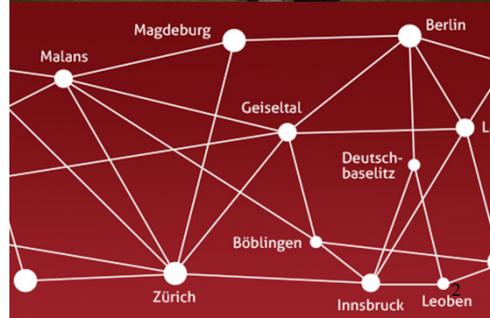


**Karsten Feucht**

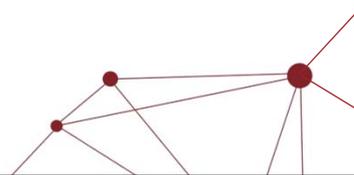
**WAHRNEHMEN  
BERATEN  
GESTALTEN**

- von Industriekultur, Stadt und Region
- Wahrnehmungswerkstätten<sup>®1997</sup>
- Potentialanalysen
- Moderation, Beratung und Schulung
- touristische Konzepte
- Projektentwicklungen



## Einstiegsfrage

**Wofür steht Schöneweide in Zukunft (z.B. 2020)?**  
**1 persönliches Wort oder 1 Satz**



## Bewertung der Entwicklungsmöglichkeiten eines Besucherzentrums in Schöneweide

- 1. Typologie und Erfolgsfaktoren von Besucherzentren**
  - Beispiele
  - XS – M - XL
- 2. Ausgangslage für ein industriekulturelles Besucherzentrum in Schöneweide**
  - Standortbewertung
  - Marktbewertung
- 3. Einordnung des Industriesalon als Besucherzentrum**
  - Entstehung, Organisationsform, Finanzierung, Situation, Angebote
  - Mögliche Entwicklungsszenarien
- 4. Mögliche Szenarien eines Besucherzentrums für Schöneweide**
  - Reisebüro/Incomingagentur – Erlebnismuseum – Wissenschaftsforum – soziokulturelles Zentrum  
– Quartiersentwicklungszentrum
- 5. Die nächsten Schritte**
  - Ihre Motivationen, Visionen und Bedarfe
  - Schlussfolgerungen für den Charakter des Besucherzentrums

## 1. Dimensionen von Besucherzentren

XS	M	XL
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 300.000 Investition</li> <li>- 100.000 Jahresumsatz</li> <li>- 1 MA + Ehrenamtliche</li> <li>- 100-500 qm</li> <li>- unter 10.000 Besucher</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 Mio Investition</li> <li>- 300.000 Jahresumsatz</li> <li>- 3-5 MA</li> <li>- 500-1000 qm</li> <li>- um 30.000 Besucher</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2-10 Mio Investition</li> <li>- 1 Mio Jahresumsatz</li> <li>- 10-15 MA</li> <li>- 2.000 – 5.000 qm</li> <li>- über 100.000 Besucher</li> </ul>
<p><b>Beispiele</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Industriesalon</li> <li>- Energie-Museum</li> <li>- Initiative Völklinger Hütte eV</li> <li>- Verein „Zollverein Touristik“</li> </ul>	<p><b>Beispiele</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tour de Ruhr</li> <li>- Haus Risphorst</li> <li>- Besucherzentrum Hoheward</li> <li>- excursio</li> <li>- IBA-Terrassen</li> </ul>	<p><b>Beispiele</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arche Nebra</li> <li>- Haus der Berge</li> <li>- Portal der Industriekultur</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lokale Initiative und ehrenamtliches Engagement</li> <li>➤ Verwurzelung und Authentizität</li> <li>➤ Existenzgefährdung wg. Selbstausbeutung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Besucherzentrum mit thematischer Ausrichtung</li> <li>➤ Funktionale Synergieeffekte ermöglichen Einbindung starker Partner zur Finanzierung</li> <li>➤ 0 – 30 % Erwirtschaftung durch Gäste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Überregionaler Besuchermagnet</li> <li>➤ Institutionelle oder staatliche Einrichtung</li> <li>➤ Eintritt und Besucherzahl ermöglicht Wirtschaftlichkeit - Gefahr der „Disneyisierung“</li> </ul>

## Beispiel XL: Haus der Berge Berchtesgaden

- **Informationszentrum der Berge, Bildungszentrum, Außengelände**
- ca. 1.300 qm
- 19 Mio € Investition
- 11 MA – jedoch: „Ohne Praktikanten und 'Bufdis' wäre der Betrieb nicht aufrecht zu erhalten.“
- Seit Eröffnung im Mai 2013: 130.000 Besucher!
- Eintritt 2,00 - 4,00 €



Fotos: Nationalpark Berchtesgaden



- **Thema Natur und Landschaft populär inszeniert**
- **Besucherzentrum selbst ist Attraktion**
- **Wirtschaftlichkeit durch Dimension**

### Beispiel XL: Arche Nebra

- **Bedeutung haben und Bedeutung geben**
- 4,5 Mio € Investition
- ca. 500.000 € Jahresumsatz
- um 70.000 Besucher/Jahr
- Betrieb nahezu kostendeckend durch Eintritt 4,00 - 9,50 €



- **Populäres Thema Archäologie**
- **Besucherzentrum selbst ist Attraktion**
- **Wirtschaftlichkeit durch Dimension**

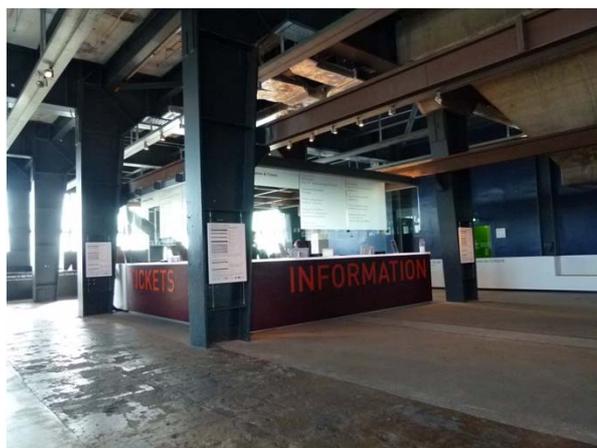
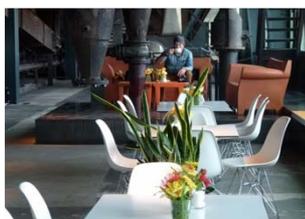
### Zeche Zollverein, Essen



**Beispiel XL: Portal der Industriekultur, Essen**



**Beispiel XL: Portal der Industriekultur, Essen**



### Beispiel XL: Portal der Industriekultur, Essen

- **Zentrales Informationszentrum der Industriekultur im Ruhrgebiet**

- ca. 500 qm
- Mehrere Mio € Investition
- ca. 28 MA
- um 100.000 Besucher
- eigene Einnahmen durch Eintritt 5,00 – 8,00 €



- **Überregionale Funktion**
- **Authentische Lage in Zeche Zollverein**
- **Exzellente Gestaltung**
- **Starker Träger (Stiftung Zeche Zollverein)**

### Emscher Landschaftspark



### Beispiel M: Haus Ripshorst, Oberhausen

- **Informationszentrum für den gesamten „Emscher Park“**
- ca. 400 qm
- 1 Mio € Invest für neue Gestaltung (+ 3,5 Mio für Haus)
- 5 MA
- Budget 50.000 € + ÖA + Stellen
- ca. 35.000 Besucher, freier Eintritt
- zu 100% getragen durch den RVR



- **großzügige, attraktive Gestaltung**
- **klare Ausrichtung auf Fachinteressierte**
- **starker Träger (RVR)**

### Horizontastronomie auf der Halde Hoheward



### Beispiel M: Besucherzentrum Hoheward

- **Besucherzentrum und Incoming-Agentur**

- 241 qm
- 500.000 € Investition für Umbau
- 4 MA
- 310.000 € Jahresumsatz
- um 10.000 Besucher
- 1/3 eigene Einnahmen durch Tourenangebot



- **Tourenangebot**
- **Attraktion Horizontastronomie**
- **Starker Träger (RVR)**

### Bergbaufolgelandschaften, Lausitz



**Beispiel M: Besucherzentrum IBA-Terrassen, Lausitz** 

- Informationszentrum der IBA, Veranstaltungen, Touren
- ca. 1.100 qm
- 4,2 Mio € Investition
- 6 MA
- ca. 265.000 € Jahresumsatz
- um 30 - 60.000 Besucher
- 1/3 Einnahmen durch Touren, Eintritt, Shop



- spektakuläre Lage
- Zentrale der IBA
- große Events

**Bergbautourismus in Welzow**



**Beispiel M: Besucherzentrum excursio in Welzow** **excursio**  
BESUCHERZENTRUM

- **Touren, Veranstaltungen, Entwicklung, Schulungen**
- ca. 1.000 qm
- 2 Mio € Investition
- ca. 10 MA
- ca. 300.000 € Jahresumsatz
- um 10.000 Besucher
- 1/3 eigene Einnahmen durch Tourenangebot



- **Alleinstellung aktiver Tagebau**
- **Starke Partner**
- **Mix aus Touren, Veranstaltungen und Schulungen**

**Fazit aus der Analyse**  
**Erfolgsfaktoren von Besucherzentren**

- **Gutes, überregional bedeutendes Produkt bzw. Angebot:**  
Klare Identität und Mission > gute Kommunikation und Gestaltung
- **Funktionale Synergien nutzen in Kooperation mit Partnern**
- **Wirtschaftlichkeit bei „XL“-Variante möglich**

## 2. Ausgangslage für ein industriekultur-touristisches Besucherzentrum in Schöne-weide

- **Schwierig aber nicht aussichtslos**

### **Standortbewertung Schöne-weide** **Einzugsbereich und Nachfragepotenzial**

Einzugsbereich bis 90 Minuten Anfahrzeit:

Stadt Berlin + Dahme-Seen + Seenland Oder-Spree > **ca. 4 Mio Einwohner!**

- **Aber:**  
nur 2% der Wohnbevölkerung unternehmen Ausflüge zu Freizeitparks,  
Infozentren, Science-Centern u.ä. (=„XL“-Variante) (dwif, 2006)

Touristisches Potenzial:

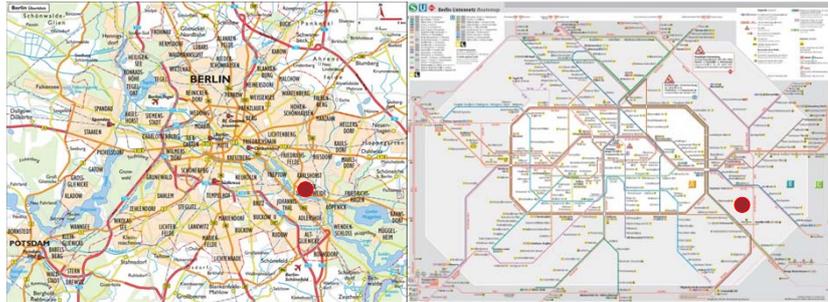
Berlin hat bald **30 Mio Touristen/Jahr**, „Abfluss“ in die Bezirke erwünscht!

- **Aber:**  
Nur 1,2 % des Umsatzes im Tourismus geht auf Industriekultur-tourismus  
zurück (ift, 2010)

## Standortbewertung Schöneweide

### Lage

- **Entfernung**



- **Erreichbarkeit**

> S+U Brandenburger Tor (Berlin)	14:10 ab	0:52		2,60 €
> Wilhelmshofstr./Edisonstr. (Berlin)	14:56 an			1,60 €
> S+U Alexanderplatz Bnf (Berlin)	14:05 ab	0:37		2,60 €
> Wilhelmshofstr./Edisonstr. (Berlin)	14:36 an			1,60 €

## Standortbewertung Schöneweide

### Touristische Wegeverbindungen

- **Wasserwege**



- **Radwege**

- Europaradweg R1 (Calais mit St. Petersburg): führt durch Berlin als „Spreeradweg“
- Tangentialroute TR8: Beschilderung 2017



## Standortbewertung Schöne-weide Einbindung in den Bezirk

- **Netzwerk an Besucherzentren in Treptow-Köpenick**
  - Paradies Wuhlheide beim Freizeit- und Erholungszentrum FEZ
  - Flughafen Berlin-Brandenburg
  - Touristinformation im Zentrum von Köpenick
  - Am Treptower Hafen
  - Industriekulturelles Besucherzentrum Schöne-weide

## Standortbewertung Schöne-weide Thematische Vernetzung

- **Einbindung von Schöne-weide in die Industriekultur-Landschaft Berlins und Umgebung**
  - Deutsches Technik-Museum und andere kleinere Museen wie Energiemuseum, ...
  - Infostationen in Siemensstadt und Hufeisensiedlung
  - Museumspark Rüdersdorf, Funkerberg Königs Wusterhausen (Zentrum für Energie)
  - Netzwerk „Berliner Zentrum für Industriekultur“
  - Elektropolis-Initiative



## Standortbewertung Schöneeweide

### Marktbewertung

#### Touristisches Potenzial

Schöneeweide hat Schwieriges Image und ist touristisch noch kaum relevant –

- **Aber:**  
Bezirk „ist im Kommen“  
Indizien: Zuzug von Studenten, Wohnungsboom, Café „Schöneeweile“

#### Thema Industriekultur

Industriekultur ist für Berlin junges Thema

- **Aber:**  
Industriekultur hat als Schnittmengenthema enorme Wachstumspotenziale und Synergieeffekte (Frohne, Pauen, 2013)

#### Trends im Tourismus

Besucherzentren sind aufwändig und kostspielig

- **Aber:**  
attraktive Erlebniszentren und Themenwelten (Edutainment) erleben einen nicht abbrechenden Boom im Tourismus (dwif, 2007)

## Fazit der Standortbewertung

### Erfolgsfaktoren für Schöneeweide

- **Schatz heben**  
Schöneeweide ist noch wenig als touristische Destination entwickelt und muss erst noch zu einer Attraktion gemacht werden
- **Thema schlägt Destination**  
Thematisierung dessen, was Schöneeweide einmalig macht und den Besuch lohnt
- **Industriekultur + X**  
Industriekultur ist für Berlin ein junges Thema. Sie verkauft sich am Besten in Verbindung mit etwas Anderem
- **Authentizität:**  
Der Gast nimmt nur an, was der Berliner bereits angenommen hat  
Die Entwicklung des Tourismus und die Entwicklung des Quartiers geht Hand in Hand – das Eine kann das Andere befördern

### 3. Entwicklung des **Industriesalons Schöneeweide**

#### Entstehung

2009 Gründung:

- Engagement gegen Abriss von historischem Zieselbau auf HTW-Gelände
  - Rettung des „Museums im Turm“ im ehemaligen Werk für Fernsehelektronik
  - Mietfreie alte Industriehalle auf dem Gelände von Herrn Herrmann
- 2011 Sanierung der Halle mit 330.000 € aus dem PMO-Topf (15 Jahre Zweckbindung)

#### ➤ Besucherzentrum mit: **Museum, Touren, T-Info, Technikforum, Veranstaltungen, Café**

- ca. 2.000 Besucher/Jahr

#### Mitarbeiter

15 Mitarbeiter über verschiedene Förderungen (Kommunal-Kombi, Eingliederungszuschuss, FAV, BuFDi, WDM, ...)

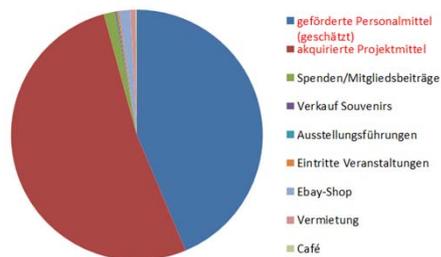
#### Projektakquise

- LSK (Lokales Soziales Kapital), Bezirk
- Aktionsfonds gegen Rechts
- Dezentrale Kulturarbeit (Bezirk)
- Sondermittel (Bezirk)
- Ehrenamtsmittel (Wirtschaftsförderung Bezirk)
- Sparkassenstiftung
- Lottomittel

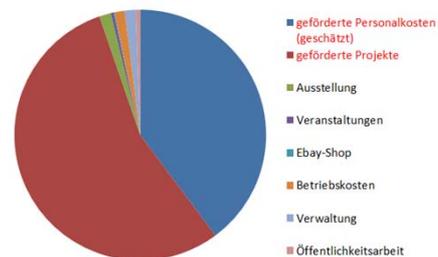
### Gegenwärtige Situation des **Industriesalons Schöneeweide**

#### Finanzierung:

- Einnahmen



- Ausgaben



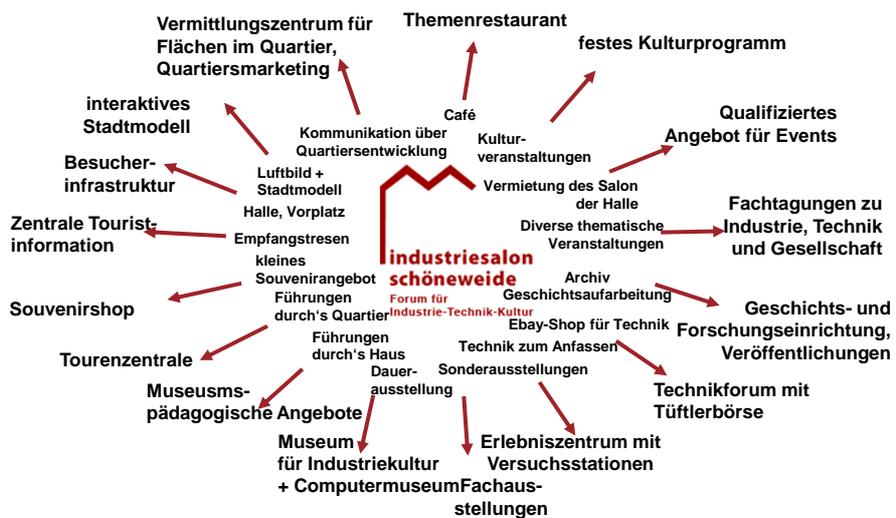
#### Fazit:

- Beachtlicher Umsatz von über 300.000 €, allerdings hohe „Förderquote“ von 95 %
- Keine solide bzw. langfristige Absicherung eines kontinuierlichen MA-Stabs
- Arbeit fußt auf sehr viel persönlichem Engagement, das mit sehr viel Herzblut eingebracht wird. Spannungsfeld zwischen kraftvoller Authentizität und erschöpfender Selbstausschöpfung
- Teilweise Überalterung macht Maßnahmen zur Sicherung des Nachwuchses nötig

**Gegenwärtige Angebote des Industriesalons Schöneweide**



**Mögliche Professionalisierung des Industriesalons Schöneweide**



#### 4. Mögliche Szenarien für Schöneweide



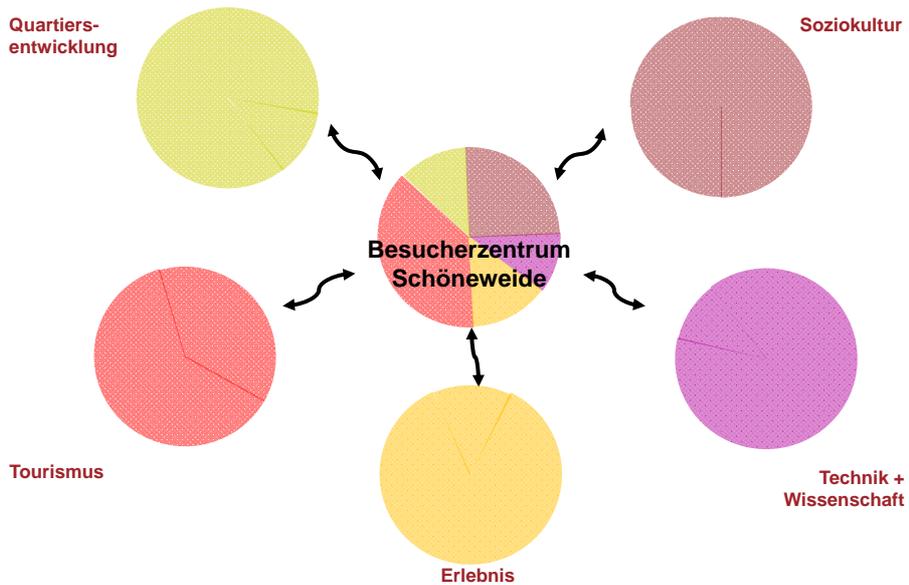
#### 4. Mögliche Szenarien für Schöneweide



Zutaten **Besucherzentrum**



5. Ermittlung des Bedarfs für ein **Besucherzentrum Schöneweide**



### Fragen zur Diskussion

**Bedarf**      Was braucht Schönevide?

**Charakter**      Welche Funktion / welche Ausrichtung  
soll das Besucherzentrum haben?

**Nutzen**      Was kann ich dazu beitragen?

Karsten Feucht  
Dipl.-Ing. Architektur

Seestraße 76  
01983 Großräschen

Telefon: 035753 68 90 10  
Mobil: 0177 52 22 642

[feucht@transform-info.de](mailto:feucht@transform-info.de)  
[www.transform-info.de](http://www.transform-info.de)