

Tourismus-Studien

Sachsen-Anhalt

13

Industrietourismus in Sachsen-Anhalt

**Kulturtouristisches und industriegeschichtliches
Rahmenkonzept**

Magdeburg-München 2003

Vorwort	7
1 Wegmarken der industriellen Entwicklung in Sachsen-Anhalt	8
2 Industrietourismus - Charakterisierung eines relativ jungen Marktes	11
2.1 Allgemeine Einführung	11
2.2 Gegenwärtige Bedeutung.....	13
2.3 Allgemeine Handlungsempfehlungen für die Entwicklung des Industrietourismus	14
2.3.1 Eignungsprüfung	14
2.3.2 Profil-Findung	14
2.3.3 Das Botschafter-Konzept	15
2.3.4 Darstellungsformen	16
2.3.5 Touristische Vermarktung der Industriekultur.....	17
2.3.6 Verbund-Marketing.....	17
3 Benchmarks des Industrietourismus	19
3.1 Alte Völklinger Hütte im Saarland.....	19
3.1.1 Industriegeschichtlicher Hintergrund	19
3.1.2 Die touristische Inwertsetzung	19
3.1.3 Zukunftsperspektiven	21
3.2 Die Route der Industriekultur im Ruhrgebiet	22
3.2.1 Touristische Entwicklung im Allgemeinen	22
3.2.2 Die Route der Industriekultur im Speziellen	25
3.2.3 Perspektiven	28
3.3 Ironbridge Gorge Museum in Mittelengland	28
3.3.1 Industriegeschichtlicher Hintergrund	28
3.3.2 Die Geschichte der touristischen Inwertsetzung	29
3.3.3 Museumsstruktur und -organisation	32
3.3.4 Museumsmarketing	34
4 Entwicklungskonzept Industrietourismus in Sachsen-Anhalt	35
4.1 Die Grundlagen	35
4.2 Die Grundzüge der Konzeption.....	37
4.3 Landesweite Themen und Routen	39
5 Destinationen des Industrietourismus in Sachsen-Anhalt	42
5.1 Route 1: Historische Bergbauregion Harz.....	42
5.1.1 Kristallisationspunkt: UNESCO-Weltkulturerbe Rammelsberg Goslar.....	43
5.1.2 Ankerpunkte	46
5.1.2.1 Ankerpunkt Drei Kronen und Ehrt Elbingerode	47
5.1.2.2 Ankerpunkt Fürst Stolberg Hütte Ilsenburg	49
5.1.2.3 Ankerpunkt Röhrigschacht Wettelrode (Kupferschieferbergbau/Sangerhäuser Revier) ..	51
5.1.2.4 Ankerpunkt Bergwerksmuseum Grube Glasebach Straßberg	57
5.1.2.5 Die Harzer Schmalspurbahnen als verbindendes Element.....	60

5.2	Route 2 : Mitteldeutsche Innovationsregion	61
5.2.1	Kristallisationspunkt: UNESCO-Weltkulturerbe Bauhaus Dessau	62
5.2.2	Ankerpunkte	65
5.2.2.1	Ankerpunkt Brikettfabrik "Hermannschacht" Zeitz.....	66
5.2.2.2	Ankerpunkt Deutsches Chemie-Museum Merseburg.....	68
5.2.2.3	Ankerpunkt Industrie- und Filmmuseum Wolfen	72
5.2.2.4	Ankerpunkt Ferropolis - Stadt aus Eisen Gräfenhainichen	74
5.2.2.5	Ankerpunkt Technikmuseum Hugo Junkers Dessau	76
5.3	Weitere Themen des Industrietourismus in Sachsen-Anhalt	79
5.3.1	Wasser - Blaues Band.....	79
5.3.1.1	Ankerpunkt Wasserstraßenkreuz Magdeburg.....	79
5.3.2	Zucker	81
5.3.3	Salz - Gesundheitstourismus	81
5.3.3.1	Ankerpunkt Technisches Halloren- und Salinemuseum Halle/ Saale	81
5.3.3.2	Ankerpunkt Solebad Salzelmen/ Schönebeck	82
5.3.4	Weitere Objekte entlang industrietouristischer Themen.....	83
6	Zukünftiger Handlungsrahmen	84
6.1	Schaffung von Planungssicherheit	84
6.2	Objektübergreifendes Innenmarketing	84
6.3	Koordination der Vermarktung	85
7	Einbindung Sachsen-Anhalts in die Europäische Route der Industriekultur (ERIH)	86
7.1	Beschreibung von Leitidee, Organisation und Ziel.....	86
7.2	Die Chancen der historischen Bergbauregion Harz und der Mitteldeutschen Innovationsregion in der Europäischen Route der Industriekultur.....	87
8	Literaturauswahl.....	89
9	Adressenverzeichnis.....	96

Vorwort

Im Tourismus setzt Sachsen-Anhalt konsequent und nachweisbar mit Erfolg auf Themenmarketing. Das gilt für alle Geschäftsfelder, die im Jahr 2000 im „Handbuch des Tourismus in Sachsen-Anhalt“ festgeschrieben wurden. Besonders deutlich wird das aber bei landesweiten Schwerpunkten wie der „Straße der Romanik“, beim „Blauen Band“ oder bei den „Gartenträumen“. Themenmarketing – das Denken in Produktlinien – erweist sich auch hier als die geeignetste Form des touristischen Regionalmarketings. Für Sachsen-Anhalt, wo Reisegebiete mit klingendem Namen und überregionalem Bekanntheitsgrad eher selten sind, trifft diese Feststellung in besonderem Maße zu.

Produktlinienmarketing verspricht die größten Erfolge bei Themen, die mit großen Namen, mit Persönlichkeiten, herausragenden Erfolgen oder Errungenschaften verbunden sind: Geschichte und Geschichten, Begebenheiten, die Neugier wecken, die Phantasie anregen oder Gefühle freisetzen. Fachleute sehen das so, dass der Funke nur dann überspringt, wenn die „kritische Masse der Erlebnisfähigkeit“ erreicht oder besser überschritten wird. Zeugen der Geschichte, die in Sachsen-Anhalt bis in die Zeit der Ottonen am Ende des ersten Jahrtausend nach Christi nachweisbar sind, stellen ebenso ein touristisches Potenzial dar wie Denkmale der industriellen Entwicklung. Die Aufnahme von Zeugnissen menschlicher Schöpferkraft in die Liste des Weltkulturerbes der Menschheit beweist ihre zunehmende Wertschätzung.

Vom heutigen Bundesland Sachsen-Anhalt sind über Jahrhunderte starke Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und Europa ausgegangen. Ihre Auswirkungen prägen auch heute noch an vielen Stellen das Erscheinungsbild. Neben dem Ruhrgebiet hat die Region Mitteldeutschland den stärksten Bezug zur industriellen Revolution, die seit Beginn des 19. Jahrhunderts binnen kurzer Zeit die Welt gravierend veränderte. Deshalb bietet sich gerade hier der Industrietourismus als spezifische Produktlinie an, zumal bereits viele private Initiativen sich dieses Themas angenommen haben.

Mit dem vorliegenden Handbuch wollen wir den „Industrietourismus in Sachsen-Anhalt“ als wichtiges und lohnendes touristisches Produkt befördern und seine Einbindung in das touristische Gesamtkonzept des Landes wie auch in das Konzept „European Route of Industrial Heritage“ (ERIH) stärken. Denn gleichzeitig muss konstatiert werden, dass das industriegeschichtliche Erbe Sachsen-Anhalts derzeit nur bedingt den Ansprüchen eines erlebnisorientierten Tourismus gerecht wird.

Dieses Konzept soll Arbeits-, Diskussions- und Planungsunterlage für alle Beteiligten sein und auf Grund seiner klaren Gliederung fortgeschrieben werden können. Mit gemeinsamen Anstrengungen kann Sachsen-Anhalt ein Partner im europäischen Netzwerk des Industrietourismus werden.



Dr. Horst Rehberger
Minister für Wirtschaft und Arbeit



Prof. Dr. Jan-Hendrik Olbertz
Kultusminister

1 Wegmarken der industriellen Entwicklung in Sachsen-Anhalt

Das heutige Bundesland Sachsen-Anhalt hat die industrielle Entwicklung in Deutschland und Europa über lange Zeit entscheidend geprägt. Wenn es um die Intensität der Beeinflussung oder die Bedeutung für die Entwicklung neuer Märkte, Technologien und Produkte geht, wird die Region in einem Atemzug mit dem Ruhrgebiet oder den großen Industriegebieten in England genannt. Die Industrialisierung der Region hat zudem bereits sehr früh Einfluss genommen auf die Entwicklung der Gesellschaftsstrukturen im weitesten Sinne, so z.B. auf den Feldern Religion (⇒ Reformation), Arbeits- und Sozialpolitik (⇒ Gewerkschaften, Wohnungsbau), Kunst und Kultur (⇒ Bauhaus).

Diese historischen Hintergründe und Zusammenhänge müssen bei der Beschäftigung mit dem spezifischen Marktsegment „Industrietourismus“ Berücksichtigung finden. Besonders gut als Aufhänger für industrietouristische Projekte eignen sich natürlich herausragende Ereignisse bzw. Sachverhalte, die bei potenziellen Besuchern große Aufmerksamkeit und Neugierde wecken oder die Phantasie anregen. Dies ist der Fall, wenn eine Region

- ⇒ sich an die Spitze einer bemerkenswerten Entwicklung setzen konnte;
- ⇒ große Namen hervorgebracht hat;
- ⇒ in besonderem Maße mit herausragenden Errungenschaften in Verbindung gebracht wird.

Aus diesem Grunde geht es im Folgenden nicht darum, die Industriegeschichte Sachsens-Anhalts lückenlos und in allen Einzelheiten darzustellen, was Aufgabe von Historikern oder Denkmalpflegern ist. In dieser Untersuchung gilt es Aspekte herauszugreifen, die sich im Sinne obiger Klarstellung als thematische Aufhänger für industrietouristische Projekte eignen.

Die Anfänge der Industrialisierung in Sachsen-Anhalt werden der Herrschaft der Ottonen und damit dem Ende des ersten Jahrtausends zugeordnet. Die auslösenden Komponenten werden auf drei Feldern gesehen:

- ⇒ Das Vorkommen an Bodenschätzen wie vor allem Salz im Großraum Halle und Erz (Eisen, Blei, Kupfer und Silber) im Harz einschließlich des Mansfelder Reviers.
- ⇒ Die Lage am „Hellweg“, der wichtigsten West-Ost-Handelsstraße des Mittelalters, die unter anderem die Stadt Magdeburg zu einem Zentrum des Fernhandels machte.

⇒ Das dichte Netz von „Märkten“, die sich im Umfeld von Pfalzen, Klöstern, Höfen und Bischofssitzen ansiedelten, nachdem es unter Heinrich I. und Otto I. gelungen war, die Reichsgrenzen nach Osten hin zu verschieben und zu sichern.

Eine nicht unwesentliche Rolle spielte ferner die zunehmende Rechtssicherheit, die sich im allgemein anerkannten „Magdeburger Recht“ manifestierte und den Handel zwischen den Städten in Deutschland und Europa erleichterte und die Herausbildung einer dichten Städtelandschaft in Sachsen-Anhalt beförderte. Am Ende dieser Epoche zählt die Region des heutigen Sachsen-Anhalts zu den ökonomisch am weitesten entwickelten Gebieten Europas:

- ⇒ Kleine Unternehmen betreiben im 11. Jahrhundert das Salz-Sieden und kommen zu relativem Wohlstand. In den „Pfännerschaften“ (Staßfurt, Halle) organisieren sich selbständige und selbstbewusste Unternehmer und gestalten sich ein soziokulturelles Umfeld auf hohem Niveau.
- ⇒ Seit dem 11. Jahrhundert wird in Ilsenburg Erz abgebaut und verarbeitet; im Jahr 1546 entsteht hier ein Hüttenwerk mit zwei Hochöfen. Nach 1200 steigt das Gebiet um Eisleben zu einem der führenden Kupferlieferanten in Europa auf; auch Luthers Vater arbeitet hier zunächst als Bergmann und wird später Hüttenmeister, der zahlreiche Kupferschiefer-Bergwerke und –Hütten betreibt.
- ⇒ Auch in der Landwirtschaft werden neue Techniken (Pflüge) eingesetzt, Flächen urbar gemacht, neue Erkenntnisse gewonnen (Fruchtfolge) und damit die Produktion erheblich gesteigert.

Abbildung 1: Lageplan der mittelalterlichen Saline Staßfurt mit den typischen Siedehäusern (vor 1797)

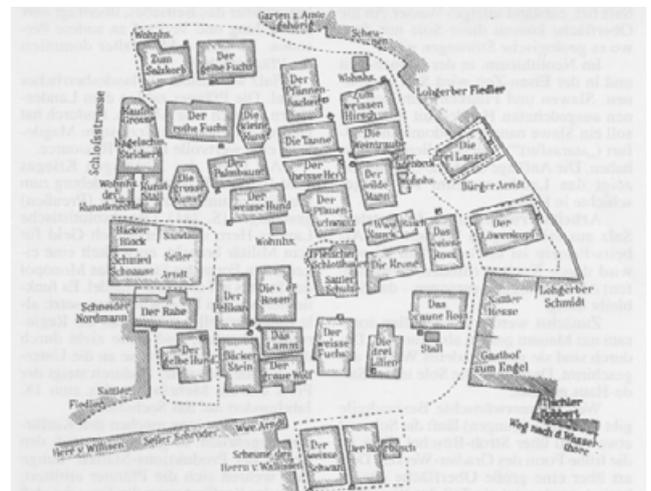


Abbildung 2: Siedekote auf der Pfäferschichtlichen Thalsaline zu Halle



Die zweite wichtige Wegmarke ist zweifellos die Reformation, die bei weitem bedeutsamste historische Entwicklung, die vom Gebiet des heutigen Sachsen-Anhalts ausging. Für die industrielle Entwicklung waren jedoch das 17. und 18. Jahrhundert von größerer Bedeutung und auch hier übernimmt Sachsen-Anhalt eine Vorreiterrolle. Unter dem Einfluss von Pietismus und Aufklärung entsteht die neue Universität Halle, die sich neben Göttingen zur größten und attraktivsten in Deutschland entwickelt. Sie setzt neue Maßstäbe, nicht nur in Theologie und Philosophie, sondern auch in der Medizin, der Pädagogik und Kameralistik. Zeichen setzte dann vor allem Fürst Franz von Anhalt-Dessau; mit seiner „angewandten Aufklärung“ reformiert er das Schulsystem, sorgt für den Ausbau und die Modernisierung von Manufakturen und die Effektivierung der Landwirtschaft.¹

Die Industrialisierung im eigentlichen Sinne setzt sich dann, ausgehend und wesentlich beeinflusst von England, im 19. Jahrhundert auch in Sachsen-Anhalt durch, wobei regionale Besonderheiten durchaus feststellbar sind. Neben den hiesigen Braunkohlevorkommen zählen hier vor allem hohe Bodenqualitäten (u.a. Magdeburger Börde, Goldene Aue, Leipziger Tieflandsbucht), die ideale Voraussetzungen für den Anbau von Zuckerrüben schaffen und die in dieser Zeit immer mehr als Alternative zum bis dahin dominierenden Zuckerrohr angesehen wurde. Der verstärkte Zuckerrübenanbau und die damit unmittelbar in Bezug stehende Ausweitung der Braunkohlewirtschaft bewirkten bzw. erforderten eine hoch entwickelte verarbeitende Industrie, die wiederum über vielfältige Koppelungseffekte die Gründung großer, leistungsfähiger Maschinenbaubetriebe

¹ Günter, Roland, 1998

u.a. in Halle, Sangerhausen oder Magdeburg sowie den Ausbau des Eisenbahnnetzes förderte.

- ⇒ Ende des 19. Jahrhunderts stehen von 355 Zuckerfabriken in Deutschland 163 in Sachsen-Anhalt, das ist fast jede zweite (46%).
- ⇒ Maschinen für die Landwirtschaft (Zugmaschinen, Pflüge usw.) und für die Verarbeitung von landwirtschaftlichen Produkten stellen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts einen Exportschlager dar.
- ⇒ Ausgehend von den ersten deutschen Fernbahnen Dresden – Leipzig 1838 und Leipzig – Magdeburg 1839/40 entsteht in den Folgejahrzehnten in Mitteldeutschland das dichteste Eisenbahnnetz auf dem europäischen Kontinent. Ende des 19. Jahrhunderts wird dabei auch der Harz mit Gebirgs- und Schmalspurbahnen (u.a. Harzbahn/“Rübelandbahn“ 1885, Nordhausen – Wernigeröder Eisenbahn 1886) erschlossen und erhält Anhalt mit der Dessau – Wörlitzer Eisenbahn 1896 die erste auch tourismuswirtschaftlich ausgerichtete
- ⇒ In der „Alten Bude“ in Buckau wird 1837 auch das erste Dampfschiff der „Magdeburger Dampfschiffahrts-Compagnie“ (später Maschinenfabrik Buckau/SKL) gebaut. In der Folge gewinnt der Transport von Personen und Gütern auf dem Wasser erheblich an Bedeutung; Wasserstraßen werden neu- und ausgebaut, Häfen und Werften entstehen.

Abbildung 3: Harzer Schmalspurbahn



Mit dem Beginn des 20. Jahrhunderts tritt die Industrialisierung in eine neue Phase ein; sie lässt sich mit dem Begriff „Verbund-Industrie“ umschreiben. Im Mittelpunkt steht dabei wieder die Braunkohle, die insbesondere von der chemischen Industrie in immer größeren Mengen benötigt wird:

- ⇒ Die industriellen Verfahren werden immer energieintensiver.
- ⇒ Die Braunkohle lässt sich in Bestandteile umwandeln, die in der chemischen Industrie eingesetzt werden.

Aber auch andere Rohstoffvorkommen wie Stein- und Kalisalze (Staßfurt, Bernburg, Reviere um Halle und an der Unstrut sowie an der Oberen Aller) oder Kalk (Rübeland) fördern die Entwicklung der chemischen Industrie, so insbesondere durch die Herstellung von Düngemitteln und Sprengstoff, die beide auf Salpeterbasis hergestellt werden. Die beiden Weltkriege treiben die Entwicklung zusätzlich voran, weil man bei der Herstellung von Treib- und Sprengstoffen, aber auch von Gummi und Kunststoffen vom Ausland möglichst unabhängig sein wollte und die Produktionsstätten dort ansiedelte, wo sie außerhalb der Reichweite alliierter Bomberangriffe lagen. Dafür wurden bestehende Produktionsstätten erheblich ausgebaut (z.B. IG-Farbenbetriebe wie Agfa Wolfen zur Zellstoff- und Kunstfaserproduktion, Plaste usw.), riesige Industriestandorte (z.B. LEUNA, BUNA usw.) neu errichtet sowie die Braunkohlewirtschaft ab ca. 1927 auf den Betrieb von Großtagebauen umgestellt.

Abbildung 4: Kraftwerk Vockerode



In der Folge entwickelte sich das „Mitteldeutsche Wirtschaftsgebiet“ neben dem Ruhrgebiet und Schlesien zu einer der wirtschaftlich führenden Industrieregionen Deutschlands. Prägende Elemente dieser Epoche sind aber auch herausragende Erfinder- und Unternehmenspersönlichkeiten, wie Hugo Junkers, und Höhepunkte in der Architektur, im Siedlungswesen und in der Gestaltung, wofür vor allem das Bauhaus in Dessau und

viele frühe Beispiele des sozialen Wohnungsbaus (u.a. Gartenstadt-Siedlung Wittenberg-Piesteritz, in Magdeburg) stehen.

Die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg ist zunächst geprägt durch die Demontage von Industrieeinrichtungen durch die Alliierten, insbesondere Russland, Verstaatlichungen im großen Stil und den Wiederaufbau der Basisinfrastrukturen. Die Beseitigung der Kriegsfolgen mündet schließlich ab Anfang der 1950er Jahre in dem Aufbau einer eigenständigen Volkswirtschaft auf dem Gebiet der 1949 gegründeten DDR. Damit setzte ein Wirtschaftsaufschwung ein, der durchaus Parallelen zum sog. „Wirtschaftswunder“ in der Bundesrepublik zeigte. Aufbauend auf den bereits vor 1945 vorgezeichneten Entwicklungs- und Standortstrukturen entwickelten sich die „Volkseigenen Betriebe“ und späteren „Kombinate“ der Bezirke Magdeburg und Halle auf dem Gebiet des Maschinen-, Schwermaschinen- und Anlagenbaus sowie der Chemieindustrie, Braunkohlewirtschaft und Elektroenergieerzeugung zum „Rückgrat“ der DDR-Volkswirtschaft. Trotz der internationalen Beachtung, die der DDR-Volkswirtschaft in ihrer 40-jährigen Geschichte zuteil wurde, litt diese von Anfang an an „chronischer“ Finanznot und konnte so dringend benötigte Ersatz- und Neubauinvestitionen in der Industrie nie in ausreichendem Umfang tätigen. Für Modernisierungen oder gar Investitionen in den Umweltschutz galt das Gleiche; u.a. hinkte auch die Verbrauchsgüterindustrie in ihrer Entwicklung weit hinterher. So hat die DDR in den 1970er Jahren zwar die effizienteste Wirtschaftsproduktion unter allen Ostblock-Staaten; gegenüber den westlichen Industrieländern wurde die Technologielücke jedoch immer größer. Es fehlten vor allem auch die finanziellen und technischen Kapazitäten, die Belastung auf Natur und Umwelt in Grenzen zu halten, so dass es zu einer permanent wachsenden Zerstörung von Lebensräumen kam. Am Ende stand der Konkurs der gesamten Volkswirtschaft der DDR, die nicht mehr die Kraft fand, die überkommenen industriellen Strukturen tief greifend zu reformieren und zu modernisieren.

Die Zeit nach der Wende ist gekennzeichnet durch Entwicklungen, die bis heute anhalten und zwischen umwelt- und menschenverträglichem, altindustriellem Rückbau sowie europaweit einmaliger hochtechnisierter Industrieneuansiedlung ablaufen. Gleichzeitig eröffneten sie eine völlig neue Dimension, weil sie beide Aspekte in einen engen und direkten Zusammenhang brachten:

- ⇒ Die durch ökonomische und ökologische Notwendigkeiten erzwungene Stilllegung von Industriebetrieben und Kraftwerken sowie Einstellung des Abbaus von Bodenschätzen warf zwangsläufig die Frage der Folgenutzung bzw. Rekultivierung auf. Mit

der touristischen Inwertsetzung konnten dabei einige bemerkenswerte Erfolge erzielt werden. Neben der **industrietouristischen Museumslandschaft**² seien beispielhaft erwähnt:

- Die Entwicklung von Bergbaufolgelandschaften zu **Erholungsgebieten**, wie sie u.a. am Landschaftspark Goitzsche in Bitterfeld und in Nachterstedt städt mit dem Projekt Seeland entstehen.³
- Die Nutzung imposanter industrieller Gebäude und Einrichtungen als eindrucksvolle **Kulisse** für Veranstaltungen und Ereignisse unterschiedlicher Art kann z.B. in Ferropolis Stadt aus Eisen bei Gräfenhainichen bewundert werden.⁴

⇒ Erfolgreich modernisierte Industrien öffnen sich den Besuchern, wie z.B. im Besucherzentrum Buna oder Leuna, den neuen Chemieanlagen am alten Standort. Unternehmen aus der Nahrungs- und Genussmittelindustrie, wie die Schokoladenfabrik „Halboren“ in Halle, die Sektkellerei „Rotkäppchen“ in Freyburg, die „Halberstädter Würstchen- und Konservenfabrik“ in Halberstadt oder auch die Spirituosenproduktion „Abtshof“ in Magdeburg locken Besucher bewusst an, um sie an das eigene Unternehmen zu binden, aber auch um ihre Produkte direkt zu vermarkten.⁵

Industrietourismus ist relativ jung auf dem Reisemarkt und ohne Zweifel noch immer ein Nischenprodukt. Die nach wie vor zunehmende „Erlebnisorientierung“ der touristischen Märkte bereitet jedoch das Feld für einen deutlichen Bedeutungszuwachs in den kommenden Jahren. Das lässt sich auch an einigen herausragenden europäischen Fallbeispielen demonstrieren, die die absatzpolitischen Möglichkeiten und Chancen erkennbar machen, aber auch klar aufzeigen, welchen Leistungsumfang und welche Breite und Qualität der Ausstattung derartige Einrichtungen heute - auch in Sachsen-Anhalt - haben müssen.

² Draebecke, Leslie, 2000; Ebert, Wolfgang, 1999; Hautkappe, Ursula, 1995; Soyez, Dietrich, 1986, 1987, 1993

³ Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes

Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, 2001a

⁴ siehe Kapitel 5.2.2.4

⁵ Die Zusammenhänge zwischen mittelständischer Produktion, insbesondere im Nahrungsmittelbereich, und Tourismus in Sachsen-Anhalt wird sich zu einem interessanten Thema entwickeln, kann jedoch in diesem Zusammenhang nicht weiter behandelt werden.

2 Industrietourismus - Charakterisierung eines relativ jungen Marktes

2.1 Allgemeine Einführung

Die notwendige Voraussetzung für das, was wir Industrietourismus nennen, ist die grundsätzliche Akzeptanz der „Kulturgeschichte des Industriezeitalters“ bei den Besuchern wie bei den Besuchern. Die industrielle Gesellschaft hat ebenso hochwertige Lebensgemeinschaften hervorgebracht wie vorherige Epochen. Niemand hat aus historischer Sicht das Recht, Epochen als mehr oder minder wertvoll zu bezeichnen. Nur der Ruß im Auge des Zeitgenossen ist eine verständliche Behinderung bei der Sicht auf eine nicht ernsthaft zu bezweifelnde Tatsache: Die industrielle Revolution erzeugte insgesamt eine Gesellschaft, die ihre eigene kulturelle Identität besaß und besitzt. Dies schließt selbstredend die Tatsache ein, dass alle ihre Zeugnisse in Archiven, in der Stadtlandschaft und im kollektiven Gedächtnis der Menschen ebenfalls einen gleich hohen historischen Stellenwert besitzen.

Erfreulicherweise stellen wir mittlerweile in allen alten Industrieländern ein vor wenigen Jahren nicht geahntes hohes Niveau der Akzeptanz fest. Dafür zeugt u.a. die Aufnahme eines kompletten Hüttenwerks, der Völklinger Hütte, oder einer Zeche, Zollverein XII in Essen, in die Liste des „Weltkulturerbes der Menschheit“. Waren Hütte und Zeche bis vor wenigen Jahren noch eher ein Zankapfel, so stehen sie heute in einer Linie mit der Akropolis und den Pyramiden, und so schmückt man sich heute mit diesem schönen und - im doppelten Sinne - schweren und großen Erbe. Die beste Überzeugungsarbeit für das immer noch für manche schwer verdauliche Thema Industriekultur ist das Ermöglichen des eigenen Sehens und Erlebens. Diejenigen, die die spannende Welt der Industrie und des industriellen Denkmals mit eigenen Augen erleben können, sind fortan Verbündete. Insofern ist das Thema „Industrietourismus“ unbedingt auch aus historisch fachlicher Sicht zu befördern.

Es stecken große ökonomische Potenziale in diesem wachsenden Markt, die der eigenen Arbeit nutzbar gemacht werden können und müssen. Tourismus (auch innerregionaler Natur, allgemein auch als „Freizeitindustrie“ bekannt) ist eine der größten Wachstumsbranchen und auch eine Chance für Industrieregionen. Dass dies so sein kann, wird oft bezweifelt. Zweifeln sei aber entgegen, dass ohne Ausnahme jede historische Landschaft - wenn sie sich einen ausreichenden Grad an Vollständigkeit erhalten hat - mit einigem Abstand von dieser Branche entdeckt wird. Historische Altstädte waren zum Beispiel noch in den 1950er Jahren ein Inbegriff der Rückständigkeit.

Dort wo die 1960er Jahre nicht mit „Flächensanierungen“ zuschlugen, sind aber heute die besten Ziele des Städtetourismus zu finden, und - ganz nebenbei - auch die besten allgemeinen wirtschaftlichen Standortbedingungen anzutreffen.⁶ Dies trifft besonders für die ehemals finanzschwachen Städte in den neuen Bundesländern, insbesondere Sachsen-Anhalts zu.

Also heißt es Zeit zu gewinnen und nicht abzureißen. Derjenige, der heute noch historische Bergwerke und Hütten abreißen lässt, wird in Zukunft vielleicht als der eigentliche Saboteur an der Zukunft dastehen. Historisch basierter und damit nachhaltiger Strukturwandel, darum geht es doch letztlich. Dafür müssen Handelnde von oben und von unten gefunden, sie müssen zusammengeführt werden und ihre Arbeit braucht Unterstützung, ideell und materiell. Es muss jedoch auch gesagt werden, dass nur das an Industriedenkmalen langfristig erhalten werden kann, was in irgendeiner Form einer Nutzung dient.

Nicht nur Orte der Erinnerungen sind die häufig nutzlos gewordenen Hüllen einer kurzen und stürmischen Vergangenheit von 200 Jahren Geschichte der Industrialisierung. Fabrikhallen und Verwaltungsgebäude überzeugen oft mit einer anspruchsvollen Architektur. Gelegentlich dienen sie weiter den alten Zwecken. In ihnen kann man aber auch anderes produzieren: Neue Produkte, museale Erinnerungen, Kreativität, Kunst und Kultur: Neue Nutzungen mit ökonomischer Zukunft. Hier haben auch Initiativen der Mittelstandspolitik Sachsen-Anhalts zur wirtschaftlichen Nachnutzung historischer Bauten angeknüpft. Sehr bedeutsam sind auch die psychologischen Folgen des Erhaltes der Stadtkronen industrieller Ballungskerne: So wie die Kathedralen der Gotik Menschen und Stadt, Lebensraum und Identität vermittelten, so gaben Zechen und Hütten dies dem Industriequartier. Und der Identitätsverlust im Falle des flächigen Abrisses kann gewichtige Folgen für die ökonomische Zukunft einer Region haben, wie das bedauerlicherweise z.B. in Lothringen gut zu erleben ist.

In den letzten beiden Jahrzehnten hat sich in Deutschland und international ein spezielles Interesse an touristischen Angeboten aus der Industrialisierungsgeschichte entwickelt. Allen Versuchen ist gemeinsam, dass sie in der überwiegenden Zahl der Fälle zwar ein erhebliches touristisches Potenzial besitzen, dieses aber nur zum sehr geringen Teil wirklich ausnutzen. In der Regel gilt, dass die Versuche der touristischen Ver-

marktung unter dem Thema Industrietourismus zwar immer gewünscht werden, diese aber nur sehr dilettantisch angegangen wurden und werden. Vor allem wird zu wenig Zusammenarbeit gesucht oder diese sogar als Konkurrenz empfunden. Nur in Ausnahmefällen sind die touristischen Potenziale (obwohl sie selbst bei oberflächlicher Betrachtung enorm sind) beschrieben und statistische Daten greifbar.

Netzwerke, die ein spezieller Tourismus nutzen kann oder die auf eine gemeinsame Vermarktung abzielen, existieren nur in Ausnahmefällen. Tourismus ist aber auch ein internationales Geschäft, das auch auf internationalen Informationen beruht. Jeder Bildungsbürger kennt die wichtigsten Ziele des internationalen Städtetourismus auswendig; dahin müssen auch die 20 wichtigsten Bergwerke und Hütten kommen, dann gibt es genügend Seiteneffekte für ganze Regionen.

Obwohl eine Vielzahl von Einzelprojekten und Objekten existieren, verfügen fast alle Regionen noch nicht einmal über Publikationen, die ein Netzwerk der Grundinformation bilden könnten. Besonders erwähnenswert im positiven Sinne sind die Aktivitäten des British Tourist Board, das im Jahr 1994 ein „Year of the Industrial Heritage“ ausrief und dazu eine Publikationsreihe mit Kartenmaterial veröffentlichte, die erstmals einen kompletten Überblick über die potenziellen englischen Ziele ermöglichte. Ein solches Jahr gab es auch in den Niederlanden. Und die Route der Industriekultur im Ruhrgebiet ist ein besonders erfolgreiches Kapitel, das an anderer Stelle ausführlich beschrieben ist.

Darüber hinaus lässt sich bereits auf eine Reihe von industrietouristischen Zentren verweisen, die mit einem solchen Erfolg betrieben werden, dass sie ganze Regionen in eine neue Zukunft führen. Der „Lowell National Park“ in Massachusetts/USA umfasst beispielsweise eine ganze Mittelstadt von 70.000 Einwohnern und hat per Gesetz den Status eines Nationalparks, ganz wie der „Grand Canyon“. Aufbereitet und erschlossen wird diese ehemalige Textilstadt von den „Park Rangers“. Die faszinierenden Zeugen der Textilindustrie - zum Teil riesige Gebäude, Verkehrswege und Siedlungen - sind zu Museen erklärt oder prägen als umgenutzte Architektur nach wie vor das Stadtbild. Die ökonomischen Erfahrungen sind sehr positiv: Als Lowell Mitte der 1970er Jahre durch den Niedergang der Textilindustrie am Boden lag, entschied man sich - nach engagiertem Einsatz vor allem der Bürger selbst - für diese Lösung, und heute schreibt die Stadt schwarze Zahlen. Tourismus und saubere Industrie und Gewerbe in alten Gebäuden, sie haben die Stadt gerettet. Die Besucherzahlen liegen seit der Gründung bei durchschnittlich über 1,2 Millionen

⁶ Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, Hrg., 2002a

pro Jahr; ein Rekord wurde im Jahr 2001 mit 3,2 Millionen erreicht.⁷

Aus diesen Erfahrungen hat man in den USA Konsequenzen gezogen. Das nationale Programm für die „National Heritage Corridors“ soll im ganzen Land mit annähernd 300 solcher historischer Zonen Verständnis und Schutz für die industrielle Geschichte, aber auch eine touristische Erschließung ermöglichen. Aber auch in Deutschland und Europa gibt es bemerkenswerte Beispiele, die als Benchmarks gelten können und unten im Detail beschrieben sind.

2.2 Gegenwärtige Bedeutung

Es ist zweifellos zutreffend, wenn Industrietourismus als eine „interessante Nische“ im touristischen Gesamtmarkt charakterisiert wird. Diese Einschätzung bringt zum Ausdruck, dass das „Thema“ sehr wohl geeignet ist, als Aufhänger für Erfolg versprechende Marketingaktionen zu dienen. Sie macht aber auch deutlich, dass die Zielgruppe, die sich davon angesprochen fühlt, eine sehr spezifische ist und deshalb damit keine Breitenwirkung erzielt werden kann.

Ein quantitativer Nachweis für die Bedeutung dieses Nischensegmentes im deutschen Tourismus ist definitiv nicht zu führen. Bei den „Urlaubsreisen“ der Deutschen⁸ ist der „Industrietourismus“ echter Prägung mehreren Reisemotiven zuzuordnen; je nach persönlicher Einschätzung durch den Befragten kommen folgende Gruppen in Frage:⁹

⇒ Sightseeing-Urlaub	(Marktanteil : 7%)
⇒ Kulturreise	(Marktanteil : 6%)
⇒ Studienreise	(Marktanteil : 3%)

Es ist offensichtlich, dass sich der Industrietourismus die ausgewiesenen Marktanteile mit einer großen Zahl anderer Erscheinungsformen teilen muss; nur beispielhaft sei an den Besuch großer Festivals oder weltberühmter Museen, Sammlungen und Ausstellungen erinnert. Hinzu kommt, dass völlig im Dunkeln liegt, ob und in welchem Maße industrietouristische Angebote entscheidenden Einfluss auf die Reisezielwahl hatten, oder ob sie lediglich Teil- oder gar Neben aspekt einer aus völlig anderen Gründen unternommenen Reise waren. Letzteres stellt mit Sicherheit heute noch immer die Regel dar; und eindeutig auf in-

⁷ Lowell/ Massachusetts, 2001

⁸ Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R.), 2000

⁹ Bei den Marktanteilen sind Mehrfachnennungen zu berücksichtigen.

dustrietouristische Sehenswürdigkeiten zielende Reisemotive dürften nur bei einem kleinen Kreis von „Spezialisten“ vorliegen. Von den insgesamt fast 120 Mio. Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen, die von Deutschen jährlich unternommen werden, wird nur ein verschwindend kleiner Anteil (deutlich weniger als 1 Prozent) dazu zu zählen sein. Generell gilt, dass je kürzer die Reise, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass der zuletzt genannte Fall vorliegt. Auch aus diesem Grunde sind für industrietouristische Ziele die Tagesreisen, also die so genannten Ausflüge, von besonderem Interesse. Aber auch, weil deren Zahl mit mehr als 2,1 Mrd. pro Jahr um ein Vielfaches höher ist als die der Urlauber, kommt diesem Besucherpotenzial mit deutlichem Abstand die größte Bedeutung - auch für industrie-touristische Objekte in Deutschland - zu, zumal die beiden Motivgruppen, die als Hauptanlass für einen Ausflug zu industriellen Sightseeing-Zielen gelten können, in der Rangliste gute Mittelplätze einnehmen.¹⁰

- ⇒ Den Besuch von Attraktionen wie Museum, Zoo, Kirche, Ausstellung usw. bezeichnet fast jeder zehnte Ausflügler (9,2%) als Hauptanlass für die Tagesreise.
- ⇒ Den Besuch einer speziellen Veranstaltung wie Konzert, Theater, Festival usw. nennen 7,4%.

Zwar gilt auch hier, dass sich der Industrietourismus diese Marktsegmente mit einer Vielzahl anderer Erscheinungsformen teilen muss; die große Zahl garantiert aber, dass für jedes publikumswirksame Objekt ausreichend Nachfrage gewonnen werden kann. Das lässt sich an den einzigen harten Fakten, die zum Teilmarkt Industrietourismus vorliegen, nämlich den Besucherzahlen bestehender industrietouristischer Einrichtungen, ablesen:

- ⇒ Die Top-Angebote, wie z.B. das „Ironbridge Gorge Museum“, erreichen Besucherzahlen pro Jahr, die nahe an die halbe Million heranreichen und sich so mit erfolgreichen Erlebnisbädern messen können (siehe 3.3).
- ⇒ Die „Völklinger Hütte“ (siehe 3.1) und der „Rammelsberg“ bei Goslar (siehe 5.1.1) haben die Marke von 200.000 Besuchern überschritten und das Ende ihrer Entwicklung noch nicht erreicht.

Die Beobachtung des Marktes in Deutschland insgesamt und speziell in Sachsen-Anhalt zeigt aber auch, dass für den Großteil der bestehenden industrietouristischen Objekte 30.000 Besucher

¹⁰ Harrer, Bernhard, 1995

pro Jahr eine Art Schallgrenze darstellen; eine Feststellung, die im übrigen auch für andere Sparten, wie z.B. Museen, Natur- und Umweltinformationszentren, Vogelparks u.ä. zutrifft. Diese Schallgrenze kann nur mit einer überzeugenden Konzeption und professioneller Betreuung überwunden werden. Auf der anderen Seite finden sich nicht wenige Einrichtungen, die ausschließlich von ehrenamtlichen Mitarbeitern betrieben werden, nur sehr eingeschränkte Öffnungszeiten haben und deshalb nur wenige Besucher - zumeist unter 5000 pro Jahr - anlocken bzw. bewältigen können. Dieser extremen Heterogenität des Marktes muss im konzeptionellen Teil der Arbeit Rechnung getragen werden.

2.3 Allgemeine Handlungsempfehlungen für die Entwicklung des Industrietourismus

2.3.1 Eignungsprüfung

Fachleute sprechen von der „kritischen Masse“ an Erlebnisgehalt als unbedingte Voraussetzung für die touristische Inwertsetzung industrieller Anlagen aus Vergangenheit oder Gegenwart. Sie stützen sich dabei auf die Beobachtung, dass erst ab einer gewissen „kritischen Masse der Erlebnisfähigkeit“ der Funke des Tourismus zündet. Nicht ein einzelnes Fachwerkhaus macht Quedlinburg zum touristischen Magneten, sondern das gesamte, erlebnisdichte Ensemble. Es ist im Sinne des Tourismus daher falsch, von denkmalpflegerischen Prämissen auszugehen; nicht das einzelne, technisch bedeutsame Exemplar von Fördergerüst und Hochofen zählt, sondern eine erlebnisdichte Vielfalt. Nur solche Areale sind demnach industrietouristisch vermarktbare, wo es eine hohe Dichte an Objekten gibt. Für die vorzunehmende Eignungsprüfung ist die nachfolgend vorzulegende Beschreibung der Ist-Situation, zumindest also die Analyse der vorhandenen Orte der Industriekultur hinsichtlich ihrer schon vorhandenen oder noch zu entwickelnden Potenziale, wesentliche Voraussetzung.

Gemeint sind damit sowohl die „Hardware“ - also die vorhandenen Gebäude, Maschinenausrüstung, touristische Infrastruktur etc. - als auch die „Software“ wie historische Bedeutung, Dienstleistungsqualität, Gastgeberqualität usw. Für die Bewertung selbst - und letztlich die Auswahl zur Qualifizierung und Teilnahme am Markt - müssen einige Kriterien immer im Blickpunkt bleiben:

- ⇒ Nur tatsächlich vorhandene und ausreichend interessante „Hardware“ bietet die Chance touristisch marktrelevanter Wahrnehmung. Ohne solche Qualität ist eine positive Bewertung nicht möglich.
- ⇒ Es müssen interessante, menschlich gewichtige Geschichten zu erzählen sein; die rein technisch-historische Bedeutung ist alleine kein positives Element. Zumindest müssen in ihrer Geschichte erweckbar sein, müssen Träger, Führer und Gastgeber Willen und Fähigkeiten zum Geschichten erzählen besitzen oder entwickeln. Denn reales Interesse der touristischen Kunden besteht in erster Linie an diesen Erzählungen, weniger an Details von Architektur und Maschinen.
Beispiel: Die Kathedrale von Notre-Dame in Paris ist für die überwältigende Mehrheit der Menschen weniger interessant durch die Form ihrer Fenster, als durch die berührende Geschichte des bekannten Glöckners. Anknüpfend daran lassen sich dann auch historisch-technische Details vermitteln, nicht umgekehrt.
- ⇒ Der lokale Support des industriekulturellen Standortes hat hohe Bedeutung. Ein Standort muss durch örtliches Engagement getragen und entwickelt werden. Fehlt dieses, so wird der Standort sich nicht mit viel Geld von außen entwickeln lassen. Dieses örtliche Engagement wird letztlich auch die Gastgeberqualität entscheidend prägen.
- ⇒ Die Empfangsqualität ist letztlich ausschlaggebend: No parking - no business. Ohne einen Mindeststandard in Gastronomie, Betreuung und Führung sowie allgemeinem touristischen Service ist kein Erfolg eines Standortes möglich. Hohe Bedeutung hat auch das touristische Umfeld: Ohne Hotel in akzeptabler Reichweite usw. wird ebenfalls kein touristischer Erfolg beschieden sein.

Diese Anforderungen stellen ein unbedingtes Muss da! Zumindest sollten sie in absehbarer Zeit und mit tragbaren finanziellen Mitteln erfüllt werden können.

2.3.2 Profil-Findung

Der Konkurrenzkampf am Tourismus-Markt wird meist auf lokaler Ebene verloren, weil kein wahrnehmungsfähiges Profil gesucht und entwickelt wird. Die oben genannten Bedingungen sind für sich alleine eben doch nicht erfolgreich, sie sind nur die Basis für den Erfolg. Der muss mit einem hohen Maß an Alleinstellung und Unverwechselbarkeit gefunden werden. Das zu findende Profil muss für die Industriekultur allgemein und für Sachsen-Anhalt ganz spezifisch stehen. Ganz sicher - und das muss nochmals betont werden - ist dies nicht die lokale touristische Qualität, oder

die technische, historische oder architektonische Bedeutung konkreter Baulichkeiten. Auch im Bereich der Industriekultur gibt es bedeutsamere und im direkten Vergleich überlegene Destinationen wie zum Beispiel das Ruhrgebiet oder die Industrieregionen in England. Sachsen-Anhalt könnte sein Profil aber sehr wohl im ganz besonders interessanten landschaftlich-räumlichen Kontext finden. Industrie existierte immer in einem engen Funktionszusammenhang mit der umgebenden Landschaft, sei es was die Rohstoffgewinnung, die Spezialisierung auf landschaftsnotwendige Produkte und deren Verkauf oder auch das Wohnen und Leben der Menschen betrifft. Zwar gilt dies auch für frühere Epochen und Landschaften, aber hier werden diese Zusammenhänge zugespitzt und dramatisiert. Schaut man sich industrielle Landschaften, wie z.B. das Ruhrgebiet, die agrarindustrielle Magdeburger Börde oder den Harz, unter diesem Aspekt genauer an, so wird dies leicht und schnell verständlich.

Sicher ist es so, dass nahezu alle landschaftlichen Elemente des Harzes mit der industriellen und vorindustriellen Bergbau-Geschichte dieser Landschaft verbunden sind. Bekannt ist da allgemein, dass der großflächige Anbau der Fichte - Symbol des Harzes in der Vermarktung - nur durch den Bedarf des Bergbaus an Grubenholz begründet ist. Dies wird heute nicht wahrgenommen oder erzählt. Aber was wäre gewonnen, wenn dies nun geschähe? Erst einmal nichts, denn es wäre wahrscheinlich nur eine der klassischen Elemente touristischer Aufbereitung, die gerne mit „Je größer, je besser“ agiert, nach dem Motto „Die meisten Fichten sind ein Wert an sich“.

Suchen muss man nach den interessanten, menschlich bewegenden Geschichten, die sich um das Thema ranken. Im Mythos der Tiefe verbergen sich so viele Geschichten - vom Zwergenkönig Alberich bis zum Bergmann der Moderne mit seiner Lebensgeschichte - dass man sicher fündig wird. Bereitet man diese ansprechend auf, kommuniziert diese als Profil und macht sie zur verbindlichen gemeinsamen Strategie von Vermarktung und Produkt, verquickt man sie mit der gesamten Landschaft, allen ihren Elementen und allen Standorten, so wird man ein unverwechselbares Profil mit der notwendigen Wahrnehmungsfähigkeit gefunden haben.

Es geht um die Suche nach der „Unique Selling Proposition“ (USP), also nach dem unverwechselbaren Alleinstellungsmerkmal des Industrietourismus in Sachsen-Anhalt. Vorschnell und leichtfertig wird diese Suche auf der Basis der einzelnen Standortqualität betrieben und die Konkurrenzsituation am Markt von Tourismus und Freizeit - oft aus Unkenntnis anderer Standorte heraus - nicht beachtet. Für viele Standorte und ganze Destinationen des Tourismus - und das gilt noch ver-

schärft für industriekulturelle Beispiele - gilt durchaus, dass sie als „Einzelkämpfer“ nicht ausreichende Strahlkraft besitzen, um am Markt wirklich Erfolg zu haben. Das liegt an der begrenzten Wahrnehmungsfähigkeit in unserer Massen- und Mediengesellschaft. Reichte es früher dem Kunden aus, nur einige wenige Destinationen zu kennen und für sich zu bewerten bzw. auszuwählen, so ist die global geprägte Wahrnehmung und das mit ihr einhergehende umfangreiche, ja überwältigende Marketing tausender Destinationen in der Regel nicht mehr bewertbar - und somit sinkt die Konkurrenzfähigkeit einzelner Destinationen bzw. Ziele.

Pauschal lässt sich durchaus sagen, dass auf dem heutigen Niveau, selbst bei noch so guter einzelner Standortqualität, wenige Standorte des Tourismus wirklich konkurrenzfähig sind, weil die beschränkte Wahrnehmungsfähigkeit der Kunden eine, psychologisch verständliche, Reduzierung akzeptabler Destinationen zwangsläufig zur Folge hat.

2.3.3 Das Botschafter-Konzept

Anrührende Geschichten müssen von interessanten Menschen erzählt werden. Eine umfangreiche Qualifizierung als Führer und Gastgeber ist an den einzelnen Standorten sowie innerhalb eines landschaftlich basierten Marketingkonzeptes Basis des Erfolgs. Diese guten Gastgeber werden auch als Botschafter wahrgenommen, und hier steckt ein wichtiger Marketingansatz. Mit der erwachenden Entdeckerfreude der Aufklärung entdeckte man die versunkenen Zentren der alten Welt - wie zum Beispiel das alte Rom - auch als Reiseziele. Über die Jahrhunderte entwickelte sich die kleine Zahl der Bildungsreisenden zum heutigen Massentouristen, der in der Lage ist, enorme ökonomische Potenziale zu wecken.

Die Frage ist: Wie geschah das? Zunächst waren da die Entdecker: Goethe machte Italien im 19. Jahrhundert zum Traumziel der Deutschen, Heinrich Böll gelang das mit seinem Irischen Tagebuch nach dem Zweiten Weltkrieg für Irland. Die Beispiele dieser Art sind Legion. Jede touristische Region der Neuzeit wurde auf solchen oder ähnlichen Wegen erstbesetzt. Neudeutsch: Es waren die „Scouts“, die Entdecker und Erzähler neuer, ungewohnter und faszinierender Bilder des nicht Alltäglichen. Und: Es waren Menschen, welche die Botschaft verbreiteten. Diese Menschen sind zu suchen, und es müssen Bilder und Geschichten in und aus der Industrielandschaft gefunden oder neu geschaffen werden, von denen sie erzählen wollen. Nur das garantiert langfristig Erfolg, weil Menschen nur Menschen als Botschafter wirklich vertrauen. Jeder kann das bei kritischer Prüfung des Zustandekommens seiner Urlaubs-

ziele selber überprüfen. Diese Vermittler spielen für den Industrietourismus eine besondere, ja entscheidende Rolle; und es gab und gibt sie, sie müssen jedoch gesucht und gefunden werden.

2.3.4 Darstellungsformen

Bereits nach der Jahrhundertwende gab es in allen Ländern der Hochindustrialisierung ein Interesse an den von der Schwerindustrie verdrängten Zeugen der Frühindustrialisierung: Ob als Kollektion von „Meisterwerken der Technik“ in den zentralen neuen Technikmuseen oder in Gestalt früher Mühlen, Hütten- und Hammerwerke. Wiederum erweckten diese Zeugen zunächst singuläres, dann breiteres Interesse. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurden sie dann in die wachsende Welle des Tourismus mehr oder weniger nahtlos integriert.

So wurde das Deutsche Museum in München zu einem der Magneten des Tourismus, ebenso gleichartige Museen in den meisten europäischen Hauptstädten.

Abbildung 5: Besucherzahlen im Deutschen Museum München 1998 - 2001

Deutsches Museum	Zahl der Besucher
1998	1.037.636
1999	1.014.717
2000	1.046.327
2001	1.035.597

Auch die Freilichtmuseen früher Technik und eine große Zahl von Besucherbergwerken ziehen in großen Mengen Touristen an. Solche Zentralmuseen und die klassischen Freilichtmuseen existieren in fast jedem alten Industrieland. Dazu kommt noch die unüberschaubar große Zahl von lokalen Heimatmuseen, die Aspekte früher Technik in der Regel inkorporieren. Ab den 1960er Jahren begann dann die zunehmende wissenschaftliche Forschung über die Geschichte der Technik zu anderen Interpretations- und Präsentationsmethoden zu führen. Diese Entwicklung manifestierte sich in neuen musealen Einrichtungen, die komplexere historische Zusammenhänge darstellten und schließlich auch die Sozialgeschichte der industriellen Kulturepoche einbezogen. Modelle dazu entwickelten sich vor allem mit den Eko Museen Mittelschwedens, dem Ironbridge Gorge Museum (Geburtsstätte der Industrialisierung) in England oder, wie bereits dargestellt, in Massachusetts/ USA, wo in Lowell, der Heimat der nordamerikanischen Textilindustrie, sogar eine ganze Stadt als Nationalpark zum Publikumsmagneten wurde.

Gleichzeitig begann sich ein solitäres Phänomen auszubreiten: Die Faszination Dampflok als Vehikel der Veränderung. Die Fangemeinde des Urbildes der industriellen Revolution, der rollenden Dampfmaschine, begann mit dem Abschied aus dem aktiven Dienst geradezu zu explodieren, wovon auch Sachsen-Anhalt mit den Harzer Schmalspurbahnen profitiert (siehe 5.1.2.5). In Europa und Nordamerika existieren ungefähr 300 Eisenbahnmuseen und etwa 250 aktive Museumseisenbahnen.

In den 1970er Jahren begann dann eine Welle von Neugründungen von Museen neuen Typs, die als Industriemuseen oder Museen der Arbeit ihre Tätigkeit begannen. In der westlichen Welt kann man deren Zahl mit etwa 300 angeben.

Etwa zur gleichen Zeit begann die zunehmende Durchdringung der Industriegesellschaften mit der modernen Technologie der Elektronik und einer Technikbegeisterung, die ihresgleichen in der Geschichte sucht: Vergangenheit und Zukunft - Science Centre. Dies gilt zumindest für die anglo-amerikanischen Länder, wo darauf mit der Gründung von ca. 150 so genannten Science-Centers reagiert wurde. Diese animieren zum spielerischen Umgang mit der Technik und ziehen im Jahr Millionen Besucher an, vorwiegend Kinder und Jugendliche. Der Deutschen Gesellschaft für Industriekultur liegen aus eigener Umfrage dazu Besucherzahlen aus 78 Einrichtungen aus dem Jahr 1999 vor. Danach liegt die niedrigste Besucherzahl bei 250 Tausend, die höchste bei 4,4 Millionen, der Durchschnitt bei 520 Tausend in den einzelnen Institutionen.

Der moderne Ansatz von behutsamer Stadterneuerung, der mit zunehmender Deindustrialisierung alter Industrieregionen den überkommenen Ansatz der Flächensanierung in der Stadtplanung ersetzte, führte ab den 1980er Jahren schließlich zu zahlreichen Umnutzungen und Instandsetzungen alter Industriequartiere. Beispiele sind die Hafengebiete von Boston oder Baltimore, die Liverpool-Docks oder eben auch die IBA Emscher Park im Ruhrgebiet (siehe 3.2).

Industrietourismus - die Scouts sind bereits unterwegs: Der Begriff „Industrietourismus“ entstand erst in den 1980er Jahren, definiert durch eine kleinere Zahl, vielleicht einiger zehntausend fachkundiger Menschen, die sich zunächst auf den Weg machten, alte Industrievierviere in ihrem Verschwinden noch einmal „live“ zu erleben. Die „Deutsche Gesellschaft für Industriekultur“ (DGfI) und ihre Schwestergesellschaften in der Welt stehen besonders für dieses Segment. Wir können feststellen, dass eine wesentliche Voraussetzung eines wirklichen Marktes mit unmittelbar wirksamen ökonomischen Effekten bereits da ist: Es gibt bereits eine wachsende Kundenzahl und

die Scouts sind unterwegs. Die folgenden Zahlen sprechen als Beispiele für sich:¹¹

- ⇒ Schon 1991 hatten 105 Standorte der Industriekultur in Großbritannien jeweils mehr als 100 Tausend Besucher.
- ⇒ In der Nordwest-Region England gab es ebenfalls 1991 bereits 45 Standorte mit einer Gesamtbesucherzahl von mehr als 10 Millionen Besucher, ungefähr 5 Millionen davon alleine in den Liverpool Docks und mehr als 3 Millionen in Manchesters erstem Industriestandort Castlefield.
- ⇒ Die Region der Textilindustrie in Mittelengland zählte in jenem Jahr über 1 Million Besucher in ihren historischen Standorten. Interessant sind die Verschiebung in der Beschäftigtenstruktur und damit der Wertschöpfung, die die Region aus dem wachsenden Industrietourismus zog: Waren 1991 noch 166.000 Beschäftigte (Tendenz fallend) in der Textilindustrie Mittelenglands tätig, so beschäftigte die Tourismusindustrie im gleichen Jahr bereits 174.200 Personen (Tendenz steigend).

Weitere interessante Vergleiche sollen die Tendenzen untermauern:

- ⇒ Die Fußball-Bundesliga hatte 4,6 Millionen Besucher im Jahr 2000.
- ⇒ Die Zahl der Besucher technikhistorischer Museen betrug im gleichen Jahr 13,5 Millionen. Dabei ist die große Zahl der Besucher von Industriedenkmälern, die oftmals keine Museen sind, noch nicht einmal eingerechnet.
- ⇒ Laut Deutschem Museumsverband liegen die Besucherzahlen der Technischen Museen gleich auf mit denen der Kunstmuseen.

2.3.5 Touristische Vermarktung der Industriekultur

Ein relevanter Markt besteht nicht nur aus Kunden und Produkten, sondern auch aus einer entwickelten Infrastruktur und einem effizienten Marketing. Und eben bei beiden mangelt es noch erheblich bei der Industriekultur in Deutschland und in Sachsen-Anhalt. Dabei ist davon auszugehen, dass die klassischen Methoden des Tourismusmarketings für diese Destinationen nicht greifen.

Das liegt u.a. daran, dass Marketing und Produktdefinition bisher in der Regel von einander ge-

trennt waren. Tourismusorganisationen greifen das Vorhandene auf und versuchen, dies als Produkt zu vermarkten. Umgekehrt lassen Orte der Industriekultur die Selbstqualifikation als Tourismusziel vermissen. Richtig wäre, ein Produkt von Beginn an gemeinsam so zu formen, dass es vom Markt akzeptiert werden kann - bzw. besser: so zu definieren, dass es einen eigenen Marktanteil besetzen kann. Dabei muss eine unverwechselbare und aggressive bzw. offensive Strategie verfolgt werden, die neue Begehrlichkeiten auf Seiten der Kunden weckt, statt auf alte oder bekannte Verhaltensweisen zu setzen. Außerdem müssen Werbestrategien dazu führen, neue Bilder in den Markt zu transportieren und über diesen Transport nachzudenken. Ein nachhaltiges und langfristig angelegtes Konzept, das auf ein unverwechselbares Profil und auf dessen Umsetzung durch Botschafter und Geschichten, statt auf Ortsnamen und Broschüren setzt, wird nahezu zwangsläufig Erfolg haben, das ist tourismushistorisch beweisbar.

2.3.6 Verbund-Marketing

Das größte Defizit des Tourismus zu Zielen der industriellen Kulturgeschichte ist die anhaltende Kleinteiligkeit seiner Organisationsstrukturen und Kommunikationswege. Der „Industrietourist“ erfährt heute im nationalen wie erst recht im internationalen Maßstab eher zufällig von potenziellen Zielen seiner Begierde. Es mangelt an privatwirtschaftlichen und staatlichen Organisationen, die, über die Mitgliederkreise von Gesellschaften wie der Deutschen Gesellschaft für Industriekultur hinaus, Kommunikation und Vermarktung aktiv und mit ausreichender Intensität betreiben. Die Potenziale sind da; viele Kunden besuchen Einrichtungen der Industriekultur, viele der notwendigen Scouts sind unterwegs, aber der Markt wurde bisher nicht intensiv bearbeitet. So wie dem klassischen Städtetouristen die internationalen Spitzenziele (genauer: deren „Ikonen“ wie der Eiffelturm für Paris und das Kolosseum für Rom) bekannt sind, die er in seiner Lebenszeit „abhaken“ möchte, so müssen die wichtigsten Ziele des neuen Industrietourismus das Bewusstsein potenzieller Kunden penetrieren.

Es wird Zeit, diesem Begriff ein Profil zu geben, ihn als konkretes Produkt zu formen und nachhaltig langfristig am Tourismusmarkt zu positionieren. Dabei ist zwecks Profilierung von einer eigenständigen Begrifflichkeit und ebensolcher Produktintegrität auszugehen, denn die Vermischung von Angeboten der Industriekultur mit denen allgemeiner Kultur und des allgemeinen Städtetourismus könnte man als bedenklich bezeichnen. In der Wirtschaft positioniert niemand ein Produkt am Markt indem er eine inhaltliche oder formale Nähe zu anderen Produkten sucht, denn damit entsteht

¹¹ Becker, Heike, 1996

keine eigene Identität. Ein Negativ-Beispiel war lange das faszinierend erfolglose Marketing der Deutschen Bahn AG, die sich mit formloser Modernität liebend gern dem Flugzeug und dessen Produkt-Profil nähert, statt auf das eigene Profil der Bahnreise und deren besondere Produktqualität abzuheben.

Es muss vielmehr darum gehen, ein eigenes Thema - und damit verbunden eine eigene Marke - zu besetzen, die ein klares inhaltliches Profil aufweist. Ein solches Thema ist Industriekultur in sich: Technik, Industrielandschaft, Industrie, Alltagskultur sind Begriffe und Inhalte der Profilierung - und sie sind auf den ersten Blick nicht vermischbar mit z.B. Städten, Naturraum und ländlicher Ruhe. Es gibt aber sehr wohl notwendige gemeinsame Pools der touristischen Infrastruktur im Bereich von Hotellerie und Gastronomie, Mobilitäts-Infrastruktur usw. Es ist wichtig, diese gemeinsam zu nutzen und anzubieten, sie sind aber für sich kein Produktprofil. Die Tendenzen im internationalen Tourismus gehen eindeutig zu einem themenorientierten Tourismus: Wellness/Fitness, Naturerlebnis, Ethnien, Musical, Architektur, Hochkultur etc. sind Schlagworte dafür. Die Gründe dafür sind klar, und sie sind kundenorientiert zu verstehen:

- ⇒ Die Interessen der Kunden differenzieren sich durch zunehmende Bildung und einen wachsenden Markt der Freizeitaktivitäten immer mehr aus.
- ⇒ Die Wahrnehmungsmöglichkeiten in der globalen Medienwelt nehmen ab und nicht zu: Während für lange Zeit die Produkte und die Ikonen der Ziele regionsorientiert waren (Paris und der Eiffelturm) wird die wachsende Zahl potenzieller Destinationen immer weniger wahrnehmbar. Damit reduzieren sich die möglichen, am Markt durchsetzbaren Produkte dramatisch; weniger die Destinationen als die überschaubareren Themen - und dafür stellvertretend einige Ikonen als Symbole - gewinnen an Marktrelevanz.

Zusammenfassung

Aus den bisherigen Ausführungen lassen sich Handlungsstrategien ableiten, wie sich alte Industrieregionen am touristischen Markt positionieren können:

- ⇒ Es muss darum gehen, ein erlebnisorientiertes Angebot mit einem **klaren Profil** (USP) zu entwickeln, das viele Vorerfahrungen für die Interpretation und Bespielung industriekultureller Orte benutzt. Dabei sind Schlagworte wie Alltagskultur und Geschichte nicht nur konservativ besetzt. Großer Vorteil des Themas ist die historische Nähe des Industriezeitalters: Wir alle sind in der Summe unserer Lebenserfahrung eben seine Produkte. Daher ist die Attraktion des Alltäglichen durchaus hoch zu bewerten und das Erlebnis einer ganzen Landschaft kann besonders profilbildend sein. Es geht auch um das besondere Profil der Produkte einer Region.
- ⇒ Es muss ein Marketing betrieben werden, das **Bilder und Geschichten** transportiert. Dazu sind in einer ersten Phase die Scouts bedeutsamer als der Massentourist, der erst in einer zweiten Phase überhaupt erreichbar ist. Bilder und Geschichten müssen neu inszeniert werden; auch durch unvergessliche neue Events.
- ⇒ Bedeutsamste Maßnahme muss - um Marktrelevanz überhaupt zu erlangen - eine gemeinsame **Promotion** des Themas, mindestens in Europa, sein. Eben so verhält sich die allgemeine Wirtschaft: Wird z.B. in der Computerindustrie ein neues Produkt, ein neuer Standard, eingeführt, so geschieht dies in der Regel durch ein Konsortium potenzieller Wettbewerber. Dazu sind geeignete lokale, nationale und internationale Organisationsstrukturen zu finden, die der Kundeninformation dienen, Standards von Interpretationsqualitäten und Angebotspaketen definieren und die Kommunikation zwischen Anbietern und potenziellen Vermarktern aktiv und nicht passiv betreiben.

3 Benchmarks des Industrietourismus

Gegen Ende der 1980er Jahre hat sich bei der Bevölkerung in altindustrialisierten Räumen ein deutlicher Einstellungs- und Wertewandel vollzogen: „Man versucht nicht mehr, seine Vergangenheit zu verstecken oder zu verdrängen. Man strebt im Gegenteil an, sie besser zu verstehen, umzubewerten, sich mit ihren positiven wie negativen Zügen kritisch auseinander zu setzen und (...) sie stolz nach außen darzustellen.“¹² Dies hat dazu geführt, dass in einigen Räumen die „Zeugen der industriellen Vergangenheit bewusst zur Imageverbesserung und Attraktivitätssteigerung der Region für ihre Besucher wie auch für ihre Bewohner inwertgesetzt werden. Dies ist dann zum Auslöser für einen sich seit Jahren entwickelnden *Industrietourismus* geworden“¹³, durch dessen Erträge meist die Sicherung, Pflege und Inwertsetzung der unterschiedlichen Objekte finanziert werden soll.

Die Montanindustrie spielt bei der Entwicklung des Industrietourismus eine herausragende Rolle. Sie hat - wie wohl kein anderer Wirtschaftszweig - ganze Landstriche geprägt und zwar sowohl rein optisch als auch sozial und kulturell. Die Hinterlassenschaft nach dem Niedergang ist nicht weniger gigantisch, in positiver wie negativer Hinsicht, und für ihre Beseitigung bzw. Bewältigung mussten neue „Industrien“ geschaffen werden. So ist es kein Zufall, dass die drei Fallbeispiele, die nachfolgend als vorbildlich für die touristische Inwertsetzung von still gelegten Industriekomplexen beschrieben werden sollen, ihren Standort in ehemaligen Hochburgen der Montanindustrie haben: Saarland, Ruhrgebiet und County Telford in Mittelengland.

3.1 Alte Völklinger Hütte im Saarland

„Die Stadt ist die Hütte, die Hütte die Stadt.“¹⁴ Dieses Zitat von Johann Peter Lüth, damaliger Landeskonservator des Saarlandes, verdeutlicht die wichtige Rolle, die die Völklinger Hütte in der Stadt Völklingen gespielt hat. 'Altes Schätzchen', so hieß die Hütte im Volksmund. Wie ein fremdes, urtümliches Wesen ragt sie hinter der Innenstadt auf. Mehr als 20.000 Menschen arbeiteten hier in guten Zeiten. Im Sommer 1986 war nach Stahl- und Eisenkrise Schluss damit. Seither ist in Völklingen jeder fünfte arbeitslos; heute regnen aber auch nicht mehr täglich 35 Tonnen Sinterstaub -

¹² Quasten, Heinz und Soyez, Dietrich, 1987

¹³ Quasten, Heinz und Soyez, Dietrich, 1987

¹⁴ Lüth, Johann-Peter, o.J.

ein feiner rotbrauner Erzstaub - auf die Stadt nieder. Und die Leute müssen ihre Autos nicht mehr mit Ameisensäure waschen.¹⁵

3.1.1 Industriegeschichtlicher Hintergrund

Zur Zeit der Gründung der Hütte war Völklingen noch ein beschaulicher Marktflecken. Bis Anfang des 19. Jahrhunderts lebten dort um die 600 Einwohner. Mit Entdeckung der reichen Bodenschätze in der Region setzte eine rasche Industrialisierung ein, da man diese, besonders die Kohle, ausbeuten wollte.¹⁶ Um Völklingen herum entstanden zunächst größere Bergwerke, bis schließlich mit der Errichtung der Bahnlinie zwischen Saarbrücken und Trier (1860) und der Kanalisierung der Saar (ab 1862) das Städtchen Völklingen im Saarbogen einen hervorragenden Standort für eine Industrieansiedlung darstellte.

Abbildung 6: Die Alte Völklinger Hütte



3.1.2 Die touristische Inwertsetzung

Im Jahr 1987 erfolgte die Einstufung der Völklinger Hütte als Denkmalensemble durch das Staatliche Konservatoramt unter Beteiligung des Landesdenkmalrates.¹⁷ Im selben Jahr wurde Völklingen in das EG-RESIDER-Programm, das die Wiedernutzung brachgefallener Montanstandorte unterstützte, aufgenommen. Auf Antrag erhielt Völklingen für 1987-1990 insgesamt 11 Mio. DM.¹⁸

¹⁵ Heinken, Siebo, 2001

¹⁶ Skalecki, Georg, 1997

¹⁷ www.dhm.de/ausstellungen/prometheus/huette.htm

¹⁸ Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau, Hrsg., 1990

Eine Revitalisierung wurde somit bejaht, die Frage war lediglich, zu welchem Zweck. Es gab Überlegungen, neue Industrie anzusiedeln, Wohngebäude zu bauen, Freizeiteinrichtungen zu errichten oder wesentliche Teile der Hütte als Industriemuseum zu erhalten. Um diese Frage zu klären, wurde ein offenes städtebauliches Gutachterverfahren durchgeführt, dessen Hauptziele die „Ideenfindung für die Nutzung und die Gestaltung der Industriebranche einschließlich ihrer näheren Umgebung sowie deren Einbindung in die Entwicklung der Gesamtstadt, Vorgabenfindung für die Erarbeitung eines städtebaulichen Rahmenplanes und weitere Handlungs- und Maßnahmenpakete für konkrete Revitalisierungsbemühungen (sowie der) Beitrag zu Werbung und positiver Imagepflege für den Gesamtstandort Völklingen waren.“¹⁹ Die Ergebnisse wurden im städtebaulichen Rahmenplan von 1990 festgehalten.²⁰

- ⇒ Es wurde beschlossen, dass auf sechs Hektar ein „Museumspark Völklinger Hütte“ entstehen soll.
- ⇒ Zudem wurde bereits 1988 beschlossen, die Völklinger Hütte bei der UNESCO für die Aufnahme in die Liste des Weltkulturerbes vorzuschlagen, Gewerbe und Dienstleistungsbetriebe auf ca. 25 ha anzusiedeln sowie Grünflächen zu schaffen.

Von 1987 bis 1989 wurden bereits erste umfangreiche Sicherungsmaßnahmen mit Geldern der Europäischen Union und des Saarlandes durchgeführt²¹ und so füllte sich die Völklinger Hütte an vielen Stellen wieder mit neuem Leben. Seit 1989 ist die Hochschule der Bildenden Künste Saar in der Handwerker gasse angesiedelt.²² Im Laufe der Zeit entwickelte sich dieser Teilbereich des Geländes zu einer „Gasse für das Kunsthandwerk“ und für Kneipen. Die Sinteranlage diente von nun an als Forschungsinstitut und die Erz- und Möllerbunker wurden zu Schauräumen eines Eisen- und Stahlmuseums.²³

Unter dem Motto „Von der Eisen- zur Kulturfabrik“ finden im ehemaligen Gebläsehaus viel beachtete Veranstaltungen statt. Der Start wurde 1990 mit dem Kulturworkshop „Steelopolis“ gemacht. Seit 1991 ist die „Kathedrale der Industriekultur“ das Forum für das Kulturfestival Schichtwechsel.²⁴ Tanztheater, Literatur und Musik orientieren sich dabei auf kreative Weise an ihrem einzigartigen

Umfeld. Das Programm soll die Auseinandersetzung mit den Besonderheiten des Ortes und seiner Geschichte beinhalten. Neben kulturellen Veranstaltungen werden in den Räumen der Völklinger Hütte auch Tagungen abgehalten. Drei neue Gebäude werden als Gewerbe- und Technologiezentrum (GTZ) genutzt, das Platz für zahlreiche Existenzgründer bietet.²⁵

Im Dezember 1994 wurde schließlich auf der 18. Sitzung des Welterbe-Komitees der UNESCO in Phuket (Thailand) die Völklinger Hütte, Bereich Roheisenerzeugung, in die Welterbeliste aufgenommen.²⁶ Damit wurde ein Wendepunkt gesetzt, der einerseits das Ende der Roheisenproduktion in der Völklinger Hütte markierte und gleichzeitig die neue Zeit des Weltkulturerbes Völklinger Hütte einläutete. Die UNESCO begründete ihre Entscheidung folgendermaßen: „Die Völklinger Hütte ist ein einzigartiges Zeugnis der Industriekultur und der Technikgeschichte des 19. und frühen 20. Jahrhunderts. Sie kann in besonderer Vollständigkeit den inzwischen geschichtlich gewordenen Prozess einer großtechnischen Roheisenerzeugung zeigen. Sie ist darüber hinaus ein Symbol der Leistungen des Menschen in der ersten und zweiten industriellen Revolution, eine „Kathedrale“ des Industriezeitalters.“²⁷

Das Saarland entschloss sich 1995, die Stiftung Industriekultur ins Leben zu rufen. Auslöser hierfür war diese Aufnahme der Völklinger Hütte als Weltkulturerbe. Zu den Stiftungsgründern zählen neben dem Saarland die Stadt Völklingen und die Arbeitskammer des Saarlandes. Inzwischen haben sich weitere Stifter, wie die Industrie- und Handelskammer des Saarlandes sowie die Saarbergwerke AG gefunden. „Erklärter Zweck der Stiftung ist die Pflege des gesamten industriekulturellen Erbes des Saarlandes. Besonderes Augenmerk gilt natürlich dem Erhalt des Völklinger Hüttenensembles als herausragendes Denkmal der Industriekultur. Daher muss die Stiftung dazu beitragen, das Ensemble weiterzuentwickeln und für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen.“²⁸

Bereits seit einigen Jahren sind Teile des Werks - sofern sie gefahrlos zu betreten sind - der Öffentlichkeit zugänglich. In der 6.000 m² großen Gebläsehalle finden kulturelle Veranstaltungen aller Art statt.²⁹ Nach und nach werden weitere Bereiche der Hütte zugänglich gemacht. Für die Besucher erschließt sich die Völklinger Hütte über einen

¹⁹ Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau, Hrsg., 1990

²⁰ Moll, Peter, 1995

²¹ Schäfer, Thomas, 1997

²² www.saarland.de/5125.htm

²³ Lüth, Johann-Peter, 1999

²⁴ www.voelklingen.de/vk/unesco/unesco-s1.htm

²⁵ www.saarland.de/5125.htm

²⁶ www.dhm.de/ausstellungen/prometheus/huette.htm

²⁷ www.voelklingen.de/vk/unesco/unesco-s1.htm

²⁸ Schäfer, Thomas, 1997

²⁹ www2.tagesspiegel.de/archiv/2000/04/06/ak-ku-ku-7652.html

knapp vier Kilometer langen Besichtigungsweg. Dabei sind die Sinteranlage, die Kokerei, die Gichtbühne und der Hochofenabstich zu sehen. Der Schrägaufzug, der seit 2001 begehbare Hochofen 6 und die Gebläsehalle zählen zu den touristischen Highlights. „Nicht nur die technische Seite der Roheisenproduktion wird bei den Führungen angesprochen, auch der Mikrokosmos von Tausenden von Hüttenarbeitern wird bei den Führungen erklärt“³⁰. Besucherführer sind auch ehemalige Hüttenarbeiter, die ein lebendiges Bild des harten Arbeitsalltags mit allen Extremsituationen vermitteln können.

1999 gründete das Saarland die neue Trägergesellschaft ‚Weltkulturerbe Völklinger Hütte - Europäisches Zentrum für Kunst und Industriekultur‘. Die Bundesrepublik Deutschland und die EU sind Paten dieses neuen großen Unternehmens.³¹ Verschiedene Projekte wurden vom neuen Träger ins Leben gerufen, wie beispielsweise die im August 1999 angebrachten Lichtinstallationen an der Hochofengruppe. Ein weiteres Projekt fiel in die Sommersaison 2000: In der Gebläsehalle fand die Eröffnung der Wanderausstellung „einfach gigantisch - gigantisch einfach. 150 Jahre Weltausstellung“, ein externes EXPO-Projekt, statt. Das attraktivste Ausstellungsstück bleibt jedoch das Werk selbst. Ganze 200.000 Besucher wurden im Jahr 1999 geschätzt, als mit der Veranstaltung „Feuer und Licht“ ein besonderes Spektakel geboten wurde. Erstmals kann das 60 ha große Gelände des Hüttenwerks auch auf markierten Wegen ohne Teilnahme an einer offiziellen Führung besichtigt werden, zugleich aber ist die Zahl vorbestellter Gruppenführungen um ein Mehrfaches angewachsen.³²

Unübersehbar sind aber auch Probleme bei der touristischen Nutzung, wie vor allem der rapide Verfall der Völklinger Hütte. Das ausgekühlte Eisenwerk ist dem Verfall durch Korrosion und Spontanbewuchs schutzlos ausgeliefert. Durchgerostete Böden und brüchige Rohre bedingen aus Sicherheitsgründen erhebliche Einschränkungen. So ist beispielsweise von der Hochofengruppe nur der Hochofen 6 für die Öffentlichkeit zugänglich, die restlichen fünf sind aus Sicherheitsgründen abgesperrt. Eine umfassende und aufwändige Erhaltung der gesamten Anlagen nach herkömmlichen konservatorischen Maßstäben ist weder denkmalpflegerisch sinnvoll noch wirtschaftlich zu verwirklichen. „Die denkmalpflegerische Strategie ist daher die der ‚kontrollierten Ruine‘. (So) werden einerseits die baulichen und technischen An-

lagen in ihrem jetzigen Zustand für einen möglichst langen Zeitraum bewahrt, andererseits von stark verändernden Eingriffen als Folge einer umfassenden Instandsetzung nach heute geltenden, aber historisch unpassenden technischen Normen verschont.“³³

Notwendig erscheint aber auch, die Völklinger Hütte verstärkt durch private Träger (z.B. Stiftungen) zu finanzieren, wie dies bereits erfolgreich in anderen Ländern geschieht, um dadurch die Möglichkeiten zum Erhalt und zur Pflege des Denkmals spürbar zu verbessern.³⁴ Zudem muss die Förderung auf Landes- oder EU-Ebene verstärkt werden. So waren 1999 „vom Kulturhaushalt des Saarlandes mit ca. 75 Mio. DM (...) nur ca. 1 Mio. DM der Industriekultur zugeteilt, also 1,35 %. Aus den Mitteln der Strukturförderung des Landes und der EU wurde die Industriekultur mit einem ähnlich marginalen Anteil bedacht.“³⁵ Ein weiteres schwerwiegendes Hindernis ist die fehlende Koordination der Zuständigkeit gegenüber der Völklinger Hütte. Es gibt verschiedene Instanzen, wie z.B. die Tourismuszentrale des Saarlandes, den Stadtverband Saarbrücken sowie die Mittelstadt Völklingen, die sich alle für die touristische Entwicklung der Völklinger Hütte verantwortlich fühlen. Hinzu kommen verschiedene Institutionen und Stiftungen, die die Komplexität noch verstärken. Dadurch wird der Entscheidungsprozess unnötig erschwert.

3.1.3 Zukunftsperspektiven

Es hat sich in verschiedenen Untersuchungen herauskristallisiert, dass eine erfolgreiche touristische Inwertsetzung der Völklinger Hütte am ehesten möglich ist durch die Vernetzung mit anderen ‚points of interests‘. Eine Stärken-Schwächen-Analyse³⁶ zum Thema Industriekultur kam zu dem Schluss, dass die Industriekultur im Saarland einzigartig ist (insbesondere das Weltkulturerbe Völklinger Hütte) und in angemessener Form weiterentwickelt werden sollte. Allerdings ist die Zielgruppe für die Industriekultur eher klein und elitär. Deshalb soll versucht werden, den Erlebniseffekt in den Vordergrund zu stellen, um ein möglichst breites Publikum zu erreichen. „Es sollte ein Konzept mit konkreten Vorschlägen zur Angebotserweiterung erarbeitet werden, sofern diese mit den Bedingungen vereinbar sind, die an ein UNESCO-Weltkulturerbe geknüpft sind.“³⁷

³⁰ www.voelklingen.de/vk/unesco/unesco-s1.htm

³¹ www.saarland.de/5125.htm

³² www2.tagesspiegel.de/archiv/2000/04/06/ak-ku-ku-7652.html

³³ Saarland Staatskanzlei, Hrsg., 2000

³⁴ Quasten, Heinz und Soyez, Dietrich, 1987

³⁵ Saarland Staatskanzlei, Hrsg., 2000

³⁶ Ift, 2001

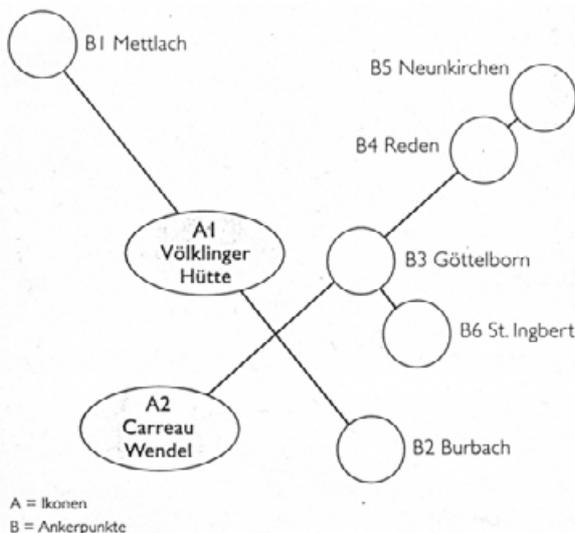
³⁷ Ift, 2001

Zu Ideen und bereits in Planung befindlichen Umsetzungsmaßnahmen gehören u.a. eine intensivere Nutzung der Hallen als Tagungs- und Kongressräume oder der großräumigen Flächen für Produktpräsentationen, wie z.B. von Autoherstellern.³⁸ Weiterhin wird die Möglichkeit gesehen, eine (Europäische) Gartenschau abzuhalten, Science Centers oder ein dezentrales Freilichtmuseum (Hüttenkonsum, Schlafhaus, Arbeitersiedlung) einzurichten, sowie Themenjahre zu kreieren.

Für eine effektivere touristische Inwertsetzung ist es vor allem wichtig, verstärkt auf die Vernetzung der Völklinger Hütte mit anderen industriekulturellen Objekten, auch in den benachbarten Regionen und Ländern, in Form einer „Route der Industriekultur“, zu setzen. Hierbei soll jedoch keineswegs eine Kopie der Industrieroute im Ruhrgebiet entstehen, jedoch kann der Begriff „Route der Industriekultur“ auch hier genutzt werden, „da er bereits in den Markt eingeführt ist, positiv belegt ist und potenzielle, interessierte Kunden etwas damit verbinden.“³⁹

Eine weiterführende Planung stellt die Route der Industriekultur Saar-Lor-Lux (bzw. Industriestraße Saar-(Lor-Lux)) dar, die „Standorte und Objekte, an denen die Industriegeschichte des Saarlandes grenzüberschreitend zusammen mit Lothringen und (...) Luxemburg (Saar-Lor-Lux) ablesbar wird“⁴⁰, miteinander verbindet.

Abbildung 7: Route der Industriekultur Saar-Lor-Lux



³⁸ Ift, 2001

³⁹ Schäfer, Thomas, 1997

⁴⁰ Lüth, Johann-Peter, o.J.

Die Einzelobjekte der Route sind in drei Hierarchiestufen unterteilt: Stufe 1 sind die „Ikonen“; hierzu zählt die Völklinger Hütte selbst als „Ikone“ für Eisen und Stahl sowie das Carreau Wendel im benachbarten Frankreich.⁴¹ Stufe 2 sind hervorgehobene Standorte, die in ihrer baulichen Anlage und ihrer geschichtlichen Aussage unverzichtbar für das Verständnis sind (Ankerpunkte). Stufe 3 schließlich besteht aus einem weit verzweigten System von lokalen Fundstellen und industriegeschichtlichen Orten. „Die Stationen der Industriestraße folgen der Saar aufwärts und zweigen in die sie begleitenden Seitenstraßen in den Saarkohlewald ab.“⁴² Einem Bericht der Kommission Industriekultur Saar zu Folge handelt es sich bei der Route der Industriekultur um weit mehr als die übliche Präsentation einer „Touristenstraße“:

- ⇒ Die Route ist gegründet auf sorgfältiger Geschichtsforschung, also auf historisch-wissenschaftlicher Grundlage.
- ⇒ Die Route präsentiert an den einzelnen Standorten Baugeschichte, Technikgeschichte und die nicht mehr unmittelbar ablesbare Wirtschafts- und Sozialgeschichte.
- ⇒ Die Route ist schließlich der programmatische Zusammenschluss von Veranstaltungen und Kulturangeboten an den einzelnen Standorten. Sie ist auch die Ausstellung der modernen technischen Entwicklungen und der neuen Architektur.⁴³

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass zur Optimierung der touristischen Inwertsetzung in der Zukunft eine Vernetzung mit anderen „points of interests“, wie z.B. weiteren interessanten industriekulturellen Objekten aber auch anderen Tourismusthemen sowie die Konzentration auf den Erlebniseffekt angestrebt werden muss, um die Völklinger Hütte touristisch optimaler zu vermarkten.

3.2 Die Route der Industriekultur im Ruhrgebiet

3.2.1 Touristische Entwicklung im Allgemeinen

Das Ruhrgebiet ist kein einheitliches politisches Gebilde, es wird normalerweise als das Verbandsgebiet des Kommunalverbands Ruhrgebiet (KVR) begriffen. Im Jahr 1997 betrug die Einwohnerzahl ca. 5,5 Mio. auf ca. 4.500 km². Damit ist

⁴¹ Saarland Staatskanzlei, Hrsg., 2000

⁴² Lüth, Johann-Peter, o.J.

⁴³ Schäfer, Thomas, 1997

das Ruhrgebiet mit über 1.200 Einwohnern pro km² der größte deutsche Verdichtungsraum - und es ist auch der größte touristische Quellmarkt der Welt.

Das Ruhrgebiet bildete die Basis für den Aufstieg Deutschlands zu einer führenden Industrienation zwischen 1850 und 1950; es war lange Zeit der Inbegriff für wirtschaftlichen Aufschwung und Fortschritt. Seit dem Beginn der Kohlekrise 1958 vollzieht sich mühsam ein tief greifender Strukturwandel, ausgelöst durch einen massenhaften Verlust von Produktionsanlagen und entsprechenden Arbeitsplätzen. Trotz vielfältigster Probleme und unter hohem sozialem und ökonomischem Druck veränderte sich die Region von einem typischen Montanindustrieviertel zu einer modernen, vielfältigen, wirtschaftlich und kulturell leistungsfähigen Großstadt. Die touristische Inwertsetzung dieser Industrielandschaft besonders auch im Sinne eines Imagewandels ist dabei ein wichtiger Aspekt, bei dem die Orte der Industriekultur eine besondere Rolle als USP spielen sollen.⁴⁴

Das Ruhrgebiet hat zwar keine lange touristische Tradition, trotzdem gab es auch in dieser Region schon immer Formen des Fremdenverkehrs wie z.B. die umfangreichen Geschäftsreisen, Messe-,

Ausstellungs-, Kongress- und Tagungsbesuche sowie Bildungsreisen. Auch auf dem Felde der Freizeit- und Kulturwirtschaft besaß die Region immer schon große Potenziale. So ist die Dichte der Angebote in Kunst und Kultur vielleicht weltweit einmalig, aber in ihrer Struktur auf den Binnenmarkt der Region selber ausgerichtet. Heute gilt deshalb die Strategie, dieses Angebot zu bündeln und national und international zu profilieren.

Im Jahr 2001 verzeichnet das „Ruhrgebiet“ über 4 Mio. Übernachtungen und erreichte innerhalb des Landes Nordrhein-Westfalen einen Anteil von rund 14% an allen Gästeankünften und fast 11% an allen Übernachtungen. Die Aufenthaltsdauer liegt mit genau 2 Tagen unter dem Bundesdurchschnitt und verdeutlicht die Wichtigkeit von Kurzreisen für das Revier. Beeindruckend ist die positive Entwicklung: Von 1987 bis 1996 konnte das Ruhrgebiet seine Übernachtungszahlen um fast 60% steigern (+57,6%), während das übrige Nordrhein-Westfalen lediglich einen Anstieg von 21,3% erreichte. Dieser Trend setzte sich fort; bis zum Jahr 1999 hat die Region Ruhrgebiet die Zahl der Ankünfte nochmals um über 13% und die Übernachtungen um fast 8% gesteigert und lag mit diesen Zuwachsraten erneut an der Spitze aller Reisegebiete in Nordrhein-Westfalen. Auch in den Jahren 2000 und 2001 setzte sich der Aufwärtstrend fort, auch wenn ein direkter Vergleich mit den Vorjahren wegen einer Neueinteilung der Reisegebiete in Nordrhein-Westfalen nicht mehr möglich ist.

⁴⁴ Hommel, Manfred, 1998

Abbildung 8: Tourismus im Ruhrgebiet 1987 - 2001

Jahr	Zahl der			
	Gästeankünfte in Tsd.		Gästeübernachtungen in Tsd.	
	NRW insgesamt	Westfälisches Ruhrgebiet ⁴⁵	NRW insgesamt	Westfälisches Ruhrgebiet
1987	9.481,3	694,0	29.701,4	1.535,2
1996	12.678,3	1.216,5	36.017,8	2.419,9
1999	14.013,6	1.378,9	35.628,6	2.604,7
2000	14.362,5	1.958,9	36.460,4	3.960,7
2001	14.488,0	2.007,0	36.987,0	4.016,8

⁴⁵ Ab dem Jahr 2000 heißt das Reisegebiet in der amtlichen Statistik „Ruhrgebiet“ und hat einen deutlich größeren Zuschnitt. Ein Vergleich mit den Vorjahren ist nicht mehr möglich.

Um die weitere Förderung der Freizeit- und Tourismuswirtschaft, bei der der ruhrgebietstypischen Einzigartigkeit der Industriekultur als strategische Basis⁴⁶ eine besondere Bedeutung zukommen wird, bemühen sich eine Reihe von Institutionen:

Kommunalverband Ruhrgebiet (KVR)

Der KVR ist heute u.a. für Marketing-Bemühungen zur touristischen Aufwertung der Region verantwortlich. Mehrere Imagekampagnen sollten die Region in ein anderes, positiveres Licht rücken: Seit 1985 warb der Slogan: „Das Ruhrgebiet - ein starkes Stück Deutschland“ für mehr Akzeptanz als Wohn- und Produktionsstandort. Seit 1998 informiert die Kampagne „Der Pott kocht“ vor allem über den Wandel von einer Industrielandschaft zu einer modernen Zukunftsregion in Europa⁴⁷.

Internationale Bauausstellung Emscher Park (IBA)

Die IBA 1989 - 1999 stellt ein Strukturprogramm des Landes Nordrhein-Westfalen dar, das das Ziel verfolgte, besonders dem strukturschwachen nördlichen Revier neue Perspektiven zu geben. Stichworte waren die ökologische, ökonomische, soziale, landschaftliche und städtebauliche Erneuerung. Durch ca. 100 beispielhafte Einzelprojekte wurde versucht, die endogenen Ressourcen zu mobilisieren; dabei stand vor allem die Entwicklung industriekultureller Standorte im Vordergrund. Die IBA sah sich selber als eine „Werkstatt für die Zukunft von Industrieregionen“⁴⁸.

Im zweiten Teil der IBA war die touristische Vermarktung des erreichten Schwerpunkts der Arbeit. Ein „Masterplan für Reisen ins Revier“ wurde entwickelt und 1997 fertig gestellt: Der Schwerpunkt liegt dabei auf der touristischen Inwertsetzung der außergewöhnlichen und zahlreichen Industriedenkmäler (Slogan: „Das haben nur wir“)⁴⁹. Als zentrales Erschließungs- und Vermarktungsinstrument wurde die „Route der Industriekultur im Ruhrgebiet“ konzipiert, entwickelt und 1999 im Jahr der IBA-Ergebnispräsentation eröffnet.

Projekt Ruhr GmbH

Als Nachfolger der IBA wurde die Agentur „Projekt Ruhr“ im Jahr 2000 ins Leben gerufen. Sie hat das Ziel, den weiteren Wandel der Region insgesamt zu begleiten und zu strukturieren. In diesem Rahmen wird auch die Tourismusförderung weitergeführt. Dabei wurde im Sommer 2002 eine zweite Fassung des Masterplans für Reisen ins

Revier vorgestellt. Hier wurden weitere konkrete Projekte zur Entwicklung und Fortführung einzelner touristischer Standorte festgeschrieben. Kern der Strategie ist die „Route der Industriekultur“, deren Bestand gesichert und deren Inhalt weiter entwickelt werden soll.

Kultur Ruhr GmbH

Zur Entwicklung kultureller Angebote mit tourismuswirtschaftlicher Relevanz hat diese 1997 gegründete Gesellschaft die Aufgabe, vorhandene und neue Angebote der Kultur zu bündeln bzw. zu entwickeln, die auf dem internationalen Markt des Tourismus Bestand haben sollen. Wichtigstes Beispiel ist das neue Kulturfestival „Ruhr Triennale“. Auch hierbei liegt der Schwerpunkt auf alten Industriestandorten, die mit neuem Leben gefüllt werden. Ende August 2002 fand die erste Aufführung unter dem Titel „Deutschland deine Lieder“ in der Zeche Zollverein statt. Für den ersten Dreijahreszeitraum von 2002 bis 2004 stellt die Landesregierung 41 Mio. € bereit. Die nächsten Triennalen 2005 - 2007 und 2008 - 2010 sind fest eingeplant.

Ruhrgebiet Tourismus GmbH

Als operationale Basis für die touristische Vermarktung der Region wurde 1999 diese regionale Agentur gegründet. Sie bewirbt die Region durch Kampagnen, Werbeauftritte und Messepräsenz, bietet ein einheitliches Informations- und Reservierungssystem und mit der „Pott-Card“ ein sehr erfolgreiches Ticket für alle touristischen Standorte. Darüber hinaus organisiert die Agentur auch Events wie die „Lange Nacht der Industriekultur“ und sorgt für einheitliche Qualitätsstandards und ihre Einhaltung.

Zusammenfassung

Das Ruhrgebiet hat seine (industrie-)touristischen Potenziale erkannt, die wirtschaftlich-finanzielle Kraft zu Inwertsetzung und Umbau industrieller Altanlagen, aber auch noch vielfältige, sich in ihren Kompetenzen überschneidende Institutionen, die sich mit dem industriellen Erbe der Region auseinandersetzen. Die Tourismuspolitik im Ruhrgebiet orientiert sich an drei wichtigen Trends:

- ⇒ Der Wertewandel im Tourismus setzt an die Stelle von Erholungsreisen verstärkt Erlebnisreisen. Durch diese veränderte Erwartungshaltung potenzieller Gäste haben auch weniger traditionsreiche Destinationen die Möglichkeit, sich zu positionieren.
- ⇒ Angebote und Strategien werden heute zunehmend für Regionen und nicht mehr für einzelne Standorte entwickelt. Landschaftlich basierte Destinationen lösen Städte und Gemeinden als Ziele ab.
- ⇒ Die Kunden orientieren sich verstärkt an thematisch orientierten Angeboten und nicht mehr an Städte- und Regionsnamen. Wer ein

⁴⁶ Underberg, Bernhard, 1998

⁴⁷ Kommunalverband Ruhrgebiet KVR, Hrsg., 2001a

⁴⁸ Underberg, Bernhard, 1998; Hommel, Manfred, 1998; Hüchering, Rotraut, 1997; Soye, Dietrich, 2001

⁴⁹ Underberg, Bernhard, 1998

unverwechselbares Thema wie die „Industriekultur“ bzw. den Industrietourismus besetzt und entwickelt, gewinnt entscheidende Marktvorteile.

3.2.2 Die Route der Industriekultur im Speziellen

Leitidee und Ziel

Die Route der Industriekultur ist im Rahmen der IBA entstanden und durch die „Deutsche Gesellschaft für Industriekultur“ entwickelt worden. Der Projektträger ist der KVR. Die Route ist das Rückgrat der touristischen Erschließung und Vermarktung des Ruhrgebiets. Industriekulturelle Orte von hoher Empfangs- und Erlebnisqualität sollen miteinander verbunden und zusammen als unverwechselbares Kennzeichen der Region präsentiert werden. Zielgruppe ist ein kultur- und erlebnisorientiertes Publikum. Durch die Route sollen die Industriedenkmale der Region in ihrem regionalen und überregionalen Bekanntheitsgrad, ihrer Wertschätzung und Akzeptanz gesteigert werden. Außerdem sollen die industriellen Standorte zu kulturellen Veranstaltungsorten weiterentwickelt werden⁵⁰.

Auf der Route werden charakteristische und bedeutsame Beispiele der industriellen Welt als Netzwerk repräsentiert⁵¹. Dabei wird ein klarer hierarchischer Aufbau praktiziert, der den einzelnen Standorten eindeutig festgelegte Funktionen zuweist.

Ankerpunkte

Das Rückgrat bilden insgesamt 19 Ankerpunkte, die Knoten im Erschließungs- und Informationssystem. Diese Highlights werben für alle insgesamt über 500 Standorte. Drei dieser Ankerpunkte - Zeche Zollern II/IV in Dortmund, Zeche und Kokerei Zollverein in Essen (UNESCO-Weltkulturerbe), Landschaftspark Duisburg-Nord - wurden zu Besucherzentren ausgebaut⁵². Sie fungieren als Einstiegspunkte, an denen Besucher der Route alle Informationen über das Gesamtsystem erhalten können⁵³. Auf der Grundlage einer umfangreichen Untersuchung und Bewertung von potenziellen Standorten wurden die Ankerpunkte ausgesucht. Die Anzahl der Ankerpunkte ist von vornherein begrenzt worden, um die Vermarktbarkeit zu erleichtern.

⁵⁰ Ebert, Wolfgang, 1999

⁵¹ Soyez, Dietrich, 2001

⁵² Underberg, Bernhard, 1998

⁵³ Ebert, Wolfgang, 1999

Technik- und sozialgeschichtliche Museen

Das Kernnetz der Ankerpunkte wird durch sechs technik- und sozialgeschichtliche Museen ergänzt. Die Museen haben Einstiegs- und Multiplikatorfunktion und sollen Hintergrundwissen zur industriegeschichtlichen Vergangenheit vermitteln.

Aussichtspunkte

Neun herausragende „Panoramen der Industriekultur“ bieten einen Überblick über die Ruhrgebietslandschaft. Berge- und Schlackenhalde sind mit diversen Einrichtungen zu besonderen touristischen Attraktionen ausgebaut worden.

Arbeitersiedlungen

Zwölf Arbeitersiedlungen bilden einen wichtigen Teilbereich der Route der Industriekultur. Die Siedlungen sind von Bedeutung, da sie einen direkten Blick in das Leben der Region ermöglichen. So gibt es auch ein gemeinsames Programm für „Bed&Breakfast in der Siedlung“, so dass Besucher hautnah Industriegeschichte erleben können.

Themenrouten

(Primär- und Sekundärstandorte)

Das Basissystem der Route aus Ankerpunkten, Aussichtspunkten, Museen und Siedlungen (Primärstandorte) wird ergänzt durch 25 Themenrouten. Diese Routen führen zu weiteren Objekten (Sekundärstandorte), welche den Besuchern ein vertieftes Verständnis und Erlebnis vermitteln können. Durch diese Standorte soll eine komplette räumliche oder thematische Erschließung der industriellen Kulturlandschaft ermöglicht werden⁵⁴. Folgende beispielhafte Themenrouten sind an die Ankerpunkte angeknüpft:

- ⇒ Industrielle Kulturlandschaft Zollverein (Essen)
- ⇒ Industrie macht Stadt (Oberhausen)
- ⇒ Sole, Dampf und Kohle: Industriekultur im Kreis Unna
- ⇒ Geschichte und Gegenwart der Ruhr
- ⇒ Unternehmervillen im Ruhrgebiet

Die „Route der Industriekultur“, die im Mai 1999 eröffnet wurde, besteht aus einem ca. 400 km langen Rundkurs. Die einzelnen Standorte sind sehr einfach mit dem Auto und Bus, aber auch mit dem ÖPNV sowie mittels Tourismuseisenbahnen, Personenschiffahrt, Fahrrad- und Wanderwegen zu erreichen. Somit nutzt die Route alle Mobilitätsarten. Ein Beschilderungssystem weist den Besuchern den Weg und liefert zusätzliche Infor-

⁵⁴ Ebert, Wolfgang, 1999

mationen. Die Investitionskosten betragen bisher rund 7,5 Mio. Euro⁵⁵; die Folgekosten liegen im Jahr bei ca. 0,5 Mio. Euro.

Unmittelbare und mittelbare Erfolge des Projektes

Die unmittelbaren Auswirkungen des Projektes im Sinne der Besucherzahlen sind nicht leicht zu beschreiben, obwohl es eine ganze Anzahl von Erhebungen seitens des Kommunalverbandes und der Ruhrgebiet Tourismus GmbH gab, die auch kontinuierlich fortgeführt werden. Zusammenfassend lassen sich folgende Aussagen treffen:

- ⇒ Im Durchschnitt liegt die Steigerung der Besucherzahlen seit Einführung der Route am Markt im Jahr 1999 bei ca. 30%. Dies schwankt stark, bedingt offensichtlich durch die unterschiedlichen Standortqualitäten.
- ⇒ Die vorsichtige Einschätzung der Zahl der Besucher und Reisenden auf der Route insgesamt liegt bei 10 Millionen pro Jahr, Tendenz steigend. Davon werden ca. 80% durch den großen Binnenmarkt der Region gedeckt. Diese Zahlen sind nicht mit Sicherheit zu bestimmen; einige Standorte verfügen über keine verlässlichen Zahlen, da z.B. kein Eintritt erhoben wird. Andererseits sind z.B. die Themenrouten bzw. Sekundärstandorte in ihrem Besuch nur durch Komplementärdaten hoch zu rechnen.
- ⇒ Die Zahl der Besucher im Zentralen Besucherzentrum (Zollverein) liegt zurzeit bei ca. 500 Tausend pro Jahr, Tendenz steigend.
- ⇒ Die Hits im Internetauftritt liegen bei 20 Tausend Zugriffen im Monat, Tendenz steigend.

Beispiele für Ankerpunkte auf der Route der Industriekultur

Gasometer Oberhausen

Er ist mit 117,5 m Höhe und 68 m Durchmesser der größte Gasometer Europas und wurde 1929 errichtet. Heute ist das Gebäude eine Ausstellungshalle mit jährlich wechselnden Expositionen. Im Sommer der Jahre 1994 und 1995 fand die erste Ausstellung „Feuer & Flamme“ statt. Diese wurde von ca. 500.000 Touristen besucht, weitere folgten. Vom Dach als „Aussichtspunkt“ genießt man einen einmaligen Ausblick über das Ruhrgebiet.

⁵⁵ Underberg, Bernhard, 1998

Abbildung 9: Gasometer Oberhausen



Zeche und Kokerei Zollverein Essen

Der zentrale Schacht XII, 1930 erbaut, sowie die Kokerei aus den 1950er Jahren dokumentieren einen baulichen Höhepunkt der Industriekultur. Mit seinen Gebäuden im Bauhausstil gilt der Schacht XII als Symbol des Ruhrgebiets und als die vielleicht schönste, sicher aber ehemals modernste Kohlenzeche der Welt. Das gesamte Ensemble von „Zollverein“ (6 Schachtanlagen aus unterschiedlicher Zeit, die Kokerei und die Werks-siedlungen) zählt seit 2002 zum UNESCO-Weltkulturerbe⁵⁶. Es gilt auch als das größte unter Schutz stehende Bauensemble der Welt. Entwicklungsschwerpunkt ist einmal die Regionale Geschichte - mit dem neuen zentralen Ruhr-Museum - und die Designwirtschaft mit dem Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen und der Ansiedlung von zahlreichen privaten Firmen. Zollverein ist auch Schauplatz vieler großer Events. Hier ist auch das Zentrale Besucherzentrum der Route Industriekultur angesiedelt. Über 500.000 Menschen besuchten das Gelände im Jahr 2001. Die Tendenz ist stark steigend. Durch die Anerkennung als Weltkulturerbe sind im Jahr 2002 weitere Steigerungen zu erwarten.

⁵⁶ Stiftung Zollverein, Hrsg., 2002

Abbildung 10: Besucherzahlen Zollverein Essen 1998 - 2000

Zollverein Essen	Zahl der Besucher
1998	40.000
1999	240.000
2000	360.000
2001	über 500.000

Abbildung 11: Förderturm Zeche Zollverein Essen



Landschaftspark Duisburg-Nord und Meidericher Eisenhütte

Dieses Gelände ist heute ein Paradebeispiel für die touristische und kulturelle Umnutzung einer Industrieanlage. Der Park entstand als singuläres Projekt und ist nicht etwa das Ergebnis einer Landesgartenschau. Das Hochofenwerk ist zugleich eine eindrucksvolle Kulisse und eine begehbare Landschaftsskulptur. Einer der Hochöfen kann Tag und Nacht, auch ohne Führung, bestiegen werden und bietet als „Aussichtspunkt“ faszinierende Einblicke in die Umgebung. In der Nacht ist das Hüttenwerk eindrucksvoll beleuchtet. Der umliegende, 200 Hektar große Park lädt zum Verweilen ein. Große Hallen und die Hochofenbühne bieten Platz für große Konzerte, Kulturveranstaltungen und private Events. Im Gasometer ist ein Übungsbecken für Taucher und die Betonmauern des Erzbunkers sind Kletterwände des Duisburger Alpenvereins. Durchschnittlich besuchen ca. 800.000 Menschen pro Jahr den Park.

Abbildung 12: Hüttenwerk und Landschaftspark Duisburg-Nord



Zeche Nordstern und Bundesgartenschau (BUGA) Gelsenkirchen

Die ehemals nördlichste Zeche des Reviers wurde 1993 stillgelegt. Hundert Hektar Zechenbrache sollten eine neue Nutzung finden. „Nordstern“ war eines der IBA-Projekte und hatte demzufolge verschiedene Vorgaben zu erfüllen:

- ⇒ Wiederaufbau von zerstörter Landschaft
- ⇒ Sicherung gefährdeter, ökologisch wertvoller Freiflächen
- ⇒ Schaffung von Grünflächen für die Naherholung
- ⇒ Umbau und Umnutzung der denkmalgeschützten Zechengebäude zu einem Wohn- und Gewerbepark.

Bei der Verwirklichung übernahm die BUGA 1997 eine wichtige Funktion. Sie garantierte die schnelle Umsetzung, sorgte für bundesweite Publizität und gab Impulse für die Zukunft. Die Bundesgartenschau gilt als Paradebeispiel für den Strukturwandel im Ruhrgebiet. Sie hat sowohl einen Landschafts- als auch einen Wohn- und Gewerbepark hinterlassen.

Abbildung 13: Zeche Nordstern Gelsenkirchen



3.2.3 Perspektiven

Als problematisch bei der industrieturistischen Erschließung des Ruhrgebietes wird das Fehlen einer zentralen Verwaltungseinheit mit ausreichender Kompetenz angesehen. Zwar gab es immer ein gemeinsames Lebensgefühl, eine gemeinsame Tradition und Identität, aber nur einen schwachen verbindenden Rahmen. Durch den wirtschaftlichen Druck, die globale Konkurrenz der Regionen und die zunehmende Internationalisierung der persönlichen Lebenswelten entwickelt sich aber der Ruf nach der „Ruhr-Stadt“. Es ist abzusehen, dass diese Entwicklung nicht mehr aufzuhalten ist. Und eine ordnende Hand ist für die langfristige, gemeinsame Inwertsetzung als Tourismusziel existenziell.

Alle neuen Tourismus-Destinationen haben immer das Problem, dass sie sich selber als solche mental zu definieren haben. Das hat weitreichende Folgen: Die Bewohner müssen ein Bewusstsein für den „touristischen Wert“ der eigenen Lebenswelt entwickeln. Die Route der Industriekultur übernimmt in diesem Sinn auch eine wichtige regionalpolitische Aufgabe. Solche öffentlichen Investitionen in die Infrastruktur sind unverzichtbar. Dann muss bei lokalen, regionalen und internationalen Investoren die Erkenntnis wachsen, dass es sich lohnt, hier in touristische Infrastruktur zu investieren. Auch dazu bedarf es öffentlichen Engagements durch Förderprogramme und Wegweisung.

Der Tourismus im Ruhrgebiet wird auch weiter auf zwei Säulen stehen. Der zentrale Baustein ist die Industriekultur. Sie soll die Basis für eine eigen-

ständige, authentische Attraktivität sein. Der ergänzende Baustein besteht aus Entertainment und Events. Bereits vorhandene Angebotspotenziale beider Säulen müssen weiter erschlossen und verbessert werden. Beide Bausteine werden zu einem Angebotspaket verknüpft und entsprechend vermarktet⁵⁷. Andere Marktsegmente des Tourismus, die derzeit boomen, treten hinzu. So sollen die international beeindruckend konkurrenzfähige Gesundheits- und Wellnessindustrie, sowie die größte Sportregion der Welt (nicht nur Fußball, siehe die Olympiabewerbung) verstärkt vermarktet werden.

Das Ruhrgebiet muss kein „Kontrastprogramm“ zu herkömmlichen Reiseformen anbieten, da die vorhandenen Potenziale in vielen Bereichen ausreichend konkurrenzfähig sind. Alle derzeit im Trend liegenden Entwicklungen im Tourismus können abgedeckt, bei der Infrastruktur muss jedoch noch nachgebessert werden. Die Region kann aber im Wettbewerb nur dann nachhaltig bestehen, wenn sie ihre authentischen, regional-spezifischen Besonderheiten in überzeugender Weise darstellt. Dazu schuf sie sich ein touristisches Leitbild, dessen Thema auf der Industriekultur beruht. Die enormen Anstrengungen haben schon dazu geführt, dass die international unvergleichlichen Highlights dieser alten Industrielandschaft heute als Tourismusziele anerkannt sind.

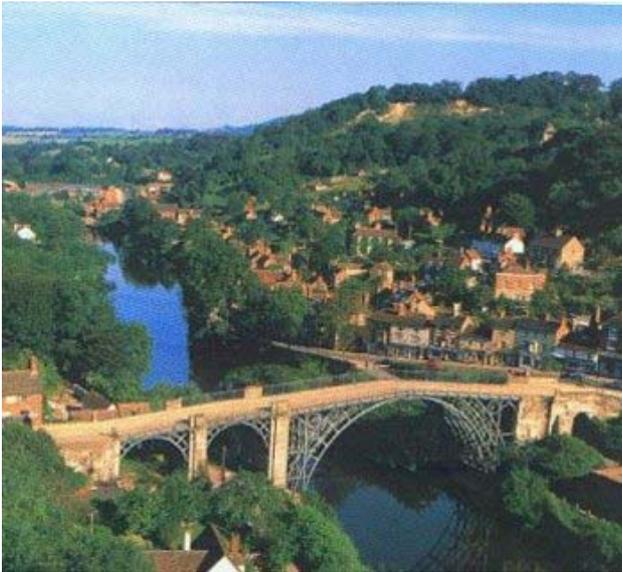
3.3 Ironbridge Gorge Museum in Mittelengland

3.3.1 Industriegeschichtlicher Hintergrund

Das Gebiet des heutigen Museums befindet sich im britischen County Telford. Telford selbst ist eine so genannte „New Town“, eine auf dem Reißbrett geplante und realisierte Stadt der 1960er Jahre. Sie liegt etwa 60 km westlich von Birmingham in Mittelengland.

⁵⁷ Underberg, Bernhard, 1998

Abbildung 14: Ironbridge über den River Severn mit dem Ort Ironbridge



Der Name des Museums leitet sich aber von der weltweit ersten gusseisernen Brücke ab, die in den Jahren 1779 bis 1781 errichtet wurde und den River Severn überspannt. Allgemein gilt die Gegend um Ironbridge heute als die Wiege der industriellen Revolution. In der Region wurde der Bergbau bereits seit dem Mittelalter betrieben; 1544 wurde erstmals die Verhüttung von Eisen unter Zuhilfenahme von Holz vollzogen; 1709 erfolgte dann die Verhüttung unter Verwendung von Steinkohlenskok. Dieses von dem Unternehmer Adam Darby in der Region entdeckte Verfahren ersetzte das bis dahin verwendete Holz zur Eisenverhüttung und ermöglichte von nun an die massenhafte Produktion von billigem und gehaltvollem Eisen und Stahl. Die Region Shropshire entwickelte sich im 18. und 19. Jahrhundert zur weltweit führenden Industrieregion. Insgesamt fanden sich am Beginn des 19. Jahrhunderts im East Shropshire Kohlenfeld 14 Hochöfen sowie jeweils acht Eisenschmelzen und -schmieden.⁵⁸

Die zum Verkoken geeignete Kohle fand sich ebenfalls in der Region, was zu einer Vielzahl von Kohlegruben führte. Darüber hinaus entstanden zahlreiche Verkehrswege wie Kanäle oder Eisenbahnlinien, auf denen die benötigten Rohmaterialien herbeigeschafft bzw. die fertig gegossenen Produkte abtransportiert wurden. Zu den bemerkenswertesten Erzeugnissen zählten dabei beispielsweise ab 1722 Zylinder für Dampfmaschinen, die James Watt oder Matthew Boulton gießen ließen. Im Jahr 1767 erfolgte die erstmalige Produktion von Eisenbahnschienen; und auch die Ironbridge, die noch heute den River Severn mit

einer Spannweite von etwas mehr als 31 Metern überspannt, wurde mit Eisen aus der Region gebaut. Zudem erfolgte in Ironbridge bereits im Jahr 1802 der Guss der Dampfmaschine für die erste Dampflokomotive der Firma Trevithicks. Mit zahlreichen Neuerungen auch im Bereich des Verkehrs lässt sich feststellen, dass die Region nicht nur die industrielle Revolution, sondern auch die Transportrevolution ermöglichte.

Schon Mitte des 19. Jahrhunderts erlebte die Region eine starke Abschwächung ihrer industriellen Entwicklung, weil sich eine Verlagerung des industriellen Schwerpunktes in Richtung Wales und Birmingham immer stärker bemerkbar machte, bedingt durch die Tatsache, dass die besten Verkehrswege in der Nähe größerer Städte zu finden waren. Hinzu kam, dass eine Vielzahl technischer Defekte zur teilweisen Stilllegung der Hochöfen führte. Der frühe wirtschaftliche Niedergang der Region wurde nur relativ kurzzeitig unterbrochen durch den Aufschwung infolge der Ansiedelung der Ziegel- und Keramikindustrie. Zahlreiche Keramikbrennereien ließen sich am Coalport Kanal und an der Eisenbahn nieder. In unmittelbarer Nähe zu diesen Standorten finden sich zahlreiche Tongruben und Kohlegruben, in denen der Brennstoff für die Brennöfen abgebaut wurde. Noch heute ist Coalport Keramik ein Markenzeichen, wenn sie auch nicht mehr in Ironbridge hergestellt wird. Schon Ende des 19. Jahrhunderts setzte auch in diesem Industriesektor der Niedergang ein und bereits im Jahre 1926 wurde die letzte Brennerei geschlossen.

Anders als an der Saar oder der Ruhr waren also nicht struktur- sondern eher regionalwirtschaftliche Entwicklungen für die Schließung von Unternehmen der Montanindustrie verantwortlich und so kam das „Aus“ hier auch schon erheblich früher. Die Folge war, dass die Eisen- und Keramikproduktion nach dem zweiten Weltkrieg in der Region keine Rolle mehr spielte. Es kam zu einer massiven Abwanderung von regionalen Arbeitskräften und trotzdem lag die Arbeitslosenquote bei 27 %. Im gesamten Bereich der Ironbridge blieben eine Vielzahl von Industriebrachen zurück, ebenso wie etwa 3.000 offene Schächte der ehemaligen Kohlegruben. Hinzu kamen enorme Altlasten, die eine neue Nutzung der Areale erschwerten.

3.3.2 Die Geschichte der touristischen Inwertsetzung

In den 1960er Jahren wurden im Zuge der Gründung der „New Town Telford“ Pläne erstellt, die Ironbridge Gorge als Erholungslandschaft für Anwohner und für Touristen zu entwickeln, weil sowohl der schützenswerte Charakter der industriellen Überreste als auch deren touristischer Gehalt erkannt wurden. Ziel war es, „ein inspiriertes und

⁵⁸ Hayman, Richard et al., 1999

gewagtes Pionierunternehmen, das die ganze Geschichte vom Wachstum des Landes als Industriemacht in einer völlig neuen und herausfordernden Weise präsentieren kann⁵⁹, zu finden und somit die gesamte Ironbridge Gorge Region für Besucher attraktiv zu gestalten.

Das gesuchte ‚Pionierunternehmen‘ formierte sich 1967 aus lokalen Politikern, Planern, Industriearchäologen, Verwaltungen und Finanziers. Der

⁵⁹ Hauser, Susanne, 1999

Ironbridge Gorge Museum Trust (IGMT) stellte Anfang der 1970er Jahre als gemeinnützige Gesellschaft viele industrielle Gebäude unter Denkmalschutz und sorgt seit diesem Zeitpunkt für die ‚Musealisierung‘ und die stufenweise touristische Aufwertung der gesamten Region. Der IGMT konzentrierte sich zunächst auf den Ankauf möglichst vieler Häuser, Industrieanlagen, -gebäude etc., mit deren Renovierung ab 1975 begonnen wurde, wobei bereits im Jahr 1970 die Eröffnung des ersten Standortes gefeiert werden konnte. Den ersten großen Schritt bedeutete die Eröffnung des Freilichtmuseums „Blists Hill“ im Jahr 1973.

Abbildung 15: Entwicklung der „Museumsregion“ Ironbridge Gorge 1967 - 1989

1967	das Gebiet um Ironbridge wird als Conservation Area ausgewiesen
1971	ein erster bezahlter Museumsdirektor wird eingestellt
1973	„Blists Hill“ wird ein Freilichtmuseum und ein erster Souvenirladen wird errichtet
1972-74	das zentrale Symbol der verschiedenen Standorte, die Ironbridge, wird restauriert
1976	eröffnet das Coalport China Museum in einer alten Porzellanfabrik
1978	Auszeichnung als „Europäisches Museum des Jahres“
1978	wird die Ironbridge Gorge Trading Company gegründet, eine Handelsgesellschaft, die den Vertrieb von Souvenirs und Schriften übernimmt
1979	wird das „Museum of Iron“ eröffnet
1980	arbeiten 70 fest Angestellte in Ironbridge und 230 Beschäftigte in verschiedenen Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen
1981	eröffnet das Institute of Industrial Archaeology, ein Kooperationsprojekt mit der Universität Birmingham
1985	wird das „Jackfield Tile Museum“ eröffnet, eine Kachelfabrik, in der für Besucher Kacheln nach traditionellen Mustern produziert werden
1986	wird der Ironbridge Gorge in die Liste des UNESCO Weltkulturerbes aufgenommen.
1987	überweist die britische Regierung ein Basiskapital von 4 Mio. Pfund und übernimmt die Kosten für Renovierungsarbeiten
1987	wird das „Ironbridge Institut“ gegründet; es bietet ein Studium und Kurse für das professionelle Management industriellen Erbes an
1988	ist der bisherige Höhepunkt der Besucherzahlen erreicht; in diesem Jahr kommen 404.000 Besucher nach Ironbridge
1989	eröffnet das „Museum of the River“

Seit seiner Gründung im Jahr 1970 wurde das Museum also schrittweise ausgebaut. Von bescheidenen Anfängen ausgehend, erfolgte ein Ausbau auf über 300 Gebäude, die 1986 in die Liste des UNESCO-Weltkulturerbes aufgenommen wurden. Durch die dargestellten Maßnahmen, die sich über mehr als zwei Jahrzehnte erstreckten, wurde das Gebiet zu dem ausgebaut, was es heute im besonderen Maße charakterisiert: Eine industriearchäologische Region mit starkem Bezug zum Tourismus. Im Ergebnis wurde nicht die punktuelle Musealisierung einzelner

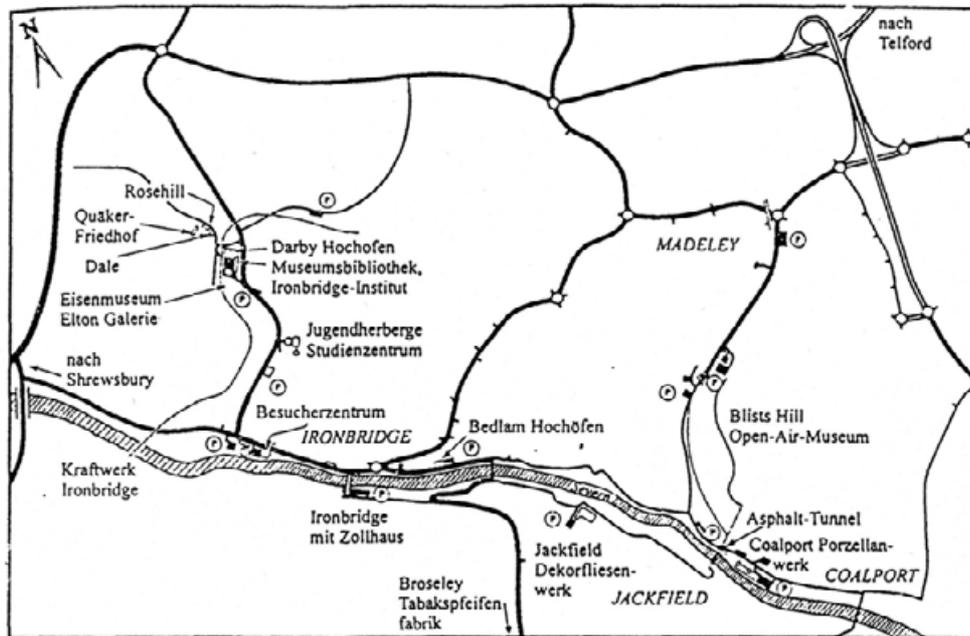
Industriegebäude erreicht, sondern die industrieturistische Erschließung einer ganzen Region.

Das Ironbridge Gorge Museum umfasst in seiner derzeitigen Ausdehnung neun kostenpflichtige und 28 weitere Standorte, die frei begehbar sind. Diese Standorte lassen sich in Einzelmuseen, Industriedenkmäler, historische Gebäude und Ausgrabungsstätten untergliedern. Das breite Spektrum schlägt sich nicht nur in den verschiedenen Formen der Ausstellungen, sondern auch in den Ausrichtungen der Museen nieder. Neben der Präsentation unterschiedlicher Industrien in

den Ausstellungen finden sich auch soziale und wirtschaftshistorische Aspekte wieder. So wurde ein Teil der Ausstellung beispielsweise dem Leben der Menschen vor 200 Jahren oder den Le-

bensbedingungen der Arbeiter in Arbeiterhäusern gewidmet. Damit vollzog das Ironbridge Gorge Museum den Schritt vom reinen Industriemuseum zum Museum der Industriekultur.

Abbildung 16: Überblick über die Standorte des Ironbridge Gorge Museums



Für das Jahr 2001 hat das für die Region zuständige Parlamentsmitglied David Wright festgestellt, dass das Ironbridge Gorge Museum 600.000 Besucher angelockt hat und insgesamt 2.500 Arbeitsplätze - direkt und indirekt - von seinem Erfolg abhängig sind.⁶⁰ Die wichtigsten Einrichtungen sind im Einzelnen:

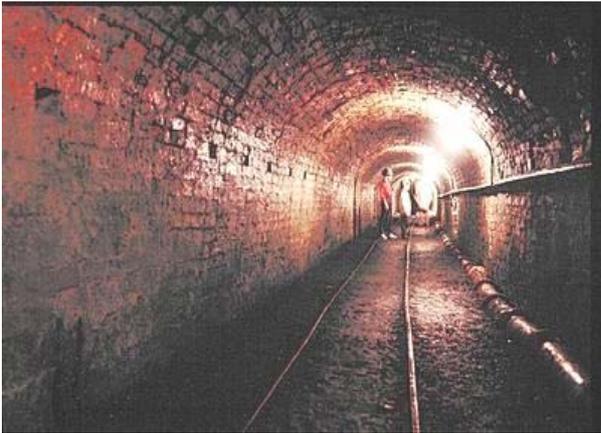
- ⇒ Das **Museum of Iron** wurde in einem Lagerhaus (errichtet 1838) des alten Gießwerks der Coalbrookdale Company eingerichtet. Die Ausstellung zeigt die Geschichte der Eisenherstellung von ihren Anfängen bis heute. Sie umfasst dabei auch einen der alten Darby Hochöfen, in dem 1709 erstmals Eisen unter Verwendung von Koks verarbeitet wurde.
- ⇒ **Rosehill House** und **Dale House** stellen ehemalige Wohnsitze von Fabrikanten dar. Sie vermitteln dem Besucher einen Einblick in die Lebensweise eines wohlhabenden Arbeitgebers des 19. Jahrhunderts.
- ⇒ Das **Long Warehouse** beherbergt heute die Museumsbibliothek und eine Sammlung zur Industriekunst mit Fotos, Büchern, Drucken, Gemälden und Zeichnungen.

Im **Ironbridge Institute** findet sich eine Außenstelle der Universität Birmingham. Hier werden vor Ort Aufbaustudiengänge zu Industriearchäologie und Kulturmanagement angeboten.

- ⇒ Das **Ironbridge Gorge Visitor Center** wurde in einem alten Lagerhaus von 1834 untergebracht und bietet den Besuchern einen ersten Überblick über das Museum. Ebenfalls findet sich hier ein Modell des gesamten Tales, wie es sich im Jahr 1796 darstellte. Nicht weit vom Besucherzentrum findet sich mit der **Ironbridge** und dem dazugehörigen **Zollhaus** von 1779 das zentrale Element des Museums.
- ⇒ In den alten Fabrikgebäuden der **Broseley Tabakpfeifenfabrik** von 1881 wurde ein Museum für tönernen Tabakpfeifen eingerichtet.
- ⇒ In den Gebäuden der **Jackfield Dekorfliesenfabrik** von 1853 wurde in den letzten Jahren eine Ausstellung zur Keramikindustrie eröffnet.
- ⇒ Der **Asphalttunnel von Coalport** ist heute begehbar. Die Besucher können dabei den natürlichen Asphalt, der aus den Wänden sickert, betrachten.

⁶⁰ Shropshire Newspaper Ltd. 2002.

Abbildung 17: Blick in den Asphalttunnel von Coalport



- ⇒ Im ehemaligen **Keramik- und Porzellanwerk in Coalport** wurde eine Ausstellung eingerichtet, die die Geschichte sowie eine Sammlung von in Coalport hergestellten Gütern zeigt.
- ⇒ Das Freilichtmuseum von **Blists Hill Victorian Town** bildet einen der ältesten und gleichzeitig wichtigsten Punkte der Ausstellungen in der Gegend um Ironbridge. Mittels Erläuterungen und Demonstrationen sollen den Besuchern auf lebhafte Art und Weise die Lebensbedingungen und Lebensweisen in viktorianischer Zeit möglichst

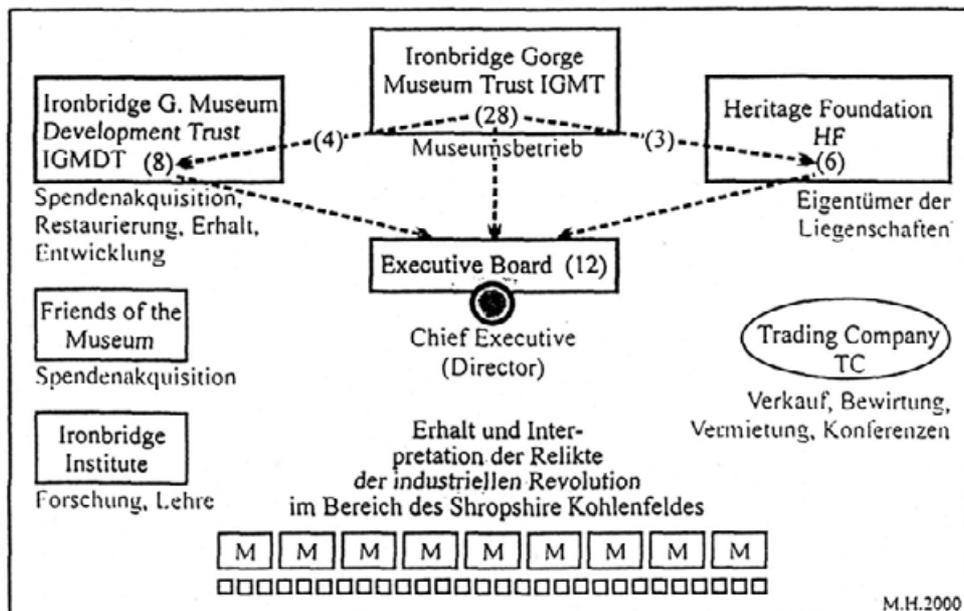
wirklichkeitsnah vermittelt werden. Die Aktionen sind geprägt durch Vorführungen von zeitgenössischen Festen wie beispielsweise Hochzeiten in nachgeschneiderten Kostümen. ‚Workshops‘ für das eigenständige Anfertigen typischer Güter der damaligen Zeit ergänzen dieses Programm.

Die Exponate und Veranstaltungen sind so zahlreich, dass ein Tag kaum ausreicht, um das gesamte Spektrum der Attraktionen kennen zu lernen. Hierzu trägt auch die verstreute Lage der einzelnen Museumsstandorte bei, die zudem fast ausschließlich mit dem PKW erreicht werden können. In naher Zukunft ist deshalb seitens des IGMT eine stärkere Vernetzung der Standorte durch die Schaffung eines Systems von öffentlichen Verkehrsmitteln ebenso geplant wie die Erschließung durch Wanderwege.

3.3.3 Museumsstruktur und -organisation

Als Stärke des Ironbridge Gorge Museums kann dessen struktureller Aufbau gesehen werden, dessen Anfänge bis in die 1960er Jahre mit der Gründung des IGMT zurückreichen. Fehlte zunächst die Unterstützung eines öffentlichen Trägers, so ist nun gerade die wirtschaftliche Eigenständigkeit des Betriebes Basis für Flexibilität und freies Agieren. Insgesamt sorgen heute sieben unterschiedliche Institutionen für den Fortgang und die Weiterentwicklung des Museums.

Abbildung 18: Organisationsstruktur des Ironbridge Gorge Museums



Die einzelnen Institutionen haben klar definierte Aufgabenbereiche: Der Ironbridge Gorge Museum Trust (IGMT) ist als gemeinnützige GmbH heute für den laufenden Museumsbetrieb zuständig, während der Ironbridge Gorge Development Trust (IGMDT) für den steten Ausbau des Museums verantwortlich ist. Als eine weitere Hauptinstitution kann die Heritage Foundation gesehen werden, die zur Verwaltung des Eigentums des IGMT 1991 gegründet wurde und Stiftungsgelder für den zukünftigen Erhalt der Baudenkmäler erhielt.⁶¹ Der Exekutivausschuss setzt sich aus zwölf Mitgliedern der drei Hauptinstitutionen zusammen und trifft sich alle sechs Wochen am ‚Runden Tisch‘. Ihm obliegt die Entscheidungsgewalt über den Museumsetat. Er kann so als das „schlagkräftige Kompetenzzentrum“⁶² des Museums gesehen werden, der durch die teilweise Doppelbesetzung in den Hauptgremien die Koordination untereinander gewährleistet. Für den kommerziellen Bereich (Verkauf, Bewirtung, Vermietung von Ferienwohnungen, Veranstaltung von Konferenzen) ist die Trading Company (TC) verantwortlich, die bereits 1978 gegründet wurde. Eine Unterstützung von wissenschaftlicher Seite erfährt das Museum durch das Ironbridge Institute als Außenstelle der Universität Birmingham. Industriearchäologische

Studien können so die weiteren Entwicklungen des Museums begleiten, gegebenenfalls auch steuern. Der Förderverein ‚Friends of the Museum‘ ist ein weiterer Bestandteil des Museums. Vorrangig ist der Verein mit insgesamt ca. 2.500 Mitgliedern für den Bereich Spendenakquisition verantwortlich.

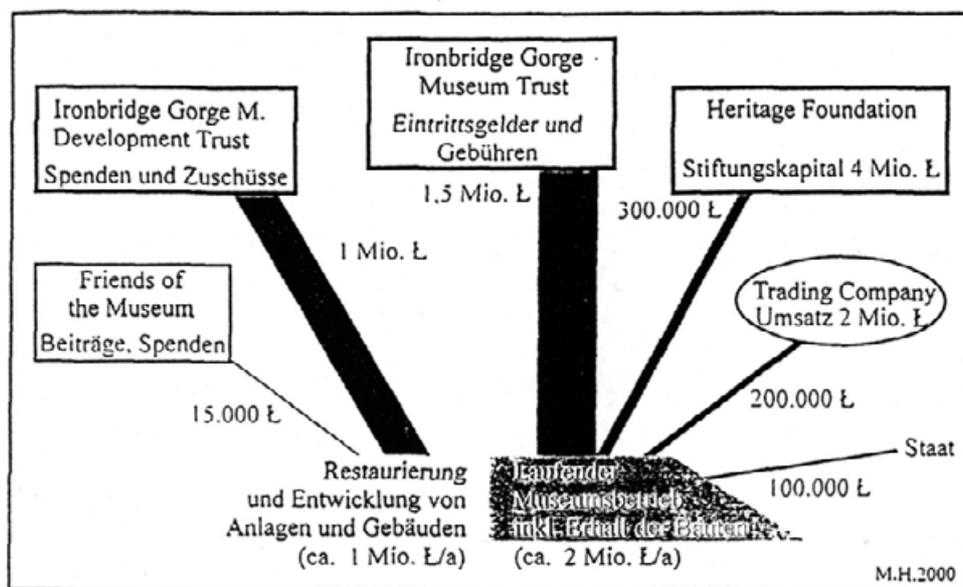
Die strikte Trennung von Restaurierung, Erhalt und Weiterentwicklung des Museums auf der einen und dem laufenden Museumsbetrieb auf der anderen Seite spiegelt sich auch in der Finanzierungskonzeption des Ironbridge Gorge Museums wider. Etwa eine Million Pfund werden jährlich durch den IGMDT akquiriert. Spendenanreize liefert der Projektbezug bei Restaurierungsmaßnahmen oder auch beim Neuerwerb von Museumsobjekten, da mit einer finanziellen Unterstützung am konkreten Objekt eine höhere Identifikation der Sponsoren erreicht werden kann. Der zielgerichtete Einsatz von Spenden und Zuschüssen in einzelne Objekte hat sich als äußerst sinnvoll erwiesen und wird durch den IGMDT weiterhin forciert. Zahlreiche Restaurierungsarbeiten werden durch die Kommission für die New Towns, dem Europäischen Fonds für Regionalentwicklung und dem English Heritage kofinanziert.⁶³

⁶¹ Hayman, Richard et al., 1999

⁶² Helfer, Malte, 1999

⁶³ Hauser, Susanne, 1999

Abbildung 19: Finanzierungskonzept des Ironbridge Gorge Museums



Die Finanzierung der laufenden Kosten erfolgt zu drei Vierteln über Eintrittsgelder und Gebühren. Das restliche Viertel setzt sich aus Geldern der Heritage Foundation, den Mieneinnahmen durch die eigenständige Trading Company und durch

geringfügige Subventionen des Staates zusammen. Zur Reduzierung der Personalkosten setzt das Museum auf freiwillige Mitarbeit. Identifikation und Motivation sind aus Sicht der Museumsleitung die treibenden Kräfte. Besonders motivierend für

die freiwilligen Mitarbeiter ist dabei, dass sie - entsprechend ihren Fähigkeiten - jede Position innerhalb des Museums ausfüllen dürfen und den bezahlten Mitarbeitern praktisch gleichgestellt sind. Die hohe Zahl der freiwilligen Mitarbeiter (ca. 370) lässt vermuten, dass gerade die in der Hochsaison zahlreiche Laienschauspielrollen von Bewohnern aus der näheren Umgebung übernommen werden.

Durch den „Educational Charity Trust“ ist das Museum auch für Bildungsmaßnahmen an Schulen verantwortlich. Dieser pädagogische Aspekt verschafft dem Museum zusätzliche Steuervorteile. Zwei Klassenräume und eine Jugendherberge stehen Lehrpersonal und Schülern auf dem Gelände zur Verfügung. Fachliche Unterstützung erfolgt durch Museumsmitarbeiter im Vorfeld der Exkursion und vor Ort. Das Ironbridge Institute bietet darüber hinaus verschiedene Aufbaustudien im Bereich Industriearchäologie und Management von Kulturerbe an⁶⁴.

3.3.4 Museumsmarketing

Bereits in den 1970er Jahren steht der Transport eines eindeutigen ‚Bildes‘ von Ironbridge im Vordergrund. „Das Museum ist von Anfang an (...) mit einer klaren Philosophie bekannt gemacht worden“⁶⁵. Die einzigartige Bedeutung des ‚Ortes‘, die Neuartigkeit der Arbeit des Museum Trusts und die ständigen Veränderungen innerhalb des Museums werden schon zu dieser Zeit proklamiert. Als privates Wirtschaftsunternehmen verfolgt das Museum noch heute ein entsprechendes Marketing. Das Alleinstellungsmerkmal der Ironbridge Gorge Region als ‚Wiege der industriellen Revolution‘ wird somit entsprechend vermarktet. Die Ironbridge von 1779, als ein Symbol des industriellen Fortschrittes, unterstützt mittlerweile als Logo des Museums die Schaffung einer Corporate Identity.

Als weiterer Bestandteil der Marketingkonzeption kann die integrierte Vermarktung aller Standorte des Museums im Sinne eines Netzwerkzusammenschlusses gesehen werden. Da es sich um ein sehr weitläufiges Gelände mit vielen Standorten handelt, hat sich der Verkauf eines Museumspasses als sinnvoll erwiesen, der den um 60 % ermäßigten Besuch aller neun kostenpflichtigen Standorte ermöglicht. Dieser Besucherpass ist zeitlich unbegrenzt und fördert wiederholte Besuche bzw. Übernachtungen in der Region, da alle Standorte an einem Tag nicht zu bewältigen sind.

Erfolgreichster Standort des Museums ist das Blists Hill Freilichtmuseum. Auch wenn man sich bei diesem Projekt, so meinen zumindest Kritiker, auf eine Gratwanderung zwischen Authentizität und Disneyland begibt⁶⁶, ist es eines der bestbesuchten Standorte, das im Sinne der integrativen Vermarktung erhebliche ‚Ausstrahlungseffekte‘ auslöst und dadurch auch die anderen Standorte begünstigt. Nach der Devise ‚living history‘ zeigen kostümierte Mitarbeiter des Museums Alltag, Handwerk und industrielle Vorgänge aus verschiedenen Epochen. Ein diversifiziertes Wochenprogramm und verschiedene spezielle Attraktionen sprechen ein breites Publikum an.

Weitere Erfolgsfaktoren sind eine regelmäßige Präsenz in den Medien und eine intensive Auseinandersetzung mit der Klientel des Museums. Verstärkte Bemühungen werden beispielsweise den behinderten Besuchern zu teil. So werden für Sehbehinderte spezielle Führungen angeboten. Via Internet oder Prospekt können Informationen über die Zugänglichkeit der verschiedenen Standorte eingeholt werden.⁶⁷ Um den Erfolg des Museumsbetriebs einer Kontrolle zu unterziehen bzw. messbar zu machen, werden regelmäßig Besucherbefragungen durchgeführt, um die Akzeptanz zu testen und auf Wünsche der Besucher eingehen zu können. Gezieltes Benchmarking, durch Beobachtung konkurrierender Museen und auch Freizeiteinrichtungen, erlaubt es, „die eigene Besucherentwicklung zu relativieren und neue Trends und Bedürfnisse zu erkennen“⁶⁸.

Überregionale Präsenz erfährt das Museum u.a. durch den Anschluss an eine Marketinggemeinschaft mit anderen Museen und englischen UNESCO-Standorten. Als ein Standort der Hauptroute der European Route of Industrial Heritage, auf die später noch im Detail eingegangen wird, sind zusätzliche Vorteile zu erwarten.

Fazit

Jedes der drei ausgewählten Beispiele ist in hohem Maße geeignet als Vorbild für ganz bestimmte Ausprägungen industrieturistischer Angebote zu dienen:

⁶⁴ The Ironbridge Gorge Museum Trust, Hrsg., 2001

⁶⁵ Hauser, Susanne, 1999

⁶⁶ Helfer, Malte, 1999

⁶⁷ The Ironbridge Gorge Museum Trust, Hrsg., 2001

⁶⁸ Helfer, Malte, 1999

- ⇒ Die „Völklinger Hütte“ ist der Prototyp eines Hauptanziehungspunktes sowie eines Vermarktungs- und Organisationszentrums innerhalb einer hochrangigen Industrieregion.
- ⇒ Die „Route der Industriekultur“ im Ruhrgebiet zeigt auf, wie eine Vielzahl von Einzelobjekten hierarchisch eingeordnet und sinnvoll zueinander in Beziehung gesetzt werden können. Das dort praktizierte Gesamtsystem hat Vorbildcharakter für alle weiteren Initiativen im deutschen und europäischen Raum.
- ⇒ Das „Ironbridge Gorge Museum“ ist ein Musterbeispiel für die industrietouristische Erschließung einer ganzen Region. Eine große Zahl von Einzelobjekten wird integriert vermarktet, was ebenfalls für engmaschige Industrieregionen vorbildlich sein kann.

Die Vorbildfunktion der drei Beispiele, auch für die Entwicklung des Industrietourismus in Sachsen-Anhalt, resultiert insbesondere aus folgenden Tatbeständen:

- ⇒ Die Erlebnisdichte und -vielfalt sind überzeugend.
- ⇒ Professionalität ist spürbar von der Konzeption bis zur Tagesroutine.
- ⇒ Wirtschaftliche Eigenständigkeit wird zumindest angestrebt.
- ⇒ An die Stelle von Interessen- oder Fördervereinen treten leistungsfähigere Strukturen wie z.B. die Stiftung und der Trust.
- ⇒ Um eine hoch attraktive „Ikone“ des Industrietourismus gruppieren sich viele ergänzende Einrichtungen.

4 Entwicklungskonzept Industrietourismus in Sachsen-Anhalt

4.1 Die Grundlagen

Ausgehend von der industriellen Entwicklung Sachsen-Anhalts (siehe Kapitel 1) wird Industrietourismus im Rahmen der vorliegenden Untersuchung

als besondere Form des Kulturtourismus verstanden,

deren wesentliche Zielobjekte Industriebetriebe selbst und die von ihnen in charakteristischer Weise geprägten Landschaften sind,

wobei sowohl ehemalige als auch noch in Betrieb befindliche Industrien in Frage kommen,

soweit sie über eine entsprechende Anziehungskraft auf externe Besucher verfügen.⁶⁹

Der Begriff „Industrien“ wird dabei sehr weit gefasst:

- ⇒ In Bezug auf die Wirtschaftsgliederung wird nicht nur das „Verarbeitende Gewerbe“ einbezogen, sondern auch u.a. der Bergbau, die Energie- und Wasserversorgung, das Verkehrswesen und sogar die Landwirtschaft.
- ⇒ In thematisch/ sachlicher Hinsicht werden nicht nur „Betriebe“ berücksichtigt, sondern auch „Randerscheinungen“ wie Werkssiedlungen, Museen, Aussichtspunkte, Kulturstätten usw.

Die Eignung als industrietouristisches Objekt hängt davon ab, ob die folgenden Kriterien positiv beurteilt werden können:

1. Erlebniswert
2. Historische Präsentation
3. Symbolwert
4. Authentizität
5. Industrietouristische Infrastruktur
6. Touristische Qualität des Umfelds
7. Innovationsperspektiven
8. Verkehrsanbindung (ÖPNV/IV)

Dem Erlebniswert kommt dabei die größte Bedeutung zu (vgl. Kapitel 2–3). Entscheidend ist dabei, dass eine ausreichend große Zahl von ausbaufähigen Attraktionspunkten existiert, die für das Objekt als Ganzes Erfolg versprechende Perspektiven eröffnen. Als Erkenntnis aus der Materialsammlung ist festzuhalten, dass es in Sachsen-

⁶⁹ Soyez, Dietrich, 1993

Anhalt nicht an Objekten fehlt, die im weitesten Sinne den definierten Anforderungen genügen. In einer mehrstufigen, flächendeckenden Erhebung wurden insgesamt rund 250 potenzielle industrieturistische Ziele identifiziert. Nicht wenige davon sind

- ⇒ mit eindeutig touristischer Ausrichtung neu in Wert gesetzt worden;
- ⇒ in touristische Pauschalen und Pakete eingebunden und werden gezielt vermarktet;
- ⇒ Teil von themenbezogenen Routen.

Es wurden auch bereits Vereine und Initiativen gegründet, die sich um die touristische Vermarktung kümmern. Dies geschieht jedoch noch überwiegend auf ehrenamtlicher Basis; professionelle Vermarktungsstrukturen stellen eher noch die Ausnahme dar, ebenso wie die Bildung leistungsfähiger Stiftungen, Vermarktungsgesellschaften, Merchandisingfirmen usw. Nur relativ selten ist der Tourismus die eigentliche Triebfeder des unternehmerischen Handelns. Das ist vor allem dann der Fall, wenn ehemalige Industriekomplexe einer neuen, touristisch orientierten Nutzung zugeführt werden, z.B. in Form von Erholungsgebieten, Feriensiedlungen, Veranstaltungszentren, Freizeit- und Vergnügungsparks. Diese Projekte bzw. Unternehmen müssen ihre markt- und betriebswirtschaftliche Lebensfähigkeit selbst unter Beweis stellen, sie sind in diesem Sinne erwerbswirtschaftlich orientierte Unternehmen.

In der Mehrzahl der Fälle stellt die touristische Nutzung jedoch nur einen zusätzlichen positiven Aspekt dar:

- ⇒ Industrieunternehmen mit einer publikumswirksamen Produktpalette wie z.B. Brauereien, Kellereien, Glas- oder Porzellanmanufakturen, Schokoladenhersteller usw. nutzen die Möglichkeit von Besichtigungen und Führungen zur Imagepflege, Erhöhung des Bekanntheitsgrades und der Kundenbindung, aber auch zur Umsatzsteigerung über Direktvermarktung.
- ⇒ Aufwändige Maßnahmen, die in erster Linie den Zwecken des Denkmalschutzes dienen, bekommen zusätzliche Rechtfertigung, wenn die Industriedenkmale einer möglichst breiten Öffentlichkeit zugänglich sind und viele Besucher (möglichst gegen Entgelt) anlocken.
- ⇒ Große Infrastrukturmaßnahmen, wie z.B. ein Wasserstraßenkreuz oder ein Großflughafen, ziehen bereits in der Bauphase aber auch während des Betriebes viele Besucher an, für deren Betreuung Vorkehrungen getroffen werden müssen.

In letztgenannten Fällen spielt der Tourismus bei der Entscheidungsfindung und im Unternehmens-

konzept praktisch keine Rolle. Für die touristische Attraktivität des Standortes oder sogar der Region können derartige Angebote aber von großer Bedeutung sein.

Eine besondere Rolle spielen Museen und museale Einrichtungen. Viele Zeugnisse der industriellen Entwicklung sind nur noch in Museen und nicht mehr am Originalschauplatz zu besichtigen und zu erleben, so dass ihr Einbezug im Prinzip eine Notwendigkeit darstellt. Modernes Museumsmanagement sucht zudem den engen Bezug zum Tourismus, misst den Erfolg auch an den Besucherzahlen und der Größe des Einzugsbereiches und ist deshalb bemüht, den Erlebniswert eines Museumsbesuches so weit zu steigern wie möglich. Geht es um Industrietourismus, dürfen Museen und Ausstellungen mit entsprechendem Themenbezug keinesfalls ausgeklammert werden.

Bleiben zum Schluss eine Vielzahl kleinerer Objekte, die sich wegen ihres beschränkten Flächen- und Raumangebotes nicht für die Unterbringung leistungstarker Einrichtungen und Veranstaltungszentren, Museum usw. eignen, sowie wegen der begrenzten Zahl von Schau- und Erlebniselementen als Einzelziel keine ausreichende Anziehungskraft entwickeln können. Sie dienen in vielen Fällen der Naherholung der Bevölkerung, weniger dem überregionalen Tourismus. Diese Objekte, zu denen beispielsweise Handwerksbetriebe wie Mühlen, Seilereien, Wachsziehereien usw., aber auch kleine Schaubergwerke oder Gradierwerke gehören, lassen sich nur als Teil eines Gesamtpaketes oder einer Themenroute vermarkten.

Als im Marketingbereich bereits professioneller arbeitendes Netzwerk bergbauindustrieller Denkmale in Sachsen-Anhalt kann die „Glück-Auf-Tour“ angesprochen werden.⁷⁰ Die „Glück-Auf-Tour“, 1994 durch den Interessenverein Bergbau e.V. (IVBB) initiiert, bezieht heute bereits 11 Bergbaugebiete mit insgesamt 59 Einzelobjekten, alle mit eigenem Betreiber, ins Programm ein. Darunter befinden sich alle wichtigen industrieturistischen Destinationen, auf die im Folgenden noch einzugehen sein wird. Im Jahr 2000 registrierte der IVBB bereits fast 1 Mio. Besucher (938.800) und ist bestrebt, die touristische Bedeutung der „Glück-Auf-Tour“ weiter zu steigern, indem er die Zusammenarbeit mit Anbietern touristischer Programme intensiviert. Ausdruck dafür ist unter anderem, dass die „Glück-Auf-Tour“ seit Oktober 2002 nur noch über die Homepage der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH zu erreichen ist.⁷¹

⁷⁰ Böhm, Wolfgang, 1999

⁷¹ www.img-sachsen-anhalt.de/html/Glueck-auf-Tour

Abbildung 20: Glück-Auf-Tour - Bergbau in Mitteldeutschland



Die Erhebungen haben insgesamt gezeigt, dass

- ⇒ es in Sachsen-Anhalt eine große Zahl von Industrieobjekten/Standorten gibt, die sich grundsätzlich für eine touristische Nutzung eignen;
- ⇒ die Voraussetzungen und Chancen dafür aber sehr unterschiedlich sind.

Das weite Feld muss also sinnvoll bearbeitet werden. Dabei geht es nicht nur um ein Auswahlproblem, indem nach einem möglichst objektiven Bewertungsverfahren aus den 250 Objekten die 20 kulturgeschichtlich und touristisch bedeutendsten, weil Erfolg versprechendsten herausgefiltert werden. Das wäre mit Sicherheit zu kurz gegriffen, denn es bestünde die große Gefahr, dass dadurch interessante Ziele durch den Rost fallen, aber auch, dass ausgewählte Objekte für sich allein genommen für Touristen keine ausreichende Wirkung erzielen könnten. Gefragt ist keine Auflistung von Einzelobjekten nach ihrer Attraktivität (Rangordnung), sondern ein Gesamtkonzept, das vor allem auf die optimale Vermarktung des Themas Industrietourismus für Sachsen-Anhalt abstellt. Grundlage des Konzeptes sind Erfahrungen, die in anderen Industrieregionen gesammelt wurden (vgl. Kapitel 2-3) und in den Benchmarks (Kapitel 3) besonders klar zu Tage treten.

4.2 Die Grundzüge der Konzeption

Die European Route of Industrial Heritage (ERIH) hat entscheidende Weichen für die Entwicklung des Industrietourismus in Europa gestellt, an der sich alle potenziellen Industrietourismus-Destinationen auf allen regionalen Ebenen orientieren

werden. Dieses Projekt entstand ab 1999 unter der Initiative der Landesregierung von Nordrhein-Westfalen und hat zum Ziel, ein Netzwerk des Industrietourismus in Europa aufzubauen und mit einer konkreten Routenführung so zu versehen, dass möglichst viele potenzielle Besucher erreicht werden. Die Route soll als Markenzeichen die wichtigsten und attraktivsten Standorte der Industriekultur über die Grenzen hinaus bewerben und ihnen so gegenseitig Kunden zuführen.

Partner in Großbritannien, Belgien, dem Saar-Lor-Lux-Raum, den Niederlanden und Nordrhein-Westfalen haben sich im Rahmen der INTER-REG-Initiative der Europäischen Union zusammengeschlossen, um in diesen Ländern die Route als Modell zu entwickeln und weiterzuführen. Bei der Auswahl der Routenstandorte und bei der Festlegung ihres Verlaufs wurde besonderer Wert auf touristische Kriterien gelegt. Im Projektzeitraum bis Ende 2001 wurde zunächst gemeinsam von den Partnern die Planung und Vorbereitung der konkreten Umsetzung des ersten Teilschnittes in Form eines Masterplans erarbeitet. Ab 2002 wird nun dieser erste Teilschnitt mit Förderung und in Zusammenarbeit mit der Europäischen Union und den Regionen konkret verwirklicht. In diesem Projektabschnitt sollen Lösungen und Erfahrungen für eine gesamteuropäische Route gefunden bzw. gemacht werden. Ein besonderes Ziel ist dabei, nicht nur ein touristisches Netzwerk zu knüpfen, sondern gleichzeitig auch direkt zur Entwicklung einzelner Standorte im Sinne eines Ausbaues der gesamten Infrastruktur beizutragen. Es wäre für Sachsen-Anhalt eine große Chance, wenn herausragende Objekte gemeinsam einen Teilraum im Rahmen der ERIH verwirklichen würden (siehe Kapitel 6).

Was die Organisation und Gestaltung industrietouristischer Routen anbelangt, haben sich Strukturen herausgebildet, die sich national - z.B. bei der bereits beschriebenen „Route der Industriekultur“ im Ruhrgebiet (vgl. 3.2) oder dem denkmalpflegerisch/ musealen Rahmenkonzept „Historische Bergbauregion Harz“ (vgl. 5.1) - und international an Beispielen in England und den USA in vergleichbarer Form wieder finden. Es ist nahe liegend, auf diese bewährten und zukunftsgerichteten Strukturen auch beim Aufbau des Industrietourismus in Sachsen-Anhalt zurückzugreifen, zumal eine Einbindung in das europäische System mittelfristig eine absolute Notwendigkeit darstellt.

Ausgehend von den Benchmarks (siehe Kapitel 3) wird zur Strukturierung des Industrietourismus innerhalb Sachsen-Anhalts ein

4-Ebenen-Modell

empfohlen, wobei ein konsequenter hierarchischer Aufbau praktiziert wird, in dem für jede Ebene eindeutige Anforderungen in Bezug

- ⇒ auf die industriehistorische Bedeutung und Alleinstellung
- ⇒ auf die Dichte, Breite und Attraktivität des industrie- und allgemein touristischen Angebotes

definiert, aber auch eine klare Zuordnung von Aufgaben und Verantwortlichkeiten vorgenommen werden.

Ebene I: „Ikonen“ als „Kristallisationspunkte“

„Ikonen“ sind die herausragenden Destinationen des Industrietourismus, die selbst auf einer europaweiten Route als Fixpunkte gelten werden. Sie stehen nicht nur als Zeitzeugnis und in Bezug auf ihren Erlebnisgehalt deutlich über allen anderen Projekten, sondern sie nehmen auch im Hinblick auf ihre organisatorische und logistische Leistungsfähigkeit eine unangefochtene Spitzenstellung ein. Im „Organigramm“ der „Route der Industriekultur“ im Ruhrgebiet wird deshalb auch nur drei Objekten eine Sonderstellung als „Ankerpunkte mit Besucherzentrum“ eingeräumt. Die ihnen zugewiesene Aufgabe lautet, als Einstiegspunkte alle Informationen über das Gesamtsystem bereit zu halten.

Die geforderte herausragende Stellung und der Anspruch, auch in einem europaweiten Netz industrietouristischer Destinationen als Anlaufstelle fungieren zu können, stellen nahezu automatisch einen Zusammenhang mit der Welterbeliste der UNESCO her. Zeugnisse der Industriekultur, die in diese Liste Aufnahme gefunden haben, wie z.B. die Völklinger Hütte, die Zeche Zollverein oder das Ironbridge Gorge Museum, sind nahezu zwangsläufig auch „Ikonen“ im hier definierten Sinne; eine unbedingte Voraussetzung ist dies allerdings nicht, wohl aber ein deutlicher Hinweis auf das geforderte Niveau.

Ebene II: „Ankerpunkte“

Auch sie müssen über ausreichende Strahlkraft und hohe Gastgeber- und Servicequalitäten verfügen, denn an ihnen soll sich das Interesse potenzieller Besucher „verankern“. Sie sind verantwortlich für die Erschließung ihres landschaftlichen und/oder thematischen Umfeldes. Von ihnen gehen regionale Routen aus, die kleinere Standorte einbinden, und sie sollten mit den entsprechenden Instrumenten von Führungsangeboten und Medien das Konzept der räumlichen Vernetzung der Produkte im Bereich des Industrietourismus ermöglichen.

Auch an die Ankerpunkte werden so relativ hohe Ansprüche gestellt, auch in Bezug auf die Leistungsfähigkeit der touristischen Versorgungsinfrastruktur, von der verkehrlichen Erschließung (Anbindung, Parkmöglichkeiten), über die Information bis hin zur Betreuung und Umwerbung der Besucher. Am Beispiel der Benchmarks lässt sich darstellen, dass die Ankerpunkte sich als eine bunte Mischung unterschiedlichster Objekte präsentieren. Dazu zählen u.a.:

- ⇒ Museen mit unterschiedlichster Thematik, einschließlich Freilichtmuseen
- ⇒ Landschafts-, Industrie-, Freizeitparks
- ⇒ Objekte der Verkehrsinfrastruktur zu Wasser und zu Lande
- ⇒ Veranstaltungszentren in ehemaligen Industriekomplexen.

Wesentliche Voraussetzung ist eine hohe Dienstleistungsbereitschaft (personell, ausstattungsmäßig und zeitlich), damit sie ihre Funktion als Zentren der Information und Akquisition im Gesamtnetz erfüllen können und damit die Objekte auf der nachgelagerten Ebene organisatorisch und bei der Vermarktung unterstützen können. Hier muss eine gezielte und kritische Auswahl erfolgen, die die Zahl der echten Ankerpunkte klar limitiert.

Ebene III: Routenbezogene Anlaufpunkte

Um den Erlebnisgehalt zu erhöhen, werden ausgehend von den Ankerpunkten „Themenrouten“ kreiert, in die Objekte integriert werden, die deutlich machen sollen, wie intensiv die Industrialisierung bestimmte Landstriche geprägt hat. Die Anlaufpunkte können durchaus auch ehrenamtlich betrieben werden, weil sie wie dargestellt von den Kristallisations- und Ankerpunkten Unterstützung erfahren können.

Die Zusammensetzung ist im Prinzip identisch mit der der Ankerpunkte; der Unterschied liegt in erster Linie in der Wertigkeit als Folge einer geringeren Erlebnisdichte, Leistungs- und Dienstleistungsbereitschaft. Auch sind auf dieser Ebene „Randerscheinungen“ der Industrialisierung wie z.B. Werksiedlungen, Abraumhalden, Verkehrsinfrastrukturen, Bergbaufolgelandschaften usw. stärker vertreten.

Die endgültige Auswahl dieser Anlaufpunkte kann erst im Zuge der konkreten Konzeption von Themenrouten erfolgen. Im Rahmen des vorliegenden Handbuchs würde dies zu weit führen; hier werden nur ausgewählte Objekte benannt und kurz beschrieben, die sich grundsätzlich als Anlaufpunkte eignen könnten.

Ebene IV: Routenunabhängige Sehenswürdigkeiten

Die Erhebungsarbeiten haben einen ungeheuren Reichtum an potenziellen industrietouristischen Objekten zu Tage gefördert, die sich außerhalb der landesweiten Routen befinden. Von den Verantwortlichen in den Landkreisen Sachsen-Anhalts wurden rund 250 Einrichtungen benannt, die sich nach deren Einschätzung als industrietouristische Objekte eignen. Eine relativ grobe Überprüfung der Plausibilität der Vorschläge hat keine Anhaltspunkte dafür erbracht, dass völlig ungeeignete Objekte in großer Zahl benannt worden wären. Viel mehr ist anzunehmen, dass längst

nicht alle tatsächlich vorhandenen industrietouristischen Zielorte ausfindig gemacht wurden.

Es liegt auf der Hand, dass nicht alle diese Einrichtungen zu hochrangigen Einzelzielen entwickelt oder in landesweite Themenrouten einbezogen werden können. Für lokale und regionale Tourismusorganisationen aber stellen sie eine Bereicherung ihrer Produktpalette dar und können Bestandteil von deren touristischen Leitbildern und Marketingkonzepten sein.

Das 4-Ebenen-Modell im Überblick		
Ebene		Quantitative Vorgaben für Sachsen-Anhalt
Ebene I	„Kristallisationspunkte“ Die Ikonen der Industriekultur	Zunächst 2; maximal 3
Ebene II	„Ankerpunkte“ Zentren der Information und Akquisition im Gesamtnetz	Zunächst 10; Maximal 15 bis 20
Ebene III	„Anlaufpunkte“ Sind bestimmten Themenrouten zugeordnet	40 bis 60
Ebene IV	„Sehenswürdigkeiten“ Ohne direkten Bezug zu Themenrouten; speziell interessant für das touristische Orts- und Regionalmarketing	200 und mehr

4.3 Landesweite Themen und Routen

Auch hier stellt sich in erster Linie ein Auswahlproblem, denn aus den Ergebnissen der Ortsbegehungen und der Sekundärliteratur lassen sich sehr viele Ansatzpunkte für Thematisierungen ableiten. Sie beziehen sich auf die Geschichte ebenso wie auf die Gegenwart, sie leiten sich ab aus Erfolgen auf unterschiedlichsten Feldern und auch aus Zerstörungen und Misserfolgen, sie ranken sich um berühmte Persönlichkeiten, mythische Figuren, bahnbrechende Erfindungen und Vorreiterschaften in der Industrie, der Kultur und der Gesellschaft.

Im Vergleich mit den anderen großen Industrieregionen in Deutschland und Europa - und damit auch im industrietouristischen Wettbewerb - können nur die Themen bestehen, bei denen Sachsen-Anhalt eine wirklich herausragende Rolle spielt oder gespielt hat. Das verlangt eine sehr selektive Vorgehensweise und den Mut, selbst sehr gute Positionen als nicht ausreichend zu klassifizieren. Letzten Endes bleiben tatsächlich nur zwei große Themenbereiche als USP übrig:

⇒ Der Abbau und die Verarbeitung von Erzen in der Region Harz, mit Harzvorland und Mansfelder Land ⇒ **Historische Bergbauregion Harz**

⇒ Der Dreiklang „Steinsalze-Kalk-Kohle“, aus dem eine beispielhafte Verbundindustrie (Chemie, Energie) entstanden ist und die Region Dessau-Bitterfeld-Halle-Zeitz zum zweitgrößten industriegeschichtlichen Ballungsgebiet in Deutschland (nach dem Ruhrgebiet) befördert hat ⇒ **Mitteldeutsche Innovationsregion**

Selbst diese zwei Schwerpunktregionen bzw. -themen auf dem hart umkämpften (Industrie-) Tourismusmarkt Deutschlands und Europas zu installieren wird vermarktungstechnisch äußerst schwer sein. Alle übrigen Themen bzw. Aufhänger des Industrietourismus Sachsen-Anhalts, als da vor allem sind

- ⇒ die Landwirtschaft, speziell in der Magdeburger Börde und dem Schwerpunkt Zuckerrübenanbau, die den Maschinenbau in starkem Maße gefördert hat;
- ⇒ das Salz, eine Quelle des Wohlstandes über lange Zeit, das auch heute noch ein prägendes Element darstellt;
- ⇒ die historischen Eisenbahnen, die daran erinnern, dass Sachsen-Anhalt vor etwa 150 Jahren das dichteste Eisenbahnnetz in Deutschland hatte;
- ⇒ der Ausbau eines leistungsfähigen Wasserstraßennetzes mit eindrucksvollen Baulichkeiten;
- ⇒ klangvolle Namen wie Gruson, von Guericke, Borlach

sind zwar für sich genommen durchaus von Bedeutung, sie rechtfertigen aber nicht den Aufbau einer eigenständigen Produktlinie, die sich im industrietouristischen Wettbewerb Europas durchsetzen könnte. Bei der Suche nach „Ankerpunkten“ oder „Anlaufpunkten“ müssen sie jedoch unbedingt Berücksichtigung finden, sind dann aber einem der beiden Schwerpunkttrouten zuzuordnen (siehe Kapitel 5.3).

Auch sind diese Themenfelder in andere landesweite Schwerpunkte des Tourismusmarketings einzubringen, wie dies mit dem Thema Salz im Gesundheitstourismus⁷² oder mit dem Thema Wasser im Blauen Band als Markensäule des

⁷² Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, Bäder- und Kurorteverband Sachsen-Anhalt e.V., 2001b

Wassertourismus in Sachsen-Anhalt bereits geschieht.⁷³

Für die Gesamtkonzeption bedeutet dies, dass aus den vorliegenden Themen zwei „Routen“ gebildet werden, in die die wichtigsten Kristallisations-, Anker- und Anlaufpunkte des Industrietourismus Sachsen-Anhalts integriert werden können:

- Route 1: Historische Bergbauregion Harz (Kapitel 5.1)
- Route 2: Mitteldeutsche Innovationsregion (Kapitel 5.2).

Im Zuschnitt und im konzeptionellen Aufbau orientieren sie sich an Vorbildern in Deutschland:

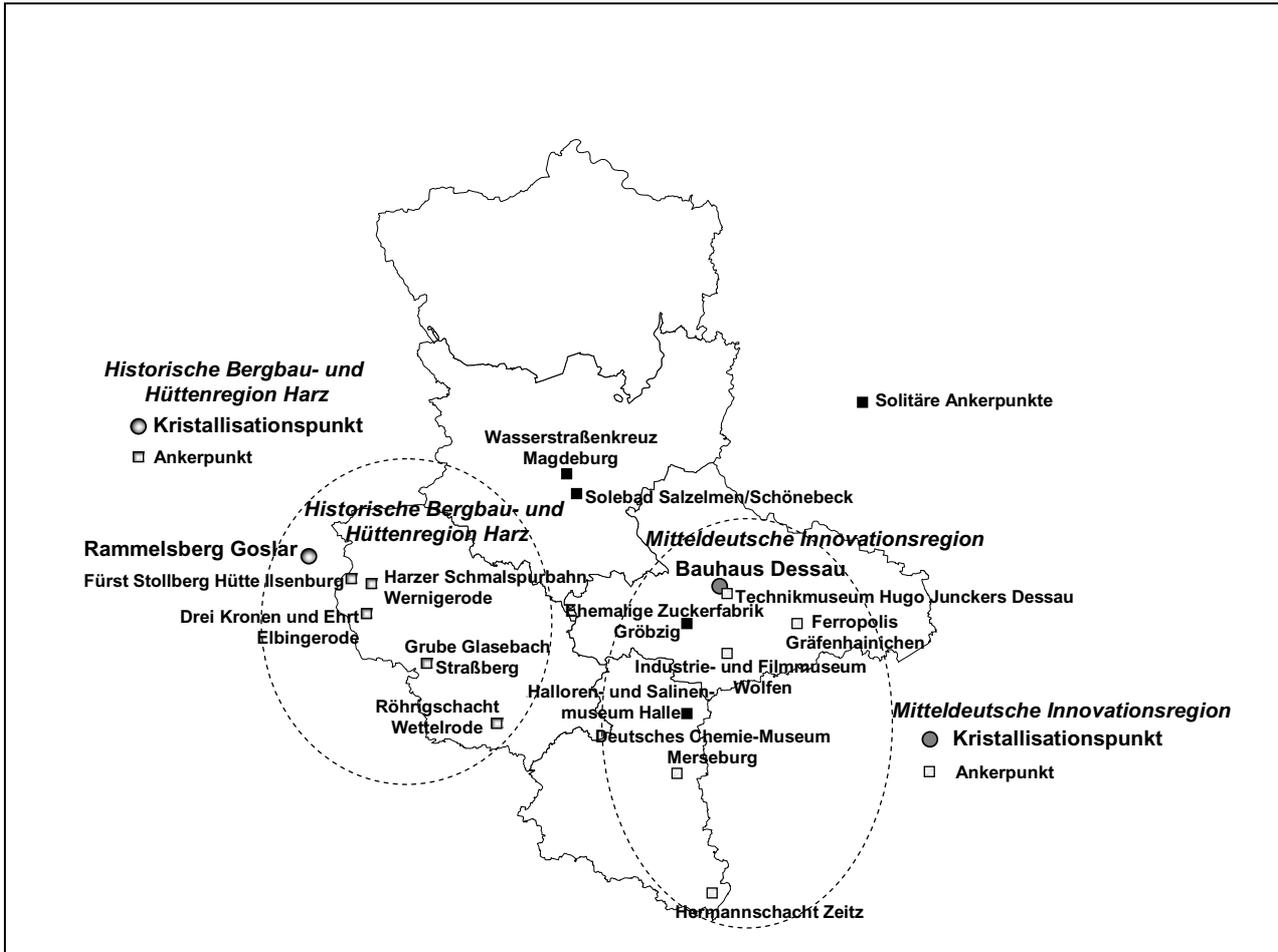
- ⇒ Route Industriekultur - Kreuz und quer durchs Ruhrgebiet
- ⇒ Route der Industriekultur Saar-Lor-Lux.

Beide Routen können sich von ihrer Wertigkeit in die Europäische Route der Industriekultur (vgl. Kapitel 7) als bedeutender Wettbewerber bzw. als sinnvoller Baustein integrieren. Dabei ist ebenso wichtig, dass beide Routen in Bezug auf die Vielfalt und den Erlebnisgehalt vorzeigenswerter Objekte, aber auch die räumliche Ausdehnung nur dann mit den genannten Vorbildern konkurrieren können, wenn sich die Konzepte nicht an den Grenzen des Bundeslandes Sachsen-Anhalt orientieren.

So muss Route 1 unbedingt den Westharz (Niedersachsen) mit einbeziehen, wo sich ja auch der Kristallisationspunkt der Route befindet, da der Harz nur in seiner Gesamtheit eine Destination darstellt und Route 2 den Leipziger Raum Sachsens, denn dort finden sich ebenfalls hochrangige industrietouristische Objekte, die zu den Schwerpunktthemen passen, bzw. diesen erst das notwendige Gesamtgewicht geben. In deutlich abgeschwächtem Maße gilt dies auch für Nordostthüringen. Die beiden Industrierouten machen nicht an Ländergrenzen Halt, haben aber ihr historisches und touristisches „Epizentrum“ in Sachsen-Anhalt.

⁷³ Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, 2001a

Abbildung 21: Kristallisations- und Ankerpunkte des Industrietourismus in Sachsen-Anhalt



Die folgende Darstellung orientiert sich an den beiden definierten Routen und bezieht im Besonderen die Ebene I (Kristallisationspunkte) und Ebene II („Ankerpunkte“) in die detaillierte Beschreibung ein. Die „Anlaufpunkte“ (Ebene III) werden nur aufgelistet (vgl. Kapitel 4).

5 Destinationen des Industrietourismus in Sachsen-Anhalt

5.1 Route 1: Historische Bergbauregion Harz

Auf der touristischen Landkarte Deutschlands ist der Harz eine der Top-Destinationen, die im Ost- und Westharz zusammen im Jahr 2001 fast 7 Mio. Übernachtungen verzeichnet hat.⁷⁴ Damit steht der Harz auf derselben Stufe wie der Bayerische Wald. Durch die Wiedervereinigung eröffnete sich die Chance, den Harz wieder als Einheit zu vermarkten und sie wird immer intensiver durch den gemeinsamen Harzer Verkehrsverband (HVV) genutzt. In Ergänzung zu bzw. auch in Kombination mit Marktsegmenten wie Städte-, Natur- oder Gesundheitstourismus liegen im Industrietourismus beachtliche Entwicklungspotenziale. Im Sinne einer integrierten Vermarktung dieses Teilmarktes ist es von großem Vorteil, dass es bereits seit 1993/96 ein kulturhistorisches Gesamtkonzept für die „Historische Bergbauregion Harz“ gibt, das in seinem konzeptionellen Ansatz Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen einbezieht.⁷⁵ Die länderübergreifende „Koordinierungsstelle Harzer Bergbau- und Hüttenmuseen“, die das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur am Oberharzer Bergwerksmuseum in Clausthal-Zellerfeld im Rahmen eines Modellversuches einrichtete, und dessen Beirat auch Vertreter Sachsen-Anhalts angehören, ist ein erster Schritt zu gemeinsamen Aktionen.

Wichtigstes Ergebnis des Modellversuchs war das „Denkmalpflegerisch-museale Rahmenkonzept“, in dem alle bestehenden Montanmuseen des Harzes analysiert und Vorschläge für die künftige konzeptionelle Ausrichtung der Einrichtungen erarbeitet wurden. Ferner werden Empfehlungen gegeben, wie eine erfolgreiche Umsetzung organisatorisch bewältigt werden könnte. Sie lassen sich dahingehend zusammenfassen, dass eine Zentralisierung am ehesten geeignet ist, die Bergbauregion Harz für den Industrietourismus zu erschließen. Dies böte insbesondere folgende Vorteile:

- ⇒ Wissenschaftliches Personal in ausreichender Quantität und Qualität, das für eine gezielte Aufarbeitung der Themen und Standorte sowie eine gelungene didaktische Erschließung der Denkmallandschaft dringend notwendig ist, kann nur an wenigen zentralen Einrichtungen bereit gehalten werden.
- ⇒ Die Defizite bezüglich des Sammelns und Bewahrens lassen sich ebenfalls eher zentral beheben, da durch gezielte Inventarisierung, Magazinierung sowie Restaurierung der gewünschte Exponatenaustausch erst ermöglicht wird.
- ⇒ „Die Umsetzung des denkmalpflegerisch/musealen Rahmenkonzepts ist geeignet, die nach Einstellung des Bergbaus in den Harzer Gemeinden entstandene Ersatzstruktur „Fremdenverkehr“ nachhaltig zu stärken.“⁷⁶

Hierzu ist jedoch kritisch anzumerken, dass zwar einzelne Museumsstandorte wie z.B. „Der Rammeberg“ in Goslar, oder „Das Oberharzer Bergwerksmuseum“ in Clausthal-Zellerfeld im Sinne des Rahmenkonzeptes ausgebaut und attraktiver gemacht wurden. In Bezug auf eine schlagkräftige gemeinsame touristische Vermarktung ist in der Zwischenzeit jedoch kein nennenswerter Fortschritt erzielt worden, insbesondere bei der Begutachtung der musealen Bergbaueinrichtungen des Ost-/Unterharzes.⁷⁷ Allerdings sind konkrete Ansatzpunkte für Erfolg versprechende Kooperationen zu erkennen:

- ⇒ Ein Projektvorschlag des Landesamtes für Geologie und Bergwesen in Halle sieht vor, den Harz und sein Vorland als „**Europäischen Geopark**“ zu entwickeln, denn diese Region hat „gute Chancen“, ein nationaler, internationaler und mittelfristig ein UNESCO-Geopark zu werden.⁷⁸ Ein erster Antrag für ein Teilgebiet (Geopark Harz-Braunschweiger Land-Ostfalen), das insgesamt 128 so genannte Geotope enthält, wurde bereits gestellt. Die Verknüpfung zum Tourismus wird hergestellt, indem „sich der Geopark mit einem eigenen Markenzeichen als Bindeglied der Labels „Bergbau Harz“ und „Naturharz“ in die Vermarktungsoffensive des Harzer Verkehrsverbandes e.V. einfügt.“ Gestartet wird mit dem Projekt „13 Landmarken“, die wiederum die visuelle Verbindung zu „13 Georouten“ bilden, die jeweils in einer Tagestour erlebbar sind und bereits über touristische Infrastruktur verfügen. Bei fast allen Land-

⁷⁴ Einschließlich Harzvorland, aber ohne Camping und Privatquartiere. Quelle: Berichte der statistischen Landesämter Niedersachsen und Sachsen-Anhalt.

⁷⁵ Roseneck, Reinhard und Marbach, Wilhelm, 1993 Philipp, Rainer und Dr. Tille, Katrin, 1996

⁷⁶ Roseneck, Reinhard und Marbach, Wilhelm, 1993

⁷⁷ Scheffler, Horst, 2000; Strunk, Egon, 2000

marken bzw. Georouten zählen industrietouristisch bedeutsame Objekte zu den wichtigsten Anlaufpunkten. Dieser Initiative muss deshalb bei konzeptionellen Überlegungen zum Industrietourismus größte Beachtung geschenkt werden, damit Synergieeffekte ausgenutzt und Überschneidungen vermieden werden können.

Bis zu einer starken gemeinsamen Initiative, die klar und eindeutig auf die touristische Vermarktung abzielt und sich z.B. an der „Route der Industriekultur“ im Ruhrgebiet orientiert, ist im Harz noch einiges zu tun, denn diesem oder ähnlich strukturierten Beispielen - insbesondere in der Innenmarketing- und Produktentwicklung - nachzueifern, stellt aus industrietouristischer Sicht eine Notwendigkeit dar. Koordinator der inhaltlichen Entwicklung (Innenmarketing) der touristischen Route Historische Bergbauregion Harz müsste dabei das UNESCO-Welterbe Rammelsberg, der touristischen Vermarktung (Außenmarketing) der Harzer Verkehrsverband sein, denn nur in einer klaren Kompetenzentscheidung liegt der Erfolg der touristischen Produkte. Wie die Strukturen sich darstellen und welche Standorte in Sachsen-Anhalt, mit welcher Funktion einbezogen werden könnten, wird nachfolgend dargestellt. Es muss klar herausgestellt werden, dass es sich dabei um Vorschläge und keinesfalls um bindende Vorgaben handelt und dass die Ankerpunkte der Harzbereiche Niedersachsens und Thüringens hier keine Berücksichtigung finden konnten.

5.1.1 Kristallisationspunkt: UNESCO-Weltkulturerbe Rammelsberg Goslar

Nicht erst mit seiner Aufnahme in die UNESCO-Liste Weltkulturerbe hat „der Rammelsberg“ - Besucherbergwerk und Bergbaumuseum - seine Legitimation bekommen, innerhalb der „Historischen Bergbauregion Harz“ eine Führungsrolle zu übernehmen. Zusammen mit der Altstadt Goslar - ebenfalls Weltkulturerbe - ist er eine der nachfragestärksten Tourismusorte im Harz, mit einer leistungsstarken Tourismusinfrastruktur und -organisation. Auch die geographische Lage stellt einen Pluspunkt dar. Zumindest für alle Besucher aus den wichtigen Quellgebieten

- ⇒ Hamburg/Hannover/Braunschweig
- ⇒ Ruhrgebiet
- ⇒ Ballungsraum Rhein/Main

stellt Goslar so etwas wie das Eingangstor zum Harz dar, nur etwa 25 km entfernt von der wichtigsten Nord-Süd-Autobahn. Hier ist demnach ein idealer Ort für ein Besucherzentrum, dessen wichtigste Funktionen Besucherinformation und Besucherlenkung sein müssen. Dies gilt umso mehr, als die Stadt Goslar mit fast 700.000 Übernachtungen pro Jahr (2001: 682.241) auch einer der wichtigsten touristischen Zielorte im Harz ist, nur knapp übertroffen von Braunlage (720.000)⁷⁹. Vor allem ist es aber natürlich die Leistungsfähigkeit des Museums und Besucherbergwerkes „Der Rammelsberg“ selbst, die es zu einer „Ikone“ des Industrietourismus und zu dem Kristallisationspunkt der Route „Historische Bergbauregion Harz“ macht.

KURZBESCHREIBUNG⁸⁰

Industriedenkmal - Erlebnismuseum - Kulturlandschaft

Der Rammelsberg - die großen Schätze in seiner Tiefe zogen im Laufe seiner Geschichte zahllose Menschen in seinen Bann: Bedeutende Entdecker und Erfinder, große Herrscher, geschäftstüchtige Kaufleute und neugierige Denker oder auch berühmte Sagengestalten wie Rübezahl oder den Rattenfänger von Hameln. Vor allem findet man hier aber die Lebensspuren der vielen Bergleute, die Reichtum aus dem Berg holten, und ebenso viele Geschichten aus der faszinierenden Welt einer uralten Arbeit: In der Tiefe des Rammelsberges ruhte einst das größte zusammenhängende Kupfer-, Blei- und Zinkerzlager der Welt. Archäologische Funde weisen darauf hin, dass hier nahezu 3000 Jahre lang Erz abgebaut wurde, bis der Erzreichtum erschöpft war und das Bergwerk 1988 stillgelegt wurde - 3000 Jahre Arbeit, die die menschliche Existenz, Kultur und Umwelt beeinflussten und prägten.

Diese Zeugnisse machen den Rammelsberg und die ihn umgebende Landschaft zu einem herausragenden Denkmal menschlicher Arbeit und Kultur. Dank seiner langen kontinuierlichen Geschichte und seiner einzigartigen Denkmalssubstanz aus allen Betriebsphasen der letzten 1000 Jahre steht er mit der zugehörigen, vom Bergbau geprägten Altstadt Goslar und der umgebenden Kulturlandschaft seit 1992 auf der Liste des UNESCO-Weltkulturerbes. Am authentischen Ort entstand im heutigen Museum die faszinierende Welt einer viele hunderte Jahre währenden Arbeit und ein umfangreiches Erlebnisangebot für jung und alt.

⁷⁹ Im Osthaz erreicht Wernigerode die höchste Übernachtungszahl (2002: 367.713)

⁸⁰ Die folgenden Ausführungen sind in Auszügen direkt entnommen aus einer Selbstdarstellung der Einrichtung bzw. beruhen auf Auskünften der Museumsleitung.

Abbildung 22: Der Rammelsberg



Das Museum

Das Museum in den Übertageanlagen zählt mit ca. 20.000 qm zu den größten musealen Einrichtungen Norddeutschlands. Die bedeutenden authentischen Orte zu erhalten, an das Leben der Rammelsberger Bergleute und den Einfluss der Arbeit auf die menschliche Existenz und Umwelt zu erinnern sowie die menschliche Arbeit als Kulturträgerin zu würdigen und zu vermitteln, darauf konzentriert sich die Arbeit des Museums. Insbesondere die Teilnahme an der EXPO 2000 als weltweites Projekt „EXPO on the rocks - 1000 Jahre Mensch-Natur-Technik“ führte zu einem enormen Entwicklungsschub, durch den sich das Museum international etabliert hat.

Abbildung 23: Besucherzahlen des Weltkulturerbes Rammelsberg 1994 - 2001

Jahr	Zahl der Besucher
1994	63.150
1995	75.200
1996	79.650
1997	88.150
1998	103.800
1999	125.250
2000	224.050
2001	227.200

Die vier Museumshäuser

⇒ **Museumshaus Magazin:** Im ehemaligen Magazingebäude und Grubenbahnhof befindet sich die zentrale kulturhistorische Ausstellung. Am Beispiel des 3000 Jahre alten Rammelsberger Bergbaus zeigt sie lebendig und kreativ den Einfluss der Arbeit auf die menschliche Existenz sowie ihre Bedeutung

als Kulturträgerin - mit all ihren Aspekten der Sozial-, Wirtschafts- und Technikgeschichte, der Kultur- und Kunstgeschichte, der Religiosität oder der Fest- und Freizeitkultur und vieler anderer Themen mehr. Der Respekt vor der Leistung vergangener Generationen und ihrer Sachzeugen ist durchgehend die Grundlage für einen behutsamen und bis ins kleinste Detail reichenden Umgang mit dem Welterbe Rammelsberg - mit vielen Hör-, Film- und Aktionsstationen.

- ⇒ **Museumshaus Erzaufbereitung:** Auf den unteren Ebenen der ehemaligen Erzaufbereitung hat die sehr sinnlich präsentierte Geologie- und Mineralogie-Ausstellung ein außergewöhnliches Ambiente gefunden. Einzigartige Mineralien, Lichtinszenierungen und Maschinenskulpturen schaffen faszinierende Räume. „Submarine“ Eindrücke veranschaulichen die Urgewalt bei der Entstehung der „Schätze des Rammelsberges“. Ehrfurcht vor den Kräften der Natur und Würdigung der menschlichen Kreativität spiegeln sich in dieser Ausstellung im künstlerischen Umgang mit der originalen Ausstattung wider. In der ausgefallenen Welt rostiger, runder „Eindicker“, riesiger Bottiche, in denen ehemals Erzschlämme behandelt wurden, ist zudem eines der ungewöhnlichsten Ausstellungshäuser entstanden. Die Phantasie bekommt Anregung im geheimnisvollen Spiel von goldgelbem „Innenraum“ und stahlblauem „Außenraum“.
- ⇒ **Museumshaus Kraftzentrale:** Die 1910 errichtete Kraftzentrale wurde unter Erhaltung ihrer gesamten technischen Einrichtung als Kunsthalle hergerichtet. Sie dient seither als außergewöhnlicher Ort für Wechselausstellungen - unter anderem das von Christo realisierte Projekt „Package on a hunt“, der 1988 verpackte letzte mit Erz gefüllte Förderwagen an ‚seiner Arbeitsstätte‘ Rammelsberg. Er symbolisiert das Ende eines bedeutenden Abschnittes europäischer Geschichte und Kultur und den Aufbruch in eine neue Zeit (Leihgabe Mönchehaus-Museum für moderne Kunst, Goslar).
- ⇒ **Museumshaus Lohnhalle/Kaue:** In den ehemaligen Steigerbüros und der Jugendkaue werden Sonderausstellungen zur Industriekultur und zum Thema „Kunst und Arbeit“ gezeigt, wie etwa die Ausstellung „Industrielle Strukturen“ von Gerd Winner.
- ⇒ In **Schlosserei, Schmiede und Fördermaschinenraum** finden in der eindrucksvollen Atmosphäre der täglichen Arbeitswelt Konzerte, Vorträge, Kleinkunst, Feiern u.v.m. statt.

Das Besucherbergwerk - Rundgänge

- ⇒ **Exklusiv: Abenteuer Mittelalter - Der Rathstiefste Stollen**
Spannende und atemberaubende Expedition in den mit farbenprächtigen Mineralen ausgekleideten Rathstiefsten Stollen aus dem 12. Jahrhundert mit seinen uralten Spuren harter menschlicher Arbeit. Körperliche Fitness ist Voraussetzung für diese Tour.
- ⇒ **Feuer und Wasser - Der Roeder-Stollen**
Der technisch perfekt ausgeklügelte Roeder-Stollen gilt als Meisterleistung der Ingenieurkunst. Zu Fuß geht es durch das 200 Jahre alte Stollensystem mit seinen gewaltigen Wasserrädern, einst Antriebsmotoren für Wasserpumpen und Erzförderung. Zurück ans Tageslicht gelangt man über einen 101 Stufen zählenden, steilen Treppenturm.
- ⇒ **Maschinen in Bewegung - Mit der Grubenbahn vor Ort**
Einfahrt mit der Grubenbahn in den Berg bis zum 100 Jahre alten Richtschacht. Maschinen demonstrieren mit lautem Getöse die Bergbautechnik des 20. Jahrhunderts. Hautnah vermitteln sich die harten Arbeitsbedingungen der Bergleute, aber auch die technischen Erleichterungen unserer Zeit werden deutlich.
- ⇒ **Maschinenfaszination auf allen Ebenen - Schacht und Erzaufbereitung**
Was passierte mit dem Erz nach seiner Förderung? Per Seilfahrt durch den Schacht gelangt man bis zum höchsten Punkt der Aufbereitungsanlage. Zu Fuß wird der Weg des Erzes verfolgt, immer weiter hinab durch geräumige Maschinenhallen mit gewaltigen Backenbrechern und Kugelmühlen, durch die Flotation bis hin zu der Ebene, wo die erzeugten Erzkonzentrate entwässert wurden. Raum-Klang-Installationen erwecken die alten Hallen zu neuem Leben und vermitteln einen Eindruck der einstigen Arbeitsatmosphäre; Filme geben technische Erläuterungen.

Museumspädagogik

Für Kindergruppen oder Schulklassen bietet das Museum ein vielfältiges museumspädagogisches Angebot mit Mitmachführungen und Workshops zu verschiedensten Themenbereichen für alle Altersstufen - vom Dunkel und der Geisterwelt über die Farben des Berges bis hin zu ausgewählten geschichtlichen oder naturwissenschaftlichen Aspekten.

DATEN UND FAKTEN

<i>Träger:</i>	<i>Bergbaumuseum und Besucherbergwerk Rammelsberg</i>
<i>Rechtsform:</i>	<i>Stiftung</i>
<i>Gesamtetat:</i>	<i>Rund 2,5 Mio. € (ohne Investitionen) (2002)</i>
<i>Finanzierung:</i>	<i>60% Eigenerlöse / 40% Zuschüsse (Stadt und Land)</i>
<i>Personalbestand:</i>	<i>Rund 100 Beschäftigte, darunter viele Teilzeitbeschäftigte, 2 Geschäftsführer, 5 Wissenschaftliche Mitarbeiter</i>
<i>Führerpool:</i>	<i>Rund 50 ausgebildete Führer</i>
<i>ÖPNV:</i>	<i>Linienbus</i>
<i>Parken:</i>	<i>Kostenlose Pkw- und Busparkplätze vor dem Eingang; Großer bewachter Parkplatz</i>
<i>Museumsshop:</i>	<i>In der Eingangshalle</i>
<i>Museums-gastronomie:</i>	<i>200 Sitzplätze + Sommerterrasse + Veranstaltungs- und Banketträume</i>
<i>Besucherszahlen:</i>	<i>rund 220.000 (2002)</i>
<i>Öffnungszeiten:</i>	<i>Täglich von 9 bis 18 Uhr (außer 24. und 31.12.)</i>
<i>Industrietouristisches Umfeld:</i>	<i>Altstadt Goslar</i>

GESAMTBEURTEILUNG

Die Eignung des Rammelberges als industrietouristisches Objekt ist völlig unbestritten. Bei fast allen Beurteilungskriterien wird praktisch die Höchstpunktzahl erreicht. Kleine Abstriche sind lediglich bei der Anbindung an den ÖPNV zu machen und zwar sowohl lokal (nur Busverbindung) als auch überörtlich (Nebenstrecke der Deutschen Bahn).

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: *Sehr hoch*

Führungen mit unterschiedlichen „Schwierigkeitsgraden“ bis hin zu einer Exklusivvariante vermitteln das Gefühl von Abenteuer.

Historische Präsentation: *Sehr gut*

Die Geschichte des Erzabbaus wird ebenso erzählt wie die Geschichte von den Menschen, die hier arbeiteten.

Symbolwert: *Sehr hoch*

Der Rammelsberg hat die Region und die Stadt Goslar über Jahrhunderte geprägt und ist heute ein Aushängeschild für viele andere Zeitzeugen.

Authentizität: *Ausgezeichnet*

Die originalen Strukturen wurden nur sehr behutsam an die heutige Zweckbestimmung angepasst und nur dort, wo es unbedingt notwendig war.

Industrietouristische Infrastruktur: *Sehr gut*

Alle notwendigen Einrichtungen sind vorhanden und voll leistungsfähig.

Touristische Qualität des Umfeldes: *Sehr gut*

Die Stadt Goslar und die Region Goslar/Hahnenklee verfügen über eine hochwertige und leistungsfähige touristische Infrastruktur in allen Bereichen.

Innovationsperspektive: *Sehr gut*

Die Museumsleitung strebt eine permanente Attraktivierung der Einrichtung an und die Größe des Areals sowie der Reichtum an potenziellen Exponaten bieten dazu beste Voraussetzungen.

Verkehrsanbindung: *Gut*

Im Individualverkehr sogar sehr gut (Autobahnnähe), auch zum Ost-/Unterharz (B 6n nach Wernigerode). Per Bahn nur über eine Nebenstrecke.

USP:

Einzigartige Denkmalsubstanz aus 1000 Jahren Bergbau im einst größten Kupfer-, Blei- und Zinkerzlager der Welt - UNESCO-Welt-erbe.

Für die Übernahme einer Führungsfunktion innerhalb der „Historischen Bergbauregion Harz“ sprechen, neben den eingangs bereits erwähnten Punkten, vor allem noch folgende Faktoren:

„Der Rammelsberg“ hat heute bereits die Federführung im „Museumsverbund Westharz“, dem außerdem folgende Einrichtungen angehören:

- ⇒ Das Oberharzer Bergwerksmuseum in Clausthal-Zellerfeld
- ⇒ Der 19-Lachter-Stollen in Wildemann
- ⇒ Das Bergbaumuseum Schachanlage Kneisebeck in Bad Grund
- ⇒ Das Bergwerksmuseum Grube Samson in St. Andreasberg

Die Kompetenz der fünf wissenschaftlichen Mitarbeiter würde auch anderen industrietouristischen Standorten im Umkreis zur Verfügung gestellt werden, die nur ehrenamtlich betrieben werden oder nur eine sehr begrenzte Personalausstattung haben. Somit könnte auch in den Ankerpunkten des Landes Sachsen-Anhalt ein hohes industrietouristisches Know-how entwickelt werden. Die Besucher des Rammelberges können von hier auf eine dezentrale Bergwerksreise durch den Harz geschickt werden. Dabei müssen die Ankerpunkte in Sachsen-Anhalt ein einmaliges Konzept im Gesamtrahmen der Route entwickeln, um dem Besucherinteresse gerecht zu werden.

Im Ost-/Unterharz gibt es kein industrietouristisches Objekt, das sich als Kristallisationspunkt besser eignen würde, weder mit Blick auf den derzeitigen Zustand noch unter Berücksichtigung etwaiger touristischer Zukunftsperspektiven. So ist „Der Rammelsberg“ der einzig mögliche Kristallisationspunkt für die „Historische Bergbauregion Harz“ als Ganzes.

5.1.2 Ankerpunkte

Auch an die Ankerpunkte sind gehobene Ansprüche zu stellen in Bezug auf die Dienstleistungsbereitschaft und die organisatorischen Kapazitäten, damit sie ihre Funktion als Zentren der Information und Akquisition erfüllen können. Für die Einrichtungen, die im „Museumsverbund Westharz“ zusammengeschlossen sind (siehe Kapitel 5.1.1), ist dies gewährleistet, so dass sie als „Ankerpunkte“ fungieren können, wenn es zu einer entsprechenden Routenbildung kommt.

Die Bewertung der Objekte in Sachsen Anhalt, wie sie sich als Ergebnis der durchgeführten Erhebungen darstellt, kommt zu keinem so eindeutigen Ergebnis. Keine der industriegeschichtlich bedeutsamen Einrichtungen erfüllt - wenn vom derzeitigen Stand ausgegangen wird - die an „Ankerpunkte“ zu stellenden Anforderungen ohne Einschränkung. Deutliche Abweichungen zeigen sich vor allem bei

- ⇒ der Größe und Attraktivität der Einrichtung, insbesondere in Bezug auf die **Erlebnisdichte** und die Vielfalt der Eindrücke;
- ⇒ der **Dienstbereitschaft** als Folge eingeschränkter Öffnungszeiten und personeller Ausstattung;
- ⇒ den touristisch verfügbaren **Bau- und Räumlichkeiten**.

Die Einstufung als „Ankerpunkt“ ist deshalb in den meisten Fällen nur zu rechtfertigen, wenn perspektivisch klar erkennbare Ausbau- und Entwicklungschancen ins Kalkül gezogen werden. Es kommt im Folgenden deshalb darauf an, in Ergänzung zur möglichst genauen Beschreibung des Ist-zustandes auch die Maßnahmen zu benennen, die notwendig sind, um die Erlebnisdichte und die Leistungsbereitschaft auf das erforderliche Niveau zu bringen.

Darüber hinaus wurde bei der zu treffenden Auswahl darauf abgezielt, die Vorteile, die der Ostharz im Vergleich mit dem Westharz zu bieten hat, entsprechend auszunützen. Diese resultieren u.a. aus zwei Tatbeständen:

- ⇒ Im östlichen Teil des Harzes wurde der Erzabbau bis in die jüngste Vergangenheit betrieben und von den einst zahlreichen Hüttenunternehmen sind einige bis heute in Betrieb, wie z.B. die Mansfelder Kupfer- und Messing GmbH (MKM). Die prägenden Elemente des Montanwesens sind in diesem Teil des Harzes damit wesentlich länger erhalten geblieben als westlich des Brockens.
- ⇒ Einige der Museen haben schon eine längere Tradition (Hüttenmuseum Ilseburg) oder sind zu Zeiten der DDR gegründet worden (Schaubergwerk Büchenberg, Hüttenmuseum Thale, Bergbaumuseum Röhrigschacht, Mansfeld-Museum). Die drei letzten wurden direkt von den Kombinat als eine Art Betriebsmuseum ins Leben gerufen. Damit sind diese Einrichtungen auch Beispiele für das subsidiäre Verhältnis zwischen Kombinat und Staat in der DDR.

Im Rahmen einer gemeinsamen Ausstellungs- und Vermarktungskonzeption des Gesamtharzes könnte im Ostharz der Aspekt der Verhüttung deshalb auch einen besonderen Schwerpunkt bilden. Auch diese konzeptionellen Überlegungen wurden in die Auswahl der „Ankerpunkte“ miteinbezogen bzw. bei den Maßnahmenvorschlägen berücksichtigt. Da die Einzelobjekte fast durchgängig als zu leistungsschwach eingeschätzt werden, wird - auch von Museumsexperten - empfohlen, zwei oder auch mehr Ausstellungsbereiche miteinander zu verknüpfen, so dass im Folgenden eher von „Anker-Destinationen“ gesprochen werden könnte. In einem Auswahlprozess wurden vier

Destinationen definiert, die in Zukunft die Funktion eines „Ankerpunktes“ übernehmen könnten:

- ⇒ Elbingerode
- ⇒ Ilseburg
- ⇒ Wettelrode (Kupferschieferbergbau)
- ⇒ Strassberg

Vervollständigt wird diese Auswahl durch die den Harz als Industriedenkmale und als Routen verbindenden Eisenbahnen (z.B. als Erztransportwege), wie beispielsweise die „Harzer Schmalspurbahnen“ (HSB), die seit 1993 die ungefähr hundert Jahre alte Harzquer-, Selketal- und Brockenbahn in regionaler Trägerschaft betreiben sowie die Harzbahn/„Rübelandbahn“ (DB), als älteste Gebirgs- bzw. Zahnstangenbahn.

5.1.2.1 Ankerpunkt Drei Kronen und Ehrh Elbingerode

KURZBESCHREIBUNG

Die zentrale Einrichtung des Ankerpunktes „Bergwerksort Elbingerode“ ist das Besucherbergwerk „Drei Kronen und Ehrh“, ein ehemaliges Eisenerzbergwerk, das zuletzt zum Abbau von Schwefelkies (Pyrit; dient u.a. zur Herstellung von Schwefelsäure) genutzt wurde. Das heutige Besucherbergwerk war bis 1990 unter dem Namen „Grube Einheit“ in Betrieb. Die Fläche der Anlage beträgt 46.400m² Übertage (1.392m² bebaute Fläche) und 16.300m² Untertage. Von 1530 bis 1925 wurde an diesem Standort überwiegend Eisenerz im Tagebaubetrieb (Tagespinge „Großer Graben“) abgebaut; infolge Auserzung erfolgte danach die Umstellung auf den Abbau des darunterliegenden Schwefelkieses. Nach Anlage eines Wasserlösungsstollen ab 1867 wurde hier bereits ab 1890 durchgängig im Unter-Tage- Betrieb abgebaut. Direkt nach der Stilllegung wurde 1991 bis 1993 mit ABM-Kräften das Besucherbergwerk errichtet; die Gebäude wurden saniert (neue Fassade, Sanierung innen) und ein neues Pflaster verlegt. Das Objekt ist in einem guten Erhaltungszustand und lag nie brach. Seit 1994 steht das Besucherbergwerk als Teil der Gesamtanlage „Grube Einheit“ unter Denkmalschutz.

Eigentümer des Besucherbergwerks ist Übertage der Förderverein Besucherbergwerk „Drei Kronen und Ehrh“ e.V. Der Bereich unter Tage ist vom Förderverein gepachtet, Eigentümer ist die Harzbergbau GmbH/GVV. Der Förderverein beabsichtigt jedoch, in naher Zukunft auch den Untertage-Bereich zu übernehmen.

Abbildung 24: Besucherbergwerk Drei Kronen und Ehrh - Grubenbahn



DATEN UND FAKTEN

Eigentümer:	Förderverein Besucherbergwerk Drei Kronen und Ehrh e.V./ Harzbergbau GmbH
Träger:	Förderverein Besucherbergwerk Drei Kronen und Ehrh e.V.
Rechtsform:	Eingetragener Verein
Gesamtetat:	Einnahme rund 310 T € Ausgaben rund 320 T € (2002)
Finanzierung:	80% Einnahmen, 20% Förderung
Personalbestand:	9 Vollzeit Lohn- und Gehaltsempfänger Eh- renamtliche Helfer
Führerpool:	6 ehemalige Bergleute
ÖPNV:	Linienbus (Studententakt)
Parken:	20-25 Pkw (kostenlos), ca. 5 Busse
Museumsshop:	Mineralien
Museumsgastronomie:	Sitzplätze innen 38, außen 15-20 Ein Raum im Stollen kann für private Feste (bis 80 Personen) an- gemietet werden.
Besucherkzahlen:	Rund 36.000 (2001)
Öffnungszeiten:	Mai – Oktober: täglich von 9 bis 17 Uhr November – April: täg- lich von 10 bis 16.30 Uhr
Industrietouristisches Umfeld:	Schaubergwerk Büchen- berg Elbingerode, Her- manns-Höhle in Rübe- land, Baumanns-Höhlen in Rübeland

Das Bergwerk wird seit der Stilllegung 1990 hauptsächlich touristisch genutzt. Es werden Führungen für Besucher (ab vier Personen) angeboten. Die Besucher fahren mit der Grubenbahn in den Schacht, laufen durch die Stollen und bekommen den Gebrauch der Originalmaschinen, die bis 1990 hier eingesetzt wurden, vorgeführt. An das Besucherbergwerk sind außerdem ein kleines Museum, eine Gaststätte und ein Mineralienverkauf angeschlossen. Als besonderes Highlight ist es möglich, einen dafür eingerichteten Raum im Stollen für private Feste (bis zu 80 Personen) zu mieten.

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: Hoch

Das ehemalige Arbeitsfeld der Bergleute wird eindrucksvoll präsentiert. Allerdings dominiert das „passive“ Erleben und die Erlebnisdichte ist begrenzt.

Historische Präsentation: Sehr gut

Der Gebrauch originaler Maschinen wird am Originalschauplatz demonstriert.

Symbolwert: Sehr hoch

Die Grube hat über viele Jahrhunderte das Leben am Ort und in der Region geprägt.

Authentizität: Ausgezeichnet

Originalkulisse und Führungen durch ehemalige Bergleute

Industrietouristische Infrastruktur: Gut

Alle notwendigen Einrichtungen sind vorhanden

Touristische Qualität des Umfeldes: Gut

Beherbergungs- und Gastronomieangebote sowie alle touristisch relevanten Dienstleistungen werden vorgehalten; allerdings sind Leistungsumfang und -qualität begrenzt.

Innovationsperspektive: Gut

Eine Ausweitung des Angebotes ist konkret geplant

Verkehrsanbindung: Mäßig

*Im Individualverkehr problemlos erreichbar. Ein planmäßiger Haltepunkt der „Rübelandbahn“ befindet sich auf dem Bergwerksge-
lände; unmittelbar am Eingang des Besucher-
bergwerks. Die Einstellung des Haltepunktes
ist von der DB geplant.*

USP:

Private Feiern im Stollen

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Das Besucherbergwerk „Drei Kronen und Ehrh“ ist ausgesprochen interessant für den Industrietourismus: Die geschichtliche Entwicklung des Bergbaus und die Entwicklung der Technik in diesem Bereich können in einer Originalkulisse live nachvollzogen werden. Die früher verwendeten Ma-

schinen sind funktionsfähig und werden bei den Führungen beeindruckend demonstriert. Auch die Fahrt mit der Grubenbahn auf einer Schachtlänge von 600 m macht die Besichtigung besonders authentisch.

Die Repräsentativität von „Drei Kronen und Ehrh“ wird sehr hoch eingestuft. Für die Einwohner und Touristen in der Tourismusregion Harz/ Hochharz ist es ein beliebtes Ausflugsziel, das jährlich rund 36.000 Besucher anzieht; seit 1998 sind allerdings keine Wachstumstendenzen mehr festzustellen.

Abbildung 25: Besucherzahlen Drei Kronen und Ehrh Elbingerode 1994 - 2001

Jahr	Zahl der Besucher
1994	21.071
1995	25.069
1996	28.117
1997	27.728
1998	36.337
1999	29.504
2000	34.238
2001	35.841

Um als „Ankerpunkt“ uneingeschränkt gelten zu können, sind jedoch die Erlebnisdichte zu steigern und die Vermarktung zu professionalisieren. Nur so lässt sich auch der Bekanntheitsgrad, der gegenwärtig auf das Bundesland Sachsen-Anhalt und die Nachbarregionen beschränkt ist, erhöhen.

HANDLUNGSBEDARF

Zur Erfüllung dieser Forderungen erscheinen folgende Maßnahmen zielführend:

⇒ Eine Ausweitung der touristischen Nutzung ist für die nächsten Jahre geplant. Dafür wird momentan eine Konzeption ausgearbeitet: U.a. soll das Museum erweitert werden und eine Mineraliensammlung entstehen, außerdem sollen weitere Gebäude in die touristische Nutzung miteinbezogen werden. Der Zeitrahmen für diese Vorhaben ist abhängig von den vorhandenen Eigenmitteln bzw. der finanziellen Förderung durch Dritte.

⇒ Dabei könnte auch der Aspekt der Weiterverarbeitung der abgebauten Rohstoffe stärker thematisiert werden.⁸¹

⇒ Eine Steigerung der Erlebnisvielfalt und -dichte wäre auch möglich, wenn die Kooperation mit zwei weiteren Objekten in der Gemeinde vertieft würde:

- Schaubergwerk Büchenberg (Anlaufpunkt des Industrietourismus)
- Hermanns- und Baumanns-Höhlen in Rübeland.

Eine gemeinsame Vertriebs- und Betriebsorganisation könnte dann - die Umsetzung der oben dargestellten Ausbaupläne vorausgesetzt - auf längere Sicht auch professionellere Strukturen ermöglichen.

5.1.2.2 Ankerpunkt Fürst Stolberg Hütte Ilseburg

KURZBESCHREIBUNG

Der „Hüttenort Ilseburg“ passt neben dem „Bergwerksort Elbingerode“ grundsätzlich sehr gut in das Routenkonzept. Andererseits zeigen sich gerade hier erhebliche Präsentationsprobleme. Derzeit wird das Thema in zwei Einrichtungen aufgearbeitet:

Die Fürst Stolberg Hütte in Ilseburg ist die älteste Eisengießerei Deutschlands, die noch in Betrieb ist. Die Eisenhütte wurde 1546 als Hochofenwerk (mit Herdformerei = Gießerei) von Graf Botho zu Stolberg errichtet und ist somit eine der ältesten Gießereien Deutschlands bzw. Europas. Zwischen 1840 und 1860 wurde das alte Hochofenwerk am alten Standort grundlegend erneuert. Die überkommenen Produktionsbauten von Hochofenbau, Verwaltung, Modelltischlerei und Modelllager wurden dabei bauzeitlich repräsentativ in klassizistischer Formensprache um den rechteckigen Hüttenhof angeordnet und bedecken heute noch eine Fläche von ca. 2,90 ha. Nach Einstellung des Hochofenbetriebes erfolgte um 1920 die Erweiterung des Hüttengebäudes zum Gießereibetrieb mit der gelungenen Staffelgiebelverblendung des neuen Hallendaches. Trotz der Dauerbelastung durch den Gießereibetrieb ist das Hüttenwerk weitgehend in einem guten bzw. erhaltbaren Zustand überkommen; lediglich das Gießereigebäude selbst bedarf dringend der Dachsanierung. Die Gießerei ist heute noch in Betrieb und stellt Produkte des Eisenkunstgusses her. Der symbolische Gehalt der Fürst Stolberg Hütte ist sehr hoch einzuordnen, da die Hütte noch immer

⁸¹ Roseneck, Rheinhard und Marbach, Wilhelm, 1993

Eisenguss produziert und somit Vertreter der bis auf das elfte Jahrhundert zurückgehenden industriellen Geschichte der Eisengewinnung und -verarbeitung in der Region ist. Eigentümer der Hütte ist die Fürst Stolberg Hütte GmbH. Neben der hauptsächlichen Nutzung der Eisenkunstgussproduktion wird der Betrieb seit 1993 auch touristisch genutzt. Zweimal täglich werden Führungen für Touristen durch die Anlage angeboten. Der Besucher nimmt Teil am Schaugießen des Eisens, sieht das Einformen von Modellen, den Abguss mit der Handkelle und die Nachbearbeitung. Die Besucherzahlen liegen derzeit - bei eindeutig abnehmender Tendenz - unter 5.000 pro Jahr.

Abbildung 26: Schaugießen in der Fürst Stolberg Hütte



Abbildung 27: Besucherzahlen Fürst Stolberg Hütte Ilsenburg 1995 - 2001

Jahr	Zahl der Besucher
1995	6.972
1996	7.701
1997	7.877
1998	8.473
1999	5.919
2000	4.765
2001	4.429

DATEN UND FAKTEN

Träger:	<i>Fürst Stolberg Hütte GmbH</i>
Rechtsform:	<i>GmbH</i>
Gesamtetat:	<i>Im Besucherbereich Einnahmen rund 12.000 €, Ausgaben 6.500 €</i>
Finanzierung:	<i>Keine Zuschüsse, finanziert sich allein</i>

Personalbestand:	<i>Kein Personal extra für Tourismus</i>
Führerpool:	<i>3 Leute</i>
ÖPNV:	<i>Überörtlich mit Regionalbahn; Örtlich/regional mit Bus</i>
Parken:	<i>Für ca. 20 Pkw und ca. 3 Busse</i>
Museumsshop:	<i>Fotoausstellung/ Grenzmuseum (eigener Betreiber)</i>
Gastronomie:	<i>Hüttencafé - bis max. 53 Personen (verpachtet)</i>
Besucherzahlen:	<i>Rund 4.000 (2001)</i>
Öffnungszeiten:	<i>Ganzjährig Schaugießen: Montag-Freitag 10.00 und 14.00 Uhr Hüttencafé: Montag-Freitag 9.00 bis 17.00 Uhr</i>
Industrietouristisches Umfeld:	<i>Hüttenmuseum in Ilsenburg, Brocken-Aufstieg Gesamte Ortslage ist montan geprägt u.a. mit einem komplexen Teich- und Grabensystem der Hüttenwasserversorgung sowie vielfältigen Resten von ehemaligen Pochwerken, Draht- und Nagelhütten, Walzwerken sowie Mahl-, Säge- und Getreidemühlen als Subunternehmen des Hochofenwerkes. Kloster, Schloss und Park Ilsenburg Kloster Drübeck</i>

Eine Ergänzung stellt das von der Stadt Ilsenburg betriebene Hüttenmuseum Ilsenburg dar, das im ehemaligen Herrenhof des gräflichen Vorwerks untergebracht ist und in einer didaktisch und graphisch ansprechend aufgebauten Ausstellung die wichtigsten Eckdaten der durch das Eisenhüttenwesen geprägten Stadtgeschichte sowie die technologische Entwicklung der lokalen Hüttenindustrie präsentiert. Ausgestellt werden eine umfangreiche Sammlung von Werkzeugen, Dokumenten, Funktionsmodellen und wertvolle Kunstgussartikel. Dazu zählen Ofenplatten, die in Ilsenburg einen frühen Produktionszweig darstellen, bevor dann ab Anfang des 19. Jahrhunderts auch Nachgüsse von historischen Vorbildern und Artikeln nach eigenständigen künstlerischen Entwürfen hergestellt wurden.

Aufgrund der wertvollen Sammlungen ist das Hüttenmuseum Ilsenburg in der Lage, die Entwicklung der lokalen Eisenhüttenindustrie und seine Auswirkungen auf die Stadtentwicklung zu dokumentieren. Für sich allein genommen ist das Museum aber nicht attraktiv genug, was sich in der

relativ niedrigen Besucherzahl von weniger als 4.000 pro Jahr dokumentiert. Museum wie Hütte haben damit beide entscheidende Markt- und Marketingdefizite.

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: Hoch

Teilnahme am Schaugießen; aber geringe Erlebnisvielfalt und -dichte.

Historische Präsentation: Gut

Großer Fundus an historischen Kunstgussarbeiten. Beeindruckende Architektur (Schinkel, Bauhaus); denkmalgeschützt

Symbolwert: Hoch

Die Hütte steht für die lange Tradition der Eisengewinnung in der Region; sie ist seit 1530 bis heute in Betrieb.

Authentizität: Sehr hoch

Zusammen mit dem Hüttenmuseum Ilsenburg entsteht ein sehr komplettes Bild von diesem typischen Produktionszweig.

Industrietouristische Infrastruktur: Mäßig

Tourismus ist nur ein Anhängsel an den Produktionsbetrieb; hat keine eigene Identität und Bühne. Zuwegung zum Gebäude tourismus-unfreundlich.

Touristische Qualität des Umfeldes: Gut

Mehrere Hotels; darunter eines der Spitzenklasse. Ausreichendes Gastronomieangebot; aber relativ schwache Freizeitinfrastruktur.

Innovationsperspektive: Wenig ausgeprägt

Keine Ausweitung der touristischen Nutzung geplant; wenn möglich Besucherzahl steigern.

Verkehrsanbindung: Gut

Mit Privatfahrzeugen problemlos erreichbar. Der Bahnhof Ilsenburg ist direkt am Eingang zur Hütte (Strecke: Leipzig-Vienenburg-Hannover)

USP:

Älteste noch in Betrieb befindliche Eisengießerei Deutschlands mit Schaugießen.

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Museum und Hütte sind ausgezeichnete industrieturistische Objekte wobei ersteres auch einen relativ hohen Erlebniswert besitzt, da der Besucher die Betriebsabläufe „live“ mitverfolgen kann. Zweimal im Jahr werden außerdem Hobbykünstlerkurse zum Selbstformen von Güssen angeboten.

Festzustellen ist aber auch, dass der Bekanntheitsgrad und der Einzugsbereich beider Einrichtungen sehr eng begrenzt sind. Gleiches gilt für die Dienstbereitschaft und Dienstleistungsqualität in personeller und organisatorischer Hinsicht. Die direkte Folge sind relativ niedrige Besucherzah-

len, die - für beide Einrichtungen zusammen - in einer Größenordnung von rund 10.000 pro Jahr angesiedelt sind, wobei viele Besucher auch beide Einrichtungen aufsuchen. Den Anforderungen, die an einen funktionsfähigen „Ankerpunkt“ zu stellen sind, werden beide Einrichtungen derzeit nicht gerecht.

HANDLUNGSBEDARF

Nur durch eine Konzentration der Exponate an einem Standort können Erlebniswert und Bekanntheitsgrad gesteigert werden. In Frage kommt dabei nur der Umzug der Sammlung des Hüttenmuseums auf das Gelände der Hütte. Als neue Heimat des Museums bietet sich das ehemalige Verwaltungsgebäude an, während in einer der aufgelassenen Gießhallen die bis in die jüngste Vergangenheit oder sogar in die Gegenwart angewandten Produktionsabläufe demonstriert und den Besuchern Möglichkeiten geschaffen werden, Güsse selbst durchzuführen. Gleichzeitig sollte die Kooperation mit der Hotellerie und anderen, auch auswärtigen touristischen Einrichtungen (wie den anderen Ankerpunkten) zum Verkauf der Produkte gesucht und die Ausweitung der Produktpalette auf nachfrageorientierte Bereiche wie Jugendstil- und Art Deco-Schmuck (Modelle des Museums) ausgeweitet werden.

Die Zusammenlegung muss aber auch Anlass sein, die touristische Nutzung deutlich zu intensivieren, denn auch mit der Kombination beider Einrichtungen wird die viel zitierte „kritische Masse der Erlebnisfähigkeit“ noch nicht erreicht. Der Tourismus kann nur dann dazu beitragen, die heute bereits in Teilen gefährdete wertvolle Bausubstanz zu sichern, wenn von Fachleuten eine stimmige, moderne Museumskonzeption ausgearbeitet wird, die die Zahl der Exponate deutlich erhöht, vor allem aber neue attraktive Themen und Programme entwickelt. Sie muss aber auch darstellen, wie die Einrichtung künftig zu führen ist und woher die Mittel für einen professionellen Museumsbetrieb kommen können. „Der Rammelsberg“ als möglicher zukünftiger „Kristallisationspunkt“ in der Region, könnte hierbei wertvolle Hilfe leisten.

5.1.2.3 Ankerpunkt Röhrigschacht Wettelrode (Kupferschieferbergbau/ Sangerhäuser Revier)

Mit der musealen Aufbereitung des Themas Kupferschieferabbau und -verarbeitung beschäftigen sich in der Region mehrere Einrichtungen und zudem wird Besuchern in noch produzierenden

Unternehmen Einblick in die Arbeitsprozesse gegeben.⁸² Fast allen Einzelstandorten, die nachfolgend kurz beschrieben werden, ist gemein, dass ihre Anziehungskraft relativ begrenzt ist, denn keine verzeichnet mehr als 10.000 Besucher pro Jahr. Eine Ausnahme bildet hier der Röhrigschacht in Wettelrode, wo im Jahr 2002 über 23.000 Gäste registriert wurden, im Zeitraum 1994 - 2001 im Durchschnitt sogar fast 30.000 Besucher jährlich, so dass er als Ankerpunkt für das gesamte Thema Kupferschieferbergbau in Sachsen-Anhalt dienen soll, das insgesamt eine wichtige eigene industrietouristische Qualität in der Harzroute besitzt.

Abbildung 28: Besucherzahlen Röhrigschacht Wettelrode 1994 - 2001

Jahr	Zahl der Besucher
1994	28.997
1995	30.751
1996	30.425
1997	31.725
1998	32.100
1999	28.948
2000	29.181
2001	25.092

KURZBESCHREIBUNG

Bei dem Gesamtobjekt handelt es sich um ein Schaubergwerk (Röhrigschacht), ein Bergbaumuseum und um einen Bergbaulehrpfad, welche als Einheit präsentiert werden. Die Anlagen befinden sich im Ort Wettelrode, im engen Umlandbereich (vier Kilometer Entfernung) der Stadt Sangerhausen.

⁸² Kessler, Cornelia, 2001

Abbildung 29: Besucherbergwerk Wettelrode - Fördergerüst



Der Röhrigschacht wurde 1871 getäuft und im Jahr 1990 endgültig stillgelegt. Nachdem hier die Förderung bereits um 1883 eingestellt worden war, wurden die Tagesanlagen ab 1923 für den Betrieb als Erkundungsschacht für das Sangerhäuser Revier neu errichtet. Er diente u.a. auch als Material-, Fahr- und Wetterschacht für die späteren Großschachtanlagen des Reviers (u.a. Thomas-Müntzer-Schacht). Das dafür von einem stillgelegten Bergwerk der Mansfelder Mulde umgesetzte Fördergerüst (Freieslebensschacht um 1884) gilt als das älteste erhaltene in Sachsen-Anhalt. Das gesamte Ensemble steht schon seit DDR-Zeiten unter Denkmalschutz. Im Jahr der Stilllegung begannen die Verwahrungsarbeiten und seit 1992 wird die Schachtanlage ausschließlich touristisch genutzt. Bei den angebotenen Führungen können die Besucher 300 m tief in den Schacht einfahren. Unten angekommen folgt eine ein km lange Fahrt mit der originalen Untertagebahn, bis hin zur 200 m langen Besucherstraße. Dieser Besucherpfad ist chronologisch aufgebaut: Leben und Arbeitsalltag der Bergleute sowie die Entwicklung und Modernisierung von Maschinerie und Techniken des Kupferschieferabbaus werden dargestellt und erläutert. Abschließend werden die Besucher wieder mit der Untertagebahn zum Ausgangspunkt zurückgefahren. Jährlich nehmen fast 30.000 Personen an den Untertageführungen teil. In den Spitzenzeiten ist eine Voranmeldung zu empfehlen. Der Großteil (40 %) der Besucher sind Schüler- und Kindergruppen.

DATEN UND FAKTEN

Träger:	<i>Eigentümer: Gesellschaft für Verwahrung und Verwertung stillgelegter Bergwerke (GVV) Betreiber (Pächter): Rosenstadt Sangerhausen GmbH</i>
Rechtsform:	<i>eingetragener Verein</i>
Gesamtetat:	<i>450.000 € (2001)</i>
Finanzierung:	<i>Eigenmittel; Aufwendungen Arbeitsamt; Förderung</i>
Personalbestand:	<i>6 Festangestellte, 6 ABM-Stellen</i>
Führerpool:	<i>5 ehemalige Bergleute</i>
ÖPNV:	<i>Regionalbahn bis Sangerhausen Busverbindung zum Objekt (keine besonders dichte Taktfolge)</i>
Parken:	<i>40 Pkw und 2 Busse</i>
Museumsshop:	<i>Mineralien, Bergbautensilien, Bergbausouvenirs (eigener Betreiber)</i>
Gastronomie:	<i>Bergmannsstube: Sitzplätze innen 20, außen 40</i>
Besucherzahlen:	<i>Rund 25.000 (2001)</i>
Öffnungszeiten:	<i>Ganzjährig; Mittwoch - Sonntag und an Feiertagen: 9.30 bis 17.00 Uhr</i>
Industrietouristisches Umfeld:	<i>Halde Sangerhausen, Humboldtschlösschen Hettstedt, Museum Stadtschloss Eisleben, Spitzkegelhalden Eisleben, Gottes-Belohnungs-Hütte Hettstedt, Mansfelder Kupfer und Messing GmbH Hettstedt, Spengler-Museum Sangerhausen</i>

Eine Ausweitung der touristischen Nutzung des Röhrigschachtes ist bereits in Planung. Zukünftig soll es ganztägige Sonderführungen in die bis jetzt noch nicht zugänglichen Bereiche des Altbergbaus geben. Diese Erlebnistour soll nur kleinen Besuchergruppen und ausgewählten Personen mit guter körperlicher Verfassung angeboten werden. Das Konzept liegt vor; es wird nur noch die Sicherheitsprüfung und Genehmigung vom Bergamt benötigt. Der Röhrigschacht ist weder durch Altlasten noch durch Schadstoffe belastet. Das Fördergerüst wird dieses Jahr vollständig saniert und Untertage ist aufgrund der Sicherheitsauflagen alles in sehr gutem Zustand.

Das Bergbaumuseum dient zur Ergänzung des Schaubergwerks und wurde bereits 1987 errichtet. Hier können die Besucher nach oder auch vor der Untertagefahrt Hintergrundwissen und Informatio-

nen über den Kupferschieferabbau und den Arbeitsalltag der Bergleute erfahren. Der Bergbaulehrpfad befindet sich in ca. 300-400 m Entfernung zum Schaubergwerk und Bergbaumuseum. Hier werden die verschiedenen Etappen der Bergbauentwicklung dargestellt. Dieser Lehrpfad ist öffentlich und frei zugänglich. Er hat jedoch einen eigenen Träger, den „Sangerhäuser Bergmannsverein e.V.“, was die Zusammenarbeit nicht gerade erleichtert.

Übertage beträgt die Fläche des Röhrigschachtes und des Bergbaumuseums ca. 2 ha, wobei ein Großteil des Geländes Ödland ist. Der Eigentümer des Gesamtobjektes ist die Gesellschaft für Verwahrung und Verwertung stillgelegter Bergwerke (GVV). Die Rosenstadt Sangerhausen GmbH hat das Gelände und die Schachtanlage von der GVV gepachtet. Die Zuständigkeiten sind eindeutig geklärt: Die GVV ist für Sanierung, Inspektion und Kontrolle des gesamten Geländes verantwortlich, während der Pächter die touristische Nutzung organisiert und leitet.

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: *Sehr hoch*

Die Einfahrt in den Schacht, die Fahrt mit der Grubenbahn und die Konfrontation mit der Arbeitswelt der Bergleute sind höchst eindrucksvoll.

Historische Präsentation: *Sehr gut*

Es wird sehr viel Hintergrundwissen über das Thema vermittelt. Die Anlagen stehen unter Denkmalschutz.

Symbolwert: *Sehr hoch*

Letztes in Einheit von Tages- und Untertageanlagen, geschlossen erhaltenes Bergwerk des historischen Kupferschieferbergbaus in Sachsen-Anhalt, d.h. dem Sangerhäuser Revier und dem Mansfelder Land.

Authentizität: *Sehr groß*

Ursprüngliche Nutzung sehr gut nachvollziehbar. Der Förderturm ist der älteste in Sachsen-Anhalt.

Industrietouristische Infrastruktur: *Nicht voll befriedigend*

Ausstellungsangebot - vor allem in Verbindung mit dem Bergbaumuseum - sehr gut. Zusatzeinrichtungen (Gastronomie, Shop usw.) eher mäßig.

Touristische Qualität des Umfeldes: *Gut*

Gastronomie und Beherbergung in ausreichender Quantität und Qualität. Freizeitangebot in der Region sehr umfangreich und attraktiv. Tourismusinformatio in Sangerhausen vermarktet Objekt über Angebotspakete.

Innovationsperspektive: Gut
Zusätzliche „Erlebnistour“ geplant.

Verkehrsanbindung: Mäßig
Regionalbahn bis Sangerhausen; Bus zum Objekt (fährt relativ selten). Mit Pkw über Bundesstraßen; zukünftig auch A 38 Ausfahrt Sangerhausen.

USP:
Ältestes Fördergerüst in Sachsen-Anhalt als Symbol für mehr als 100 Jahre Untertagekupferschieferabbau.

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Die Einrichtung selbst ist in Bezug auf alle wesentlichen Kriterien zumindest mit „gut“, was die Authentizität und den Symbolgehalt angeht, sogar als ausgezeichnet zu beurteilen. Bereits im Vorspann zu diesem Abschnitt wurde allerdings auch angedeutet, dass selbst der Röhrgschacht, der mit rund 30.000 Besuchern pro Jahr die mit Abstand nachfragestärkste industrietouristische Einrichtung in der Region ist, bezüglich des als besonders maßgeblich geltenden „Erlebniswertes“ noch erhebliche Defizite aufweist. Für sich allein genommen erfüllt er nicht die Anforderungen, die an einen „Ankerpunkt“ in Bezug auf

- ⇒ Zahl und Dichte der Erlebniselemente
- ⇒ Gesamttouristische Infrastruktur
- ⇒ Organisationsgrad

zu stellen sind. Die Minimalforderung, die auch von der Rosenstadt Sangerhausen GmbH so gestellt wird, ist in einer organisatorischen und vermarktungstechnischen Zusammenführung des Röhrgschachtes mit anderen Einrichtungen in der Region zu sehen. Mit den Hettstedter/Eislebener Einrichtungen des Kupferschieferbergbaus wurde bereits vereinbart, dass in Wettelrode der Bereich „Bergbau“ und dort die Bereiche „Verhütung/Verarbeitung“ präsentiert werden. Diese klare Trennung kann die Perspektive der vier Kupferschiefereinrichtungen sein.

HANDLUNGSBEDARF

Das Mansfelder Land und das Sangerhäuser Revier zusammen stellen eine Montanlandschaft mit ausgesprochen langer Tradition dar. Bereits der Vater von Martin Luther wirkte im Mansfelder Land als Bergmann und späterer Bergwerks- und Hüttenbesitzer. Gerade seine Geschichte sowie die aus der Zeit erhaltenen Halden um Mansfeld stellen einen bisher kaum berücksichtigten Marketingschwerpunkt dar.

Um die prägende Wirkung der Kupferschiefergewinnung und -verarbeitung auf die Region museal

aufbereiten und touristisch nutzen zu können, muss der konzeptionelle Ansatz eines „dezentralen Industriemuseums“ verfolgt werden. Dafür bedarf es aus organisatorischen und vermarktungstechnischen Gründen eines Mittelpunktes, um den sich die übrigen Einrichtungen gruppieren, wie dies beim Ironbridge-Gorge-Museum, einem Musterbeispiel für ein dezentrales Museum, zum Beispiel das „Besucherzentrum“ mit Brücke und Zollhaus ist. Ausgehend vom heutigen Erscheinungsbild und von der Akzeptanz seitens der Nachfrage ist der Röhrgschacht als natürliches Zentrum anzusehen. Der starke Rückgang der Besucherzahlen nach 1998 zeigt aber, dass die geplante Erhöhung des Erlebniswertes dringend notwendig ist, ebenso wie die Professionalisierung des Museumsbetriebes, für die allerdings ebenfalls gute Voraussetzungen zu bestehen scheinen. Eine ganze Reihe von Objekten stehen dem Ankerpunkt thematisch und räumlich so nahe, dass sie als weitere Anlaufpunkte ins dezentrale Industriemuseum „Kupferschieferbergbau“ o.ä. eingegliedert werden können oder sogar müssen. Neben den Lutherstätten und -museen in Mansfeld und Eisleben sind dies im Besonderen:

Humboldtschlösschen Hettstedt

Das Mansfeld Museum in Hettstedt, das sich im Eigentum und in Trägerschaft des Landkreises Mansfelder Land befindet, gehört zusammen mit dem Stadtschloss Eisleben zum Verbund der Mansfeld Museen und dient heute der musealen Aufarbeitung bzw. als Forschungsstätte zur Geschichte des Mansfelder Kupferschieferbergbaus und Hüttenwesens. Seit 1989 befindet sich das Hettstedter Museum im 1705 errichteten, barocken „Humboldtschlösschen“, welches früher ein Herrenhaus (u.a. zeitweiliger Wohnsitz der Familie Wilhelm von Humboldts) und ab ca. 1860 Beamtenwohnhaus der Hüttengewerkschaft war.

Abbildung 30: Humboldtschlösschen Hettstedt



Das Schlösschen ist nach Totalrekonstruktion (im Inneren bemerkenswerte bauzeitliche Treppenanlage erhalten !) in den 1980er Jahren in einem sehr guten Erhaltungszustand; es steht seit 1978 unter Denkmalschutz. Das Museum gibt Einblick in die schwere Arbeit der Mansfelder Berg- und Hüttenleute und zeigt unter anderem bergmännisches Gerät und Geleucht, Münzen und eine interessante Sammlung zur Geologie und Mineralogie der Kupferschiefer-Lagerstätte. Im Jahr 2002 zog es rund 10.000 Besucher an.

Museum Stadtschloss Eisleben

Beim Museum Stadtschloss in der Lutherstadt Eisleben handelt es sich um ein Stadthaus der Grafen von Mansfeld aus dem Jahr 1500. Die angeschlossene Bibliothek wurde 1904 als Erweiterungsbau errichtet. Im Laufe der Zeit wurde das Obergeschoss des Museums stark verändert; das Untergeschoss ist jedoch noch weitgehend original überkommen. Das Gebäude war über Jahrhunderte u.a. Amtssitz der Mansfelder Grafen, Berg- und Hüttenverwaltungen sowie Verwaltungssitz der späteren Hüttengewerkschaften bis zum Mansfeld-Kombinat in der DDR-Zeit. Seit 1999 ist das Objekt als Museum der Öffentlichkeit zugänglich und in einem sehr guten Erhaltungszustand; mit der sog. „Mansfeldsammlung“ beherbergt es u.a. eine der bedeutsamsten regional- und betriebsgeschichtlichen Sammlungen in Deutschland. Das Gebäude steht schon seit DDR-Zeiten unter Denkmalschutz. Der symbolische Gehalt des Objekts ist sehr hoch, da es über Jahrhunderte Entscheidungszentrale des Mansfelder Kupfer- und Schieferbergbaus war und somit die industrielle Geschichte der Region repräsentiert. Eigentümer und Träger des Museums ist der Landkreis Mansfelder Land. Momentan besuchen ca. 5.500 Gäste jährlich das Museum, da der Bekanntheitsgrad regional begrenzt ist.

Gottes-Belohnungs-Hütte Hettstedt

Die Gebäude und Anlagen der ehemaligen gewerkschaftlichen Gottes-Belohnungs-Hütte (1695) bilden den seit Mitte der 1990er Jahre ungenutzten Entstehungskern des bedeutenden Walzwerks- und Hüttenbetriebes (heute: MKM GmbH) am Hettstedter Lichtlöcherberg. Neben ursprünglichen Hüttenresten des 18. Jahrhunderts (u.a. „Wasserburg“) wird die historische Hüttenanlage im Wesentlichen vom Erweiterungsbau zur Entsilberungshütte (Amalgamierwerk/Feinhütte) vom Anfang des 19. Jahrhundert geprägt, für den sich auf Grund der qualitätsvollen klassizistischen Gestaltung die Bezeichnung „Schinkelbau“ entwickelt hat.

Abbildung 31: Gottes-Belohnungs-Hütte Hettstedt, Amalgamierwerk/ „Schinkelbau“



Eine touristische Nutzung findet hier derzeit nicht statt. Besonders für den sogenannten Schinkelbau, einen als Amalgamierwerk Anfang des 19. Jahrhunderts errichteten klassizistischen Industriebau von großer Eindrücklichkeit, und die angrenzende Denkmalsubstanz muss ein Konzept für die weitere Nutzung gefunden werden, um den Erhalt langfristig zu sichern. Bei Nutzung als Museum könnte die Hütten- und Umformungstechnik in hierfür errichteten historischen Gebäuden gezeigt werden; darüber hinaus böte sich die Möglichkeit, weitere Denkmale auf dem Gelände, wie z.B. die Stollenmundlöcher, Gräben u.ä., zu erhalten und in ein museales Konzept einzubinden. Der „Schinkelbau“ könnte u.U. geeignet sein, als Sammelstelle für viele Exponate aus der Region, u.a. aus den beiden Mansfeld-Museen, zu dienen und damit die Erlebnisdichte zu steigern. Deren Exponate könnten dann an zentraler Stelle und im authentischen Rahmen präsentiert werden.

Mansfelder Kupfer und Messing GmbH (MKM) Hettstedt

Unter dem Namen „Mansfelder Kupfer und Messing GmbH“ (MKM) wird seit Auflösung des Mansfeldkombinates bzw. der Nachfolge-AG (ab 1995 Verkauf an die belgische Lamitref-Gruppe) die historische Buntmetallurgie am traditionsreichen Hüttenstandort fortgeführt; zuletzt Erzeugung von Halbzeugen, Blechen und Profilen aus Sekundärkupfer (Kupferschrott). Doch mit der Ende 2002 plötzlich erfolgten Stilllegung des gerade erst fertiggestellten neuen Anodenbetriebes (Ersatzinvestition ca. 50 Mio. DM), ist die Kupferverhüttung am Standort Hettstedt wohl endgültig als beendet zu betrachten und auch der Weiterbetrieb des Unternehmens, insbesondere auch des Walzwerkes, fraglich.

Die heute der MKM gehörigen Werksteile (ca. 150 ha) entstanden ab 1907 (Walzwerk) bzw. 1926/27 (Bessemerie) als Erweiterungsbauten neben der entstehenden Gottes-Belohnungs-Hütte. Neben historisch wertvollen Produktionsbauten haben sich hier u.a. auch einzigartige Maschinenausstattungen wie das wohl älteste noch produzierende Umkehrwalzwerk Europas, die „Breite Umkehr“, von 1909 (Warmwalz), das Triowalzwerk von 1923 oder in der ehemaligen Gebläsehalle der Bessemerie u.a. die wertvollen Gebläsesätze der Firmen Dingler und Borsig erhalten. Die Walzwerksanlage ist im Kern mit wesentlichen Produktions-, Verwaltungs- und Sozialbauten noch bauzeitlich original überkommen (Industriearchitekturen, Walzwerksausstattungen usw.). Die 1990 stillgelegte Gebläsehalle/Kompressorenhalle wurde in den Jahren 1996/97 für Vorführungszwecke restauriert. Die Kupfer und Messing GmbH veranstaltet seit 1997 Schautage und ca. ein- bis zweimal im Jahr einen „Tag der offenen Tür“, an denen das Gelände für Besucher geöffnet wird (3.000 - 4.000 Besucher). In kleinen Führungen können die Produktion verfolgt und die historischen Industriedenkmäler besichtigt werden. Sonst findet keine touristische Erschließung statt; es werden aber nach Wunsch einzelne Führungen für kleine Interessentengruppen vereinbart. Für die Zukunft ist die vollständige Öffnung der Gebläsehalle für die interessierte Öffentlichkeit geplant. Träger dieser touristischen Aktivitäten ist bisher der Eigentümer MKM. Eine Änderung der Trägerschaft der musealen Aktivitäten ist angedacht; darauf wird im folgenden Abschnitt näher eingegangen.

Da das Umkehrwalzwerk in die tägliche Produktion eingebettet ist und die 1990 unter Denkmalschutz gestellte Gebläsehalle erst restauriert wurde, kann man von einem sehr guten Erhaltungszustand und großer Authentizität sprechen. MKM kann als Vertreter der Kupfer- und Messingverarbeitung, welche im Mansfelder Land eine Jahrhunderte alte Tradition hat, angesehen werden und gilt daher als landesweit repräsentativ.

Abbildung 32: Mansfelder Kupfer- und Messing GmbH Hettstedt



Über die oben beschriebenen Anlaufpunkte hinaus, an deren Symbolwert und Authentizität nicht der geringste Zweifel besteht, lassen sich ohne Probleme weitere Zeitzegen benennen, für die das gleichermaßen zutrifft, wie z.B. der „Freieslebensschacht“ mit seiner projektierten Abenteuerwelt unter Tage, die Sangerhäuser Hütte oder auch die Haldenlandschaften (u.a. mit den prägnanten Spitzkegelhalden) um Eisleben und Sangerhausen, die als Relikte des früheren Kupferschieferbergbaus das Landschaftsbild der Region unverwechselbar prägen (u.a. beispielsweise Kleinhaldenlandschaft bei Welfesholz, Spitzkegelhalden des Thomas-Müntzer-Schachtes Sangerhausen/„Hohe Linde“ oder des Ernst-Thälmann-Schachtes bei Siersleben u.s.w.). Für ein dezentrales Industriemuseum wäre es von besonderer Dringlichkeit, eine funktionsfähige Trägerschaft zu etablieren. Vorstellbar erscheint z.B. die Gründung einer „Mansfeld-Stiftung“, vergleichbar mit der Konstruktion, die in Zukunft für den „Rammelsberg“ zuständig sein wird. Von ihr muss die Initiative ausgehen, ein museal-touristisches Konzept für die Region von Fachleuten unterschiedlicher Richtungen ausarbeiten und einsetzen zu lassen. Dazu gehört auch, dass in allen Einzelstandorten (Mansfeld-Museen, Röhrigschacht, Gottes-Belohnungshütte und MKM) die vorhandene Substanz erhalten und erschlossen, der Sammlungsbestand gebündelt, die Dienstleistungsbereitschaft und -qualität verbessert, das Erscheinungsbild vereinheitlicht (Stichwort: Corporate Identity) und die Vermarktung zentralisiert werden.

5.1.2.4 Ankerpunkt Bergwerksmuseum Grube Glasebach Straßberg

KURZBESCHREIBUNG

Die unmittelbare Nähe von Sachzeugen aus mehreren Jahrhunderten auf dem Museumsgelände selbst und in dessen direkter Umgebung sind hervorragend geeignet, die Entwicklung der Bergbautechnik über drei Jahrhunderte zu dokumentieren: Über Tage eine Schachanlage aus den 1950er Jahren und unter Tage den historischen Bergbau. Darüber hinaus kann an dieser Stelle exemplarisch dargestellt werden, wie sich aufgrund geänderter Rahmenbedingungen der Wert der Lagerstätte veränderte. War der Flussspat anfangs nur ein Nebenprodukt, das hauptsächlich als Zuschlagstoff in der Hüttentechnik verwendet wurde, entwickelte sich diese „taube Gangart“ zu einem nicht nur für die Wirtschaft der DDR wichtigen chemischen Grund- und Zuschlagstoff.⁸³

Abbildung 33: Eingang zur Anlage Grube Glasebach Straßberg



In der Bergwerksanlage im Glasebachtal (etwa 1,5 km östlich von Straßberg) werden drei Teilbereiche zur Besichtigung angeboten: Die Übertageanlagen des neuzeitlichen Bergbaus mit Ausstellungsobjekten, der Tiefbau Glasebach (Stollensohle und zwei Sohlenbereiche) mit Eingang neben der Radkammer und der ebenerdige, ohne körperliche Anstrengungen zu bewältigende Glasebacher Stollen. Im Zusammenhang damit sind

⁸³ Bartels, Christoph, 1992; Lorenz, Erika, 1992

Führungen am Teich- und Grabensystem sowie zu den Pingenfeldern (erste oberirdische Abbaufelder im späten Mittelalter) möglich. Im Übertagebereich sind Fördergerüst, Maschinenhaus mit Förderhaspel, Schiffsdiesel als Notstromaggregat, Grubenrettungsstelle, Lampenstube, Schachtsignalanlage und Schmiede zu sehen. Der Ausstellungsraum informiert zu den einzelnen Sachgebieten. Das Thema „Flußspatbergbau im Harz“ als ständige Fachausstellung ist derzeit in Vorbereitung.

Beim untertägigen, geführten Rundgang wird der Altbergbau erlebbar gemacht. Rad- und Schwingenkunstkammer, Ausbau- und Abbauarten (Eichenholzverzimmerung aus dem 18. Jahrhundert, Trockenmauerung), Schrägschacht und Teile der historischen Wasserbautechnik geben dann ein anschauliches Bild des Harzer Gangerzbergbaus. Damit wäre die Grube Glasebach die einzige in Deutschland zugängliche Schachanlage einer steilen (50 Grad) Lagerzone.

Der Glasebacher Stollen (ca. 300 m östlich der Radkammer) stellt ebenfalls Abschnitte des Altbergbaus, aber auch die letzte Maschinenteknik des Grubenreviers Straßberg vor. Jährlich ab Oktober bis in den nächsten Frühling hinein dient der Stollen den Fledermäusen als Winterquartier und ist deshalb dann nicht befahrbar. Das Straßberger Bergwerksmuseum ist eine der beiden Harzer Bergbauanlagen, die auch mit der Harzer Schmalspurbahn (Selketalbahn) erreichbar sind. Außer dem Bahnhof gibt es einen zusätzlichen Haltepunkt in der Nähe des „Hüttenplatzes“, Standort der ersten Gräflich-Stolberger Silberhütte von 1462. Er ermöglicht den unmittelbaren Einstieg in den Bergbaulehrpfad Richtung Grube Glasebach, was verstärkt mit den Harzer Schmalspurbahnen gemeinsam vermarktet werden muss.

DATEN UND FAKTEN

<i>Träger:</i>	<i>Gemeinde Straßberg</i>
<i>Rechtsform:</i>	<i>Eigenbetrieb</i>
<i>Gesamtetat:</i>	<i>Ca. 100.000 €</i>
<i>Finanzierung:</i>	<i>Eigenmittel ca. 60%, Fördermittel Zuschüsse ca. 40%</i>
<i>Personalbestand:</i>	<i>2 Vollbeschäftigte, 1 Teilzeitbeschäftigter</i>
<i>Führerpool:</i>	<i>6 Leute</i>
<i>ÖPNV:</i>	<i>Harzer Schmalspurbahn Buslinie</i>
<i>Parken:</i>	<i>20 Pkw und 2 Busse</i>
<i>Museumsshop:</i>	<i>Mineralienverkauf</i>
<i>Gastronomie:</i>	<i>Imbiss mit 40 Innen- und 40 Außenplätzen</i>
<i>Besucherschätzungen:</i>	<i>Ca. 10.000 (2000)</i>

Öffnungszeiten:	1. April bis 15. November Übrige Monate auf Voran- meldung; Montag geschlos- sen
Industrietouristisches Umfeld:	Bergwerksort Strassberg, Selketalbahn, Eisenhütte Mägdesprung, Selketal, Hüttenmuseum Thale

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: Hoch
<i>Drei unterschiedliche „Erlebnisbereiche“: Übertage, Tiefbau und ebenerdige Stollen. Aber: Noch nicht voll ausgebaut.</i>
Historische Präsentation: Gut
<i>Drei Lehrpfade mit 50 Informationstafeln und Museum.</i>
Symbolwert: Sehr hoch
<i>Sachzeugen eines über 600jährigen Harzer Bergbaus sind nur hier im vollen Zusammenhang erhalten.</i>
Authentizität: Sehr hoch
<i>Alle Exponate werden an ihrem angestammten Platz, in ihrem ursprünglichen Umfeld präsentiert und sind in jeder Beziehung „echt“.</i>
Industrietouristische Infrastruktur: Befriedigend
<i>Die notwendigen Einrichtungen - Gastronomie, Andenkenverkauf, Parkplätze - sind zwar vorhanden; allerdings eher einfach und klein dimensioniert; insgesamt wirkt die oberirdische Anlage eher schlicht. Der Ort Straßberg selbst bewahrt mit seinen Fachwerkbauten eine authentische Bergwerkstradition, die stärker einbezogen werden muss, einschließlich der historischen Bergwerksgaststätte.</i>
Touristische Qualität des Umfeldes:
<i>Beschränktes Gastronomie- und Beherbergungsangebot. Keine leistungsfähige Tourist-Information für das Harzer Umfeld (müsste von der Grube Glasebach mit übernommen werden).</i>
Innovationsperspektive: Gut
<i>Eine Befahrung des Altbergbaus und Erschließung der steilen Lagerzone sind in Vorbereitung.</i>
Verkehrsanbindung:
<i>Sehr attraktiv mit Harzer Schmalspurbahn oder per Linienbus</i>
USP:
<i>Die Veränderungen, die sich in 600 Jahren Bergbau vollzogen haben, sind hier besonders deutlich spürbar.</i>

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Auch hier besteht am Symbolgehalt und dem Grad der Authentizität überhaupt kein Zweifel und

auch der Erlebniswert wird nach Abschluss der geplanten Erweiterungen und Attraktivitätssteigerungen deutlich über dem Durchschnitt liegen. Einschränkungen zeigen sich aber erneut im organisatorischen Bereich; wobei vor allem die begrenzte Öffnungszeit und die wenig professionelle Betreuung des Objektes zu nennen sind. Die eingeschränkte Dienstleistungsbereitschaft dokumentiert sich wiederum in der Tatsache, dass die Besucherzahl von 10.000 pro Jahr eine Art Obergrenze darstellt.

Abbildung 34: Besucherzahlen Bergwerksmuseum Grube Glasebach Straßberg 1995 - 2001

Jahr	Zahl der Besucher
1995	8.696
1996	9.246
1997	9.566
1998	10.214
1999	11.472
2000	10.488
2001	8.835

HANDLUNGSBEDARF

Die Region ist aus industrietouristischer Sicht entwicklungsfähig, aber in sehr hohem Maße auch entwicklungsbedürftig. Keines der bestehenden Ausstellungsobjekte - auch nicht die Grube Glasebach - ist so leistungsfähig, dass von dort standortübergreifende Impulse ausgehen könnten. Vielmehr sind alle auf Anstöße von außen angewiesen, denn aus eigener Kraft können die Träger und Betreiber, die durchwegs ehrenamtlich fungieren, die dringend notwendige Steigerung der Attraktivität und Intensivierung der Vermarktungsaktivitäten nicht leisten. Von einem modernen und professionellen Museumsmanagement kann an keinem Standort die Rede sein. Mängel bestehen auch im konzeptionellen Bereich, organisatorisch und didaktisch, die nur unter Mitwirkung von „Profis“ behoben werden können.

Ebenso wie im zuvor beschriebenen Fall der Kupferschieferreviere erscheint eine organisatorische und museums-didaktische Bündelung dringend geboten, denn keines der Objekte scheint für sich allein genommen die Kraft zu haben, den Schritt von einem ehrenamtlich zu einem professionell betriebenen Museum zu vollziehen. Gelingen kann dies wohl auch nur mit massiver Unterstützung durch eine bestehende, leistungsstarke Museumsorganisation, wie sie in der gesamten Region nur „Der Rammelsberg“ vorhalten kann, dem damit erneut die konzeptionelle und organisatori-

sche Leitungsrolle zuwächst. Die Rolle eines Ankerpunktes muss dann eines der Objekte, die dem Unterharzer Gangerzbergbau zuzurechnen sind, übernehmen. Das kann die Grube Glasebach sein, wenn die vorhandenen Pläne zum weiteren musealen Ausbau dieser Einrichtung konsequent umgesetzt und die Ziele, den Erlebniswert deutlich zu steigern und den Betrieb zu professionalisieren, erreicht werden.

Zwingend notwendig ist auf jeden Fall die Schaffung eines leistungsfähigen Museumsverbundes, dem - neben der Grube Glasebach - noch mindestens zwei weitere Objekte angehören sollten, die nachfolgend kurz beschrieben werden.

Eisenhütte Mägdesprung

Der Ort liegt umrahmt von Berghängen im Tal der Selke und ist ein Ortsteil der Stadt Harzgerode. Im Jahr 1646 ließen Fürst Friedrich von Anhalt-Harzgerode und der Bürger Johann Heidfeld aus Quedlinburg an der Stelle einer Mühle eine Eisenhütte errichten. Ausschlaggebend für die Standortwahl waren die nahen Erzgruben, der Holzreichtum und die Wasserkraft der Selke. Um 1830 existierten hier neben dem Hochofenwerk zahlreiche Pochwerke, Frisch- und Stahlhammer, der Drahtzug, Maschinenfabriken usw.. Berühmt wurde der wohl am komplexesten erhaltene Hüttenstandort Sachsen-Anhalts durch seinen Eisenkunstguss sowie die Maschinenfabrik (u.a. Sägegette 19. Jahrhundert); Nach 1945 erfolgte eine Spezialisierung zuletzt auf Gaskocher bzw. Gasheizgeräte. Seit der Schließung der Gießerei im Jahr 1991 gibt es keine Industrie mehr in Mägdesprung.⁸⁴

Eine Nutzung der historischen Gebäude der ehemaligen Eisenhütte Mägdesprung als Museum erscheint zwingend geboten, um das wohl am geschlossensten erhaltene Ensemble des Harzers Montanwesens in Sachsen-Anhalt und die eindrucksvolle Denkmalsubstanz der Umgebung zu erhalten und Besuchern anbieten zu können. Neben den weitgehend aus dem 18. und frühen 19. Jahrhundert stammenden Betriebs- und Verwaltungsgebäuden sind zwei lebensgroße Hirsche und Reste eines Obelisken, 1812 dem Andenken an Fürst Friedrich Albrecht gewidmet, beides Kunstgussprodukte der Hütte, erhalten. Die ehemalige Schmiede, die Maschinenfabrik, die Reste des Carlswerkes sowie die vier Friedrichshämmer, Kirche und Friedhof, der Kopfbau des Herzog-Alexis-Erbstollens und auch die Selketalbahn, die die verkehrstechnische und industriegeschichtliche Verbindung zum Bergwerksort Straßberg herstellt, sind Denkmäler, die in das didaktische

Erschließungskonzept einbezogen werden müssen.

Im Vordergrund muss die Erhaltung der höchst wertvollen Denkmalsubstanz stehen, die durch die Einrichtung eines Museums und anderer komplementärer Nutzungen zu gewährleisten ist. Insbesondere ist über die Zukunft der großen Mägdesprunger Eisenkunstgussammlung im entfernten Museumsschloss Allstedt nachzudenken. Inhalt einer musealen Darstellung sollte die einmalige Eisenkunstgußproduktion (USP) als dezentrales „Freilichtmuseum“ mit Selke und Selketalbahn als touristisches Rückgrat sein. Ein erster Schritt zur musealen Erschließung des Hüttenstandortes erfolgte mit der Sanierung und Öffnung des Werkstattbaus (1865) der Maschinenfabrik „Carlswerk“ im Jahre 2002.

Hüttenmuseum Thale

Das 1986 als „Museum für Betriebsgeschichte der Eisen- und Hüttenwerke Thale“ (EHW) eröffnete Museum zeigt in eindrucksvoller Weise in einer gut gegliederten Dauerausstellung die über 300jährige Geschichte der Eisenverarbeitung an diesem Standort.

Abbildung 35: Hüttenmuseum Thale



Anschauliche, funktionsfähige Modelle dokumentieren die technischen Entwicklungen von der Eisengewinnung in Rennfeuern, wie sie im späten Mittelalter eingesetzt wurden bis hin zu modernen Produktionsmethoden in Siemens-, Martin- oder Lichtbogenöfen. Die Ausstellung ist im Prinzip chronologisch aufgebaut; sie zeigt die Entwicklung von Eisenverhüttung und Eisenverarbeitung am Beispiel des EHW Thale von einer Blechhütte im Jahre 1686 bis zum industriellen Großbetrieb des 20. Jahrhunderts. Eine Besonderheit ist die 1911 in der Ascherslebener Maschinenbau AG gebaute doppelwirkende Tandem-Walzenzugdampfmaschine. Von 1912 bis zur Stilllegung des Blockwalzwerkes 1990 trieb die Dampfmaschine über eine Kammwalze die Blockwalzstraße mit drei

⁸⁴ Gries, Ulrich, 1998 und Presia, Edgar, 1996

Walzengerüsten an. Nach der Sanierung soll die Dampfmaschine mit in den Museumsbetrieb einbezogen werden. Im Moment ist sie als Großfoto, Funktionsmodell und auf einem Videofilm in Betrieb zu sehen.

Seit 1995 wird im Hüttenmuseum Thale konkrete Umweltgeschichte gezeigt. Dazu gehören die Wechselbeziehungen zwischen dem Wachsen des Eisenhüttenwerkes und dem Ort Thale sowie der Umgang mit den Belastungen für Mensch, Luft, Wasser und Boden durch 300-jährige metallurgische Produktion. Neu hinzugekommen ist im Jahr 2000 ein Ausstellungsteil, der die ökologische Beseitigung von Industrialtlasten zeigt. Im gesamten Museum wird der Besucher zum Aktivwerden aufgefordert, z.B. beim Bedienen der Modelle oder bei Riech- und Tastproben.

Zusammenfassung

Für die Konzeption insgesamt gilt, dass noch sehr großer Handlungsbedarf besteht, bevor der Unterharzer Gangerzbergbau mit einem in jeder Beziehung leistungsfähigen Ankerpunkt und attraktiven Anlaufpunkten in eine Europäische Route integriert werden kann. Dazu fehlen derzeit wichtige Voraussetzungen.

Notwendig sind zum einen rein angebotsseitige Maßnahmen wie z.B.:

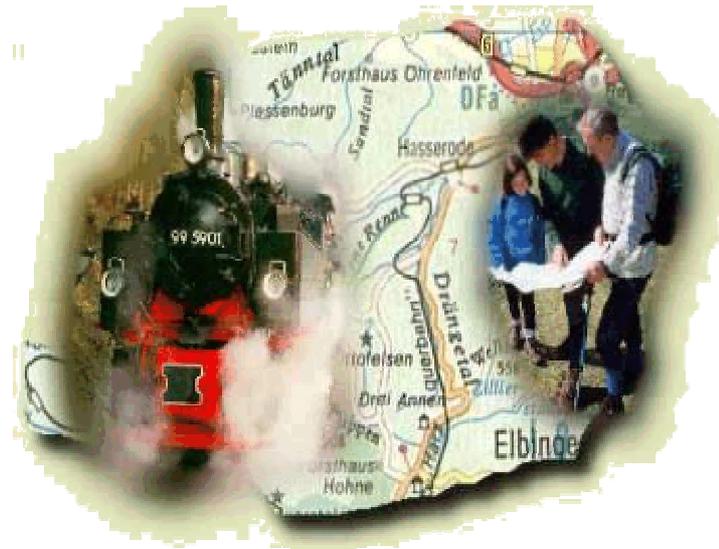
- ⇒ Die Umsetzung der Pläne zum weiteren Ausbau der Grube Glasebach mit dem Ziel, den Erlebniswert deutlich zu steigern.
- ⇒ Die optimale Erschließung der Eisenhütte Mägdesprung und Erarbeitung sowie Umsetzung eines tragfähigen Konzeptes für die Erhaltung dieses relativ geschlossen erhaltenen Ensembles des Montanwesens in Sachsen-Anhalt.
- ⇒ Der Einbezug historisch wertvoller Teile des Eisenhüttenwerkes Thale in das Hüttenmuseum, im Sinne eines begehbaren technischen Denkmals.

Vor allem muss aber eine leistungsfähige Museumsorganisation für die Region als Ganzes installiert werden, die darauf abzielt, eine Bündelung der Exponate, aber auch eine starke, hierarchisch aufgebaute Führungsstruktur zu erreichen.

5.1.2.5 Die Harzer Schmalspurbahnen als verbindendes Element

Die Harzer Schmalspurbahnen GmbH (HSB) betreibt heute die Harzquer-, Brocken- und Selketalbahn. Mit insgesamt 131,24 km verfügt sie über das längste zusammenhängende Streckennetz aller Schmalspurbahnen in Deutschland.

Abbildung 36: Harzer Schmalspurbahn



DATEN UND FAKTEN

<i>Träger:</i>	<i>Harzer Schmalspurbahnen</i>
<i>Rechtsform:</i>	<i>GmbH</i>
<i>Gesamtetat:</i>	<i>Rund 15 Millionen Euro</i>
<i>Finanzierung:</i>	<i>56% Eigenerlöse 44% Zuschüsse der kommunalen Gesellschafter, des Landes Sachsen-Anhalt und des Freistaates Thüringen</i>
<i>Personalbestand:</i>	<i>Rund 230 Mitarbeiter</i>
<i>Beförderte Personen:</i>	<i>Rund 1,1 Millionen (2002)</i>
<i>Betriebszeiten:</i>	<i>Ganzjährig</i>
<i>Länge des Streckennetzes:</i>	<i>131 km</i>

Mit ihrem technisch wertvollen Fahrzeugpark mit 25 Dampflokomotiven, 6 Triebwagen, 16 Diesellokomotiven sowie einer Vielzahl historischer Personenwagen, aber auch einer großen Zahl historisch wertvoller Baulichkeiten entlang den Strecken wurde die HSB als Gesamtensemble bereits 1972 unter Denkmalschutz gestellt, als ein lebendiges Zeichen von Eisenbahntechnik und Ingenieurskunst.

Neben den „Oldtimerzügen“ vermitteln die nach einem festen Fahrplan verkehrenden Dampfzüge und Triebwagen das Flair längst vergangener Eisenbahnromantik im Nationalpark Hochharz, mit dem sagenumwobenen Brocken, dem höchsten Gipfel Norddeutschlands. Damit ist die HSB natürlich in erster Linie ein wichtiger Bestandteil der

allgemeinen touristischen Infrastruktur. Kaum einer der gegenwärtig über 1,1 Mio. Nutzer⁸⁵ wird einen Zusammenhang mit der industriellen Entwicklung der Region herstellen oder die Bahn in Verbindung bringen mit dem, sowieso noch relativ unbekanntem, Marktsegment Industrietourismus. Dabei sind die Verknüpfungen natürlich ausgesprochen eng:

- ⇒ Die Hochphase der Industrialisierung im Harz ging einher mit dem Ausbau des Eisenbahnnetzes. Die Fertigstellung der Harzquerbahn im Jahr 1899 stellt in diesem Zusammenhang einen Meilenstein dar.
- ⇒ In einem zukünftigen schlagkräftigen Museumsverbund „Historische Bergbauregion Harz“ kommt der HSB eine wichtige Rolle zu. Sie könnte die Grundlage bilden für ein Netz von attraktiven Verkehrsverbindungen zwischen den einzelnen „Ankerpunkten“ der Route und gleichzeitig selbst als Denkmal der Industriegeschichte in der Region fungieren.

Die HSB muss deshalb in einem dementsprechenden musealen Rahmenkonzept für die industrieturistische Route „Historische Bergbauregion Harz“ unbedingt Berücksichtigung finden, wobei es eine vordringliche Aufgabe wäre, weitere Abschnitte ins Netz einzubinden (z.B. die Rübelandbahn) und einen Verbund mit anderen Verkehrsmitteln herzustellen. Die Harzer Schmalspurbahnen können somit als Symbol dafür gesehen werden, dass Einzelstandorte - gerade im Ostharz und damit in Sachsen-Anhalt - nur sehr begrenzte Entwicklungschancen haben und erst im Verbund mit anderen Einrichtungen den Sprung von der „ehrenamtlichen“ Ebene, mit klar begrenzten Besucherzahlen (durchwegs unter 30.000 pro Jahr), auf die „professionelle“ Ebene schaffen können, wozu sie zudem auf die Hilfe starker Partner angewiesen sein werden. Gerade im Marketingbereich stellt die HSB neben dem Rammelsberg ein Bündelungsinstrument der historischen Harzer Bergbaustrecken dar.

⁸⁵ Im Jahr 2001 wurden rund 1,1 Mio. Personen befördert; für 2002 zeichnet sich keine gravierende Zu- oder Abnahme der Fahrgastzahlen ab. Eine längere Zeitreihe kann nicht erstellt werden, weil die Zahl der Nutzer erst ab dem Jahr 2001 differenziert erfasst wird.

Abbildung 37: Karte des HSB - Netzes



5.2 Route 2 : Mitteldeutsche Innovationsregion

Schon aus dem Namen für Route 2 wird deutlich, dass die Abgrenzung sehr viel weniger präzise ist als bei Route 1:

- ⇒ „Mitteldeutschland“ ist - im Vergleich zum Harz - eine relativ vage Regionsbezeichnung, die mehrere Bundesländer einbezieht. Ursprünglich auf dem Raum des heutigen Sachsen-Anhalts (von Braunschweig über Magdeburg bis Leipzig) gemünzt, versteht man heute darunter eher den Großraum Dessau-Bitterfeld-Halle-Leipzig.
- ⇒ Es wird kein klar umrissener industrieller Sektor angesprochen, denn „Innovationen“ sind überall möglich; hier aber in einer ungewöhnlichen Dichte im 19. und 20. Jahrhundert anzutreffen.

Das bringt für die konzeptionelle Arbeit mit Sicherheit Nachteile, denn die Grenzen, innerhalb derer sich alle Überlegungen abspielen, sind fließend und Zuordnungskonflikte zumindest nicht auszuschließen. Andererseits eröffnen sich daraus auch Chancen, denn schon bei der Routengestaltung sind der Phantasie und Kreativität keine Grenzen gesetzt, was sich bei einem eindeutig vorgegebenen Thema, wie z.B. der „Montanindustrie“, nicht grundsätzlich ausschließen lässt. Diversifizierung der Angebotspalette ist gleichzeitig auch das, was ein Thema für den Touristen attraktiv macht. „Innovation“ trifft den Kern des Themas, denn in diesem engeren mitteldeutschen Raum hat sich insbesondere zwischen 1880 und 1945 ein technologischer Fortschritt im Weltmaßstab abgespielt.

Nahe liegend ist deshalb auch, sich bei der Konzeption der Route an „herausragenden Leistungen“ zu orientieren, die die Entwicklung der Region entscheidend geprägt haben und deren Einfluss und Auswirkungen deutschland- bis weltweit zu spüren sind. An erster Stelle sind hier mit Sicherheit eine Reihe von „Weltpremierern“ im Bereich der chemischen Industrie zu nennen, wie z.B.:

- ⇒ Ammoniaksynthese/Kohlehydrierung (Leuna, 1927)
- ⇒ Colorfilm (Wolfen, 1936)
- ⇒ Perlonfaser (Wolfen, 1938)
- ⇒ Synthetischer Kautschuk (Schkopau/Buna, 1936)

Die Liste ließe sich beliebig ausweiten, denn auch bei der Herstellung von Kunstdünger oder anderen Kunststoffen wurde in der Region Bahnbrechendes geleistet.

Herausragend sind mit Sicherheit aber auch die gigantischen Zerstörungen, die im Zuge des Rohstoffabbaus und der -verarbeitung (Stichwort: Braunkohle) angerichtet wurden, aber ebenso auch die Anstrengungen, die unternommen wurden und werden, um die Folgen zu beseitigen und nicht selten ins Positive zu kehren (Stichwort: Erholungszentren in Bergbaufolgelandschaften). Gerade diese Tagebauseen, die zusammen genommen eine neue mitteldeutsche Seenplatte darstellen und im Rahmen der touristischen Markensäule „Blaues Band in Sachsen-Anhalt“ vermarktet werden, stellen - wie die Harzer Schmalspurbahn im Harz - ein verbindendes und erlebnisorientiertes Glied zwischen den industrietouristischen Anker – und Anziehungspunkten der Mitteldeutschen Innovationsregion dar.

Innovationen wurden auch ausgelöst durch die Landwirtschaft und Braunkohlewirtschaft, die sowohl für die Bearbeitung der hochartragsreichen, großflächigen Böden leistungsfähige Maschinen einforderte (Zugmaschinen, Pflüge usw.) als auch in der Weiterverarbeitung den Aufbau industrieller Strukturen bewirkte und damit den Maschinenbau vor immer neue Herausforderungen stellte (Stichwort: Zuckerraffinerien). Im selben Atemzug ist der Verkehrsbereich zu nennen, in dem in jeder Beziehung

- ⇒ am Boden (Fahrzeugbau)
- ⇒ in der Luft (Junkers - Flugzeuge)
- ⇒ auf dem Wasser (Gewässerausbau)

herausragende Leistungen hervorgebracht wurden.

Es ist nahezu unmöglich, eine vollständige Liste der mitteldeutschen Industrieinnovationen aufzu-

stellen, denn diese müsste mit Sicherheit eine ganze Reihe weiterer Branchen und Felder wie z.B.

- ⇒ die mehr handwerkliche Produktion, wie sie in Mühlen, Ziegeleien, Köhlereien, Töpfereien usw. praktiziert wurde;
- ⇒ die Nahrungsmittelproduktion in Bäckereien, Fleisch- und Wurstfabriken, Brauereien, Wein- und Sektkellereien, Spirituosenfabriken usw.
- ⇒ andere Randbereiche wie Gradierwerke, Salzsieder, Windanlagen, Fähranlagen usw. einbeziehen.

Allein der „Dachverein Mitteldeutsche Straße der Braunkohle e.V.“ bietet den Besuchern in seinem Führer unter dem Titel „Themen, Routen, Sachzeugen“ insgesamt 70 industrietouristische und erholungsorientierte Ziele an, die die große Bandbreite dieses Themas verdeutlichen. Wie bei den Objekten der „Glück-Auf-Tour“, so werden aber auch hier über den Bergbau hinausgehende Innovationen der Region (s.o.) ausgeklammert und damit der Besucher auf das nicht immer spannend bleibende Thema „Braunkohle“ eingeschränkt. So gestaltet sich auch die Suche nach einer Einrichtung, die im Sinne der allgemeinen Systematik von industriellen Routen eine Führungsrolle in Form eines Kristallisationspunktes, verantwortlich für Besucherinformation, -betreuung und -lenkung für die Route insgesamt, übernehmen könnte, schwieriger als bei Route 1.

5.2.1 Kristallisationspunkt: UNESCO-Weltkulturerbe Bauhaus Dessau

Im Prinzip ist der Chemiesektor, in Verbindung mit Kohle und Energie, die Schlüsselindustrie in der Region und es wäre von daher nahe liegend, den Kristallisationspunkt in diesem Umfeld zu suchen. Bei der Analyse und Beurteilung der in Frage kommenden Projekte hat sich jedoch keine Einrichtung herauskristallisiert, die den Anforderungen, die an ein Besucherzentrum zu stellen sind in Bezug auf

- ⇒ die Diversifizierung touristischer Angebote
- ⇒ die Leistungsfähigkeit des Managements der Einrichtung,
- ⇒ die Qualität der touristischen Infrastruktur am Standort,
- ⇒ die Zentralität und Bekanntheit

in vollem Umfang gerecht werden könnte. Insbesondere die Fähigkeit, andere potenzielle industrietouristische Destinationen in konzeptioneller, organisatorischer und vermarktungstechnischer Hinsicht beratend zu unterstützen, stellt den schwerwiegendsten Hinderungsgrund dar.

Das Bauhaus Dessau steht jedoch für hohe Innovationskraft. Es ist ein eindrucksvolles Beispiel für den Tatbestand, dass die Industrie bzw. die Industrialisierung alle Bereiche des ökonomischen, politischen und kulturellen Lebens berührt. Im Jahr 1926 von Walter Gropius als Hochschule für Gestaltung gegründet, hat es die Architektur - gerade auch im industriellen Bereich - weltweit geprägt und als „Ideologie“ bis heute neue Denkansätze kreiert. Dadurch hat sich die Einrichtung ein weltweites Image geschaffen, das geprägt ist von Begriffen wie Kreativität und Modernität. Auch der Standort Dessau mit seiner intakten touristischen Grundinfrastruktur spricht für diese Wahl. Aber auch im Hinblick auf die personelle Leistungsfähigkeit, quantitativ und qualitativ, sowie wegen des weltweiten Bekanntheitsgrades erscheint das UNESCO-Welterbe „Bauhaus Dessau“ geeignet, die Funktion eines zentralen Besucherzentrums (Kristallisationspunkt) wahrzunehmen. Die Stadt Dessau hat zudem, zusammen mit der Stiftung Bauhaus und der EXPO 2000 Sachsen-Anhalt GmbH, die Trägerschaft für das Projekt „EXPO 2000 Pfad“ übernommen, der zahlreiche städtebaugeschichtlich bedeutende Objekte verschiedener Epochen verbindet und gleichzeitig auf Einzelvorhaben der EXPO-Korrespondenzregion in Dessau verweist wie die

- ⇒ Errichtung des neuen Gebäudes für das Umweltbundesamt,
- ⇒ die Sanierung der Dessauer Bauhausbauten,
- ⇒ die Gestaltung des Muldeufers,
- ⇒ die Junkers-Werke,
- ⇒ die Umnutzung des Alten Wasserturms.

Der EXPO 2000 Pfad ist Teil der Korrespondenzregion Bitterfeld-Dessau-Wittenberg, die sich zur EXPO 2000 in Hannover als zentraler Reformraum der Geschichte präsentiert und ihre Potenziale als Reformlandschaft des 21. Jahrhunderts gezeigt hat. Ganze 34 Projekte, darunter als die bekanntesten die Stadt aus Eisen („Ferropolis“) und die Bergbaufolgelandschaft Goitzsche mit dem größten Landschaftskunstprojekt der Welt, wurden im Präsentationsjahr 2000 von etwa einer Million Menschen besucht. Auch die daraus erwachsenen Erfahrungen und die vorhandenen Einrichtungen unterstreichen die besondere Eignung des „Bauhauses“ als Kristallisationspunkt.

KURZBESCHREIBUNG

Mit Blick auf die Ausrichtung der vorliegenden Arbeit ist zu trennen zwischen

- ⇒ dem „Bauhaus“ als Besichtigungsobjekt
- ⇒ und der „Stiftung Bauhaus“ als Träger von weiteren Forschungs-, Museums-, Stadtplanungsaufgaben.

Bauhaus und Bauhausbauten

Das Bauhausgebäude selbst wird seit 1996, dem Jahr der Anerkennung als Weltkulturerbe, umfassend saniert. Nachdem in den vergangenen Jahren die Sockelgeschosse und die Gebäudehülle hergerichtet worden sind, werden die Arbeiten in den kommenden Jahren im Inneren, so vor allem in den Innenräumen im Ateliergebäude fortgeführt. Es werden permanente und wechselnde Ausstellungen gezeigt und täglich finden zwei, an Samstagen, Sonn- und Feiertagen drei Führungen statt. Zum Programm gehört zudem eine „Bauhausbautenrundfahrt“ in Dessau für Gruppen nach Voranmeldung.

Abbildung 38: Bauhausgebäude Dessau



DATEN UND FAKTEN

<i>Träger:</i>	<i>Bundesrepublik Deutschland, Land Sachsen-Anhalt, Stadt Dessau</i>
<i>Rechtsform:</i>	<i>Stiftung</i>
<i>Gesamtetat:</i>	<i>Rd. 6,4 Mio. € und zusätzliche Mittel für die Sanierung des Gebäudes</i>
<i>Finanzierung:</i>	<i>50% Bund, 45% Land Sachsen-Anhalt, 5% Stadt Dessau</i>
<i>Personalbestand:</i>	<i>57 Beschäftigte 5 ABM-Kräfte</i>
<i>Führerpool:</i>	<i>Ca. 5 Mitarbeiter des Hauses; ca. 10-20 freie Führungskräfte (saisonal; Studenten etc.)</i>
<i>ÖPNV:</i>	<i>Vom Hauptbahnhof 5-10 Minuten zu Fuß</i>
<i>Parken:</i>	<i>30 Pkw</i>
<i>Museumsshop:</i>	<i>Buchladen</i>
<i>Gastronomie:</i>	<i>Bauhaus-Club (Café, Kneipe); innen 70, außen 30 Sitzplätze</i>

<i>Besucherzahlen:</i>	<i>Ca. 50.000 (nur Führungen/Ausstellungen 2000)</i>
<i>Öffnungszeiten:</i>	<i>Täglich 10.00 bis 18.00 Uhr</i>
<i>Industrietouristisches Umfeld:</i>	<i>Junkerswerke Dessau, Bauhausbauten Dessau</i>

Das Ausstellungs-, Besichtigungs- und Veranstaltungsangebot umfasst jedoch eine ganze Reihe weiterer Objekte, die gegen Eintritt oder ohne Entgelt besichtigt, für Veranstaltungen angemietet oder im Rahmen von Führungen besucht werden können, wie folgende Grobübersicht über die wichtigsten Bauhausbauten in Dessau zeigt:

- ⇒ **Meisterhäuser** (UNESCO-Weltkulturerbe) mit
 - Haus Kandinsky/ Klee
 - Haus Mucbe/ Schlemmer
 - Feininger Haus
 - Kurt-Weill-Zentrum
 Öffnungszeiten: Täglich außer Montag, 10.00 bis 18.00 Uhr;
 Preis Einzelkarte: 4,10 €
- ⇒ **Stahlhaus** in der Gropius-Siedlung Dessau-Törten mit Infopunkt, kleiner Ausstellung und Führungen zur Musterwohnung in den Laubengang-Häusern.
 Öffnungszeiten wie oben.
 Preis Einzelkarte: 1,50 €
- ⇒ **Moses-Mendelssohn-Zentrum** mit Ausstellung über Leben und Werk, Bibliothek und wissenschaftliches Archiv.
 Öffnungszeiten:
 März - Oktober täglich 10.00 - 17.00 Uhr
 November - Februar: Montag - Freitag 10.00 - 16.00 Uhr
 Samstag/ Sonntag 13.00 - 16.00 Uhr
 Preis Einzelkarte: 2,- €
- ⇒ **Kornhaus** Gaststätte Kornhaus (Architekt Carl Fieger, 1929/ 30), Restaurant und Veranstaltungsräume
 Öffnungszeiten täglich 10.00 - 23.00 Uhr

Im Expo-Jahr 2000 registrierte das Bauhaus Dessau, das ebenfalls zu den Außenstandorten zählte, mehr als 50.000 zahlende Besucher im Rahmen von Führungen und Besichtigungen. Danach ging insbesondere die Zahl der Ausstellungsbesucher deutlich zurück, während bei den Führungen der Stand von 2000 fast gehalten werden konnte.

Abbildung 39: Besucherzahlen im Bauhaus Dessau 1999-2001

Jahr	Gruppenführungen	Ausstellungen
1999	16.670	17.040
2000	27.140	23.670
2001	26.850	11.460

Bei den Besuchern handelt es sich mit zehn Prozent um Schulklassen; der Rest sind Fachbesucher und kulturtouristisch interessierte Personen. Schon 15 % der Besucher sind ausländische Touristen. Die nicht zahlenden, reinen Besichtigungstouristen sind nicht erfasst; sie dürften aber die eindeutig größere Gruppe darstellen. Auch deshalb kann das Bauhaus als zentrale „Tourismusinformation“ für die mitteldeutsche Innovationsregion dienen.

Stiftung Bauhaus

Träger der touristischen Aktivitäten zum Thema Bauhaus-Tradition ist die „Stiftung Bauhaus Dessau“ in Zusammenarbeit mit der Stadt Dessau. Mit der Stiftung ist der zweite Bereich des Bauhauses angesprochen, der für die vorliegende Ausarbeitung von noch größerer Bedeutung ist als die beschriebenen Objekte selbst, die zwar eine beachtliche Zahl von Besuchern anlocken, aber mit 40.000 bis 50.000 Eintritten bzw. Teilnehmern an Führungen bisher keineswegs zu den Top-Zielen zu zählen sind.

Die Stiftung Bauhaus Dessau stellt sich die Aufgabe, gestalterische Beiträge zur Zukunft unserer Städte und Regionen zu leisten. Sie knüpft dabei direkt an die Gestaltungsarbeit des Bauhauses in der Gründungsphase der 1920er Jahre an, als es galt, neue Ordnungsprinzipien für Städte zu entwickeln, die Industrie, Verwaltungen, Verkehr sowie Freizeit- und Unterhaltungsstätten in bis dahin nicht gekanntem Ausmaß aufnehmen mussten. Neben den technologischen und gesellschaftlichen Errungenschaften der „industriellen Moderne“ werden in der jüngsten Vergangenheit und der Gegenwart auch ihre ökologischen und kulturellen Probleme immer deutlicher sichtbar. Zum Inhalt der experimentellen Arbeit der Stiftung zählt auch, Wohnquartiere und öffentliche Bauten, Fabriken und öffentliche Räume, ihre Beziehungen untereinander, ihre Nutzung durch Einheimische und Fremde, die Verfügungsgewalt und das Gestaltungsrecht im städtischen Raum zu analysieren, um dann zu neuen Entwürfen zu kommen.⁸⁶

⁸⁶ www.bauhaus-dessau.de.

Die Übernahme der Trägerschaft für die touristische Vermarktung der eigenen Besichtigungsobjekte zeigt, dass auch das Phänomen Tourismus mit seinen virtuellen und sehr konkreten Erlebniswelten in diesem thematischen Umfeld Platz gefunden hat. Die Einrichtung verfügt zudem über einen beachtlichen „wissenschaftlichen“ Hintergrund, der bei konzeptionellen Vorhaben und bei der Beratung anderer potenzieller industrietouristischer Objekte von großem Vorteil sein kann.

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: Hoch

Das Bauhaus Dessau ist in hohem Maß interessant und geeignet für den Industrietourismus, sowohl als „Idee“, denn es gilt als Wiege des „Industrial Design“, als auch im engeren Sinne als Museum und Ausstellungsort.

Historische Präsentation: Gut

Die Begegnung mit den Zeugnissen einer spezifischen Stilrichtung und mit großen Persönlichkeiten ist sehr intensiv.

Symbolwert: Sehr hoch

Bauhaus ist weltweit das Wahrzeichen und Inbegriff der „Moderne“.

Authentizität: Gut

Bausubstanz und Grundriss sind nach den Zerstörungen in alter Form wieder entstanden.

Industrietouristische Infrastruktur: Gut

Alle wesentlichen Komponenten sind vorhanden.

Touristische Qualität des Umfeldes: Sehr gut

Die Umgebung (Stadt Dessau) ist sowohl mit Gaststätten als auch mit Übernachtungsmöglichkeiten sehr gut ausgestattet, die Freizeit und Erholungsinfrastruktur kann mit ausgezeichnet bewertet werden (Dessau-Wörlitzer Gartenreich, Rundflüge, Radwege). Die Ausstattung mit Touristinformationszentren ist sehr gut.

Innovationsperspektive: Gut

Am weiteren Ausbau der Ausstellungs- und Besichtigungsmöglichkeiten wird gearbeitet.

Verkehrsanbindung: Sehr gut

Dessau ist mit der Bahn (IR) und über die Autobahn gut angebunden, das Bauhaus ist durch den Stadtbus mit dem Stadtzentrum verbunden.

USP:

Das Bauhaus ist weltweit als Stilrichtung akzeptiert, die von der Architektur auf alle Bereiche des sozio-ökonomischen und sozio-kulturellen Lebens ausstrahlt. Seit 70 Jahren sendet es Signale zur Gestaltung der menschlichen Umwelt im Industriezeitalter aus.

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Seit 1996 erfolgt eine denkmalgerechte Generalsanierung der Bauhausgebäude, die bis ins Jahr 2006 abgeschlossen sein soll. Angestrebt wird, den Zustand von 1926 wiederherzustellen, so dass der Erhaltungszustand perspektivisch, d.h. mit Abschluss der Sanierung, als ausgezeichnet bewertet werden kann. Für die Sanierung wurde eine eigene Konzeption zur Erhaltung und Pflege der Objekte erarbeitet, die genau befolgt wird. Die Bauhausgebäude stehen seit 1976 unter Denkmalschutz und wurden 1996 in die UNESCO-Weltkulturerbeliste aufgenommen, was dem Objekt weltweite Beachtung verschafft. Für die Übernahme einer Führungsrolle im Rahmen der Route „Mitteldeutsche Innovationsregion“ liegen in der bestehenden „Stiftung Bauhaus Dessau“ zwar sehr gute Grundvoraussetzungen vor; für die Übernahme dieser Aufgabe ist die Einrichtung aber noch nicht in vollem Umfang gerüstet

HANDLUNGSBEDARF

Er lässt sich aus der Beurteilung direkt ableiten. Da ist zunächst die angesprochene Verwirklichung der Konzeption zur Erhaltung und Pflege der Objekte bis 2006. Wichtiger erscheint die Zielsetzung, die touristische Inwertsetzung und vor allem Vermarktung als Aufgabe der Stiftung noch klarer herauszustellen und dabei weit über den eigenen Bereich hinaus zu denken. Es ist derzeit nicht absehbar, ob dafür auf Seiten der Stiftung die Bereitschaft existiert. Eine klare Willensbekundung der Träger der Stiftung wäre jedoch dafür erforderlich. Als Dreh- und Angelpunkt der Moderne, dem sich alle innovativen industriellen Entwicklungen des 20. Jahrhunderts von Bitterfeld bis Merseburg zuordnen lassen, würde das Bauhaus als Kristallisationspunkt der mitteldeutschen Innovationsregion jedenfalls die besten Voraussetzungen bieten.

5.2.2 Ankerpunkte

Die Anforderungen an Ankerpunkte sind auch im Folgenden als wichtigste Grundlage zur Objektauswahl zu betrachten (siehe Kapitel 4.2, 5.1.2). Aufgrund der Tatsache, dass die Route 2: „Mitteldeutsche Innovationsregion“ regional und thematisch größere Spielräume eröffnet als Route 1, ist die Zahl der in Frage kommenden Objekte relativ groß und der Wettbewerb entsprechend hart. Im Rahmen des vorliegenden Rahmenkonzeptes werden deshalb zunächst fünf Ankerpunkte ausführlich beschrieben und danach „Themen“ benannt, die ebenfalls Berücksichtigung finden könnten, für die sich aber noch kein konkreter Aufhänger finden ließ.

5.2.2.1 Ankerpunkt Brikettfabrik "Hermannschacht" Zeitz

KURZBESCHREIBUNG

Aus der stillgelegten Brikettfabrik im Zeitz-Weißenfelser Braunkohlerevier, die schon seit 1962 unter Denkmalschutz steht, entsteht ein Industriemuseum mit über zwei Hektar Freigelände. Im Jahre 1873 wurde der Vorgänger der Brikettfabrik erbaut, 1889 der heutige Bau. Mit Umstellung des Abbaufahrens der Kohle vom Tief zum Tagebau musste 1952 bis 1954 die Produktionsweise der Brikettfabrik umgestellt werden. Im Laufe der Geschichte wurde das Werk jedoch öfter umgebaut, weil neue Produktionsverfahren entwickelt wurden. Ende 1959 wurde die Produktion eingestellt. Das Gelände lag von diesem Zeitpunkt bis Mitte 1994 brach. Lediglich das Kesselhaus diente als Lagerhalle für Obst. Danach wurden die Gebäude saniert und der Öffentlichkeit zur Besichtigung zugänglich gemacht. Seit 2002 ist die ehemalige Brikettfabrik Zeitz ein Industriedenkmal mit musealem Charakter.⁸⁷

Durch die Sanierung ist der Gebäudebestand, der aus einem geschlossenen Komplex mit Fabrik-, Kontor- und Wohngebäuden besteht, in einem guten Zustand. Innen wird absichtlich nicht weiter saniert, um die Authentizität der Brikettproduktion zu erhalten. Der Kohleweg ist nicht vollständig erhalten geblieben, soll aber originalgetreu nachgebildet werden.

Abbildung 40: Brikettfabrik Zeitz



Seit dem Jahr 2000 werden auch Führungen angeboten: Für den Besucher wird während eines

⁸⁷ Ohse, Andreas, 1998

Rundganges erkennbar, wie aus Rohbraunkohle in der ersten Phase der Industrialisierung Mitteldeutschlands (1880-1890) Briketts hergestellt wurden. Ausstellungen zur Geschichte der Braunkohleveredlung und eine Brennstätzensammlung ergänzen den Gesamtbereich.

DATEN UND FAKTEN

<i>Träger:</i>	<i>Mitteldeutscher Umwelt- und Technikpark (MUT)</i>
<i>Rechtsform:</i>	<i>Eingetragener Verein</i>
<i>Gesamtetat:</i>	<i>Investitionen von insgesamt 1,25 Mio. Euro; noch kein laufender Betrieb</i>
<i>Finanzierung:</i>	<i>40% Stadt Zeitz, 40% Förderung, 10% Spenden, 10% Eigenanteil</i>
<i>Personalbestand:</i>	<i>2 Mitarbeiter; ABM-Kräfte nach Bedarf (bis zu 70)</i>
<i>Führerpool:</i>	<i>2 Mitarbeiter 5 ABM-Kräfte</i>
<i>ÖPNV:</i>	<i>Bus verkehrt ab Bahnhof Zeitz stündlich</i>
<i>Parken:</i>	<i>20 Pkw ; 2 Busse; bei Großveranstaltungen bis zu 100 Pkw</i>
<i>Museumsshop</i>	<i>nein</i>
<i>Museums- gastronomie:</i>	<i>nein</i>
<i>Besucherkzahlen:</i>	<i>Rund 5.000 (2001, genaue Statistik erst seit 2002)</i>
<i>Öffnungszeiten:</i>	<i>Montag - Freitag 9.00 - 14.00 Uhr Samstag/ Sonntag 14.00 - 17.00 Uhr Größere Gruppen nach Vereinbarung</i>
<i>Industrietouristisches Umfeld:</i>	<i>Mondsee, Tagebau Profen, Industrietouristischer Pfad MUT (Schachtanlage Paul II, Schwelerei Groitzschen etc.), Mitteldeutsche Straße der Braunkohle</i>

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: *Noch eingeschränkt
Die Erlebnisdichte ist noch zu gering; das Besichtigungsprogramm zu wenig umfangreich und die Eindrücke insgesamt zu schwach.*

Historische Präsentation: Sehr gut

Präsentiert werden noch fast vollständig vorhandene Maschinen unter denen sich auch die älteste Brikettpresse der Welt befindet. Das Werk steht für die erste Industrialisierungsphase in Mitteldeutschland.

Symbolwert: Sehr hoch

Die Brikettfabrik ist unlösbar mit dem in dieser Region dominierendem Braunkohleabbau verbunden.

Authentizität: Sehr hoch

Die Produktionsabläufe wurden ausgezeichnet rekonstruiert und sind sehr gut nachvollziehbar; lediglich der Weg der Kohle zur Fabrik soll erst noch vollständig nachgebildet werden.

Industrietouristische Infrastruktur: Noch unzureichend

Einrichtungen sind geplant (siehe Handlungsbedarf).

Touristische Qualität des Umfeldes: Relativ gut

Ausreichende Beherbergungs- und Gastronomieangebote in Zeitz und Umgebung (Weinregion Saale-Unstrut); Tourismusinformationszentrum in Zeitz ist ebenfalls Anlaufpunkt für Besucher; dezentrales Projekt der Landesgartenschau 2004. Das direkte touristische Umfeld der Anlage ist noch nicht sehr ansprechend.

Innovationsperspektive:

Ein museales Konzept zeigt Wege zur inhaltlichen und infrastrukturellen Aufwertung des Objektes auf (siehe Handlungsbedarf).

Verkehrsanbindung: Gut

Zeitz ist über Schiene und Straße gut angebunden; das Objekt zu Fuß (in 5 Minuten) oder per Bus vom Stadtbereich erreichbar.

USP:

Neben der vergleichbaren Brifa „Luisse“/Domsdorf (Land Brandenburg) stellt die Brifa „Hermannsschacht“ eine der beiden letzten der ersten Generation und damit ältesten erhaltenen Brikettfabriken der Welt dar.

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Die Industrieanlage wurde saniert und ist architektonisch reizvoll. Der Produktionsablauf wurde ausgezeichnet rekonstruiert und kann deutlich nachvollzogen werden. Die Brikettfabrik ist unlösbar mit dem in dieser Region dominierenden Braunkohleabbau verbunden. Der Symbolwert und die Authentizität der Einrichtung können somit als sehr gut beurteilt werden.

Im Jahr 2001 zählte die ehemalige Brikettfabrik etwa 5.000 Besucher. Diese setzten sich zu 80 % aus Schulklassen, zu zehn Prozent aus Veranstaltungen auf dem Gelände und weiteren zehn Prozent aus Laufkundschaft zusammen. Es wird für

2002 eine Steigerung erwartet, weil die Anlage seit Beginn dieses Jahres als Industriedenkmal mit musealem Charakter ausgezeichnet wurde. Erstmals sind deshalb Werbung durch Broschüren und Auftritte auf Messen geplant. Damit soll der Bekanntheitsgrad auf die nationale Ebene ausgeweitet werden. Die erreichten Zahlen sind - ebenso wie die bereits angesprochenen eingeschränkten Öffnungszeiten - ein Indiz für den nicht überzeugenden Erlebniswert bzw. die zu geringe Erlebnisdichte. Für einen Ankerpunkt ist die Brikettfabrik als Einzelobjekt und in ihrem gegenwärtigen Ausbauzustand noch nicht ausreichend attraktiv und bietet insgesamt zu wenig „Stoff“.

Der Verein „Mitteldeutscher Umwelt- und Technikpark (MUT) e.V.“ als Eigentümer und Betreiber des Objektes erscheint personell ebenfalls nicht ausreichend besetzt, um die akquisitorischen und verwaltungstechnischen Funktionen eines „Ankerpunktes“ übernehmen zu können.

HANDLUNGSBEDARF

Um die Funktionen eines Ankerpunktes erfüllen zu können sind erhebliche Anstrengungen zu unternehmen, die auf drei verschiedene Handlungsfelder gerichtet sein müssen:

⇒ Das Objekt selbst muss erheblich aufgewertet werden, damit Besucher in größerer Zahl und mit höherem Anspruch an den Erlebnisgehalt angesprochen werden können. In einem technisch musealen Konzept werden in einer „Optimalvariante“ und einer „Maximalvariante“ Wege aufgezeigt, wie dies zu bewerkstelligen sein könnte⁸⁸. Ziele dieser Ausbauvarianten sind:

- Einrichtung eines Vielzweckraumes im ehemaligen Kesselhaus.
- Industrietouristische Aufbereitung des gesamten Fabrikensembles.
- Aufbau einer zusätzlichen Halle zur Präsentation translozierter historischer Maschinenanlagen, die die gesamte Geschichte der Brikettierungstechnik veranschaulichen⁸⁹.

⇒ Der Verein „Mitteldeutscher Umwelt- und Technikpark (MUT) e.V.“ plant im ehemaligen Beamtenwohnhaus und Kontorgebäude für die nähere Zukunft ein Haus des Gastes mit Lesesaal, Bibliothek, Vorführraum und eine Jugendbildungsstätte in Form einer

⁸⁸ Boué, Peter, 1994

⁸⁹ Boué, Peter, 1994

Kreativ- und Designerwerkstatt. Der „Ring deutscher Bergingenieure“ und der „Dachverein Mitteldeutsche Straße der Braunkohle“ erhalten darin die Möglichkeit, im Rahmen von Information und Präsentation tätig zu werden und die Aufmerksamkeit des öffentlichen Lebens auf sich zu ziehen.

⇒ Von besonderem Interesse ist, dass sich die Planung am Vorbild „Route Industriekultur“ im Ruhrgebiet orientiert und durch das „Haus des Gastes“ die Voraussetzungen geschaffen werden sollen, damit die Brikettfabrik „Hermannschacht“ die Rolle eines „Ankerpunktes“ im definierten Sinn übernehmen kann.

⇒ Zu dieser konzeptionellen Idee gehört aber auch die Vernetzung dieses Objektes mit anderen Einrichtungen in der Nachbarschaft und die daraus resultierende zentrale Koordinations- und Informationsstelle. Bereits jetzt bietet MUT einen industrietouristischen Informationspfad der bergbaulichen Entwicklung des Zeitz-Weißenfeller Reviers mit dem Zentrum Hermannschacht an. Ursprünglich sollten zwei Anlagen infrastrukturell und touristisch aufbereitet werden:⁹⁰

- Die „Schachanlage Paul II“ mit Förder-turm, Kessel- und Maschinenhaus und weiteren Nebengebäuden sollte als eindrucksvolles Denkmal des Braunkohle-tiefbaus besichtigt werden.
- Die „Schwelerei Groitzschen“ sollte vor allem die Geschichte des Schwelverfahrens und die damit einher gehenden Umweltbelastungen veranschaulichen.

Diese beiden Objekte befinden sich jedoch in einem Zustand, der eine touristische Nutzung nicht erlaubt; konkrete Absichten zu einer Aufwertung sind - auch vor dem finanziellen Hintergrund - kurz- und mittelfristig nicht erkennbar. Eine Kooperation mit zwei anderen industrietouristischen Destinationen in der Nachbarschaft scheint daher insgesamt näher zu liegen, denn in Profen sind Kontraste zu besichtigen:

- Vom Aussichtspunkt des **Tagebaues Profen-Süd** bietet sich ein einmaliger Blick auf den laufenden Braunkohleabbau mit einer gigantischen „Mondlandschaft“.
- Am 36 ha großen **Mondsee**, der durch die Abraumverkipfung des Tagebaues Profen-Süd entstanden ist, entsteht ein attraktiver Freizeitpark, der schon jetzt über

gepflegte Badestrände, eine Wasserrutsche sowie Tennis- und Spielplätze verfügt und weiter ausgebaut werden soll.

⇒ Die Wahrnehmung der Funktion eines Ankerpunktes für das gesamte Zeitz-Weißenfeller Revier setzt aber auch eine Professionalisierung des Museums- und Ausstellungsbetriebes voraus. Der bestehende Verein (MUT) ist in seiner jetzigen Form nicht in der Lage, die notwendige Dienstleistungsbereitschaft aufzubringen.

5.2.2.2 Ankerpunkt Deutsches Chemie-Museum Merseburg

Der Standort Merseburg nördlich von Zeitz erfährt seine Berechtigung aus der geschichtlichen Entwicklung ebenso wie aus der ganz aktuellen Situation:

⇒ In den 1930er Jahre entwickelte sich Mitteldeutschland zum größten deutschen Chemierevier. Etwa jeder vierte in der chemischen Industrie Deutschlands Beschäftigte hatte seinen Arbeitsplatz um Bitterfeld-Halle-Merseburg. Eine Auswahl von Spitzenleistungen, die großtechnisch umgesetzt bzw. entwickelt wurden und die heutige zivilisierte Welt nachhaltig geprägt haben, wurden zwischen 1927 und 1938 in Bitterfeld, Wolfen, Leuna und Schkopau erbracht.

⇒ In der DDR firmierte der Bezirk Halle als „Chemiebezirk“ mit ca. 45% aller in der chemischen Industrie der DDR Beschäftigten. Das Chemieprogramm von 1958 mit seinem Slogan „*Chemie gibt Brot, Wohlstand und Schönheit*“ verlieh der chemischen Industrie der DDR ein enormes politisches Gewicht und eine ebensolche Publizität.

⇒ Nach der Wiedervereinigung sanken Produktion und Umsatz bis zum Jahr 1993 auf etwa 30% des früheren Niveaus und etwa 100.000 Beschäftigte verloren ihre Arbeit. Festzustellen ist aber auch, dass die insgesamt erfolgreichen Bemühungen um einen sozialverträglichen Abbau als ein bemerkenswerter politischer Erfolg zu werten sind. Die Investitionen von ca. 20 Mrd. DM führten zur Entstehung hochmoderner Chemiestandorte. Ostdeutschland war in den 1990er Jahren der größte „Chemie-Bauplatz“ Europas und ist heute die Chemieregion mit den modernsten Anlagen, die einen hervorragenden Hintergrund für die musealen Aktivitäten abgeben.

⁹⁰ Boué, Peter, 1994

KURZBESCHREIBUNG

Abbildung 41: Chemiemuseum Merseburg



Durch den bereits 1993 gegründeten gemeinnützigen Förderverein „Sachzeugen der chemischen Industrie e.V.“ (SCI) wurden erste konkrete Schritte in Richtung Umsetzung der Projektidee zur Musealisierung und touristischen Inwertsetzung ergriffen:

- ⇒ Es wurden über 2.000 Objekte geborgen, die zum Teil bereits zu Exponaten aufgearbeitet wurden (rund 50%) bzw. sich als solche eignen.
- ⇒ Der Industriepark „Chemie“ umfasst bisher eine Fläche von etwa 1 ha, beherbergt bereits 50 große Exponate und ist für die interessierte Öffentlichkeit zugänglich.
- ⇒ Das Science Center „Chemie zum Anfassen“ wurde bereits 1996 in einem Laboratorium gegründet und ab 1999 wesentlich erweitert. Bisher wurden deutlich mehr als 10.000 Schüler betreut.
- ⇒ Der SCI führt regelmäßige Ausstellungen und Kolloquien durch.

Die Einrichtungen werden permanent weiter entwickelt, in dem z.B.:

- ⇒ Im Science Center die Zahl der Laborplätze (gegenwärtig 65) erhöht wird;
- ⇒ Neue Exponate für den Technikpark beschafft und diese Open-Air-Ausstellung witterungsunabhängiger gemacht werden.

Nach wie vor gilt allerdings, dass der Besuch des Parks und die Nutzung der Einrichtungen kostenlos sind. Die gegenwärtige Situation lässt sich wie folgt beschreiben.

DATEN UND FAKTEN

<i>Eigentümer:</i>	<i>Fachhochschule Merseburg</i>
<i>Träger:</i>	<i>Sachzeugen der chemischen Industrie e.V. (SCI), Merseburg</i>
<i>Rechtsform:</i>	<i>Gemeinnütziger Verein</i>
<i>Gesamtetat:</i>	<i>Im Jahr 2002 rd. 2,5 Mio. €</i>
<i>Finanzierung:</i>	<i>Beiträge der Mitglieder, Förderung, Spenden, Unterstützung durch das Arbeitsamt.</i>
<i>Personalbestand:</i>	<i>Keine fest angestellten Beschäftigten. Nur ABM- und SAM-Kräfte, sowie ehrenamtlich tätige Helfer. Bestand wechselt – zeitweise bis zu 60 Beschäftigte.</i>
<i>Führerpool:</i>	<i>Bis zu 8 Führer – in Deutsch und Englisch; ebenfalls ehrenamtlich tätig.</i>
<i>ÖPNV:</i>	<i>Linienbus vom Bahnhof – Haltestelle Arbeitsamt</i>
<i>Parken:</i>	<i>Neu erbauter Parkplatz für ca. 40 Pkw; auch für Busse geeignet.</i>
<i>Museumsshop</i>	<i>nein</i>
<i>Museums-gastronomie:</i>	<i>nein</i>
<i>Besucherzahlen:</i>	<i>Im Jahr 2002 wurden * im Technikpark etwa 2.300 Besucher, * bei zwei großen Veranstaltungen rund 7.000 Teilnehmer, * im Science Center „Chemie zum Anfassen“ etwa 5.000 Besucher gezählt.</i>
<i>Öffnungszeiten:</i>	<i>April – September: 10 bis 18 Uhr; Oktober – März: 9 bis 17 Uhr; Montag geschlossen</i>
<i>Industrietouristisches Umfeld:</i>	<i>Es wird insbesondere durch die modernen Produktionsstätten in Buna (Dow Chemical) und Leuna (MIDER) gebildet, zumal dort bereits Verbindungen zum Thema Industrietourismus bestehen; Einzelheiten dazu werden weiter hinten dargestellt.</i>

Die Planungen für das „Deutsche Chemie-Museum“ gehen jedoch viel weiter, wie die bereits vorliegende, sehr detaillierte und instruktive Konzeption⁹¹ deutlich macht; seine Berechtigung leitet das Projekt aus zwei Tatbeständen ab:

- ⇒ Die chemische Industrie hat die Wirtschaft Deutschlands seit mehr als 100 Jahren entscheidend geprägt. Demgegenüber ist es bisher - im entscheidenden Gegensatz zu Bergbau und Maschinenbau - nicht gelungen, die national wie international bedeutsamen Ergebnisse von chemischer Forschung, Entwicklung und Produktion in einer modernen musealen Einrichtung zu bewahren und zu präsentieren. Die politische Wende 1989/90 und der damit verbundene Strukturwandel in der chemischen Industrie Mitteldeutschlands bot die seltene Chance, historisch wertvolle und z.T. unikatige Maschinen, Apparate und Ausrüstungen zu bergen, zu restaurieren und zu präsentieren. Der 1993 gegründete gemeinnützige Förderverein „Sachzeugen der chemischen Industrie e.V.“ (SCI), dem Ende 2000 bereits 417 Mitglieder und eingeschriebene Interessenten angehörten, ist Träger des Deutschen Chemie-Museums Merseburg. Damit wird die Museumslandschaft im Land Sachsen-Anhalt um eine Einrichtung für die strukturbestimmende chemische Industrie bereichert. Eine solche Einrichtung existiert bisher auch deutschlandweit nicht und würde somit im Industrietourismus eine Alleinstellung haben.
- ⇒ Die Fachhochschule Merseburg bietet für das Deutsche Chemie-Museum ein ideales Umfeld, das vielfältige Synergien ermöglicht. Die Fachkompetenz in den Fachbereichen der Fachhochschule ist eine unverzichtbare Grundlage und ermöglicht die Verknüpfung von moderner Ausbildung der Studenten und Traditionspflege. Der Standort des Deutschen Chemie-Museums liegt inmitten einer aufblühenden modernen chemischen Industrie, so dass das künftige Museum sowohl Vergangenes bewahren als auch Zukünftiges begleiten kann.

Die Ziele und Inhalte des Museums können zusammenfassend wie folgt beschrieben werden:⁹²

Das Deutsche Chemie-Museum soll für den Besucher eine Begegnungsstätte mit der Chemie und der chemischen Industrie des 20./ 21. Jahrhunderts werden. Das mitteldeutsche Chemierevier in seiner Vielfalt und Ganzheit soll exemplarisch für diese Entwicklung der deutschen Chemieindustrie Zeugnis ablegen. Damit kommt ihm die wesentliche Funktion zu, für eine nachhaltig umweltverträgliche Chemie zu werben und für eine Imageverbesserung der Chemie zu sorgen. Es soll Identität mit der Chemie bewahren und solche unter der Jugend erzeugen. Dazu ist es notwendig, die Einrichtung mit den modernsten Möglichkeiten der Informations- und Kommunikationstechnologie auszustatten. Das Deutsche Chemie-Museum gliedert sich in folgende acht Bereiche:

1. Freigelände für Großprojekte als Industriepark „Chemie“.
 2. Ausstellungsflächen zur Geschichte und Entwicklung der chemischen Industrie als Kern des künftigen Industriemuseums „Chemie“.
 3. Science Center „Chemie zum Anfassen“ mit Vortragszentrum, Kinder- und Jugendlabors sowie multimedialen Anwendungen.
 4. Forschungsstelle zur Geschichte der chemischen Industrie.
 5. Flächen für Sonderausstellungen.
 6. Magazin und Studiendepot.
 7. Werkstatt
 8. Cafeteria und Shop.

- Die vorerst geplanten und exemplarischen Profillinien des Deutschen Chemie-Museums Merseburg sind:
1. Hochdrucktechnik in der chemischen Industrie
 2. Kunststoffsynthesen
 3. Chlorchemie

Inhaltlich werden die Chemiestandorte Leuna, Schkopau (Buna) und Bitterfeld als Aufhänger und Orientierungshilfe herangezogen und so Querverbindungen zu aktuellen Produktionsstätten hergestellt.

- Abbildung 42: Inhaltliche Struktur in der Ausstellungshalle Chemiemuseum Merseburg**

Die Abbildung zeigt die inhaltliche Struktur in der Ausstellungshalle des Chemiemuseums Merseburg. Sie ist als vertikales Diagramm dargestellt, das in verschiedene Ebenen unterteilt ist. Die Ebenen sind von oben nach unten: Politik + Wirtschaft, Kultur + Ökologie, Schkopau (Buna), Technik - Bedeutung, Leuna, Technik - Bedeutung, Bitterfeld, Technik - Bedeutung, Information, Einstimmung + Orientierung.



⁹¹ Krug, Klaus, 2001

⁹² Krug, Klaus, 2001

Hauptargumente für die bevorzugte Darstellung der drei exemplarischen Standorte sind:

- ⇒ Jeder der Chemiestandorte hat seine eigene unverwechselbare Geschichte, so dass jeweils ein abgeschlossener und gut gegliederter Informationsbereich zu schaffen ist.
- ⇒ Anhand einzelner - den Besuchern oft wohlvertrauter - Produkte und Produktionen lassen sich die Dynamik und die Entwicklungsrichtungen besonders gut darstellen. Im Museum entsteht der Eindruck von großer Phantasie und Lebendigkeit, die in den Betrieben unabdingbar waren.
- ⇒ Der hohe Bekanntheitsgrad der Produktionsstätten schafft bei den Besuchern eine starke Lebensnähe.

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: *Sehr hoch*

Mit dem geplanten Science Center „Chemie zum Anfassen“ werden Besucher - vor allem auch Kinder und Jugendliche - zum Mitmachen angehalten; Stichwort: „Experimentieren macht Spaß“.

Historische Präsentation: *Relativ gering*

Die Darstellung der Geschichte der Chemieindustrie steht nicht im Mittelpunkt; dazu fehlen das entsprechende Ambiente und Exponate aus früheren Epochen (Authentizität des Gesamtensembles).

Symbolwert: *Sehr hoch*

Die Namen Leuna und Buna haben in der Chemie einen ähnlich hohen Bekanntheitsgrad wie BASF oder Bayer Leverkusen.

Authentizität: *Hoch*

Das didaktische Konzept der Ausstellung orientiert sich an den bekannten Namen Bitterfeld, Leuna und Schkopau (Buna) und sorgt so für starke Assoziationen.

Industrietouristische Infrastruktur: *Mäßig*

Geplant sind lediglich ein Museumsshop und eine sehr kleine Cafeteria. Größere Veranstaltungen sind nicht durchführbar.

Touristische Qualität des Umfeldes: *Gut*

Merseburg verfügt über eine leistungsfähige Hotellerie und Gastronomie und ist auch als Ziel für Städtereisen sowie Tagungs- und Kongresstourismus interessant.

Innovationsperspektive: *Sehr gut*

Die vorliegenden Planungen sind sehr ambitioniert.

Verkehrsanbindung: *Gut*

Nur 14 km bis zur A9 (Ausfahrt Leipzig West). Nahe am Flughafen Leipzig (Schkeuditz). Gute Bahnverbindungen.

USP:

Erstmals würden in Deutschland die international bedeutsamen Ergebnisse von chemischer Forschung, Entwicklung und Produktion in einer modernen musealen Einrichtung präsentiert.

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Die Argumente für die grundsätzliche Berechtigung eines derartigen Museums, aber auch für die Richtigkeit des Standortes und der inhaltlichen sowie museums- didaktischen Grundausrichtung erscheinen überzeugend. Im Gegensatz zum Bergbau, der mit dem Deutschen Bergbaumuseum in Bochum bereits eine deutschlandweite museale und touristische Zentrale besitzt, wäre dies für die Chemie in Deutschland der zentrale Punkt seiner historischen und touristischen Aufarbeitung - der eine in West- (zentrales Revier Ruhrgebiet), der andere in Ostdeutschland (Zentrale Chemieregion Mitteldeutschland). Das Maß an Erlebnis-dichte, Authentizität und Symbolgehalt ist als sehr hoch einzuschätzen und auch der Standort Merseburg verfügt über eine ausreichende touristische Grundinfrastruktur (Gastgewerbe, Freizeiteinrichtungen) sowie eine gute Verkehrsanbindung (Bahn, Autobahn).

Wenn Organisation und Trägerschaft in der beschriebenen Form realisiert werden können⁹³ ist allerdings zu erwarten, dass das Museum in Bezug auf die Dienstleistungs- und Vermarktungspotenz den Anforderungen, die an einen Ankerpunkt zu stellen sind, nicht voll gerecht werden kann. Denn die Vorschläge zielen zunächst darauf ab, dass das Museum nur seine ureigenen Aufgaben zu erfüllen hat. Mit den vorgesehenen fünf hauptamtlichen Beschäftigten und weiteren 15 Arbeitnehmern aus dem Bereich „geförderte Arbeit“ erscheint dies möglich, nicht aber die Übernahme übergeordneter Aufgaben, wie sie sich aus der Funktion eines Ankerpunktes ableiten.

HANDLUNGSBEDARF

Damit der oben beschriebene Engpass überwunden werden kann, vor allem aber um die Erlebnisvielfalt und -dichte noch weiter zu steigern, erscheint eine enge Zusammenarbeit mit den Großunternehmen in der Region dringend erforderlich. Diese sollte sich beziehen auf:

⁹³ Krug, Klaus, 2001

- ⇒ Einbezug der modernsten „Produktionsstätten“ in den laufenden Museumsbetrieb, um die Wirklichkeitsnähe und den Problembezug zu stärken.
- ⇒ Personelle und institutionelle Unterstützung des Museums durch die Unternehmen in den Bereichen Organisation und Vermarktung.
- ⇒ Einbezug der Unternehmen in den Kreis der Träger und Förderer der Institution. Mittelfristig erscheint die Gründung einer Stiftung zielführend, in der die Privatwirtschaft ebenfalls wesentlicher Träger sein muss.

Zu diesen Partnern zählen in erster Linie die Firmen von Buna und Leuna, die in historischer wie zukünftiger Hinsicht die weltweite Chemiegeschichte bestimm(t)en. Die dezentralen Bestandteile des Chemieprojektes Merseburg setzen sich zusammen aus:

- ⇒ Die Firma Dow Chemical, Eigentümer der Buna Sow Leuna Olefinverbund GmbH (BSL). Mit den EXPO-Projekten Chemillennium-Park und BSL-Besucherzentrum, das u.a. eine Dauerausstellung über Geschichte, Gegenwart und Zukunft des mitteldeutschen Chemiestandortes bietet, sind Bezüge zum Tourismus vorhanden. Die etwa 10.000 Besucher pro Jahr sind allerdings vorwiegend Schüler, Studenten und Fachleute, die überwiegend geschäftliche oder berufliche Interessen verfolgen. Eine Ausweitung des Engagements in Bezug auf Führungen und Besichtigungen ist aus Sicherheitsgründen zwar nicht vorgesehen, ein Grundinteresse an der Vermittlung eines positiven Erscheinungsbildes in der Öffentlichkeit aber durchaus vorhanden. Insbesondere in der Nacht bietet diese moderne Industrieanlage eine spannende Leuchtkulisse für das Deutsche Chemie-Museum Merseburg.
- ⇒ Die Mitteldeutsche Erdöl-Raffinerie Leuna (MIDER) der Firma Elf Aquitaine, einer Tochter der Total Fina Elf. S.A. Paris, die u.a. das Projekt „Chemie zum Anfassen“ betreut und dabei mit Schulen und Hochschulen in der Region kooperiert. Auch sie ist eine wichtige Querverbindung zum Thema Industrietourismus allgemein und speziell zum geplanten Chemie-Museum in Merseburg.

5.2.2.3 Ankerpunkt Industrie- und Film-museum Wolfen

1895 eröffnet die „Aktiengesellschaft für Anilin-Fabrikation“ (Agfa) eine Filiale zwischen Wolfen und Bitterfeld, die sich rasant zur damals weltweit größten Zellulose und Chemiefabrik entwickelt und – nicht nur in der Filmindustrie – Zeichen setzt. So wird hier 1912 ein Verfahren zur Herstel-

lung von Polyvinylacetat entwickelt, einem der wichtigen Grundstoffe von Buna, und 1922 gelingt zum ersten Mal die Herstellung von Kunstseide. Die hier produzierte „Pan-Faser“ ist die erste synthetische Faser auf der Welt. Ab 1927 wird bei der Agfa PVC im halbtechnischen Maßstab produziert.

Ein Mythos ist Wolfen jedoch besonders in der Filmgeschichte. In der Filmfabrik Wolfen wurde der erste praktikable Farbfilm der Welt produziert und 1941 gelangte der erste farbige Spielfilm aus Wolfener Material zur Aufführung: „Frauen sind doch bessere Diplomaten“ mit Marika Röck und Willy Fritsch. Der Film „Münchhausen“ mit Hans Albers folgte wenig später.

KURZBESCHREIBUNG

Das 1992 eröffnete „Industrie- und Filmmuseum Wolfen“ befindet sich in einem Gebäude der 1910 gegründeten Filmfabrik. Diese damals wohl größte Filmfabrik Europas war bis zum Zweiten Weltkrieg ein Agfa-Betrieb. Nachdem sich der Betrieb Agfa einschließlich der Führungsspitze von Wolfen in den Westen verlagerte, produzierte man zu DDR-Zeiten hier den so genannten ORWO (Originalfilm Wolfen), der vor allem im ehemaligen Ostblock und in Argentinien seinen Absatz fand.

In der riesigen Produktionsstätte, die allerdings nur zu einem geringen Teil erhalten ist, arbeiteten in Spitzenzeiten bis zu 15.000 Beschäftigte von denen etwa zwei Drittel Frauen waren. Beide Tatbestände haben auch die sozialen Strukturen im Werk selbst und im gesamten Umfeld stark geprägt; ein Sachverhalt, der in Ausstellungen, Symposien und anderen Veranstaltungen museal aufbereitet wird.

Abbildung 43: Begießmaschine aus den 1950er Jahren in der Dauerausstellung Industrie- und Filmmuseum Wolfen



Auf der 1.700 m² großen unteren Ausstellungsebene sind heute die Originalmaschinen für die Filmherstellung an ihren ursprünglichen Standorten zu bewundern, wodurch die frühere Nutzung, nämlich die Herstellung des Films, ausgezeichnet und komplett nachvollzogen werden kann. Dies macht das Objekt besonders interessant für den Industrietourismus. Der Erhaltungszustand des 1991 unter Denkmalschutz gestellten Gebäudes (inklusive des gesamten Inventars) ist aufgrund von Sanierungsarbeiten ausgezeichnet. Das sich im Eigentum des Landkreises Bitterfeld befindliche Museum ist kein reines Technikmuseum, sondern beleuchtet auch die sozialen und wirtschaftlichen Effekte der Filmfabrik auf die gesamte Region.

DATEN UND FAKTEN

Träger:	Landkreis Bitterfeld
Rechtsform:	Kommunaler Betrieb
Gesamtetat:	340.000 €
Finanzierung:	Eigenerlöse und Zuschüsse Kreis Bitterfeld, Kultusministerium, Stadt Wolfen
Personalbestand:	5 hauptamtliche Beschäftigte, 5 ABM-Kräfte
Führerpool:	5 ABM-Kräfte
ÖPNV:	Stadtverkehr Bus, halbstündlich
Parken:	ca. 100 Pkw
Museumsshop	nein
Museums-gastronomie:	„Casino“ mit 400 Sitzplätzen innen, gehört zum Chemiepark Bitterfeld-Wolfen
Besucherzahlen:	Rund 6.000 (2001)
Öffnungszeiten:	Dienstag – Freitag 9.00 - 16.00 Uhr Samstag/Sonntag 10.00 - 16.00 Uhr
Industrietouristisches Umfeld:	Gesamtgelände Filmfabrik Wolfen einschließlich imposantem Veranstaltungsbauwerk und Arbeitersiedlung, Chemiepark Bitterfeld-Wolfen als moderner Industriepark, Goitzsche (Tagebausee mit größtem Landschaftskunstprojekt der Welt)

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: *Noch begrenzt*

Es fehlt insbesondere die notwendige Erlebnisdichte, aber auch der herausragende Anziehungspunkt

Historische Präsentation: *Sehr gut*

Originalmaschinen an ihrem angestammten Platz

Symbolwert: *Sehr hoch*

Zwischen Filmfabrik und Standort bestehen engste Verbindungen, wie auch aus dem Kürzel ORWO (Originalfilm Wolfen) deutlich wird.

Authentizität: *Sehr groß*

Ehemalige MitarbeiterInnen vermitteln ein lebendiges Bild vom früheren Arbeitsalltag. Gebäude und Einrichtungen sind unverändert geblieben.

Industrietouristische Infrastruktur: *Relativ gering*

„Casino“; eine Kantine im Stil der 1960er-Jahre mit 400 Sitzplätzen gehört zum Chemiepark Bitterfeld-Wolfen. Weitere Einrichtungen sind nicht vorhanden.

Touristische Qualität des Umfeldes: *Gut*

*Ausreichende Beherbergungs- und Gastronomiekapazität
Weitere Freizeitangebote (Goitzsche, Muldestausee, Wanderwege)
Touristinfo in Bitterfeld*

Innovationsperspektive: *Gut*

Weiterer Ausbau konkret geplant: Zusätzliche Ausstellungsflächen (insgesamt 1.000 m² in zwei Phasen), Außenführung durch die Arbeitersiedlung und fünf neue Sonderausstellungen

Verkehrsanbindung: *Gut*

*Mit der Bahn (IR) von Magdeburg
Eigene Autobahnausfahrt (Bitterfeld)
Stadtbus*

USP:

Als Geburtsort des ersten farbigen Spielfilms von herausragender Bedeutung.

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Die jährliche Besucherzahl von 6.000 bis 10.000 setzt sich vor allem aus Schulklassen (ca. 25 %), Fachinteressenten, Zufallsbesuchern und vermehrt auch wieder aus Einheimischen zusammen. Seit verstärkt Öffentlichkeitsarbeit betrieben wird, hat sich der Einzugsbereich zwar deutlich erweitert und umfasst heute Niedersachsen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Unter Fachinteressenten genießt das Museum sogar einen deutschlandweiten Bekanntheitsgrad. Dennoch bewegen sich die Besucherzahlen in einem Bereich, der einen professionellen Betrieb kaum erlaubt; und es ist auch keine große Dynamik erkennbar. Lediglich im Expo-Jahr 2000 - die Filmfabrik war einer der Außenstandorte in Sach-

sen-Anhalt - wurde eine deutliche Steigerung erreicht.

Abbildung 44: Besucherzahlen Filmfabrik Wolfen 1998 - 2002

1998	1999	2000	2001	2002
4.023	6.850	9.402	6.110	Ca. 6.000

Derzeit sichert der Landkreis Bitterfeld im Rahmen seiner öffentlichen Verpflichtungen den Fortbestand des Museums und plant auch eine spürbare Ausweitung des Museums- und Ausstellungsfeldes, was im Sinne der bereits mehrfach angesprochenen „kritischen Masse der Erlebnisfähigkeit“ als dringend notwendig erachtet wird. Zweifel bestehen jedoch, ob die geplanten Maßnahmen dazu ausreichen. Der Symbolgehalt und die Authentizität werden dagegen als uneingeschränkt positiv eingeschätzt. Auf dieser soliden Basis sind weitere Ausbaupläne sehr sinnvoll und Erfolg versprechend, zumal das Thema sehr publikumswirksam ist.

HANDLUNGSBEDARF

Über die bereits in Angriff genommenen bzw. konkret geplanten Programmausweitungen hinaus erscheinen weitere Maßnahmen notwendig, wenn die Einrichtung zu einem „Ankerpunkt“ entwickelt werden soll. Diese beziehen sich auf folgende Bereiche:

- ⇒ Der Erlebniswert des Museums selbst sollte dringend gesteigert werden, indem zusätzliche, attraktive Angebote ins Programm genommen werden. Dabei könnte es sich z.B. um Vorführungen und Happenings rund um das Thema Film handeln, wie sie in anderen „Parks“ üblich sind. Denkbar ist aber auch, den Aspekt „Eigenkreativität“ der Besucher stärker ins Blickfeld zu rücken.
- ⇒ Das 1954 von der ORWO erbaute Kino, das damals zu den schönsten im Bezirk Halle gehörte und heute nach Renovierung wieder in Betrieb ist, könnte ebenfalls ins Programm einbezogen werden; denkbar sind Sonderaufführungen von alten Filmen.
- ⇒ Zur Bereicherung des Programms könnten zusätzliche „Filmsammlungen“ herangezogen und Stifter angesprochen werden.
- ⇒ Der Charakter der Einrichtung sollte verändert werden: weg von einem öffentlich getragenen Museum mit hohem sozialpolitischen Anspruch und niedrigen Preisen, hin zu einer professionell betriebenen Unterhaltungsstätte, die sich ihre Angebote und Leistungen angemessen honorieren lässt. Dazu müssen neue Strukturen aufgebaut, aber eben auch deutlich verbesserte Vermarktungschancen geschaffen werden.

⇒ Es sollte geprüft werden, ob die Schaffung professioneller Strukturen erleichtert werden kann, wenn andere Einrichtungen bzw. Objekte in der Region, die eine gewisse thematische Verwandtschaft auszeichnet, mit in ein Gesamtkonzept einbezogen werden können. Die Bergbaufolgelandschaft Goitzsche mit den dort bereits vorhandenen Kunstobjekten sei hier nur beispielhaft genannt.

Ohne deutliche Schritte in die aufgezeigte Richtung erscheint eine Installierung des Industrie- und Filmmuseums als „Ankerpunkt“ nicht machbar.

5.2.2.4 Ankerpunkt „Ferropolis - Stadt aus Eisen“ Gräfenhainichen

KURZBESCHREIBUNG

„Ferropolis - Stadt aus Eisen“ ist ein begehbare Museum über die Entwicklung des Braunkohletagebaus, künstliche Skulptur, Landmarke sowie Veranstaltungsarena. Es befindet sich auf einer Halbinsel im Gremminer See, einem gefluteten Tagebaurestloch (Flutung noch nicht beendet). Am Ende dieser Halbinsel stehen fünf große Bagger und Absetzer aus dem örtlichen Tagebau Golpa-Nord. Die 44 ha große Baggerstadt (Gesamtfläche des Geländes) steht als Symbol der Technikfaszination und deren Folgen.⁹⁴

Abbildung 45: Ferropolis Gräfenhainichen im Bau



⁹⁴ Brück, Martin, 1992; Kuhn, Rolf und Seltmann, Gerhard, 1998; Kegler, Harald und Mittmann, Elke, 1998

Im September 1995 wurde das erste Großgerät in Richtung Halbinsel transportiert, am 14.12.1995 wurde „Ferropolis“ als Stadt symbolisch gegründet. Seit 1996 ist die Einrichtung als Industriedenkmal ausgezeichnet und seit 1997 wird das Gelände touristisch genutzt. Neben geführten Besichtigungen und Ausstellungen spielen vor allem Veranstaltungen und Großereignisse in einer Arena zwischen den Baggern mit teilweise überregionaler Bedeutung (Konzerte bekannter Künstler, Technoveranstaltungen etc.) eine große Rolle. Im Jahr 2002 waren dies zehn große Veranstaltungen. Folgende Ausweitungen der touristischen Nutzung sind geplant:

1. Bagger:
Begehbarmachung eines Baggers für die Besucher, sowie weitere Infrastrukturmaßnahmen auf dem Gelände (Ausbau der Straßen und Parkplätze, Installation der Baggerbeleuchtung, Installation von 5.000 Stühlen für Veranstaltungen, Landschaftsverschönerung)
2. Schienenbus:
Professionalisierung und Ausweitung des Zugverkehrs nach Ferropolis (Erlebnisbahnverein); Anknüpfung an den Bahnverkehr nach Dessau.
3. Museum:
Errichten eines Bergbaumuseums (initiiert durch den Ferropolis Förderverein e.V.), Professionalisierung des Eisenbahnmuseums Stellwerk 31 auf dem Gelände.
4. Erlebnisgastronomie:
Vorbild: „Haus der Geschichte“ in Bonn: zwei Salonwagen, die jeweils ein Restaurant beherbergen, stehen auf einem Bahnsteig (in einer der Hallen, die sich auf dem Gelände befinden), auf dem sich ebenfalls eine Servierfläche befindet.
5. Multimediashow mit dem Thema Bergbaugeschichte, sowie einem Ausblick in die Zukunft (neue Energieressourcen).

DATEN UND FAKTEN

Träger:	Landkreis Wittenberg, Stadt Gräfenhainichen, Ferropolis Bergbau und Erlebnisbahnverein e.V., Herr Martin Brück
Rechtsform:	Ferropolis GmbH
Gesamtetat:	ca. 250.000 €
Finanzierung:	trägt sich selbst (durch Besucher und Vermietung)

Personalbestand:	Stammpersonal besteht aus 2 Angestellten und 1 nebenamtlichen Geschäftsführung; in Spitzenzeiten viele zusätzliche Aushilfskräfte
Führerpool:	7-8 Pauschalkräfte
ÖPNV:	Bus, interner Schienenverkehr (v.a. Wochenende)
Parken:	ca. 150-200 Pkw
Museumsshop	Merchandising
Museums-gastronomie:	30 Sitzplätze innen (für größere Veranstaltungen bis 100 Personen)
Besucherkzahlen:	Rund 40.000 Tagesbesucher und 60.000 Besucher von Veranstaltungen (2001)
Öffnungszeiten:	Sommerhalbjahr: Montag-Freitag 10.00 - 17.00 Uhr Samstag/Sonn- und Feiertag 10.00 - 19.00 Uhr Winterhalbjahr: täglich 10.00 Uhr bis Sonnenuntergang
Industrietouristisches Umfeld:	Gremminer See, Dessau-Wörlitzer Eisenbahn (Anknüpfung an Dessau), Goitzsche (größtes Landschaftskunstprojekt der Welt), Kraftwerk Zschornowitz

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: Sehr hoch

Als Freilichtmuseum und vor allem als Veranstaltungsarena von großer Anziehungskraft sowie in wassertouristische Hinsicht (Gremminer See).

Historische Präsentation: Gut

Die Geschichte wird zwar noch nicht direkt „aufgearbeitet“, die Exponate sind aber für sich genommen eindrucksvolle Zeitzeugen.

Symbolwert: Sehr hoch

Die Tagebaugroßgeräte inmitten der ehemaligen Braunkohlegrube, die entstehenden Seen, stehen für die Technikfaszination und die Fortschrittsgläubigkeit des Industriezeitalters.

Authentizität: Hoch

Die Präsentation der originalen Geräte in ihrer ursprünglichen Umgebung schafft Glaubwürdigkeit; durch die Flutung des Tagebaurestloches ist die Bergbaufolgelandschaft allerdings nicht mehr in ihrer früheren „Grandiosität“ zu sehen.

Industrietouristische Infrastruktur: *Noch nicht voll ausgebaut*

Gastronomie, Museum und verkehrliche Erschließung in Planung. Bei Großveranstaltungen wird Infrastruktur bereitgestellt.

Touristische Qualität des Umfeldes: *Gut*

Ausreichende Beherbergungs- und Gastronomiekapazitäten, sehr gute Freizeit- und Erholungsinfrastruktur (z.B. Dessau-Wörlitzer Gartenreich, Goitzsche, Gremminer See). Tourist-Information in Gräfenhainichen.

Innovationsperspektive: *Sehr gut*

Wenn die Planungen umgesetzt werden, wird der Standort erheblich aufgewertet.

Verkehrsanbindung:

Über Bundesstraßen und per Linienbus gut erreichbar; bei Bedarf Abholservice. Bahnanschluss nach Dessau über eine Privatbahn ist geplant.

USP:

Als Museum, Skulptur, Landmarke und Veranstaltungsarena in dieser Form national und international einmalig.

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Die ehemalige Beteiligung der Stiftung Bauhaus Dessau als Gesellschafter ist für die Gesamtkonzeption von Bedeutung, denn sie zeigt, dass sie sich bereits über den eigenen Bereich hinaus engagiert hat. Das überregional bekannte Objekt mit den größten und ebenso einmaligen Stahlskulpturen Europas ist hoch interessant für den Industrietourismus. Rund 40.000 Tagesbesucher im Jahr 2001 und etwa 60.000 Besucher von speziellen Veranstaltungen sind Beweis für die hohe Attraktivität des Angebotes und den Erlebnisgehalt vor allem des Veranstaltungsprogramms.

Die GmbH als Betreiber der Einrichtung ist personell gut besetzt und gibt in der Spitze bis zu 50 Personen Beschäftigung, worunter allerdings viele Teilzeitjobs sind.

HANDLUNGSBEDARF

Trotz der angesprochenen hohen Besucherzahlen steht die GmbH wirtschaftlich nicht auf festen Füßen, sondern sieht sich derzeit mit ernststen Liquiditätsproblemen konfrontiert. Es hat den Anschein, als könnte die Ferropolis GmbH aus eigener Kraft nur schwer bestehen.

Vor diesem Hintergrund bekommen die Planungen für das „Neue Seenland Dübener Heide“ noch

mehr Bedeutung.⁹⁵ Für diese Konzeption stellt die „Stadt aus Eisen“ eine Art Ankerangebot dar, um das sich andere Freizeiteinrichtungen und Besucherattraktionen wie z.B. Edutainment Center, Science Center, Erlebnismuseum, Outdoor-Themenpark, Wohnbootmarina aber auch Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe sowie Shopping-Einrichtungen gruppieren sollen. Aber auch bestehende Attraktionen wie die Bergbau- und Erlebnisbahn, das Eisenbahnmuseum Stellwerk 31 oder sogar das Kraftwerk Zschornowitz sollten in ein Gesamtkonzept unter der Regie der Ferropolis GmbH einbezogen werden. Dessen Ausbaupläne in Form eines zweiten Bauabschnittes, der u.a. Maßnahmen im Bereich Versorgung, der Gestaltung des Außenraumes, des Straßenbaus, des Gebäudebestandes und der Begehbarkeit der Tagebaugroßgeräte vorsieht, unterstützen die Steigerung der Qualität zusätzlich.

Es muss abschließend völlig zu Recht darauf hingewiesen werden, dass bei der weiteren Konzeptionierung, neben der inhaltlichen Konkretisierung und Bearbeitung, vor allen Dingen eine leistungsfähigere Struktur aufzubauen ist, um für eine nachhaltige Umsetzung der Projekte Sicherheit zu haben. Insbesondere muss ein privater Betreiber und Träger der Veranstaltungsarena gefunden werden. Nur auf dieser Grundlage können die weiteren infrastrukturellen Maßnahmen Sinn und Erfolg haben. Dieser Prozess ist in die künftige Gestaltung industrietouristischer Gesamtkonzeptionen einzubinden. Das sehr positiv zu sehende industrietouristische Engagement der Stiftung Bauhaus Dessau sollte verstärkt werden mit dem Ziel, die Funktion eines Kristallisationspunktes in vollem Umfang auszufüllen.

5.2.2.5 Ankerpunkt Technikmuseum Hugo Junkers Dessau

KURZBESCHREIBUNG

Hugo Junkers wurde vor allem durch die Entwicklung und den Bau von Flugzeugen weltweit bekannt. Neben der Luftfahrt beschäftigte sich Junkers auch mit dem Motorenbau, mit der Wärme- und Gerätetechnik, der Strömungstechnik, sowie dem Bauen und Wohnen (ca. 300 Patentanmeldungen, u.a. Junkers Lamellenbauweise, Zollbauweise für Tragwerke). Im Technikmuseum „Hugo Junkers“, das sich auf dem historischen Junkers-Flugplatz in Dessau befindet, werden in der vom Förderverein Technikmuseum „Hugo Junkers“ 1998 sanierten Ausstellungshalle des

⁹⁵ Seebauer/ Wefers und Partner, 2001

ehemaligen ABUS-Werkes II, auf einer Fläche von ca. 4.500 m² über 2.000 Exponate ausgestellt. Neben Flugzeugtypen, Junkers-Motoren, Metallmöbeln etc. auch eine Ju 52/3m. Die berühmte „Tante Ju“, das erste Ganzmetallflugzeug der Welt (USP), wurde aus dem norwegischen Hartvik-See geborgen und restauriert.

Die Schwerpunktthemen in dem am 31.05.2001 eröffneten Museum zum Leben und Wirken Hugo Junkers als Ingenieur, Unternehmer und Erfinder sollen zunächst folgende Bereiche umfassen:

- ⇒ Hugo Junkers - Leben und Werk
- ⇒ Junkers - Wärmetechnik und Gasgeräte
- ⇒ Hugo Junkers - Pionier der Luftfahrt

Die Bereiche

- ⇒ „Bauen und Wohnen“ (Metallhaus, Metallmöbel) und
- ⇒ „Motoren- und Maschinenbau“

sind vorläufig auf „begehbaren Depotflächen“ in der Halle präsentiert. Später sollen auch noch die Arbeits- und Lebenswelt sowie die Wirkungsgeschichte Hugo Junkers in der Ausstellung dargestellt werden.

Abbildung 46: Die Ausstellungshalle des Technikmuseums „Hugo Junkers“ Dessau



Des weiteren verfügt das Technikmuseum „Hugo Junkers“ über eine Cafeteria, 300 m² Sonderausstellungsfläche und ein ca. 60.000 m² großes Außengelände. Das Museum kann auch für Veranstaltungen, Präsentationen und Konzerte angemietet werden.

Auf/ an dem Gelände befinden sich weitere denkmalgeschützte Junkers-Bauten: Junkersverwaltungshochhaus (1934/ 35), Teile des Junkers-Windkanal (1933/ 34), Flugzeugkompensierscheibe (1935) und die Start- und Landebahn des ehemaligen Werkflugplatzes. Ziel des Museums ist es auch, die Industrie-, Sozial-, Wirtschafts- und Kulturgeschichte der Stadt Dessau sowie der Region anschaulich zu vermitteln.

DATEN UND FAKTEN

<i>Träger:</i>	Technik Museum Hugo Junkers
<i>Rechtsform:</i>	Förderverein
<i>Gesamtetat:</i>	Unterschiedlich, je nach Höhe der Fördermittel
<i>Finanzierung:</i>	Eigenmittel, Förderung, , Arbeitsamt
<i>Personalbestand:</i>	2 ehrenamtliche Mitarbeiter
<i>Führerpool:</i>	6 ABM-Kräfte
<i>ÖPNV:</i>	Linienbus, halbstündlich
<i>Parken:</i>	ca. 100 Pkw; zusätzlich geplant: 72 Pkw, 6 Bus
<i>Museumsshop</i>	Junkers-Artikel (Spielzeugflugzeuge, Anstecknadeln, T-Shirt)
<i>Museums-gastronomie:</i>	In Vorbereitung: Cafeteria 120 Sitzplätze; Biergarten 80 Sitzplätze
<i>Besucherkzahlen:</i>	06. bis 12.2001 rund 15.000 01. bis 10.2002 ca. 14.000 Besucher
<i>Öffnungszeiten:</i>	Montag - Samstag 10.00 - 17.00 Uhr Sonntag nach Vereinbarung
<i>Industrietouristisches Umfeld:</i>	Bauhausbauten Dessau, Dessau-Wörlitzer Eisenbahn, Umweltbundesamt Dessau (im Bau)

KURZBEURTEILUNG

Erlebniswert: Hoch	<i>Er ist aber mit Sicherheit noch zu steigern, z.B. durch weitere Schwerpunkte, aber auch durch eine stärkere Vermarktung der „Tante Ju“.</i>
Historische Präsentation: Gut	<i>Die intensivere Beschäftigung mit dem geschichtlichen Umfeld ist einer späteren Phase vorbehalten.</i>
Symbolwert: Sehr hoch	<i>Mit dem Namen Junkers verbinden sich klare Assoziationen und im Umkreis finden sich viele direkte Zusammenhänge.</i>
Authentizität: Sehr hoch	<i>Das Leben und Wirken von Hugo Junkers stehen eindeutig im Mittelpunkt; die Schauplätze und die Exponate sind original.</i>
Industrietouristische Infrastruktur: Gut	<i>Die Museums- und Ausstellungskapazitäten sind leistungsfähig. Bei den sonstigen Berei-</i>

chen (Gastronomie, Shop, Unterhaltung) ist noch Ausbaubedarf.

Touristische Qualität des Umfeldes: Sehr hoch
Dessau und sein Umland verfügen über eine voll befriedigende Beherbergungs- und Gastronomieausstattung sowie eine ausgezeichnete Freizeit- und Erholungsinfrastruktur.

Innovationsperspektive: Gut
Konkrete Planungen für zwei bis drei weitere Ausbaustufen liegen bereits vor.

Verkehrsanbindung: Sehr gut
Über die A9 und Bundesstraße, sowie mit der Bahn (IR). Innerörtlich verkehrt ein Linienbus.

USP:
Die „Tante Ju“ hat Kultcharakter, durchaus vergleichbar mit dem Zeppelin oder den „Silberpfeilen“.

ZUSAMMENFASSENDER BEWERTUNG

Das Technikmuseum befindet sich immer noch im Aufbau. Erste touristische Nutzungen fanden im Jahre 1998, eine Teileröffnung des Museums (vier der geplanten acht „Themeninseln“) im Mai 2001 statt. Der Zeitrahmen für die Fertigstellung des Museums richtet sich nach der Finanzierungslage. Seit der Teilfertigstellung des Museums im Mai 2001 wurden etwa 15.000 Besucher registriert, die sich zu etwa 20-30 % aus Schulklassen zusammensetzen (eigens für diese Klientel ist eine Themeninsel geplant), des Weiteren aus Reisegesellschaften, Fachinteressierten und Laien. Die Besucherzahlen werden sicherlich noch weiter ansteigen, wenn das komplette Programm zur Besichtigung offen steht. Schon jetzt dokumentieren die erreichten Zahlen, dass das Thema Junkers großes Interesse weckt und somit die Chance besteht, das Museum zu einem touristischen Anziehungspunkt zu entwickeln. Allein schon die berühmte „Tante Ju“ ist, das zeigen Ausstellungen, Vorführungen und Flugtage überall in Deutschland, ein Magnet erster Ordnung, der sich leicht national und sogar international vermarkten lässt.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Nähe zum Bauhaus Dessau:

- ⇒ Junkers hatte sehr enge Verbindungen zum Bauhaus, das seine Arbeit - z.B. im Bereich „Bauen und Wohnen“ - stark prägte, ebenso wie Junkers selbst im Bauhaus aktiv war.
- ⇒ In der Gegenwart kann die Stiftung Bauhaus Dessau dem Museum Hilfestellung in museumsdidaktischen, organisatorischen und finanziellen Fragen leisten, die dieses auch dringend benötigt.

HANDLUNGSBEDARF

Beim Technik Museum Hugo Junkers handelt es sich heute zweifellos noch um einen ungeschliffenen Diamanten, der aber das Zeug dazu hat, ein echter Glanzpunkt im industrieturistischen Gesamtangebot Sachsen-Anhalts zu werden.

Primär muss es darum gehen, die Erlebnisdichte und -intensität noch erheblich zu steigern, indem das Mysterium des Fliegens, für das Junkersflugzeuge aller Art in besonderem Maße stehen, viel stärker erlebbar gemacht wird. Flugzeugdemonstrationen (real und virtuell), Rundflüge, Simulationen und vieles mehr müssen zum Ausstellungsprogramm gehören. Dazu ist das reine Besichtigungsprogramm zu ergänzen um ein dichtes Veranstaltungsprogramm mit unterschiedlichen „Events“ während des ganzen Jahres.

Um dies zu bewerkstelligen sind leistungsfähige Organisations- und Vermarktungsstrukturen ebenso erforderlich wie ein professioneller Betrieb. Das kann der bestehende Förderverein nicht leisten, weder personell noch finanziell. Eine inhaltliche Zusammenarbeit mit der Stiftung Bauhaus Dessau ist nahe liegend und könnte ein zusätzliches Interesse darstellen, die auch für diese Stiftung an anderer Stelle angemahnte Steigerung der organisatorischen und vermarktungstechnischen Leistungsfähigkeit möglichst kurzfristig in die Wege zu leiten. Letztlich erscheint es zur Steigerung des Erlebnisgehaltes auch notwendig, weitere verwandte Objekte und Einrichtungen im näheren Umkreis einzubeziehen. In erster Linie wäre dabei an den Standort Köthen zu denken, der mit dem Lebenswerk von Hugo Junkers ebenfalls eng verknüpft ist und mit dem Flugzeugmotorenwerken und dem Fliegerhorst zwei ganz konkrete Aufhänger bieten kann, die momentan jedoch touristisch in keinster Weise zu nutzen sind. Die Ausarbeitung eines entsprechenden Gesamtkonzeptes für die Aufarbeitung des Erbes von Hugo Junkers, möglichst unter Federführung der Stiftung Bauhaus Dessau, erscheint sinnvoll.

ZUSAMMENFASSUNG

Mit dem Vorschlag, zunächst fünf Ankerpunkte um den Kristallisationspunkt „Bauhaus Dessau“ zu gruppieren, ist das Thema „Mitteldeutsche Innovationsregion“ natürlich nicht erschöpfend be- oder gar abgehandelt. Es bieten sich weitere Themen an, für die aber noch nach dem unbestritten besten Standort gesucht werden muss, weil sich im gegenwärtigen Stadium keiner aufdrängt. Andere wichtige Objekte lassen sich als Anziehungspunkte um die Ankerpunkte gruppieren.

5.3 Weitere Themen des Industrietourismus in Sachsen-Anhalt

Die beiden oben beschriebenen Routen bündeln eindeutig die wichtigsten Objekte des Industrietourismus Sachsen-Anhalts. Drei weitere Dachthemen mit Bezug zum Industrietourismus Sachsen-Anhalts - Wasser, Zucker, Salz - besitzen eine ebenso wichtige Bedeutung. Dass sie trotzdem in dieser Untersuchung und damit in der zukünftigen Tourismusumsetzung keine gleichwertige Rolle spielen, hängt einerseits damit zusammen, dass keine tourismusrelevanten Objekte mehr vorhanden sind (Zucker) und andererseits die tourismusrelevanten Objekte unter anderen Dachmarken des Landes, nämlich dem Blauen Band (Wasser), Gartenträume (z.B. Stadtpark Tangerhütte wichtigster Industriellenpark) und dem Gesundheitstourismus (Salz) bundesweit vermarktet werden.

5.3.1 Wasser - Blaues Band

Sachsen-Anhalt wird von Osten nach Westen und von Süden nach Norden von markanten, das Landschaftsbild prägenden und die Wirtschaft fördernden Transportwegen auf dem Wasser durchzogen:

- ⇒ Elbe, Saale und Unstrut u.a.
- ⇒ Mittelland- und Elbe-Havel-Kanal u.a.

Bei der Vermittlung von touristischen Botschaften wird dem Thema Wasser zunehmende Beachtung geschenkt. Die Landesmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt wird die wassertouristische Markensäule „Blaues Band in Sachsen-Anhalt“, unter der die wichtigsten Flüsse und Seen des Landes zusammen geschlossen sind, ab dem Jahr 2004 gemeinsam mit der Deutschen Zentrale für Tourismus zum Verstärkerthema aufbauen. Auch wenn dabei der Wassersport eindeutig im Vordergrund stehen wird, lässt sich doch der industrieturistische Aspekt des Generalthemas ebenfalls einbinden, zumal bei den Bergbaufolgelandschaften, wie z.B. der Goitzsche, dem Geiseltal oder dem Seeland bei Nachterstedt, das Wasser einen ganz wesentlichen Angebotsbestandteil darstellt. Das Blaue Band⁹⁶ umfasst aber auch touristische Sehenswürdigkeiten, die direkten Bezug zur Industrie- bzw. zur Wasserwirtschaft haben, wie z.B. die Schiffsmühle in Magdeburg, das Wasserstraßenkreuz, Schiffsanleger, Fähren oder die historische Schiffswerft in Havelberg. Bei Umsetzung einer vorliegenden Konzeption könnte das Was-

⁹⁶ Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, 2001a

serstraßenkreuz Magdeburg⁹⁷ der Ankerpunkt des Industrietourismus in Sachsen-Anhalt sein, der jedoch mitsamt des dazugehörigen Themas „Wasser“ unter dem Dach des Blauen Bandes seine Vermarktung finden wird.

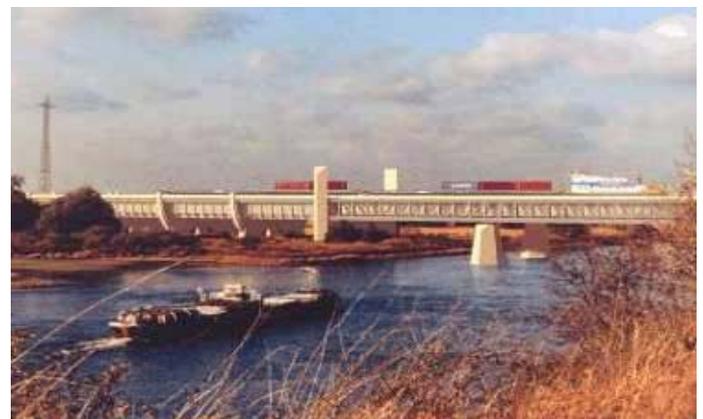
5.3.1.1 Ankerpunkt Wasserstraßenkreuz Magdeburg

KURZBESCHREIBUNG

Das Wasserstraßenkreuz Magdeburg stellt technisch, aber auch bildlich den zentralen Kreuzungspunkt von vier Wasserstraßen (Elbe, Mittellandkanal) dar. Dieses Großprojekt, investitionsstärkstes Verkehrsprojekt Deutsche Einheit, hat deshalb hohen Symbolwert und eignet sich hervorragend als Demonstrationsprojekt für diesen Teil der Technikgeschichte und -gegenwart in Sachsen-Anhalt und damit auch als Ankerpunkt in Mitteleuropa.

- ⇒ Technisch steht das Projekt vor der Fertigstellung; bereits im Jahr 2003 sollen die ersten Güterschiffe und Schubverbände die Elbe auf einer 918 m langen und 32 m breiten Trogbücke überqueren. Der Abstieg zur Elbe in Richtung Magdeburg wird durch die Sparschleuse Rothensee in der Nähe des Schiffshebewerkes möglich. Der Abstieg zum Elbe-Havel-Kanal erfolgt durch eine Doppelsparschleuse bei Hohenwarthe in der Nähe der Schleuse Niegripp.
- ⇒ Touristisch ist das Projekt derzeit nur durch eine Aussichtsplattform erschlossen, die den Blick auf die Baustelle Hohenwarthe ermöglicht und von wo der Fortschritt der Bauarbeiten verfolgt werden kann.

Abbildung 47: Trogbücke des Mittellandkanal über die Elbe



⁹⁷ Zeiner, Manfred und Harrer, Bernhard, 2001

Für die touristische Erschließung dieses technischen Meisterwerkes in seiner Gesamtheit stellt die Plattform jedoch nur ein Provisorium dar, das zwar auch nach Inbetriebnahme des Wasserstraßenkreuzes fortbestehen könnte, eventuell ergänzt um einen Ausstellungsraum und Schautafeln und einen informativen Rundweg. Große Besucherzahlen oder gar nennenswerte Einnahmen sind damit jedoch, das zeigen Marktanalysen sehr deutlich⁹⁸, nicht zu erreichen. Es wird vorgesehen, eine „anspruchsvolle Variante“ zu realisieren, die die Wünsche der potenziellen Besucher, die in einer eigens durchgeführten Repräsentativbefragung ermittelt wurden, bestmöglich umsetzt und auch den Belangen des Maßnahmenträgers gerecht wird.⁹⁹ In Ergänzung zur Basisvariante, die aus den oben bereits kurz angesprochenen Hauptelementen Ausstellungsraum mit Modellen, Aussichtsplattform, Schautafeln, Schiffsanleger und Außenrundweg bestehen soll, könnten folgende „Bausteine“ geschaffen werden:

- ⇒ Film-/ Videovorführraum (Auch für Vorträge)
- ⇒ Gastronomie
- ⇒ Touristinfo (Stadt + Region)
- ⇒ Ausstellung mit den Themen Binnenschifffahrt, Elbe, Außenstandorte, Hafen Magdeburg (insbesondere „Handelshafen“) etc.
- ⇒ Dienstleistungen (Bootsverleih, Fahrradverleih)
- ⇒ Einzelhandel (Buchhandel, Souvenirs, Nautikbedarf, evtl. Bootshandel mit permanenter Bootsausstellung)
- ⇒ Kooperation mit lokalen Reedereien
- ⇒ Zentrales Infozentrum Blaues Band.

KURZBEURTEILUNG

Die oben skizzierte Ausbauvariante würde aus der Sicht der vorliegenden industrietouristischen Gesamtkonzeption einige Grundanforderungen zweifellos erfüllen:

- ⇒ Die Themenstellung für das Museum geht deutlich über das eigentliche Objekt hinaus und bezieht die Binnenschifffahrt insgesamt, den Hafen Magdeburg und die Elbe ausdrücklich mit ein, so dass Symbolgehalt und Authentizität in ausreichendem Maße gewährleistet erscheinen.
- ⇒ Die tourismuswirtschaftliche Zielrichtung, möglichst hohe Besucherzahlen anzuziehen, wird eindeutig in den Vordergrund gerückt, indem ein entsprechend attraktives „Rah-

⁹⁸ Zeiner, Manfred und Harrer, Bernhard, 2001

⁹⁹ Zeiner, Manfred und Harrer, Bernhard, 2001

menprogramm“ und eine moderne Ausstellungs- und Museumskonzeption mit Einsatz neuer Medien und interaktiver Präsentationselemente vorgeschlagen werden. Es wird bei einer Wirtschaftlichkeitsberechnung von etwa 150.000 Besuchern der eintrittspflichtigen Bereiche des Informationszentrums ausgegangen, bei Eintrittspreisen bis 4 € für Erwachsene. Ob damit die notwendige Erlebnisdichte bereits erreicht werden kann, wird entscheidend von der Gestaltung des Museums und der Attraktivität von Sonderausstellungen und -veranstaltungen abhängen. Eine Ausweitung des Themenfeldes in sachlicher und regionaler Hinsicht erscheint zumindest prüfenswert.

- ⇒ Der Einbezug weiterer Aspekte und Anbieter, wie dies mit der Ansiedlung einer Infostelle „Blaues Band“, der Kooperation mit Reederei oder der Einrichtung einer Außenstelle für Touristinfos angedacht wird, ist zweifellos zielführend, sollte aber auch aus industrietouristischer Sicht noch konsequenter betrieben werden.

HANDLUNGSBEDARF

In erster Linie muss es darum gehen, das Informationszentrum in der konzipierten Form zu realisieren. Da die Eröffnung des Wasserstraßenkreuzes 2003 erfolgt ist, sollten die Pläne möglichst bald konkretisiert werden. Die Entscheidung liegt dabei primär in den Händen des Wasserstraßenneubauamtes Magdeburg, die Weichen müssen aber im zuständigen Bundesministerium gestellt werden. Gleichzeitig sollten bei der dann notwendigen Konkretisierung der Pläne für das Informationszentrum die Forderungen, die sich aus der vorliegenden industrietouristischen Konzeption sowie der des Blauen Bandes ableiten lassen, stärkere Berücksichtigung finden.

Das betrifft vor allem Notwendigkeiten, die sich aus der Funktion eines „Ankerpunktes“ ergeben. Demnach sind von dort ausgehende kleinräumige Routen zu konzipieren und organisatorisch zu betreuen, die das Thema „Wasserstraßen“ in umfassender Weise dokumentieren, in dem das Zusammenspiel unterschiedlicher Elemente wie Schiffshebewerke, Schleusen, Häfen usw. beschrieben wird. Zur organisatorischen Bewältigung dieser Aufgabe ist die Schaffung einer leistungsfähigen Betreibergesellschaft dringend notwendig. Das Personal des Wasserstraßenneubauamtes kann hierbei zwar Führungsaufgaben mit übernehmen, die Arbeit des eigentlichen Infozentrums und die gesamte industrietouristische Gestaltung muss jedoch von professionellen Ausstellungsmachern übernommen werden. Die Landesmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt wird den zentralen Ankerpunkt auf jeden Fall über ihre

„Markensäule Blaues Band“ zentral mitvermarkten.

5.3.2 Zucker

Die Magdeburger Börde, die „Goldene Aue“ oder die Leipziger Tieflandsbucht sind seit jeher eines der wichtigsten Anbaugelände für Zuckerrüben und folgerichtig fanden sich Ende des 19. Jahrhunderts von 355 Zuckerfabriken in Deutschland 163 im Bereich des jetzigen Bundeslandes Sachsen-Anhalt. Die museale Aufbereitung dieses Themas, das für Sachsen-Anhalt zweifellos große Symbolkraft besitzt, wird gegenwärtig durch zwei Sachverhalte erschwert:

- ⇒ Die „Südzucker AG“, eine moderne Raffinerie, die heute diesen Wirtschaftszweig praktisch allein abdeckt, ist an einer industrietouristischen Aufbereitung derzeit nicht interessiert und kann deshalb nicht als Impulsgeber fungieren.
- ⇒ Unter den ehemaligen Zuckerraffinerien ist keine, bei der die Gebäude und vor allem die technische Ausstattung so vollständig erhalten sind, dass sie sich für museale und touristische Zwecke eignen würde.

5.3.3 Salz - Gesundheitstourismus

Auch beim Salz, das über viele Jahrhunderte eine Quelle des Wohlstandes im heutigen Sachsen-Anhalt war, wie die Städtenamen Salzwedel oder Halle bezeugen, drängt sich kein Standort auf, an dem die Geschichte des Salzes, der Siedehäuser und Gradierwerke, der Salzsieder oder der Pfänner an einer zentralen Stelle nacherzählt werden könnte. Als mögliche Ankerpunkte könnten das Salinemuseum in Halle sowie das Solebad Salz- elmen/ Schönebeck in Betracht kommen. Das gesamte Thema Salz, die beiden Ankerpunkte und die vielen Anlaufpunkte lässt sich auch aus Imagegründen besser unter dem Dach des Gesundheitstourismus vermarkten denn unter dem des Industrietourismus. Gerade die Authentizität und Tradition der Salzorte Salz- elmen, Bad Dürrenberg, Bad Lauchstädt, Wittekind/ Halle oder Bad Kösen stärken nachhaltig den Gesundheits- tourismus in Sachsen-Anhalt.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, Heilbäder- und Kurortverband Sachsen-Anhalt e.V., 2001b

5.3.3.1 Ankerpunkt Technisches Halloren- und Salinemuseum Halle/ Saale

Abbildung 48: Technisches Halloren- und Salinemuseum Halle/ Saale



Der Gebäudebestand des heutigen Museums geht auf die ehemalige „Königliche Saline“ zurück, die ab 1722 in Konkurrenz zu der bereits seit dem Mittelalter bestehenden „Pfännerschaftlichen Thalsaline“ vom preußischen Fiskus gegründet wurde. Von den später ausgedehnten Salinenanlagen sind am einstigen Standort funktional aus- sagefähige Restbauten erhalten, die sowohl Sie- dehaus- und Speicherbauten des 18. Jahr- hunds, aber auch neuere Großsiedehäuser des 19. und 20. Jahrhunderts umfassen. In ihnen wird die Geschichte der in Halle über ein Jahrtausend betriebenen Salzgewinnung bis zu ihrer endgültigen Einstellung 1964 dokumentiert. Der Besucher erhält im 1967 gegründeten Museum anhand von ausgewählten Dokumenten und Sachzeugen Ein- blick in die Arbeitsweise sowie das Brauchtum der Halloren. Attraktion des Museums ist das regel- mäßig stattfindende Schausieden. Im Rahmen des Schausiedens wird der Silberschatz der Hallo- ren, bestehend aus etwa 80 künstlerisch wertvol- len Bechern und Pokalen, teilweise gezeigt.

Träger und Betreiber: Stadt Halle

Besucherzahlen: Rund 35.000 (2002)

Öffnungszeiten: ganzjährig; Dienstag - Sonntag 10.00 - 17.00 Uhr

Im Durchschnitt der letzten 6 Jahre lag die Besu- cherzahl bei rund 30.000, mit relativ großen Schwankungen:

Abbildung 49: Besucherzahlen Salinenmuseum Halle/ Saale 1997 - 2002

Jahr	Zahl der Besucher
1997	31.000
1998	23.000
1999	32.000
2000	35.700
2001	29.000
2002	35.000

Neben der Landesgalerie Moritzburg, die u.a. die originalen Raumdekorationen der Talamtes präsentiert, können u.a. drei Bereiche in der Stadt Halle genannt werden, die zum Thema Salz verknüpft werden können. Das „Solbad Wittekind“ in Halle, das unmittelbar an den „Garten der Romantik“ des Dichters und Komponisten Johann Friedrich Reichardt angrenzt und in dem heute Feldenkrais-Kurse stattfinden, soll wieder aufgebaut werden. In Trägerschaft des Wittekind e.V. soll in den nächsten Jahren ein „Zentrum für ganzheitliche Medizin“ auf der Basis des natürlichen Heilmittels Sole entstehen. Das ambulante Therapiezentrum soll so gestaltet werden, dass es auch Gesundheitserlebnis vermitteln und damit dem Tourismus dienen kann. Außerdem sind die Gärten des Solbades und der Reichardtsgarten in die touristische Markensäule Gartenträume - Historische Parks in Sachsen-Anhalt – eingebunden. Auf der Salinehalbinsel, die 1967 in ein Naherholungsgebiet umgestaltet wurde, entstand das Solbad Saline mit zwei Schwimmbecken.

Darüber hinaus wäre es wünschenswert, die benachbarten Großsiedehäuser und das „Saalhornmagazin“ der Halleschen Saline zu sanieren und diese anschließend in den musealen Bereich des Halloren- und Salinemuseums zu integrieren. Nach ersten Überlegungen könnte hier zur Nachnutzung u.U. ein Lapidarium eingerichtet werden. Damit bestünde die Möglichkeit, die zahlreichen seit Beginn des 20. Jahrhunderts gesammelten historischen Bauteile, die sich derzeit in verschiedenen Sammlungen und provisorischen Lagern befinden, an einem würdigen Ort der Öffentlichkeit zu präsentieren.¹⁰¹ Dadurch erführe das heute bereits respektable Besichtigungsprogramm eine zusätzliche Aufwertung, so dass die Übernahme der Funktion eines Ankerpunktes nicht unmöglich erscheint.

¹⁰¹ www.aki-halle.de

5.3.3.2 Ankerpunkt Solebad Salzelmen/ Schönebeck

Während in Halle der Schwerpunkt auf der Geschichte von Produktion und Handel von Salz als Nahrungsmittel liegt, verlagert er sich in Salzelmen verstärkt zum Thema Salz als Kurmittel. Da Salz seit 1802 für diese Zwecke in Salzelmen genutzt wird, kann sich der Kurort ältestes Solbad Deutschland nennen (Gründer Dr. Tolberg). Der Kunsthof Bad Salzelmen erlaubt es, die Technik der Soleförderung und der Salzproduktion über die Jahrhunderte hinweg hautnah zu erleben:

- ⇒ Eine Ausstellung im ehemaligen Maschinenhaus (Rotes Haus) gibt einen Überblick über die Geschichte der Schönebecker Saline.
- ⇒ Im Soleturm befinden sich historische Schachanlagen und Teile ehemaliger Soleleitungen, die so genannten „Röhrenfahrten“.
- ⇒ Im Schausiedehaus wird dem Besucher die Technik der Salzproduktion anschaulich demonstriert.
- ⇒ Das einstmals längste geradlinige Gradierwerk Europas, das 1756 bis 1777 mit einer Gesamtlänge von 1.837 Metern erbaut wurde, wurde bis Ende des 19. Jahrhunderts für die Salzproduktion eingesetzt. Seit 1890 dient es fast ausschließlich der Freiluftinhalation und damit gesundheitlichen bzw. kurörtlichen Zwecken.

Abbildung 50: „Salzblume“ in Schönebeck



Der „Kunsthof“ ist Teil des „Solepark Schönebeck/ Bad Salzelmen“, einem Eigenbetrieb der Stadt Schönebeck. Er ist ganzjährig geöffnet und zwar Montag bis Freitag 13 bis 18 Uhr, Samstag und Sonntag 10 bis 13 Uhr und 14 bis 18 Uhr. Im Jahr 2002 wurden 7.361 Besucher gezählt.

Mit den Einrichtungen des Kunsthofes sind die derzeitigen Möglichkeiten, das Thema Salzproduktion museal und ausstellungstechnisch aufzubereiten, weitgehend ausgeschöpft. Die Gebäude und Einrichtungen der ehemaligen Saline sind

entweder fremdgenutzt oder nicht mehr vorhanden bzw. intakt, wie z.B. der Soleschacht, der verfüllt wurde. Die Schaffung von musealen Einrichtungen auf der „Salineninsel“ wird von den Verantwortlichen vor Ort derzeit als wenig realistisch eingeschätzt.

Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, eine Brücke zum Gesundheitstourismus zu schlagen, dem in Sachsen-Anhalt Tourismus ebenfalls eine eigene Produktlinie: „Heilen und Wohlbefinden“ gewidmet ist, die in Zukunft verstärkt vermarktet werden soll. Für das Thema Gesundheitstourismus wurde ein Handbuch vorgelegt, in dem auch Vermarktungsstrategien für die Zukunft entwickelt werden.¹⁰² Darin spielt Bad Salzungen, das älteste Soleheilbad Deutschlands, eine wichtige Rolle und das ortsgebundene Heilmittel Salz/Sole ist ein Pfund, mit dem heute bereits sehr erfolgreich gewuchert wird:

- ⇒ Das Gesundheits- und Erlebnisbad „Solequell Bad Salzungen“ bietet, bei Wassertemperaturen von 28 bis 36° Celsius und einer Salzkonzentration von 3,0 bis 3,5%, BadeFREUDEN wie sie nicht einmal an der Nordsee zu finden sind.¹⁰³
- ⇒ Das bereits angesprochene Gradierwerk dient den Gästen heute als Freiluftinhalatorium und im Kurtrinkbrunnen wird kostenlos Trinksole verabreicht.
- ⇒ Die Heilanzeigen und Therapieformen in der Waldburg-Zeil-Kurklinik stehen in engem Zusammenhang mit dem ortsgebundenen Heilmittel.

Der Standort Bad Salzungen/ Schönebeck hat zweifellos einen engen Bezug zum Thema Industrietourismus und garantiert so Symbolkraft und Authentizität. Für einen Ankerpunkt fehlt es aber an der notwendigen Erlebnisdichte, Ausstrahlungskraft und vermarktungstechnischen sowie organisatorischen Leistungsfähigkeit. Gleiches gilt aber auch für andere Anwärter wie z.B.:

- ⇒ **Bad Dürrenberg** mit dem längsten erhaltenen Gradierwerk Europas (850 m) und dem Borlach-Museum.
- ⇒ **Bad Kösen**, das in seinem Ensemble der Soleförderungsanlagen das 180 m lange Kunstgestänge, einen 175 m tiefen Soleschacht, ein 320 m langes Gradierwerk sowie die Borlachquelle präsentieren kann.

- ⇒ **Staßfurt**, wo im Jahr 1852 die erste Kalischächanlage der Welt in Betrieb ging, was unter anderem im Stadt- und Bergbaumuseum thematisiert ist, und wo das einzige Natursolefreibad in Mitteleuropa mit einem Salzgehalt von 2,4% zu finden ist.

Für alle genannten Standorte fehlt, um zumindest perspektivisch als Ankerpunkt in Frage kommen zu können, ein überzeugendes Ausstellungs- und Museumskonzept. Eine Chance könnte darin bestehen, das Thema Salz als Bindeglied zwischen Industrie- und Gesundheitstourismus standortübergreifend zu vermarkten und dazu entsprechende regionale Kooperationen zu bilden.

5.3.4 Weitere Objekte entlang industrieturistischer Themen

Es gibt eine große Zahl von Objekten, die gut geeignet sind, um an regionale industrietouristische Routen angeschlossen bzw. mit anderen Schwerpunktthemen des Tourismus in Sachsen-Anhalt (Landurlaub, Wassertourismus usw.) vermarktet zu werden. Neben den in den vorhergehenden Punkten bereits benannten Aufhängern bieten sich u.a. an:

- ⇒ Landwirtschaft und Gartenbau
- ⇒ Eine Vielzahl von Mühlen, von der Bockwindbis zur Flussmühle
- ⇒ Abraumhalden, die sich als Aussichtspunkte eignen
- ⇒ Gipshütten, Ziegeleien und Porzellanmanufakturen
- ⇒ Unternehmen aus der Lebensmittelproduktion mit touristisch interessantem Warensortiment (Wein, Sekt, Schokolade, Spirituosen, Wurstwaren usw.)
- ⇒ Energiewirtschaft
- ⇒ Maschinenbau, vorrangig im Raum Magdeburg (Technikmuseum, Gruson usw.).

Es ging bei der vorangegangenen Evaluierung deshalb auch nicht um eine Ausgrenzung von einzelnen Objekten der industriellen Produktion, sondern einerseits um eine Herausarbeitung von denkmalpflegerisch-touristischen Zentralpunkten, die sich andererseits in ein thematisch-regionales Gesamtgefüge einbinden ließen.

¹⁰² Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, Heilbäder- und Kurortverband Sachsen-Anhalt e.V., 2001b

¹⁰³ www.schoenebeck-elbe.de

6 Zukünftiger Handlungsrahmen

Für die weitere Entwicklung der vorgeschlagenen und beschriebenen Orte an den beiden Industrietourismusrouten in Harz und Mitteldeutschland ist es von hoher Bedeutung, dass ein Handlungsrahmen vorgegeben und somit koordinierte Aktionen und Maßnahmen möglich werden. Ein solcher Rahmen, zu dem diese Untersuchung einen Grundstein legt, muss auf einer breiten Basis der Akzeptanz entstehen und mit aller notwendigen Autorität ausgestattet sein. Nur so ist mit nachhaltigem Erfolg zu rechnen.

6.1 Schaffung von Planungssicherheit

Zu diesem Zweck wäre es sinnvoll, dass die Standorte, die Denkmalpflege, die zuständigen Ministerien und die Tourismusorganisationen eng unter Federführung der Kristallisationspunkte in zwei Arbeitsgemeinschaften „Historische Bergbauregion Harz“ und „Mitteldeutsche Innovationsregion“ zusammenarbeiten würden. Inhaltlich müssen dort die Ausbauplanung der Standorte und Routen sowie die gewünschten Marketingaktionen abgestimmt und auf eine gemeinsame Zeitschiene gebracht werden. Dabei sollten die Entwicklung jedes einzelnen Standortes, der Routen und Marketingaktionen konkret beschrieben und ihr notwendiger Finanzbedarf ermittelt werden. In einem nächsten Schritt wäre vor allem der Finanzbedarf mit den realen Ressourcen in Einklang zu bringen. Dabei sind alle denkbaren Ko-Finanzierungen (Kommunen, Land, Verbände, Sponsoring, EU etc.) mit Kreativität zu berücksichtigen. Konkrete Fragen sollten in den Arbeitsgemeinschaften ebensolche Antworten finden, die Ergebnisse dann als äußerer Handlungsrahmen für Land und Akteure als verbindlich erklärt werden.

In gemeinsamer Arbeit sind schließlich Finanzierung und Zeitrahmen so abzustimmen, dass sie eine Übereinstimmung im Sinne der finanziellen und zeitlichen Ressourcen finden und im Ergebnis eine Konzentration von Finanzmitteln und Aktivitäten als Prioritätenliste oder Stufenplan ergeben. Dieser Stufenplan sollte wiederum mit allen Beteiligten abgestimmt werden und so breite Akzeptanz finden. Es ist von hoher Bedeutung, dass nur mit Hierarchiebildung und der Konzentration auf Machbares auch eine hohe Effektivität der Planung und letztlich der Ergebnisse einhergehen kann. Die damit auch verbundene Planungssicherheit für die Akteure vor Ort wird sicherlich eine hohe Motivation für die zukünftige Arbeit auslösen.

Es bleibt zu erwähnen, dass auch die Umsetzung sowohl inhaltlich wie auch finanziell und organisatorisch von den beiden Arbeitsgemeinschaften

langfristig begleitet und zumindest global gesteuert werden sollte. Der damit zu erhaltene Konsens hat höchste Priorität, ja er muss sogar als Basis für den zu erwartenden Erfolg betrachtet werden.

6.2 Objektübergreifendes Innenmarketing

In der Zusammenschau der beschriebenen Objekte ist festzustellen, dass ihre Konzepte - auch die zum weiteren Ausbau - im Durchschnitt vergleichsweise als „traditionell“ zu bezeichnen sind. Dies ist kein landestypisches, sondern eher „deutsches“ Phänomen. Industriekultur wird oft genauso interpretiert und inszeniert wie andere (austauschbare) Objekte der Kulturgeschichte, ohne spezifische Darstellung und ohne Zuspitzung der medialen Anwendung auf das Thema. Im Ergebnis sind die Orte oft wenig animierend und oft genauso wenig didaktisch sicher inszeniert. Fast überall wurde aber auch deutlich, dass die ausgewählten Ankerpunkte aus eigener Kraft nicht in der Lage sind, dieses Manko zu beheben. Sie sind dabei auf Hilfe von außen angewiesen und die kann nicht nur von den Kristallisationspunkten geleistet werden, sondern notwendig ist auch eine gemeinsame, unter den Standorten abgestimmte und auf fortlaufenden Erfahrungsaustausch beruhende Konzeptentwicklung der einzelnen Standorte zwecks Vermeidung von Doppelarbeiten und -konzepten.

Dazu zählt beispielsweise auch ein koordinierter Austausch von Exponaten um mittels Schwerpunktbildung die Qualität der Präsentationen durchgängig zu steigern. Schließlich ist auch die gemeinsame Planung von Wechsel- und Wanderausstellungen als Kosten sparend und die Qualität steigernd zu bewerten. Innovative Ansätze und wirklich neue - oder zumindest unterhaltsamere und kundenfreundlichere Inszenierungen - könnten ein besonders wertvolles Alleinstellungsmerkmal der Industriekultur in Sachsen-Anhalt werden. Dazu sind einmal der geforderte Erfahrungsaustausch und die Koordinierung notwendig. Es wäre aber auch sehr wünschenswert, den Handelnden den Blick auf internationale Erfahrungen und Inszenierungen zu öffnen, wie zwei Beispiele zeigen:

- ⇒ In Frankreich und den Beneluxstaaten geht man oft viel kreativer bei der Verwendung „Neuer Medien“ zu Werke, davon kann man viel lernen.
- ⇒ Ebenso von der Bespielung und Inszenierung durch „Theater“, eine kostengünstige und äußerst effektive und spannende Version, die in den angelsächsischen Ländern Tradition hat.

Eine mit den örtlichen und regionalen Tourismusorganisationen sowie den Leistungsträgern der

Hotellerie und Gastronomie abgestimmte Produktentwicklung wird unabdingbar notwendig sein. Der „eigene Saft“, in dem viele der genannten Industriedenkmale „schmoren“, kann nur durch eine Öffnung gegenüber zunächst artfremd erscheinenden Partnern zu einer den Besuchern besonders mündenden „Soße“ entwickelt werden. Es müsste allen Beteiligten deutlich gemacht werden, dass zukünftig Mittel nur dann vergeben werden, wenn an der Koordinierung aktiv mitgewirkt wird.

6.3 Koordination der Vermarktung

Das Land Sachsen-Anhalt kann sich auf dem Markt Industrietourismus nur erfolgreich behaupten, wenn es gelingt, namhafte und hoch attraktive Einrichtungen zu präsentieren, die dem Vergleich mit den „Ikonen“ des Industrietourismus in Deutschland und Europa Stand halten können. Diese Objekte gibt es in Sachsen-Anhalt, wenn die Erlebnisdichte und die generelle Leistungsfähigkeit als Maßstab genommen werden, derzeit noch nicht; sie müssen und können aus den dargestellten Sachzeugen entwickelt werden. Das kann aber nur gelingen, wenn sich die Ausbaupläne auf einige wenige Objekte mit überdurchschnittlichen Entwicklungspotenzialen konzentrieren und sich an den Marktführern orientieren. Die Festlegung auf zwei Themenrouten und die Begrenzung der Zahl der zu entwickelnden Ankerpunkte werden dieser Forderung gerecht, denn nur so können die verfügbaren Ressourcen - die finanziellen ebenso wie die personellen und inhaltlichen - Erfolg versprechend eingesetzt werden, eine Verzettelung würde verhindern, dass echte Attraktionspunkte mit überregionaler Ausstrahlung entwickelt werden.

Das mindert nicht den Wert und die Bedeutung der vielen Objekte, die sich bereits am Markt etabliert haben, weil sie mit viel privater Initiative, die nicht selten durch ehrenamtlich tätige Personen entwickelt und getragen wird, in einen vermarktungsfähigen Zustand gebracht wurden. Sie haben im hier konzipierten 4-Ebenen-Modell einen festen und wichtigen Platz. Die Erfahrung zeigt zudem, dass eine Stärkung des Attraktions- und Bekanntheitsgrades der Ankerpunkte auch die Position der ihnen zugeordneten Anlaufpunkte verbessert. Das Konzept sieht zudem ausdrücklich vor, dass die Ankerpunkte eine unterstützende Funktion übernehmen und so die Anlaufpunkte von deren Know-how sowie organisatorischen und vermarktungstechnischen Leistungsfähigkeit profitieren. Notwendig ist jedoch, dass alle Partner die Strukturen des Ebenen-Modells akzeptieren.

Ziel ist somit eine Koordinierung der Vermarktungsaktivitäten innerhalb des Netzwerkes industrietouristischer Destinationen, wobei natürlich

bestehende Initiativen, die bereits erfolgreiche Vermarktungsstrukturen aufgebaut haben, wie z.B. die „Glück auf Tour“ des Interessenvereins Bergbau e.V.¹⁰⁴, der „Dachverein Mitteldeutsche Straße der Braunkohle e.V.“ oder der „Mitteldeutsche Umwelt- und Technikpark e.V.“, einbezogen werden müssen.¹⁰⁵ Aber auch andere thematische Aktionen mit Bezug zum Industrietourismus aus den Bereichen Landwirtschaft (Landurlaub), Wasserwirtschaft („Blaues Band“), Gartenträume, Gesundheitstourismus (Sole) oder Handwerk (Mühlen, Ziegeleien usw.) sind einzubinden ebenso wie die Tourismusagenturen auf allen Ebenen.

Zu all diesen Punkten wird vorgeschlagen, in den beschriebenen Regionen Arbeitsgemeinschaften aller Standorte zu schaffen, welche diese Aufgaben in Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusorganisationen wahrnehmen können. Daneben ist eine landesweite Zusammenarbeit der Routen, Kristallisations- und Ankerpunkte im Bereich des Marketings zum Industrietourismus unter dem Dach der Landesmarketinggesellschaft entscheidend für den Erfolg des Außenmarketings der Einzelobjekte. Und letztendlich dabei zählt nur noch die Produkt- und Vermarktungsfähigkeit der industrietouristischen Denkmale.

¹⁰⁴ Böhm, Wolfgang, 1999

¹⁰⁵ Berkner, Andreas, 1999; Berkner, Andreas und Müller, Lienhard, 1999

7 Einbindung Sachsen-Anhalts in die Europäische Route der Industriekultur (ERIH)

7.1 Beschreibung von Leitidee, Organisation und Ziel

Zur nachhaltigen Förderung des Tourismus im Ruhrgebiet und zur Präsentation des industriekulturellen Erbes als Markenzeichen der Region, wurde 1999 die Route der Industriekultur eröffnet (siehe Kapitel 3.2.). Mit ihrer Verwirklichung entstand auch die Idee, ein touristisches Netzwerk der Industriekultur auf europäischer Ebene zu entwickeln. Das Land Nordrhein-Westfalen hat dazu die Initiative ergriffen und mit der Europäischen Route der Industriekultur (ERIH - European Route of Industrial Heritage) ein Projekt im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative INTERREG initiiert. Die Route ist Teil der in den Jahren 1999/2000 ins Leben gerufene Kampagne „Europa, ein gemeinsames Erbe“ mit dem Ziel, durch grenzüberschreitende Aktivitäten die Einigung Europas voranzubringen.¹⁰⁶

Das Land Nordrhein-Westfalen hat die Deutsche Gesellschaft für Industriekultur e.V. mit der Einrichtung eines koordinierenden und planenden Projekt-Sekretariats für die Umsetzung der ERIH beauftragt. In den anderen beteiligten EU-Ländern (bisher Großbritannien, Niederlande, Belgien) und dem Bundesland Saarland haben ähnliche Institutionen diese Aufgabe übernommen. ERIH wurde im Oktober 1999 von der Europäischen Union als Projekt bewilligt; Im Februar 2000 war mit einer Kick-off-Konferenz im Ruhrgebiet offizieller Projektstart; Im Dezember 2001 wurde wiederum an der Ruhr in einer Final-Präsentation aller Partner der ERIH-Masterplan vorgestellt. Er enthält die Produktphilosophie, die konkreten Standorte und die Umsetzungsplanung für einen ersten konkreten Umsetzungsschritt in einem Modellraum Nordwest-Europa. Mit der Umsetzung wurde zum Jahresende 2002 begonnen. Enthalten sind auch Vorschläge, wie das touristische Markenzeichen ERIH auf letztlich Gesamteuropa ausgedehnt werden soll, denn das Einzelobjekt des Industrietourismus ist für den Besucher kaum wahrzunehmen, sondern nur das Netz herausragender Standorte.

Mit der Einrichtung der Europäischen Route der Industriekultur soll - ebenso wie bei der Route im Ruhrgebiet - eine neue Form des Tourismus in alten Industrieregionen aufgebaut werden. Die

regionale Identität alter Industriegebiete soll bewahrt, alte Bausubstanz ehemaliger Industriebauwerke für neue Nutzungen erschlossen und zudem Beschäftigungsmöglichkeiten für die Bewohner der Gebiete geschaffen werden. Ziel ist, dass die ERIH zu einer „nachhaltigen ökonomischen, sozialen wie ökologischen Entwicklung des europäischen Kulturraums“ beiträgt. Die Vernetzung von besonders bedeutenden Industriedenkmalern soll einen Beitrag zur Einigung Europas, zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit für das kulturelle Erbe der Regionen und zur Förderung des Kulturtourismus leisten¹⁰⁷. Die wichtigsten Regionen Europas mit ihren attraktivsten Industriedenkmalern sollen ins touristische Bewusstsein gerufen und ein europaweiter Bekanntheitsgrad dieser Objekte erreicht werden. Es wird ein Netzwerk des Industrietourismus in Europa geschaffen und durch die Routenführung so gestaltet, dass viele Europäer dazu Zugang haben.¹⁰⁸

Abbildung 51: Logo der Europäischen Route der Industriekultur



Standorte und Routen

Den Kern der Europäischen Route der Industriekultur bilden, wie bei der Route der Industriekultur im Ruhrgebiet, so genannte Ankerpunkte. Sie machen die oberste Hierarchieebene und die Hauptroute des Netzwerkes aus und sind die touristisch wichtigsten Standorte der Industriekultur in den Industrieregionen Europas. Die Ankerpunkte verfügen über hohe touristische Entwicklungspotenziale und sind von großer Bedeutung auf europäischer Ebene.

Auf der zweiten Hierarchieebene stehen thematische und regionale Routen, die mit den Ankerpunkten verknüpft sein sollen. Die Regionalen Routen erschließen weitere Objekte in einer Industrielandschaft um einen Ankerpunkt herum. Die Themenrouten bieten die Möglichkeit, international interessante Standorte zu einem bestimmten Thema der Geschichte der Industrialisierung kennen zu lernen. So kann die „ganze Vielfalt der industriellen Kulturlandschaften Europas für Besucher und Bewohner“ erschlossen werden. Die Standorte, die der Route zugehörig sind, werden

¹⁰⁶ Ebert, Wolfgang, 1999

¹⁰⁷ Ebert, Wolfgang, 1999

¹⁰⁸ Deutsche Gesellschaft für Industriekultur e.V., Hrsg., 2001a

über Symbole und Schilder vor Ort gekennzeichnet. Außerdem dient ein System von Medien zur Wegführung und Lieferung von Hintergrundinformationen¹⁰⁹.

Vermarktungsphilosophie

Grundannahme ist erstens, dass die Zahl der vermarktbareren Standorte der Industriekultur in Europa aus Gründen der Kommunizierbarkeit in einem sehr dichten und im Wettbewerb stehenden Markt auf die wichtigsten und besten zu konzentrieren ist, die hohen Qualitätsansprüchen gehorchen müssen. Diese gemeinsame Qualität steht für ein touristisches Markenzeichen von letztlich hoffentlich hohem Bekanntheitsgrad.

Zweite Grundannahme ist, dass dieser Grad an Wahrnehmbarkeit für einen einzelnen Standort nicht zu erreichen ist. Dazu fehlt es in der Regel an Ressourcen und auch das Gewicht bei potenziellen Partnern in der Tourismusbranche reicht nicht aus. Selbst nicht für Standorte wie Ironbridge, den Großraum Manchester oder das Ruhrgebiet, die bereits heute Millionen von industrietouristischen Besuchern zählen. Als Folgerung wurde die Idee eines Netzwerkes geboren, das

- ⇒ die Qualität der einzelnen Standorte durch Erfahrungsaustausch und Kooperationen heben kann;
- ⇒ die Konkurrenz der einzelnen Standorte aufhebt und sie gemeinsam bewirbt, um den Markt für das Thema „Industriekultur“ gemeinsam „zu machen“;
- ⇒ genügend Gewicht gegenüber Vermarktungs-Partnern in der Tourismusbranche besitzt, um die einzelnen Standorte sowie das ganze Netzwerk in deren Angebote einzubeziehen;
- ⇒ auch genügend Gewicht entwickelt, um die langfristigen Ressourcen im schärfer werdenden Verteilungskampf um öffentliche und private Investitionen zu sichern,
- ⇒ sich also als Markenzeichen etablieren kann.

Voraussichtlicher Verlauf der Route

Die Industrieregionen Europas werden auf der Europäischen Route der Industriekultur sternförmig miteinander vernetzt. Bereits bestehende Routen, wie z.B. im Ruhrgebiet, in Burgund und Katalonien, werden miteinbezogen.

Die Route beginnt in Ironbridge (Großbritannien) als Geburtsstätte der Industrialisierung (siehe

¹⁰⁹ Ebert, Wolfgang, 2001a

Kapitel 3.3). Über Regionen in Großbritannien (Manchester/Liverpool, Glasgow, Black Country, Wales u.a.) wird die Route fortgesetzt in die Niederlande, nach Belgien und Luxemburg. Die ERIH führt weiter nach Frankreich (Pas de Calais, Lothringen, Burgund) nach Spanien (Katalonien), durch die Schweiz bis nach Norditalien. Über Österreich, Tschechien (Ostrava), Polen (Oberschlesien, Kamienna-Tal), die Baltischen Staaten und Russland (Ural), setzt sie sich fort nach Schweden (Bergslagen) und Dänemark (Raum Kopenhagen). Nach verschiedenen Regionen in Deutschland findet die Route ihren Endpunkt im Ruhrgebiet¹¹⁰.

7.2 Die Chancen der historischen Bergbauregion Harz und der Mitteldeutschen Innovationsregion in der Europäischen Route der Industriekultur

Ressourcen und Potenziale

Zweifellos besitzt das Land Sachsen-Anhalt industriegeschichtlich eine hohe Bedeutung, die sich z.B. an der Geschichte des Bergbaus, der Montanindustrie, der Verbundindustrie (Kohle, Energie, Chemie), der Zuckerindustrie und besonders auch der Zulieferindustrie für die industrielle Landwirtschaft festmachen lässt. Genauso zweifelsfrei ist es aber auch, dass ein Großteil der Zeugen dieser stolzen Geschichte sich heute nur stark fragmentiert präsentiert. Ganze Industriezweige - wie der Maschinenbau in und um Magdeburg - sind nahezu spurlos verschwunden oder besitzen keine Zeugen mehr, die über eine regionale Bedeutung hinaus kommen. Verblieben sind in der Regel einzelne, stark verstreute Standorte im ganzen Land, die eine mehr oder minder große Bedeutung haben und vielerorts ihrer Aufwertung noch harren - und Investitionen für ihre Inwertsetzung benötigen. Der Konkurrenz mit solch geschlossenen altindustriellen Räumen wie dem Ruhrgebiet oder dem Großraum Manchester wird man daher kaum gewachsen sein.

Trotzdem besitzen eine große Anzahl von Standorten ausreichende Potenziale, um sie in die allgemeinen touristischen Angebotspakete eingehen zu lassen. In der Gesamtschau sind einzelne Standorte und industrielle Kulturlandschaften in Sachsen-Anhalt durchaus dazu fähig, sich in das Konzept eines thematisch ausgerichteten Tourismus zur Industriekultur in Europa einzureihen. Dazu muss das Konkurrenzdenken aufgegeben werden und die Bereitschaft zur Einbindung in ein überregionales und transnationales Konzept

¹¹⁰ Ebert, Wolfgang, 2001b

wachsen, um von der Marktkraft aller und des aktuellen Themas Industrietourismus profitieren zu können. Noch konkreter: Eine einzige Destination für sich allein kann nicht konkurrieren, wohl aber als Partner in einer der beiden Routen „Historische Bergbauregion Harz“ und „Mitteldeutsche Innovationsregion“ an einem gemeinsamen Themenmarkt Industrietourismus. Sachsen-Anhalt insgesamt lässt sich einerseits als Destination auf dem Tourismusmarkt grundsätzlich nicht einschlägig vermarkten. Andererseits lässt sich seit Jahren ein Trend hin zum Thementourismus wahrnehmen. Deshalb können nur die beiden Industrietourismusrouten Sachsen-Anhalts innerhalb des ERIH und nicht das Land insgesamt platziert werden.

Standorte und Organisationskonzept

Grundsätzlich ist zu bemerken, dass das Konzept, die Organisationsstruktur und die Philosophie von ERIH nicht disponibel sind. Auch bei der Auswahl von Standorten sind die von den ERIH-Partnern bereits formulierten Qualitätskriterien bindend. Schließlich ist bei der Auswahl und Organisation von ERIH-Bestandteilen in Sachsen-Anhalt hervor zu heben, dass die themenbasierte Struktur des Projektes eine Orientierung an Verwaltungsgrenzen ausschließt, so dass die beiden Routen mit Ankerpunkten in den Nachbarländern Niedersachsen und Thüringen (Historische Bergbauregion Harz) bzw. Sachsen und Thüringen (Mitteldeutsche Innovationsregion) ergänzt werden müssen. Es kann nur einen Maßstab geben: Qualität und damit Vermarktbarkeit.

Wie bereits angedeutet, musste die Auswahl von Ankerpunkten begrenzt werden, damit sie noch kommunizierbar bleiben. Begrenzungskriterium ist die touristische und Präsentationsqualität, sei sie bereits vorhanden oder die Absicht erkennbar, die vorhandenen Potenziale eines Standorts auszubauen. Die geforderten Qualitäten wurden von den ERIH-Partnern in einer Kriterienliste festgeschrieben:

- ⇒ Die inhaltliche und technische Qualität der Präsentation des einzelnen Standortes muss sehr hoch sein.
- ⇒ Der Erlebniswert hat eine besondere Stellung.
- ⇒ Die touristische Empfangsqualität muss stimmen. Das reicht von den Parkplätzen bis zur Cafeteria.
- ⇒ Auch die touristische Umgebungsqualität muss ausreichen; Hotellerie und Gastronomie müssen in ausreichend und guter Qualität benachbart sein.

Für die Einbindung der beiden Routen des Landes Sachsen-Anhalt in die ERIH folgt daraus konkret, dass nur zwei Standorte der höchsten hierarchi-

schen Ebene, den so genannten Besucherzentren¹¹¹, zugeordnet werden können, nämlich die beiden UNESCO-Welterbestätten „Rammelsberg Goslar“ und „Bauhaus Dessau“. Sie könnten Partner im ERIH-Netzwerk werden. Von ihnen wird erwartet, dass

- ⇒ sie je eine regionale Route anbieten, welche die umliegende Industrielandschaft näher erschließt. Diese Route muss der Betreiber selber koordinieren, die entsprechenden Partnerschaften schließen, in Printmedien und Internet (gemeinsam!) publizieren und mit Führungen und anderen Angeboten betreuen. Auf diese Weise werden die Standorte auf diesen Routen im gesamten ERIH-Netzwerk mitbeworben und profitieren damit auch nicht unerheblich von dessen Synergieeffekten;
- ⇒ sie eine ausreichende Zahl von Info-Medien vor Ort errichten und unterhalten (Beschilderung vor allem), die den Standort als Bestandteil von ERIH kennzeichnen und über das System insgesamt informieren;
- ⇒ das Personal am Counter in der Lage ist, über ERIH zu informieren und die vom System gestellten Materialien zu präsentieren bzw. zu vertreiben;
- ⇒ sie die ERIH-Partnerschaft inhaltlich mitgestalten, indem sie an gemeinsamen Treffen und thematischen Konferenzen teilnehmen und allgemein zum Erfahrungsaustausch beitragen.

Grundsätzlich ist anzumerken, dass bereits bei den ersten Schritten zur weiteren Inwertsetzung der Industriekultur in Sachsen-Anhalt an die potenzielle Mitwirkung bei ERIH gedacht werden sollte, sonst werden unter Umständen kostenrelevante Maßnahmen ergriffen, die später nur schwer zurückzuholen sind. Dazu zählen u.a. Fragen der einheitlichen Beschilderung, die Verwendung von Plaketten oder Logos. Abschließend ist festzuhalten, dass die Teilnahme von Standorten der Industriekultur in Sachsen-Anhalt über die beiden Routen „Historische Bergbauregion Harz“ und „Mitteldeutsche Innovationsregion“ an ERIH sicher große Chancen am Markt hat. Die ERIH-Partner würden dies sehr begrüßen und erhoffen sich vom Land Sachsen-Anhalt und den hier potenziell Beteiligten einen wichtigen Schritt zum weiteren Auf- und Ausbau von ERIH.

¹¹¹ Im vorliegenden Handbuch werden sie als „Kristallisationspunkt“ bezeichnet.

8 Literatúrauswahl

- Antz, Christian (1998): Wirtschaftliche Nachnutzung von Industriedenkmalen in Sachsen-Anhalt. Vortrag auf der Tagung „Wohin mit dem Stillgelegten“ der Stiftung Bauhaus Dessau in Zschornowitz 1996. Ms. (Auszug in Kehler-Mittmann 1998)
- Antz, Christian (2001): Das Blaue Band in Sachsen-Anhalt. Potentiale des Wassertourismus in Mitteldeutschland. In: Standort. Zeitschrift für angewandte Geographie 25. 2001/ 4, S.17-22
- Ausstellungskatalog (1993): Dimensionen. Bauhaus Dessau 1925-1932. Be.: Andreas Bossman, Martin Stein. Bauhaus Dessau 1993. Dessau
- Ausstellungskatalog (1996): Industriearchitektur in Magdeburg. Hrsg.: Landeshauptstadt Magdeburg. Rd.: Stadtplanungsamt Magdeburg Peter Anger. MDR-Landesfunkhaus 1996. Kunst im Funkhaus. Magdeburg
- Ausstellungskatalog (1999a): „An Gottes Segen ist alles gelegen“. Bergbau und Kunst im Mansfelder Land. Hrsg.: Ulf Dräger, Rosemarie Kanpe. Sterbehaus Martin Luthers Eisleben 1999-2000. Lutherstadt Eisleben
- Ausstellungskatalog (1999b): Unter Strom. Energie, Chemie und Alltag in Sachsen-Anhalt 1890-1990. Be.: Franz-Josef Brüggemeier, Gottfried Korff, Jürgen Steiner. Hrsg.: EXPO 2000 Sachsen-Anhalt. Kraftwerk Vockerode 1999. Lutherstadt Wittenberg
- Ausstellungskatalog (2000a): Land Gewinnen. Die Goitzsche - das weltweit größte Landschaftskunstprojekt. Katalog zum Projekt und zur Ausstellung Kulturlandschaft Goitzsche. Hrsg.: EXPO 2000 Sachsen-Anhalt. Be.: Heinrich Schierz. Dessau 2000. Dessau
- Ausstellungskatalog (2000b): Martin Luther und der Bergbau im Mansfelder Land. Hrsg.: Stiftung Luthergedenkstätten. 2 Bde. Martin Luthers Sterbehaus Eisleben 2000. Lutherstadt Eisleben
- (1). „... von daher bin ich“. Martin Luther und der Bergbau im Mansfelder Land. Rundgang durch die Ausstellung. Hrsg.: Martin Treu. (Stiftung Luthergedenkstätten in Sachsen-Anhalt. Heft 7)
- (2). Martin Luther und der Bergbau im Mansfelder Land. Aufsätze. Hrsg.: Rosemarie Kanpe. (Stiftung Luthergedenkstätten in Sachsen-Anhalt. Katalog 7)
- Bachmann, Hans-Gert (2000): Zur Metallerzeugung im Harz während des Früh- und Hochmittelalters. In: Klappauf 2000, S.127-139
- Bartels, Christoph (1992): Vom frühneuzeitlichen Montangewerbe zur Bergbauindustrie. Erzbergbau im Oberharz 1635-1866. Veröffentlichungen aus dem Deutschen Bergbaumuseum Bochum 54. Bochum
- Bauhaus Dessau, Hrsg. (1995): Neues Bauen in Dessau. 1.A. Dessau
- Bauhütte Zollverein, Hrsg. (1992): Industriedenkmal Zollverein - Neue Nutzung. Essen
- Baumgartner Christian, Biedenkapp Anke (2001): Thesen zur touristischen Nutzung von Kulturlandschaften und industriekulturellen Anlagen. In: Baumgartner-Biedenkapp 2001, S.209-214
- Becker, Dörte (2000): Strukturanalyse des Übergebereiches und der Ausstellungen in den vier Unterharzer Bergwerksmuseen. Grube Glasebach/ Straßberg, Besucherbergwerk Drei Kronen und Ehardt/ Elbingerode, Schaubergwerk Büchenberg/ Elbingerode, Bergwerksmuseum Röhrigschacht/ Wettelrode. Abschlußbericht. Im Auftrag des Museumsverbandes Sachsen-Anhalt. Holzminden
- Becker, Heike (1996): Diplomarbeit „Tourism: development and structural change in former industrial areas using the textile industry in the Northwest region of England as an example“. Universität Düsseldorf
- Bergmannsverein Staßfurt, Hrsg. (1992): Festschrift zum Salzlandfest Staßfurt 1992. 140 Jahre Salzbergbau 1852-1992 Staßfurt „Wiege des Kalibergbaus“. Be.: Martin Liefold, Udo Lippert, Bernhard Priese. Staßfurt
- Berkner, Andreas (1998): Die Mitteldeutsche Straße der Braunkohle. Vision und Umsetzung einer Projektidee. In: Hocquél-Müller 1998, S.8-11
- Berkner, Andreas (1999): Straße der Braunkohle. Themen, Routen, Sachzeugen. Hrsg.: Dachverein Mitteldeutsche Strasse der Braunkohle. Espenhain
- Berkner Andreas, Müller Lienhard (Rd.) (1999): Strasse der Braunkohle - Wasser und Landschaft. Hrsg.: Dachverein Mitteldeutsche Strasse der Braunkohle. Leipzig
- Bieker Josef, Föhl Axel, Ganser Karl, Günter Roland, Romeis Ulrike, Zerressen Marion (1997): Industriedenkmale im Ruhrgebiet. Hamburg
- Bilkenroth, Klaus-Dieter (1998): Geschichte (und Gegenwart des Sächsisch-anhaltinischen Braunkohlebergbaus. In: (Festschrift) 225 Jahre Oberbergämter 1998, S.114-126. o.O.
- Bittner, Regina (1993): Industrielles Gartenreich. Konzept für die Umwelt-Expo Dessau-Bitterfeld-Wittenberg. Hrsg.: Bauhaus Dessau. Dessau
- Blume, Torsten (Vw. - Nw.) (1991): Industrielles Gartenreich. Zukunft für die alte Industrieregion Mulde/ Mittelbe. Projektbericht 1991. Hrsg.: Experimentelle Werkstatt im Bauhaus Dessau. Dessau
- Böhm, Wolfgang (Vw.) (1999): Bergbau in Mitteldeutschland - Glück-Auf-Tour Sachsen-Anhalt. Hrsg.: Interessenverein Bergbaugeschichte/ Bergbautradition. 3.A. Halle/ Saale
- Boltz G., u.a. (1995): Zur Geschichte des Mansfelder Kupferschiefer-bergbaus. Clausthal-Zellerfeld
- Boshold, Antje (1999): Industrie-Tourismus im Lausitzer Braunkohle-revier. o.O.

- Boué, Peter (1994): MUT - Mitteldeutscher Umwelt- und Technologiepark. Dokumentation einer Realisierungsstudie. Hrsg.: Stadt Zeitz. Zeitz
- Brück, Martin (1992): Ferropolis. Ein Konzept für Golpa-Nord. Bauhaus Dessau. Dessau
- Brüggemeier Franz-Josef, Korff Gottfried, Steiner Jürgen (1998): Mittendrin - Sachsen-Anhalt in der Geschichte: Katalog zur Ausstellung im stillgelegten Kraftwerk Elbe. Vockerode, 15. Mai bis September 1998. Anhaltinische Verlagsgesellschaft. Dessau
- Brüggemeier Franz-Josef, Korff Gottfried, Steiner Jürgen (1999a): Mittendrin - Sachsen-Anhalt in der Geschichte: Dokumente zur Ausstellung im stillgelegten Kraftwerk Elbe. Vockerode, 15. Mai bis September 1998. Drei Kastanien Verlag. Lutherstadt Wittenberg
- Brüggemeier Franz-Josef, Korff Gottfried, Steiner Jürgen (1999b): Unter Strom. Energie, Chemie und Alltag in Sachsen-Anhalt 1890-1990. Katalog zur Ausstellung im stillgelegten Kraftwerk Vockerode, 3. Juli bis 24. Oktober 1999. Drei Kastanien Verlag. Lutherstadt Wittenberg
- Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau, Hrsg. (1990): Modell Völklingen - Revitalisierung einer Industriebrache. Offenes Städtebauliches Gutachterverfahren Völklinger Hütte. Bonn
- CEPOK, CLAUS (1983): Das darf nicht weg. Historische Industrieobjekte in Nordrhein-Westfalen. Köln
- COUNCIL OF EUROPE (1990): On the Protection and Conservation of the Industrial, Technical and Civil Engineering Heritage in Europe. Recommendation No. R (90) 20 (adopted by the Committee of Ministers on September, 13 in 1990 at the 443rd Meeting of the Ministers' Deputies)
- Cuadra, Manuel (1993): Bitterfeld - Braunkohlebrachen. Probleme, Chancen, Visionen. Hrsg., Vw.: Rolf Toyka. In Zusammenarbeit mit der Akademie der Architektenkammer Hessen, dem Bauhaus Dessau und dem Deutschen Architekturmuseum Frankfurt a.M., Wiesbaden, München
- Dahlheimer, Achim (1996): Werkstatt für die Zukunft von Industrieregionen. Memorandum der Internationalen Bauausstellung Emscher Park 1996-1999. Hrsg.: Internationale Bauausstellung Emscher Park GmbH. Gelsenkirchen
- Daßler Jürgen, Kisan Werner, Steinhausen Manfred (2000): Leuna. Metamorphosen eines Chemiewerkes. Hrsg.: Leuna-Werke im Auftrag der Bundesanstalt für vereinigungsbedingte Sonderaufgaben. 2.A. Halle/ Saale
- Daubenspreck, Markus (2000): Verwandlungen - Der Projektkatalog. Hrsg.: EXPO 2000 Sachsen-Anhalt. Schriftenreihe der Expo 2000 Sachsen-Anhalt GmbH. Dessau
- Deutsche Gesellschaft für Industriekultur e.V., Hrsg. (2001a): European Route of Industrial Heritage. In: Industrie-Kultur. Heft 2. 2001. S.42.
- Deutsche Gesellschaft für Industriekultur e.V., Hrsg. (2001b): European Route of Industrial Heritage. URL:http://www.industriekultur.de/DGFI/Projekte/Route_Europa/body_route_europa.html. Stand: 08.11.2001
- Draebecke, Leslie (2000): Der Markt des Industrietourismus in Deutschland unter Berücksichtigung der „Route der Industriekultur“. Dipl. Hochschule Harz. Wernigerode
- Drehbusch, Günter (1976): Industriearchitektur. Heyne Stilkunde. München
- Dülmen, Richard von, Hrsg. (1998): Industriekultur an der Saar. Leben und Arbeit in einer Industrieregion 1840-1914. München
- Ebert, Wolfgang (1996): Kathedralen der Arbeit - Cathedrals of Work. Tübingen
- Ebert, Wolfgang (1999): Industrietourismus - am Beispiel des Ruhrgebietes. In: Industrietourismus im Wettbewerb der Regionen (=ETI-Studien Band 14). S.59-77. Trier
- Ebert, Wolfgang (2001a): European Route of Industrial Heritage. Die Kennzeichnung der Route. URL: http://www.erih.de/ERIH/Project/basics-german/Profil-d/body_route-de. Stand: 08.11.2001
- Ebert, WOLFGANG (2001b): European Route of Industrial Heritage. Ein Ausblick. URL: http://www.erih.de/ERIH/Project/basics-german/Profil/body_outlook-de. Stand: 08.11.2001
- Emons Hans-Heinz, Walther Hans-Henning (1988): Alte Salinen in Mitteleuropa. Zur Geschichte der Siedesalzerzeugung vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Leipzig
- Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungs-gesellschaft Bitterfeld-Wolfen, Hrsg. (1996): Planungswerkstatt Bitterfeld Wolfen-Masterplan. Be.: Stiftung Bauhaus Dessau. Kegler Harald, Sonnabend Regina, Blume Torsten, Pietsch Heidi, Ristau Monika. Bitterfeld
- Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungs-gesellschaft Bitterfeld-Wolfen, Hrsg. (1998): Planungswerkstatt II Chemiestandort Bitterfeld-Wolfen. Strukturkonzept. Be.: EXPO 2000 Sachsen-Anhalt, Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Bitterfeld-Wolfen, Landkreis Bitterfeld. Bitterfeld
- Expo 2000 Sachsen-Anhalt GMBH, Hrsg. (1996): Bröchler, Roger (Rd.): Ferropolis. Stadt aus Eisen. Dessau
- Expo 2000 Sachsen-Anhalt GMBH, Hrsg. (1997): Expo 2000 Sachsen-Anhalt - Die Korrespondenzregion Dessau, Bitterfeld, Wolfen, Wittenberg. Dessau
- Föhl, Axel (1994): Bauten der Industrie und Technik. Schriftenreihe des Deutschen Nationalkomitees für Denkmalschutz 47. Bonn
- Fontanari Martin L., Treinen Mathias, Weid Martina, Hrsg. (1999): Industrietourismus im Wett-

- bewerb der Regionen. 7. Tourismus-Forum Luxemburg (=ETI-Studien Band 14). Trier
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R.) (2000): Reiseanalyse
- Forschungs- und Entwicklungsgruppe (FOEG) Sachsen-Anhalt, Hrsg. (1994): Zentrum Mitteldeutscher Industriegeschichte. Stiftung Bauhaus Dessau, culturplan Krefeld-Leipzig, LORD Cultural Resources Toronto-Wien.): „Reise zum Ursprung modernen Lebens“. Entwicklungen und Industrieorte Mitteldeutschlands, die weltweit das Leben veränderten. Leitlinien zur Erstellung eines neuartigen Museumskonzepts für Sachsen-Anhalt. Dessau
- Freund, Andrea (1997): Industrie-Tourismus heißt das neue Eisen im Feuer. Vom kohleschwarzen „Drecksloch“ zur grünen Parklandschaft - Die Metamorphose des Ruhrgebiets. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung 16.01.1997
- Garn, Robin (1990): VEB Dampflokomotive - Die Geschichte einer deutsch-deutschen Leidenschaft. Münster
- Gries, Ulrich (1998): Das Eisenhüttenwerk Mägdesprung/ Ostharz. Umnutzungskonzept für ein frühindustrielles Denkmal. Ms. Dipl. Trier
- Günter, Roland (1998): Hexenkessel. Ein Reisebuch zu Sachsen-Anhalt. Halle
- Harrer, Bernhard - Schriftenreihe des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (1995): Tagesreisen der Deutschen. Heft 46. München
- Hass, Dietmar (1993): Industrietourismus im Großraum Saar-Lor-Lux. Potential und Zentren des auf stillgelegten Anlagen der Montanindustrie beruhenden Besichtigungsreiseverkehrs. Ms. Dipl. Trier
- Hauser, Susanne (1999): Zur Musealisierung der Industriegeschichte. Der Fall Ironbridge. In: Forum Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur. Heft 1 1999. S.9-18
- Hautkappe, Ursula (1995): Nutzerstrukturen im Industrietourismus - dargestellt am Beispiel ausgewählter industrieller und technischer Denkmäler und Museen des westfälischen Sauerlandes und des Wittgensteiner Landes im Jahr 1994. Ms. Dipl. Trier
- Hayman, Richard et al. (1999): Archaeology and Conservation in Ironbridge (= CBA Research Report 123). Walmgate
- Heidecke, Heidrun (1994): Informationen des Landes Sachsen-Anhalt zum Nationalen Sonderprogramm Bitterfeld-Halle-Merseburg. Hrsg.: Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Raumordnung des Landes Sachsen-Anhalt. 2.A. Magdeburg
- Heinken, Siebo (2001): PLZ 66333: Die Eisenindustrie in Völklingen. In: National Geographic Deutschland Heft 6/ 2001, S. 24-42
- Helfer, Malte (2001): Der Erhalt und die Interpretation der Relikte der industriellen Revolution im Shropshire Kohlenfeld - Das industriearchäologische Konzept des Ironbridge Gorge Museums (Vortrag auf dem 52. Geographentag in Hamburg 1999). (=Mitteilungen der Geographischen Gesellschaft Hamburg), Bd. 91. Hamburg
- Henkel Wolfgang, Landt Matthias (1993): Museumsführer Harz-Hannover. Gebrauchsanleitungen für neue Freizeiterlebnisse. Über 120 erlebenswerte Museen im Harz, in Hannover, Braunschweig, Göttingen und im ganzen Umland. Hamburg
- Hocqué Wolfgang, Müller Lienhard, (Rd.) (1998): Straße der Braunkohle - 22 Stationen. Ein Erhaltungskonzept für Industriekultur. Protokollband der Fachtagung Leipzig 1997. Hrsg.: Dachverein Mitteldeutsche Strasse der Braunkohle. Leipzig
- Hoffmann, Detlef (1990): Industriekultur - Von der Musealisierung der Arbeitsgesellschaft. Loccumer Protokolle 67. Rehburg-Loccum
- Hommel, MANFRED (1998): Das neue Ruhrgebiet. In: Geographie heute - Themenheft: Das neue Ruhrgebiet. Heft 165. S.2-7
- Hüchering, Rotraut (1997): Tourismus im Ruhrgebiet. Der Beitrag der Internationalen Bauausstellung Emscher Park. (=Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie Band 41). Trier
- IFT, Hrsg. (2001): Erlebnisschiene Völklinger Hütte/ Velsen/ Carreau Wendel. In: Konzept zur touristischen Entwicklung des grenzüberschreitenden Raumes Arrondissement de Forbach/ Stadtverband Saarbrücken. Köln
- Interessen- und Förderverein „Geiseltalsee“ e. V. (2000): Das Geiseltal im 21. Jahrhundert - Gestaltung einer Bergbaufolgelandschaft. Mücheln
- Internationale Bauausstellung Emscher Park, Hrsg. (1999): Abschlussbericht. Gelsenkirchen
- Janofsky Jürgen, Krug Klaus (1993): Sachzeugen der Chemischen Industrie Leuna-Buna-Merseburg. Plädoyer für ein Chemiemuseum und seinen Verein in Merseburg. Merseburg
- Kegler Harald, Reiß HERLIND, Scheurer Jan (1992): Zschornewitz. Studie zur Geschichte und Perspektive. Bauhaus Dessau im Auftrag der Gemeindeverwaltung Zschornewitz. Dessau
- Kegler Harald, Mittmann Elke (1998): Wohin mit dem Stillgelegten? Zwischen Musealisierung und Abriss. Möglichkeiten zu einem zeitgemäßen Umgang mit Industriedenkmalen. Hrsg.: Stiftung Bauhaus Dessau, Verein Industrielles Gartenreich. Dessau
- Kessler, Cornelia (Rd.) (2001): 800 Jahre Kupferschiefer-Bergbau. Soziale und kulturelle Aspekte der Geschichte des Mansfelder Hüttenwesens. Wissenschaftliche Kolloquien 2000 in Hettstedt und Wettelrode. Hrsg.: Landesheimatbund Sachsen-Anhalt. Beiträge zur Regional- und Landeskultur Sachsens-Anhalts 19. Halle/ Saale

- Kettner, Albrecht (1983): Hüttenmuseum Ilseburg. Führer durch die ständige Ausstellung. Ilseburg
- Klappauf, Lothar (Ltg., El., Nw.) (2000): Auf den Spuren einer frühen Industrielandschaft. Naturraum, Mensch, Umwelt im Harz. Hrsg.: Niedersächsisches Landesamt für Denkmalpflege. Arbeitshefte zur Denkmalpflege in Niedersachsen 21. Hameln
- Klötzer Christine (1982): Technische Denkmale des Bergbaus und Hüttenwesens. Ihre Erfassung, Werterhaltung und Nutzung. Dargestellt an den Objekten des Ostharzes. Ein Beitrag zur Kunsttopographie und regionalen Denkmalpflege. Ms. Diss. Halle/ Saale
- Körner, Ralf (1995): Bauhaus-Gebäude Dessau, Gropiusallee 38, Dessau. Denkmalpflegerische Zielstellung. Hrsg.: Stiftung Bauhaus Dessau. Ms. Dessau
- Kommunalverband Ruhrgebiet KVR, Hrsg. (2001a): Gasometer Oberhausen im CentrO. URL: <http://www.route-industriekultur.de/primaer/a18/a18.htm>. Stand: 19.01.2002
- Kommunalverband Ruhrgebiet KVR, Hrsg. (2001b): Zollverein. Der Eiffelturm des Ruhrgebiets. URL: <http://www.route-industriekultur.de/primaer/a01/a01.htm>. Stand: 19.01.2002
- Kommunalverband Ruhrgebiet KVR, Hrsg. (2001c): Landschaftspark Duisburg-Nord: Abenteuer Eisenhütte. URL: <http://www.route-industriekultur.de/primaer/a16/a16.htm>. Stand: 19.01.2002
- Kommunalverband Ruhrgebiet KVR, Hrsg. (2001d): Nordsternpark: Von der Zeche zum Landschaftspark. URL: <http://www.route-industriekultur.de/primaer/a19/a19.htm>. Stand: 19.01.2002
- Kreis Johannes, Mock Gundram, Wörner Stefan (Vw.) (1997): Bergbau gestern, heute und morgen. Das Braunkohlenrevier Zeitz-Weißenfels im Wandel. Be.: Kommunalentwicklung Baden-Württemberg. Weißenfels-Zeitz
- Krings, Wilfried (1981): Industriearchäologie und Wirtschaftsgeographie - zur Erforschung der Wirtschaftslandschaft. In: Erkunde. Jg. 35. S. 167-174.
- Krug, Klaus (2001): Kurzkonzeption Deutsches Chemie-Museum Merseburg. o. O.
- Kuhn Rolf, Seltmann Gerhard (Vw.) (1998): Ferropolis - Stadt aus Eisen. Hrsg.: EXPO 2000 Sachsen-Anhalt. Dessau
- Kultusministerkonferenz (1995): Industriekultur, Industriedenkmalpflege und Industriemuseen. Protokoll der Sitzung der Kultusministerkonferenz am 27. Januar 1995 in Bonn. Bonn
- Kusian, Daniela (Rd.) (1997): Brücken bauen. Vorhaben in der Korrespondenzregion Dessau-Bitterfeld-Wittenberg zur EXPO 2000 Hannover. Hrsg.: EXPO 2000 Sachsen-Anhalt. Dessau
- Landesheimatbund Sachsen-Anhalt, Hrsg. (1993-1994): Geschichte Sachsens-Anhalts. 3 Bde. München-Berlin
- (1.) Das Mittelalter. Mit Beiträgen von Walter Müller, Hans-Joachim Bartmuß, Joachim Schymalla, Gerlinde Schlenker. 1993
- (2.) Reformation bis Reichsgründung 1871. Mit Beiträgen von Heinz Kathe, Lutz Mieke, Helmut Asmus. 1993
- (3.) Bismarckreich bis zur Gründung der Bezirke 1952. Mit Beiträgen von Hans Hübner, Roswitha Mende, Roswitha Berndt, Artur Schellbach, Manfred Wille. 1994
- Landschaftsarchitekturbüro Därr (1997): Masterplan Bergbaufolgelandschaft Geiseltal. Im Auftrag des Ministeriums für Umwelt und Raumordnung des Landes Sachsen-Anhalt. Magdeburg
- Liessmann, Wilfrid (1997): Historischer Bergbau im Harz. 2.A. Berlin-Wien
- Löffler Dietrich, Tuller Mathias (1996): Frauen und Männer aus Deutschlands Mitte. Persönlichkeiten aus der Geschichte Sachsens-Anhalts. Halle
- Lorenz, Erika (1992): Bergwerksmuseum Glasebach in Strassberg/ Harz als möglicher zentraler Ausgangspunkt für die Darstellung der Montangeschichte der Unterharzregion. Bestandsaufnahme und Konzeption - Arbeitspapier. Strassberg
- Lowell, Massachusetts (2001): The story of an Industrial City. National Park Service
- Lüth, Johann-Peter (1999): Umgang mit der Branche. Perspektiven für ein großes und schwieriges Projekt In: Quasten, Gero (1999): Transform Völklingen - Zum Umgang mit einer schrumpfenden Industriestadt. Darmstadt
- Lüth, Johann-Peter (o. J.): Route der Industriekultur Saar-Lor-Lux. Staatliches Konservatoramt Saarland
- Ludwig Siegbert, Oehlke Andreas (1996): Bauten der Technik und Industrie. Hrsg.: Sächsisches Staatsministerium des Innern. Besonders gefährdete Kulturdenkmale im Freistaat Sachsen, 3. Dresden
- Maschke Joachim, Zeiner Manfred, Harrer Bernhard, Pauli Jeanette (1992): Touristisches Strukturgutachten für den Ostharz. Im Auftrag des Harzer Landesverbandes durch das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München. München
- Mattschoss Conrad, Lindner Werner, Hrsg. (1932): Technische Kulturdenkmale. Im Auftrag der Agricola-Gesellschaft beim Deutschen Museum. München
- Ministerium für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen, Hrsg. (1999): Aufbruch statt Abbruch. Industriedenkmalpflege in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf

- Ministerium für Raumordnung, Städtebau und Wohnungswesen des Landes Sachsen-Anhalt, Hrsg. (1994): Expo-Region 2000 in Sachsen-Anhalt: Bitterfeld, Dessau, Geiseltal, Nachterstedt, Profen, Wittenberg. Die mitteldeutsche Industrieregion auf dem Weg in das 3. Jahrtausend. Magdeburg
- Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, Hrsg. (2002a): Tagungs- und Kongress-tourismus. Hochschule Harz. Be.: Antz Christian, Schreiber Thaddäus. Magdeburg-Wenigerode
- Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik (2002b): Touristisches Leitsystem in Sachsen-Anhalt. Calbe
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, Hochschule Harz, Studiengang Tourismuswirtschaft (1999): Handbuch des Tourismus in Sachsen-Anhalt. Calbe
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik (2001a): Handbuch Blaues Band in Sachsen-Anhalt. Calbe
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik, Heilbäder- und Kurortverband Sachsen-Anhalt e.V. (2001b): Handbuch des Gesundheitstourismus in Sachsen-Anhalt. Calbe
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt (2001c): Tourismus und Raumordnung in Sachsen-Anhalt. Calbe
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik (2002): Das Gartenreich Dessau-Wörlitz als Wirtschaftsfaktor. Hannover-Magdeburg
- Mischke Andreas, Podsiadlo Josiane, Wilhelm Lothar (Rd.) (1994): Erlebnis Industriekultur. Auf Spurensuche - Culture Industrielle à la découverte du patrimoine. Hrsg.: Naturfreunde Saarland. Kulturerlebnisweg - chemins culturels de découvertes. Völklingen
- Mitteldeutsche Bergbau- und Verwaltungsgesellschaft, Hrsg. (1995): Lehmann, Gerhard: Der Tagebau Goitzsche 1910-1995. Bitterfeld
- Mittelstadt Völklingen/ Firu Kaiserslautern, Hrsg. (1990): Modell Völklingen. Revitalisierung einer Industriebranche. Offenes städtebauliches Gutachterverfahren Völklinger Hütte. Dokumentation und Ergebnisse. Völklingen/ Kaiserslautern
- Moll, Peter (1995): Revitalisierung von Altindustrieflächen im Saarland und in Lothringen. In: IÖR Institut für ökologische Raumentwicklung e.V. Dresden Heft13/ 1995, S.20-32. Dresden
- Museumsverband Sachsen-Anhalt, Hrsg. (1996): Klaus, Dieter (Rd.): Museen in Sachsen-Anhalt. Halle/ Saale
- Museen der Stadt Bad Kösen, Hrsg. (o. J.): Mager, Johannes: die Saline Kösen. Ein geschichtlicher Abriss. Unter Mitarbeit von Lutz Toepfer. Bad Kösen
- Nisser, Marie (1990): Schutz und Inwertsetzung stillgelegter industrieller Großanlagen - Beispiele aus Nordamerika. In: Semmel, Arno (Hrsg.): 47. Deutscher Geographentag in Saarbrücken. Tagungsbericht und wissenschaftliche Abhandlungen. S.346-350. Saarbrücken
- Oelke, Eckhard (1973): Der Bergbau im ehemals anhaltischen Harz. Ein Überblick. In: Hercynia N.F. 10.1973, S.77-95
- Ohse, Andreas (1998): Brikettfabrik Herrmannschacht in Zeitz und Kulturhaus Profen. In: Hocquél-Müller 1998, S.63-64
- Philipp Rainer, Tille Katrin (1996): Harzer Bergbau/ Kupferschieferbergbau. Denkmalpflegerisches Rahmenkonzept. Landesamt für Denkmalpflege, Referat Industriedenkmalpflege im Auftrag des Kultusministeriums des Landes Sachsen-Anhalt. Halle
- Presia, Edgar (1996): 350 Jahre Eisenhüttenwerk Mägdesprung. Harzgerode
- Quasten Heinz, Soyoz Dietrich (1987): Zur Pflege des industriekulturellen Erbes im Saar-Lor-Lux-Raum - Problematik und Perspektiven. In: Brücher Wolfgang, Franke Peter, Hrsg. (1987): Probleme von Grenzregionen: Das Beispiel Saar-Lor-Lux-Raum, S.123-144
- Radday, Helmut (2003): Die Bergbau- und Hüttenmuseen im Harz. Hrsg.: Arbeitsgemeinschaft Harzer Bergbau- und Hüttenmuseen, Regionalverband Harz. Clausthal-Zellerfeld
- Rat des Kreises Sangerhausen, Hrsg. (o. J.): Kirchner, Sonja: Die Kohlenstraße. Uralter Transportweg der Heizkohlen aus den Harzwäldern zu den Mansfelder Hütten. Informationen aus Natur und Umwelt. Sangerhausen
- Reiß, Herlind (1995): Kraftwerk und Kolonie Zschornowitz 1915-1995. vita communis & vita reducta. Hrsg.: Stiftung Bauhaus Dessau. Dessau
- Reuther Iris, Doehler Marta, Schmitz Karl-Heinz (1998): Entwicklungskonzept für den denkmalgeschützten Bereich der Filmfabrik Wolfen. Büro für urbane Projekte Leipzig. Leipzig
- Rheinisches Industriemuseum, Hrsg. (1994): „... in der Arbeit!“. Aufbau und Perspektiven des Rheinischen Industriemuseums. Rheinisches Industriemuseum Schriften 8. Oberhausen
- Rödel, Volker (1992-1998): Reclams Führer zu den Denkmälern der Industrie und Technik in Deutschland. 2 Bde. Stuttgart
- Roseneck, Reinhard (1992a): Der Rammelsberg. Hrsg.: Niedersächsisches Landesverwaltungsamt/ Institut für Denkmalpflege. Arbeitshefte zur Denkmalpflege in Niedersachsen 9. Hameln

- Roseneck, Reinhard (1992b): „Montandenkmalpflege“ im Harz. Eine Bilanz. In: Berichte zur Denkmalpflege in Niedersachsen. S.2-10
- Roseneck, Reinhard, Marbach Wilhelm (1993): Historische Bergbau-Region Harz Denkmalpflegerisch/Museales Rahmenkonzept. Erstellt im Auftrage des Niedersächsischen Ministeriums für Wissenschaft und Kultur. Braunschweig/ Clausthal-Zellerfeld
- Roseneck, Reinhard, Hrsg. (2000): Der Rammsberg. Tausend Jahre Mensch-Natur-Technik. Goslar
- Saarland Staatskanzlei, Hrsg. (2000): Industriekultur Saar (IKS). Der Bericht der Kommission. Saarbrücken
- Schäfer, Thomas (1997): Pilotbuch Industriekultur Saar. Industrie-touristischer Leitfaden durch das Saarland. Hrsg.: Stiftung Industriekultur. Saarbrücken
- Scheffler, Horst (2000): Bericht und Konzeption der Unterharzer Besucherbergwerke, Schaubergwerke, Bergwerksmuseen. Im Auftrag des Fördervereins Unterharzer Bergwerksmuseen Elbingerode. Wernigerode
- Schierz, Heinrich (Be.) (2001): Aufbruch zu neuen Ufern - Die Goitzsche. 62 Quadratkilometer Bergbaufolgelandschaft bei Bitterfeld - das weltweit größte Landschaftskunstprojekt. Hrsg.: Kreissparkasse Bitterfeld. Halle/ Saale
- Schmidt, Birgit (1993): Zschornowitz - Chancen der Erneuerung. Hrsg.: Gemeinde Zschornowitz, Projektgesellschaft. Dessau
- Schmitt, Armin (1989): Denkmäler saarländischer Industriekultur. Wegweiser zur Industriestraße Saar-Lor-Lux, Edition Saar. Saarbrücken
- Seebauer/ Wefers und Partner (2001): Masterplan Neues Seenland Dübener Heide. Berlin
- Seltmann, Gerhard (Ltg.) (1997): Expo 2000 Sachsen-Anhalt. Die Korrespondenzregion Dessau, Bitterfeld, Wolfen, Wittenberg. Hrsg.: EXPO 2000 Sachsen-Anhalt. Dessau
- Skalecki, Georg (1997): Anmerkungen zur Geschichte der Alten Völklinger Hütte. In: Menges, Axel, Hrsg. (1997): Alte Völklinger Hütte, S.68. Stuttgart/ London
- Slota, Dietrich (1982): Einführung in die Industriearchäologie. Darmstadt
- Soyez, DIETRICH (1986): Industrietourismus. In: Erdkunde. Jg. 40. H.2. S. 105-111
- Soyez, DIETRICH (1987): Industrietourismus. Überlegungen zu Terminologie, Stand und Potential. In: Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung. S.143-176. Bayreuth
- Soyez, DIETRICH (1993): Industrietourismus - Neue Chancen für alte Industrieregionen. In: Megatrend Kultur, Chancen und Risiken der touristischen Vermarktung des kulturellen Erbes. Hrsg.:Becker Christoph, Albrecht Steinecke (= ETI-Texte, 1, 42-56). Trier
- Soyez, DIETRICH (1996): Kulturtourismus in Industrielandschaften. Synopse und „Widerstandsanalyse“. In: Kulturtourismus in Europa: Wachstum ohne Grenzen (=ETI-Studien Band 14). Band 2. S.41-61. Trier
- Soyez, DIETRICH (2001): Industriekultur in Altindustrieräumen.
URL:<http://www.uni-marburg.de/geographie/virtual/deutsch/brd/module/m2/u9.htm>.
Stand: 12.11.2001
- Sörensen, Ulf et al. (1987): Järn bryter bygd. Ekomuseum Bergslagen berättar i landskapet. Guidebok-Handbok. Skinnskatteberg.
- Stadt Hohenmölsen, Gemeinde Großgrirma, Landratsamt Hohenmölsen, Landratsamt Weißenfels, Landratsamt Zeitz, MIBRAG (Mitteldeutsche Braunkohlengesellschaft), Mitteldeutscher Umwelt- und Technikpark, Hrsg. (2000): Bergbau gestern, heute und morgen. Das Braunkohlerevier Zeitz-Weißenfels im Wandel. EXPO 2000
- Stiftung Industriekultur, Hrsg. (1997): Origono - Magazin für Weltkulturerbe. September 1997
- Stiftung Zollverein, Hrsg. (2002): Pressemitteilung. URL: <http://www.zollverein.de/stiftung/presse.asp?OID=26>. Stand: 19.01.2002.
- Streetz, Michael (1999): Sächsische Industriedenkmale in neuer Nutzung. Hrsg.: Sächsisches Staatsministerium des Innern. Dresden
- Struck, Egon (2000): Analyse der wirtschaftlichen Situation der Schaubergwerke Unterharz in Elbingerode, Wettelode und Straßberg. Abschlußbericht. Im Auftrag des Museumsverbandes Sachsen-Anhalt. Barsinghausen
- The Ironbridge Gorge Museum Trust, Hrsg. (2001): The Ironbridge Gorge Museum. Online im Internet. URL: <http://www.ironbridge.org>.
Stand: 23.12.2001
- The Ironbridge Institute, Hrsg. (2001): Postgraduate Courses in Heritage Management and Industrial Heritage. Online im Internet. URL: <http://www.bham.ac.uk/IRONBRIDGE>.
Stand: 22.12.2001
- Thöner, Wolfgang (Rd.) (o.J): Bauhausgebäude in Dessau. Hrsg.: Bauhaus Dessau. Dessau
- Tischer, Horst (Vw.) (1998): Industrie- und Film-museum Wolfen-Gestaltungsentwurf. UNITE Wissenschaft, Architektur, Graphik Karlsruhe. Hrsg.: Landkreis Bitterfeld. Bitterfeld
- Toyka, Rolf, Hrsg. (1993): Bitterfeld Braunkohlereviere. Probleme, Chancen, Visionen. München
- Trinder Barrie, Föhl Axel u.a., Hrsg. (1992): The Blackwell Encyclopedia of Industrial Archaeology. Oxford
- Underberg, BERNHARD (1998): Tourismus auf den Spuren der Vergangenheit. Geographie heute - Themenheft: Das neue Ruhrgebiet. Heft 165. S.34-37
- Wagenbreth Otfried, Wächter Eberhardt, Hrsg. (1983): Technische Denkmale in der DDR. Leipzig
- Walther, Hans-Henning (o. J.): Von Holzmangel, Gradierwerken und Solebädern. Streiflichter

- aus der Salzgeschichte Schönebeck. Hrsg.: Kreismuseum Schönebeck. Schönebeck
- Walz, Josef (1993): Der Harz. Im Herzen Deutschlands-Reisen in einer zweitausend Jahre alten Kulturlandschaft. Köln
- Wiehart, Kristjane (1993): Touristischer Führer durch die Geschichte des Bergbaus im Ostharz. (Im Auftrag des Harzer Verkehrsverbandes). Ms. Goslar
- Würzburg (1996): Zur Geschichte des Sangerhäuser Kupferbergbaus. Watterode
- Zeiner Manfred, Spillner Andreas (1993): Touristische Grobkonzeption für die Umwelt-Expo 2000 in Sachsen-Anhalt. DWIF Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München im Auftrag des Ministeriums für Raumordnung, Städtebau und Wohnungswesen des Landes Sachsen-Anhalt. München
- Zeiner Manfred, Harrer Bernhard (2001): Projekt- und Bewirtschaftungsvorschläge für ein Informationszentrum am Wasserstraßenkreuz Magdeburg. München
- Zerressen, Marion (1993): Internationale Bauausstellung (IBA), Emscher Park. Katalog zum Stand der Projekte Frühjahr 1993. Hrsg.: Internationale Bauausstellung Emscher Park GmbH. Gelsenkirchen
- Ziegler, Thilo (2001): Der Röhrigschacht. Eine Führung durch das Bergbaumuseum und Schaubergwerk. Hrsg.: Bergbaumuseum Röhrigschacht. Wettelrode

9 Adressenverzeichnis

Allgemeine Adressen

Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt Turmschanzenstr. 32 39114 Magdeburg	Tel.: 0391 – 567-01 Fax: 0391 – 567-3855 E-mail: poststelle@mk.lsa-net.de
Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt Hasselbachstr. 4 39104 Magdeburg	Tel.: 0391 – 567-01 Fax: 0391 – 567-4722 E-mail: poststelle@mw.lsa-net.de
Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Sachsen-Anhalt Richard-Wagner-Straße 9 06114 Halle (Saale)	Tel.: 0345 – 524730 Fax: 0345 – 524715 E-mail: poststelle@lfa.mk.lsa-net.de
Landesverband der Bergmanns-, Hütten- und Knappenvereine Sachsen-Anhalt e.V. Am Gänseanger 53 39418 Neundorf	Tel.: 039265 – 53140 Fax: 039265 – 53111 E-mail: meyer@lagb.mw.lsa-net.de
Verein „Mitteldeutscher Umwelt- und Technikpark e.V.“ (MUT e.V.) Altmarkt 1 06712 Zeitz	Tel.: 03441 – 833 25 0172 – 364 825 7 Fax: 03441 – 832 15 E-mail: info@mut-zeitz.de
Interessenverein Bergbau e.V. Büro: Glück-Auf-Tour Gr. Ulrichstr. 57, Eingang K 06108 Halle.S.	Tel.: 0345 – 770 5075 Fax: 0345 – 770 5075 E-mail: ivbb.halle@t-online.de
Dachverein Mitteldeutsche Straße der Braunkohle e.V. Margarethenhain 7 04570 Espenhain	Tel.: 034206 – 63 511 Fax: 034206 – 63 409
Museumsverband Sachsen-Anhalt e.V. Käthe-Kollwitz-Str. 11 06406 Bernburg	Tel.: 03471 – 628 116 Fax: 03471 – 628 116 03471 – 628 983 E-mail: museumsverbandsachsen-anhalt@t-online.de
Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. Große Diesdorfer Str. 12 39108 Magdeburg	Tel.: 0391 – 738 430 0 Fax: 0391 – 738 430 2 E-mail: ltvlisa@compuserve.de
Tourismusverband Altmark e.V. Marktstr. 13 39590 Tangermünde	Tel.: 039322 – 346 0 Fax: 039322 – 432 33 E-mail: tv@altmarktourismus.de

Tourismusverband Anhalt-Wittenberg e.V. Albrechtstr. 127 06844 Dessau	Tel.: 0340 – 230 120 Fax: 0340 – 230 1212 E-mail: info@anhalt-wittenberg.de
Regionaler Tourismusverband „Tourismusregion Wittenberg e.V.“ Mittelstraße 33 06886 Lutherstadt Wittenberg	Tel.: 03491 – 402 610 Fax: 03491 – 405 857 E-mail: tourismusregion.wittenberg@freenet.de
Harzer Verkehrsverband e.V. Marktstr.45 38640 Goslar	Tel.: 05321 – 3404 0 Fax: 05321 – 3404 66 E-mail: harzer.verkehrsverband@t-online.de
Saale-Unstrut-Tourismus e.V. Grochlitzerstr. 50 06618 Naumburg	Tel.: 03445 – 233 790 Fax: 03445 – 233 798 E-mail: fremdenverkehr.saale-unstrut@t-online.de
Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e.V. Gerhard-Hauptmann-Str. 34 39108 Magdeburg	Tel.: 0391 – 738 790 Fax: 0391 – 738 799 E-mail: info@elbe-boerde-heide.de
Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH Am Alten Theater 6 39104 Magdeburg	Tel.: 0391 – 567 708 0 Fax: 0391 – 567 708 1 E-mail: lmg@lmg-sachsen-anhalt.de
Heilbäder- und Kurorteverband Sachsen-Anhalt e.V. Badepark 1/3 39218 Schönebeck	Tel.: 03928 – 705 550 Fax: 03928 – 705 552 E-mail: Heilbaeder-undKurorteverbandSA@t-online.de
Landesamt für Geologie und Bergwesen Sachsen-Anhalt Köthener Str. 34 06118 Halle	Tel.: 0345 – 521 20 Fax: 0345 – 522 9910 E-mail: poststelle@lagb.mw.lsa-net.de
Deutsche Gesellschaft für Industriekultur e.V. Emscherstraße 71 47137 Duisburg	Tel.: 0203 – 426 482 Fax: 0203 – 426 481 E-mail: dgfi@industriekultur.de
Niedersächsisches Landesamt für Denkmalpflege Scharnhorststr. 1 30175 Hannover	Tel.: 0511 – 925 50 Fax: 0511 – 925 5326

Adressen der ausgewählten Kristallisations-, Anker- und Anlaufpunkte

<p>Der Rammelsberg Besucherbergwerk und Museum Bergtal 19 38640 Goslar</p>	<p>Tel.: 05321 – 750-0 Fax: 05321 – 750-130 E-mail: info@rammelsberg.de</p>
<p>Drei Kronen & Ehrh Mühlental 13 38875 Elbingerode/Harz</p>	<p>Tel.: 039454 – 429 10 Fax: 039454 – 487 40 E-mail: info@dreikronenundehrt.de</p>
<p>Schaubergwerk Büchenberg An der B 244 38875 Elbingerode</p>	<p>Tel.: 039454 – 422 00 Fax: 039454 – 422 00 E-mail: schaubergwerk- buechenberg@web.de</p>
<p>Fürst Stolberg Hütte Ilseburg GmbH Schmiedestr. 16-18 38871 Ilseburg</p>	<p>Tel.: 039452 – 2494 Fax: 039452 – 8180 E-mail: Fuerst_Stolberg_Huette@t- online.de</p>
<p>Hütten- und Technikmuseum Ilseburg Marienhöfer Str. 9b 38871 Ilseburg</p>	<p>Tel.: 039452 – 2222</p>
<p>Schaubergwerk und Bergbaumuseum Röhrigschacht Wettelrode 06528 Wettelrode</p>	<p>Tel.: 03464 – 587 816 Fax: 03464 – 582 768</p>
<p>Mansfeld Museum Schloßstr. 7 06333 Hettstedt</p>	<p>Tel.: 03476 – 200 753 Fax: 03476 – 200 753 E-mail: Mansfeld-Museum- Hettstedt@gmx.de</p>
<p>Mansfelder Kupfer und Messing GmbH Lichtlöcherberg 40 06333 Hettstedt</p>	<p>Tel.: 03476 – 890 Fax: 03476 – 812 476</p>
<p>Bergwerksmuseum Grube Glasebach Kirchstr. 83 06493 Straßberg</p>	<p>Tel.: 039489 – 201 Fax: 039489 – 201</p>
<p>Hüttenmuseum Thale Walter-Rathenau-Str. 1 06502 Thale</p>	<p>Tel.: 03947 – 72256 Fax: 03947 – 71256 E-mail: huettenmuseum-thale@t-online.de</p>

Harzer Schmalspurbahnen GmbH Friedrichstr. 151 38855 Wernigerode	Tel.: 03943 – 5580 Fax: 03943 – 558112 E-mail: info@hsb-wr.de
Stiftung Bauhaus Dessau Gropiusallee 38 06846 Dessau	Tel.: 0340 – 6508 0 Fax: 0340 – 6508 226 E-mail: besuch@bauhaus-dessau.de
Brikettfabrik „Hermannschacht“ Zeitz Verein „Mitteldeutscher Umwelt- und Technikpark e.V. Altmarkt 1 06712 Zeitz	Tel.: 03441 – 833 25 Fax: 03441 – 832 15 E-mail: info@mut-zeitz.de
Deutsches Chemiemuseum Geusaer Straße 06217 Merseburg	Tel.: 03461 – 462 269 Fax: 03461 – 462 270 E-mail: klaus.krug@bib.fh-merseburg.de
Industrie- und Filmmuseum Wolfen Chemiepark Bitterfeld-Wolfen Areal A Bunsenstr. 4 06766 Wolfen	Tel.: 03494 – 636 446 Fax: 03494 – 636 091 E-mail: ifm-wolfen@gmx.de
Ferropolis GmbH Museum und Veranstaltungen Ferropolisstr. 1 06773 Gräfenhainichen	Tel.: 034953 – 351 25 034953 – 351 20 Fax: 034953 – 351 23 E-mail: event@ferropolis-online.de
Technikmuseum „Hugo Junkers“ Kühnauer Str. 161a 06846 Dessau	Tel.: 0340 – 661 1982 Fax: 0340 – 661 1193 E-mail: Technikmuseum-Dessau@t-online.de
Wasserstraßenkreuz Magdeburg Wasserstraßen-Neubauamt Kleiner Werder 5c 39114 Magdeburg	Tel.: 0391 – 535 0 Fax: 0391 – 535 2214 E-mail: poststelle@wna-md.wsv.de
Technisches Halloren- und Salinemuseum Mansfelder Str. 52 06108 Halle (Saale)	Tel.: 0345 – 202 5034 Fax: 0345 – 202 1488 E-mail: salinenmuseum-halle@halle.de
Kunsthof Bad Salzelmen Badepark 1 39218 Schönebeck	Tel.: 03928 – 7055 59 Fax: 03928 – 7055 42 E-mail: info@solepark.de

Impressum

- Herausgeber: Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt in Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt
- Redaktion: Christian Antz, Referatsleiter Tourismus, Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Magdeburg
Joachim Maschke, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (**dwif**)
- Autoren: Christian Antz, Referatsleiter Tourismus, Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt
Joachim Maschke, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (**dwif**)
Lars Bengsch, Manfred Zeiner, **dwif** – Consulting GmbH
Wolfgang Ebert, Deutsche Gesellschaft für Industriekultur e.V.
Hubert Job, Daniel Metzler, Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für Wirtschaftsgeographie
- Mitarbeit: Ingo Mundt, Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt
Rainer Philipp, Landesamt für Denkmalpflege Sachsen-Anhalt
Studenten der Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für Wirtschaftsgeographie (Geländepraktikum)
- Umschlagfoto: FERROPOLIS GmbH
- Bildnachweis: **dwif** – Consulting GmbH
- Stand: Mai 2003
- ISBN: 3-935971-12-5
- Druck: Grafisches Centrum Cuno, Gewerbering West 27, 39240 Calbe