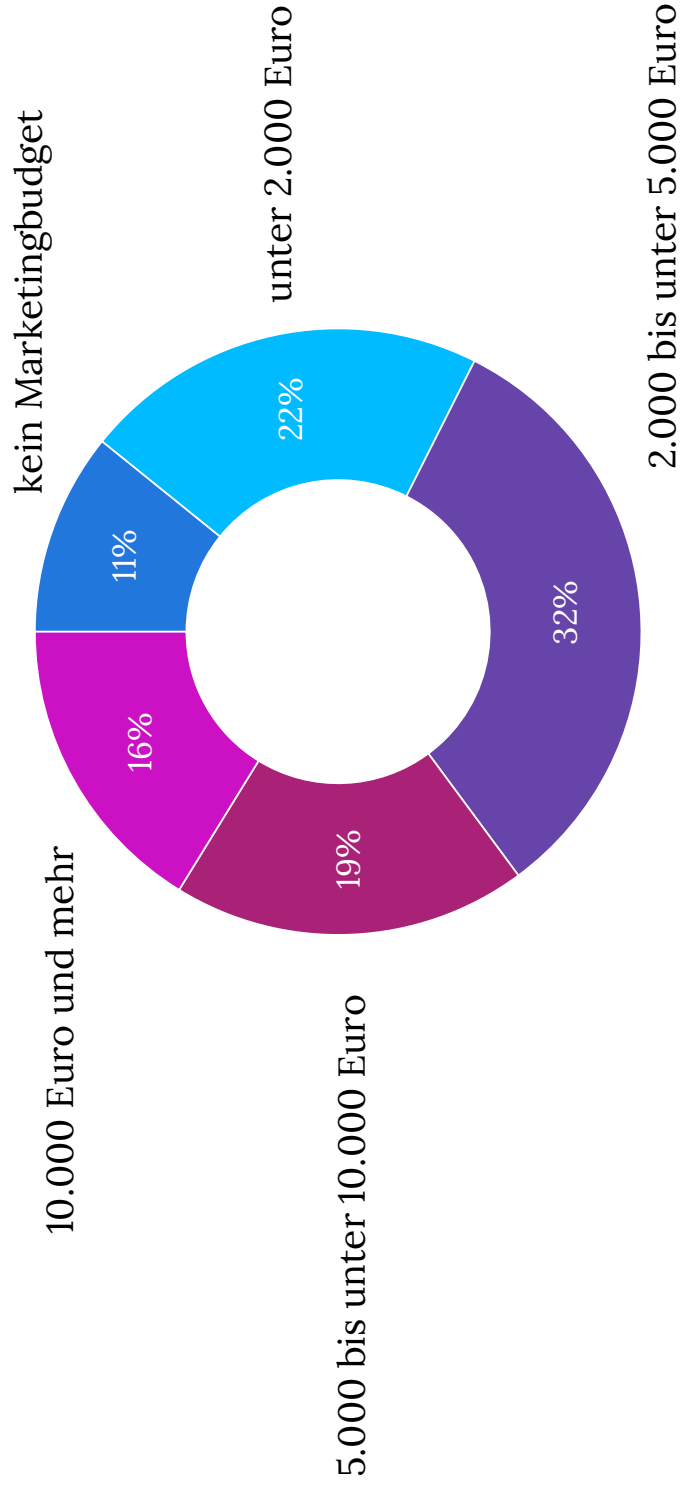


**24%** konstant



**9%** leicht/stark zurückgegangen

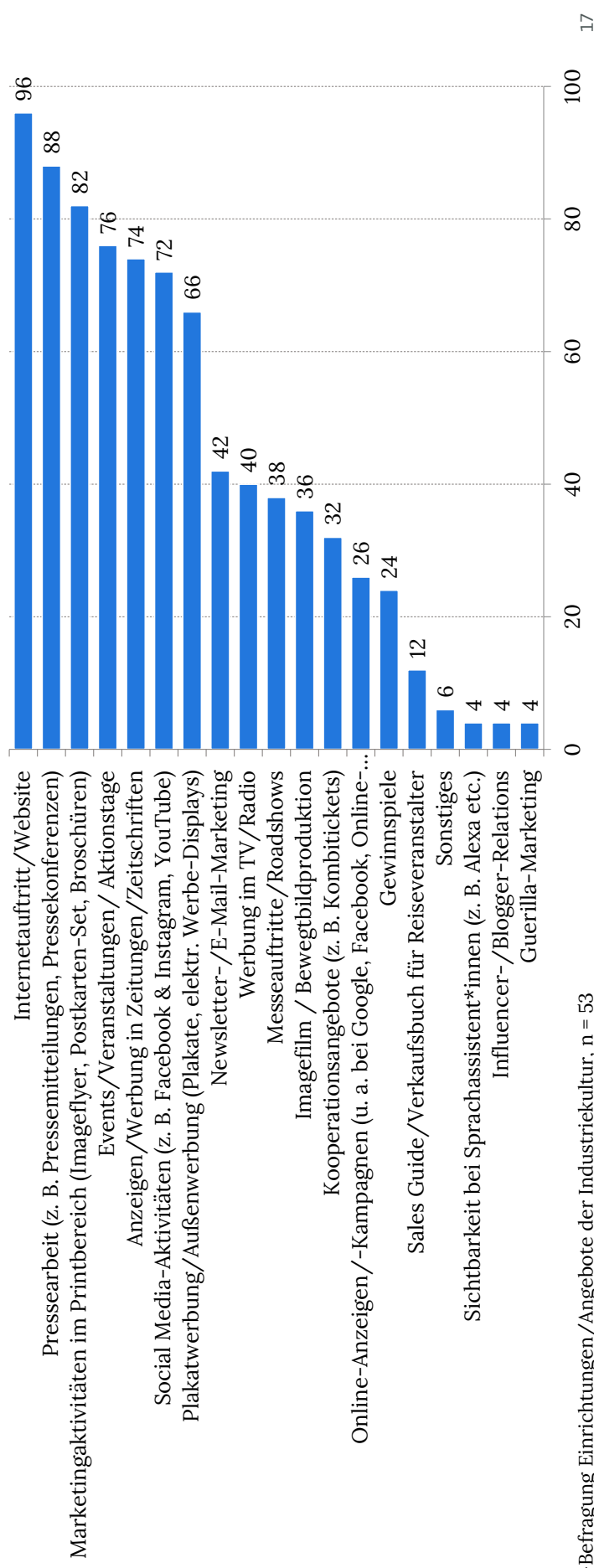
## Jährliches Marketingbudget der Einrichtungen





## Internetauftritt und Pressearbeit weit verbreitet

Welche Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen setzen Sie, entweder z. B. "in Eigenregie" oder aber auch mit z. B. Partner\*innen, ein? (Mehrfachnennungen, in %)



## Differenzierte Einschätzungen zur Kooperation zwischen Kultur und Tourismus

78%

bewerten die Kooperation ihrer Einrichtung mit **lokalen** touristischen Akteur\*innen/  
Tourismusorganisationen mit sehr gut/gut.

65%

bewerten die Kooperation ihrer Einrichtung mit **regionalen** touristischen Akteur\*innen/  
Tourismusorganisationen mit sehr gut/gut.

48%

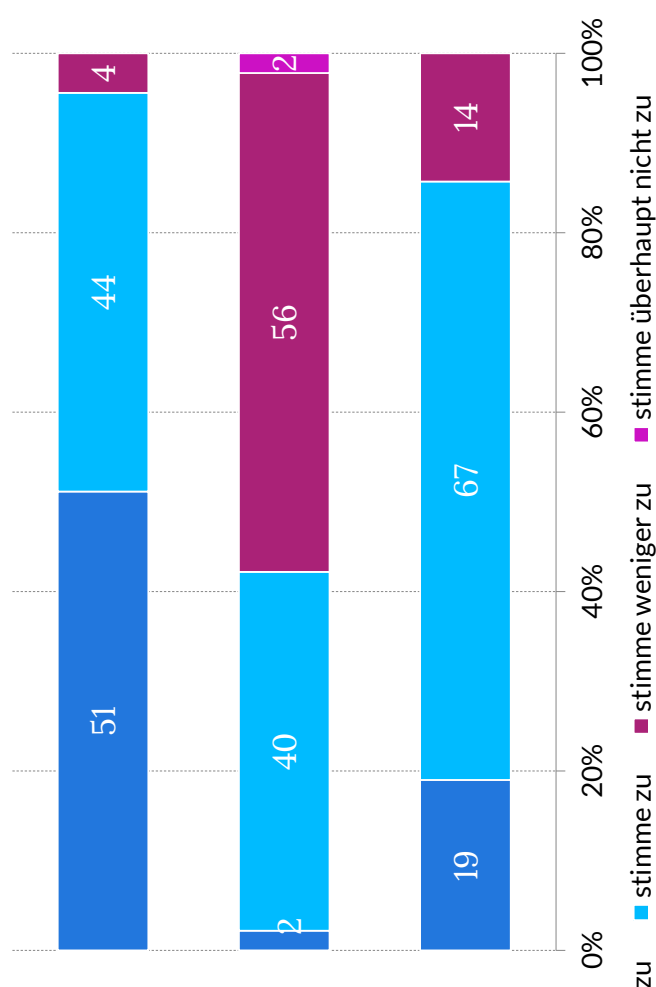
bewerten **generell** die Kooperation zwischen industriekulturellen und touristischen  
Akteur\*innen mit sehr gut/gut.

## Gestiegenes Interesse an Industriekultur trifft Potenziale bei Vermarktung und Entwicklung.

Das **Interesse der Nachfrager\*innen** an Industriekultur in Mitteldeutschland ist in den letzten Jahren gestiegen.

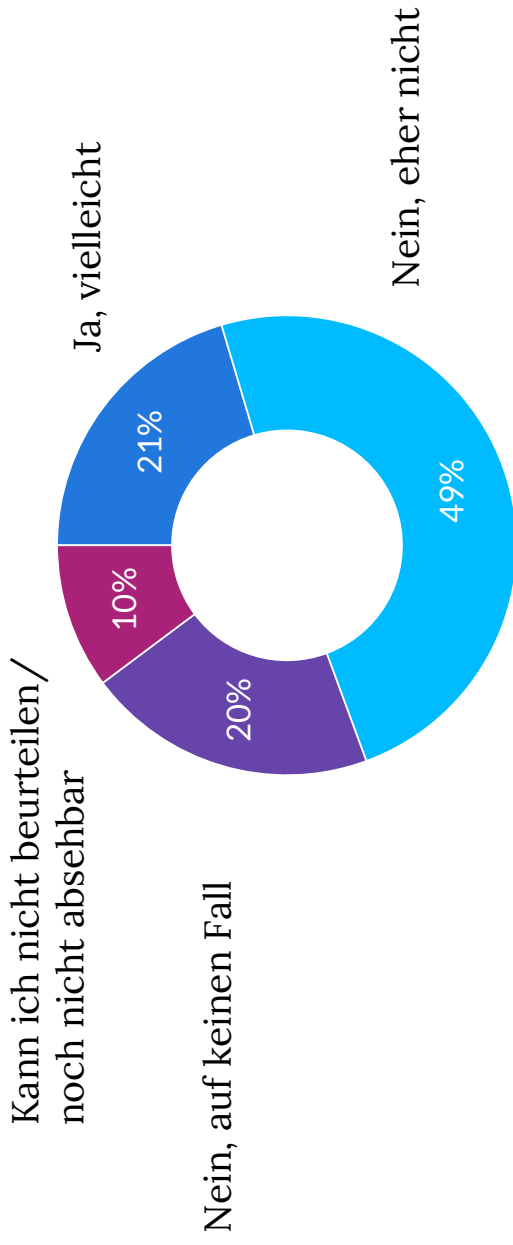
Das **industriekulturelle Angebot** genießt in der **touristischen Vermarktung** bereits einen hohen Stellenwert in Mitteldeutschland.

Industriekultur als **touristisches Thema** hat in Mitteldeutschland noch großes **Entwicklungspotenzial**.



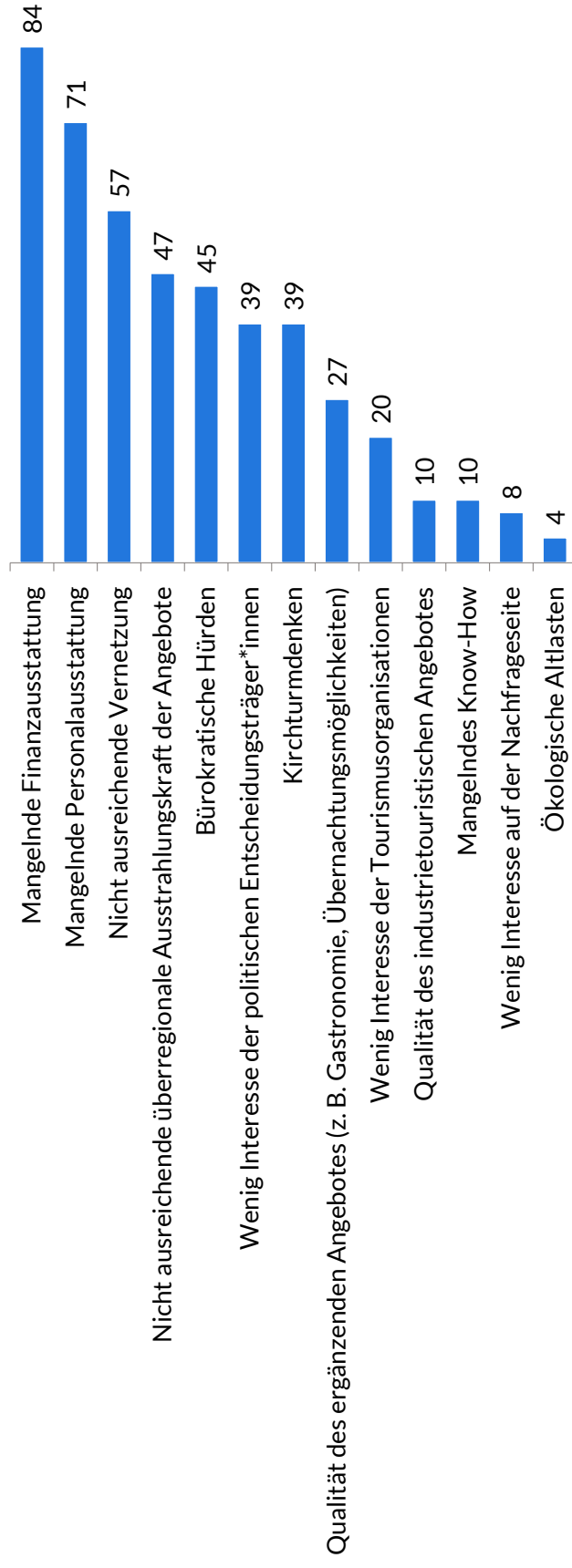
## Gefahr einer Angebotsausdünnung aus finanziellen Gründen?

Ist aus finanziellen Gründen in den nächsten Jahren die Existenz Ihrer Einrichtung/Ihres Angebots bedroht?



## Vor allem Geld- und Personalmangel hemmen die stärkere Erschließung - Vernetzung, Ausstrahlungskraft und Bürokratie als weitere Hürden

Was hemmt ggf. die stärkere Erschließung der industrietouristischen Potenziale in Mitteldeutschland?  
(Mehrfachnennung, in %)



## Steckbriefe der Benchmarkrichtungen



Bildquelle: freepik

## RUHRGEBIET



Standort  
Nordrhein-Westfalen,  
Deutschland



Betreiber  
Ruhr Tourismus GmbH



Website  
[www.ruhr-tourismus.de/de/industriekulturruhr.html](http://www.ruhr-tourismus.de/de/industriekulturruhr.html)

### INTERNETAUFTRITT



Auf der Internetseite der Ruhr Tourismus GmbH ist Industriekultur das zentrale Thema. Neben der Route der Industriekultur werden die Halden, Angebote unter dem Stichwort Sport & Aktiv, gastronomische Angebote in Industriedenkmälern sowie Kulturangebote vorgestellt. Emotionales Bildmaterial sowie ein Blog runden das Angebot ab.

### SOCIAL MEDIA



65.496  
Abonent\*innen



26.200  
Follower



8.072  
Follower




### #KULTRUHR - Industriekultur im Ruhrgebiet

Das Ruhrgebiet, einstige Industrie- und Bergbauregion, hat in den letzten 20 Jahren einen beeindruckenden Wandel hin zu einer Freizeit- und Kulturregion vollzogen. Rund 3.500 Industriedenkmäler zeugen von der industriellen Vergangenheit der Region. Viele von ihnen wurden aufgewertet und umgenutzt und werden heute freizeittouristisch als Kletterparks, Veranstaltungsorte oder Museen genutzt.

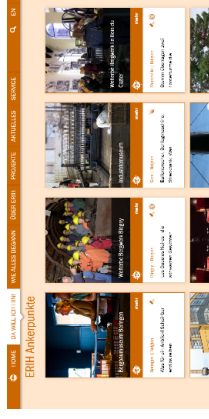
### BESONDERHEITEN UND ANREGUNGEN FÜR DIE IRMD

Die touristische Bedeutung der Industriekultur unterstreicht das Ruhrgebiet mit der eigenen Landingpage [industriekultur.ruhr](http://industriekultur.ruhr). Sie bietet interessierten Gästen Inspiration und Informationen auf einen Blick. Neben den thematischen Höhepunkten der Region und der verbindenden Route der Industriekultur gibt es hier zielgruppenspezifische Tipps. Mit attraktiven Themenkombinationen wie Sport & Aktiv oder Genuss wird das Thema Industriekultur erweitert. Die (themenübergreifende) WelcomeCard Ruhr kann direkt online erworben werden.

# ERIH - EUROPEAN ROUTE OF INDUSTRIAL HERITAGE

-  Standort(e)  
mehrere Hundert in ganz Europa
-  Betreiber  
ERIH - European Route of Industrial Heritage e.V.
-  Website  
[www.erih.de](http://www.erih.de)

## INTERNETAUFTRITT



Der zweisprachige Internetauftritt präsentiert anschaulich und nach gleichem Muster aufbereitet die einzelnen Angebote der Europäischen Route der Industriekultur. Vielfältige Filtermöglichkeiten erleichtern das Auffinden von Angeboten. Darüber hinaus gibt es Informationen zu Projekten, zum Verein selbst sowie einen News-Bereich.

## Touristisches Informationsnetzwerk zum

### industriekulturellen Erbe in Europa

Träger des Netzwerkes ist der ERIH-Verein mit über 300 Mitgliedern in 28 europäischen Ländern. Ankerpunkte bilden die virtuelle ERIH-Hauptroute und veranschaulichen die gesamte Bandbreite der europäischen Industriegeschichte.

Regionale Routen führen vertiefend in die Industriegeschichte von Landschaften, die von der Industrialisierung besonders geprägt wurden. Alle Standorte sind einer oder mehreren der nach Industriezweigen aufgebauten 16 Europäischen Themenrouten zugeordnet. ERIH ist als „Kulturroute des Europarates“ zertifiziert.

## SOCIAL MEDIA



8.993

Abonnet\*innen



–  
Follower






–  
Follower

## BESONDERHEITEN UND ANREGUNGEN FÜR DIE IRMD

ERIH bündelt die Informationen zu einzelnen industriekulturellen Einrichtungen und Regionen. Auch kleinere Einrichtungen werden damit sichtbar. Für den potenziellen Gast bietet ERIH Informationen und Überblick zur Industriekultur. Mit zahlreichen Filtermöglichkeiten lässt sich die Reise zur Industriekultur nach individuellen Interessen zusammenstellen: Ankerpunkte oder sämtliche Angebote, Länder und regionale Routen oder Subthemen der Industriekultur bzw. Europäische Themenrouten. Die Auswahl und persönliche Routenplanung ist mit einem eigenen Reiseplaner leicht möglich („Meine ERIH Route“).



# ROUTE DER TECHNISCHEN DENKMÄLER IN DER WOIWODSCHAFT SCHLESIEN

-  Standort(e) 40 Standorte in Schlesien
-  Betreiber Schlesische Tourismusorganisation
-  Website [www.zabytkitechniki.pl](http://www.zabytkitechniki.pl)

## INTERNETAUFTRITT



Der ausschließlich in polnischer Sprache verfügbare Internetauftritt stellt über Karten, attraktives Bildmaterial und Videos die einzelnen Standorte der Route vor. Jedes Angebot wird über einen kurzen Audioinput auf polnisch vorgestellt. Für fremdsprachige Informationen sind zwei Übersetzungsmaschinen auf der Seite integriert.

*Technika. To was zaskoczy.*  
(*Etwa: Technik. Es wird Sie überraschen.*)

Die Route der technischen Denkmäler in Schlesien verbindet 40 Standorte der Industriekultur. Sie umfasst Museen, Arbeiterkolonien und Betriebsstätten. Thematisch handelt es sich um Industriedenkmäler aus den Bereichen Bergbau, Metallindustrie, Textilindustrie, Lebensmittelindustrie, Energiegewinnung, Nachrichtentechnik und Eisenbahn. Die Route gilt als eines der wichtigsten Produkte der Woiwodschaft Schlesien. Seit 2010 ist die Route Teil der Europäischen Route der Industriekultur (ERIH). In der Vergangenheit hat sie bereits mehrere Preise für das beste touristische Produkt des Landes gewonnen.

## SOCIAL MEDIA

-  22.795  
Abonent\*innen
-  2.475  
Follower
-  467  
Follower

## BESONDERHEITEN UND ANREGUNGEN FÜR DIE IRMD

Die Route bündelt die technischen Denkmäler der Region auf einer zentralen Plattform. Der potenzielle Gast erhält hier eine gute Übersicht und kann sich mit dem Reiseplaner seine persönliche Reiseroute entlang der verzeichneten Einrichtungen nach persönlichen Interessen zusammenstellen. Zudem ergänzt die Route die Industriekultur mit weiteren Themen, indem sie beispielsweise typische regionale Gerichte vorstellt, auf Veranstaltungen aufmerksam macht und Gamificationansätze nutzt.

## Steirische Eisenstraße



Standort(e)  
16 Mitgliedsgemeinden in  
der Steiermark



Betreiber  
Verein Steirische Eisenstraße



Website  
[www.eisenstrasse.co.at](http://www.eisenstrasse.co.at)

### INTERNETAUFRITT



Der einsprachige Internetauftritt informiert über den Verein, über bergmännisches Brauchtum und montanhistorisches Erbe sowie thematisch passende Veranstaltungen und EU-Projekte. Dabei ist die Anmutung eher sachlich-nüchtern gehalten. Der Fokus wird auf Informationen gelegt, inspirierende Bilder oder ein touristischer Schwerpunkt sind nicht erkennbar.

### Zukunft und Kulturerbe. Montanhistorisches Erbe für die Zukunft bewahren (u. a.)

Die „Bräuche der Berg- und Hüttenleute an der Steirischen Eisenstraße“ wurden 2018 in das nationale Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes der Österreichischen UNESCO-Kommission aufgenommen. Als gemeinnützige Einrichtung kümmert sich der Verein Steirische Eisenstraße um die Förderung der wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklung im Vereinsgebiet unter Berücksichtigung des montan-historischen Erbes.“ Er betreibt eine eigene Incoming-Abteilung, die ein- oder mehrtägige Programme für Gruppenreisen in die Region zusammenstellt. Zudem beteiligt sich der Verein an EU-geförderten Projekten und wickelt über seine 100%-ige Tochter Erz & Eisen Regionalentwicklungs GmbH das LEADER-Programm für die Region ab.

### SOCIAL MEDIA



1.489

Abonent\*innen



-  
Follower










-  
Follower

### BESONDERHEITEN UND ANREGUNGEN FÜR DIE IRMD

Der Verein Steirische Eisenstraße wirkt mit seiner Arbeit stark nach innen. Er informiert über Brauchtum und historisches Erbe. Durch „aktivierende Kulturarbeit“ trägt er „zur Stärkung des regionalen Selbstbewusstseins“ bei und gibt „Anstöße zur schöpferischen Auseinandersetzung der Einwohner und Besucher der Region mit gegenwärtigen und künftigen Entwicklungen“. Mit der Zusammenstellung von „10 guten Gründen für eine lebendige Industrie- und Bergbaukultur“ betreibt der Verein Lobbyarbeit für das Thema in Politik und Wirtschaft, bei der Bevölkerung und weiteren Gruppen.

## BOLT TOWER (I)

	<b>Standort</b>	Ostrava-Vítkovice, Tschechien
	<b>Weltkulturerbe</b>	seit 2002 national cultural heritage
	<b>Betreiber</b>	DOV s.r.o.
	<b>Besucherzahlen</b>	1,3 Mio. (2016)

	<b>Eintrittspreise</b>	Besuch des Bolt Tower inkl. Hochofentour 230 CZK, ermäßigt 170 CZK; Besuch des Bolt Café (Kurztour) 200 CZK
	<b>Öffnungszeiten</b>	Täglich 10 – 18 Uhr (pandemiebedingt, vormals bis 22 Uhr)
	<b>Website</b>	<a href="http://www.dolnivitkovice.cz">www.dolnivitkovice.cz</a>

“Industrial architecture, education, culture, connecting communities in the heart of Europe”

Der einzigartige, über zwanzig Meter lange Überbau des Hochofens Nr. 1 erhebt sich auf eine Höhe von knapp 80 Metern. Ein äußerer Steg, der die einzelnen Höhenebenen verbindet, dreht sich um einen Glaszylinder, der an der Originalkonstruktion des Hochofens aufgehängt ist. Es gibt einen Aufzug, eine Wendeltreppe ein Café und Multifunktionsräume. Die mit Ferngläsern ausgestattete Dachterrasse bietet einen außergewöhnlichen Blick auf die Umgebung. Auf dem Gelände befinden sich zudem zahlreiche weitere Freizeit- und Kulturangebote, die teilweise durch externe Unternehmen betrieben werden.

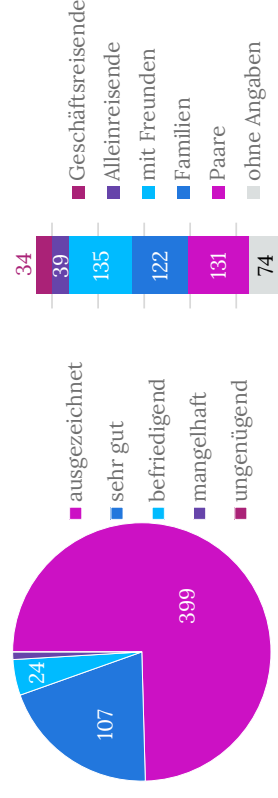
### SOCIAL MEDIA

	23.872
Abonnent*innen	
	5.742
Follower	
	1.287
Follower	

### BEWERTUNGEN TRIPADVISOR



535 BEWERTUNGEN\* INSGESAMT

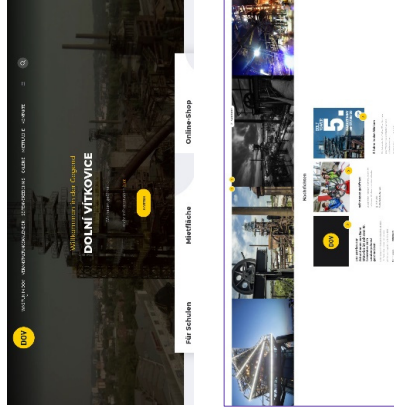


\* Bewertungen und Abonnent\*innen beziehen sich auf das gesamte Areal DOLNÍ VÍTKOVICE  
Abruf der Daten: März 2021



## BOLT TOWER (II)

### INTERNETAUFTRITT



Der dreisprachige Internetauftritt (tschechisch, polnisch, englisch) bietet in übersichtlicher Form Informationen zu den einzelnen zu besichtigenden Angeboten, zu Führungen, Gastronomie- und Beherbergungsangeboten, Events, Vermietung sowie sonstigen Angeboten. Bei der Orientierung auf dem Gelände hilft eine Übersichtskarte. Virtuelle Touren und Onlineticketing sind ebenfalls möglich.

### BESONDERHEITEN UND ANREGUNGEN FÜR DIE IRMD








Das Gelände des Bolt Towers bietet ein umfangreiches Angebot, das über Industriekultur i. e. S. deutlich hinausgeht. Zu den Einrichtungen gehören u. a. das Wissenschafts- und Technologiezentrum, mehrere Museen und der HopJump Park. Neben Vermittlung und Edutainment stehen (Kultur-) Veranstaltungen und Sportangebote im Fokus. Zudem gibt es diverse gastronomische Einrichtungen. Die informative dreisprachige Website bietet auch die Möglichkeiten, virtuelle Touren zu unternehmen sowie Tickets online zu erwerben. Für touristische Anfragen gibt es eine direkte Ansprechperson.

### (ERLEBNIS-)ANGEBOTE DER EINRICHTUNG\*

	Museum/Dauerausstellung
	Sonderausstellung
	(Kultur-)Events
	Vermietung im MICE-Bereich
	Vermietung für private Feiern
	Begehbare Außenflächen/Außenbereich
	Besucherführungen durch die Ausstellungen
	Betriebsbesichtigungen
	Pädagogische Einrichtungen/Schülerlabor
	Thematisch passende Kurse/Lernangebote
	Mitmach-/Ausprobier-/Hands on-Angebote
	digitale Installationen/Medien
	Aktionstage
	Gastronomie/Bistro/Café
	Gästeeinformation
	(Thematischer/Museums-) Shop
	Bibliothek
	Sonstige Angebote

\*gesamtes Gelände

# BERGBAUGEBIET DES GROBEN KUPFERBERGS/ FALUN MINE (I)

	<b>Standort</b>	Falun, Schweden		<b>Eintrittspreise</b>	Die Preise unterscheiden sich je nach Ticketpaket, Ermäßigungen für Senior*innen, Student*innen und Kinder.
	<b>Weltkulturerbe</b>	seit 2001 ein Teil des Weltkulturerbes Falun-Kopparbergslagen		<b>Öffnungszeiten</b>	Das Besucherzentrum und das Bergwerksmuseum haben täglich geöffnet. Die Öffnungszeiten variieren nach Saison. (19. 06-15.08 von 09.30-17.30/16. 08-30.09 von 10.00-16.00)
	<b>Betreiber</b>	Stiftung Stora Kopparberget (Falu Gruva)		<b>Website</b>	<a href="http://www.falugruva.se">www.falugruva.se</a>
	<b>Besucherzahlen</b>	k. A.			

„Discover a thousand years of history“  
Die Falun Mine hat eine tausend Jahre alte Geschichte und ist seit 2001 Teil des Weltkulturerbes Falun-Kopparbergslagen. Das Minenmuseum war das erste technische Museum in Schweden. Es erzählt die komplette Geschichte der Falun-Mine vom Wikingeralter als der Bergbau startete bis zum Zeitpunkt der Anerkennung als Weltkulturerbe 2001. Es bietet viele Möglichkeiten, das Leben unter der Erde selbst auszuprobieren. Neben dem Museum können auch die alten Schächte 67 Meter unter der Erde im Rahmen von Führungen besichtigt werden. Auf dem Außengelände gibt es rund um die Grube lange Spazierwege mit Infotafeln und Aussichtspunkten.

## SOCIAL MEDIA

 6.345 Abonnet\*innen

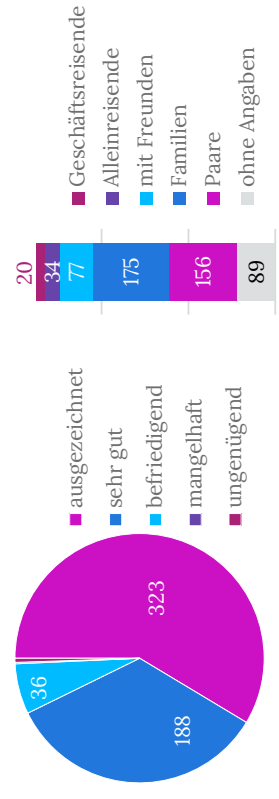
 1.894 Follower

 279 Follower



## BEWERTUNGEN TRIPADVISOR

551 BEWERTUNGEN INSGESAMT



Abwurf der Daten: März 2021



## BERGBAUGEBIET DES GROBEN KUPFERBERGS/ FALUN MINE (II)

### INTERNETAUFTRITT





















Der Internetauftritt in schwedischer und (reduziert) in englischer Sprache stellt das Angebot mit ansprechenden Texten und hochwertigem Bildmaterial vor. Eintrittskarten für das Museum und die Grubentour können online erworben werden. Die Buchungsmaske gibt es allerdings nur in schwedischer Sprache. Informationen zu stattfindenden Veranstaltungen stehen ebenfalls nur in schwedischer Sprache zur Verfügung. Informationen zu gastronomischen Angeboten sind auch in englischer Sprache verfügbar.








### BESONDERHEITEN UND ANREGUNGEN FÜR DIE IRMD

Die weitgehend zweisprachige Website fällt durch eine starke Verkaufsorientierung auf. Der „Tickets“-Button ist nahezu omnipräsent und führt direkt zu den beiden online buchbaren Packages. Für die Erlebbarkeit der Mine und des Lebens unter Tage sorgen interaktive Ausstellungen für Jung und Alt. Das Leben unter Tage kann hier direkt „ausprobiert“ werden.

### (ERLEBNIS-)ANGEBOTE DER EINRICHTUNG

-  Museum / Dauerausstellung
-  Sonderausstellung
-  (Kultur-)Events
-  Vermietung im MICE-Bereich
-  Vermietung für private Feiern
-  Begehbare Außenflächen / Außenbereich
-  Besucherführungen durch die Ausstellungen
-  Betriebsbesichtigungen
-  Pädagogische Einrichtungen / Schülerlabor
-  Thematisch passende Kurse / Lernangebote
-  Mitmach- / Ausprobier- / Hands on -Angebote
-  digitale Installationen / Medien
-  Aktionstage
-  Gastronomie / Bistro / Café
-  Gästeinformation
-  (Thematischer / Museums-) Shop
-  Bibliothek
-  Sonstige Angebote

## NATIONAL MUSEUM WALES (I)

	<b>Standort</b>	Wales, Vereinigtes Königreich		<b>Eintrittspreise</b>	Alle Museen sind kostenfrei.
	<b>Weltkulturerbe</b>	kein Weltkulturerbe-Status		<b>Öffnungszeiten</b>	Alle Museen haben von 10-17 Uhr geöffnet. Die Öffnungstage unterscheiden sich jedoch, die Museen haben an 3-6 Tagen pro Woche geöffnet.
	<b>Betreiber</b>	k. A.		<b>Website</b>	<a href="http://www.museum.wales">www.museum.wales</a>
	<b>Besucherzahlen</b>	1,8 Mio. (04/2019-03/2020)			

**„Inspiring People, Changing Lives“**

Zum National Museum Wales gehören sieben Museen, die unterschiedliche Themenschwerpunkte wie Geschichte (Römisches Reich), Kunst, Naturkunde und Industriegeschichte haben. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der industriellen Entwicklung von Wales. Hier können u. a. eine Kohlemine im Big Pit National Coal Museum und die Geschichte der Textilindustrie in Wales im National Wool Museum erlebt werden.

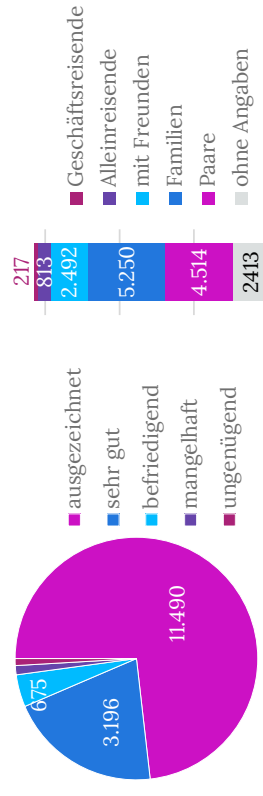
### SOCIAL MEDIA

	6.795
Abonnent*innen	
	4.787
Follower	
	17.542
Follower	



### BEWERTUNGEN TRIPADVISOR

15.699\* BEWERTUNGEN INSGESAMT



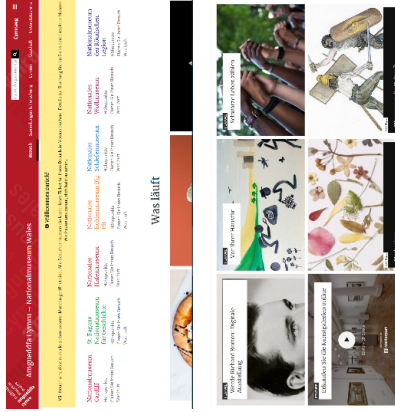
\* Summe der Bewertungen für alle 7 Museen  
\*\* Gilt nicht für das National Roman Legion Museum  
Abruf der Daten: März 2021





## NATIONAL MUSEUM WALES (II)

### INTERNETAUFTRITT





















Die sieben zum National Museum Wales gehörenden Museen werden auf der Website einzeln, aber nach einem identischen, übersichtlichen Muster vorgestellt. Neben den Highlights des jeweiligen Museums gibt es Informationen zum Besuch vor Ort, zu Veranstaltungen, zu pädagogischen Angeboten und zur Vermietung. Eine Ticketbuchung für den kostenfreien Zutritt ist online möglich. Der Internetauftritt ist in englischer und in walisischer Sprache verfügbar. Reduzierte Informationen in vereinfachtem Layout stehen darüber hinaus in deutscher, spanischer, französischer, chinesischer und japanischer Sprache zur Verfügung.

### BESONDERHEITEN UND ANREGUNGEN FÜR DIE IRMD








Auffallend ist die ausführliche Information über die ausgesprochen strategischen Herangehensweise, in deren Mittelpunkt die Besucher\*innen stehen. Dazu gehören die Vision „Inspiring People, Changing Lives“, eine eigene Visitor Experience Strategy und eine Visitor Experience Charta. Die Grundlage bilden u. a. Befragungen von Mitarbeitenden und Besucher\*innen. Zudem tragen Schulungen von Teammitgliedern mit direktem Gästekontakt dazu bei, die Basis- und Servicequalität permanent zu verbessern. Insbesondere für Schulklassen bietet das National Museum Wales zahlreiche Lern- und Informationsangebote an, und zwar sowohl digital als auch vor Ort.

### (ERLEBNIS-)ANGEBOTE DER EINRICHTUNG

-  Museum/Dauerausstellung
-  Sonderausstellung
-  Eigene (Kultur-)Events
-  Vermietung im MICE-Bereich
-  Vermietung für private Feiern
-  Begehbare Außenflächen/Außenbereich
-  Besucherführungen durch die Ausstellungen
-  Betriebsbesichtigungen
-  Pädagogische Einrichtungen/Schülerlabor
-  Thematisch passende Kurse/Lernangebote
-  Mitmach- /Ausprobier- /Hands on-Angebote
-  digitale Installationen/Medien
-  Aktionstage
-  Gastronomie /Bistro/Café
-  Gästeinformation
-  (Thematischer/Museums-) Shop
-  Bibliothek
-  Sonstige Angebote



# WELTKULTURERBE ZECHHE ZOLLVEREIN (I)

-  **Standort** Essen, Nordrhein-Westfalen, Deutschland  **Eintrittspreise**
-  **Weltkulturerbe** seit 2001 auf der UNESCO Welterbeliste  **Öffnungszeiten**
-  **Betreiber** Stiftung Zollverein  **Website**
-  **Besucherzahlen** 1,3 Mio. (2018)

Das Gelände ist jederzeit kostenfrei zugänglich. Die meisten Einrichtungen und Angebote (Museen, Führungen, etc.) sind jedoch kostenpflichtig.

Die Einrichtungen sind ganzjährig (mit Ausnahme einzelner Schließtage) geöffnet. Die individuellen Öffnungszeiten der Einrichtungen variieren.

[www.zollverein.de](http://www.zollverein.de)

**„Die schönste Zeche der Welt“**

Die Zeche Zollverein war einst die größte und leistungsstärkste Steinkohlezeche der Welt und die größte Zentralkokerei Europas. Sie erstreckt sich über eine Fläche von 100 ha. Die Industriegeschichte kann individuell oder im Rahmen einer Führung erlebt werden. Im Denkmalpfad Zollverein lässt sich der Weg der Kohle in den authentisch erhaltenen Anlagen der Zeche und Kokerei nachvollziehen. Über die 3,5 km lange Ringpromenade und die umliegenden Radwege kann das Gelände auch gut mit dem Fahrrad erkundet werden. Auf dem Gelände der Zeche Zollverein befinden sich noch weitere Freizeiteinrichtungen.

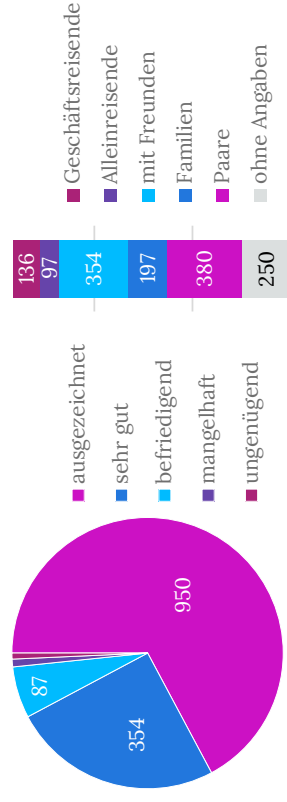
## SOCIAL MEDIA

-  43.219 Abonnet\*innen
-  11.400 Follower
-  6.393 Follower

## BEWERTUNGEN TRIPADIVISOR



1.414 BEWERTUNGEN INSGESAMT

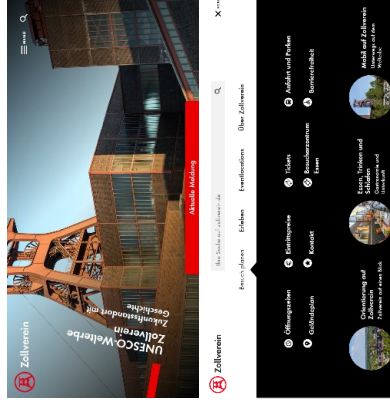


Abruf der Daten: März 2021



## WELTKULTURERBE ZECHER ZOLLVEREIN (II)

### INTERNETAUFTRITT





















Der ansprechende, zweisprachige Internetauftritt (deutsch, englisch) bietet ein breites Informationsspektrum zum Angebot der Zeche Zollverein, filterbar für unterschiedliche Zielgruppen. Neben den Informationen zum (Besichtigungs-)Angebot enthält die Website einen Veranstaltungskalender, Informationen zu Übernachtungs- und Gastronomieangeboten, Hinweise zum Thema Anfahrt und Parken sowie zur Barrierefreiheit. Der druckbare Geländeplan erleichtert die Orientierung auf dem großen Gelände. Auch Informationen zur Zollverein App finden sich auf der Website. Ein Online-Ticketing ist ebenfalls vorhanden.

### BESONDERHEITEN UND ANREGUNGEN FÜR DIE IRMD


Die Zeche Zollverein bietet eine umfangreiche Angebotspalette für verschiedene Zielgruppen, die sie professionell vermarktet. Viele dieser Angebote reichen auch über das Thema Industriekultur hinaus: von Kunst und Kultur (u. a. Museen und Konzerte) über Sport- und Aktivangebote sowie Naturerlebnisse (u. a. Radfahren, Schwimmbad, Soccer Golf, Eisbahn, Naturpfad) bis hin zu Gastronomie und Beherbergung im authentischen Ambiente. 12 Eventlocations können für Veranstaltungen unterschiedlicher Formate angemietet werden. Hinzu kommen ein selbstbewusster, hochwertiger, informativer und zweisprachiger Außenauftritt sowie direkte Ansprechpersonen für touristische Belange.

### (ERLEBNIS-)ANGEBOTE DER EINRICHTUNG

-  Museum/Dauerausstellung
-  Sonderausstellung
-  (Kultur-)Events
-  Vermietung im MICE-Bereich
-  Vermietung für private Feiern
-  Begehbare Außenflächen/Außenbereich
-  Besucherführungen durch die Ausstellungen
-  Betriebsbesichtigungen
-  Pädagogische Einrichtungen/Schülerlabor
-  Thematisch passende Kurse/Lernangebote
-  Mitmach-/Ausprobier-/Hands on-Angebote
-  digitale Installationen/Medien
-  Aktionstage
-  Gastronomie/Bistro/Café
-  Gästeformation
-  (Thematischer/Museums-) Shop
-  Bibliothek
-  Sonstige Angebote

# KÖNIGLICHE SALZBERGWERKE WIELICZKA UND BOCHNIA (I)

 **Standort** Wieliczka, Polen

 **Weltkulturerbe** seit 1978 auf der UNESCO Welterbeliste

 **Betreiber** k. A.

 **Besucherzahlen** k. A.

 **Eintrittspreise**

Die Einrichtungen sind kostenpflichtig. Kinder unter 4 Jahre sind kostenfrei. Für Kinder über 4 Jahre und Jugendliche sowie für Senioren gibt es ermäßigte Tickets.

 **Öffnungszeiten**

Individualbesucher\*innen können die Touristen- oder Bergmannsroute sowie das Salzgravierwerk täglich von 10 bis 18 Uhr besuchen.

 **Website**

[www.salzbergwerkwieliczka.de](http://www.salzbergwerkwieliczka.de)

## SOCIAL MEDIA

 204.694  
Abonnet\*innen

 4.979  
Follower

 -  
Follower

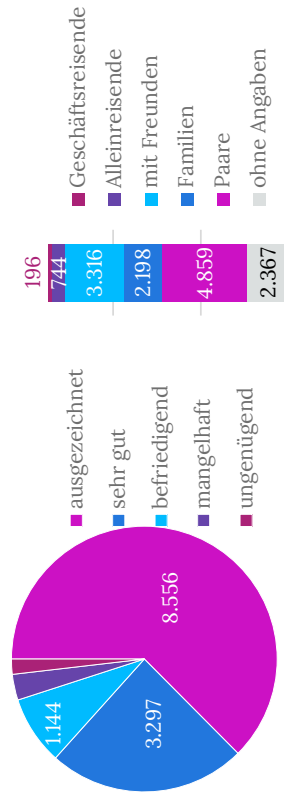
„Ein Bergwerk voller Emotionen, Erlebnisse und Erinnerungen“

Die Königlichen Salzbergwerke Wieliczka und Bochnia liegen 15 km südlich von Krakau und sind eine der ersten Welterbestätten in Polen. Sie zählen zu den größten Touristenattraktionen in Polen. Auf der 3 km langen Touristenroute können unterirdische Gänge und Kammern, kleine Seen und Skulpturen besichtigt werden. Unterirdisch werden auch Konzerte veranstaltet, zudem gibt es ein unterirdisches Restaurant und Übernachtungsmöglichkeiten. Das Heilklima wird darüber hinaus zur Behandlung von Atemwegserkrankungen genutzt.

## BEWERTUNGEN TRIPADVISOR



13.680 BEWERTUNGEN INSGESAMT

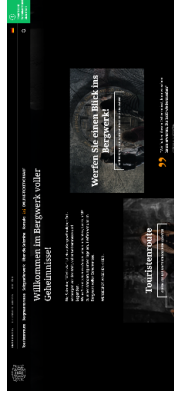
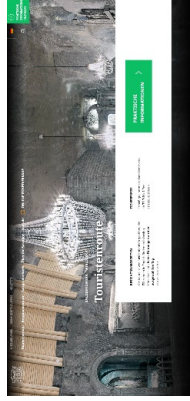


Abruf der Daten: März 2021



## KÖNIGLICHE SALZBERGWERKE WIELICZKA UND BOCHNIA (II)

### INTERNETAUFTRITT



Der Internetauftritt stellt sowohl für Einzelbesucher\*innen als auch organisierte Gruppen übersichtlich die wichtigsten Informationen für einen Besuch zusammen. Durch Videos und beeindruckendes Bildmaterial macht er Lust auf einen Besuch der königlichen Salzbergwerke. Die Internetseite gibt es in sieben Sprachen (polnisch, englisch, deutsch, russisch, französisch, italienisch und spanisch).

### BESONDERHEITEN UND ANREGUNGEN FÜR DIE IRMD

Die Salzmine „Wieliczka“ präsentiert sich online mehrsprachig und mit ansprechenden Fotos, Videos sowie virtuellen Rundgängen. Eintrittskarten können direkt online erworben werden. In der Einrichtung können Besucher\*innen zusätzlich zu den normalen Besuchsmöglichkeiten unter Tage sowohl Kulinarik erleben als auch übernachten. Zudem sind Tagungen, Seminare, Fortbildungen oder Konferenzen mit bis zu 700 Personen ebenso möglich wie große Partys mit mehreren hundert Teilnehmenden oder private Feierlichkeiten.


### (ERLEBNIS-)ANGEBOTE DER EINRICHTUNG

 Museum/Dauerausstellung

 Sonderausstellung


 (Kultur-)Events

 Vermietung im MICE-Bereich

 Vermietung für private Feiern

 Begehbare Außenflächen/Außenbereich

 Besucherführungen durch die Ausstellungen

 Betriebsbesichtigungen

 Pädagogische Einrichtungen/Schülerlabor

 Thematisch passende Kurse/Lernangebote

 Mitmach-/Ausprobier-/Hands on-Angebote

 digitale Installationen/Medien

 Aktionstage

 Gastronomie/Bistro/Café

 Gästeformation

 (Thematischer/Museums-) Shop

 Bibliothek

 Sonstige Angebote



INNOVATIONSREGION  
MITTELDEUTSCHLAND

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Metropolregion Mitteldeutschland Management GmbH  
Schillerstraße 5 ▶ 04109 Leipzig  
Tel.: 0341/600 16-0 ▶ Fax: 0341/600 16-13  
[innovationsregion@mitteldeutschland.com](mailto:innovationsregion@mitteldeutschland.com)

[www.innovationsregion-mitteldeutschland.com](http://www.innovationsregion-mitteldeutschland.com)

Ein Projekt der



METROPOLREGION  
MITTELDEUTSCHLAND

## Anhang 4: Archive und Dokumentationsstätten

### Archive

Archive sind das Gedächtnis der Gesellschaft und Teil unserer Kultur. Sie übernehmen und erfassen systematisch Schrift-, Bild- und Tonträger sowie elektronische Speichermedien, sie ordnen und erschließen diese Archivalien, sie bewahren die Archivalien dauerhaft auf und stellen sie zur Verfügung. Durch die Aufbewahrung und Erschließung der vorhandenen Zeugnisse schaffen Archive die Voraussetzungen für die Rechtssicherung und die gemeinsame Erinnerung.

Dauerhaft aufbewahrt (= archiviert) werden Unterlagen *verpflichtend* aufgrund von Rechtsvorschriften zur Rechtswahrung, für Zwecke der Gesetzgebung, Verwaltung oder Rechtsprechung oder der Sicherung berechtigter Belange von Betroffenen oder Dritter und *selbstverpflichtend* als Bestandteil unserer Kultur für das Verständnis der Gegenwart und der Geschichte sowie für Wissenschaft und Forschung.

Wirtschaftsarchive sind das Gedächtnis der Wirtschaft. Als Wirtschaftsarchiv bezeichnet man Unternehmensarchive, Archive von Kammern und Wirtschaftsverbänden, Branchenarchive sowie regionale Wirtschaftsarchive. Regionale Wirtschaftsarchive übernehmen und bewahren (historisch) bedeutendes Archivgut der Privatwirtschaft aus einer Region oder einem Wirtschaftsraum.

Da historische Quellen aus der Privatwirtschaft in staatlichen Archiven nicht systematisch überliefert sind bzw. dort nur die Sicht des Staates überliefert ist, obliegt es der Wirtschaft, für Rechtssicherheit und Erinnerungskultur der Wirtschaft zu sorgen und das Wissen über Unternehmertum, wirtschaftliches Handeln und Einflüsse der Wirtschaft auf unsere Kultur zu bewahren, zu erschließen, zu erforschen und zu vermitteln.

Wirtschaftsarchive erhalten dieses Wissen und damit einzigartiges Kulturgut. Indem sie ihre Bestände für die Forschung nutzbar machen, leisten sie einen wichtigen Beitrag für die Erforschung und das Erinnern regionaler Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte.

Wirtschaftsarchive sind immer auch Serviceeinrichtungen für die Wirtschaft. Sie beraten Unternehmen, Verbände und Kammern beim Aufbau und Erhalt unternehmenseigener Archive sowie in allen Fragen der Unternehmensgeschichte. Wirtschaftsarchive sind auch wissenschaftliche Forschungseinrichtungen oder kooperieren eng mit jenen. Sie forschen zur Kammer-, Verbands- sowie Unternehmens- und Unternehmensgeschichte und pflegen Beziehungen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft.

In der Region existieren mit dem Sächsischen Wirtschaftsarchiv in Leipzig (Neugründung 1993) sowie dem Thüringer Wirtschaftsarchiv für Nord- und Mittelthüringen in Erfurt (Gründung 2010) zwei regionale Wirtschaftsarchive. Daneben existieren in der Region einige professionell geführte Unternehmensarchive in Verantwortung der Unternehmen (zum Beispiel das Archiv der Leipziger Messe, das Zeiss-Archiv oder das Schott-Archiv). Aus dem Bereich der staatlichen Verwaltung sowie von in der DDR verstaatlichten Unternehmen bewahren auch die staatlichen Archive in der Region Mitteldeutschland Wirtschaftsbestände auf.

Im Vergleich zu anderen Industrieregionen sowie vor dem Hintergrund der Bedeutung des mitteldeutschen Wirtschaftsraumes in Geschichte und Gegenwart und des darauf

gründenden Selbstverständnisses von Politik, Wirtschaft und der hier lebenden Menschen ist die bestehende Struktur nicht ausreichend, um diesen Anspruch einzulösen.

#### *Dokumentationsstätten*

Dokumentationsstätten konzentrieren sich auf das professionelle Nachweisen, Aufbereiten sowie Übermitteln von Informationen und Wissen. Ihre Arbeit umfasst die Auswahl, formale Erschließung und Speicherung von Wissensquellen, die Umsetzung der Wissensquellen in andere Darstellungsformen sowie die Nutzung und Verteilung von Informationen, die aktive Vermittlung und Vermarktung des gespeicherten Wissens. Forschungseinrichtungen, große Unternehmen, Medien (Rundfunk, Fernsehen, Verlage) und kommerzielle Datenbankanbieter bieten den institutionellen Rahmen für Dokumentationsstätten. Forschungs- und Dokumentationseinrichtungen haben einen Träger und sind der Öffentlichkeit zugänglich, zwischen Auftraggeber und Nutzer besteht eine enge Bindung, ihr systematisches Arbeiten zielt auf Dauerhaftigkeit.

Beispielhaft seien das Leibniz-Institut für Länderkunde, Leipzig (Sammlung von Luftbildern, Plänen und Postkarten), die Universitäts- und Landesbibliothek Halle mit relevanten Nachschlagewerken (Zeitschrift für das Berg-, Hütten- und Salinenwesen) oder Forschungsarbeiten zur regionalen Wirtschaftsgeschichte aus dem ersten Drittel des 20. Jahrhunderts, die Fotoagentur punctum oder die geplante Dokumentationsstelle am Institut für Strukturwandel und Nachhaltigkeit an der Universität Halle genannt.

Dokumentationsstätten sind als Netzwerkpartner für die Forschung von Interesse und ergänzen die Archivlandschaft.



INNOVATIONSREGION  
MITTELDEUTSCHLAND

## Kontakt

Metropolregion Mitteldeutschland Management GmbH  
Schillerstraße 5  
04109 Leipzig

Handlungsfeld Tourismus und Kultur

Annett Kautz

0341 / 600 16 – 265  
kautz@mitteldeutschland.com

[www.mitteldeutschland.com](http://www.mitteldeutschland.com)  
[www.innovationsregion-mitteldeutschland.com](http://www.innovationsregion-mitteldeutschland.com)

Ein Projekt der



METROPOLREGION  
MITTELDEUTSCHLAND