

170. Tourismusfrühstück®

Datum/Zeit: 28.09.2011, 9.00 – 10.30 Uhr
Veranstaltungsort: Moritzbastei, Veranstaltungstonne
Teilnehmer: ca. 120 interessierte Gäste

Moderation: Dr. Helge-Heinz Heinker freier Journalist und Autor

Podium:

Prof. Dr. Andreas Berkner	Dachvereins Mitteldeutsche Straße der Braunkohle e.V., Vorsitzender. und Regionale Planungsstelle Leipzig, Leiter
Dr. Jörg Feldkamp	Zweckverbands Sächsisches Industriemuseum, Geschäftsführer
Karl-Detlef Mai	Rundum Leipzig – Mai- Regio Tour, Geschäftsführer
Thies Schröder	FERROPOLIS GmbH, Geschäftsführer
Bernd Sikora	Architekt und Autor u.a. von „Industriearchitektur in Sachsen“, 2010 und „Das Waldstraßenviertel“, 2011

„Bergbau und Industriekultur in und um Leipzig – Chancen und Grenzen als Tourismusangebot“

Der Tourismus-Kick* vom 28.09.2011

„Der Karl-Heine-Kanal hat sich von einem Industriekanal zu einem Vergnügungskanal verwandelt,
der so rege befahren wird, dass er am Wochenende schon manchmal an Bangkok erinnert.“

* nach jedem Treffen wählt die LTM GmbH eine prägnante Bemerkung oder einen witzigen Versprecher oder eine philosophische Aussage zum Tourismus-Kick des Monats aus!

Fragen	Aussagen	Ergebnisse/ Konsequenzen/ weitere Informationen
<i>Zum Einstieg:</i>	Das Tourismusfrühstück® des Monats September 2011 stand in der Verantwortung der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH (LTM GmbH). Podium und Gäste diskutierten über das Thema „Bergbau und Industriekultur in und um Leipzig – Chancen und Grenzen als Tourismusangebot“. Die Spuren der Industrie sind in Leipzig und ganz Mitteldeutschland vielerorts verschwunden, aber der Industrietourismus ist in Zeiten von „Eventkultur“ und neuen Freizeitangeboten ein Nischenmarkt mit Potential. Grund genug, um über die verbleibenden Industriedenkmäler und ihre mögliche touristische und wirtschaftliche Nutzung zu sprechen.	Leipzig Tourismus und Marketing GmbH Augustusplatz 9 04109 Leipzig Tel. +49 (0)341 7104-260 Fax +49 (0)341 7104-271 info@ltm-leipzig.de www.leipzig.travel

Fragen	Aussagen	Ergebnisse/ Konsequenzen/ weitere Informationen
<i>Inwieweit ist in Sachsen ein Bewusstsein für Industriekultur entstanden?</i>	<p>In Sachsen hat der höfische Glanz lange alles andere überstrahlt. Erst in den vergangenen Jahren ist die Bedeutung der Industriekultur gewachsen. Die Museen verzeichnen immer mehr Besucher und auch die Politik beginnt sich mit dem Thema zu beschäftigen. Das Thema ist im Koalitionsvertrag enthalten und die Möglichkeit der Gründung einer Sächsischen Stiftung der Industriekultur wird derzeit geprüft. In Sachsen hat damit eine vergleichsweise langsame Entwicklung in diesem Bereich stattgefunden. Andere Regionen und Länder sind dieses Thema weit schneller und positiver angegangen, beispielsweise Nordrhein-Westfalen oder England.</p>	<p>Zweckverband Sächsisches Industriemuseum Tel. +49 (0) 371 3676125 Fax +49 (0) 371 3676127</p>
<i>Wie wird in Leipzig mit den vorhandenen Schätzen der Industriekultur umgegangen?</i>	<p>Die EXPO 2000 hat für Leipzig entscheidende Impulse geliefert und einen Startschuss gegeben. In Plagwitz ist im Zusammenhang mit dem einstigen Industriekanal, dem Karl-Heine-Kanal, beeindruckendes entstanden. Das hat auch auf andere Bereiche der Stadt, wie zum Beispiel auf das Grafische Viertel, ausgestrahlt. Natürlich gibt es auch noch Bereiche – beispielsweise in Plagwitz um die Limburger Straße herum – in denen Handlungsbedarf besteht. Leipzig ist auch eine Stadt des Verkehrs, ein Element, das ebenfalls zur Industriekultur gehört. Dementsprechend müssen auch die unzähligen stillgelegten Gleise in Plagwitz noch als begrünte Wege überarbeitet werden. Ein wichtiges Projekt ist hier noch die Umgestaltung des Eilenburger Bahnhofs zum Lene-Voigt-Park.</p> <p>Darüber hinaus gibt es ein weiteres, bisher unbekanntes, Projekt mit touristischem Potential: Die Stadt Leipzig war Eigentümer einer sehr großen Steinkohleförderanlage in Ölsnitz im Erzgebirge. Aus dem Leipziger Rathaus heraus wurden dort zwischen 1919 und 1945 acht Schächte verwaltet, es war Leipzigs größte Kohlequelle. Die Halde mit der riesigen Krananlage für die dort gewonnene Kohle steht auf der Liste für das Weltkulturerbe. Wenn die Autobahn fertig ist, und die Bahn direkt bis nach Chemnitz fährt, wird das ein ungeheuer interessantes touristisches Ziel.</p>	<p>Miriquidi Media Bernd Sikora Leibnizstraße 24 04105 Leipzig Tel. +49 (0) 341 9800270 Fax +49 (0) 341 9800070</p>
<i>Kommen Touristen gezielt nach Leipzig, um Industriekultur zu erleben?</i>	<p>Die Gäste kommen in erster Linie, um Leipzig kennen zu lernen. Das Umland steht bisher nur selten im Mittelpunkt des Interesses. Allerdings lassen sich Besucher durchaus für das Leipziger Umland interessieren, wenn Ihnen ein Paket angeboten wird, das alle Facetten Leipzigs und des Umlandes zeigt. Meist sind die Besucher zunächst skeptisch, im Nachhinein aber völlig begeistert. Vor allem die Kombination aus der Seenlandschaft des Leipziger Neuseenlandes mit den Zeugen der früheren Tagebauindustrie begeistert die Gäste immer wieder, weil der Landschaftswandel ganz konkret erlebbar wird. Die Gäste müssen für das Thema begeistert werden und das funktioniert bisher leider nur über eine</p>	<p>RUNDUM Leipzig Mai-Regio Tour Kulturhaus Böhlen Leipziger Straße 40 04564 Böhlen Tel. +49 (0)3418605901 Fax: +49 (0)34206 55992 info@rundum-leipzig.de www.rundum-leipzig.de</p>

Fragen	Aussagen	Ergebnisse/ Konsequenzen/ weitere Informationen
<p><i>Wie gut funktioniert das Konzept einer Nachnutzung der Industriedenkmäler in Ferropolis? Welche Zielgruppen können für das Thema begeistert werden?</i></p>	<p>verschleiende Phrasologie. Mit Touren wie der „Phönixtour“, der Bernsteintour oder „Neuseenlandtour“ werden dabei zwischen 7.000 und 10.000 Besucher jährlich gewonnen.</p> <p>Ferropolis positioniert sich als Stadt aus Eisen und stützt sich auf zwei Standbeine. Neben der touristischen Nutzung mit rund 40.000 Tagesbesuchern jährlich trägt sich das Projekt primär über die Nutzung als Veranstaltungsgelände mit über 160.000 Besuchern pro Jahr. Diese hohe Besucherzahl wird durch die Zusammenarbeit mit Veranstaltungspartnern erreicht, denn die Gäste kommen nicht um Ferropolis zu sehen, sondern wegen der Anziehungskraft der Festivals und Großveranstaltungen. So können mittlerweile auch viele internationale Gäste nach Ferropolis gelockt werden, rund 30% kommen aus dem europäischen Ausland. Die skandinavischen Länder sind hier genauso ein Zielmarkt wie Großbritannien, die Benelux-Staaten, die Schweiz, Italien und Spanien. Auf diese Weise gelingt es immer besser, die Kosten für die Erhaltung der Anlagen zu erwirtschaften.</p>	<p>Ferropolis GmbH Ferropolisstraße 1 06773 Gräfenhainichen Tel. +49 (0)34953 35-120 Fax: +49 (0)34953 35-123 info@ferropolis.de www.braunkohlenstrasse.de</p>
<p><i>Wie konnte die Mitteldeutsche Straße der Braunkohle etabliert werden?</i></p>	<p>Anfang der 1990er Jahre sind beinahe wöchentlich Industriesachzeugen beseitigt worden, zunächst ohne Verlustbewusstsein, die über das Ende der Umweltbelastungen froh waren. Doch ungefähr 1993 hat ein Nachdenken eingesetzt, welche Konsequenzen ein solches Handeln haben würde. Auch Bergbaulandschaft ist Kulturlandschaft, die erhalten werden muss, weil sie zur Identität der Regionen gehört. Dann sind länderübergreifende Erhaltungsbemühungen entstanden und 1996 ist der Dachverband gegründet worden. Die Etablierung der Straße als touristisches Ziel ist aber eher schwierig. Es sind zu viele Themen in der Umgebung, die viel positiver besetzt sind: Wein, Porzellan und Silber beispielsweise. Der Dachverein hat dann auch schnell davon abgesehen, ein touristisches Wegeleitsystem zu etablieren. Der Verwaltungsaufwand wäre absolut unverhältnismäßig gewesen. Stattdessen wird ein Exkursionsführer „auf der Straße der Braunkohle“ etabliert, der auf über 400 Seiten alles Wissenswerte vermittelt. Braunkohle ist auch kein stetes Thema, es passieren ständig Veränderungen. Daher erscheint der Exkursionsführer ca. alle fünf Jahre.</p>	<p>Dachverein mitteldeutsche Straße der Braunkohle e.V. Regionaler Planungsverband Leipzig- Westsachsen Bautzner Straße 67 04347 Leipzig Tel. +49 (0)3433 209121 Fax: +49 (0)3433 209199 info@braunkohlestrasse.de www.braunkohlenstrasse.de</p>
<p><i>Wie kann das Thema Braunkohle Kindern und Jugendlichen nahe gebracht werden?</i></p>	<p>Wichtig ist, dass das Thema nicht trocken sondern mit viel Engagement vermittelt. Wenn es spannend und einleuchtend erzählt wird können auch junge Menschen dafür begeistert werden. Hier besteht auch noch Handlungsbedarf in den Schulen, die Geschichte der Heimat kann noch intensiver vermittelt werden.</p>	
<p><i>Wird die Industriekultur durch Kooperationen mit der</i></p>	<p>In diesem Bereich besteht in der Tat eine enge Zusammenarbeit und Förderung. Das passiert häufig über Kleinigkeiten wie Verlinkungen auf Websites oder Hinweise auf mögliche Touren und Ziele an die Gäste.</p>	

Fragen	Aussagen	Ergebnisse/ Konsequenzen/ weitere Informationen
<p><i>Hotellerie und Gastronomie gestärkt?</i></p> <p><i>Besteht die Möglichkeit, in Leipzig ein Industriemuseum zu eröffnen, das dem in Chemnitz ähnelt?</i></p> <p><i>Inwieweit lässt sich aus der freien Wirtschaft Unterstützung generieren?</i></p> <p><i>Bieten Nutzungskonzepte wie Ferropolis die Möglichkeit Industriedenkmäler zu erhalten?</i></p>	<p>Auch über die Hotellerie und Gastronomie hinaus gibt es hilfreiche Kooperationen. Beispielsweise mit den Tourist-Informationen der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH und des Tourismusvereins Leipziger Neuseenland e.V.</p> <p>Für museale Projekte ist traditionell nicht genügend Geld vorhanden. Beispiele in Leipzig dafür sind das Naturkundemuseum und das Sportmuseum. Es wäre unrealistisch auf ein öffentlich finanziertes Industriemuseum zu hoffen. Allerdings bestehen Möglichkeiten der privaten Nachnutzung, bei der die Industriedenkmäler auch öffentlich zugänglich gemacht werden. Ein Beispiel ist hierfür die Konsum-Zentrale. Die privaten Investoren bekommen Raum zur eigenen Nutzung, die Industriedenkmäler werden saniert und erhalten und trotzdem bleiben sie für Besucher offen. Wichtig wäre aber, eines der verfallenen Objekte in Plagwitz als Sammelstelle einzurichten. Diese Sammlung könnte als Grundlage für ein späteres Museum dienen.</p> <p>Ohnehin bleibt offen, ob ein Leipziger Industriemuseum die nötige Aufmerksamkeit erlangen würde. Ein Sächsisches Industriemuseum kann die Ressourcen viel besser bündeln und auch das Industriemuseum in Chemnitz stellt Sächsische Industriegeschichte dar, keineswegs ausschließlich die Chemnitzer.</p> <p>Das Generieren von Unterstützung aus der Wirtschaft gestaltet sich in Sachsen sehr schwer. Da im Freistaat kaum Konzernzentralen zu finden sind, müssen Spenden und Sponsorings fast immer extern genehmigt werden. Und der in Sachsen stark vertretene Mittelstand verfügt meist leider nicht über genügend Kapital, um eine Hilfe sein zu können.</p> <p>Im Fall Ferropolis zeigen die Menschen viel Interesse, sei es für Festivals oder Firmenveranstaltungen. Aktives Bemühen, um sie spielt dabei aber eine sehr große Rolle. Die Gäste kommen nicht von selbst. Bei diesen Nutzungskonzepten stoßen wir aber auch an Grenzen: der Erhalt und Unterhalt der Industriedenkmäler ist durch solche Veranstaltungen durchaus möglich, die Schwierigkeit liegt im Erfüllen des musealen, gesellschaftlichen Auftrags, also der Sammlung und Wissensvermittlung.</p> <p>Durch die Events in Ferropolis kommt viel Geld zusammen, um das industriekulturelle Erbe zu erhalten. Aber auch deutschlandweite Mittel sind nötig. Touristische Vermarktung allein kann diese Aufgabe nicht erfüllen. Politische und wirtschaftliche Akteure müssen besser eingebunden werden. Interessenverbände sind wichtig, um die Konzepte zu unterstützen. Bisher basiert die Arbeit für den industriekulturellen Erhalt häufig auf ehrenamtlicher Tätigkeit.</p>	

Fragen	Aussagen	Ergebnisse/ Konsequenzen/ weitere Informationen
<i>Event und Museumspädagogik – Partner oder Spannungsverhältnis?</i>	20 000 sächsische Industriedenkmäler können nicht generell als Museen genutzt werden. Faszination beim Besucher entsteht oft auch ohne den musealen Rahmen, allein durch persönliche Erzählungen oder Führungen. Zukunftsorientiert ist auch ein Weiterdenken wichtig. Das Ziel muss eine zeitgemäße Nutzung der Industriedenkmäler sein.	
<i>Können Lehren von industriekulturellen Events in anderen Regionen gezogen werden? Welche können dies sein?</i>	Als „industrielles Vorbild“ kann Europas „Kulturhauptstadt“ Ruhr 2010 dienen. Dabei waren zehn Industriestädte rund um Essen beteiligt. Die Region zeichnet sich vor allem durch viele Kunstmuseen aus, die Gäste wurden aber eher durch die noch vorhandene Industrie angelockt. Für den mitteldeutschen Raum lassen sich die dort gesammelte Erfahrungen nur bedingt verwenden. Die Offenheit ist begrenzt. Unterschiede zur Ruhr finden sich aber auch schon in den Denkmälern selbst. In Anlehnung an das Ruhrgebiet wäre die Idee einer Sächsischen Landesausstellung zu industriekulturellen Schätzen aber durchaus vorstellbar.	
<i>Fazit</i>	Im Raum Mitteldeutschland, besonders in Sachsen und Sachsen-Anhalt gibt es viele Industriedenkmäler, an deren Nutzungskonzepten weiter gearbeitet wird. Das Potenzial des Themas und die vielen touristischen Möglichkeiten wurden aufgezeigt. Vielleicht lässt sich die Idee der Durchführung einer Sächsischen Landesausstellung zum Thema in naher Zukunft in die Tat umsetzen.	

Unter www.leipzig.de (Portal: Tourist Service – Kontakte – Projekte – Tourismusfrühstück) können Sie die Protokolle der vergangenen drei Veranstaltungen downloaden. Die Protokolle der ersten 100 Veranstaltungen erhalten Sie mit dem Festband „Guten Morgen! Der Leipzig Tourist Service e.V. lädt zum Tourismusfrühstück®“ und auf Nachfrage in der Marketingabteilung der LTM GmbH. Unser besonderer Dank gilt folgenden Firmen und Institutionen, die im Rahmen einer Logo-Präsentation die Veranstaltungsreihe Tourismusfrühstück® im Jahr 2011 finanziell unterstützen. Ohne diese Bereitschaft könnten wir die Veranstaltung nicht in dieser Qualität durchführen.

Wir bedanken uns recht herzlich bei unseren Partnern und Sponsoren:

4884 Funktaxi, www.taxi4884.de
Achat Hotel Messe Leipzig, www.achat-hotel.de
ADAC Sachsen, www.adac.de
Barthels Hof, www.fantastic-restaurants.de/barthels-hof
Culturträger GmbH, www.culturtraeger.de
Deutsche Kreditbank AG, www.dkb.de
Flughafen Leipzig/Halle, www.leipzig-halle-airport.de
Fischer Druck, www.fischerdruck.com
Freizeitbad Riff, Bad Lausick, www.freizeitbad-riff.de
Hagen Großraumtaxi, www.hagen-grossraumtaxi.de/
Hotel Markleebergerhof, www.markleebergerhof.com
Heimrich & Hannot GmbH, www.heimrich-hannot.de
Kupper Computer GmbH, www.kupper-computer.com
Leipziger Messe GmbH, www.leipziger-messe.de
Leipzig Fernsehen, www.leipzig-fernsehen.de
Meyer & Partner, www.meyer-event.de

Mitteldeutscher Verkehrsverbund GmbH, www.mdv.de
Novotel Leipzig City, www.novotel.com
OCCASEO Meeting Events Incentives, www.occaseo.de
Omnibusverkehr Leupold OHG, www.leupold-bustouristik.de
Panorama Restaurant, www.panorama-leipzig.de
PIER 1 GmbH, www.pier1.de
Hotel im Sachsenpark, www.sachsenparkhotel.de
Romanushof Leipzig, www.romanushof-leipzig.de
simons & schreiber WA GmbH, www.simons-schreiber.de
Stadtwerke Leipzig, www.swl.de
Schnitzel culture, www.schnitzel-culture.de
Veranstaltungsmanagement Bernd Hochmuth, www.hochmuth.de
Werbemittel Lindig, www.werbemittel-lindig.de
Zeitgeschichtliches Forum Leipzig, www.hdg.de
Zoo Leipzig GmbH, www.zoo-leipzig.de