



Susanne Reumschüssel
Leitung Industriesalon
Oberschöneweide

Prof. Dr. Frank Schaal
Projektleitung

Prof. Jürg Steiner
Steiner Architektur-GmbH, Berlin
Mitarbeit: Victor Martinez,
Sascha Hähnel, Manuela Hasenbein,
Christian Seel

Gerhard Buchholz
orts.zeit:
authentische Berlin_Kompetenz

Oliver Schmidt
Shoutr Labs, Berlin

Stand: 3. März 2020

**Machbarkeitsstudie
Industriemuseum
»Electropolis Berlin«
im AEG-Kasino
Oberschöneweide**

Band 1

**Rahmenbedingungen
Standortanalyse
Marktanalyse
Marketing**

Auftraggeber:

Industriesalon Schöneeweide e.V.
Reinbeckstr. 9
12459 Berlin-Oberschöneeweide
Telefon: 030 53 00 70 42
Internet: www.industriesalon.de
E-Mail: info@industriesalon.de

Auftragnehmer für die ARGE:

Prof. Jürg Steiner, Architekt BDA
Steiner Architektur-GmbH
Heerstraße 97
14055 Berlin
Telefon: 030 8 83 99 88
Internet: www.steiner.archi
E-Mail: info@steiner.archi

Projektleitung:

Prof. Dr. Frank Schaal
Tourismusberatung Schaal
Schillerpromenade 2
12049 Berlin
Telefon mobil: 0170 2 82 85 24
Telefon Festnetz: 030 62 00 13 77
Internet: www.opentourconsulting.de
E-Mail: frank.schaal@outlook.de

Mitwirkende:

Gerhard Buchholz
orts.zeit: authentische Berlin-Kompetenz
Nicolaistraße 19
12247 Berlin
Telefon: 0163 771 39 88
E-Mail: orts.zeit@berlin.de

Oliver Schmidt
shoutr labs UG
Niemetzstraße 47–49
12055 Berlin
Telefon: 030 5 55 79 45 65
Internet: shoutrlabs.com
e-Mail: os@shoutrlabs.com

Besonderer Dank:

Ohne die tatkräftige Unterstützung von
Susanne Reumschüssel,
der Leiterin des Industriesalons, wäre die Erstellung
der Studie in dieser Form nicht möglich gewesen.

Vorwort

Die ARGE Steiner wurde damit beauftragt, eine Machbarkeitsstudie für ein Industriemuseum mit Schwerpunkt Kabeltechnik in Oberschöneeweide zu erstellen.

Die ARGE Steiner ist ein Projekt-Zusammenschluss aus Unternehmen und Freiberuflern, die Kernkompetenzen im Bereich Museumsanalyse, Museumstechnik, Tourismusberatung, Strukturanalyse besitzen. Das vorliegende Projekt wurde auf einen Projektzeitraum von September 2019 bis Februar 2020 festgelegt. Inhaltlich wird es in vier Teile auf gegliedert, die sich auf vier Dokumentationsbände aufteilen.

Dokumentationsbände**Band 1:**

- Rahmenbedingungen
- Standortanalyse
- Marktanalyse
- Marketing

Band 2:

- Organisation
- Trägerschaft
- Rechtsform
- Finanzierung
- Businessplan
- Kostenschätzung
- Zeitplan

Band 3:

- Architektur
- Raumbuch
- Szenografie

Band 4:

- Digitale Technologien
- Beispielhafte „Visitor Journey“
- Exponate und Themen
- Erste mögliche Ausstellung

Inhaltsverzeichnis

1	Präambel	8			
2	Alleinstellungsmerkmale	8			
3	Theoretische Rahmenbedingen für die Analyse zum Aufbau eines Industriemuseums in Oberschöneweide	9			
3.1	Struktur und Analyse	9			
3.2	Abgestimmte Projektskizze für das operative Vorgehen für den Bearbeitungszeitraum bis Februar 2020	10			
3.3	Annahmen für die Grundkonzeption des Museums	11			
3.3.1	Identifikation von Kernthemen	11			
3.3.2	Identifizierung von Alleinstellungsmerkmalen und Möglichkeiten der Profilbildung und Profilschärfung	14			
3.3.3	Markenname des Museums	15			
4	Standortanalyse Oberschöneweide	16			
4.1	Allgemeines zum Projekt	16			
4.2	Ergebnisse von Voruntersuchungen	16			
4.3	Makrostandort Berlin: Einordnung des Projekts in die Berliner Museumslandschaft	17			
4.3.1	Museumslandschaft Berlin	17			
4.3.2	Kategorie: Technik und Industrie	19			
4.3.3	Kategorie: Heimat-, Kultur- und Stadtgeschichte	20			
4.4	Einordnung von „Electropolis Berlin“ in die Berliner Museumslandschaft und in das Tourismuskonzept der Stadt Berlin	20			
4.5	Projektrelevante Rahmenbedingungen für den Mikrostandort Oberschöneweide	22			
4.5.1	Allgemeines zum Standort	22			
4.5.2	Lage des Gebäudes Altes AEG-Kasino	22			
4.5.3	Verkehrsanbindung des Standorts	22			
4.5.4	Fahrzeiten mit dem ÖPNV	23			
4.5.5	Anreise mit dem Reisebus	24			
4.5.6	Parkraum und Parkraumbewirtschaftung	25			
4.5.7	Anbindung an das örtliche Radwegesystem	26			
4.6	Ist-Analyse Räumliches Umfeld	26			
4.6.1	Generelle touristische Attraktivität	26			
4.6.2	Bestandsaufnahme der touristischen Infrastruktur im Umfeld des alten AEG-Kasinos	27			
4.6.3	Besondere Architektur: Denkmalgeschützte Gebäude, herausragende moderne Architektur	27			
4.6.4	Museen, Gedenkstätten, Science Centers etc.	28			
4.6.5	Stätten für Kunst und Kultur: Ausstellungshallen, offene Ateliers etc.	30			
4.6.6	Gastronomie-Einrichtungen im Umfeld: Restaurants, Cafés, Snackbars, Kneipen etc.	30			
4.6.7	Sonstige Touristische Sehenswürdigkeiten oder tourismusrelevante Anlagen	30			
4.6.8	Tourismusrelevante Parkflächen, öffentliche Plätze und das Spree-Ufer	32			
4.6.9	Regelmäßig stattfindende öffentliche Events	33			
4.7	Monumente der Industriekultur in Oberschöneweide	33			
4.8	In Planung oder Bau befindliche Projekte mit struktureller bzw. touristischer Wirkung und Objektbezug	35			
4.9	Bildungseinrichtungen im Umfeld des zukünftigen Industriemuseums in Oberschöneweide	35			
4.10	Begleitende Handlungsempfehlungen aus dem Bereich der Standortanalyse	37			
5	Projektrelevante Tourismusanalyse	42			
5.1	Einführung	42			
5.2	Allgemeine Rahmenbedingen der touristischen Entwicklung	43			
5.3	Übergeordnete touristische Kennziffern	44			
5.4	Projektrelevante Tourismuszahlen für Berlin	45			
5.5	Touristische Situation des Bezirks Treptow-Köpenick	48			
5.5.1	Allgemeines über den Bezirk	48			
5.5.2	Touristische Kennziffern für den Bezirk Treptow-Köpenick	48			
5.5.3	Die bezirkliche Tourismusstrategie 2015 – 2025	49			
5.5.4	Ergebnisse der visitBerlin „Hotspot-Untersuchung 2019“ inklusive Daten für Treptow-Köpenick	50			
5.6	Auswertung der Daten in Bezug auf das Projekt „Electropolis Berlin“	52			
5.6.1	Relevanz des Tourismus	52			
5.6.2	Herausforderung: Kommunikationsmissverhältnisse zwischen Kulturtreibenden und Touristikern	52			
5.6.3	Ergebnisse des Expertengesprächs mit Mathis Richter, Geschäftsführer des Tourismusvereins Treptow-Köpenick e.V.	53			
6	Zielgruppenanalyse „Electropolis Berlin“	54			
6.1	Allgemeines über Zielgruppen und Besucherstudien von Museumsbesuchern	54			
6.2	Zielgruppenorientierte Studien Anwendung und Perspektiven	54			
6.3	Touristische Zielgruppenanalyse	57			
6.3.1	Die Hauptzielgruppen im Berlin-Tourismus (nur übernachtende Gäste)	57			
6.3.2	Potenzielle Zielgruppen für das „Electropolis Berlin“	60			
7	Kommunikations- und Vertriebsthemen für das „Electropolis Berlin“	62			
7.1	Einleitung Kommunikation	62			
7.2	Operatives Marketing bei Zielgruppen im Übernachtungstourismus für das „Electropolis Berlin“	63			
7.3	Kommunikationsinstrumente für die Berliner Bevölkerung und Inlands-Gäste	63			
7.3.1	Informationsmaterialien und - Medien	63			
7.3.2	Corporate Design, grafische Vorgaben, Fotos und Filme	65			
7.3.3	Online-Strategie: Eigene Website, Travelblogs und soziale Medien	66			
7.3.3.1	Eigene Website	66			
7.3.3.2	Travelblogs	67			
7.3.3.3	Social Media	68			
7.3.3.4	Externe Websites	68			
7.3.4	Kommunikationsmaßnahmen für englischsprachige Gäste	68			
7.4	Binnenmarketing als Instrument	68			
7.4.1	Potenzielle Kooperationen	68			
7.4.2	Strategische Allianz der Kulturbetriebe von Oberschöneweide	69			
7.4.3	Kooperationen mit Tourismus-Organisationen: visitBerlin, Tourist-Information Köpenick, Industriesalon	69			
7.5	Vertrieb	69			
7.5.1	Allgemeines zum Vertrieb	69			
7.5.2	Incoming-Agenturen/ Agenturen für Stadtführungen	70			
7.5.3	Zusammenarbeit mit Gästeführern, Reiseleitern und Busfahrern	71			
7.5.4	Zusammenarbeit mit der Hotellerie	72			
7.5.5	Zusammenarbeit mit (Bus-)Reiseveranstaltern	72			
7.6	Zusammenarbeit mit den Schifffahrtsgesellschaften	72			
7.6.7	Listung bei „Get your Guide“	72			
7.7	Aufnahme von „Electropolis Berlin“ in die Gästekarten Berlins	73			
7.8	Touristisches Storytelling als Grundlage für ein erlebnisreiches „Electropolis Berlin“	73			
7.8.1	Storytelling als touristisches Instrument	73			
7.8.2	Schwerpunkte und Kernthemen für das Storytelling im „Electropolis Berlin“	74			
7.8.3	Erstellen einer umsetzungsfähigen Erlebniskonzeption	74			
7.8.4	Inszenierung von historischen Themen im Bereich in und um das Gebäude des alten AEG-Kasinos	75			
7.8.5	Exkurs: Erfolgreiche Best-Practice-Beispiele aus Rheinland-Pfalz	77			
7.8.6	Produktionskosten „Storytelling“	78			
7.8.7	Einnahmen aus Storytelling	78			
8	Zwischenfazit	80			
	Literatur	81			
	Anhang	84			



1

1 Präambel

Berlins Gedächtnis der Industriekultur

Ein Plädoyer für einen authentischen Ort der Bewahrung, Überlieferung und Vermittlung

Berlin – einst die führende Industriemetropole Europas, der Ort innovativer Erfindungen und Entwicklungen, ohne die die weltweite gesamtgesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung nicht in diesem Maß beschleunigt worden wäre – ist durch die Phasen der jeweiligen politischen Prozesse in seiner industriellen Potenz stark gemindert worden.

Berlin galt Anfang des 20. Jahrhunderts als Prototyp der modernen, vernetzten Stadt. Berlin stand und steht für Innovation, Pionier- und Gründergeist. Leitspektoren der industriellen Entwicklung wie die Elektrotechnik machten Berlin über Unternehmen wie die AEG und Siemens als „Elektropolis“ international bekannt. Heute geht es darum, das industrielle Erbe Berlins wieder sichtbar zu machen. Zusammenhänge zwischen Technik-, Wirtschafts- und Sozialgeschichte mit ihren Gegenwartsbezüge gilt es zu verdeutlichen.

Berlin besitzt auch heute noch, wie kaum eine andere Metropole Europas, eine große Zahl herausragender Zeugnisse der industriellen Entwicklung. Ob in Wedding oder Tempelhof, in Pankow, Schöneberg, Oberschöneweide, Reinickendorf oder Spandau – mit der Elektroindustrie, dem Maschinen- und Eisenbahnbau, der Nachrichten- und Funktechnik, der Textil- und Modeindustrie hat die Stadt internationale Wirtschafts- und Architekturgeschichte geschrieben.

Im beginnenden 20. Jahrhundert war sie die größte Industriemetropole auf dem europäischen Kontinent. Das verpflichtet die Stadt zum verantwortungsvollen Umgang mit dem industriellen Erbe und zur kreativen Weiterentwicklung der wirtschaftlichen und städtebaulichen Tradition. Mit ihrem einzigartigen Charakter und ihrer Vielfalt bietet sie sowohl Raum für Neues und Ungewöhnliches, als auch für wirtschaftliche Nutzungen in ihrer traditionellen Bedeutung als Industriestandort.

Die wichtigen Akteure des Bewahrens und Ausstellens: Die Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin vereint mit dem Deutschen Technikmuseum und dem Science Center Spectrum, zwei herausragende technikgeschichtliche Einrichtungen in Berlin.

Das Museum und das Spectrum haben zusammen jährlich über 600.000 Besucherinnen und Besucher. Unter dem Motto „Für Entdecker!“ vermittelt die Stiftung auf lebendige Weise Technikgeschichte und die Freude am Experimentieren. Das Deutsche Technikmuseum in Berlin-Kreuzberg zählt zu den führenden Technikmuseen weltweit. Seinen Standort hat es auf dem geschichtsträchtigen Gelände des Verkehrsknotenpunktes Gleisdreieck und des Anhalter Güterbahnhofs. Auf 26.500 Quadratmetern bietet es eine erlebnisreiche Entdeckungsreise durch die Kulturgeschichte der Technik. Zu sehen sind Ausstellungen zu Luftfahrt, Schifffahrt, Schienenverkehr, zur Welt der technischen Vernetzung und zum Thema Zucker, zu Automobilität, Filmtechnik, Computergeschichte, zur Chemie und Pharmazie und vielem mehr.

Das benachbarte Science Center Spectrum ist ein Haus voller Experimente: Auf 2.000 Quadratmetern laden 150 Experimente aus Naturwissenschaft und Technik zum Mitmachen ein. Als erlebnisorientierter außerschulischer Lernort steht das Spectrum in der Tradition der Berlin Urania (1888–1928), die den Ideen Alexander von Humboldts folgte. Eine umfangreiche, technikhistorische Bibliothek, die öffentlich zugänglich ist, und das Historische Archiv ergänzen das Angebot. Mit ihren Profilen ist die Stiftung für eine stetig wachsende Anzahl in- und ausländischer Besucherinnen und Besucher sehr attraktiv.

1 Ausgediente Kabeltrommeln auf dem Gelände der KWO, Dezember 2019

2 Fassade KWO, Dezember 2019

Berliner Zentrum Industriekultur (BZI)

Um das Potenzial der Industriekultur ins Bewusstsein zu rücken und zu formen, braucht es Information, Aufarbeitung und Vermittlung. Mit dem Berliner Zentrum Industriekultur (BZI), einem Gemeinschaftsprojekt der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin und der Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin, hat die Stadt einen Motor, um die städtebauliche, wirtschaftliche, touristische und kulturelle Entwicklung anzutreiben. Ein wichtiger Aspekt ist die Vermittlung des Wissens an Berlin-Besucher und -Besucherinnen. Bei der Erschließung der touristischen Potentiale wird eine strategische Partnerschaft mit visitBerlin eingegangen. Das BZI wird insbesondere die ERIH-Route der Industriekultur Berlin koordinieren und weiterentwickeln.

Der touristische Aspekt

Die touristische Wirtschaftsförderung der Stadt ist auf die Erschließung und Entwicklung vermarktungsfähiger Potenziale angewiesen. Der Tourismus als wichtiger Wirtschaftsfaktor mit ca. 12,5 Milliarden Bruttoumsatz p.a. findet hier einen zukunftssträchtigen Markt, der mit seinen vielseitigen Facetten gute Marketingmöglichkeiten anbietet. Denn die Industriekultur Berlins bietet einen großen Fundus: geführte Touren, neu zu entwickelnden Routen, Symposien, Vorträge und Zeitzeugenberichte wirken weit über die Stadt hinaus und machen die Besucher und Besucherinnen mit den Wurzeln der Industriegeschichte vertraut.

Dabei stellt sich die grundsätzliche Frage, wie die Stadt, die Bezirke die politisch Verantwortlichen insgesamt mit diesem reichen Schatz umgehen und wie sie dieses geschichtliche Erbe bewahren, aufbereiten und für weitere Generationen zur Verfügung stellen.

Industriemuseum am authentischen Ort

Mit der behutsamen Restaurierung des ehemaligen AEG-Casinos in der Wilhelminenstraße in Oberschöneweide, Bezirk Treptow-Köpenick und dem Aufbau eines Museums zur industriellen Entwicklung Berlins böte der Bezirk ein weiteres Angebot, das eine internationale Ausstrahlung erzielen kann.

Hier liegt die große Chance, das Potenzial der Berliner Industriegeschichte am authentischen Ort nachzuvollziehen, Berlin ein weiteres touristisches Juwel hinzuzufügen und im Rahmen der touristischen Wirtschaftsförderung vom Tourismusboom der Stadt direkt im Bezirk zu profitieren.

Diese Machbarkeitsstudie soll nicht nur die Machbarkeit eines neu zu entstehenden Museums untersuchen, sondern ist auch ein Plädoyer für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Berliner Industriegeschichte, die sich in Form des zu entstehenden Museums manifestieren könnte.



2

2 Alleinstellungsmerkmale

Das zukünftige Industriemuseum kann die heutige Museumslandschaft Berlins mit folgenden Alleinstellungsmerkmalen erweitern und abrunden.

1.
An einem authentischen und bedeutenden Ort der Großindustrie wird die „Industriestadt Berlin“ erlebbar
2.
Am Beispiel des Kabelwerks Oberspree (KWO) wird **Berliner Wirtschaftsgeschichte** im unmittelbaren Zusammenhang deutlich – mit ihren Erfolgen, Brüchen und aktuellen Entwicklungen.
3.
Das denkmalgeschützte Gebäude »AEG-Kasino« steht für die Anfänge **betrieblicher Sozialpolitik**, wie sie für die Großindustrie typisch war – die Funktions-Aufteilung der Speisesäle und Nebenräume macht damalige Hierarchien deutlich.
4.
Am Beispiel der damaligen Nutzungen des Gebäudes werden die Anstrengungen der AEG erkennbar, erstmals die „Frauenfragen“ im Betrieb zu berücksichtigen. In diesem Gebäude war die erste **„Frauenbeauftragte“** tätig.
5.
Die jüdischen Industriepioniere werden durch die Familie Rathenau, für die ein „Period Room“ vorgesehen ist, prototypisch repräsentiert. Die Unternehmerfamilie Rathenau wird damit in Berlin zum ersten Mal mit einem eigenen Raum gewürdigt.
6.
Kann die Geschichte der Berliner **Industrie in der DDR** besser gezeigt werden als auf dem Gelände des KWO?
7.
Das denkmalgeschützte Industrie-Ensemble vom KWO und dem benachbarten Kraftwerk macht die Dimensionen der frühen Großindustrie unmittelbar erfahrbar.
8.
Industriekultur ist als Überthema von Anfang an eine Leitidee des Projekts Siehe Panorama der Industriekultur, Seiten 50-51 dieses Bandes.

* <https://www.stadtmuseum.de/aktuelles/paul-spies-stellt-zukunftsstrategie-fuer-das-stadtmuseum-berlin-vor>

** Ethische Richtlinien für Museen von ICOM, 2010: „Ein Museum ist eine gemeinnützige, auf Dauer angelegte, der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die zum Zwecke des Studiums, der Bildung und des Erlebens materielle und immaterielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt.“ Quelle: <https://www.museumbund.de/themen/das-museum/>

*** <https://www.museumbund.de/wp-content/uploads/2017/03/standards-fuer-museen-2006-1.pdf>

3 Theoretische Rahmenbedingungen für die Analyse zum Aufbau eines Industriemuseums in Oberschöneweide

3.1 Struktur und Analyse

„Weltweit ändern sich Städte und gewinnen an Bedeutung, sie sind die ‚Schnellkochtöpfe‘ einer neuen globalen, superdiversen Gemeinschaft. Die Stadtmuseen verändern sich mit ihnen und befinden sich in einer Umbruchphase. Stadtmuseen haben das Potenzial, die Analysten und Katalysatoren der Stadtidentität zu sein. Sie können die vielfältigen Stadtakteure und Communities ansprechen und sie für ein aktives Partizipieren am Leben und der Kultur ihrer Stadt gewinnen.“ Zitat: Paul Spies (Vorstand und Direktor des Stadtmuseums Berlin und Chef-Kurator des Landes Berlin im Humboldt Forum)*.

Das neu in Oberschöneweide zu entstehende Museum** soll auf einem soliden Fundament aufgebaut werden und primär die Funktion eines Stadtmuseums besitzen. Um diese Funktion zu gewährleisten werden die „Standards für Museen“ des Deutschen Museumsbunds in Kooperation mit der ICOM-Deutschland zur Erarbeitung der Konzeption herangezogen.*** Die hier erwähnten „Standards für Museen“ sind bewusst allgemein und offen gehalten.

Sie beziehen sich auf folgende Punkte:

- Dauerhafte institutionelle und finanzielle Basis
- Leitbild und Museumskonzept
- Museumsmanagement
- Qualifiziertes Personal
- Sammeln
- Bewahren
- Forschen und Dokumentieren
- Ausstellen und Vermitteln

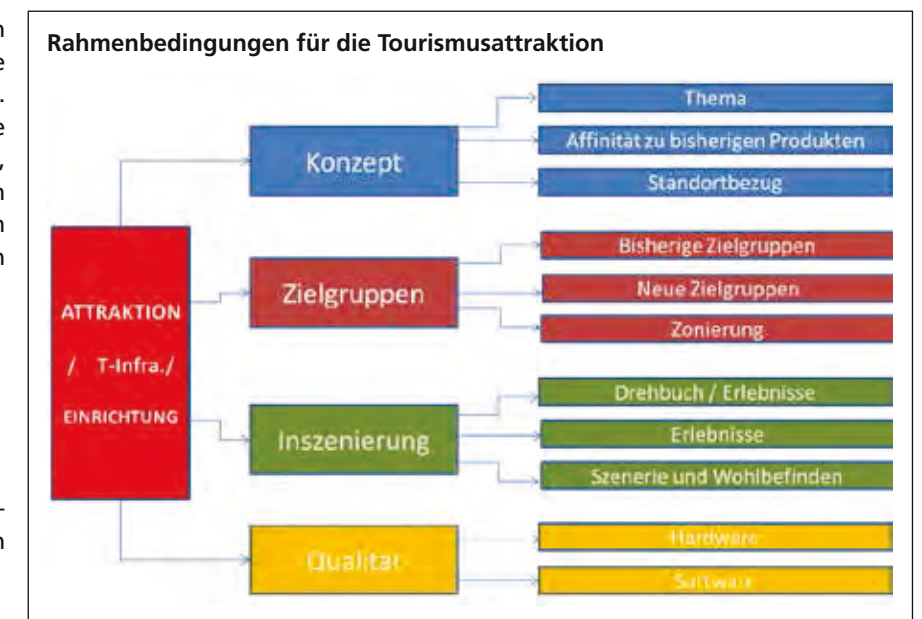
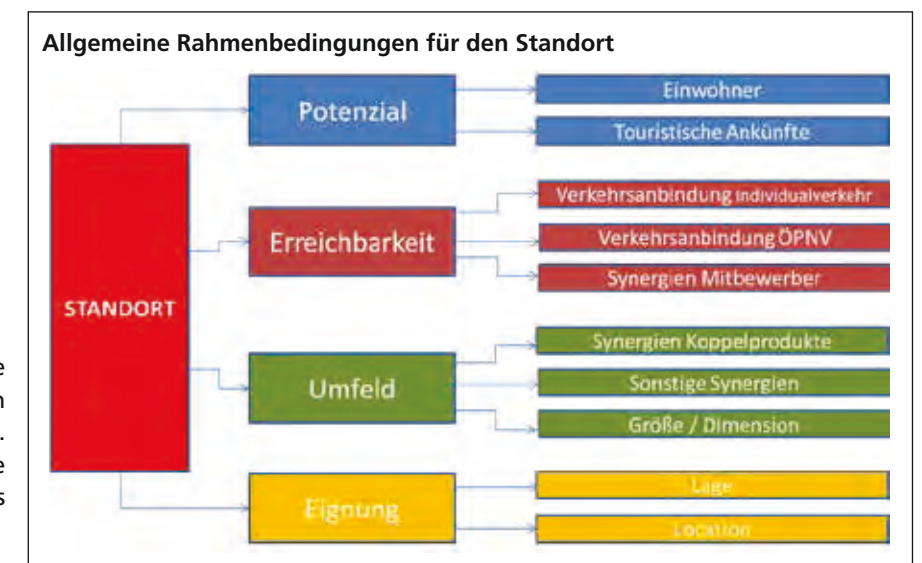
Die hier dargestellten Oberziele werden im Laufe des vorliegenden Konzepts im Einzelnen dargestellt. Es ist jedoch festzuhalten, dass die Gewinnerzielung nicht im Fokus des neu zu entstehenden Museums steht.

Gemäß des an die ARGE Steiner vergebenen Auftrags werden im folgenden Gutachten die relevanten Ergebnisse des Bearbeitungszeitraums dargestellt. Zunächst erfolgt eine theoretische Einordnung für ein neues Museum, die sich mit spezifischen Inhalten auseinandersetzt, welche generell in die Untersuchung integriert werden müssen.

Es sind die Faktoren:

- des Standorts,
- der Attraktion und
- des Managements.

Die unten dargestellten drei Teilbereiche werden sich im folgenden Konzept wiederfinden.





Sie sind damit notwendig, um das Konzept von einer Idee in ein Projekt zu transferieren.

Um eine geeignete Konzeption zu erarbeiten, werden alle relevanten Faktoren im Bereich der Standortanalyse erörtert. Der nächste Schritt besteht in der inhaltlichen Ausrichtung der Attraktion (also des

neu zu entstehenden Museums). Dazu werden Konzept, Zielgruppen sowie Inszenierung und Qualität im Fokus stehen.

Im weiteren Verlauf der Untersuchung werden Faktoren des Managements analysiert, die auf den Säulen Wirtschaftlichkeit, Marketing sowie Führung und Organisation beruhen.

Diese in den drei Grafiken dargestellten Bestandteile werden monetär im Teilmodul Businessplan „Electropolis Berlin“ bewertet und dort näher erläutert.

Letztlich muss das Projekt über zahlreiche relevante Faktoren verfügen, damit es zum Erfolg wird:

- Es muss den Puls der Zeit treffen.
- Es muss eine hohe optische und inhaltliche Attraktivität besitzen.
- Es muss ein durchgängiges und zukunftsorientiertes Konzept besitzen.
- Es muss über eine gute Zuwegung leicht erreichbar sein.
- Es muss hervorragend geführt und vermarktet werden.

Daraus resultierend lassen sich auch potenzielle Fehlerquellen erschließen. Diese sind:

- ein falsches Konzept
- unrealistische Prognosen zum Besucheraufkommen
- unprofessionelle Thematisierung
- geringe Produkt- und Dienstleistungsqualität
- fehlende Zukunftsplanung

Um die dargestellten Ziele erreichen zu können, wurde am 25.07.2019 ein Kick-Off-Workshop veranstaltet, der die Rahmenbedingungen für die weiteren Arbeitsschritte definiert.

3.2 Abgestimmte Projektskizze für das operative Vorgehen für den Bearbeitungszeitraum bis Februar 2020

Im Rahmen eines eintägigen Workshops am 25.07.2019 im Industriesalon Schöneweide wurden die allgemeinen Rahmenbedingungen für die inhaltliche Bearbeitung des Auftrags gemeinsam erarbeitet und anschließend im Umlaufverfahren festgelegt. Die Ergebnisse werden im Folgenden dargelegt.

Ausgangsbasis: Das historische Kasino (Alte Kantine) des Kabelwerks der AEG in Oberschöneweide, Wilhelminenhofstraße 76+77, 12459 Berlin, soll zu einem bekannten Berliner Museum ertüchtigt werden. Es handelt sich um eine

Museums-Neugründung. Beabsichtigt ist eine Dauerausstellung, mit der eine Brücke von der allgemeinen Berliner Industriegeschichte über die Geschichte (und Geschichten) sowie Besonderheiten des Standortes Oberschöneweide (und damit der AEG) bis in die Gegenwart und Zukunft geschlagen wird.

Als Arbeitstitel wurde seitens der Projektgruppe folgende Bezeichnung gewählt:

„Electropolis Berlin – (Museum für) Berliner Industriegeschichte am authentischen Ort“

Ensemble

Das neue Museum soll im Zusammenhang mit dem historischen und unter Denkmalschutz stehenden Ensemble entwickelt werden.

Dazu gehören insbesondere:

- Die Sanierung und Inszenierung der letzten drei Schornsteine vom nebenliegenden ehemaligen Drehstromkraftwerk, die ein Wahrzeichen für den Industriestandort sind.
- Die hinter dem Kasino liegenden alten Industriehallen, in denen zur Zeit Maschinen aufbewahrt werden. Diese Maschinensammlung sollte begehrbar gemacht werden.



3.3 Annahmen für die Grundkonzeption des Museums

3.3.1 Identifikation von Kernthemen

Für das zukünftige „Electropolis Berlin“-Museum wurden mehrere Schwerpunkte bzw. Kernthemen identifiziert, die im Projekt thematisiert werden.

Schwerpunkte und Kernthemen:

1. Entwicklung der Berliner Industrie von einst bis heute
2. „Die Energie der Großstadt“
Schwerpunkt: Die besondere Rolle der Elektrifizierung in Bezug auf die Entwicklung der Industrie-Metropole Berlin – als führender Industriestadt Europas (bis zum Zweiten Weltkrieg)
3. Die wechselvolle Geschichte des Industriegebietes Oberschöneweide – mit Schwerpunkt Kabelwerk Oberspree (KWO) von einst bis heute
4. Der Weg des Kabels. Wie funktioniert(e) das riesige Kabelwerk?
Entwicklung der Technologien im KWO mit allen Fabriken
5. Erlebnis Strom: Wie funktioniert Strom-/ Signalübermittlung?
Funktion und globale Bedeutung von Elektrizität, Kabeln und Netzwerken
6. Erlebnis Stromerzeugung am Beispiel vom Landmark auf dem Stadtplatz
7. Große Erfindungen im KWO
8. Thematisierung des Hauses
 - Architektur - Landhausstil vs. Moderner Industriearchitektur
 - Funktion als Kantine (Kasino) von der AEG =betriebliche Sozialpolitik – gefolgt von der DDR mit Kaderabteilung – und nach der Wende Großraumbüro
9. Geschichte und Geschichten rund um die Unternehmerfamilie Rathenau
10. Gegenwart und Zukunft des Industrie-Standortes Oberschöneweide



1

Zu beachten:

Den unterschiedlichen Schwerpunkten wird im späteren Ablauf des Projektmanagements noch eine unterschiedliche Gewichtung zugewiesen.

Zu 1.) Berliner Industriegeschichte

Die Berliner Industriegeschichte kann in fünf bedeutsame Phasen eingeteilt werden:

1. Industrialisierung: 1820 bis 1918
2. Die Zeit der Weimarer Republik und des Dritten Reichs
3. Nachkriegszeit mit Teilung der Stadt und der Wirtschaftssysteme
4. Wiedervereinigung und Entwicklungen bis heute
5. Potenzielle zukünftige Entwicklungen

Weiterhin bietet es sich in diesem Schwerpunkt an, die größten und bedeutendsten Industrie-Unternehmen der Berliner Wirtschaftsgeschichte kurz darzustellen, wie z.B. die Darstellung des Zusammenhangs von Technologieentwicklungen, Unternehmerpersönlichkeiten, politischen und ökonomischen Systemen usw.

Zu 2) Die Energie der Großstadt

„Entdeckungsfahrten in den elektrischen Ozean“

(Erklärung zum Zitat: Kaiser Wilhelm II. stets begeisterungsfähig für neue Technologien, die dem Reich helfen würden, den „Platz an der Sonne“ zu erobern, ließ sich von seinem Freund Slaby elektrotechnische Privatvorlesungen halten und unternahm mit ihm ausgedehnte Entdeckungsfahrten in den elektrischen Ozean. Aus: Adolf Slaby, Glückliche Stunden, Entdeckungsfahrten in den elektrischen Ozean.“)

Die besondere Rolle der Elektrifizierung in Bezug die Entwicklung der Industrie-Metropole Berlin

Elektrizität hat die Welt komplett verändert und Berlin von einer Residenzstadt zu der führenden Industriemetropole Europas gemacht.

„Kein Industriezweig hat seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts das Wirtschaftsleben Berlins so entscheidend geprägt wie die elektrotechnische Industrie und die Elektrizitätswirtschaft. Die Elektroindustrie löste seit Ende des 19. Jahr. Die Maschinenbauindustrie als führender Berliner Wirtschaftsbranche ab und erlangte innerhalb weniger Jahrzehnte eine weltweit führende Position. Die Stromversorgung revolutionierte beides, das wirtschaftliche Leben der Industriemetropole und das Alltagsleben der Weltstadt. Das Wort von der Zweiten Industriellen Revolution, die Produktion und Gesellschaft ähnlich grundlegend umwälzte wie die mit der Dampfkraft aufkommende industrielle Revolution hundert Jahre zuvor. Verrät etwas von dem unerhörten Innovationsschub, mit dem die Durchsetzung und Verbreitung der Elektroinnung einherging.“ (aus: Vorwort: Elektropolis Berlin – ein architektonisches Erbe von Weltrang. In: Elektropolis Berlin, Die Energie der Großstadt von Thorsten Dame)

Zu 3.) Die wechselvolle Geschichte des Industriegebietes Oberschöneweide – mit Schwerpunkt Kabelwerk Oberspree (KWO)

„Das Kabelwerk ist ein einzigartiges Monument der deutschen Industriegeschichte. Mit der Fabrikanlage verbinden sich bedeutsame Leistungen auf dem Gebiet der Elektrotechnik.“ (aus: Denkmale in Berlin, Ortsteile Nieder- und Oberschöneweide, Matthias Donath)

Darstellung der Entwicklung des riesigen Kabelwerks mit allen Fabriken -und Einrichtungen, u.a. Drehstromkraftwerk, Metallwerke, Drahtfabriken, Press- und Stanzwerk, Gummifabrik, Laboratorien ...

Zu 4) Der Weg des Kabels

- Wie wird ein Kabel gebaut? Wie entsteht der passende Draht?
- Darstellung der einzelnen Fertigungsschritte:
- Materialien kommen aus aller Welt nach OSW
- Produktion der benötigten Materialien in den div. Fabriken vom KWO
- Zusammenbau in den Kabel- und Drahtmaschinen (Verseilmaschinen)

Zu 5) Erlebnis Strom

- Wie funktioniert Strom-/ Signalübermittlung?
- Funktion und globale Bedeutung von Elektrizität, Kabeln und Netzwerken

Zu 6) Erlebnis Stromerzeugung am Beispiel vom Landmark auf dem Stadtplatz

- Wie viel Strom wird gerade erzeugt?
- Wie wird aus Wind = Strom?

Zu 7) Große Erfindungen im KWO

- Drahtlose Telegrafie
- erstes Tonband der Welt
- Verfahren zur Züchtung künstlicher Kristalle insbesondere von Silizium etc.

Zu 8) Thematisierung des Hauses:

- Architektur - Landhausstil vs. Moderner Industriearchitektur
- Spurensuche – Sichtbarmachung verschiedener Bauabschnitte im Gebäude
- Johannes Kraaz als Vertreter der repräsentativen Architektur, Hausarchitekt der Rathenaus und Architekt des Casinos vs. Peter Behrens, Wegbereiter der Moderne – s. auch Veränderung der Fassade
- Funktion als Kantine (Kasino) von der AEG = betriebliche Sozialpolitik – gefolgt von der DDR mit Kaderabteilung und nach der Wende Großraumbüro
- Bedeutung von Sozialpolitik und Gewerkschaften, Rahmenbedingungen der Arbeiterinnen und Arbeiter am Standort

zu 9) Geschichte und Geschichten rund um die Unternehmerfamilie Rathenau

- Darstellung der Familie Rathenau und deren Bedeutung für die industrielle Entwicklung von Berlin.
- Lebensgeschichte der Familienmitglieder, Geschichten aus dem Wirken der Familie Rathenau im KWO und OSW

Zu 10.) Gegenwart und Zukunft des Standorts Oberschöneweide (Struktur in Zusammenhang mit Stadtentwicklung)

- Darstellung was sich alles am Standort verändert hat und welche Nutzungen sich zukünftig ergeben werden: Wirtschaft, Wohnen, Kunst, Kultur, Wissenschaft etc.

Die hier genannten zehn Schwerpunkte werden innerhalb dieser Machbarkeitsstudie in der **Sammlungsanalyse in Band 4** im einzeln schematisch dargestellt. Sie bilden das inhaltliche Grundgerüst, an dem sich die Konzeption des Museums ausrichtet.

1 Adolf Slaby war ein Pionier der Funktechnik, er unternahm etliche Telegraphie-Versuche u.a. im KWO.

Foto Nicola Perscheid/Wikimedia Commons
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1b/Adolf_Slaby_by_Nicola_Perscheid.jpg

3.3.2 Identifizierung von Alleinstellungsmerkmalen und Möglichkeiten der Profilbildung und Profilschärfung

Die aus den oben genannten zehn Schwerpunktthemen resultierende Konzeption beinhaltet für den Museumsstandort Berlin gewisse Alleinstellungsmerkmale, die ihm eine erfolversprechende Positionierung innerhalb der Berliner Museumslandschaft garantieren können. Dafür sind gewisse Ausstattungsmerkmale verpflichtend, diese werden wie folgt festgelegt:

Generelle Ausstattungsmerkmale des Museums

- Das Museum soll grundlegend an folgenden Kernmerkmalen ausgerichtet werden, sie stellen eine ausgewogene Mischung dar aus:
- Modernster Museumstechnik, die auf modernsten digitalen Techniken beruht
- Authentische Ausstellungsstücke, gesammelt und gut aufgearbeitet aus den unterschiedlichen Phasen I bis V
- Aktives Storytelling mit unterschiedlichen Protagonisten u.a. Zeitzeugen
- Hervorragend aufgearbeitete Informationen zu den gewählten Themen (visuell und akustisch)

Chancen der Profilierung

Aus diesen Ausstattungsmerkmalen ergeben sich folgende Positionierungschancen:

- Das Museum soll als das bedeutendste Museum für Berliner Industriekultur in Bezug auf Elektrotechnik innerhalb der Berliner Museumslandschaft verstanden werden.
- Das Museum soll eine moderne Mischung aus Technikmuseum und Stadtmuseum darstellen.
- Das Museum soll für Berliner Bürgerinnen und Bürger sowie für Touristen gleichermaßen interessant sein.
- Das Museum soll ein touristischer „Leuchtturm“ für den Bezirk Treptow-Köpenick werden.
- Das Museum soll den ganzen Bezirk Oberschöneide aufwerten und zusammen mit anderen vorhanden, in Bau befindlichen oder geplanten Vorhaben, die einen Bezug zur Industriekultur des Standortes haben, eine strukturelle Verbesserung im Sinne des Berliner Zukunftsorts Oberschöneide herbeiführen.
- Das Museum soll ein Teil des Selbstverständnisses von Oberschöneide werden, die die vorhandene Industriekultur erheblich aufwertet und den Standort Oberschöneide als das Zentrum für Berliner Industriekultur in Bezug auf das Image innerhalb der Stadt Berlin darstellt.

Faktisch bedeutet das:

Sobald die Berliner Bürgerinnen und Bürger und Touristen an das Thema „Industriekultur“ denken, muss zuallererst „Oberschöneide“ in den Sinn kommen. Es lässt sich mit einem Google-Algorithmus vergleichen: Sobald „Industriekultur“ in der Suchmaschine eingetippt wird muss an erster Stelle „Oberschöneide Electropolis Berlin“ erscheinen. Damit es zu dieser Situation kommt, müssen jedoch weitere strukturelle Verbesserungen südlich der Wilhelminenhofstraße stattfinden. Das Museum allein wird dies nicht erreichen können.

Das neu entstehende Museum muss also als strukturfördernde Maßnahme im Rahmen einer ganzheitlichen Entwicklung hin zum Zukunftsort Oberschöneide gesehen werden.

Aus diesem Selbstverständnis heraus werden die weiteren Kapitel des Konzepts aufgebaut sein. Im Rahmen der aus der Standortanalyse resultierenden Handlungsempfehlungen werden daher auch einige strukturelle Maßnahmen mit mittelbarem Bezug vorgestellt, die als unterstützende Maßnahme für den Erfolg des Museums relevant erscheinen. Weitere Faktoren für die Positionierung gehen auch aus den anderen Kapiteln dieses Konzepts hervor und sollten daher strategisch in Angriff genommen werden.

3.3.3 Markenname des Museums

Wie oben beschrieben, soll das historische Kasino (Alte Kantine) des Kabelwerks der AEG in Oberschöneide, Wilhelminenhofstraße 76/77, 12459 Berlin, zu einem bedeutsamen Berliner Museum ertüchtigt werden. Es handelt sich um eine Museums-Neugründung. Beabsichtigt ist eine Dauerausstellung, mit der eine Brücke von der allgemeinen Berliner Industriegeschichte über die Geschichte (und Geschichten) sowie Besonderheiten des Standortes Oberschöneide (und damit der AEG) bis in die Gegenwart und Zukunft geschlagen wird. Das neue Museum bedarf daher eines besonderen, einprägsamen und im Sinne des Marketingmanagements eingängigen Namens. Als Arbeitstitel wurde seitens der Projektgruppe folgende Bezeichnung gewählt:

„Electropolis Berlin – (Museum für) Berliner Industriegeschichte am authentischen Ort“

Die Schreibweise mit „c“ statt „k“ wurde aus folgenden Gründen gewählt: Der Markenname „Electropolis“ ist bereits vergeben, die Marke ist beim Marken- und Patentamt in München registriert. Die Verwendung könnte im ungünstigsten Falle zu starken markenrechtlichen Streitigkeiten führen, die mit hohen Kosten verbunden wäre (vgl. Anlagen). Der Markenname „Electropolis Berlin“ ist markentechnisch nicht mehr belegt. Der Markenschutz ist am 08.12.2005 erloschen und kann daher wieder belegt werden.

Es bietet sich an, den Markennamen möglichst schnell zu sichern. Das muss über den Industriesalon Schöneide erfolgen, da ansonsten im späteren Verlauf Kosten für die Übertragung entstehen werden.

Zudem kann die Schreibweise mit „c“ auch im historischen Sinne gewählt werden, denn das 1883 in Berlin als „Deutsche Edison-Gesellschaft für angewandte Elektrizität“ gegründete und wenige Jahre später in „Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft“ umfirmierte Unternehmen hat auch in der Gründungsphase das „c“ in Elektrizität verwendet.

Ein weiterer Grund für die gewählte Schreibweise ist der zu erwartende Besuch englischsprachender Gäste, die durch die englischen Worte „electric“ oder „electricity“ die Schreibweise mit „c“ eher verstehen als mit „k“. Immerhin beträgt der Anteil internationaler Gäste im übernachtenden Berlin-Tourismus aktuell etwa 45 Prozent.



1

.....
1 In Mulhouse (Frankreich, südliches Elsass) existiert bereits ein „Electropolis Museum“. Hier ist jedoch (nach Meinung der Verfasser) kein Markenschutz gegeben. Zudem hat das Museum einen anderen Schwerpunkt. Gegebenfalls sollte sogar eine Kooperation anvisiert werden.
Quelle: Musees Mulhouse
<http://www.musees-mulhouse.fr/de/electropolis-elektrizitat-museum/>

4 Standortanalyse Oberschöneeweide

4.1 Allgemeines zum Projekt

Die nachfolgende Standortanalyse zeigt die Rahmenbedingungen für die Ertüchtigung eines denkmalgeschützten Gebäudes in der Wilhelminenhofstraße im Berliner Stadtteil Oberschöneeweide (Bezirk Treptow-Köpenick) zu einem Museum für Berliner Industriekultur am authentischen Ort. Zunächst werden die relevanten Faktoren für den Aufbau und die anschließende Inbetriebnahme für das Museum bearbeitet. Die einzelnen Punkte entsprechen den im Auftragsangebot enthaltenen Auftragsschwerpunkten.

4.2 Ergebnisse von Voruntersuchungen

Als Arbeitsgrundlage für das hier vorliegende Konzept wurden mehrere Voruntersuchungen herangezogen, die für die ARGE Steiner wichtige Informationen für die Erstellung des Konzepts liefert. In einem im Jahr 2013 in Kooperation mit dem Industriesalon veranstalteten Workshop wurden relevante Visionen für Schöneeweide identifiziert, diese – überwiegend immer noch sehr aktuellen Visionen - zeigten in die folgenden Richtungen: *

Visionsworkshop 2013: Wofür steht Schöneeweide?

Von der Industriekultur zur Elektropolis

- wichtiger Industriestandort Berlins
- erste Adresse für Berliner Industriekultur & touristisch erschlossen
- Erlebbare Industriekultur
- Industriekultur an der Spree: „Schöneeweile“
- Gelber Klinker
- AEG
- Elektrisches Herz / Elektropolis

Innovation

- Wissenschaft
- Zukunftsort
- Innovation als Vermächtnis und aus Leidenschaft
- Innovation, Kreativität, Industrie > der attraktivste Arbeits-, Lebens-, Wissensort Berlins

Kreativität

- Kunst- und Kreativwirtschaft
- Kreativavantgarde
- Berlins zukünftige In-Location, aufstrebende Bronx von Berlin
- Möglichkeitsräume
- nächster Szene-Bezirk Berlins

Verbindung von Alt und Neu

- Vielfalt an historischen Orten: SW= Ober- und Niederschöneeweide
- Schöneeweide steht für besondere Form der Erinnerung in Ober- und Niederschöneeweide
- Historie und Moderne
- Erfolg beim Überführen der Vergangenheit in die Zukunft
- Denkmalstandort + Randwanderung der Industrie in Berlin
- Erfolgskonzept für Besucherführungen in der Vergangenheit und Gegenwart bzw. Zukunft

* Vgl. FEUCHT, C. (2013): Tourismuswirtschaftliche Bewertung der Entwicklungsmöglichkeiten eines Besucherzentrums in Schöneeweide, S. 28f

** Eine Liste der Berliner Museum befindet sich im Anhang.

*** Vgl.: <https://www.berlin.de/museum/top-20/>

Verbindung von Wirtschaft und Wohnen

- Kreativ für Wohnungen, Arbeit, Flächennutzung

Verbindung von Arbeit und Wohnen mit außergewöhnlicher Atmosphäre. Historie und Wasserlage

- Nachhaltiges Stadtquartier („Anti“- Gentrifizierungsort)
- Zukunftsort: Forschung, Wirtschaft, Arbeit, Leben
- Elektropolis, Industriearchitektur, Kreativwirtschaft, Universität und neue Unternehmen

Seit dem Workshop im Jahr 2013 hat sich am Standort in Oberschöneeweide eine immense Entwicklung ergeben und die Potentiale, die für das Planungsverfahren des zu entstehenden Museums von entscheidender Bedeutung sind, treten deutlich hervor. Insbesondere der Themenbereich „Kunst und Kultur“ hat eine deutlich positive Entwicklung zu verzeichnen und liefert hervorragende Synergien für das zu geplante Museum.

Die maßgeblichen Faktoren werden in der nun folgenden Standortanalyse einbezogen und sind damit relevant für die weiteren Planungen.

4.3 Makrostandort Berlin:

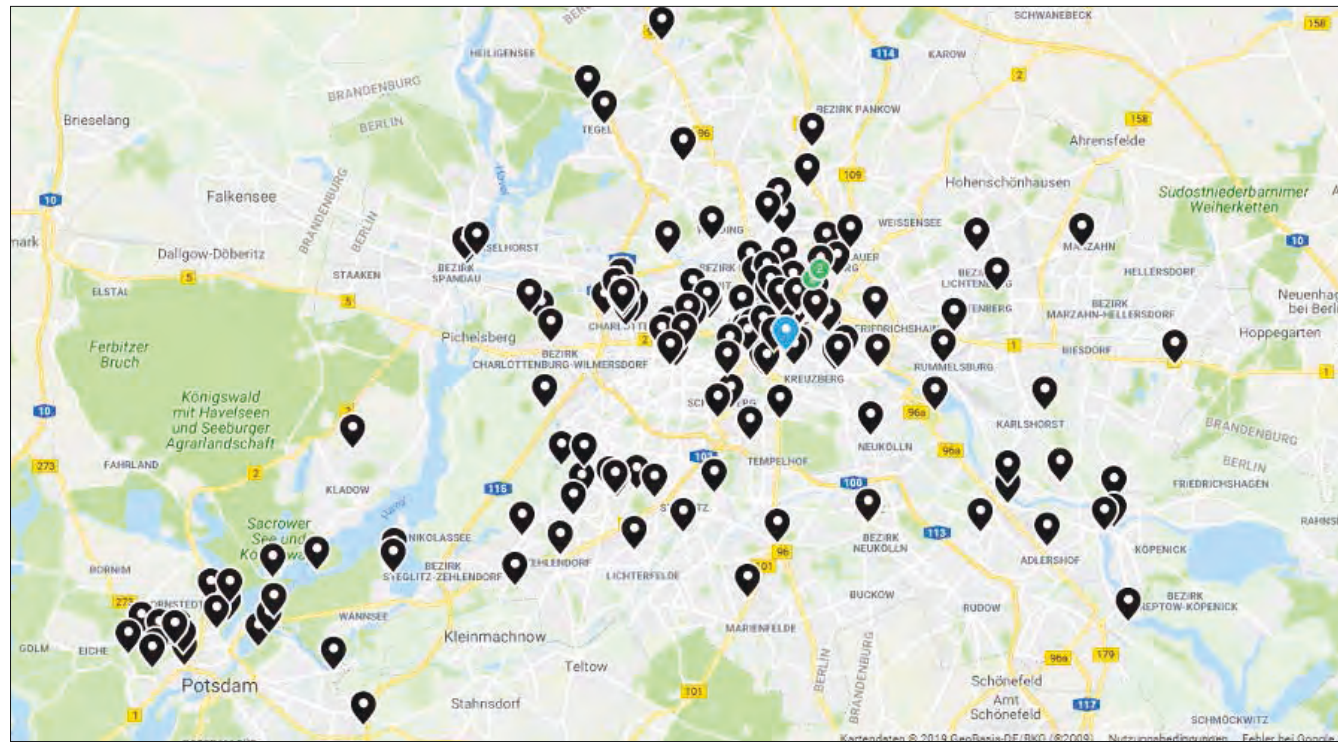
Einordnung des Projekts in die Berliner Museumslandschaft

4.3.1 Museumslandschaft Berlin

Im Bereich der Makrostandortanalyse wird lediglich das Themenfeld der Museen in Berlin berücksichtigt. Zwar gibt es im benachbarten Bundesland Brandenburg eine hohe Quantität unterschiedlichster Museen, darunter auch einige Objekte zur Industriekultur. Die direkte Vergleichbarkeit ist in diesem Zusammenhang aus unterschiedlichsten Gründen aber nur bedingt gegeben. Ein Einbezug in die Standortanalyse wird an dieser Stelle deshalb nicht weiterverfolgt. Eine zukünftige operative Vernetzung mit ausgewählten brandenburgischen Industriekulturobjekten ist jedoch sinnvoll, zumal dem Thema Industriekultur zukünftig in beiden Bundesländern eine hohe Priorität eingeräumt wird. Weitere geographische Zusammenhänge, die eine Relevanz für das Untersuchungsobjekt haben, werden in der Mikrostandortanalyse berücksichtigt.

Der Museumsstandort Berlin ist national einzigartig und kann mit keiner weiteren Stadt in Deutschland verglichen werden. Seine Stellung ist herausragend. Fast 200 Museen** bewahren und zeigen unterschiedlichste Aspekte von Geschichte, Kunst, Technik und Wissen. Auch international kann Berlin sich oberen Spitzenfeld sehen, die im Jahr 2020 anstehende Eröffnung des Humboldt Forums im Bezirk Mitte wird diese Position noch einmal festigen. Die Museumslandschaft spielt eine sehr wichtige Rolle für den stark expandierenden Tourismus innerhalb der Stadt. Laut der offiziellen Berlin-Internetplattform [berlin.de](https://www.berlin.de) und der offiziellen Museumsplattform Museums Portal Berlin lassen sich im Jahr 2019 folgende zehn Museen mit der höchsten Besucherfrequenz darstellen: ***

- Pergamonmuseum
- Deutsches Historisches Museum
- Haus am Checkpoint Charlie
- Jüdisches Museum
- Neues Museum
- Deutsches Technikmuseum
- Hamburger Bahnhof - Museum für Gegenwart
- DDR Museum
- Bodemuseum
- Naturkundemuseum



1

Neben Museen, die mit Mitteln der öffentlichen Hand betrieben werden, befinden sich in der Stadt zudem zahlreiche privat geführte (Nischen-)Museen, die als Besucherattraktionen teilweise gut angenommen werden. Über die Kunstmuseen, Galerien und Projekträume hinaus sind in Berlin an vielen weiteren Orten regelmäßig hochrangige Ausstellungen zu sehen. So unterhalten mehrere Stiftungen und Unternehmen eigene Ausstellungsräume zu unterschiedlichsten Themen. Ein wichtiger Bestandteil der Museumslandschaft wird zudem über zahlreiche Gedenkstätten abgebildet, die überwiegend die Zeit des Nationalsozialismus und die Auswirkungen der Teilung Deutschlands zum Inhalt haben (z.B. Topografie des Terrors, Mauer-Gedenkstätte etc.).

Die Museen Berlins können in mehrere Hauptkategorien eingeteilt werden, wie:

- Archäologie und Ethnologie
- Gedenkstätten und Dokumentationszentren
- Heimat und Stadtgeschichte
- Kinder und Jugend
- Kulturhistorie und Geschichte
- Kunst, Bildende Kunst und Kunsthandwerk
- Natur und Wissenschaft
- Politik
- Technik und Industrie
- Nischen

Die Kategorien können nicht immer trennscharf voneinander abgegrenzt werden. Häufig kommt es zu (durchaus gewünschten) Überschneidungen.

Das Sujet dieser Studie (Arbeitstitel „Electropolis Berlin“) kann analog der oben dargestellten Hauptkategorien zu den Kategorien Technik und Industrie sowie Heimat- Kultur- und Stadtgeschichte gezählt werden.

4.3.2 Kategorie: Technik und Industrie

Die Kategorie Technik und Industrie gehört bei potenziellen Gästen durchaus zu einer sehr attraktiven und stark nachgefragten Kategorie, es kommt allerdings sehr auf die Rahmenbedingungen und auch Standorte der jeweiligen Museen an.

Unter die **Kategorie Technik und Industrie** fallen in Berlin z.B.:

- Deutsches Technikmuseum
- Museum am Alten Wasserwerk (Müggelsee)
- Bockwindmühle Berlin Marzahn
- Historisches Leuchtenmuseum
- Museum für Kommunikation Berlin
- Museum der Staatlichen Münze
- Berliner DDR-Motorrad-Museum
- Science Center Spectrum
- Industriesalon Schöneeweide
- Museum Kesselhaus Herzberge
- Energie-Museum Berlin
- U-Bahn-Museum Berlin
- Otto-Bock-Science-Center (Vorrübergehend geschlossen / Neukonzeption)
- Daimon-Museum
- Deutsche Kinemathek
- Militärhistorisches Museum der Bundeswehr
- Königliche Porzellan-Manufaktur Berlin (KPM)
- Naturschutzzentrum Ökowerk Berlin e.V.
- Computerspielmuseum
- BMW Group Werk Berlin Motorradproduktion
- Futurium
- Bauhaus-Archiv / Museum für Gestaltung (in Bau)

In diesem Zusammenhang muss erwähnt werden, dass nicht alle genannten Beispiele nur dieser Kategorie zugeordnet werden können, es bestehen zahlreiche Möglichkeiten von Überschneidungen hin zu anderen, oben genannten Kategorien.

Exkurs:

Bedeutendstes Museum der Kategorie in Berlin: Deutsches Technikmuseum

Das größte und bedeutendste Museum dieser Kategorie in Berlin ist das 1982 gegründete **Deutsche Technikmuseum**. Das Deutsche Technikmuseum steht in der Tradition zahlreicher technikhistorischer Sammlungen, die bis zum Zweiten Weltkrieg in Berlin beheimatet waren. Deren Bestände wurden zum Teil übernommen und bilden die Grundlage des Museums.

Das Museum befindet auf dem Gelände des ehemaligen Anhalter Güterbahnhofs im Stadtteil Kreuzberg am Halleschen Ufer und verfügt über eine Ausstellungsfläche von ca. 25.000 Quadratmetern. Hier befinden sich unter anderem Ausstellungen zu Kommunikations-, Produktions-, Energie- und Verkehrstechniken. Dem Museum angegliedert sind eine Bibliothek und ein Historisches Archiv. Auf einer Fläche von 1.600 Quadratmetern besteht eine Dauerausstellung zum Thema „Das Netz. Menschen, Kabel, Datenströme“. Die Dauerausstellung ist ein ausgezeichneter Ort im Land der Ideen 2015 und Bundessieger in der Kategorie „Kultur“. Die Ausstellung besitzt eine gewisse Affinität zum Thema Kabel, kann jedoch nicht als Konkurrenzangebot angesehen werden. Eher kann hier sogar eine unterstützende Wirkung für das im alten AEG-Kasino zu planende Museum festgestellt werden. Die Ladestraße und

.....
1 Die Grafik zeigt die Orte der wichtigsten Museen Berlins: Wie zu erwarten, liegt der geografische Schwerpunkt der Museumslandschaft Berlins auf den Innenbereich des S-Bahnringes. In diesem geografischen Bereich liegen auch die Museen die Museen mit den höchsten Besucherzahlen. Neben den öffentlich geförderten Museen sind in der Stadt zahlreiche kleine private Nischen-Museen zu finden, die die Museumslandschaft Berlins bereichern.
Quelle: Museumsportal Berlin
https://www.museumsportal-berlin.de/de/museen/map/#object_id=226

Heimatismuseen und Stadtgeschichte

Auswahl:

- Märkisches Museum
- Story of Berlin (Charlottenburg)
- Erinnerungsstätte Notaufnahmelager Marienfelde (Tempelhof)
- Museen der Berliner Unterwelten (verschiedene Standorte)
- Olympisches Dorf (Elstal)
- Zille Museum (Mitte)
- Bezirksmuseum Marzahn-Hellersdorf
- Berlin Story Bunker (Historiale Berlin Museum)
- The Story of Berlin
- Gotisches Haus - Stadtgeschichtliches Museum Spandau
- Gründerzeitmuseum im Gutshaus Mahlsdorf
- Zitadelle Spandau
- Mitte Museum
- Museum Köpenick
- Museum Blindenwerkstatt Otto Weidt
- Friedrichshain-Kreuzberg Museum
- Museum Pankow (2 Standorte)
- Museum Neukölln
- Museum Charlottenburg-Wilmersdorf
- Museum Reinickendorf
- Heimatmuseum Lichtenberg
- Tempelhof Museum
- Schöneberg Museum
- Deutsches Spionagemuseum
- Heimatverein Zehlendorf e.V. (1886) mit Museum und Archiv
- Heimatmuseum Steglitz
- Museum Nikolaikirche
- Museum Ephraim-Palais
- Museum Knoblauchhaus
- Museumsdorf Düppel

Aufzählung nicht vollständig, Bedeutung dieser nicht aufgezählten Einheiten ist eher als nachrangig zu behandeln.
Quelle: <https://www.berlin.de/museum/thema/heimat-stadtgeschichte/>

die Freiluftanlagen runden den umfassenden Überblick deutscher Technikgeschichte ab.

Insgesamt gesehen ist die Museumslandschaft Berlins im Bereich der **Kategorie „Technik und Industrie“** im Verhältnis zu anderen Kategorien jedoch relativ schwach ausgeprägt. Neben dem Deutschen Technikmuseum kann lediglich dem Museum für Kommunikation eine höhere Bedeutung in der Besucherstruktur der Berliner Museumslandschaft zugeordnet werden. Zudem besteht in einigen der in der Kategorie zuzuordnenden Museen eine nur begrenzte Zugangsmöglichkeit, wie z.B. beim Energiemuseum in Lichterfelde, das nur auf Anfrage zu besichtigen ist. Es besteht damit insgesamt eine verbesserungsfähige und ausbaufähige Situation. Für den expandierenden Berlin-Tourismus bietet sich hier sogar eine Chance, die insbesondere in den Berliner Außenbezirken eine tragende Rolle übernehmen kann.

Generell lässt sich feststellen, dass insbesondere die sehr vielseitige und durch historische Einschnitte (z.B. Erfindungen, Kriege, Krisen, Teilung, unterschiedliche Wirtschaftssysteme, global bedeutsame wirtschaftliche Erfolgsgeschichten, Erfindungen aus Berlin usw.) geprägte Berliner Wirtschaftsgeschichte aus musealer Sichtweise deutlich unterrepräsentiert ist. Damit besteht also Handlungsbedarf für diesen Schwerpunktbereich.

4.3.3 Kategorie: Heimat-, Kultur- und Stadtgeschichte

Um Missverständnisse vorzubeugen: Das „Electropolis Berlin“ wird kein Heimatmuseum werden. Allerdings wird es durchaus einen starken Bezug zur allgemeinen Stadtgeschichte Berlins haben. Es wird daher ein Konglomerat aus Technik, Industrie sowie Stadtgeschichte und Standortgeschichte darstellen. In diesem Bezug muss auch die Bewertung der Berliner Museen stattfinden, die einen Bezug zu dieser Hauptkategorie Heimat- Kultur- und Stadtgeschichte haben. Die historische Bedeutung des Industriestandorts Oberschöneweide nimmt einen festen Platz in der Stadtgeschichte Berlins ein. Damit wird ein bedeutender Teil der neueren Stadtgeschichte in einem direkten Zusammenhang mit der Industriegeschichte und deren Begleiterscheinungen und Folgen geprägt.

Die links genannten Museen können in diesem Zusammenhang nicht in einem direkten Konkurrenzverhältnis zum neuen Museum „Electropolis Berlin“ stehen. Die Schwerpunkte sind nicht miteinander vergleichbar. Eher kann das Projekt als eine sinnvolle Ergänzung zum gesamtstädtischen Angebot gewertet werden. Letztlich wird das zu projektierende Museum eine deutlich wichtigere Bedeutung besitzen als der größte Teil der oben genannten Museen.

Heimatismuseen haben im touristischen Sinne nur eine sehr begrenzte Wahrnehmung. Sie stehen nur bei sehr wenigen Gästen auf dem Programm der Urlaubsplanung. Meist sind deren Möglichkeiten in Bezug auf Ausstellung und Wissensvermittlung auch sehr begrenzt. Zudem fehlt die Komponente „Edutainment“ meist komplett. Gerade hierin haben moderne (und erfolgreiche) Museen jedoch eine sehr wichtige Bedeutung.

4.4 Einordnung von „Electropolis Berlin“ in die Berliner Museumslandschaft und in das Tourismuskonzept der Stadt Berlin

Aus der oben dargestellte Unterrepräsentanz von Berliner Wirtschaftsgeschichte in der Berliner Museumslandschaft ergibt sich ein wichtiger Ansatzpunkt, der eine USP (Unique Selling Proposition) - also ein Alleinstellungsmerkmal - für das Projekt „Electropolis Berlin“ innerhalb der zukünftigen Berliner Museumslandschaft identifiziert. Dieses Alleinstellungsmerkmal hat eine hohe Bedeutung für die Wahrnehmung in der Berliner Museumslandschaft und damit auch bei interessierten Gästen bzw. touristischen Zielgruppen. Die

positive zu erwartende Wahrnehmbarkeit kann letztlich auch als ausschlaggebendes Merkmal für eine Investition in „Electropolis Berlin“ im Gebäude des alten AEG-Kasinos gewertet werden.

Das zu projektierende Museum hat ein eigenständiges Sujet, es steht in keinem direkten Zusammenhang mit anderen Berliner Museen. Somit entsteht berlinweit keine konkurrierende, sondern eine ergänzende und bereichernde Situation für die Stadt Berlin.

Es verbindet in dem genutzten Gebäude unterschiedliche Themen mit einer zentralen Grundausrichtung (Berliner Industriegeschichte). Das Haus kann aufgrund seiner zu erwartenden Flächenkapazität als mittelgroßes Museum eingestuft werden. Das Haus wird für eine dauerhafte Öffnung konzipiert. Neben der dauerhaften Hauptausstellung sollen immer wieder auch wechselnde temporäre Ausstellungen zusätzlich im Haus gezeigt werden. Damit soll das Projekt auch zu einer dauerhaften Tourismusattraktion etabliert werden.

Eine besondere Bedeutung hat dabei die Authentizität des Gebäudes und der räumlichen Umgebung. Hier wird die Industriegeschichte also nicht nur an „irgendwelchem“ Ort dargestellt, sondern dort, wo ein Schwerpunkt der faktischen, historischen Entwicklung auch tatsächlich stattfand. Somit wird die Geschichte auch durch den historischen Kontext vor Ort noch einmal bedeutender und für die Gäste greifbarer gestaltet. Dieser Aspekt ist für die Wahrnehmung der Gäste sehr wichtig.

Das bedeutet, dass das Museum in seiner Konzeption immer auch in einer Wechselbeziehung zu seiner unmittelbaren Umgebung stehen muss.

Das Objekt hat damit gute Chancen strukturelle Wirksamkeit im ganzen Bezirk Treptow-Köpenick zu entfalten und entspricht damit der im Jahr 2017 erschienenen Berliner Tourismusstrategie **„12 mal Berlin | er | leben – Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+“**. Hier wird als übergeordnetes Ziel dargestellt, dass der Tourismus stadtverträglich und nachhaltig zu gestalten ist. Eine zentrale Forderung ist dabei, den Tourismus flächenmäßig mittels räumlicher Differenzierung zu entzerren und dabei die Maßstäbe eines Qualitätstourismus in den Fokus zu stellen.

Räumliche Differenzierung bedeutet in diesem Zusammenhang auch eine Positionierung von Teilbezirken auf geeignete spezielle Themen mit Zukunftsfähigkeit. Dieses Ziel soll auch durch eine aktive Besucherlenkung erfolgen. Diese kann jedoch nur funktionieren, wenn in den zu positionierenden touristischen Einheiten auch geeignete touristische Infrastrukturen zu finden sind. Im oben genannten Tourismuskonzept werden als beispielhafte Maßnahmen genannt:

- Unterstützung der touristischen Unternehmen und Attraktionen (Points of Interest = POI) in den Außenbezirken durch die Bezirke, z.B. durch GRW-Förderung
- Entwicklung und Ausbau von Themenrouten, die Angebote in der Innenstadt und in den Außenbezirken sowie im Nachbarland Brandenburg miteinander verbinden (z.B. Route der Industriekultur, Bauhaus, Sport, Gärten) *

Damit entspricht die zu projektierende Maßnahme auch dem mit der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe auch dem generellen Grundgedanken der oben dargestellten Tourismusstrategie.



1

* DWIF-Consulting GmbH / Humboldt-Innovation GmbH (2017): „12 mal Berlin | er | leben – Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+“, S. 50

1 Die drei Schornsteine des KWO als Landmarken in Oberschöneweide, Oktober 2019
Foto: Schaal

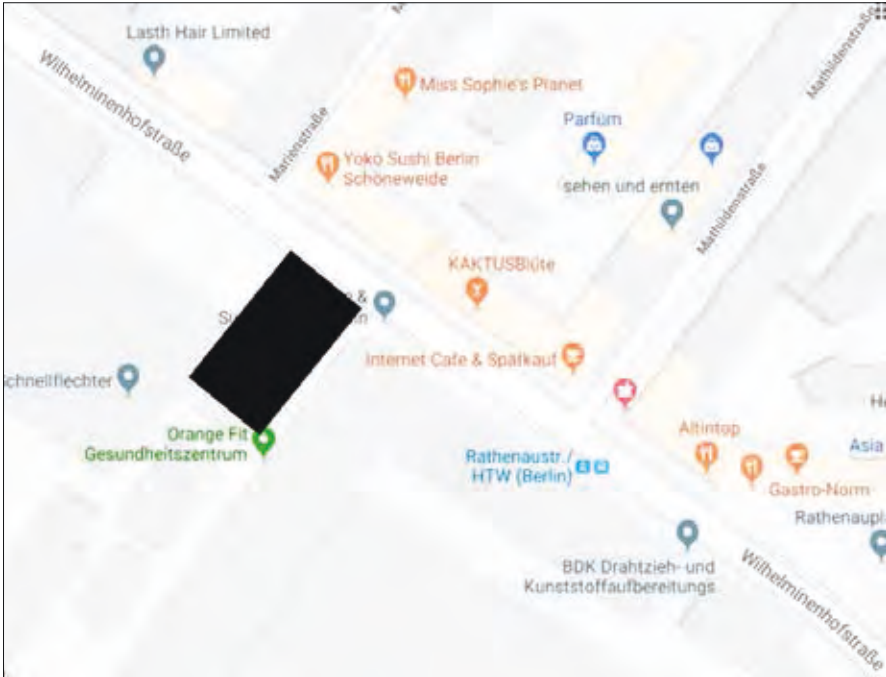
4.5 Projektrelevante Rahmenbedingungen für den Mikrostandort Oberschöneweide

4.5.1 Allgemeines zum Standort

Im Rahmen der Mikrostandortanalyse werden mehrere relevante Faktoren für das Projekt analysiert. Hierzu zählen die räumliche Lage, die Verkehrsanbindung, das räumliche Umfeld im Allgemeinen, das räumliche Umfeld im Besonderen in Bezug auf die potenzielle zukünftige Nutzung mit sowie dessen generelle touristische Attraktivität.

4.5.2 Lage des Gebäudes altes AEG-Kasino

Das zu untersuchende Objekt liegt Berliner Stadtteil Oberschöneweide in der Wilhelminenhofstraße, 76/77, 12459 Berlin. Das Haus ist nur über die Wilhelminenhofstraße zugänglich. Es bestehen keine weiteren öffentlichen Zuwegungen.



1

Der Stadtteil Oberschöneweide liegt im nordwestlichen Teil des Bezirks Treptow-Köpenick am nördlichen Ufer der Spree und hat eine Größe von 6,18 km² und eine Bevölkerung von rund 22.800 Menschen (Stand: 2018). Diesem Ortsteil gegenüber auf der südlichen Seite der Spree liegen die Berliner Ortsteile Plänterwald, Baumschulenweg, Niederschöneweide sowie die Ortslage Spindlersfeld des Ortsteils Köpenick. Im Osten grenzt Oberschöneweide an den Stadtteil Köpenick. Nördlich liegen die Ortsteile Karlshorst und Rummelsburg (Nordwest) des Bezirks Lichtenberg.

Die Topografie des Geländes von Oberschöneweide ist flach und im Kern stark bis sehr stark bebaut. Entlang der Spree erstreckt sich die für den Stadtteil prägende Industriebebauung.

Lediglich im Osten des Stadtteils gibt es am Ufer der Spree eine lockere und gemischte Bebauung des Geländes. Im Nordwesten liegen diverse Kleingartenanlagen. Die wichtigste Straße ist die Wilhelminenhofstraße. Hier befindet sich auch das zu untersuchende Objekt. Sie trennt das Industriegebiet vom Wohngebiet. Im Norden und Nordosten des Ortsteiles Oberschöneweide befindet sich die Wuhlheide mit dem denkmalgeschützten Volkspark Wuhlheide.

4.5.3 Verkehrsanbindung des Standorts

Der zentrale Zubringer des Bezirks für Kraftfahrzeuge ist die B96a, die in Nordwest-Südost-Richtung auf der gegenüberliegenden Spreeseite verläuft. Über die Stubenrauchbrücken ist der Standort Wilhelminenhofstraße dann leicht zu erreichen. Auf der östlichen Spreeseite sind die Rummelsburger Straße / Edisonstraße und An der Wuhlheide die zentralen Zubringer. Der touristische Individualverkehr ist jedoch eher zu vernachlässigen. Es kann davon ausgegangen werden, dass der überwiegende Teil der touristischen Gäste eher nicht mit dem eigenen Fahrzeug ankommen wird. Für Berliner – insbesondere mit Kindern – ist der motorisierte Kraftverkehr eher noch interessant, da die Situation im öffentlichen Personennahverkehr zur Erreichung des Standorts nur als befriedigend zu bewerten ist.

1 Lage des Casinos, bearbeitet nach Google-Maps

Die nächste S-Bahnstation ist der Bahnhof Schöneweide in Niederschöneweide. Dieser befindet sich im Tarifbereiche B. Der Bahnhof wird von den S-Bahn-Linien S45, S46, S47, S8, S85 und S9 angefahren. Von hier ist noch eine Distanz von ca. 1,3 km als Fußweg zu gehen. Dabei ist der Kaisersteg die zentrale Verbindung, die jedoch nur zu Fuß oder per Fahrrad nutzbar ist. Dies ist jedoch in Bezug auf Warte- und Umsteigezeiten meistens die beste Lösung.

Mit der Straßenbahn ist Oberschöneweide mit den Linien M 17 und 12, 16, 18, 60, 67 zu erreichen. Vom S-Bahnhof Schöneweide bedienen die Linien 16 und 67 das Untersuchungsobjekt in relativer Nähe. Positiv ist dabei zu bemerken, dass die Tram-Haltestellen nur etwa einhundert Meter vom Objekt entfernt liegen. Der 1,3 km lange Gehweg von der

S-Bahnstation Schöneweide zum Standort in der Wilhelminenhofstraße stellt vor allem eine zeitliche Hürde dar, da das Zeitbudget vieler touristischer Gäste damit doch recht stark belegt wird und mangelnde Ortskenntnisse eine gewisse Unsicherheit mit sich bringen.

Aus touristischer Sicht ist die Verkehrsanbindung daher nur bedingt als gut zu bewerten. Der größte Teil der Berliner Touristen nutzt eher die S- und U-Bahnen. Trams und Busse werden von Gästen deutlich unterdurchschnittlich genutzt. Das steht auch mit den touristischen Medien in einem Zusammenhang. Hier werden im Regelfall die Routenpläne der S- und U-Bahn dargestellt. Zwar können über digitale Karten wie Google oder Open Street Map mittels Smartphone auch Fahrzeiten von Bussen und Trams in die Wegeplanung eingebracht werden, die Wahrnehmung bei den Gästen ist jedoch geringer einzustufen als bei den S- und U-Bahnen. Dadurch entsteht auch eine gewisse psychologische Schranke, die zumindest bei den Planungen beachtet werden muss.

4.5.4 Fahrzeiten mit dem ÖPNV

Für jede touristisch relevante Attraktion ist die Distanz zu potenziellen Bereichen, die eine starke touristische Bedeutung haben, ein wichtiger Faktor, um die potenziellen Chancen neuer touristischer Infrastrukturen zu überprüfen. Diese stehen jedoch auch immer in Zusammenhang mit den für das jeweilige touristische Produkt in Zusammenhang stehenden touristischen Zielgruppen. Aufgrund der Tatsache, dass sich der größte Teil der touristischen Gäste sich innerhalb des S-Bahn rings aufhält, werden nun einige tourismusrelevante Abfahrtsorte mit den zu überwindenden Distanzen und Fahrzeiten dargestellt.

- Das Untersuchungsgebiet ist ab Bahnhof Alexanderplatz nicht ohne Umsteigen zu erreichen. Die schnellste Verbindung stellt dabei die S9 bis Baumschulenweg und anschließend mit Bus 365 dar. Inklusive der Umsteigezeiten sowie der fußläufigen Streckenüberwindung ergibt sich eine Mindestanreisezeit von etwa 30 Minuten, realistisch sind eher bis zu 40 Minuten.
- Ab Ostkreuz müssen mindestens 25 Minuten eingeplant werden (mit S3 und Tram 27). Wahrscheinlicher ist jedoch eine Anreisezeit von 30 bis 35 Minuten.
- Ab Bahnhof Zoologischer Garten muss mit einer Transferzeit von ca. einer Stunde (und mehr) gerechnet werden. Im günstigsten Fall (S9/Bus 365) dauert die Anreisezeit gut 50 Minuten.
- Ab Altstadt Köpenick dauert die Anfahrtszeit per Tram / Bus ca. 25 bis 30 Minuten.
- Ab Bahnhof Südkreuz dauert die Anfahrt per S-Bahn / Tram ca. 50 bis 60 Minuten.



2



3

2 Wilhelminenhofstraße in Westrichtung vom Standort aus. Foto: F. Schaal

3 Wilhelminenhofstraße in Ostrichtung vom Standort aus. Foto: F. Schaal



1

Mit den Verkehrsträgern und bezirklichen Genehmigungsbehörden ist ein Kennzeichnungsverfahren auszuhandeln. Können Buslinien, bzw. Haltestellen explizite Hinweise auf das Museum geben oder kann eine „Industrieroute“ eingerichtet werden?



2



3



4



5

1 Kaisersteg. Foto: F. Schaal

2 Teile der Fläche sind nicht verwendbar wegen Lieferverkehrseingang

3 Potenzielle Erweiterungsfläche auf dem KWO-Gelände

4 | 5 Potenzieller Busparkplatz auf der westlichen Seite des Hauses

4.5.5 Anreise mit dem Reisebus

Aus touristischer Sicht ist der Reisebus eine zu favorisierende Option, um interessierte Gäste unkompliziert und komfortabel zum Standort zu bringen. Dabei werden die oben genannten Straßen genutzt. Für den Reisebusverkehr ergeben sich jedoch Herausforderungen, die gelöst werden müssen. Hierbei sind drei Modelle relevant:

1. Der Reisebus fährt die Gäste zum Standort und verlässt dann den Standort wieder und kommt zum vereinbarten Zeitpunkt wieder zum Standort zurück. Da die Ein- und Ausstiegszeiten für Passagiere generell für mindestens fünf Minuten einkalkuliert werden müssen, ist der Ein- und Ausstieg auf der Verkehrsfläche der Wilhelminenhofstraße nicht machbar, da der Verkehr hierdurch zu lange beeinträchtigt würde, insbesondere auch durch die in Straße fahrenden Tramlinien. Zudem würde eine weitere Beeinträchtigung entstehen, wenn ein weiterer Bus zur gleichen Zeit anreisen würde. Um diese Situation zu umgehen, braucht man für die Reisebus-Option einen eigenen Lade- bzw. Entladehaltestandort in unmittelbarer Nähe des Museums, der für jeweils maximal ca. zehn Minuten pro Bus genutzt werden darf.
2. Es entsteht ein eigener Bushalteplatz mit Parkmöglichkeit im benachbarten Hof für mindestens zwei Reisebusse in unmittelbarer Nähe zum Museum, wo Busse auch für die Anwesenheitszeit der Besucher parken dürfen. Es sollte keine Gebühr für die Parkzeit des Reisebusses erhoben werden.
3. Es werden Busparkflächen in räumlich angrenzenden Flächen eingerichtet, die faktisch nicht zum Haus gehören, die sich jedoch in unmittelbarer räumlichen Nähe zum Haus befinden. Das Aussteigen und Wiederbetreten des Busses findet im Hof des Museums zu einem vorher definierten Zeitpunkt statt.

Die Szenarien werden im Kapitel 3.5.6 noch näher erläutert.

4.5.6 Parkraum und Parkraumbewirtschaftung

Aufgrund der vorhandenen Raumsituation um das neu entstehende Museum ist durch zusätzliches Aufkommen von Fahrzeugen außerhalb des öffentlichen Personennahverkehrs mit zusätzlichem Verkehr zu rechnen. Dieser wird jedoch keine sonderlich belastende Rolle für den Standort spielen. Eher von Interesse ist das Thema „Parkraum“. Kommen Gäste nicht mit dem ÖPNV wird automatisch Parkraum gebraucht. Dieser Faktor tritt dann besonders ein, wenn Automobile von zu erwartenden Gästen Parkraum benötigen. Im Falle des „Electropolis Berlin“ kann jedoch davon ausgegangen werden, dass der Großteil der zuwartenden Besucher nicht mit dem Pkw anreist. Dies gilt insbesondere für die touristischen Gäste, die überwiegend mit dem ÖPNV anreisen werden. Beim Parkraum ist eine Unterteilung in unterschiedliche Verkehrsmittel zu beachten, die eine gewisse Rolle für die zu erwartenden Besucher spielen können. Dabei muss im Wesentlichen unterschieden werden in:

- Personenkraftwagen
- Busse
- Wohnmobile
- Motorräder
- Fahrräder und Roller

Die angrenzende Hoffläche wäre in Teilen für Parkraum verwendbar, allerdings nicht für private Personenkraftwagen. Der Bereich sollte primär für Busse und ein Teilbereich für Fahrräder eingeteilt werden. Aufgrund der geringen zur Verfügung stehenden Fläche sollten privaten Pkw hier keine Flächen zur Verfügung stehen.

Der dem Haus anschließende östlich gelegene Innenhof im jetzigen Zuschnitt stellt auch dann bereits eine Herausforderung für Busse dar. Die Fläche ist bislang recht begrenzt. Im Rahmen des Verfahrens sollten daher weitere potenzielle Ausweichflächen geprüft werden (Fotos 7 bis 10)

Ob diese Flächen tatsächlich zur Verfügung stehen, hängt letztlich vom Gutdünken des Flächeneigentümers ab. Sollte eine positive Stellungnahme diesbezüglich erfolgen ist es notwendig, mehrere Zugangsbarrieren, Zäune und Begrenzungsgitter zu versetzen bzw. gänzlich abzubauen. Zudem ist zu prüfen, ob der Einfahrtbereich westlich des Hauses dauerhaft genutzt werden kann.



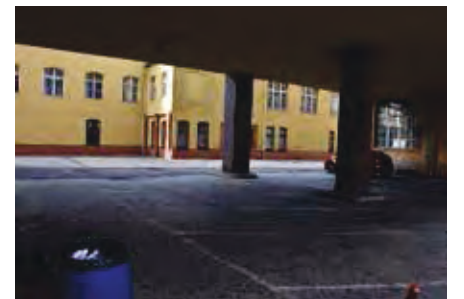
6



7



8



9



10

6 Hofeinfahrt von der Straße

7 Stellfläche überdacht, Blick nach Osten

8 Blick von der Straßenseite

9 Überdachte Fläche, Blick nach Westen

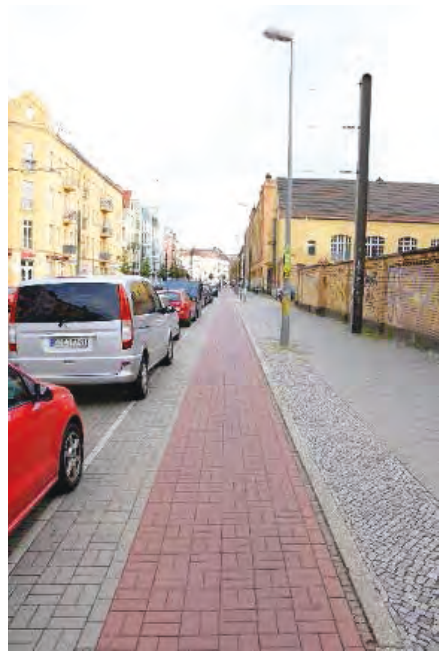
10 Teile der Fläche sind nicht verwendbar wegen Lieferverkehrseingang



1



2



3

4.5.7 Anbindung an das örtliche Radwegesystem

Dem Thema „Fahrrad“ muss im Rahmen des Verkehrskonzepts für das neue Museum eine besondere Aufmerksamkeit zugeordnet werden. Nach jetzigem Sachstand wird der Radfahrverkehr in der Stadt Berlin innerhalb der Dekade 2020-2030 massiv ansteigen. Durch das Berliner Mobilitätsgesetz vom 18.07.2018 (MobG BE) wurde politisch beschlossen, den Fahrradverkehr strategisch massiv zu fördern. Das wird zu anderen Verhaltensmustern des innerstädtischen Verkehrs führen. Faktisch bedeutet das: es wird zukünftig im gesamten Stadtgebiet deutlich mehr Radverkehr geben. In diesem Bezug ist folglich auch

der für das Projekt interessante „Freizeit- und Tourismus induzierte Fahrradverkehr“ besonders relevant.

Die Wilhelminenhofstraße ist sehr gut an das Berliner Radwegesystem angeschlossen. In der Straße befindet sich auf beiden Seiten ein gut markierter Radweg, der den aktuellen Erfordernissen moderner Radwege entspricht und von seinem Fahrbahnuntergrund sehr gut und sicher befahrbar ist. Hier besteht kein baulicher Handlungsbedarf. Allerdings ist auch zu beobachten, dass die Radwege gelegentlich als Parkplatz für Automobile verwendet werden und dann für den Radverkehr

blockiert sind. Die Planung von ausreichend sicheren Fahrradstellplätzen gehört damit in die Erschließungsplanung.

Aus Richtung Stadtmitte kann der Radweg aus zwei Richtungen mitbedient werden: Aus dem nördlichen Bereich kommend bestehen zahlreiche gut ausgebaute Radwegeverbindungen. Gleiches gilt auch für die Verbindung aus dem Bereich des S-Bahnhofs Schöneeweide. Hier bietet sich die Verbindung über den Kaisersteg an.

Der Radweg in der Wilhelminenhofstraße ist nur wenige Hundert Meter vom Europaradweg R 1 entfernt. Dieser zählt zu den bekanntesten Radwegen in Deutschland und hat insbesondere eine besondere Bedeutung im Radtourismus von Berlin und Brandenburg.

Diese Tatsache muss bei der zukünftigen Beschilderung unbedingt beachtet werden. Der Europaradweg kann ein wichtiger fahrradtouristischer Zubringer zu „Electropolis Berlin“ werden. Aufgrund der schon bestehenden, durchaus guten Situation der Zuwegung mittels Radwegen, gibt es aktuell keine große Notwendigkeit der strukturellen Verbesserung. Allerdings muss kurz vor Eröffnung des Museums eine umfangreiche Beschilderung entlang der Radwege stattfinden, da diese Art der Mobilität für die Inanspruchnahme des Projekts eine tragende Rolle spielen wird.

4.6 Ist-Analyse Räumliches Umfeld

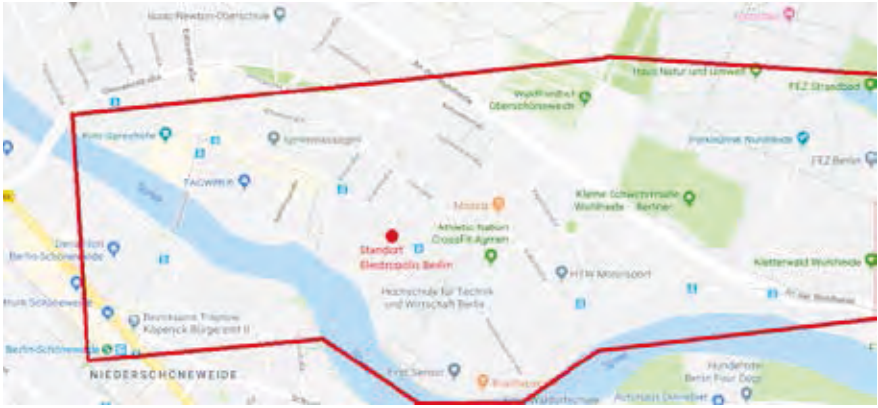
4.6.1 Generelle touristische Attraktivität

Im Folgenden wird die derzeitige Situation beschrieben, die für den Aufbau von „Electropolis Berlin“ maßgeblich ist. Dabei werden alle projektrelevanten Faktoren mit Freizeit- und Tourismusbezug im näheren Umfeld des Standorts Wilhelminenhofstraße bewertet. Die Analyse ist ein tragender Bestandteil für alle weiteren Planungen bezüglich des Projekts. Als Untersuchungsgebiet wird das unten in der Karte dargestellte, eingegrenzte Gebiet herangezogen.

Das in Abbild 4 dargestellte Untersuchungsgebiet wird somit als besucherrelevantes Gebiet für das „Electropolis Berlin“ festgelegt und dient somit als Bearbeitungsgrundlage für die untenstehenden Aussagen. Es sei jedoch angemerkt, dass nicht in allen Kategorien eine komplette Erhebung stattfindet, da dies

nicht als zielführend erachtet wird. So wird beispielsweise im Bereich „Gastronomie“ eher der Fokus auf herausragende Objekte der Untersuchungsgebiet sowie Objekte im zentralen Nahbereich direkt am Objekt gelegt.

Zur Beschreibung des Ist-Zustands im räumlichen Umfeld des Untersuchungsobjekts ist anzumerken, dass die derzeitige städtebauliche und freizeitorientierte Situation des Umfelds des ehemaligen AEG-Kasinos sich auf den ersten Blick noch nicht mit den Ansprüchen und Wünschen der Majorität der meisten touristischen Gäste (mit Ausnahme von Gästen mit einer hohen Affinität zur Industriekultur) in vollem Umfang entspricht. Hier ist eine strukturierte und langfristig ausgerichtete Entwicklung in Bezug auf die zukünftige Stadtentwicklung zwingend notwendig, um das Objekt zu einem Erfolg zu machen. Aufgrund des ohne jeden Zweifel vorhandenen sehr guten touristischen Potenzials bietet es sich jedoch an, hier nachhaltig und strategisch anzusetzen.



4

4.6.2 Bestandsaufnahme der touristischen Infrastruktur im Umfeld des alten AEG-Kasinos

Die folgende Umfeld-Analyse basiert auch einer Standortanalyse bezüglich folgender touristisch relevanter Infrastrukturen:

- Besondere Architektur: Denkmalgeschützte Gebäude, herausragende moderne Architektur
- Museen, Gedenkstätten, Science Centers etc.
- Stätten für Kunst und Kultur: Ausstellungshallen, offene Ateliers etc.
- Gastronomie-Einrichtungen: Restaurants, Cafés, Snackbars, Kneipen etc.
- Tourismusrelevante begrünte Parkflächen und öffentliche Plätze
- Sonstige touristische Sehenswürdigkeiten oder tourismusrelevante Anlagen
- Regelmäßig stattfindende öffentliche Events
- Nahe Wasserlage

Die Umfeldanalyse bezieht sich überwiegend auf einen fußläufig erreichbaren Weg von 15 Minuten ab Standort altes AEG-Kasino. Das entspricht in etwa der räumlichen Distanz von einem Kilometer. Hier werden alle relevanten Wege auf die oben genannten Kriterien hin untersucht. Besonderer Fokus liegt dabei auf den zentralen Zuwegungen.

4.6.3 Besondere Architektur: Denkmalgeschützte Gebäude, herausragende moderne Architektur

Das Areal rund um das AEG-Kasino ist vor allem durch die dominierende Industriethematik geprägt. Dabei muss auf zwei Bereiche ein Augenmerk gelegt werden. Die Straße kann auf zwei unterschiedliche Bereiche eingeteilt werden, die (virtuelle) Grenze verläuft dabei in der Straßenmitte.

Der nördliche Teil der Wilhelminenhofstraße hat die Funktion einer Wohn- und Gewerbestraße (Waren des täglichen Bedarfs, unterschiedliche Dienstleistungen, teilweise Gastronomie im Bereich einfache Küche, Fastfood etc.). Der nördliche Teilbereich ist eher als architektonisch unspektakulär zu bewerten, trägt jedoch eine akzeptable visuelle Wirkungsweise in sich. Der südliche Teil der Straße wird durch zahlreiche Industriebauten geprägt. Viele dieser Bauten stehen unter Denkmalschutz und haben eine teilweise architektonisch höchst interessante Bauweise, was sie letztlich auch zur Tourismusattraktion macht.

1 | 3 Moderne und gute ausgebaute Radwege an der Wilhelminenhofstraße
Fotos: Frank Schaal

2 Karte mit Europaradweg R1
Quelle: berlin.de
https://www.berlin.de/senuvk/verkehr/mobil/fahrrad/radrouten/de/europaradweg_ost/index.shtml

4 Besucherrelevantes Gebiet für „Electropolis Berlin“
Bearbeitet nach Google-Maps:
<https://www.google.com/maps/@52.4607296,13.5249903,15z>



1



2

Große Teile dieser Bauten zählen damit zur Industriekultur. Die Menge und Qualität der Bauten ist für Berlin außerordentlich und kann mit dem Prädikat „höchst bedeutungsvoll“ eingestuft werden. Zu diesen Bauten zählen unter anderem:

- Peter-Behrens-Bau (unter Denkmalschutz) mit 58 Meter hohem Turm an der Ostendstraße
- Funkhaus Nalepastraße (unter Denkmalschutz)
- Ehemaliges AEG-Kabelwerk Oberspree (KWO), Industriegebäude zwischen der Wilhelminenhofstraße und der Spree
- Rathenau-Hallen, Kultur- und Technologiezentrum
- Industriedenkmal Spreehöfe

4.6.4 Museen, Gedenkstätten, Science Centers etc.

Folgende für Freizeit und Tourismus relevante Einrichtungen aus dem Bereich Museen, Gedenkstätten u.a. befinden sich im näheren Umfeld des Areals des ehemaligen AEG-Kasinos. Primär zu nennen ist hier der schon erwähnte Industriesalon.

Die besondere Rolle des Industriesalons Schöneeweide für das Projekt

Der Industriesalon Schöneeweide in der Reinbeckstraße 9 in Oberschöneeweide hat es sich zur Aufgabe gemacht, die bedeutende Industriekultur von Schöneeweide vor Ort sichtbar und erlebbar zu machen, zu vermitteln und den Standort damit langfristig zu stärken. Technik, Geschichte, Gespräche, persönliche Erinnerungen und Musik sind in der etwa 600 m² großen Halle Programm. Hier befand sich bis zur Wende die Vorwerkstatt des Transformatorenwerkes Oberschöneeweide (TRO). Seit der Eröffnung bietet sie nun Raum für Ausstellungen, fungiert als Schaudapot und Salon. Teil des Konzepts ist das ehemalige Betriebsmuseum des „VEB Werk für Fernseh elektronik“ (WF). Eine Dauerausstellung gibt einen Überblick über die Entwicklung des Industriegebiets Schöneeweide von der Gründerzeit bis zu den heute vor Ort aktiven Unternehmen. Regelmäßig gibt es im Industriesalon Vorträge zu Fragestellungen von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Standorts Berlin-Schöneeweide. Getragen wird der Industriesalon vom Verein, der sich im Juni 2009 gegründet hat. Der Industriesalon Schöneeweide e.V. ist eine eingetragene Körperschaft und besitzt die Gemeinnützigkeit. Dem Industriesalon kommt eine besondere Rolle für das Objekt „Electropolis Berlin“ zu. Diese ist auch als eine strategische Rolle zu bewerten. Der Industriesalon ist bereits gut in der industriekulturellen Szene vernetzt.

Es bestehen diesbezüglich schon folgende Kooperationen:

ERIH - European Route of Industrial Heritage e.V.
<https://www.erih.net/>

BZI Berliner Zentrum Industriekultur
<https://industriekultur.berlin/>

Berlin-Brandenburgisches Wirtschaftsarchiv e.V.
<https://www.bb-wa.de/>

HTW Berlin – Hochschule für Technik und Wirtschaft
<https://www.htw-berlin.de>

GFGF e.V. - Gesellschaft der Freunde der Geschichte des Funkwesens e.V.
<https://www.gfgf.org/>

Unternehmerkreis Schöneeweide
<https://www.uksw.de/>

.....
 1 Peter-Behrens-Bau an der Ostendstraße, Oktober 2019

2 Eingangsfassade vom Industriesalon
 Fotos: F. Schaal

Der Industriesalon befindet sich rund 550 Meter vom alten AEG-Kasino entfernt. In der Organisationsanalyse (vgl. Band 2) wird dargestellt, inwiefern sich der Industriesalon e.V. auch als Träger des Museums eignen könnte.

Weitere Einrichtungen:

Zwangsarbeit Dokumentationscenter: Auf der südlichen Spreeseite, in Schöneeweide, befindet sich das einzige noch weitgehend erhaltene ehemalige NS-Zwangsarbeiterlager. Während des Zweiten Weltkriegs gehörte es zu den mehr als 3.000 über das Stadtgebiet verteilten Sammelunterkünften für Zwangsarbeiter. Im Sommer 2006 wurde auf einem Teil des heute denkmalgeschützten historischen Geländes das Dokumentationszentrum NS-Zwangsarbeit eröffnet. Ein Multimedia-Guide führt durch die Dauerausstellungen, das ehemalige Lagergelände und die Nachbarschaft. Das Dokumentationscenter ist rund 1,2 km (also ca. 15 Minuten Gehzeit) vom Standort des alten AEG-Kasinos entfernt.

Eine Gedenkstätte für Opfer des Ersten und Zweiten Weltkriegs befindet sich auf dem Friedhof Oberschöneeweide.

Hier sollten in Kommunikation und Marketing Kooperationen mit anderen Partnern und Trägern, wie z. B. der „Stiftung Topographie des Terrors“ angestrebt werden.

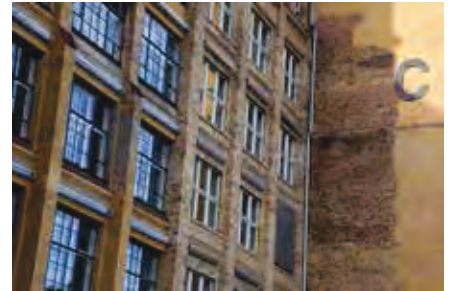
Computermuseum an der HTW: Im Computermuseum der HTW Berlin können die Besucher einige der alten Hilfsmittel und Geräte für Computertechnik sehen: Auch das Anfassen und die Technik vorgeführt zu bekommen ist möglich. Die Ausstellungsbereiche des kleinen Museums befinden sich in einem Raum, sie lauten:

- Geschichte des Rechnens
- Speichertechnologien
- Rechnergeschichte, Schwerpunkt PC
- Mensch-Computer-Umwelt

Adresse: Wilhelminenhofstraße 75A, 12459 Berlin, Raum: C 610

Internet: <http://computermuseum.htw-berlin.de>

Es befindet sich kein Science Center im näheren Umfeld des neu zu planenden Museums.



3

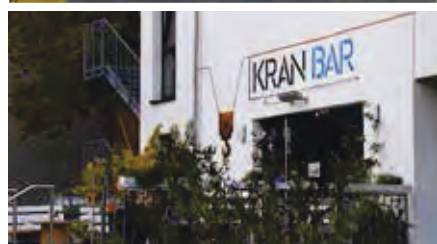
.....
 3 Fassade der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW), Oktober 2019
 Foto: Schaal



1



2



3

4.6.5 Stätten für Kunst und Kultur: Ausstellungshallen, offene Ateliers etc.

Eine wichtige Bedeutung für die zukünftige Nutzung des AEG-Kasinos besitzen die vorhandenen Einrichtungen in Bezug auf Kunst und Kultur, da diese einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die zukünftige Nutzung des Untersuchungsobjekts haben werden. Die Synergieeffekte dieser Einrichtungen werden unmittelbar in das vorliegende Konzept einbezogen werden müssen. Eine hohe touristische Wertigkeit besitzen die Reinbeckhallen, die sich in direkter Nähe zum Industriesalon befinden. Die Reinbeckhallen sind ein Zentrum für zeitgenössische Kunst. Die Hallen können auch für Ausstellungen und Veranstaltungen gemietet werden. Die Reinbeckhallen sind rund 600 Meter (also ca. fünf Minuten Gehzeit) vom Standort des alten AEG-Kasinos entfernt. Von untergeordnetem Interesse ist das Künstlerhaus Atelierhaus79. Hierin befinden sich 36 Atelierräume, die sowohl als reine Arbeitsateliers als auch als Wohnateliers oder Büros genutzt werden.

4.6.6 Gastronomie-Einrichtungen im Umfeld: Restaurants, Cafés, Snackbars, Kneipen etc.

Auch dem Thema Gastronomie kommt in Bezug auf die zukünftige Nutzung eine wichtige Rolle zu. Das gastronomische Angebot rund die Wilhelminen-hofstraße ist relativ übersichtlich. Es ist geprägt durch kleinere Restaurants im Niedrigpreissegment (überwiegend asiatische Küche), Snackbars (überwiegend Dönerläden und kleine Burger-Restaurants) und Spätkaufäden (sogenannte „Spätis“). Direkt gegenüber auf der anderen Straßenseite des alten Kasinos befindet sich ein Leerstand, der vorher als Sushi-Restaurant genutzt wurde.

In ca. 500 Metern Entfernung (in der Nähe des Industriesalons) befinden sich zwei schöne Cafés mit Außenterrasse, die sich für touristische Zwecke hingegen sehr gut eignen, es sind dies das Café Schoeneweile in der Reinbeckstraße sowie die Kranbar in der Wilhelminenhofstraße 80. Beide haben ein ordentliches Flair anzubieten und werden gut angenommen. Etwas weiter entfernt – nahe der Hochschule für Technik und Wirtschaft – befindet sich die Waschbar, die jedoch überwiegend von Studierenden frequentiert wird.

Insgesamt stellt das räumliche Umfeld rund um die zu entwickelnde Immobilie in Bezug auf ein potenziell touristisches Attraktionsfeld ein eher unterdurchschnittliches gastronomisches Angebot zur Verfügung. Gleichzeitig bietet sich dadurch die Chance, im „Electropolis Berlin“ eine etwas höherwertige Gastronomie zu etablieren. Ein anspruchsvolleres gastronomisches Angebot ist auch ein Anker für den Erfolg des Museums. Junge kreative Gastronomen könnten hier ein Betätigungsfeld finden. Bei einem sich positiv weiterentwickelndem Stadtteil Oberschöneweide kann sich perspektiv jedoch einiges zusätzlich ergeben, was die zukünftige Attraktivität des Areals fördern kann.

4.6.7 Sonstige Touristische Sehenswürdigkeiten oder tourismusrelevante Anlagen

Im näheren Umfeld von etwa einem halben Kilometer-Radius gibt es abgesehen von den oben genannten touristischen Attraktionen keine weiteren nennenswerten Sehenswürdigkeiten. Im weiteren Umfeld (deutlich weiter entfernt als einem Kilometer) lassen sich folgende Anlagen festhalten:

Freizeit- und Erholungszentrum Wuhlheide (FEZ)

Das Freizeit- und Erholungszentrum Wuhlheide (FEZ) ist das größte gemeinnützige Kinder-, Jugend- und Familienzentrum Europas. Es verfügt über 175.000 Quadratmeter Fläche im Außenbereich und 13.000 Quadratmeter Fläche innerhalb der Gebäude. Das FEZ befindet sich mitten im Volkspark Wuhlheide. Ziel der Einrichtung sind das Anbieten von kulturellen Angeboten und Freiräumen, die Abenteuer, erlebnisorientiertes Lernen und Spaß bieten. Hierzu zählen: Familienevents an 50 Wochenenden, abwechslungsreiche Ferienprogramme und Bildungsangebote im Rahmen von Schulkooperationen und außerschulischen Lernens. Zur Ausstattung gehören das größte Kindertheater Berlins, ein Raumfahrtzentrum, ein mehrfach international ausgezeichnetes Kindermuseum, die Landesmusikakademie Berlin mit Tonstudio und drei Konzertsälen, ein Kino und eine Schwimmhalle mit einem 50m-Becken. Auf dem Außengelände gibt es mehrere Spielplätze, eine Öko-Insel mit eigenem Mini-Regenwald und einen Badensee mit Sandstrand. Das FEZ-Berlin ist besonders geeignet Ort für die ganze Familie und ist auch geeignet für ortsfremde Gäste. Das FEZ ist rund 1,9 km (also ca. 25 Minuten Gehzeit) vom Standort des alten AEG-Kasinos entfernt.

Parkeisenbahn im Volkspark Wuhlheide

Die Parkeisenbahn Wuhlheide (auch Berliner Parkeisenbahn [BPE]) ist eine vorwiegend von Kindern und Jugendlichen betriebene Schmalspurbahn im Volkspark Wuhlheide mit einer Gesamtstreckenlänge von 7,50 km. Der Fahrbetrieb findet überwiegend von März bis Oktober statt. An Wochenenden verkehrt die Bahn im 17/18-Minuten-Takt oder im 35-Minuten-Takt (auch in den Sommerferien). Mehrere Bahnhöfe wie der Hauptbahnhof, Eichgestell, Badensee, Haus Natur und Umwelt und Freilichtbühne liegen auf der Strecke. Im Winter wird an ausgewählten Wochenenden am Hauptbahnhof die Draisine eingesetzt und Sonderfahrten werden angeboten. Regelmäßig kommt auch ein historischer Zug zum Einsatz. Im Jahr 2018 beförderte die Parkeisenbahn rund 70.000 Fahrgäste. Im Sommer 2019 konnte die Parkeisenbahn ihren viermillionsten Fahrgast seit der Eröffnung (1956) begrüßen. Der nächste Bahnhof der Strecke ist rund 1,6 km (also ca. 20 Minuten Gehzeit) vom Standort des alten AEG-Kasinos entfernt.

Modellpark Berlin-Brandenburg

Liebevoll gestaltete Flächen prägen eine 3D-Miniaturlandkarte der beiden Länder Berlin und Brandenburg. Eingebettet in einen 3,5 Hektar großen Landschaftspark, der den landwirtschaftlichen Merkmalen der Region nachempfunden ist, gibt der Modellpark einen umfangreichen Überblick über die Entwicklungsgeschichte der beiden Bundesländer. Hier werden über 80 Modelle von bekannten Sehenswürdigkeiten der Regionen im Miniaturbau dargestellt. Jedes einzelne Objekt wurde in aufwändiger Handarbeit im Maßstab 1:25 aus zahllosen Einzelteilen originalgetreu und bis ins letzte Detail nachgebaut. Der Modellpark ist fußläufig etwa 1,4 km (also rund 20 Minuten Gehzeit) vom Standort des alten AEG-Kasinos entfernt.

Waldfriedhof Oberschöneweide

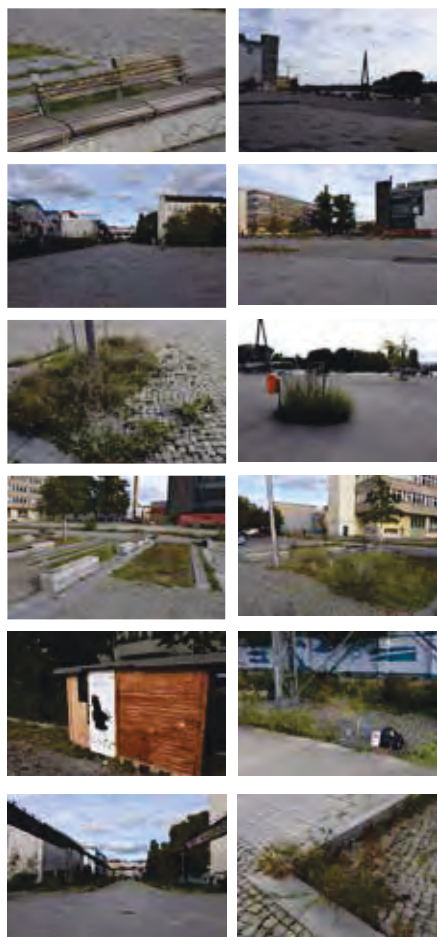
Der Waldfriedhof Oberschöneweide wurde 1902 im Auftrag Emil Rathenaus vom Architekten Max Stutterheim in der Wuhlheide angelegt. Neben dem Familiengrab der Rathenaus liegen hier viele weitere Persönlichkeiten des 19. und 20. Jahrhunderts, die sich um die Entwicklung von Oberschöneweide verdient gemacht haben. Auch für die Gefallenen der beiden Weltkriege wurden Grab- und Gedenkstätten angelegt. Die gesamte Friedhofsanlage mit allen Gebäuden steht unter Denkmalschutz. Der Friedhof ist fußläufig etwa 1,0 km (also rund 15 Minuten Gehzeit) vom Standort des alten AEG-Kasinos entfernt.

1 | 2 Reinbeckhallen

3 Typische Bilder des gastronomischen Angebots aus der Wilhelminenhofstraße
Fotos: F. Schaal



1



2

1 Satellitenansicht vom Platz am Kaisersteg
Quelle: Google Maps, <https://www.google.com/maps/place/KRANBAR/@52.4592486,13.5191827,249m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x0:0x55646db89630665e!8m2!1d52.4605508!4d13.5197535>

2 Impressionen vom Platz am Kaisersteg
Fotos: F. Schaal

4.6.8 Tourismusrelevante Parkflächen, öffentliche Plätze und das Spree-Ufer

Im näheren Umfeld befinden sich nur wenige öffentliche Plätze und tourismusrelevante Parkflächen. Unterhalb von einem Radius von 400 m ist keine dieser Flächen vorhanden.

Platz am Kaisersteg

Der einzige größere öffentliche Platz in der Nähe ist der Platz am Kaisersteg. Der Platz hat durch die Zugangsmöglichkeit über den Kaisersteg aus Richtung Bahnhof Schöneweide eine strategische Bedeutung für das „Electropolis Berlin“, den für alle potenziellen Gäste die über den Bahnhof Schöneweide anreisen und von dort zu Fuß in Richtung des zukünftigen Museums gehen, werden den Platz am Kaisersteg überqueren.

Der Platz wird für die zukünftige touristische Positionierung von Oberschöneweide ebenfalls eine wichtige Rolle spielen. Der derzeitige Zustand des Platzes ist jedoch

im Sinne der optischen Attraktivität und Aufenthaltsqualität in einer sehr schlechten Qualität.

Zum Erhebungszeitpunkt im Oktober 2019 zeigt sich der Platz von einer offensichtlichen Tristesse, was sich auch in den geringen Nutzungszahlen äußert. Der flächenmäßig recht große Platz und sein Zugang in Richtung Wilhelminenhofstraße sind gekennzeichnet von Versiegelung, Ödnis und schlechter Pflege. Die folgenden Bilder belegen diesen Zustand:

Der Platz am Kaisersteg ist umstritten. Die Ödnis und Verwahrlosung des Platzes stellen insbesondere für Gäste, die noch nie vor Ort waren, eine Herausforderung dar. Ein Gefühl des Willkommen-Seins, des Sich-Wohl-Fühlens kann hier nicht entstehen. Letztlich erzeugt der Platz eine negative Grundstimmung, die für das neu entstehende Museum zum Hindernis werden kann.

Die AG Steiner weist darauf hin, dass eine strukturelle Überarbeitung, bzw. Neugestaltung des Platzes eine hohe Dringlichkeit besitzt, um den Tourismusförderung vor Ort zu unterstützen.

Im folgenden Kapitel „In Planung oder Bau befindliche Projekte mit struktureller Wirkung und Objektbezug“ wird das „Elektra-Projekt“ vorgestellt, das hier einen gewissen verbessernden Aspekt für die räumliche Wirkung des Platzes darstellen kann. Das Elektra-Projekt ist damit ein guter Ansatzpunkt zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität des Platzes, aber weitere Umgestaltungen müssen erfolgen. Generell wird deshalb darauf hingewiesen, dass eine Neugestaltung des Platzes im Sinne von der Aufenthaltsqualität notwendig ist, wenn der Weg vom Kaisersteg zum „Electropolis Berlin“ positiv besetzt sein soll. Dazu zählt auch eine neu zu gestaltende Grünordnung der Fläche. Die Ödnis des Platzes wird auch von der Bevölkerung wahrgenommen, die mittels einer Initiative für eine Umgestaltung des Platzes arbeitet.* Die hier dargestellten Ideen sind seitens der ARGE Steiner durchaus als positiv zu bewerten und sollten perspektivisch zusammen mit der örtlichen Bevölkerung sowie den Unternehmen und Kulturtreibenden des näheren Umfelds weiterverfolgt werden. **

Volkspark Wuhlheide

Der Volkspark Wuhlheide ist einer der bekanntesten Parks der Stadt. Kaum ein anderer Stadtpark in Berlin bietet so viele unterschiedliche Angebote auf einer Palette von Naturerleben und Erholung hin zu attraktiven Angeboten aus den

Bereichen Sport und Spiel, Natur- und Umweltbildung, Lernen und Entertainment. Attraktionen wie das FEZ, die Parkbühne Wuhlheide und die Parkeisenbahn ziehen jährlich viele Tausende Besucher an, darunter auch viele Touristen.

Spreeufer

Das Spreeufer befindet sich Luftlinie nur rund 200 Meter vom Untersuchungsobjekt entfernt. Allerdings ist der Gehweg zum alten AEG-Kasino über 600 Meter lang. Die Spree ist ein natürlicher Attraktionsfaktor für den ganzen Standortbereich. Eine besondere Bedeutung in diesem Bereich hat auch der Kaisersteg, der als Fußgänger- und Fahrradbrücke die beiden Teilbezirke Oberschöneweide und Niederschöneweide miteinander verbindet.

Der einzige relevante Teilbereich des Ufers befindet sich am Platz am Kaisersteg. Die anderen Uferbereiche im näheren Umfeld des Planungsobjekts sind öffentlich nicht betretbar. Dies gilt sowohl für die Richtung Ost entlang der alten Gummifabrik und für die Richtung West ab der HTW. Da sich die Uferbereiche in privater Hand befinden und die Eigentümer den Weg am Ufer nicht freigegeben haben, kommt es öffentlich zu Unmutsäußerungen wie „Ufer frei“ die auch im öffentlichen Raum sichtbar sind.

Zur Steigerung der touristischen Attraktivität ist ein frei zugängliches Ufer sehr förderlich.

In den freien Uferbereichen am Platz am Kaisersteg ist jedoch die Aufenthaltsqualität ebenfalls eingeschränkt. Um eine strategische Verbesserung der räumlichen Situation am Ufer zu erlangen, sind umfangreiche Planungsmaßnahmen erforderlich. Dazu gehört auch die vorhandene Schiffsanlagestelle optisch zu verbessern. Deren Zustand erweist sich im Erhebungszeitraum als verbesserungswürdig.

4.6.9 Regelmäßig stattfindende öffentliche Events

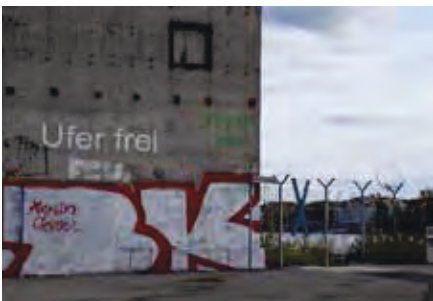
Regelmäßige Events in Oberschöneweide lassen sich primär in zwei unterschiedliche Kategorien einteilen: Events mit und ohne Eintritt. Der bekannteste Veranstaltungsort in Oberschöneweide ist die Parkbühne. Außerhalb der Parkbühne ist die Anzahl herausragender Events begrenzt.

Veranstaltungen auf der Parkbühne Wuhlheide: Auf der populären Open-Air-Bühne im Volkspark Wuhlheide finden jeden Sommer zahlreiche herausragende Konzerte mit nationalen und internationalen Stars für bis zu 17.000 Besucher statt. Die Parkbühne Wuhlheide Deutschlands zweitgrößte Open-Air-Bühne liegt mitten im Volkspark Wuhlheide. Die unter Denkmalschutz stehende Bühne in Form eines Amphitheaters ist weit über Berlin hinaus bekannt. 2008 wurde die Bühne mit dem „Live Entertainment Award“ als „Location des Jahres“ ausgezeichnet.

Lichtermarkt an der Christuskirche Oberschöneweide: Er ist der bekannteste Weihnachtsmarkt in Oberschöneweide. Vor der Christuskirche der Ev. Kirchengemeinde Berlin-Oberschöneweide können Besucher den Lichtermarkt sowie ein Adventskonzert erleben.

4.7 Monumente der Industriekultur in Oberschöneweide

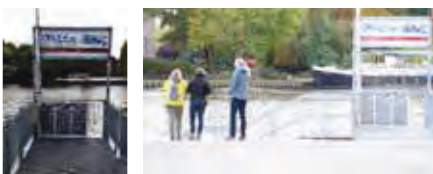
*Der Berliner Ortsteil Schöneweide hat in der Berliner Industriegeschichte eine herausragende Stellung. „Die Entwicklung Berlins zu einer Metropole internationalen Ranges war maßgeblich bestimmt durch die Industrie und die Integration neuer Technologien in den Stadtraum. Die Zeugnisse dieser Entwicklung prägen noch heute das Bild und die Identität der Metropole, auch wenn sie manchmal erst auf den zweiten Blick zu entdecken sind.“ ****



3



4



5

* Siehe Anhang: Artikel aus der „Berliner Woche“ vom 18. November 2017 „Öder Ort an der Spree: Oberschöneweide: Bürger wollen den Platz am Kaisersteg aufwerten“

** Aufgrund des vorliegenden lebenslangen Urheberrechts der planenden Architektin auf die Gestaltung des Platzes sollte hier auf eine kooperative Grundhaltung hingewirkt werden. Zur kurzfristigen optischen und strukturellen Verbesserung des Platzes sollten primär bewegliche Elemente zum Einsatz kommen, die das Urheberrecht am Objekt nicht beeinträchtigen.

*** <https://industriekultur.berlin/de/8/faltmappe/30.html>

3 | 4 Protest gegen versperrte Uferwege an der Spree

5 Schiffsanlegestelle am Platz am Kaisersteg
Fotos: F. Schaal



Diese Entwicklung setzte Ende des 19. Jahrhunderts ein. Ab 1890 entstand dort ein neuer Stadtteil, der auf industrieller Produktion basierte. Die rasch sich entwickelnde industrielle Produktion in Verbindung mit dem Bau von Arbeitersiedlungen führte in kürzester Zeit zu einem regelrechten Boom des Stadtteils. Auch heute, trotz aller Veränderungen, die die letzten hundert Jahre mit sich brachten, dominieren die - größtenteils denkmalgeschützten - Industriegebäude die Stadtlandschaft. Dies lässt sich anhand der folgenden Grafik des Berliner Zentrums für Industriekultur belegen.

Orte mit Verbindung zur Industriekultur in Schöneweide im Überblick:

Siedlungen mit Gemeinschaftseinrichtungen:

1. Friedhof mit Grabstätte der Rathenaus
2. ehemalige Borussia-Brauerei, VEB Bärenquell
3. Spreehöfe, ehemalige Lampenfabrik Frister
4. Rathenau-Hallen, ehemaliges Transformatorenwerk TRO
5. Besucherzentrum Industriesalon Schöneweide
6. Skulpturengießerei Knaak, ehemaliges Umspannwerk
7. ehemaliges Kraftwerk Oberspree
8. Kabelwerk Oberspree, KWO
9. Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, HTW
10. BAE Batterien GmbH, ehemalige AFA
11. Peter-Behrens-Haus, ehemalige Automobilfabrik NAG
12. Dokumentationszentrum NS-Zwangsarbeit
13. Freie Waldorfschule, ehemalige Textilfabrik Otto Schneider
14. ehemalige Batteriefabrik Pertrix

Quelle: Berliner Zentrum für Industriekultur, https://industriekultur.berlin/web/medien/pdfs/industriekultur_02_region_schoenweide_1496046138/industriekultur_02_region_schoenweide.pdf

In einer Faltnappe des **Berliner Zentrums für Industriekultur** wird die Entwicklung des Standorts Oberschöneweide wie folgt beschrieben:

„Am nördlichen Spreeufer kaufte 1889 die von Carl Deul geleitete „Grundrentengesellschaft“ die Ländereien des Gutsbezirks Wilhelminenhof, begann mit der Parzellierung des Landes und sorgte mit einer ersten Brücke über die Spree und mit dem Bau von Straßen und Gleisen für eine Anbindung an die Berlin-Görlitzer Bahn im Süden. Durch eine eigenständige Stromversorgung, weitere Brücken und den Anschluss an den Bahnhof Rummelsburg im Norden überflügelte das neue Industriegebiet bald seinen südlichen Nachbarn. Mit dem Kraftwerk, dem Kabelwerk der AEG, den später für die Transformatorenproduktion übernommenen Niles-Werken, der Automobilproduktion, einer Batteriefabrik und der Lampenproduktion Frister wurde Schöneweide zu einer der wichtigsten Ansiedlungen der Berliner Elektroindustrie.“

Wendezeiten: Nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges wurde die Produktion in Oberschöneweide aufrechterhalten. Mit rund 30.000 Beschäftigten nahmen die als VEB geführten Betriebe eine herausgehobene Stellung in der Elektroindustrie der DDR ein. Unmittelbar nach 1990 begann ein massiver Stellenabbau, der die Mehrheit der Beschäftigten betraf. Um die negativen Effekte abzufangen, wurde ab 1995 in Oberschöneweide ein Quartiersmanagement eingerichtet, begleitet von der Sanierung der Siedlungen (bis 2010).

Akteure und Visionen: Zu den Industriebetrieben, die seit ihrer Gründung bis heute vor Ort produzieren, gehören die mittelständische BAE Batterien GmbH, ehem. AFA, und das heute privat geführte Kabelwerk. Die Neuansiedlung produzierender Industrie in Schönweide nach 1990 gelang bisher nur bedingt. So kaufte z.B. Samsung 1993 den ehem. NAG-Komplex, gab den Standort aber 2005 wieder auf. Heute prägen vor allem klein- und mittelständische Unternehmen aus den Bereichen Optik, Maschinenbau und Energieeffizienz den Standort Schöneweide. Ein Quantensprung gelang mit der Ansiedlung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin ab 2006. Die Nähe von Hochschule und Unternehmen gilt heute als eines der wichtigsten Potenziale für die künftige Wirtschaftsentwicklung, die seit 2011 mit dem Einsetzen des Regionalmanagements Berlin Schöneweide durch den Bezirk strategisch und gemeinsam mit den Investoren, Gründern und Unternehmen vor Ort angegangen wird. Das Regionalmanagement begleitet diese bei ihrer Ansiedlung und Entwicklung, fördert die Kooperation zwischen Wirtschaft und Wissenschaft und stärkt die regionale Öffentlichkeitsarbeit. Daneben macht die kreative Szene des Stadtteils Schöneweide als Ort der Kunst und Kultur mittlerweile stadtweit bekannt.“ (<https://industriekultur.berlin/de/8/faltnappe/30.html>)

Prof. Dr. Norbert Huse, einer der renommiertesten Denkmalpfleger Deutschlands, spricht bedeutungsvoll über die Bauten: *„Die Industrielandschaft*

Schöneweide ist für die Elektropolis Berlin nicht weniger charakteristisch – und nicht weniger wichtig – als die Museumsinsel für Spree-Athen.“ (<http://www.industriesalon.de/ueber-uns>) Dass ein Umdenken in der Gesellschaft in Sachen Wahrnehmung von Industriebauten stattfindet, lässt sich schon seit längerer Zeit feststellen. Spätestens seit der Unterschutzstellung der Völklinger Hütte (Saarland) als UNESCO-Welterbe ist dem Thema Industriekultur auch in Deutschland ein sehr hoher ideologischer Wert zugeordnet worden. Diese Tatsache trägt auch dazu bei, dass dem Thema Industrietourismus in den letzten Jahrzehnten immer mehr Beachtung gefunden hat.

Die oben gezeigte Auflistung zeigt die hohe Bedeutsamkeit des Standorts Schöneweide für das Zusammenspiel aus Industriekultur und Architektur. Die dargestellte Fülle an architektonisch bedeutsamen Gebäuden im Untersuchungsgebiet ist damit als absolut herausragend zu bezeichnen und macht die Faszination des Ortes aus, der durch das Museum zu einer Adresse werden kann. Die Quantität und Qualität der Gebäude stellen einen merklichen Rückhalt und eine sehr positive Synergie für die Projektierung des „Electropolis Berlin“ dar.



4.8 In Planung oder Bau befindliche Projekte mit struktureller bzw. touristischer Wirkung und Objektbezug

Elektra: Im Oktober 2017 wurde ein Monument der deutschen Industriekultur, der Peter-Behrens-Bau in Schöneweide einhundert Jahre alt. Der spektakuläre Bau des bekannten Architekten und ersten Industriedesigners Prof. Peter Behrens wurde im Rahmen des Lichter Festivals „Berlin leuchtet“ durch eine 3D-Videoshow illuminiert und hat dadurch das Gebäude und dessen Geschichte auf neue Weise erlebbar macht. Später wurde am Turm das Zukunftsprojekt Landmark Elektra dargestellt. Der Künstler Peter Sandhaus ist mit seinem Entwurf der Gewinner des Wettbewerbs, der 2016/17 vom Industriesalon ausgeschrieben wurde. Das Landmark soll auf dem Stadtplatz am Kaisersteg errichtet werden. Aufgrund fehlender Finanzierungszusage ist das Projekt noch nicht gesichert.

Die Landmark Elektra

ELEKTRA orientiert sich mit 31 m Höhe am Pylonen des Kaisersteges. Die Bodenversiegelung des neuen Turmes ist mit den drei schlanken Stützen und der runden Batteriebank minimal.

Das Projekt wäre eine große Bereicherung für den Stadtteil und damit auch für das geplante Museum. Der Stadtplatz am Kaisersteig ist gegenwärtig von sehr geringem Aufenthaltswert und bedarf einer dringenden Überarbeitung (vgl. Kapitel: Begrünte Parkflächen und öffentliche Plätze). Das Landmark Elektra wird zum Symbol und visuellen Anker für das Gebiet.

4.9 Bildungseinrichtungen im Umfeld des zukünftigen Industriemuseums in Oberschöneweide

Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW)

Die höchste Umfeld-Rendite für das Museum wird sich zukünftig aus der in der unmittelbaren Nachbarschaft angesiedelten Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) ergeben können. Noch hat die Hochschule für Technik und Wirtschaft zwei Standorte in Karlshorst und Oberschöneweide. Ein Teil der 14.000 Studenten und der Lehrkräfte muss mehrmals in der Woche pendeln. Das könnte sich in einigen Jahren ändern. Die Hochschule wird wachsen. Ein „Zentralcampus“ in Oberschöneweide könnte also direkt nebenan entstehen. Laut Angaben des Präsidenten der HTW ist dies gewünscht. *

* Dieser Wunsch wurde öffentlich im Rahmen eines Salongesprächs des Industriesalons am 10.10.2019 kundgetan.

1 Foto-Animation aus <https://www.bbk-kulturwerk.de>

Ende Februar 2019 hat sich der Wissenschaftsausschuss des Abgeordnetenhauses Berlin mit einer möglichen Konzentration der Bildungseinrichtung am Standort Oberschöneweide befasst. Für das Projekt Zentralkampus Oberschöneweide würden vor Ort weitere 38.000 Quadratmeter Nutzfläche benötigt. Die ständen zu großen Teilen im bereits von der Hochschule in Teilen als Mieter genutzten Peter-Behrens-Bau zur Verfügung. Es gab bereits erste Gespräche mit der Comer-Gruppe, dem Eigentümer. Sie würde den denkmalgeschützten Bau mit dem charakteristischen Turm nach Plänen der HTW umbauen und dann schlüsselfertig an das Land Berlin verkaufen, für rund 200 bis 250 Millionen Euro. Mit dem Komplettumzug der Hochschule, durch den zu bisher rund 10.000 Studenten weitere 4.000 nach Oberschöneweide kommen würden, wäre eine Aufwertung des früheren Industriestandorts verbunden. Viele Studenten wohnen bereits am Standort und prägen das Bild mit. Cafés und Restaurants sind entstanden und auch ein Kunstcampus.

Von der „schönen Weyde“ zum Campus Wilhelminenhof

Die Historie des Industriestandorts wird an der Fassade der Hochschule dokumentiert. Auf 60 Metern wird eine Fassade im Innenhof des Campus Wilhelminenhof der HTW Berlin in Oberschöneweide demnächst die Geschichte des traditionsreichen ehemaligen Industriestandorts darstellen. Sie fängt bei der 1598 zum ersten Mal in Urkunden erwähnten „schönen Weyde“ an und hört beim Einzug der HTW Berlin auf. Highlight wird das an die Wand montierte Logo des Kabelwerks Oberspree sein.

Breites Fächerspektrum: In der HTW Berlin sind im Oktober 2019 rund 14.000 Studierende eingeschrieben. Sie steht für ein anspruchsvolles Studium, qualifizierte Absolventinnen und praxisnahe Forschung. Als größte Berliner Hochschule für Angewandte Wissenschaften nutzt sie die Vielfalt ihrer mehr als 70 Studiengänge in den Bereichen Technik, Informatik, Wirtschaft, Recht, Kultur und Gestaltung für eine vernetzte Zusammenarbeit. Das Fächerspektrum reicht von klassischen Disziplinen wie Maschinenbau, Fahrzeugtechnik und Betriebswirtschaftslehre bis zu neueren Studiengängen wie Gesundheitselektronik, Game Design und Professional IT-Business.

Besonders ausgeprägt sind die Kompetenzen der HTW Berlin in den Bereichen „Industrie von morgen“, „Digitalisierung“ und „Kreativwirtschaft“. Die HTW Berlin pflegt Kontakte zu über 140 Hochschulen weltweit und hat ein dichtes Netz von Kooperationsbeziehungen aufgebaut. Das bedeutet ein ideales Kommunikationsnetzwerk, in das das Museum eingebunden kann.* Das neu entstehende Museum kann damit auch für Studierende sowie Lehrende von besonderem Interesse sein. Es kann sogar aktiv in die Lehre mit eingebunden werden. Damit dies geschehen kann, ist ein proaktives Zugehen des Museumsmanagements auf die Lehrenden notwendig.

Weitere Schulen und Bildungseinrichtungen:

Insgesamt verfügt der Bezirk Treptow-Köpenick im Bereich von Oberschöneweide über 25 Schulen, die direkt zum Einzugsgebiet des Museums gerechnet werden können. Dazu zählen Grundschulen, Gymnasien, Fachoberschulen, Berufs- und Fachschulen und eine Waldorfschule. In Zusammenarbeit mit der VHS Treptow können Angebote (Industrie-Photographie) entwickelt werden. Hier liegt ein großes Potential für die didaktische Aufgabe des Museums.

Lehrer und Schüler: In Zusammenarbeit mit **visitBerlin** sollte das Museum in die Programme der Lehrerinfofahrten integriert werden. Hier werden im Rahmen einer Produktschulung mehrfach im Jahr Lehrer und Lehrerinnen aus dem gesamten Bundesgebiet nach Berlin eingeladen, um sie mit wichtigen und interessanten Besuchsangeboten vertraut zu machen, die sie dann für ihre Klassenfahrten nach Berlin nutzen können.

.....
* Vgl. <https://www.htw-berlin.de/>

4.10 Begleitende Handlungsempfehlungen aus dem Bereich der Standortanalyse

Für das neu entstehende Museum „Electropolis Berlin“ sind begleitende sinnvoll, die als perspektivische Entwicklungsmaßnahmen für die strukturelle Verbesserung des Teilbezirks Oberschöneweide eine besondere Rolle spielen sollten. Sie stehen überwiegend im mittelbaren Zusammenhang mit dem Projekt und beziehen sich primär auf die im Angebot der ARGE Steiner auf den Unterpunkt Punkt 2.5 „Identifizierung/Aufzeigen bislang ungenutzter Potenziale“.

Beschreibung:

Wie oben dargestellt ist die Aufenthaltsqualität des Platzes am Kaisersteg als inakzeptabel und wenig für touristische Gäste geeignet zu bewerten. Da der Platz jedoch als „Eingangstor“ für zahlreiche Besucher, die den Bahnhof Schöneweide nutzen, fungieren wird ist eine optische und funktionale Weiterentwicklung des Platzes unabdingbar. Die ARGE Steiner empfiehlt gemeinsam mit der planenden Architektin den Platz funktional und optisch weiterzuentwickeln, dabei sollten auch die Bürger von Oberschöneweide in den Planungsprozess einbezogen werden. Es sollte darauf geachtet werden, dass das Thema „Industriekultur“ dort auch im informativen Bereich dem hohen Stellenwert des Ortes für die Industriegeschichte Berlins mit zahlreichen Tafeln, Projektionen und ähnlichen Mitteln gerecht wird.

Laufende Nummer	1
Schwerpunkt	Aufwertung des räumlichen Umfelds
Art der Maßnahme	Verbesserung der Aufenthaltsqualität und Funktionalität
Träger der Maßnahme	Bezirk Treptow-Köpenick
Verortung	Platz am Kaisersteg
Organisationsaufwand	hoch
Kosten	hoch
Priorität	mittelfristig
Umsetzung empfohlen bis	2023

Beschreibung:

Ein ausgewiesener und beschilterter Pfad der Industriekultur Oberschöneweide ist ein weiteres sehr sinnvolles Projekt zur Förderung der Akzeptanz des „Electropolis Berlin“. Hier sollten die wichtigsten Zeugnisse der Industriekultur mit einem Beschilderungssystem für interessierte Gäste sowohl fußläufig als auch für Fahrradfahrer ausgeschildert werden. Dazu ist auch die Routenführung über Richtungsweisungen notwendig. Der Pfad soll auch dazu dienen, einen Besuch im „Electropolis Berlin“ interessant zu machen. Als begleitende Maßnahme ist die Programmierung einer App für Smartphones für den Pfad sinnvoll, auch weitere begleitende Maßnahmen in der Marketingkommunikation sind im Sinne des Projekts nützlich.

Laufende Nummer	2
Schwerpunkt	Touristische Aufwertung des räumlichen Umfelds
Art der Maßnahme	Pfad der Industriekultur Oberschöneweide
Träger der Maßnahme	Bezirk Treptow-Köpenick
Verortung	Stadtbezirk
Organisationsaufwand	mittel
Kosten	mittel
Priorität	mittel
Umsetzung empfohlen bis	Eröffnung Museum

Beschreibung:

Der Kaisersteg ist ein zentraler Zugang zum Bereich Oberschöneweide. Hier befinden sich bislang jedoch keine Hinweise über die hohe Bedeutung des Areals für die Berliner Industriegeschichte. Das Rondell soll hier über die wichtigsten Aspekte der Industriegeschichte des Standorts mit zahlreichen historischen Fotos interessante Informationen zur Industriekultur geben. Zudem kann das Rondell als Anreiz dienen, den Industriesalon und das neu entstehende Museum zu besuchen.Das Rondell sollte einen Durchmesser von drei bis fünf Meter haben und auf eine grafisch ansprechende Art designt werden. Zudem sollten robuste Materialien gewählt werden, die durch eine besondere Oberflächenbeschichtung auch gegenüber Graffiti und anderen physischen Angriffen wehrhaft sind. Der Standort des Rondells sollte nur wenige Meter vom Brückenende entfernt sein und somit für alle Brückennutzer unübersehbar sein.

Laufende Nummer	3
Schwerpunkt	Touristische Aufwertung des räumlichen Umfelds
Art der Maßnahme	Einrichten eines Info-Rondells zur Industriekultur Oberschöneweide
Träger der Maßnahme	Bezirk Treptow-Köpenick
Verortung	Platz am Kaisersteg, direkt an der Brücke
Organisationsaufwand	mittel
Kosten	mittel
Priorität	mittel
Umsetzung empfohlen bis	Eröffnung Museum

Laufende Nummer	4
Schwerpunkt	Vorhandene Industrie- und Gewerbebetriebe
Art der Maßnahme	Betriebsbesichtigungen
Träger der Maßnahme	Die jeweiligen Betriebe
Verortung	Gewerbegebiet
Organisationsaufwand	gering
Kosten	keine
Priorität	mittel
Umsetzung empfohlen bis	2022

Um potenzielle Betriebsbesichtigungen zukünftig realisieren zu können, sollte seitens des Regionalmanagements eine solche Initiative gestartet werden. Die positive Wirkung für die Industriekultur in Oberschöneweide wäre sehr groß. Insbesondere im gruppentouristischen Bereich können Betriebsbesichtigungen einen markanten Einfluss auf die Wahrnehmung des neuen Museums haben. Zudem würden auch die Angebote des Industriesalons hierdurch gestärkt.

Laufende Nummer	5
Schwerpunkt	Landmarken Oberschöneweide
Art der Maßnahme	Rettung / Nutzung der benachbarten drei historischen Schornsteine
Träger der Maßnahme	Privat / Denkmalschutz / Bezirk
Verortung	Wilhelminenhofstraße, Gewerbebetrieb in direkter Nachbarschaft
Organisationsaufwand	mittel
Kosten	hoch
Priorität	mittel
Umsetzung empfohlen bis	Eröffnung Museum, 2023

der Schornsteine im Sinne der Industriekultur zu steigern bietet es sich an die Bauten zu inszenieren. Sie eignen sich für Illuminationen oder ungewöhnliche Kunstprojekte, die die Statik der Bauten nicht beeinträchtigen. Sie könnten sowohl temporär als auch dauerhaft inszeniert werden. Näheres muss durch ein gesondertes Gutachten geklärt werden.

Laufende Nummer	6
Schwerpunkt	Gelände Wilms
Art der Maßnahme	Ausweisung von Parkraum
Träger der Maßnahme	Herr Wilms / Bezirk Treptow-Köpenick
Verortung	Rund um das Objekt
Organisationsaufwand	mittel
Kosten	mittel
Priorität	mittel
Umsetzung empfohlen bis	Eröffnung Museum

auch ein geeigneter Fahrrad-Parkraum nahe dem Hause geschaffen werden.

Die Nutzung der benötigten Parkflächen ist im Rahmen der mit dem Eigentümer zu schließender Vereinbarung verbindlich festzulegen. Vorgesehene Funktionen sind Feuerwehrezufahrt, Behindertenparkplätze, Personalparkplätze Fahrradabstellplätze und eine Zufahrt für Reisebusse. In Fall der Feuerwehrezufahrt muss auch auf der Südseite des Gebäudes eine schrankenlose Umfahrt möglich sein. Die Zufahrt und Zugänglichkeit sind rund um die Uhr zu gewähr-

Beschreibung:

Industriekultur bedeutet auch, sich die Produktion von bestehenden Industrien besichtigen zu können. Viele Industriebetriebe dienen schon seit vielen Jahren als touristische Attraktionen, die im Rahmen einer Betriebsbesichtigung von Gästen oft zahlreich wahrgenommen werden. Bestes Beispiel hierfür ist in Berlin das BMW-Werk in Spandau, wo die Gäste neben dem Besucherzentrum auch einen geführten Rundgang durch die Motorradproduktion buchen können.

Beschreibung:

Auf dem Nachbargelände des alten Kasinos befinden sich für den Bezirk sehr interessante Landmarken. Es handelt sich hierbei um drei stillgelegte Schornsteine, die sich im Eigentum von Johann Erich Wilms befinden. Hierzu wurden mit Herrn Wilms bereits Gespräche geführt.

Die nicht mehr aktiv genutzten Schornsteine prägen den Bereich und sind bedeutende Zeugnisse der Industriekultur in Oberschöneweide. Aus Sicht der ARGE Steiner sollten diese Landmarken unbedingt erhalten bleiben. Dazu ist jedoch eine Sicherung der historischen Bauten mittelfristig unabdingbar. Um den Nutzen

Beschreibung:

Wie im Kapitel 3.5.6 dargestellt, muss durch die Eröffnung des Museums eine verbesserte Parksituation rund um das Gelände des alten Kasinos gewährleistet werden. Die Ausweisung von Besucherparkplätzen sowie ggf. Parkraum für Beschäftigte des Museums muss gewährleistet werden. Dabei ist zu beachten, dass hier auch Parkraum für mindestens zwei Reisebusse geschaffen wird. Für die Ausweisung muss perspektivisch ein Parkraumkonzept geschaffen werden, das die Situation genau abbilden kann. Neben den Abstellflächen für Kraftfahrzeuge muss

leisten. Das zukünftige Museum muss die Flächen am Haus in einer Tiefe von 10 m auf der West- und Ostseite uneingeschränkt nutzen können. Für Reisebusse muss auf dem Gelände eine Möglichkeit der Befahrung, des Ein- und Aussteigens, möglicherweise auch des Wendens, gewährleistet sein.

Vorschlag: Reisebusse fahren von der Wilhelminenhofstraße auf die Ostseite des Kasinos, laden dort die Gäste aus und fahren unter dem Brückengebäude ostwärts und verlassen das Grundstück beim Pförtner, um einen Parkplatz zu suchen

Zu den vorgeschriebenen Anforderungen siehe Hinweise aus der Bauordnung für Berlin (BauO Bln): Ausführungsvorschriften zu § 50 der Bauordnung für Berlin (BauO Bln) über Stellplätze für Kraftfahrzeuge für schwer Gehbehinderte und Behinderte im Rollstuhl und Abstellmöglichkeiten für Fahrräder (AV Stellplätze) Vom 11. Dezember 2007. Die AV Stellplätze sind mit Ablauf des 31. Dezember 2012 außer Kraft getreten. Bis zu einer neuen AV Stellplätze sind die Regelungen der außer Kraft getretenen AV Stellplätze im Sinne der Selbstbindung der Verwaltung weiter anzuwenden.

Auszüge für Stellplätze für Kraftfahrzeuge für schwer Gehbehinderte und Behinderte im Rollstuhl und Abstellmöglichkeiten für Fahrräder:

Auf Grund des § 84 Absatz 7 der Bauordnung für Berlin (BauO Bln) vom 29. September 2005 (GVBl. S. 495), zuletzt geändert durch § 9 des Gesetzes vom 7. Juni 2007 (GVBl. S. 222), wird zur Ausführung des § 50 BauO Bln Folgendes bestimmt:

1 Stellplätze für Kraftfahrzeuge für schwer Gehbehinderte und Behinderte im Rollstuhl

1.1. Die Zahl der nach § 50 Absatz 1 Satz 1 BauO Bln zu schaffenden Stellplätze wird nach den Richtzahlen der Anlage 1 bestimmt, die zu erhöhen oder zu verringern ist, wenn das Ergebnis im Missverhältnis zu dem Bedarf steht.

1.2. Die Stellplätze müssen eine Mindestbreite von 3,50 m und eine Mindestlänge von 5,0 m haben; sie sind durch Markierung am Boden zu kennzeichnen.

1.3. Die Stellplätze sind nach § 50 Absatz 1 Satz 2 BauO Bln von öffentlichen Straßen aus auch dann auf kurzem Wege erreichbar, wenn sie in der Nähe des Gebäudes angelegt sind, welches die Stellplatzpflicht auslöst.

1.4. Die Stellplätze sind in Gebäudenähe und möglichst an behindertengerechten Zugängen anzulegen. Sie sind in den Bauvorlagen darzustellen. Stellplätze dürfen gemäß § 50 Absatz 2 Satz 1 BauO Bln in zumutbarer Entfernung von dem Baugrundstück auf einem geeigneten Grundstück hergestellt werden. Zumutbar ist eine Entfernung von nicht mehr als 100 m zwischen den Stellplätzen und dem Baugrundstück. Die öffentlich-rechtliche Sicherung dieser Stellplätze hat durch Baulast nach § 82 BauO Bln zu erfolgen.

Ein Anspruch zur Ausweisung der Stellplätze im öffentlichen Straßenland besteht nicht.

Abstellmöglichkeiten für Fahrräder

2.1. Ausreichende Abstellmöglichkeiten für Fahrräder (Fahrradstände) nach § 50 Absatz 1

Satz 3 BauO Bln werden nach den Richtzahlen der Anlage 2 bestimmt. Sie sind in den Bauvorlagen darzustellen. Für nicht in der Anlage 2 aufgeführte Nutzungen sind die ausreichenden Abstellmöglichkeiten für Fahrräder vom Entwurfsverfasser zu ermitteln und in den Bauvorlagen darzustellen. Für die den laufenden Nummern der Anlage 2 zugeordneten Nutzungen sind jeweils mindestens zwei Fahrradstände nachzuweisen.

2.2. Fahrradstände müssen so hergestellt werden, dass sie leicht zugänglich sind, eine Abschließ-Möglichkeit für den Fahrradrahmen haben, dem Fahrrad ein sicherer Stand durch einen Anlehnbügel gegeben wird und durch einen Mindestabstand von 0,80 m zwischen den Fahrradständen das Abstellen und Anschließen des Fahrrades einschließlich des Rahmens ermöglicht wird.

Die Herstellung einfacher Vorderradstände ist unzulässig. In den nach § 49 Abs. 2 BauO Bln herzustellenden Abstellräumen für Rollstühle, Kinderwagen und Fahrräder müssen 50 v.H. der erforderlichen Abstellmöglichkeiten für Fahrräder untergebracht werden.

2.3. Auf Wohngebäude mit nicht mehr als zwei Wohnungen sind die Nummern 2.1. bis 2.2. nicht anzuwenden. *

Laufende Nummer	7
Schwerpunkt	Gäste-Information und Gästebetreuung
Art der Maßnahme	Funktionaler Ausbau des Infozentrums
Träger der Maßnahme	Industriesalon / Bezirk Treptow-Köpenick
Verortung	Industriesalon
Organisationsaufwand	mittel
Kosten	mittel
Priorität	mittel
Umsetzung empfohlen bis	Eröffnung Museum

Beschreibung:

Der Industriesalon ist gegenwärtig der zentrale Anlaufpunkt für die Weitergabe von Informationen und das Veranstanden von industriegulturellen Events. In einem Gutachten von 2013 wurde bereits auf dessen Wertigkeit hingewiesen. Wünschenswert wäre ein funktionaler Ausbau hin zu einem touristischen Informationszentrum.

Laufende Nummer	8
Schwerpunkt	Projektrelevanter Radtourismus
Art der Maßnahme	Radtouristische Themen
Träger der Maßnahme	Tourismusverein Treptow-Köpenick / Bezirk Treptow-Köpenick
Verortung	Bezirk
Organisationsaufwand	mittel
Kosten	mittel
Priorität	mittel
Umsetzung empfohlen bis	Eröffnung Museum

Beschreibung:

Radfahren wird in der touristischen Zukunft Berlins wie in der Standortanalyse bereits angedeutet einen besonderen Stellenwert haben. Es ist damit ein Gebot der Stunde diese Art des Tourismus mit in das Marketingkonzept zu integrieren. Verknüpfung von Radfahren mit Kulturerlebnis in Oberschöneide: Mittels thematischer Verknüpfung kann eine Verbindung von Kernprodukt („Electropolis Berlin“ und Zusatznutzen touristisches/freizeitorientiertes Fahrradfahren) geschaffen werden. Dies stellt damit eine der Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Produktentwicklung dar. Grundsätzlich gibt es diesbezüglich mehrere Möglichkeiten der Produktentwicklung, z.B.:

- Entwicklung einer für die potenziellen Gäste selbständig befahrbare Industriegulturroute Schöneide
- Einbindung des Kulturangebots Oberschöneide sowie von „Electropolis Berlin“ in Pauschalangebote für Radtouristen
- Eigene geführte Radwanderungen mit Kulturschwerpunkten Industrietourismus in Oberschöneide (schon vorhanden)

* Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Referat VI D – Oberste Bauaufsicht; Württembergische Str. 6, 10707 Berlin-Wilmersdorf Tel.: +49 30 90124979; Fax: +49 30 90283244; E-Mail: bauaufsicht@senstadt.verwalt-berlin.de; Internet: www.stadtentwicklung.berlin.de/

- Veröffentlichung eines analogen und/oder digitalen Rad-Kultur-Führers mit Kartenmaterial und ausführlicher Routenbeschreibung
- Entwicklung digitaler Medien, die als Digitalguides GPS-gestützte Führungen auf dem Smartphone für Individualgäste anbieten.
- Weitere noch zu benennende Maßnahmen

Näheres muss in einem gesonderten Konzept dargestellt werden.

Beschreibung:

Um die besondere Industriegultur in Oberschöneide perspektivisch als touristisches Schwerpunktthema besser im touristischen Markt Berlins zu etablieren bedarf es einer strategischen Tourismusplanung, die sich mittels eines strategischen Tourismuskonzepts, das in Zusammenarbeit mit allen relevanten Leistungsträgern und Anspruchsgruppen erarbeitet werden muss. Das Konzept ist die zwingende Zusammenfassung aller tourismusrelevanten Aspekte der Industriegultur in Oberschöneide und angrenzender Ortsteile. So kann gewährleistet werden, dass die herausragende Bedeutung der Industriegultur in Oberschöneide letztlich auch beim potenziellen Gast ankommt. Faktisch bedeutet dies auch eine Stärkung des neu entstehenden Museums, da es als zentraler touristischer „Leuchtturm“ eine besondere Wirkung entfalten soll. Durch ein strategisches Tourismuskonzept können die Besucherzahlen des Museums perspektivisch deutlich gesteigert werden.

In diesem Konzept sollten sich alle künftigen tourismusrelevanten Infrastrukturmaßnahmen, touristische bzw. tourismusrelevante Projekte, Events sowie alle weiteren relevanten Marketingthemen wiederfinden.

Laufende Nummer	9
Schwerpunkt	Strategische Tourismusplanung
Art der Maßnahme	Räumliches Tourismuskonzept zur Förderung der Industriegultur
Träger der Maßnahme	Tourismusverein Treptow-Köpenick / Bezirk Treptow-Köpenick
Verortung	Oberschöneide und angrenzende Bereiche
Organisationsaufwand	mittel
Kosten	mittel
Priorität	mittelfristig
Umsetzung empfohlen bis	Ende 2022

Beschreibung:

Zweifellos kann der Wert des industriegulturellen Erbes in Oberschöneide als sehr hoch und international bedeutsam eingestuft werden. Einstufungen dieser Art haben immer auch eine gewisse Implikation der organisatorischen Aufwertung. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob die Bedeutung sich perspektivisch durch die Ausweisung des Geländes (oder von Teilbereichen) zum UNESCO-Welterbe bestätigen lässt. Die Ausweisung als UNESCO-Welterbe hat eine hervorragende Marketingfunktion, die den Besucherstrom quasi automatisch anwachsen ließe. Damit würde auch die Inanspruchnahme des Museums deutlich gesteigert werden.

Das Ausweisen als Welterbe bedeutet jedoch auch eine Beachtung eines großen Regelwerks, das von der UNESCO vorgegeben wird. Bevor eine potenzielle Beantragung in die Prüfung kommen sollte, ist jedoch ein Ausbau tourismusrelevanter weiterer Infrastruktur notwendig. Von daher sollte die Prüfung zunächst hinten anstehenden, jedoch nicht aus den Augen verloren werden.

Laufende Nummer	10
Schwerpunkt	Strategische Tourismusplanung
Art der Maßnahme	Beantragung des Status UNESCO Welterbe
Träger der Maßnahme	Bezirk Treptow-Köpenick
Verortung	denkmalgeschützter Gesamtbereich für Industriegultur
Organisationsaufwand	hoch
Kosten	mittel
Priorität	Sehr langfristig
Umsetzung empfohlen bis	Ende 2035

„Industriekultur hat immer zwei Seiten: Respekt vor der Vergangenheit und Mut zur Zukunft“

Quelle: BORSODORF, U. u.a. (Hrsg.): Sonne, Mond und Sterne. Kultur und Natur der Energie, Essen 1999

5 Projektrelevante Tourismusanalyse

5.1 Einführung

Zur Planung des „Electropolis Berlin“ Museums müssen potenzielle Touristen als Besucher eine große Rolle spielen. Dabei sind Rahmenbedingungen des Kulturtourismus genauso zu beachten wie die des „Allgemeinen Tourismus“: Industrietourismus ist dem Nischendasein längst entwachsen: Stellten noch in den 1990er Jahren Industrie und Kultur extrem konträre Welten dar, werden heute vielfach schon im Alltagsdiskurs immer unbefangener alle nur denkbaren materiellen, mentalen und symbolischen Ausprägungen unter dem Sammelbegriff der Industriekultur gefasst. *

Um sich des Themas anzunähern, bedarf es deshalb vorab einiger theoretischer Aspekte, die im Folgenden dargestellt werden.

Definition Industrietourismus:

„Industrietourismus stellt eine Sonderform des Kulturtourismus dar. Bei diesen (Kurz-) Urlaubsreisen bzw. diesem sekundären Ausflugsverkehr besuchen die Touristen ehemalige Industrieanlagen (zumeist der Schwerindustrie), die i.d.R. durch bauliche Maßnahmen, Führungen, Ausstellungen, Veranstaltungen, Shops, Gastronomie etc. infrastrukturell und personell erschlossen sind. Ein weiterer Schwerpunkt sind Relikte und Bräuche der spezifischen Unternehmer- und Arbeiterkultur in schwerindustriell geprägten Regionen (Unternehmer-villen, Arbeiterkolonien, Bergmannskapellen).“ **

Dazu bietet es sich an die Position von FEUCHT näher zu betrachten, der sich im Jahr 2013 im Rahmen einer touristischen Entwicklungsanalyse mit dem Industrietourismus-Standort Oberschöneweide beschäftigte. FEUCHT geht im Rahmen der Analyse von folgenden Rahmenbedingungen aus:

Tourismus versus Industriekulturtourismus ***

„Üblicherweise geht man im Tourismus davon aus, dass der Gast das nachvollzieht, was der Einheimische bzw. die Allgemeinheit bereits angenommen hat. D.h. es geht um die Vermarktung von vorhandenen Attraktionen. Dabei wird unter Attraktion meist etwas als allgemein schön bzw. attraktiv und kulturell Anerkanntes verstanden – klassischerweise ein Schloss, eine Kirche, ein pittoreskes Stadtbild etc... So funktioniert der klassische, Zeige‘- bzw. ‚Erklär-Tourismus‘ nach dem klassischen Muster der Kommunikation als Vermittlung in einer Einbahnstraße dem; wissenden‘ Tourismusanbieter dem, etwas Neues erfahrenden‘ Gast. Dies entspricht zwar einem weit verbreiteten Verständnis von Tourismus – ist aber wenig geeignet, den Gast mit einem so komplexen Thema wie der Industriekultur wirklich zu berühren.

Industriekulturtourismus hat eine völlig andere Ausgangslage: er versucht Industrieanlagen einer vergangenen Industrieepoche, die bei den Einheimischen mit Verlustschmerzen und in der Öffentlichkeit oft mit kontroversen Diskussionen verbunden werden, zu touristischen Attraktionen zu machen. Verlassenheit, Leerstand, Architektur, die zunächst eher in Fachkreisen als ‚schön‘ verstanden wird und Quartiere im Übergang – oft negativ besetzte Zeichen – spielen eine viel größere Rolle als beim ‚normalen‘ Tourismus. Umfängliche Erfahrungen auf diesem Gebiet weisen jedoch nach, dass dies nicht nur möglich ist, sondern dass im Umkehrschluss gerade ein gezielt entwickelter Industriekulturtourismus sogar als Hebel für die weiterführende kulturelle Anerkennung und regionale Entwicklung vor Ort dienen kann. Dies erfordert jedoch die Identifizierung eines übergeordneten Themas (Thema schlägt Destination), das vor Ort verankert ist (Authentizität) und ein Bild für dessen zukünftige Entwicklung aufzeigt (Vision), die besondere Qualifizierung des touristischen Produktes sowie eine spezifische

Schulung der Gästeführer (Innovation) und eine angepasste Vermarktungsstrategie (Industriekultur + X).“

Aus den von FEUCHT dargestellten Rahmenbedingungen lassen sich vier Kernthemen für eine erfolgreiche Umsetzung des neuen Museumsprojekts ableiten: ****

Gegeben sein muss:

- eine hohe Güte und Qualität des Themas
- eine bestechende Authentizität des Ortes
- eine strategische, nachhaltige Vision des Projekts
- eine begeisternde und innovative Ausstellung
- ein herausragendes Marketing
- eine damit verbundene Qualität der Organisation des Objekts

Diese hier dargestellten Prämissen müssen auch für das entstehende „Electropolis Berlin“ -Projekt gelten. Sie dienen als Ausgangsgrundlage für die hier vorliegende Machbarkeitsstudie.

Das momentan vorhandene touristische Angebot rund um dem künftigen Museumsstandort Wilhelminenhofstraße ist damit dem kulturtouristischen Schwerpunkt Industrietourismus zuzuordnen. Die architekturbezogene Komponente, die durch den Faktor des bedeutsamen architektonischen Wertes des Gebäudes und seiner zahlreich umgebenden industriellen, denkmalgeschützten Bauten hat hier zusätzlich eine besondere Beachtung zu erhalten. In diesem Sinne muss also von einem Ensemble gesprochen werden. Zur zielorientierten Analyse, zu welcher Art touristischer Nutzung das Ensemble herangezogen werden kann, bedarf es jedoch zunächst der Analyse der touristischen Rahmenbedingungen seitens der potenziellen Nachfrage.

5.2 Allgemeine Rahmenbedingen der touristischen Entwicklung

Der Tourismus in Berlin boomt seit Jahren. Doch die Entwicklung hat sich nicht in allen Stadtbezirken gleich vollzogen. Wie hat sich der Berliner Südosten bislang touristisch entwickelt? Diese Entwicklung lässt sich unter anderem aus vorliegenden unterschiedlichen touristischen Kennziffern festhalten, die im Anschluss analysiert und erläutert werden. Verschiedene touristische Kennziffern lassen sich aus der offiziellen Tourismusstatistik des Landes Berlin entnehmen. Sie beruhen auf den statistischen Daten des Statistischen Landesamtes Berlin-Brandenburg. Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass diese dort dargestellten Gäste- und Übernachtungszahlen nur bedingt die touristische Wertigkeit des jeweiligen Bezirkes abbilden können, da vor allem die Anzahl der Tagesbesucher und der übernachtenden Gäste, die einen Ausflug nach Oberschöneweide machen, nicht quantifiziert ist und es auch zukünftig nicht sein wird. Hierzu gibt es also keine reell nutzbaren Zahlen aus der offiziellen Statistik.

Die folgenden Statistikwerte müssen zunächst in den Gesamtzusammenhang mit der Entwicklung der gesamten Stadt Berlin in Verbindung gebracht werden. Um den Berliner Südosten (also den Bezirk Treptow-Köpenick) in das touristische System des Landes Berlin richtig einordnen zu können, werden im Folgenden einige touristische Kennziffern auf Ebene des Landes beleuchtet. Zuvor wird jedoch kurz der jetzige und zukünftige Markt des Städtetourismus beleuchtet. Dies beruht auch auf den Daten von Marktstudien von visitBerlin.

Städtetourismus ist seit vielen Jahren schon der Wachstumstreiber im Tourismus. Die meisten Metropolen in Europa werden also immer beliebter. Laut Nicole Vogel vom Reiseveranstalter Dertour bedeuten Städtereisen „eine kleine Flucht aus dem Alltag für wenig Geld“, was schon eine prägnante und zeitgemäße Richtung für diesen Aufwärtstrend andeutet. Auch das Publikum ändert bzw.

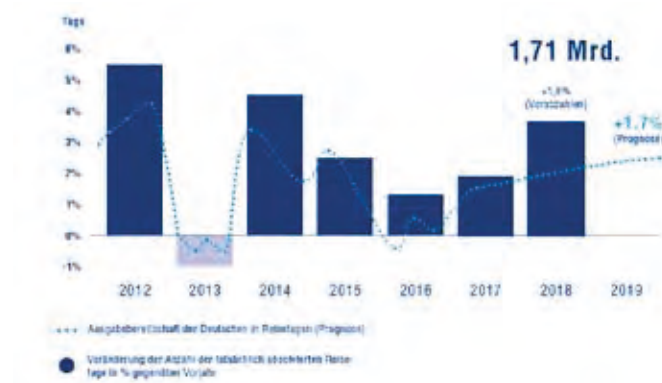
.....

* SOYEZ, D. (2006): Europäische Industriekultur als touristisches Destinationspotenzial in: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie Jg. 50 (2006) Heft 2, S. 75-84

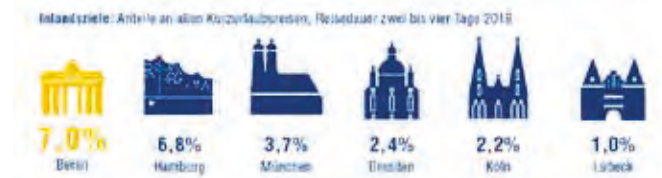
** Lexikon der Geographie: <https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/industrietourismus/3747>

*** Vgl. FEUCHT, C. (2013): Tourismuswirtschaftliche Bewertung der Entwicklungsmöglichkeiten eines Besucherzentrums in Schöneweide (unveröffentlicht)

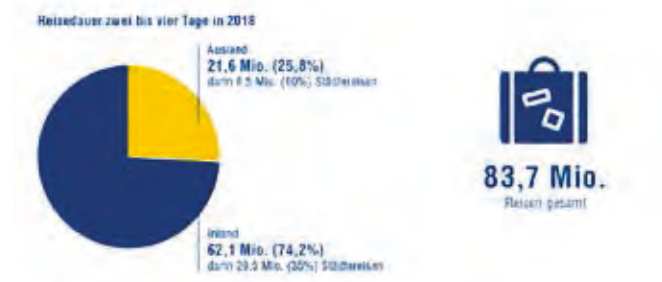
**** Vgl. FEUCHT, C. (2013): Tourismuswirtschaftliche Bewertung der Entwicklungsmöglichkeiten eines Besucherzentrums in Schöneweide (unveröffentlicht)



1



2



3

* DRV (2019): DER DEUTSCHE REISEMARKT. Zahlen und Fakten 2018, S.4

** Quellen: Statistisches Bundesamt, Hotelverband Deutschland (IHA)

1 Reisetage der Deutschen

2 Bedeutung Städtetourismus in Deutschland, die TOP 5

3 Reisedauer Kurzurlaube und Anteile an allen Kurzurlaubsreisen

4 Übernachtungen in Deutschland 2016 bis 2018

5 Touristische Kennziffern des Jahres 2018

Quelle 1 – 5: DRV 2019

6 Quelle: visitBerlin (2019,): <https://about.visitBerlin.de/presse/pressemitteilungen/faszination-berlins-fuer-reisende-und-kongressbesucher-ungebrochen>

erweitert sich: vor Jahren noch undenkbar werden Städtereisen immer mehr auch Familien gebucht, weil der „Erlebnissegehalt“ von Städten eben sehr hoch ist. Hierbei ist Kreativität gefragt, auf die gerade die Kreativen der Stadt in der Regel die Lösungen geben. Der einzige Grund, der in unruhigen Zeiten dem Städte-tourismustrend entgegensteht, ist der Terrorismus. Das mussten Städte wie Paris, Istanbul, Brüssel und auch Berlin schmerzhaft hinnehmen. Die Buchungszahlen in den internationalen Städten fielen dort anfänglich nach den Anschlägen dramatisch ab. Nicht so in Berlin. Mittlerweile hat sich jedoch sogar diese Situation schon wieder entschärft. Das touristische Gedächtnis wird damit immer kürzer.

Berlin ist eine ausgesprochen internationale Tourismusdestination. Im Jahr 2018 ist der Tourismus in Berlin weiter auf Rekordkurs. Diese Zahlen zeigen deutlich, dass Berlin zu den am stärksten im Tourismus wachsenden Metropolen der Welt gehört und sich die deutsche Hauptstadt einen festen Platz unter den Top drei Reisezielen Europas gesichert hat. Dazu bietet es sich an, auch nationale Daten zu betrachten.

5.3 Übergeordnete touristische Kennziffern

Der Tourismus in Deutschland befindet sich in einer schon lange anhaltenden Wachstumsphase deren Ende noch nicht in Sicht ist. Mit fast 478 Millionen Übernachtungen wurde im Jahr ein absoluter Rekordwert erzielt. Und auch das Jahr 2019 verläuft bislang sehr vielversprechend (Ergebnisse für das Jahr werden im März 2020 veröffentlicht).

Die folgenden Zahlen belegen diese Entwicklung eindrucksvoll, beispielsweise im aktuellen Tourismusindex des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW). Laut dieser Studie haben die Deutschen mehr als 1,71 Milliarden Tage im Jahr 2018 auf Ausflügen und längeren Reisen verbracht. Dies ist eine Steigerung gegenüber 2017 um 1,8 Prozent. * Und es wird erwartet, dass sich auch zukünftig weitere Steigerungen ergeben werden.

Übernachtungen in Deutschland

Die Gesamtzahl der Übernachtungen in Deutschland konnte sich deutlich steigern: Sie lag im Jahr 2018 mit 477,6 Millionen (2017: 459,6 Millionen) um rund 18 Millionen (+ 3,8 Prozent) über dem Vorjahr. Die Zahl der Übernachtungen von deutschen Besuchern nahm um 14,2 Millionen Übernachtungen auf 389,9 Millionen zu, die Übernachtungen ausländischer Besucher lagen mit 87,7 Millionen um 3,8 Millionen (+ 4,5 Prozent) über dem Wert von 2017. **

Probleme der statischen Erhebungen im Tourismus

Generell muss jedoch auch festgehalten werden, dass die oben genannten und beeindruckenden Zahlen nicht die touristische Realität widerspiegeln. Faktisch sind diese Zahlen viel höher. Zunächst muss festgestellt werden, dass die wichtigste Form des Tourismus faktisch nicht annähernd korrekt messbar ist. Es handelt sich hierbei um den Tagestourismus (siehe Stichwort rechts), also um Tourismus ohne Übernachtung im Zielgebiet.

Der Tagestourismus stellt mittlerweile mit den meisten Einzelbesuchern in Deutschland die überwiegende Reiseart des Tourismus dar. Nach Zahlen der IHK Hannover gaben 2011 in Deutschland 2,84 Milliarden Tagesausflügler mit durchschnittlich 28 Euro insgesamt (brutto) etwa 79,5 Mrd. Euro aus und 564 Milli-

onen Tagesgeschäftsreisende 14,2 Mrd. Euro Auch andere Erhebungen gehen von einer Wertschöpfung zwischen 20 und 30 Euro je Tagestourist aus. Die Stadt Berlin hat im Schnitt der letzten Jahre mit 132 Mill. Tagesgästen sogar eine Wertschöpfung von 32,50 Euro je Besucher ermittelt. Anlass für einen Tagesaufenthalt sind oftmals die Besichtigung lokaler Attraktionen oder Sehenswürdigkeiten, der Besuch von Sport- und Freizeiteinrichtungen, Museen, kulturellen Veranstaltungen wie Musicals, Oper/ Operetten, Konzert- und Theateraufführungen oder lediglich ein Aufenthalt zum Shoppen in den Geschäften der Stadt.

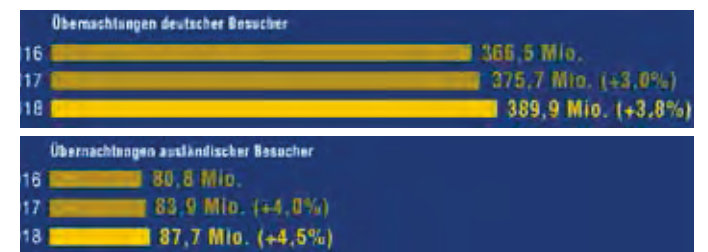
In Berlin sollen im Auftrag der visitBerlin ab 2019 mittels Daten mobiler Telefone (Smartphones) neue Erkenntnisse über das Mobilitätsverhalten von touristischen Personen erhoben und anschließend ausgewertet werden. Ergebnisse hierzu liegen noch nicht vor. Doch auch im Bereich des übernachtenden Tourismus gibt es quantitative Probleme, die sich außerhalb der touristischen Statistik befinden. So kann zum Beispiel ein Großteil der durch den boomenden Anbieter „AirBnB“ angebotenen Privatzimmer nicht in die offizielle Statistik einfließen, da ein Großteil dieser Übernachtungsmöglichkeiten nicht statistikpflichtig ist. In die offizielle Tourismus-Statistik fließen nur Betriebe mit mehr als neun Betten ein. Somit geht ein sehr großer Teil der deutlich wachsenden Zahl der „AirBnB“-Kunden überhaupt nicht in die Statistik ein, da hier die Rahmenbedingungen für die Meldepflicht nicht gegeben sind. AirBnB beziffert die Zahl der durch das Portal generierten Übernachtungen auf etwa sechs Millionen jährlich, Tendenz stark ansteigend.

Auch Familien-, Freundschafts- und Verwandtenbesuche, die in den Wohnungen und Häusern der in Berlin lebenden Personen stattfinden, können nicht gezählt, sondern höchstens sehr grob geschätzt werden. Folglich ist die wahre touristische Zahl inklusive Tagestourismus und nicht messbaren Übernachtungen sehr viel höher als die aus der offiziellen Statistik abgeleiteten Zahlen. Die daraus resultierende Wertschöpfung durch Tourismus ist damit viel höher als aus statistischen Quellen angegeben.

Die weiteren untenstehenden touristischen Zahlen beinhalten nur die Werte der offiziellen Statistik und sind damit deutlich niedriger als die wahren (nicht messbaren) Zahlen. Dies sollte in den weiteren Untersuchungen immer als Rahmenbedingung beachtet werden.

5.4 Projektrelevante Tourismuszahlen für Berlin

Berlin festigte seine Position als Top-Drei-Reiseziel in Europa: Im Jahr 2018 besuchten ca. 13,5 Millionen Gäste die Hauptstadt, das sind 4,1 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Die Zahl der Übernachtungen stieg um 5,5 Prozent auf 32,9 Millionen. Besonders beliebt ist Berlin bei internationalen Gästen: 5,4 Millionen Besucher aus dem Ausland (+5,9 Prozent) blieben 15,1 Millionen Nächte (+7,9 Prozent). Wachstumstreiber sind damit die Übernachtungen europäischer Gäste. Nach einem schwachen Jahr 2017 stieg ihre Zahl um 9,3 Prozent.



4



5

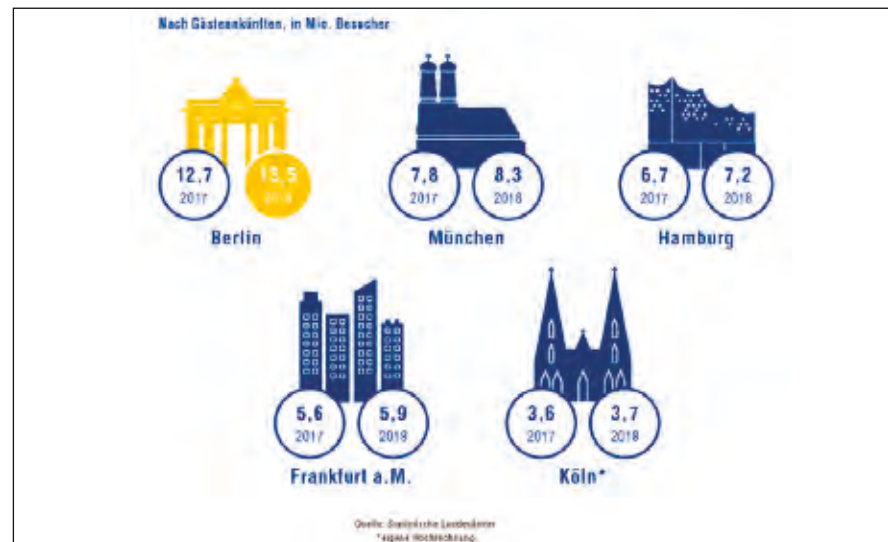
Stichwort Tagestourismus

Tagestourismus, Tagesausflugsverkehr (Ausflugsverkehr) und Tagesgeschäftsreiseverkehr (Geschäftsreiseverkehr). Tagesausflüge sind definiert als räumliche Aktivitäten ohne Übernachtung, bei denen das Wohnumfeld verlassen wird, die nicht beruflichen oder Ausbildungszwecken, der Versorgung mit Artikeln des täglichen Bedarfs dienen oder regelmäßig stattfinden. Tagesgeschäftsreisen werden ebenfalls ohne Übernachtung durchgeführt und finden im Rahmen der Berufs- und Erwerbstätigkeit statt.

Quelle: <https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/tagestourismus/7927>



6



Die Zahl der Besucher übersteigt deutlich die der anderen bedeutenden deutschen Großstädte, wie aus der nebenstehenden Grafik hervorgeht

Besonders beliebt ist die Stadt bei englischsprachigen Personen.

Berliner Gäste interessieren sich vor allem für die nebenstehenden Reise-gründe.

Auf die Ebene der Bezirke heruntergebrochen, zeigt sich die Situation wie nebenstehend.

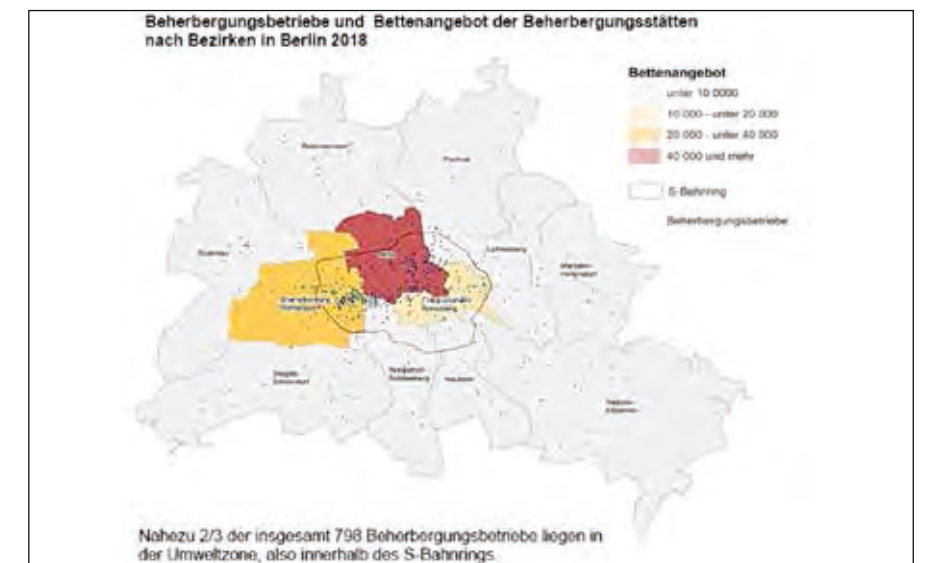
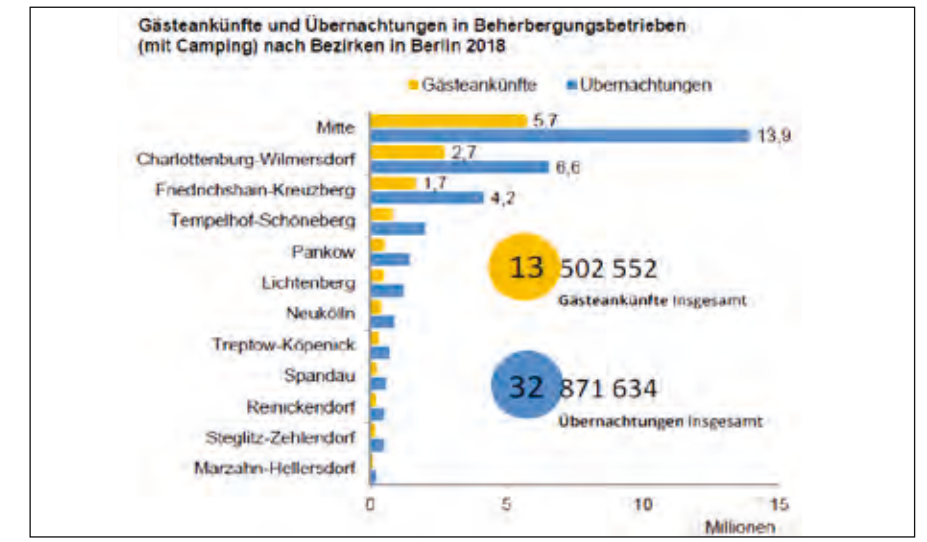
Wie zu erwarten, sind es vor allem die Bezirke innerhalb des S-Bahn-rings, die die größten Anteile in Bezug auf den übernachtenden Tourismus haben. Die geografische Darstellung, wo sich die (statistikpflichtigen) Betriebe befinden kann aus der nebenstehenden Grafik ersehen werden.

Ein wachsender Tourismus bedarf auch eines wachsenden Angebots von touristischen Betrieben. In der nebenstehenden Grafik werden die sich veränderten Gegebenheiten des Bettenangebots über den Fünfjahres-zeitraum 2013 bis 2018 dargestellt:

Anhand der Grafik zeigt sich markant die Dynamik in Bezug auf das Über-nachtungsangebot: Innerhalb von sechs Jahren stieg die Zahl der Über-nachtungen in Berlin-Mitte von 10,7 Millionen auf 13,9 Millionen durch ein massiv steigendes Angebot an Gäste-betten. In den meisten Außenbezirken kann eher eine Stagnation der Werte beobachtet werden. Die Situation des Angebots an Gästebetten in Treptow-Köpenick hat sich beispielsweise kaum verändert. Es zeigt sich also wiederum: Die große Dynamik findet innerhalb des S-Bahn-rings statt.

1 Quelle: DER DEUTSCHE REISEMARKT. Zahlen und Fakten 2018, S. 10

2 | 3 Quelle: https://about.visitBerlin.de/sites/default/files/2019-02/visitBerlin_Tourismus-und_Kongressbilanz-2018_DE.pdf



Absolute Veränderung des Bettenangebots der Berliner Beherbergungsstätten nach Bezirken 2018 gegenüber 2013



4-6 Amt für Statistik Berlin-Brandenburg: <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2019/19-02-22.pdf>

„Um den Tourismus in Berlin stadtverträglich, nachhaltig und verantwortungsvoll zu gestalten, müssen wir bereits heute die touristische Zukunft angehen. Dafür benötigen wir das Wissen, die Leidenschaft und den Ehrgeiz aller zwölf Bezirke.“

Bettina Quäschning,
Leiterin Partner Relations
visitBerlin

5.5 Touristische Situation des Bezirks Treptow-Köpenick

5.5.1 Allgemeines über den Bezirk

Um die touristische Situation des Bezirks Treptow-Köpenicks darzustellen sind zahlreiche Daten und Fakten notwendig, die überaus aus offiziellen Statistiken herausgezogen werden können. Wichtig ist jedoch auch das Selbstbild innerhalb des Bezirks, das eher eine subjektive Sichtweise der Einheimischen einbezieht.

5.5.2 Touristische Kennziffern für den Bezirk Treptow-Köpenick

Im Vergleich mit den anderen Berliner Bezirken in Bezug auf touristische Ankünfte, also Gästezahlen, zeigt sich, dass sich Bezirk im unteren Mittelfeld befindet. Im Jahr 2018 konnten insgesamt 327.712 Gäste mit daraus resultierenden 703.177 Übernachtungen verzeichnet werden. Insbesondere bei ausländischen Gästen ist der Bezirk deutlich unterrepräsentiert.

Die internationalen Gäste, die im Bezirk übernachten, kommen in erster Linie aus dem englischsprachigen Ausland (siehe unten).

Leider ist festzustellen, dass die durchschnittliche Aufenthaltsdauer deutlich unter dem Berliner Durchschnitt liegt. Hier zeigt sich, dass der durchschnittliche Wert bei nur 2,1 Tagen liegt. Damit ist der Bezirk Treptow-Köpenick das Schlusslicht der Berliner Bezirke.

Ebenfalls unterdurchschnittlich ist die Bettenauslastung der Betriebe im Bezirk. Auch hier stellt Treptow-Köpenick wiederum das Schlusslicht dar. Mit zwanzig Prozent weniger Auslastung als die Spitzenreiter Tempelhof-Schöneberg und Mitte werden markante Auslastungsunterschiede deutlich. Hierin besteht eine große Herausforderung für das Tourismusmarketing des Bezirks und von visitBerlin.

Im Vergleich der Übernachtungen in einem Fünfjahreszeitraum zeigt sich, dass sich der Bezirk Treptow-Köpenick kaum positiv verändert hat. Mit nur 0,1 Prozent Steigerung in Bezug auf das Vergleichsjahr 2013 (siehe Grafik unten) zeigt sich folglich ein stagnierender Übernachtungstourismus. Gleichzeitig kann diese Statistik nichts

über die Tagesaktivitäten der Berliner Touristen generell aussagen und ist damit in Bezug auf die zukünftige Inanspruchnahme des geplanten Museums als nur relativ aussagekräftig zu bewerten.

5.5.3 Die bezirkliche Tourismusstrategie 2015 - 2025

Der Bezirk verfügt über eine in einem Konzept dargestellte Tourismusstrategie für die Jahre 2015 bis 2025*. Die wichtigsten Tourismusdaten stehen auch in einem Zusammenhang mit den strategischen Zielen des Bezirks. Diese wurden in einem im Jahr 2014 veröffentlichten Tourismuskonzept dargestellt.

Ein Auszug aus der Tourismusstrategie des Bezirks Treptow-Köpenick 2015-2025 aus dem Jahr 2014 gibt folgende strategischen Ziele an:

1. „Identität: Wir, der Bezirk Treptow-Köpenick, sind die Urlaubs- und Erholungsregion im Südosten Berlins.
2. Mission: Wir verfolgen eine klar definierte und öffentlich getragene Markenstrategie für den Bezirk.
3. Vision: Unser Ziel ist es, bis 2025 die Berlin-Destination Nr. 1 nach der Berliner City und den Szene-Bezirken zu sein. Dieses Ziel erreichen wir durch unverwechselbare Leistungen am Tourismusmarkt, die Ausrichtung an den Bedürfnissen unserer Gäste, den Ausbau der touristischen Angebote und Infrastruktur, sowie ein umfassendes Qualitätsmanagement.
4. Unsere Kompetenz liegt in den Themen Wasser, Natur- und Aktivurlaub, Kultur- und Industrie-Kultur.“

Die dargestellten Ziele sind sehr ambitioniert. Wie aus diesen Zielen ebenfalls deutlich wird, ist das Thema Industrietourismus/ Industriekultur schon im Bereich der Oberziele des Konzepts verankert. Hier stellt sich nun die Frage, wie die Implementierung operativ umgesetzt wird. Um ein genaueres Bild der aktuellen touristischen Situation darstellen zu können und diese mit den Perspektiven aus dem Tourismuskonzept zu vergleichen werden in diesem Zusammenhang nun diverse Statistiken und empirische Ergebnisse dargestellt, die die visitBerlin im Jahr 2019 in Auftrag gegeben hat.



Das schreibt die visitBerlin über Treptow-Köpenick

„Treptow-Köpenick hat den höchsten Wald- und Wasseranteil aller Berliner Bezirke. Der Südosten Berlins ist wie ein Wochenendausflug für jeden Tag: ans Wasser, in den Park, in die beschauliche Altstadt. Dabei kann der Bezirk noch viel mehr: Geschichte erzählen mit seinen alten Industriebauten. Die Familie den ganzen Tag im FEZ auf Trab halten. Und die vielleicht schönste Sportkulisse der Stadt sein: Segler, Jogger und Radfahrer finden hier perfekte Bedingungen.“

Der flächenmäßig größte Bezirk Berlins erstreckt sich vom Treptower Park bis zum östlichen Stadtrand. Im Westen grenzt er an Kreuzberg und ist selbst ganz Szenekiez: In der Arena wird gefeiert und rund um die Lohmühlenstraße wird Bio-Kaffee vor dem Laptop geschlürft. Folgen Sie der Spree weiter nach Osten, geht es Stück für Stück idyllischer zu: Die Schiffe der Reedereien legen vom Treptower Park Richtung Innenstadt ab. Tretboote kreuzen vor der Insel der Jugend. Die Archenhold-Sternwarte bietet einen Blick weit ins Universum.

Weiter geht es Richtung Schöneeweide, wo die alten Industrie-Klinkerbauten neu genutzt werden: Start-ups und Studenten sind hier zu Hause. Forscher aus aller Welt dagegen zieht es nach Adlershof, denn hier befindet sich Berlins wichtigster Technologiepark.“

Quelle: visitBerlin, <https://www.visitBerlin.de/de/bezirke/der-bezirk-treptow-koepenick>

* Vgl. Tourismusstrategie des Bezirks Treptow-Köpenick 2015-2025, 2014

5.5.4 Ergebnisse der visitBerlin „Hotspot-Untersuchung 2019“ inklusive Daten für Treptow-Köpenick

Im Auftrag von visitBerlin wurde im Sommer 2019 eine „Hotspot-Untersuchung“ durchgeführt. Die von visitBerlin in Auftrag gegebene Analyse liefert detaillierte Daten zur zu sechs Hotspots im zentralen Stadtbereich, die für das Marketing

des zukünftigen Museums von großem Interesse sind. Eine Veröffentlichung der Studie ist für Anfang 2020 vorgesehen. Die hier dargestellten Ergebnisse wurden am 25.09.2019 vor den Mitgliedern des INTOURA-Verbands vorgestellt. Hier gibt es auch wichtige Hinweise zum Umgang von Bürgerbeteiligungen. Es folgt nun ein Auszug aus der Zusammenfassung.

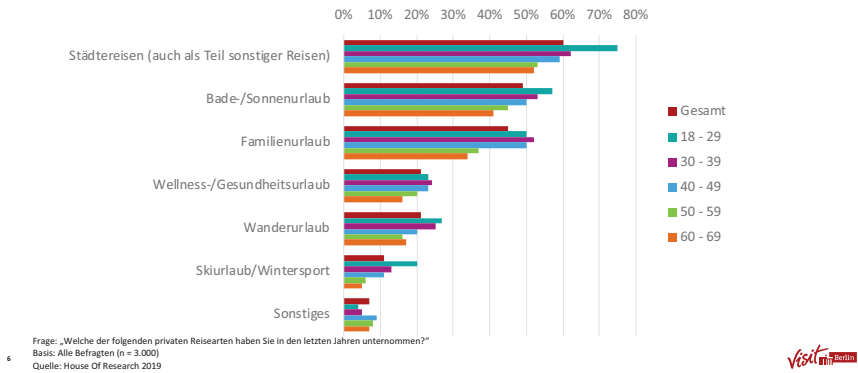
„Berlin wächst. Nicht nur die Bevölkerungszahl in Berlin steigt seit Jahren dynamisch an. Auch die Besucherzahlen zeigen seit über 15 Jahren ein stetiges Wachstum. Dies führt zu teilweise hohen Belastungen des öffentlichen Raums und bestehender Infrastrukturen. An einzelnen Hotspots entsteht für lokale Anrainer der Eindruck, dass Tourist*innen für überhöhte Lautstärke und Verschmutzung verantwortlich sind. Es entstehen Spannungen und die Akzeptanz der Berliner*innen gegenüber Gästen droht zu sinken. Seit dem Frühjahr 2018 liegt mit dem „Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+“ ein strategisches Positionspapier der Berliner Wirtschaftsverwaltung (SenWEB) vor. Ein wichtiger Baustein des Konzepts ist es, „vorhandene Monitoring Kennzahlen und Instrumente um neue Monitoringinstrumente zu ergänzen“ (S. 28). Durch eine ausreichend vielfältige und präzise Datenbasis soll eine stadtverträgliche Planung und Steuerung touristischer Aktivitäten ermöglicht werden.

Die Hotspot-Untersuchung reiht sich in zahlreiche (neue und auf den Weg gebrachte) Monitorings und Projekte von visitBerlin ein. Sie untersuchte die Zusammensetzung der Nutzenden des öffentlichen Raums an sechs Hotspots. Ziel war es, die politische und mediale Diskussion auf Stadt-, Bezirks- und Kiezebene mit weiteren Daten unter-

füttern und objektivieren zu können. Ein Viertel der befragten Tourist*innen gab an, zum ersten Mal die Hauptstadt zu besuchen. In Summe waren 60 Prozent der befragten Gäste bis zu drei Mal zu Gast in Berlin. 17 Prozent waren vier bis zehn Mal und 21 Prozent sogar öfter in Berlin. Für die untersuchten

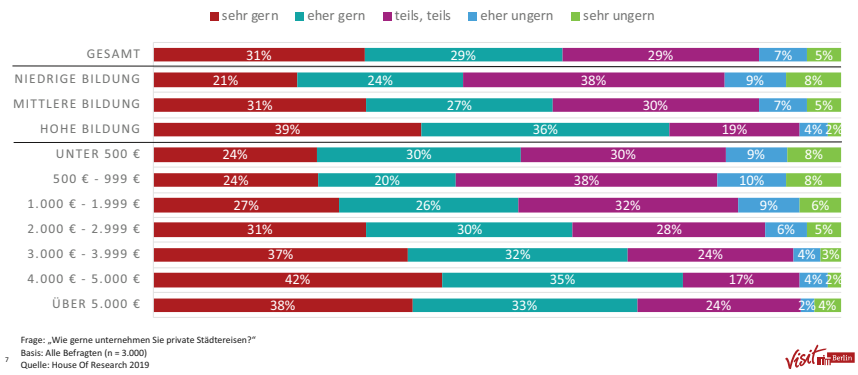
Städtereisen sind meistgetätigte Reiseart

60% der Befragten haben Städtereisen unternommen
18-29-Jährige (75%) und 60-69-Jährige (52%) besonders reisefreudig



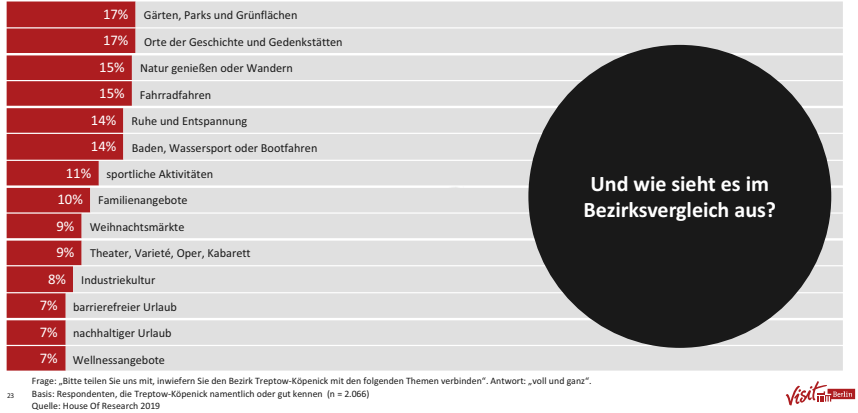
Mehrheit unternimmt gerne Städtereisen

60% der Befragten unternehmen sehr gern (31 %) oder gern (29 %) Städtereisen
Intensität nimmt mit steigender Bildung und steigendem Einkommen zu



Themeneignung Treptow-Köpenick

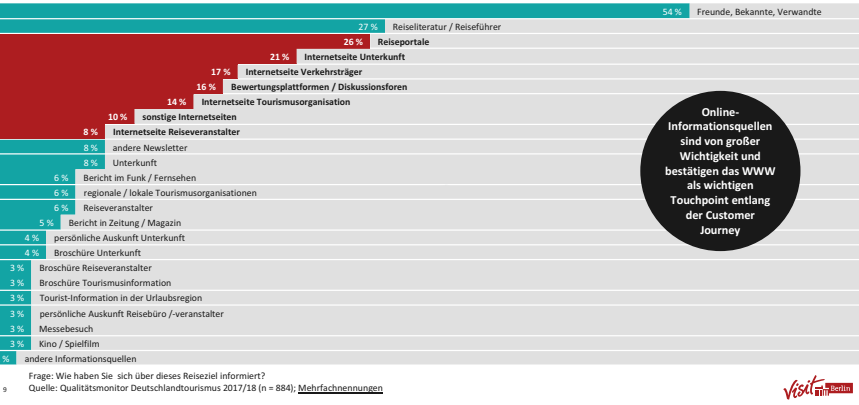
Anteil Respondenten, die folgende Themen mit Treptow-Köpenick verbinden



Alle Grafiken: Vgl. Hotspotanalyse der visit-Berlin, 2019 (unveröffentlicht)

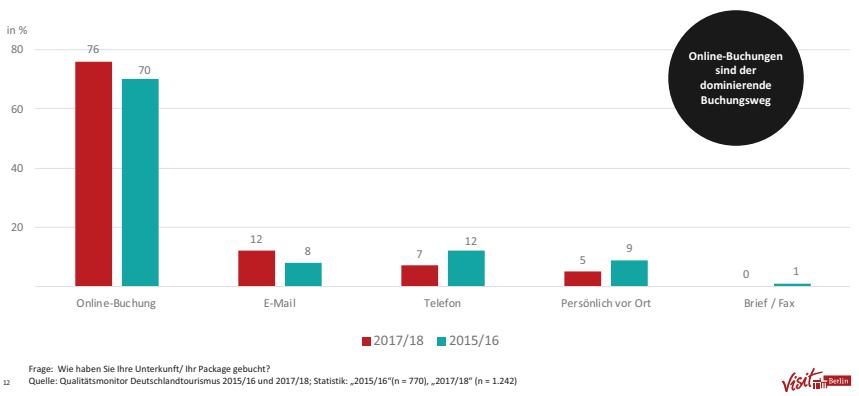
Informationsquellen

Informationsquellen der Urlaubsgäste (bzw. deren Reisebegleitung)



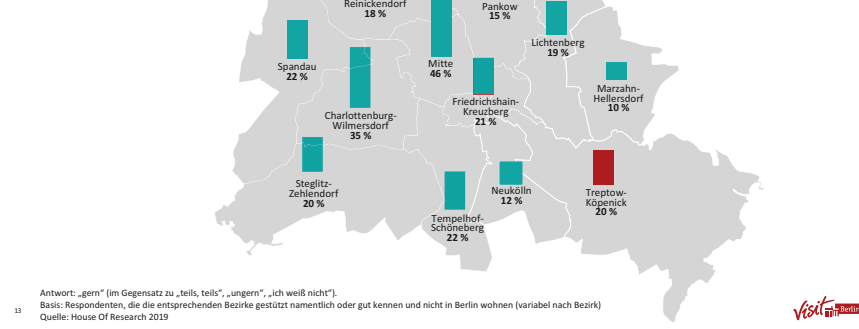
Buchungsweg

Buchungsweg der Urlaubsgäste



Übernachten in Berlin

Wie gerne würden Sie bei einer Städtereise nach Berlin in den folgenden Bezirken übernachten?



Hotspots und Erhebungszeitpunkte belegen die erfassten Daten nicht nur, dass zahlreiche Befragte aus dem Bezirk des jeweiligen Hotspots kamen. Sie zeigen auch, dass sogar zwischen 31 und 69 Prozent der Befragten aus der Nachbarschaft kamen, also lokal verankert sind, sich zumindest aber zum Hotspot und dessen Umgebung zugehörig fühlen.“ Maßgebliche Ergebnisse der Studie, die einen gewissen Aussagewert für das „Electropolis Berlin“-Projekt haben werden nun im Einzelnen dargestellt.

Wie oben bereits dargestellt sind Städtereisen die meistgetätigte Reiseart. An diesem Trend wird sich voraussichtlich in den nächsten Jahren nichts ändern. Insbesondere für die jüngere Generation sind Städtereisen ein festes Thema für die Freizeitgestaltung, es ist positiv bewertet also bereits Gewohnheit in Städte zu verreisen. Dem Tourismus in Berlin kommt dies in besonderem Maße entgegen.

Generell kann auch festgehalten werden, dass je höher der Bildungsgrad ist, desto lieber werden Städtereisen unternommen. Im Projektbezug in Sachen „Electropolis Berlin“ kann in diesem Zusammenhang ebenfalls eine positive Korrelation gesehen werden.

Um die zukünftige Informationspolitik von „Electropolis Berlin“ koordiniert zu planen ist es auch sinnvoll sich die Quellen und Wege zu betrachten, die Berlin-Urlauber verwenden, um ihren Urlaub zu planen (mehr dazu im Kapitel „Marketing“).

Die hier dargestellten Wege und Buchungszeitpunkte zeigen die Dringlichkeit eines effektiven Marketings inklusive einer koordinierten Online-Strategie. Dies ist insbesondere mit der dem Blickwinkel einhergehend wie gerne potenzielle Berlin-Besucher in den unterschiedlichen Bezirken übernachten würden. Hier zeigt sich Treptow-Köpenick derzeit erst im unteren Mittelfeld. Etwas problematisch ist die Bekanntheit des Bezirks für potenzielle Berlin-Gäste. Sie befindet sich eher im unterdurchschnittlichen Bereich.

Die spontanen Assoziationen mit dem Bezirk sind eindeutig. Eine herausragende Rolle nimmt die Figur „Der Hauptmann von Köpenick“ ein. Die Assoziation „Industriekultur“ spielt bislang keine nennenswerte Rolle. Dies muss durch intensives Marketing verändert werden. Das Thema Industriekultur ist bisher mit nur 8% bewertet. Das bedeutet, ein markant messbarer Kommunikationsfokus muss zukünftig auf dieses Thema gerichtet sein.

5.6 Auswertung der Daten in Bezug auf das Projekt „Electropolis Berlin“

5.6.1 Relevanz des Tourismus

Die oben dargestellten Tourismusdaten haben eine noch unten zu erörternde Aussagekraft für das Museumsprojekt „Electropolis Berlin“. Generell kann erwähnt werden, dass ein steigender Tourismus sich potenziell positiv auf die Inanspruchnahme eines touristischen Produktes innerhalb einer Destination auswirken kann. Insbesondere dann, wenn das Produkt neu ist. Doch es gibt keine allgemeine Korrelation, die darauf hindeutet, dass sich damit automatisch ein Erfolg des Produktes einstellen wird. Auch dann nicht, wenn es sich primär um eine touristische Attraktion handelt. Die Wirkungsweisen sind deutlich komplexer.

Zunächst muss festgestellt werden, dass der Tourismus im Allgemeinen sich stetig verändert und ganz besonders in Zeiten massiv wachsender Digitalisierung. Mit dieser stetigen Veränderung verändern sich auch das Konsumbewusstsein und das Konsummuster der Touristen. Was gestern noch besonders nachgefragt ist, kann morgen schon zum Ladenhüter werden. So manches touristische Produkt ist schon bei der Eröffnung oder nach einer gewissen Zeit nicht mehr zeitgemäß und wird seitens der Gäste „links liegen gelassen“. Dies gilt ganz besonders in einer sich ständig ändernden Destination, wie gerade Berlin ein Paradebeispiel darstellt. Deshalb sind die Anforderungen an neu entstehende touristische Attraktionen ebenfalls als sehr komplex zu bezeichnen. Korrelierend mit der Zahl der Einwohner des Großraums Berlin (Stadt plus Umland) – etwa fünf Millionen Einwohner – sowie einer riesigen jährlichen Anzahl von übernachtenden Touristen (rund 12 Millionen Gäste aus offizieller Statistik zuzüglich nicht zählbarer Gäste aus nicht erfassten Übernachtungsbereichen sowie Tagestouristen) ergibt sich ein sehr großes Besucher-Potenzial. Allerdings nur theoretisch. Faktisch handelt es sich beim „Electropolis Berlin“ um ein sogenanntes „Special Interest Museum“ abseits der Touristenpfade. Die ermittelten Werte anhand der Tourismusstatistiken sind daher nur sehr bedingt aussagekräftig und für das Projekt damit nur bedingt anwendbar. Es bedarf daher unterschiedlicher Modelle um den potenziellen Erfolg (oder Misserfolg) des Projekts darstellen zu können. Unterschiedliche Modellrechnungen werden im Bereich des Organisationskonzepts mit Best-Case- und Worst-Case-Szenarios dargestellt.

Vieles wird letztlich vom Produkt, seiner Organisation und seinen Marketingfähigkeiten abhängen. Eines steht fest: Das „Electropolis Berlin“ wird nach Meinung der ARGE Steiner kein Selbstläufer. Vieles wird davon abhängen, wie das Museum sich in der Wahrnehmbarkeit bei den Gästen etablieren kann.

5.6.2 Herausforderung: Kommunikationsmissverhältnisse zwischen Kulturtreibenden und Touristikern

Es ist kein Geheimnis, dass Betreiber von Kultureinrichtungen und Touristiker nicht immer dieselbe Sprache sprechen. Oft scheitern Kooperationsversuche zwischen den beiden Seiten schon bei der Kommunikation. EISENSTEIN et al. formulieren dies wie folgt: „Während die klassischen Aufgaben von Museen im ‚Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln‘ bestehen – unabhängig davon, wie groß die Nachfrage für das ‚Bewahrte und Gesammelte‘ ist – orientiert sich der Touristiker fast ausschließlich am Markt: Gäste gewinnen für das touristische Produkt, auf die Wünsche und Anforderungen der Kunden von morgen reagieren, das Angebot immer wieder überprüfen und marktgerecht (weiter) entwickeln etc. bestimmen das Alltagsgeschäft von Touristikern. Kultur und Tourismus – nicht auf den ersten Blick also das ‚perfekte Paar‘. Kommunikationsprobleme sind vorbestimmt. Dennoch ist die Aufmerksamkeit füreinander in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Kulturtourismus gilt als Megatrend, nicht nur in Großstädten. Grund dafür sind nicht zuletzt die überzeugenden Erfolge touristischer Destinationen, die das Thema Kulturtourismus für

sich entdeckt haben – und dieses in der Produktentwicklung und Vermarktung ihrer Regionen konsequent nutzen.“ *

Bezüglich des zukünftigen Erfolgs des Museums muss also bereits in der Analysephase sorgsam beachtet werden, welche Organisation wie das Museum betreibt und wie es aktiv in ein funktionierendes, ganzheitliches Tourismusmarketing (sowohl im eigenständigen, organisationsinternen Marketing als auch bei der visitBerlin und beim Tourismusverein Treptow-Köpenick) eingebunden werden kann. Diese Aussage ist damit eine für das Organisationskonzept maßgebliche, tragende Prämisse.

5.6.3 Ergebnisse des Expertengesprächs mit Mathis Richter, Geschäftsführer des Tourismusvereins Treptow-Köpenick e.V.

Mathis Richter, Geschäftsführer der TI Köpenick, 07.11.2019, Penta Hotel Köpenick

Herr Richter begrüßt die Tatsache, dass in Oberschöneweide ein neues Museum entstehen soll. Den Zeitpunkt für die Eröffnung bezeichnet er als sehr gut. Herr Richter sieht in dem Thema Industriekultur ein Ankerthema für den Berliner Südosten im Speziellen, aber auch als noch besser zu bearbeitendes Kernthema für ganz Berlin.

Laut Herrn Richter ist es sinnvoll den Bezirk Oberschöneweide zukünftig als DEN Spot für Industriekultur für Berlin zu etablieren. Unter anderem auch wegen der komplementären Angebote, die derzeit dort entstehen. Grundvoraussetzung für ein neues Angebot wird laut Herrn Richter die digitale Ausrichtung des musealen Angebots des neu entstehenden Electropolis sein. Digitale Ausrichtungen wie Augmented Reality, eine konsequente Mehrsprachigkeit sollten dabei als Standard gesetzt sein. Dabei sollten auch Voice-Guides zum Einsatz kommen die in mindestens sieben Sprachen programmiert werden müssten.

Insgesamt müsste unbedingt die Anbindung an den ÖPNV verbessert werden. Das bedeutet, die Taktung und die Anbindung an das S-Bahnsystem (über den Bahnhof Schöneweide) müsste verbessert werden. Das Hin- und wieder Wegkommen als Gast muss also eine sehr hohe Priorität bekommen. Dabei sind auch Parkplätze für Automobile und Reisebusse für Herrn Richter als sehr bedeutsam eingestuft. Auf dem benachbarten Gelände muss also ein integriertes Parkraumsystem gestaltet werden, das den Ansprüchen eines modernen Mobilitätsmanagements entspricht. Herr Richter gibt als sehr positive Anregung, die nächstgelegene Trambahn-Station (in diesem Fall die Station Rathenau-Straße) umzubenennen. Der neue Name der Haltestation sollte dann heißen: „Electropolis-Museum“. Entsprechende Verhandlungen mit der BVG sollten nach Beschlussfassung der faktischen Umsetzung des Museums bereits in Angriff genommen werden. Die neue Haltestelle hat damit auch eine gewisse Marketingwirkung für das neu entstehende Museum.

Als zielführendes Marketing-Mittel sollte nach Herrn Richters Ansicht der Aufbau eines speziellen Industriekultur-Tickets (digital und analog) erfolgen. Dazu sollte ein eigens einzurichtender Ausschuss die Arbeit gemeinsam mit dem BZI (Berliner Zentrum für Industriekultur), der visitBerlin sowie anderen touristischen Leistungsträgern sowie industrieller Anbieter gebildet werden.

Weiterhin hält Herr Richter es als sehr wichtig, dass das Thema „Fahrradfahren“ mehr mit dem Thema „Industriekultur“ verbunden wird. Dazu sollen spezielle touristische Radrouten im Bezirk ausgewiesen und beschildert werden. Hierzu werden zusätzliche Gespräche stattfinden.

.....
* Vgl. EISENSTEIN, B. (2001): Kulturtouristisches Potenzial erkennen und nutzen. Ein Wegweiser für Regionen und ihre Akteure am Beispiel der Kreise Nordfriesland und Dithmarschen. In: https://www.dithmarschen.de/media/custom/647_2926_1.PDF

6 Zielgruppenanalyse „Electropolis Berlin“

6.1 Allgemeines über Zielgruppen und Besucherstudien von Museumsbesuchern

Zum besseren Verständnis für eine dem Selbstverständnis des Museums entsprechende Zielgruppenanalyse werden im Folgenden zunächst diese Rahmenbedingungen für das Selbstverständnis des neu entstehenden Museums zunächst auf zwei Bereiche fokussiert. Zum einen muss eine Einteilung in Besuchertypen von Museen erfolgen, zum anderen muss eine touristische Zielgruppenanalyse der Destination Berlin erfolgen. Beide müssen anschließend miteinander verknüpft werden.

„Besucherorientiertes Denken ist für Museen unerlässlich. Dabei spielen Besucherforschung und Besucherorientierung eine zentrale Rolle. Sie sind wichtige Instrumente, Besucher zu gewinnen, von Angeboten des Museums zu überzeugen und langfristig zu binden. Leitgedanke sollte sein, Museumsbesucher nicht nur als Kunden eines Hauses, sondern darüber hinaus als Gäste oder als potenzielle Partner zu verstehen.“* Bisher werden die Möglichkeiten zielgruppenorientierter Studien von Kultur- und Museumsbetrieben noch nicht intensiv genutzt. So dienen Evaluation und Besucherforschung dazu, Zielgruppen zu identifizieren, differenziert zu analysieren und angepasste Maßnahmen zu entwickeln. Am Beispiel einer Typologie von Ausstellungsbesuchern können die Potenziale einer verstärkten Fokussierung auf Zielgruppen in der Forschung aufgezeigt werden. Evaluation und Besucherforschung erlangen im Museumsmarketing einen zunehmend höheren Stellenwert.

Mit der genaueren Definition von Zielgruppen für das entsprechende Museums-Sujet kann ein zielgerichtetes Marketing optimaler gesteuert werden. Berlin erhebt bereits seit 2010 im Rahmen des Kultur Monitoring-Projektes (KulMon) durch Besucherbefragungen detaillierte Daten, die den Museen und Kultureinrichtungen als Grundlage für Marketing- und Öffentlichkeitsarbeitsstrategien dienen. Aktuell werden im Kulturbetrieb bei besucherbezogenen Evaluationen Kulturangebote zunehmend durch die (potenziellen) Zielgruppen bewertet. Untersuchungsgegenstand ist das Angebot; die Nutzer sind die Wertungsrichter. In der Besucher-/ Publikums- oder Nutzerforschung (die Begriffe werden häufig synonym verwendet) stehen hingegen die Besucher im Untersuchungsfokus.

6.2 Zielgruppenorientierte Studien Anwendung und Perspektiven

Besucherstudien können das gesamte Publikum einer Kultureinrichtung in den Blick nehmen oder bestimmte Zielgruppen analysieren, z.B. Kinder, Familien, Senioren, Touristen, Individual- oder Gruppenbesucher. Auch dienen sie dazu, einen ersten Aufschluss über die Zielgruppen des Kulturbetriebs zu erhalten, potenzielle und weniger gut erreichbare Zielgruppen zu ermitteln. So ist es möglich, die tatsächlich erreichten mit den anvisierten Zielgruppen abzugleichen. Zielgruppen können dabei nicht nur über demografische Daten, z.B. Alter, Wohnort oder ihren Besuchskontext abgegrenzt werden. Eine präzisere Charakterisierung erfolgt, wenn weitere Merkmale wie Besuchsmotive oder -barrieren sowie Präferenzen und Einstellungen zugrunde liegen. Da derartige Analysen jeweils angepasst an die von der Kultureinrichtung definierten Zielsetzungen erfolgen sollten, werden Vorgehensweisen und Zielgruppenmerkmale dabei individuell entwickelt. Je nach Fragestellungen ist zudem häufig eine Kombination quantitativer und qualitativer Verfahren sinnvoll.

Allerdings sollte hier noch ein Schritt vorgeschaltet werden: Wenn ein neues Museumsangebot, wie das zu entwickelnde Industriemuseum in Oberschöneweide erfolgreich ans Netz gehen soll, wären durch eine sogenannte Nichtbesucherforschung Motive, Hintergründe etc. zu erforschen, die potentielle Besucherinnen und Besucher aus dem Mikro- und dem Makrostandort davon abhalten, das Angebot anzunehmen. Denn die sogenannte Nichtbesucherforschung:

konzentriert sich auf (noch) nicht erreichte Zielgruppen und sie kann Informationen über Besuchsbarrrieren sowie Einstellungen zu Kulturangeboten erheben. Da nur bis zu zehn Prozent der Bevölkerung Hauptnutzer kultureller Angebote sind, mag es verwundern, dass dieses Informationspotenzial noch nicht ausgeschöpft und bislang wenig über Barrieren für Kulturbesuche bekannt ist. Dies liegt sicher daran, dass Nichtbesucherstudien komplexere Methoden erfordern, als Untersuchungen des vorhandenen Publikums und es schwieriger sein kann, die Auskunftspersonen zu erreichen und zu einer Befragungsteilnahme zu motivieren.

Dennoch bieten sie bedeutende Erkenntnisse über neu zu gewinnende Zielgruppen, die auf anderen Erhebungswegen nicht erzielt werden. Um potenzielle Zielgruppen frühzeitig in Planungen einzubinden, können darüber hinaus die verschiedenen Evaluationsformen genutzt werden, um während des gesamten Prozesses der Konzeption, Ausgestaltung und Umsetzung eines Kulturangebots hilfreiche Informationen zu liefern. Die Vorab-Evaluation ermöglicht bereits bei der Angebotsplanung eine Bedarfsprüfung und Einschätzung durch die Nutzerseite. Vorwissen, Interessen und Erwartungen zukünftiger Zielgruppen zu einem geplanten Thema können erhoben werden, um sie in Verbindung mit den Zielen des Museums zu bringen. In einem nächsten Schritt kann die Formative Evaluation zum Einsatz kommen. Sie testet bestimmte Gestaltungselemente, zum Beispiel Entwürfe von Texten oder Anordnungen von Exponaten, auf deren Nutzergerechtigkeit und untersucht Alternativen.

Die Anwendungsmöglichkeiten zielgruppenorientierter Forschung sind stark ausbaufähig. Bisher gibt es mehrheitlich eine Konzentration auf Studien zum Gesamtpublikum und auf schon erreichte Besucher. Ein vollständiger Überblick über den Anwendungsstand von Besucherstudien und Evaluation wird allerdings dadurch erschwert, dass viele Untersuchungen nicht veröffentlicht werden. Entscheidend ist, dass Kulturbetriebe die regelmäßig Besucherbefragungen und Zielgruppenanalysen durchführen, sich mit den Resultaten auseinandersetzen und diese ernst nehmen. Untersuchungen, die Zielgruppen differenziert analysieren, noch nicht erreichte Besucher ermitteln und potenzielles Publikum einbeziehen, sind eine Grundbedingung für zielgruppenorientierte Kulturarbeit, sei es in Marketing, Ticketing, Programmgestaltung oder Kulturvermittlung.

Die Thematik kann durch Auszüge aus einem Beitrag von Dr. Nora Wegner, erschienen „**Generationen, Milieus, Zielgruppen?**“, 2016, verdeutlicht werden.** WEGNER zeigt *Besuchertypologien* als Beispiel für zielgruppenorientierte Museumsarbeit wie folgt (Originalauszug).

„Die Ausstellungsformate Sonder- und Dauerausstellungen sind für die Museumsarbeit zentral. Sonderausstellungen sind häufig Publikumsmagnete. Dauerausstellungen können hiermit aber an Bedeutung verlieren. Damit Museen diesem Spannungsfeld gerecht werden können, wurden die jeweiligen Zielgruppen in einer Typologie gegenübergestellt und charakterisiert. Zudem wurden Erfolgsfaktoren der Ausstellungen aus Publikumssicht ermittelt, um zielgruppengerechte Maßnahmen zu entwickeln und auch Dauerausstellungen attraktiver zu machen. Die umfassende Vergleichsstudie erfolgte an fünf deutschen Museen vergleichbarer Größe, und verschiedener Museumsarten. Unterschiede im jeweiligen Ausstellungspublikum in Phasen mit und ohne Sonderausstellungen konnten belegt werden, beispielsweise in Strukturmerkmalen, Entscheidungs- und Verhaltensweisen sowie Erwartungen. Die entwickelte Typologie kann hier nur grob skizziert werden. Zentral war die Einordnung als Sonder- oder Dauerausstellungsbesucher, wobei auch generelle Ausstellungspräferenzen zugrunde lagen. Weiterhin waren die Besuchsmotive bestimmende Variablen, themen-/objektbezogene sowie soziale/ unterhaltungsorientierte Motive wurden unterschieden.

* Vgl. Deutscher Museumsbund 2011: „Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzepts“, S. 14

** Quelle: WEGNER, N., 2016: „Generationen, Milieus, Zielgruppen?“ <https://www.kulturmanagement.net/dlf/1098020d3b89caf94b53bd009b174096,1.pdf>

Vier Besuchertypen konnten so ermittelt werden, die im Publikum unterschiedlich häufig vertreten waren. Dabei waren Differenzen in den jeweiligen Motiven ein wichtiges Resultat: Für Sonderausstellungsbesucher waren Ausstellungsthemen und Objekte schwerpunktmäßig ausschlaggebend. Im Gegensatz dazu suchten Besucher von Dauerausstellungen häufiger Unternehmungen und Unterhaltung.

Typ G: Gezieltinhaltsorientierte Sonderausstellungsbesucher stellten mit 50% die größte Gruppe. Ihr Besuch war länger im Voraus geplant und erfolgte aufgrund des bestimmten Ausstellungsthemas und der Objekte. Besonders ältere, hoch gebildete und museumsaffine Befragte fanden sich in dieser Gruppe, mehrheitlich an kulturgeschichtlichen Museen.

Typ U: Unternehmungs- und erlebnisorientierte Sonderausstellungsbesucher (11%) zeichnen sich durch einen kurzfristigen, gemeinschaftlichen Ausflug in eine für sie neue und unterhaltsame Sonderausstellung aus. Dies waren vor allem jüngere Personen, die eher gelegentlich in Museen gehen.

Typ O: Objektorientierte Sightseeing-Dauerausstellungsbesuchertypen (14%) umfasste Besucher, die in den Ausstellungen vor allem seltene Exponate sehen wollten. Ihr Besuch fand häufig im Rahmen eines touristischen Aufenthalts statt. Charakterisiert werden konnten sie als museumsaffin, hoch gebildet und in höherem Alter.

Typ E: Edutainment-orientierte Spontanbesucher (25%) erwarteten die Kombination einer lehrreichen und unterhaltsamen Ausstellung. Mehrheitlich waren darunter Familien, die kurzfristig etwas am Wohnort unternehmen wollten und Naturkunde- und Technikmuseen aufsuchten. Obwohl die Typenzuordnung situationsabhängig nach Besuchskontext sein kann, ist eine derartige Differenzierung bedeutend für zielgruppenorientierte Museumsarbeit.

Deshalb sollten Museen die Typologie für ihre Besucher überprüfen, weiterentwickeln und in ihre Arbeit einbinden. Sicherlich ist dies aufwändiger als herkömmliche Besucherstudien, jedoch bieten deren Ergebnisse Museen konkretere Anknüpfungsmöglichkeiten für ihre Arbeit.

Sonder- vs. Dauerausstellung?

Die Studie konnte weiterhin Gründe für die Attraktivität von Sonderausstellungen und Schwierigkeiten von Dauerausstellungen aus Besuchersicht identifizieren. Hieraus leiteten sich Empfehlungen ab, wie Museen zeitgemäße Dauerausstellungen schaffen, Ausstellungen beleben oder Synergien der Ausstellungsformate nutzen können. So sind inhaltsbetonte Strategien zu empfehlen, um gezielt-inhaltsorientierte Sonderausstellungsbesucher für Besuche in Dauerausstellungen zu gewinnen. Als ein Erfolgsfaktor von Sonderausstellungen zeigte sich deren klar eingegrenztes und überschaubares Thema, die Besucher wussten, was sie in den Ausstellungen erwartet, und fühlten sich durch die Komplexität nicht überfordert. Bei Dauerausstellungen wurde dagegen der große Umfang als primäre Besuchsbarriere ermittelt. Eine Möglichkeit, die Attraktivität von Sonderausstellungen zu übertragen, ist daher, auch Dauerausstellungen eingegrenzter zu präsentieren und zu kommunizieren. Zudem können insbesondere für gezielt-inhaltsorientierte Besucher inhaltliche Verbindungen zwischen Dauer- und Sonderausstellungen interessant sein. Bei einer verstärkten Betonung passender Aspekte zur besuchten Sonderausstellung in der Dauerausstellung, kann dies zu parallelen Dauerausstellungsbesuchen anregen. Eine weitere Überlegung ist, den Begriff Dauerausstellung zu überdenken, der aus Sicht der Befragten das Image einer zu dauerhaften und verstaubten Ausstellung transportiert.

Die beispielhafte Auswahl typengerechter Empfehlungen veranschaulicht, dass Museen mit der Besuchertypologie und daran angepasster Maßnahmen

Möglichkeiten haben, dem Spannungsfeld zwischen Sonder- und Dauerausstellungen gerecht zu werden. Auch für andere Kultureinrichtungen kann an dem kurz skizzierten Beispiel deutlich werden, welchen Nutzen ein verstärkter Fokus auf differenzierten Zielgruppenanalysen hat. Der Beitrag soll Kulturbetriebe dazu anregen, das aufgezeigte Potenzial zielgruppenorientierter Untersuchungen weiter auszuschöpfen und als Arbeitsgrundlage anzuwenden.“

6.3 Touristische Zielgruppenanalyse

6.3.1 Die Hauptzielgruppen im Berlin-Tourismus (nur übernachtende Gäste)

Jedes touristische Zielgebiet weist bestimmte Merkmale auf, die für gewisse touristische Zielgruppen von Interesse sind. Dabei spielt eine große Rolle, was die einzelnen Zielgruppen an Erwartungen an den Aufenthalt aufbauen. Viele dieser Erwartungen werden durch das Image der bereisten Destination aufgebaut. Das bedeutet mithin auch, dass das Zielgebiet den erwarteten Anforderungen der Gäste zumindest entsprechen muss. Besser ist es jedoch, wenn die Erwartungen bei den Gästen übertroffen werden.

Für die Stadt Berlin wurde im Auftrag von visitBerlin Jahr im Jahr 2013 eine ausführliche Zielgruppenanalyse* erstellt, die auch heute noch aktuell für ganz Berlin herangezogen wird und die für das hier vorliegende Konzept für das alte AEG-Kasino als Ankerpunkt gewählt wurde. Die wichtigsten Zielgruppen der Stadt Berlin werden hier kurz vorgestellt und im Anschluss auf ihre Plausibilität in Bezug auf das Projekt hin untersucht. Dabei ist jedoch zu erwähnen, dass für das Museum eine erweiterte Analyse bestimmter Zielgruppen erfolgen muss. Die angesprochene Studie der visitBerlin weist auf sechs Hauptzielgruppen hin:

Zielgruppe 1: Alltagsflüchtling auf der Suche nach Adrenalin und Chillout

Marktanteil für Berlin: 18 Prozent

Warum reist die Zielgruppe?

- Die Gäste wollen sich unkonventionell fühlen, der Langeweile entfliehen, auch mal über die Stränge schlagen.
- Sie wollen Spaß und Action haben.
- Die Gäste wollen sich eher um nichts kümmern müssen und sich verwöhnen lassen.
- Sie wollen viel Komfort bzw. Luxus genießen.

Was macht die Zielgruppe vor Ort?

- Die Gäste genießen das Nachtleben in vollen Zügen.
- Sie besuchen Kneipen, Bars, Restaurants und Clubs.
- Tagsüber gehen sie Shoppen, Bummeln und spazieren.
- Essen gehen spielt eine sehr wichtige Rolle bei ihrem Aufenthalt.

Gut zu wissen sind folgende Fakten über die Zielgruppe:

- Sie ist die Zielgruppe mit dem höchsten Marktanteil.
- Sie ist mit Abstand die jüngste Zielgruppe.
- Museumsbesuche gehören nicht unbedingt zum Kernbereich des Aufenthalts.

* Quelle: visitBerlin (2013): Berlin-Besucher Steckbriefe
<https://about.visitBerlin.de/sites/default/files/2017-04/Studie%20Berlin-Besucher.pdf>

Zielgruppe 2: Flexibler Entdecker: planvoll im Vorfeld, spontan vor Ort

Marktanteil für Berlin: 16 Prozent

Warum reist die Zielgruppe?

- Die Zielgruppe will möglichst viel in kurzer Zeit erleben und viel Abwechslung haben.
- Sie will viel unterwegs sein und die Stadt erkunden.
- Die Zielgruppe will sich weiterbilden und den Horizont erweitern.

Was macht die Zielgruppe vor Ort?

- Die Zielgruppe will spontan vor Ort unterwegs sein. Dazu werden auch Ausflüge mit Mietwagen oder ggf. dem eigenem PKW genutzt.
- Sie will in unterschiedlichen Restaurants essen gehen.
- Ein zentrales Ziel ist es die Sehenswürdigkeiten und Museen der Stadt zu besuchen.

Gut zu wissen:

- Die Zielgruppe informiert sich gern in Berlin Tourist Infos.

Zielgruppe 3: Vitale, intellektuelle Kulturinteressierte

Marktanteil für Berlin: 15 Prozent

Warum reist die Zielgruppe?

- Die Zielgruppe will sich weiterbilden und den Horizont erweitern.
- Sie will die Stadt erkunden und viel unterwegs sein. Große Abwechslung ist in der Zielgruppe obligatorisch.
- Die Zielgruppe will die eigene geistige und körperliche Vitalität erhalten.

Was macht die Zielgruppe vor Ort?

- Es ist selbstverständlich, dass Kulturveranstaltungen besucht werden, besonders am Abend.
- Museumsbesuche sind ein sehr wichtiger Bestandteil des Aufenthaltsprogramms.
- Die Zielgruppe will möglichst viele Sehenswürdigkeiten besuchen.
- Auch Wellness- und Gesundheitsangebote können unter guten Voraussetzungen angenommen werden.

Gut zu wissen:

- Diese Zielgruppe hat die höchsten Ausgaben und ist damit besonders wertvoll für den Tourismus in der Stadt Berlin.

Zielgruppe 4: Event-Liebhaber: am besten unter Gleichgesinnten

Marktanteil Berlin: 12 Prozent

Warum reist die Zielgruppe?

Die Zielgruppe will vor allem positive Überraschungen erleben und der Langeweile entfliehen.

- Sie will Spaß und Action haben und auch einmal über die Stränge schlagen und sich zwanglos verhalten.
- Die Stadt zu erkunden steht dabei mit auf dem Programm, jedoch werden eher die zentralen Bereiche gewählt.
- Was macht die Zielgruppe vor Ort?
- Die Zielgruppe will primär Sportevents und Sportveranstaltungen oder Rock-/Pop-Konzerte, Musicals oder ähnliches besuchen.

- Die Zielgruppe wählt oft auch organisierte Ausflüge, z.B. mit dem Boot oder Segways u.a., das Gruppenerlebnis steht im Vordergrund.

Gut zu wissen:

- Die Zielgruppe reist vor allem auch in Gruppen mit mehr als fünf Personen.

Zielgruppe 5: Organisierter Entdecker: von A-Z durchgeplant und durchgebucht

Marktanteil für Berlin: 11 Prozent

Warum reist die Zielgruppe?

- Die Zielgruppe will sich um nichts kümmern müssen.
- Der Drang sich weiterzubilden und den Horizont zu erweitern und viel unterwegs sein ist stets gegeben.
- Die Zielgruppe will neue Kontakte knüpfen und die Teilnehmer wollen neue Leute kennenlernen.

Was macht die Zielgruppe vor Ort?

- Die Zielgruppe nimmt gerne an organisierten Ausflügen teil, z.B. mit dem Boot oder an Gästeführungen.
- Es ist obligatorisch Kulturveranstaltungen zu besuchen und an Kultur- bzw. Themenabenden teilnehmen.
- Es ist obligatorisch Sehenswürdigkeiten besuchen, die das jeweilige persönliche Interesse antizipieren.

Gut zu wissen:

- Die Zielgruppe zeigt eine deutlich unterdurchschnittliche Internetnutzung und ist über digitale Kanäle nur bedingt zu erreichen.
- Die Zielgruppe ist alleinstehend und mehrheitlich weiblich.

Zielgruppe 6: Gesundheitsreisender und Entspannungssuchender

Marktanteil für Berlin: 11 Prozent

Warum reist die Zielgruppe?

- Die Zielgruppe will abschalten und Stress abbauen.
- Sie will etwas für die Gesundheit tun und dem Alter vorbeugen. Vitalität erhalten und Sport treiben gehört mit zum Aufenthaltsprogramm.
- Es ist ein Hauptbestandteil der Reise Zweisamkeit genießen oder Zeit für die Familie und Kinder haben.

Was macht die Zielgruppe vor Ort?

- Die Zielgruppe nimmt vermehrt Wellness-Angebote in Anspruch, sie will sich bewegen und sportlich aktiv sein.
- Medizinische Gesundheitsangebote wahrnehmen ist ein zentrales Merkmal der Zielgruppe.
- Shoppen gehen und Konzerte oder Musicals besuchen ist fester Bestandteil des Aufenthalts.

Gut zu wissen:

- Die Zielgruppe zeigt eine unterdurchschnittliche Internetnutzung auf.
- Diese Zielgruppe hat das höchste Haushaltseinkommen, gibt aber im Verhältnis dazu relativ wenig pro Reise aus.

Die oben genannten Hauptzielgruppen im Berlintonismus stellen eine geeignete Informationsbasis dar, welche dieser Personenkreise sich für das neu in Oberschöneweide entstehende Museumsobjekt interessieren könnte. Letztlich

Anmerkung

Die Zielgruppenanalyse kann zum jetzigen Analysezeitraum nur in beschränktem Umfang erfolgen, da die Konzeption für das Museum nur im Groben besteht und noch kein faktisches, finales Umsetzungskonzept besteht. Von daher muss eine vertiefende Zielgruppenanalyse zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen und sollte mit dem zukünftigen operativen Träger des Museums abgesprochen sein.

Für die praktische Durchführung einer späteren Zielgruppenanalyse bieten HUTH & PFLAUM der im Anhang befindlichen Checkliste einen idealen ersten Einstieg. Lässt sich die Zielgruppe nach soziodemographischen Merkmalen typisieren, wie z.B. Alter, Geschlecht, Einkommen, Familienstand, Familiengröße, Kinder? Kann man die Zielgruppen psychologischen Merkmalen strukturieren?

Dabei können folgende Unterfragen aus der „Lerntheorie“ abgeleitet werden: In welcher Bedürfniskategorie-Phase, nach der Maslow-Pyramide, befindet sich die Zielgruppe?

vgl. HUTH, R.; PFLAUM, D. (1996): Einführung in die Werbelehre. S. 84 ff.

handelt es sich dabei in erster Linie um die Zielgruppen 2, 3 und 5 die hier eine besondere Bedeutung besitzen:

- Zielgruppe 2: Flexibler Entdecker - planvoll im Vorfeld, spontan vor Ort
- Zielgruppe 3: Vitale, intellektuelle Kulturinteressierte
- Zielgruppe 5: Organisierter Entdecker - von A-Z durchgeplant und durchgebucht

Analog der oben dargestellten Zielgruppen ergeben sich folgende Berechnungswerte: Insgesamt 42 Prozent der übernachtenden Gäste der oben genannten Hauptzielgruppen sind folglich für den touristischen Markt für den Berliner Osten von maßgeblicher Bedeutung. Zusätzlich können viele (nicht quantifizierbare) Tagesgäste und Berliner Bürger diesem Segment zugeordnet werden. Das Problem für den Berliner Bezirk Treptow-Köpenick liegt jedoch in der Tatsache, dass sich der bei weitem größte Teil Tourismusteilnehmer fast ausschließlich innerhalb des S-Bahn-Rings aufhält und diese Linie auch nur relativ selten überschreitet.

Die zentrale Frage besteht also darin, wie diese Gäste auf das neue Angebot in Oberschöneide aufmerksam gemacht werden können und wie es gelingt, dann auch einen Reiseanlass hin zum „Electropolis Berlin“ zu generieren. Dazu müssen zunächst weitere Strategieebenen im Marketing beleuchtet werden. In diesen Zusammenhang muss auch analysiert werden, zu welchen Gästegruppen die jeweiligen Besucher zuzurechnen sind.

- Handelt es sich um individuell Reisende oder um Gruppenbesucher?
- Sind diese Gäste Freizeitreisende oder Geschäftsreisende?
- Wie verteilt sich das Besucheraufkommen auf Übernachtungsgäste und regionale bzw. lokale Tagesbesucher?

Damit müssen beim Aufbau des Museums zahlreiche Faktoren beachtet werden, die die Bedürfnisse und Ansprüche innerhalb und zwischen der jeweiligen Gästeklientelgruppe berücksichtigen. Dies ist notwendig, weil zwischen den Gruppen die Interessenlage sehr stark variieren kann.

6.3.2 Potenzielle Zielgruppen für das „Electropolis Berlin“

Um die Spezifizierung der Zielgruppen des zukünftigen Museums besser einordnen zu können, ist es sinnvoll sich zunächst die Besucherstruktur des benachbarten Industriesalons zu analysieren. Laut des Berichts* Tourismusentwicklung in der Berliner Industriekultur: Das Besucherzentrum und die „Highlights von Schöneide“ lassen sich mehrere Zielgruppen definieren. Die Gäste des Industriesalons in Oberschöneide lassen sich nach Eigenangaben des Industriesalons grob in verschiedene Gruppen gliedern:

1.) Die größte Gruppe: Gäste die einen eignen Bezug zum Ort / zur Industriekultur haben:

- sei es durch die persönliche Berufsbiografie,
- durch ingenieurtechnische Interessen (Elektroindustrie)
- durch eine nachbarschaftliche Beziehung
- oder eine besondere Verbundenheit mit Schöneide durch die ehemalige oder heutige Wohnsituation (neu-Hinzugezogene).

2.) Gäste, die sich für das Thema Stadtentwicklung interessieren

- Fachleute und viele Studenten, häufig aus anderen Städten, teilweise aus dem Ausland (Niederlande und China)

3.) Wachsende Gruppe: Gäste die sich für zeitgenössische Kunst interessieren

- Wechselwirkung zwischen den Reinbeckhallen und den dort stattfindenden Ausstellungen oder auch Informationen über bekannte Künstler in der Nachbarschaft.
- Eine besondere Rolle spielen für diese Gäste auch die Kunstfestivals, die in wechselndem Rahmen in der Nachbarschaft stattfinden.

4.) „Bildungsbürger“, Menschen, die über ein breites Allgemeinwissen verfügen, thematisch interessiert sind an Stadt- oder auch Wirtschaftsgeschichte

- Sie kommen, um ihr Wissen gerne bestätigen zu können.
- Sie kommen vor allem wenn in Medien berichtet wurde.

5.) „Stadterkunder“, meistens Berliner, die ihre eigene Stadt besser kennenlernen möchten

- Berliner, insbesondere Neubürger der Stadt

6.) „Teambuilder“, die mit der ganzen Betriebsabteilung an Rallyes teilnehmen

- In diesem Fall organisierte Gruppen, insbesondere durch Eventveranstalter gesteuert

7.) Familienausflügler, die bei Familienfesten etwas Besonderes mit ihren Gästen in Berlin unternehmen möchten.

8.) Menschen die einfach einen interessanten Ausflug / Spaziergang machen möchten.

- Hier sind auch Wander- und Fahrradfahrergruppen zu nennen.

9.) Schulklassen, die Rallyes im Industriegebiet machen

Analog der Datenerhebung und Erfahrungswerte lassen sich für das „Electropolis Berlin“ ähnliche Zielgruppen erschließen:

- Technikinteressierte allgemein
- Historisch Interessierte
- Ingenieure und Mitarbeiter aus technischen Branchen
- Berlinerinnen und Berliner aus dem näheren geografischen Umfeld
- Schulklassen ab der neunten Klasse
- Studierende aus dem Bereich Technik (Elektrotechnik, Maschinenbau und ähnliche Bereiche)
- Studierende aus dem Bereich Technikgeschichte
- Besucher des Industriesalons
- Ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Industriekomplexes

* Vgl. Tourismusentwicklung in der Berliner Industriekultur: Das Besucherzentrum und die „Highlights von Schöneide“, Endbericht 2018

7 Kommunikations- und Vertriebsthemen für das „Electropolis Berlin“

7.1 Einleitung Kommunikation

Die Kommunikations- und Vertriebspolitik im Marketing umfasst alle verkaufs- und imagefördernden Maßnahmen. Diese werden eine maßgebliche Rolle für den Erfolg des „Electropolis Berlin“ haben. Es muss vorsorglich schon darauf hingewiesen werden, dass die untenstehenden Maßnahmen im Regelfall auch eines umfangreichen finanziellen Budgets sowie einer angemessenen personellen Ausstattung bedürfen.

Letztlich wird sich vieles daran orientieren, wer als operativer Träger des Museums auftritt und welche personellen und finanziellen Rahmenbedingungen für die Vermarktung des Museums zur Verfügung stehen. Deshalb sei an dieser Stelle angemerkt, dass die folgenden Komponenten des vorliegenden Kommunikations- und Vertriebskonzepts eher als Handlungsempfehlungen, denn als Marketingkonzept zu werten sind.

Es ist anzustreben, dass der zukünftige operative Träger professionell aufgestellt ist und somit bereits eine gut strukturierte Marketingabteilung vorhanden ist, die die aufgezählten Maßnahmen als Teil ihrer regulären Arbeit umsetzen.

In der Marketingpraxis wird zwischen sogenanntem **Above-the-line-Kommunikation** und **Below-the-line-Kommunikation** unterschieden. Im Dienstleistungsmanagement und Tourismus kommt noch die bedeutsame Komponente der „nach innen gerichteten Kommunikation“, des Binnenmarketings, mit hinzu. Da das zu entwickelnde Museum eine besondere Affinität zum Tourismus haben wird, ist eine Integration des Binnenmarketings für das Konzept von hoher Priorität.

Unter **Above-the-line-Kommunikation** sind alle medienbezogene Kommunikationsmaßnahmen im Sinne der klassischen Kommunikationsmittel einzuordnen. Sie dienen einer gestreuten und allgemeinen Zielgruppenansprache z.B. über die Massenmedien. Hierzu zählen analoge wie digitale Instrumente, wie z.B. Printanzeigen, Fernsehwerbung, Onlinewerbung, Radiowerbung oder auch Plakatwerbung.

Bei der **Below-the-line-Kommunikation** wird versucht, sich mittels unkonventioneller Kommunikationswege- und Maßnahmen die Zielgruppen direkt und persönlich anzusprechen. Hier gehören u.a. Aktionen am Point of Sale, Product-Placement, Sponsoring, Direct Marketing, Verkaufsförderung (Sales Promotion), Public Relations, Messen und Veranstaltungen.

Prämisse: Alle Themen des Außenmarketings, die eine Relevanz für den Tourismus haben, sollten zwingend mit der für das berlinweite Marketing zuständigen visitBerlin sowie mit dem Tourismusverein Treptow-Köpenick e.V. abgesprochen werden. Fakt ist, dass die Entscheidung zum Besuch des „Electropolis Berlin“ nur im seltenen Falle als das entscheidende Reisemotiv bei auswärtigen Gästen (also weder in Berlin oder Brandenburg lebende Personen) gewertet werden kann. Für Tagesgäste gilt hier eine andere Systematik für die Wahl des „Electropolis Berlin“ als Reisemotiv.

7.2 Operatives Marketing bei Zielgruppen im Übernachtungstourismus für das „Electropolis Berlin“

Die einzelnen Zielgruppen werden primär im Kapitel „Zielgruppenanalyse“ dargestellt. An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass aus der Analyse die richtigen Schlüsse gezogen werden, um anschließend in der operativen Phase des Marketings die richtigen Instrumente zu verwenden. In diesem Zusammenhang werden zunächst potenzielle Gäste gesehen, die als Übernachtungsgäste nach Berlin oder in die nähere Umgebung kommen.

Die Grundlage für eine überzeugende, zukünftige Kommunikationspolitik des Museums bildet vorhandenes Wissen über die jeweiligen Zielgruppen, aus dem sich ein passender Marketingmix erarbeiten lässt. Zentrale Herausforderung für den zukünftigen Träger des Museums ist es, eine Entscheidung für Besuch des Museums bei den jeweiligen Zielgruppen herbei zu führen. In der Zielgruppenanalyse für das Museum konnten folgende Zielgruppen identifiziert werden (siehe Zielgruppen-Analyse).

- Zielgruppe 2: Flexibler Entdecker - planvoll im Vorfeld, spontan vor Ort,
- Zielgruppe 3: Vitale, intellektuelle Kulturinteressierte sowie
- Zielgruppe 5: Organisierter Entdecker - von A-Z durchgeplant und durchgebucht

Die Customer Journey (also alle Komponenten der Reise sowohl vor, während als auch nach der Reise) startet mit der ersten Inspiration, eine bestimmte Destination, in diesem Fall die Stadt Berlin als zentrale Destination, in naher Zukunft besuchen zu wollen. Es erfolgen Recherchen über Anreise- und Übernachtungsmöglichkeiten sowie nach weiteren Freizeit- oder Kulturangeboten vor Ort. Im zweiten Schritt werden Anreise, Unterkunft und weitere Freizeitangebote gebucht oder zumindest als „interessant“ markiert. So lassen sich die Kunden bereits in der Vorbereitungsphase einer Reise oder eines Tagesausflugs über verschiedene Kanäle, sowohl in der Above- als auch Below-the-line-Kommunikation inspirieren.

Zur Inspiration und Information bei ihrer Reiseplanung nutzen die meisten Urlauber zahlreiche Quellen, die auf das Tourismusangebot aufmerksam machen. Am bedeutendsten waren 2018 Prospekte und Kataloge, die Beratung im Reisebüro sowie Websites von Unterkünften und Reisezielen. Die Kenntnis dieses Reiseverhaltens spielt für die Kommunikation einer Destination eine entscheidende Rolle. Zukünftig werden vor allem digitale Informations- und Kommunikationstechnologien von besonderer Bedeutung sein. Häufig sind altersspezifische Unterschiede bei den genutzten Quellen erkennbar: Offline-Quellen werden tendenziell stärker von älteren, Online-Quellen eher von jüngeren Urlaubern favorisiert (vgl. F.U.R. 2019)*.

Im Anschluss an diese Phase folgt die Phase der Vorfreude und dann das eigentliche Reiseerlebnis: Für eine gelungene Urlaubsreise sind Erlebnisse am Reiseziel entscheidend, an die sich der Gast gerne zurückerinnert. An erster Stelle stehen das gute Wetter und die Landschaft. Der hohe Stellenwert von regionalen Speisen und typischen Restaurants zeigt, dass die Kulinarik zu einem positiven Destinationserlebnis beiträgt. Besonders wichtig erscheinen auch der „direkte“ Kontakt mit dem Reiseziel, die Atmosphäre am Urlaubsort und das Eintauchen in das Leben am Urlaubsort.

Die letzte Phase ist die der Reisenachbereitung, die häufig mit anderen über Mund-zu-Mund-Propaganda geteilt wird, d.h. durch die Erzählung im Freundeskreis oder über soziale Medien auf Facebook, Instagram, Travelblogs, Foto-sharing-Plattformen oder mit eigenen Videosequenzen auf Reiseportalen wie Holidaycheck und Tripadvisor. Dazu ist jedoch eine herausragende Produktqualität notwendig. Letztlich muss sich ein erfolgreiches Marketing an allen Teilleistungen der Customer Journey orientieren.

7.3 Kommunikationsinstrumente für die Berliner Bevölkerung und Inlands-Gäste

7.3.1 Informationsmaterialien und - Medien

Trotz aller Digitalisierung ist haben Printprodukte immer noch einen hohen Stellenwert! Zu den gedruckten Informationen zählen Flyer, Imagebroschüren, Magazine, Zeitungen, Plakate usw. Hier muss zwischen Eigenproduktionen und Fremdprodukten unterschieden werden. Dabei ist allerdings zu beachten, dass

* https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2019/03/RA2019_Erste-Ergebnisse_DE.pdf.

ein Teil solcher Maßnahmen oft sehr teuer ist und oft nur eine geringe Wirkung erzielt, insbesondere wenn es sich um Fremdproduktionen handelt.*

Falls Anzeigen in Fremdproduktionen geschaltet werden, müssen sie jeweils an die Bedürfnisse der touristischen Zielgruppen angepasst werden. Die Zielgruppen des Museums sind als tendenziell älter einzustufen. So bieten sich für die „Flexiblen Entdecker“, die „Vitalen, intellektuellen Kulturinteressierten“ und die „Organisierten Entdecker“ noch die klassischen Wege über Print an. Der erste Kontakt zur Destination kann über Reiseberichte, Videoportale, Podcasts oder ansprechende Fotos bzw. Kurzberichte auf sozialen Medien erfolgen.

Viele TV- und Zeitschriften-Formate verfügen darüber hinaus oftmals neben dem klassischen Printbereich auch über Online-Angebote, die ebenfalls gezielt über deren Online-Redaktionen angesprochen werden können.

Broschüren

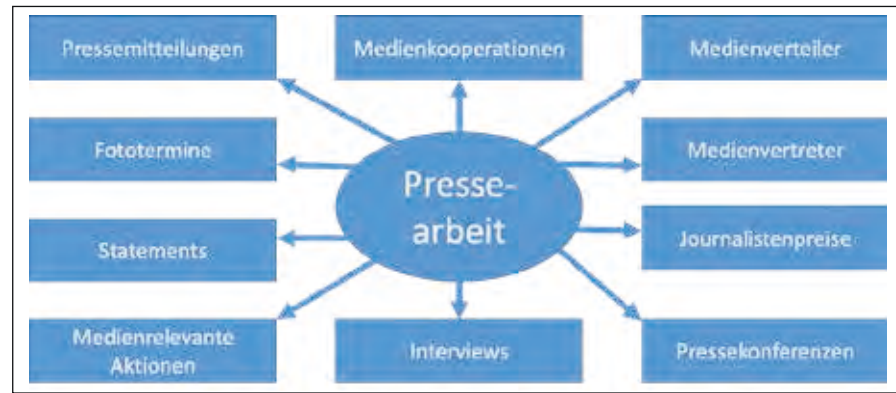
Trotz aller wachsender Themenfelder der Digitalisierung sind für den Erstkontakt mit dem „Electropolis Berlin“ und die weitere Informationsvermittlung Printmedien immer noch ein zuverlässiges und hochwirksames Medium, um Gäste über das neu entstehende bzw. entstandene Museum zu informieren. Insbesondere ältere Besucher/Zielgruppen greifen gerne auf Drucksachen zurück. Das haptische Erlebnis des Blätterns in einer Broschüre ist ein gelernter kultureller Vorgang.

Die bedruckten Medien sollten dabei immer auf das gesamte Museumsangebot (Dauerausstellung, Sonderausstellungen, Veranstaltungen) hinweisen. Die Printmedien sollten im jährlich neu aufgelegt werden, um auf aktuelle Entwicklungen hinzuweisen. Dies ist auf der Auflage zu berücksichtigen. Dazu ist eine betreuende Agentur auszuwählen, die über eine nachweisliche Expertise aus dem Museumsbereich verfügt. Denn der Aufwand für die Produktion eines solchen Mediums ist nicht zu unterschätzen.

Die Broschüren können auch weitere Funktionen übernehmen, die zunächst jedoch noch abgeklärt werden müssen. Es wäre zum Beispiel sinnvoll, die Broschüre auch über visitBerlin in deren Tourist-Informationen, oder auf spezifischen Reisemessen im In- u. Ausland zu verteilen. Hier entstehen jedoch Kosten für die Fachmiete, die vorher abgeklärt werden müssen. Durch die Gestaltung im Corporate Design lassen sich gewisse werbliche Effekte effektiver umsetzen.

Pressearbeit

Ein wirkungsvolles Instrument stellt die Pressearbeit dar. Im Rahmen der Pressearbeit muss ein Medienverteiler aufgebaut werden und regelmäßig Pressemitteilungen versandt werden.



Zu Pressekonferenzen und zum Pressegespräch sollte bei Neuigkeiten oder im Rahmen von Messen, wie beispielsweise der ITB, eingeladen werden. Auch wird die Organisation von Presereisen zur Platzierung von Themen und zur Erhöhung des medialen Interesses empfohlen. Hier bietet es sich an, den Service von visitBerlin zu nutzen.

Die Pressearbeit besteht aus zahlreichen unterschiedlichen Maßnahmen.

Es muss darauf hingewiesen werden, dass dieser Teil der Public Relations sehr personalintensiv ist.

* Zitat Henry Ford: „Ich weiß, die Hälfte meiner Werbung ist hinausgeworfenes Geld. Ich weiß nur nicht, welche Hälfte“.

Plakate

Unerlässlich für die zukünftige Bewerbung des Museums ist die Plakatwerbung im näheren Umfeld des Standorts. Die Plakatwerbung sollte an mehreren Standorten erfolgen, die über eine hohe Frequenz an Fußgängern verfügen. Als prädestinierten Standort bietet sich beispielsweise der Bahnhof Schöneweide an. Hier sollten mehrere großflächige Plakate dauerhaft installiert werden. Gleiches gilt für den Anfangs- und Endbereich des Kaiserstegs. Hier ist jedoch zunächst ein Aufbau von Plakatwänden notwendig.

7.3.2 Corporate Design, grafische Vorgaben, Fotos und Filme

Logo und Schriftarten

Um die zukünftige Gestaltung von Medien für das touristische Marketing zielgerichtet anzugehen, bedarf es relativ früh einer Festlegung auf Gestaltungsrichtlinien. Diese können schon im Projektaufbau genutzt werden, um eine gewisse Identifikation aller Projektteilnehmer mit dem entstehenden Museum zu initiieren. Dazu wurden seitens ARGE Steiner einige Vorschläge** erarbeitet. Letztlich handelt es sich dabei jedoch nur um Vorschläge. Das finale Logo sollte von einem professionellen Grafiker erarbeitet werden. Ein sogenannter Style-Guide ist für die gesamte Marketing- und Pressearbeit unerlässlich, da er den Rahmen für den gesamten Auftritt des Museums verbindlich festlegt.

Nebenstehend einige Logo-Vorschläge als erste Idee.

Wie aus den Grafiken zu ersehen ist, beziehen sich die Entwürfe auf die Landmarken des Geländes, die drei Schornsteine in der Nähe des ehemaligen Kasinos. Darüber hinaus sollen zukünftig für spezielle Teileinheiten des Marketings Symbole und Worte entwickelt werden, die optisch den Inhalt des touristischen Produktes schnell offensichtlich werden lassen. Damit haben potenzielle Gäste eine leichte Orientierung.

Das Logo muss in unterschiedlichen Dateiformen vorliegen, die für unterschiedlichste Einsatzmöglichkeiten (z.B. auch als Vektorgrafik eps) geeignet sind. Auch die Schriftarten, die im Kommunikationsprozess verwendet werden, sollten aufeinander abgestimmt werden und in der grafischen Wahrnehmung des Adressaten harmonisch wirken. Die Strategie sollte einer erfahrenen PR-Agentur übertragen werden, die im Vorfeld der Eröffnung ein strategisches CD/CI-Konzept in Abstimmung mit dem Träger des Museums erarbeitet.

Fotos und Filme

Ohne jeden Zweifel haben Fotos und Filme eine sehr wichtige Funktion in Bezug auf Tourismusmarketing. Da Tourismus ein emotionales Produkt aus zahlreichen Leistungsbündel darstellt, muss für die weitere Tourismusarbeit dieser Teil der Kommunikationspolitik besonders professionell aufgearbeitet werden. Da es sich bei den Bild- und Filmmotiven um zentrale Marketinginstrumente handelt, ist es hier besonders wichtig die richtige Zielgruppe anzusprechen zu finden. Für beide Teilbereiche gilt folgende Vorgabe: Die Qualität der Bilder und Filme muss passen, technisch wie inhaltlich. Generell sollen möglichst viele unterschiedliche professionelle Bilder zur Verwendung kommen. Ein gut inszeniertes Bild, das authentisch wirkt, hat eine hohe Attraktionswirkung.

Für das „Electropolis Berlin“ müssen Filme verschiedener Länge und Formate produziert werden, die geeignet sind für die Verteilung über diverse Social-Media-Kanäle (insbesondere Facebook und Instagram) und die eigene Website. Die Filme müssen einen qualitativ hochwertigen Charakter besitzen und positive Emotionen hervorrufen. Sie sollten im Regelfall nicht länger als 90 Sekunden dauern. Neben einem längeren Film sollten auch mehrere kurze Sequenzen erarbeitet werden.



** Es wird darauf verwiesen, dass das Erstellen eines Logos keinen Bestand des Vertrags mit der ARGE Steiner darstellt.

Menüstruktur der Website Hauptmenü: - Museum (Home) - Ausstellungen - Erlebnisse - Aktuelles - Veranstaltungen - Angebote - Service /Öffnungszeiten, Anreise (sollte ziemlich weit vorn zu finden sein) - Besuch Untermenü Museum (Ebene 1): - Warum Electropolis Berlin? - Industriegeschichte in Berlin - Geschichte des Standorts - Geschichte des Museums - Die Rathenaus - Wir über uns - Träger Untermenü Ausstellungen (Ebene 1) - Dauerausstellung - Sonderausstellungen Untermenü Erlebnisse (Ebene 1) - Technik - Sozialgeschichte - Architektur - Videos - Podcasts - Schauspielführungen Untermenü Aktuelles (Ebene 1) - Meldungen - Zukünftige Programme - Newsletter Untermenü Veranstaltungen (Ebene 1) - Regelmäßige Führungen - Kommende Veranstaltungen - Abgelaufene Veranstaltungen - Feiern und Tagen Untermenü Angebote (Ebene 1) - Schauspielführungen - Reguläre Führungen - Ferienprogramme - Geschäftskunden - Schulen - Gruppen und Vereine - Ü60-Angebote Untermenü Besuch (Ebene 1) - Öffnungszeiten - Preise - Tickets - Anfahrt und Kontakt - Essen und Trinken - Mobilität - FAQ
--

7.3.3 Online-Strategie: Eigene Website, Travelblogs und soziale Medien

7.3.3.1 Eigene Website

Die eigene touristische Website ist (immer noch) unerlässlich! Die ständige Weiterentwicklung der Inhalte und der Formate an den jeweiligen gängigen technischen Standard gilt hierbei als Prämisse. Die Website wird zukünftig eine zentrale Rolle in der Kommunikation hin zum Endkunden spielen. Auf eine sinnvolle Verlinkung hin zu den relevanten touristischen Unternehmen und Organisationen ist zu achten.

Die Top-Level-Domain www.electropolis.berlin ist bereits vergeben und kann daher nicht mehr belegt werden. Gleiches gilt für:

- electropolis.net
- electropolis.org
- electropolis.info
- electropolis-berlin.de

Als potenzielle Web-Adressen bieten sich an:

- www.electropolis.de
- www.electropolisberlin.de

Die zukünftige Website-Domain sollte möglichst schnell gesichert werden, bevor das Museum namentlich in der Presse genannt wird.

Websites sind nur dann nützlich, wenn sie auch gefunden werden. Dazu ist strategisches Suchmaschinenmarketing mit regelmäßiger Suchmaschinenoptimierung (SEO) notwendig. Da in Europa Google mit großem Abstand die erfolgreichste und am meisten benutzte Suchmaschine darstellt, muss die Website so programmiert sein, dass sie für Google gut auffindbar und darstellbar ist. Daher sollte darauf geachtet werden, dass die Website professionell programmiert wird und über ein leicht bedienbares Content Management System verfügt. Zudem sollte darauf geachtet werden, dass sie sehr gut mit Bildern und Filmen ausgestattet ist, da diese eine wesentlich bessere Wirkung erzielen als ausführliche Texte.

Die Inhalte der Website müssen generell vom Betreiber des Museums festgelegt werden. Es wird darauf hingewiesen, dass für den Konzeptaufbau, die Programmierung, die Pflege und Bewerbung der Website hohe Kosten entstehen können. Generell sollte auf eine erfahrene Webagentur zurückgegriffen werden. Es dringend davon abzuraten, nur eine Unterwebsite einer anderen bestehenden Website für das Museum zu erstellen. Zudem muss darauf geachtet werden, dass der Betreiber des Museums durch ein geeignetes Content Management System selbst auf die Inhalte des Systems zurückgreifen kann und Aktualisierungen damit selbst durch den Träger eingepflegt werden. Andernfalls fallen bei jeder Aktualisierung der Website Kosten an oder sind durch einen aufwendigen Betreuungsvertrag zu tragen.

Zentrales Ziel der Website soll es sein, die Website-Besucher zu einem Besuch im Museum zu motivieren. In diesem Sinne muss die Website sehr modern im „Look and Feel“ und interaktiv konstruiert werden. Vor allem muss das optische Design auf den ersten Blick den Besucher dazu animieren, die weiteren Seiten der Website zu erkunden. Die Website muss daher aus optischen wie inhaltlichen Aspekten sofort überzeugen. Hier gibt es keine zweite Chance.

Alle weiteren Ebenen, maximal zwei weitere Ebenen (Ebene 2 und 3) sind erst definierbar, wenn die endgültige Ausrichtung des Museums durch den Träger bestätigt ist. Sobald die notwendigen Entscheidungen getroffen sind empfiehlt es sich an der Struktur weiterzuarbeiten, damit das Museum schon vor der Eröffnung mindestens drei Monate vorher online gehen kann und den „Count Down“ bis zur Eröffnung anzeigt.

7.3.3.2 Travelblogs

Der Begriff Blog stammt ursprünglich von den englischen Begriffen „World Wide Web“ und „Log“ für Logbuch. Travelblogs sind in gewisser Weise digitale Tagebücher von (professionell) Reisenden. Die Schreibenden werden Blogger genannt. Ihre Relevanz in der Tourismusszene wird immer größer. Blogger schreiben generell anders als Journalisten. Blogging ist immer eher subjektiv ausgerichtet. Die Blogger schreiben über ihre Erfahrungen in touristischen Themen. Sie bereisen Destinationen und schreiben anschließend über die dort gefundenen Erlebnisse. Bekannte Blogger haben sich oftmals größere Reichweiten aufgebaut und sich einen gewissen Status in der Tourismusszene erarbeitet. Dadurch werden sie mittlerweile sogar von den Destinationen eingeladen und deren Kosten untergebracht und verpflegt, ganz im Stile von Reisejournalisten. Reiseblogger kommen aber nicht wegen eines Museums oder einer touristischen Attraktion in die Destination. Somit ist in diesem Zusammenhang mit visitBerlin zusammenzuarbeiten, die regelmäßig Blogger zu unterschiedlichsten Themen einladen.

Neben Travelblogs können auch Museumsblogs helfen das „Electropolis Berlin“ bekannt zu machen. Inwieweit die unterschiedlichen Museumsblogs auch dazu genutzt werden, einen Reiseanlass zu bedienen kann jedoch nicht wissenschaftlich gestützt bewertet werden. Einige Museumsblogs werden untenstehend in der Fußzeile genannt.* Fakt ist jedoch, dass das Bloggen immer mehr sowohl von Anbieter- als auch von Nachfrageseite genutzt wird. Nähere Informationen hierzu können auf der Website www.tanjapraske.de eingesehen werden. Tanja Praske beschreibt in ihrem Artikel „22 Gründe warum ein Museum sofort bloggen sollte | #digkv“ alle relevanten Fakten zu diesem Thema.**

7.3.3.3 Social Media

Zu den aktuell relevanten Social Media-Plattformen gehören Facebook, Instagram, Youtube, Vimeo und Pinterest. Die bedeutendsten Social Media-Plattformen für Reisefotos sind aktuell Instagram und Tripadvisor. Instagram spielt gerade im Tourismus eine wichtige Rolle, da die Fotos und Videos im Feed sowie in den Instagram Stories zu neuen Reisezielen inspirieren. Reisende erhalten darüber auch konkrete Tipps zu Sehenswürdigkeiten, Aktivitäten, Hotels und Restaurants.

Social Media Marketing funktioniert nur dann, wenn sich regelmäßig um die Inhalte gekümmert wird. Besonders notwendig ist dabei, neben dem richtigen Informationsmaterial auch aussagekräftige, aktuelle Bilder und Videos einzusetzen. Hier ist es vor allem auch wichtig den immer populäreren Kanal Instagram zu nutzen. Im Zusammenhang mit Reisen hat Instagram Facebook bereits überflügelt. Das bedeutet auch: immer wieder neue Bilder und vor allem Videos müssen regelmäßig produziert werden und dann geschickt und gezielt in alle relevanten Kanäle eingesetzt werden. Auch hier sollte beachtet werden, dass diese Maßnahmen regelmäßig auch mit hohen Kosten (u.a. auch im Personalbereich) einhergehen und damit einer strategischen Planung bedürfen. Die Planungen zu diesem Aufgabenfeld sollten im besten Falle spätestens drei Monate vor der Eröffnung des Museums abgeschlossen sein und mindestens einen Monat vor der Eröffnung dem Publikum bereitstehen. Auf allen Social Medikanälen müssen eigene Seiten geschaffen werden, die sich regelmäßig erweitern und verändern. In Bezug auf Youtube und Vimeo sollten eigene Kanäle angelegt werden, in denen regelmäßig neue Videos eingestellt werden.

Es muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass der digitale Markt sich extrem schnell weiterentwickelt. Da mit der Eröffnung des „Electropolis Berlin“ erst ab 2021 zu rechnen ist, muss die dann vorherrschende digitale Marketinglage ohnehin neu erörtert und bewertet werden!

**Website-Beispiel:
Deutsches Fußballmuseum**

Das Deutsche Fußballmuseum in Dortmund bringt das Thema Erwartungshaltung gut auf den Punkt. Schon auf der Website wird dargestellt worum es eigentlich geht, nämlich um Emotionen schon beim Besuch der Website:

„Mehr als eine Ausstellung. Was dich im Deutschen Fußballmuseum erwartet? Gegenfrage: Erinnerst du dich noch, als du deine ersten Fußballschuhe bekommen hast? An dein erstes Tor? An deine Kumpels, wie sie mit dem Ball unterm Arm vor deiner Haustür standen? (...) Wie du dir abends in der Badewanne den Dreck aus deinem Oberschenkel gewaschen hast? Und du für ein WM-Spiel ausnahmsweise länger aufbleiben durftest? (...)

Du erinnerst dich. Du hast die Bilder vor Augen: Wie Gerd Müller unnachahmlich aus der Drehung schießt, Olli Bierhoff das Golden Goal erzielt, Deutschland zur Halbzeit 5:0 gegen Brasilien führt, wie ein Sommer in Deutschland zum Märchen wird. Plötzlich hörst du, dass Rahn aus dem Hintergrund schießen müsste.

Du tauchst ein in 140 Jahre deutsche Fußballgeschichte. Gefühle kommen hoch. Durch ein Stück Stoff, gezeichnet von Spuren dreckiger Zweikämpfe. Durch Geräusche, Stimmen, Jubel. Durch unvergessene Spielszenen. Durch Schuhe, denen noch Gras anhaftet. Durch Pokale, in denen sich der Glanz großer Momente spiegelt. (...)

Jeder für sich wird in seiner ganzen Emotionalität erlebbar. Überdies stößt du auf Kapitel der Fußballgeschichte, die nachdenklich machen und Erinnerungen nicht nur wecken, sondern wachhalten. Fußball in Zeiten des Krieges, der Verfolgung, des Verrats, der Bestechung – auch das gehört zur allumfassenden Betrachtung unseres Sports. Der Fußball aus verschiedenen Blickwinkeln. Mit einer Perspektive über den Tellerrand hinaus. Hier ist Fußball.“

Auszug aus der Website <https://www.fussballmuseum.de/museum/ausstellung.htm>

.....
* . <https://www.tanjapraske.de/museumsblogroll/>
<https://www.onlineuniversities.com/blog/2009/07/100-best-curator-and-museum-blogs/>
<https://museumtwo.blogspot.com/>

** <https://www.tanjapraske.de/digitale-kommunikation/bloggen/22-gruende-warum-ein-museum-sofort-bloggen-sollte-digkv/#more-2964>

7.3.3.4 Externe Websites

Das Internet lebt durch seine Verlinkungen. Neben der eigenen Website ist es sinnvoll, sich über zahlreiche andere Websites zu präsentieren, die im Anschluss eine Verlinkung garantieren. Hierzu muss im Rahmen der Online-Strategie eine umfangreiche Recherche angegangen werden. Als wichtige Plattformen sollte das „Electropolis Berlin“ zukünftig in jedem Fall auf folgenden Websites dargestellt werden.

- berlin.de
- visitBerlin.de
- museum.de
- proxipedia.io
- museum-digital.de
- industriesalon.de
- tkt-berlin.de
- industrikultur.berlin

Die hier dargestellte Auswahl muss kontinuierlich erweitert werden.

7.3.4 Kommunikationsmaßnahmen für englischsprachige Gäste

Sämtliche oben genannte Kommunikationsinstrumente, die im Rahmen einer Customer Journey von der Inspiration über die Buchung, dem Reiseerlebnis vor Ort und der Nachbereitung beschritten werden, können an die jeweiligen Landesmedien angepasst werden. Englisch wird als zwingend notwendige Sprache angesehen. Die Imagebroschüre und die Website sollten folglich ebenso auf Englisch konzipiert werden, wie etwaige Presseartikel oder sonstiges Teaser-Material, um ausländische Gäste auf die besonderen Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten des „Electropolis Berlin“ hinzuweisen.

7.4 Binnenmarketing als Instrument

7.4.1 Potenzielle Kooperationen

Binnenmarketing bedeutet Kommunikation und Kooperation mit allen touristischen Leistungsträgern sowie relevanten Anspruchsgruppen innerhalb der Destination . Analog dieser Aufgabe sind für das neu entstehende Museum vor allem auch Arbeitskreise und Arbeitsgruppen in diese Management- und Marketingbestandteile einzuplanen. Kernthema in diesem Feld ist daher die zukünftige Zusammenarbeit des Museumsmanagements mit touristischen Leistungsträgern aus dem Bezirk, benachbarten Bezirken und brandenburgischen Gebietskörperschaften, sowie relevanten innerstädtischen Organisationen und Unternehmen, die einen Bezug zum Museum aufweisen. Die sehr zeitintensive Betreuung muss durch eine strategische Planung in die zukünftige touristische Arbeit implementiert werden. Eine wichtige Rolle in diesem Prozess kommen dabei visitBerlin (und in diesem Falle auch den „Bezirkspaten“) und dem Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick e.V. zu. Auch auf die Zusammenarbeit mit den Berliner Museen sollte ein zentraler Fokus liegen. In diesem Bezug sollte unbedingt eine Mitgliedschaft im Landesverband der Museen zu Berlin e.V. anvisiert werden. Darüber hinaus empfiehlt sich eine Kontaktaufnahme zum Deutschen Museumsverband e.V.

Auch auf der touristischen Seite ist es wichtig, das Museum im Bereich des Binnenmarketings zu positionieren. In diesem Zusammenhang wäre eine Mitgliedschaft im INTOURA Berlin sinnvoll. Der INTOURA e.V. ist seit 2011 der Branchenverband der touristischen Leistungsträger Berlins. Der Verband ist das Bindeglied zu den Vertretern der Stadt, erreicht die Entscheidungsträger des Tourismus und nimmt kritisch Stellung zu aktuellen, branchenrelevanten Themen. Hier besteht also auch die Möglichkeit, wertvolle Netzwerkpartner kennenzulernen.

7.4.2 Strategische Allianz der Kulturbetriebe von Oberschöneweide

Für die zukünftige Wahrnehmung des „Electropolis Berlin“ ist es generell wichtig, die Image-Position des räumlichen Umfelds des Standorts zu stärken. Ein wirksames Instrument besteht dabei im Bilden strategischer Allianzen. Hier ist vor allem die Bildung eines Interessen-Clusters der wichtigsten Kulturanbieter des näheren Umfelds von Interesse. Die Bildung dieses Clusters sollte über die Integration aller Kulturanbieter, der Wirtschaftsförderung Treptow-Köpenick und dem Tourismusverein Treptow-Köpenick erfolgen. Regelmäßige Treffen (mindestens einmal im Quartal) und daraus resultierende gemeinsame Aktionen sind ein probates Mittel, um das Image und damit die Wahrnehmung des Standorts zu verbessern. Von dieser Kooperation können alle Beteiligten profitieren.

7.4.3 Kooperationen mit Tourismus-Organisationen:
visitBerlin, Tourist-Information Köpenick, Industriesalon

visitBerlin als offizielle touristische Vermarktungsorganisation des Landes Berlin ist im Bereich des Außenmarketings für die Vermarktung der touristischen Produkte und damit auch für den Bezirk Treptow-Köpenick zuständig. Dies geschieht u.a. in Kooperation mit der regionalen Organisation Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick e.V. und der Wirtschaftsförderung des Bezirks. Eine koordinierte Entwicklung des Standorts Oberschöneweide mit den Zielen von visitBerlin und damit auch des aktuellen Tourismuskonzepts Berlin 2018+ nur dann gewährleistet werden, wenn zukünftig eine noch engere Zusammenarbeit des Bezirks und visitBerlin stattfindet. So gilt auch im Rahmen der Kommunikation, dass ein regelmäßiger zielfokussierter persönlicher Austausch mit den relevanten Abteilungen von visitBerlin erfolgen sollte. Sie nehmen eine zentrale Rolle in der außerbetrieblichen Vermarktung der Programme ein. Auch bei visitBerlin sollten „Storytelling im Electropolis Berlin“ (vgl. Kapitel „Storytelling „und die Ausstellungen zu den oben genannten Themen deshalb einen hohen Stellenwert haben. Nicht nur die Darstellung auf deren Webseiten sollte angestrebt werden, sondern visitBerlin sollte auch als aktives Vertriebsinstrument genutzt werden. Das bedeutet, dass das Produkt „Storytelling“ sowohl in Reiseangebote eingeflochten werden sollte und auch ein aktiver Verkauf der jeweiligen Programme über die Sales-Abteilung von visitBerlin stattfinden kann. Der Verkauf kann über eine Provisionsgebühr pro gebuchte Gruppe erfolgen. Auskünfte (Inspiration) und Buchungsanfragen sollen primär zukünftig über Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick e.V. und das Besucherzentrum Industriesalon Schöneweide abgewickelt werden.

Eine wichtige Rolle für das „Electropolis Berlin“ wird zukünftig dem Industriesalon zukommen. Durch die räumliche Nähe können starke Synergieeffekte genutzt werden. Ein generelles Ziel sollte es ein, dass Besucher der beiden Einrichtungen diese nacheinander besuchen. Aktives Besuchermanagement muss dabei sowohl digital als auch analog stattfinden. Dies bedeutet, beide Einrichtungen müssen als „Soulmates“ gesehen werden, die sich gegenseitig unterstützen. Näheres sollte im Vorfeld der Eröffnung geklärt sein.

7.5 Vertrieb

7.5.1 Allgemeines zum Vertrieb

Ein hochwirksames Instrument für die Steigerung der Wahrnehmung und den Besuch des „Electropolis Berlin“ ist ein wirksamer Vertrieb. Vertrieb bedeutet jedoch auch, dass geeignete Personen diesen so wichtigen Bereich des Marketings übernehmen. Damit ist zwangsläufig auch eine gewisse Kostenbelastung integriert. Gute Vertriebler bringen jedoch deutlich mehr Geld, als sie kosten. Der Vertrieb ist die sensible Achse eines jeden Unternehmens und steht häufig im Konflikt zu den Themen Marketing und Kommunikation. Deshalb bedarf dieser Bereich einer besonders intensiven Widmung.

Kontaktdaten
Landesverband der Museen zu Berlin e.V.
Klosterstraße 68
10179 Berlin
Tel: 030 - 24749 711
info@lmb.museum
Website: https://www.lmb.museum/de
Deutscher Museumsbund e. V.
In der Halde 1
14195 Berlin
Tel.: 030 - 84 10 95 17
Fax: 030 - 84 10 95 19
office@museumsbund.de
Website: https://www.museumsbund.de

Stichwort: Binnenmarketing

Unter Binnenmarketing im Tourismus werden alle destinationsintern „nach innen“ gerichteten Aktivitäten von Tourismusorganisationen und Unternehmen verstanden. Im Rahmen einer mit externen - nicht der Organisation zugehörigen - Entscheidungs- und Leistungsträgern sowie anderer relevanter Anspruchsgruppen besetzten Leistungskette dienen sie einer destinationsweiten Leistungs-optimierung. Das Ziel besteht darin, mittels der Methoden des modernen Marketing-Managements Tourismusbewusstsein, tourismusspezifisches ‚Marketing-Denken‘, Know-how und Kooperationsbereitschaft zu initiieren, zu implementieren und langfristig zu sichern.

Quelle: (SCHAAL, F., 2004). Vgl. <http://ub-dok.uni-trier.de/diss/diss45/20040524/20040524.pdf>

Stichwort Vertrieb

Der Vertrieb ist eine betriebliche Funktion in Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen für Kunden oder Endverbraucher verfügbar machen soll. Es handelt sich um das Element des Marketing-Mix, das in älteren Lehrbüchern als Distributionspolitik bezeichnet wurde. Nach aktuellem Marketingverständnis handelt es sich um Vertriebspolitik, bei der die Umsetzung der Vertriebsstrategie und die effiziente Gestaltung des Vertriebsprozesses im Vordergrund stehen. Die verantwortlichen Personen im Vertrieb benötigen entsprechende Vertriebskompetenzen, die vor allem beim Investitionsgütermarketing bzw. bei der Vermarktung wissens- und technologieintensiver Produkte und Dienstleistungen von besonderer Bedeutung sind.

Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Vertrieb>

7.5.2 Incoming-Agenturen/ Agenturen für Stadtführungen

Vertriebskonzeption für den Bereich „Bildungs- und Gruppentourismus“: Eine Incoming-Agentur fördert die Vermarktung ihrer Destination und koordiniert Reise- und Touristikdienstleistungen gemeinsam mit den beteiligten Anbietern, Reiseveranstaltern und Reisebüros. Darüber hinaus bieten zahlreiche Agenturen in den unterschiedlichsten Formen Stadtführungen und Besuche bei touristischen Attraktionen an, die im Rahmen von maßgeschneiderten Pauschalangeboten integriert werden. Dabei können auch ganz verschiedene Zielgruppen im Fokus stehen. Interessant sind beispielsweise:

- Schulklassen, die auf ihren Klassenfahrten mit Themen der Industrialisierung oder historischem Erbe konfrontiert werden
- Vereine, wie Geschichtsvereine oder Vereine mit kulturellem Interesse
- Verbände, die in irgendeiner Form mit geschichtlichem, technischen oder architektonischen Interesse verbunden sind
- Reisegruppen, die wegen politischem Interesse nach Berlin kommen (zum Beispiel Reisen, die durch Bundestagsabgeordnete veranstaltet werden) und damit auch wirtschaftspolitisches Interesse haben

Hier bietet es sich an, bei den Berliner Incoming-Agenturen die entwickelten Produkte platzieren bzw. gemeinsam Produkte zu entwickeln. Dazu ist es unumgänglich, dass die Repräsentanten der relevanten Incoming-Agenturen das Produkt „Electropolis Berlin“ persönlich kennen. Sie sollten also bereits im Entstehungsprozess informiert werden, zur Eröffnungsfeier eingeladen werden und anschließend für die Kooperation gewonnen werden. Ein kontinuierliches Networking und eine gute Informationspolitik sind hier Erfolgsgaranten.

Folgende Incoming-Agenturen sind in Berlin von Relevanz (Auswahl, Stand Dezember 2019):

BERmark Reisemarketing GmbH:
<https://www.bermark.de/>
Christburger Str. 47
10405 Berlin
Tel.: 030 36 42 88 350
Fax: 030 36 42 88 359
E-Mail: mail@Bemark.de

City Guide Berlin - Tour- Hotel- Flug-Schiff- Event- MICE:
<http://www.cityguideberlin.com/>
Ansprechpartner: René Langer
14469 Potsdam
Paul- Engelhard- Str. 60
Tel.: 0331 64720501
Fax.: 0331 64720502
E-Mail: info@cityguideberlin.com

all about Berlin - Wholesaler & Incoming:
<http://all-aboutberlin.de/>
Arnulfstr. 74
12105 Berlin
Tel.: 030 - 22350718
Fax: 030 - 22350719
E-Mail: info@all-aboutberlin.de

City-Express Bus- und Incomingservice:
<http://www.city-express.de/>
Lilienthalstr. 4
10965 Berlin
Tel.: 030-6935058
Fax: 030-6937846
E-Mail: mietbus@gmx.de

welcome berlin tours GmbH:
<http://www.berlin-never-sleeps.de/>
Neue Bahnhofstr. 9-10
10245 Berlin
Freecall: 0800 - 4433930
Tel.: 030 – 44339330
E-Mail: info@welcomeberlintours.de

Berlin Stadtführungen Sightseeing Tours
- Berlin INDIVIDUELL entdecken:
<https://www.berlin-stadtfuehrung.de/>
Ansprechpartner /Kontaktdaten:
Adolfstr. 12
12167 Berlin
Tel.: 030 797 456-00
Fax: 030 797 456-01
E-Mail: info@berlin-stadtfuehrung.de

Acanthus Tours GmbH & Co. KG:
<http://www.acanthus-tours.de/>
Steglitzer Damm 96
12169 Berlin
Tel.: 030 78 71 87 55
Fax: 030 78 71 87 56
E-Mail: info@acanthus-tours.de

PS Incoming Berlin GmbH - Pastor & Schwenkler:
<http://www.psincomingberlin.de/>
Blissestraße 38
10713 Berlin-Wilmersdorf
Tel.: 030 88 66 76 – 0
Fax: 030 88 66 76 – 20
E-Mail: info@psincomingberlin.de

My Alpha Travel GmbH:
<http://www.alpha-travel.de/>
Engeldamm 64 b
10179 Berlin
Tel.: 030-5557323-0
Fax: 030-5557323-90
E-Mail: contact@my-alpha-travel.de

BBS Berlin GmbH:
<http://bbsberlin.de/>
Seeburger Str. 19 B
13581 Berlin
Tel.: 030 351 952 70
Fax: 030 351 952 90
E-Mail: service@sightseeing.de oder service@bbsberlin.de

Stadt und Land Reisen GmbH
www.bahnhit.de
Ansprechpartner: Jan Schmitz
Berlin Tourismus & Kongress GmbH
Am Karlsbad 11
10785 Berlin
Tel.: 030 25 00 24 44
Fax: 030 25 00 24 23
E-Mail: info@bahnhit.de

hauptstadtreisen.com
<https://hauptstadtreisen.com/>
Ansprechpartner:
Daniel Wiegand, Dominik Wiegand
Guerickestraße 27
10587 Berlin
Tel.: 030 69 200 61 70
Fax: 030 69 200 61 69E-Mail: info@hauptstadtreisen.com

7.5.3 Zusammenarbeit mit Gästeführern, Reiseleitern und Busfahrern

Gästeführer und Reiseleiter haben in Bezug auf Gruppentourismus eine elementare Stellung im Kommunikations- und Vertriebskonzept. Gute Gästeführer und Reiseleiter können stets Gruppen bzw. Gruppenreiseveranstalter auf besondere Angebote hinweisen und so gezielt gruppentouristische Angebote promoten. Sie haben sogar die Möglichkeit, die Gäste durch eigene Programme ins „Electropolis Berlin“ zu bringen. Sie werden dies immer dann tun, wenn Sie selbst von diesem Angebot finanziell profitieren können. Das bedeutet, dass jede Gruppe, die nachweislich über einen Reiseleiter oder Gästeführer vermittelt wird, eine Provision pro Gruppe (oder Person). Um dies erreichen zu können, müssen die Gästeführer und Reiseleiter das Produkt selbst kennen und schätzen. Dafür ist es unerlässlich, dass diesen Personen im Vorfeld der Vermarktung unentgeltlich die jeweiligen Produkte vorgestellt werden, z.B. in einer Veranstaltung (Verkaufsschulung) speziell für Reiseleiter und Gästeführer. Hier sollte der Verband der Berliner Stadtführer eingeschaltet werden. Auch Busfahrer spielen eine entscheidende Rolle bei gruppentouristischen Produkten. Ist der Busfahrer von einem Produkt überzeugt (zum Beispiel, weil er durch den Programmbau-stein einen finanziellen Vorteil durch eine Provision erreichen kann), so kann er massiv auf das Programmangebot des Busreiseveranstalters einwirken. Damit könnte eine Komponente geschaffen werden, die für die Gäste und den Beförderer jeweils von beiderseitigem Interesse sind.

Kontaktdaten

Berufsverband der Gästeführer in Berlin: Verband der Berliner Stadtführer Berlin Guide e.V.

Güntzelstr. 63

10717 Berlin

Sekretariatsleitung Marlies Hegemann

Tel: 030 - 864 22

verband@berlin-guide.org

<http://www.berlin-guide.org>

Dr. Anke Fromme – Berlinführungen:
<http://www.your-berlin-city-guide.de/>
Droysenstr. 3, 10629 Berlin
Tel: 030 917 05 345
Fax:030 792 61 60
E-Mail: info@your-berlin-city-guide.de

TourguideMe UG:
<https://www.tourguideme-berlin.com/>
Ansprechpartnerin :Daria Lorenz
Kurfürstendamm 194, 10707 Berlin
Telefon:030 9215 4406
E-Mail: info@tourguideme-berlin.com

Berlin Stadtführungen Sightseeing Tours:
<http://www.berlin-stadtrundfahrt.com/>
Adolfstr. 12, D-12167 Berlin
Tel.: 030 797 456-00
Fax: 030 797 456-01
E-Mail: info@berlin-stadtfuehrung.de

Sightseeing Point GmbH – Stadtführungen:
<https://www.sightseeing-point-berlin.de/>
Tel.: 030 220 11 88 80
Fax: 030 220 11 88 84
E-Mail: info@berlin.sightseeing-point.de

BERLIN BIKE TOUR - Stadtführungen und Fahrradverleih:
<http://www.berlinbiketour.eu/de/>
Ansprechpartnerin: Annett Marx
Bornholmer Straße 75, 10439 Berlin
Tel.: 030 60 94 94 98
E-Mail: info@berlinfahrradtour.de

Berlin Tour and Guide - private Stadtrundfahrten, Stadtführungen:
<http://www.berlin-tour-and-guide.de/>
Ansprechpartner: Peter Kahler
Innsbrucker Str.5, 10825 Berlin
Tel.: 030-61 30 58 61
Fax: +49(0)30-61 30 58 85
E-Mail: info@berlin-tour-and-guide.de

k3 Stadtführungen Berlin:
<http://www.berlin-stadtfuehrung.com/>
Ansprechpartner: Lars Köllner
Alter Steinweg 31
48143 Münster
Tel.: +49 (0)30 – 57 70 79 57
Fax.: +49 (0)30 – 57 70 67 80

ANSICHTSSACHEN: Stadtführungen in Berlin:
<http://www.ansichtssachen-berlin.de/>
Ansprechpartner: Olaf Riebe
10247 Berlin
Tel.: 030 99 54 80 53
Fax: 030 37 30 09 03
E-Mail: ansichtssachen@web.de

Berlin mit Stil - individuelle Stadtführungen:
<http://www.berlin-mit-stil.de/>
Ansprechpartner: Jürgen Krauss
E-Mail: jk@kmsb.de

Werner H. Hilmar alias BerlinerTourGuide
Stadtführer:
<http://www.berlinertourguide.com/>
private-guided-tours-in-berlin-and-potsdam-sanssouci.htm
Ansprechpartner: Hilmar H. Werner
Tel.: 030 815 77 81
E-Mail: mail@berlinertourguide.com

Clio Berlin Stadtführungen:
<https://clioberlin.de/>
Ansprechpartner: Florian Müller-Klug
Mühsamstraße 63
10249 Berlin
Tel.: 030 89996797
E-Mail: mail@clioberlin.de

Berlin-Erkundungen:
<http://www.berlin-erkundungen.de/>
Ansprechpartner: Michael Rost
Potsdamer Chaussee 21 A
14163 Berlin
Tel.: 030 32703783
Fax: 030 32703762
E-Mail: info@berlin-erkundungen.de
eat-the-world Stadtführung – Walking Tour in Berlin:
<http://www.eat-the-world.com>
Am Sudhaus 2, 12053 Berlin
Tel.: 030-206 22 999 0
Fax: 030-206 22 999 88
E-Mail: info@eat-the-world.com

stadt im ohr - Hörspiele zum Mitlaufen. Die Stadtführung per Audioguide:
<http://www.stadt-im-ohr.de/>
Ansprechpartner: Ruben Kurschat
Rudolfstraße 11. 10245 Berlin
Tel.: 030/20078841
E-Mail: kontakt@stadt-im-ohr.de

Berlin Stadtführer Andreas Schwiede:
<http://www.berlin-stadtfuehrer.de/>
Ansprechpartner: Andreas Schwiede
Lichterfelder Ring 111, 12279 Berlin
Tel: 030-75797579
Fax: 030-75797525

Stadtrundfahrt.com – Berlin:
<https://www.stadtrundfahrt.com/berlin/>
Goppelner Str. 44,01219 Dresden
Tel.: 0351 - 899 56 50
Fax: 0351 - 899 56 60
E-Mail: info@stadtrundfahrt.com

Secret Tours Berlin:
<http://www.secret-tours.berlin/>
Ansprechpartner: Stephanie Terwellen
Rauchstr. 11, 10787 Berlin
Tel.:030 / 820 967 51
E-Mail: info@secret-tours.berlin

7.5.4 Zusammenarbeit mit der Hotellerie

Auch die Hotellerie kann eine aktive Rolle bei der Vermittlung der Reiseangebote spielen. Hier gilt das gleiche Instrumentarium wie bei den oben genannten Kooperationspartnern. Wenn die Hotels selbst an der Vermittlung von Gruppen verdienen können so werden sie voraussichtlich dieses Angebot auch annehmen. Um die Zusammenarbeit zu erleichtern, besteht die Möglichkeit Kontakt zu den kooperierenden Hotels von visitBerlin Partnerhotels e.V. aufzunehmen. Hier sind über 320 Hotelbetriebe Berlins angeschlossen. Natürlich sind auch Hotel-Concierges zu berücksichtigen.

Kontakt:
visitBerlin Partnerhotels e.V.
Am Karlsbad 11
10785 Berlin
www.visitBerlin-partnerhotels.de

Nahezu alle Hotels besitzen gut ausgestattete Prospektständer, die auf touristische Attraktionen in Berlin hinweisen. Diese werden von externen Firmen betreut, die hierfür Gebühren erheben. In der Regel wird für diese Zwecke das Prospektformat DIN lang (eine Drittel DIN A4-Seite, zweimal gefaltet) verwendet.

7.5.5 Zusammenarbeit mit (Bus-)Reiseveranstaltern

Jeder Reiseveranstalter ist daran interessiert, dass die beförderten Gäste zufriedene bzw. begeisterte Gäste werden. Und wenn die Reiseveranstalter dann an den Programmen selbst auch noch mitverdienen können, werden sie gerne diese Reisebestandteile in ihre Reiseprogramme einbauen. Hier muss also im Vorfeld eine aktive Verbindung zwischen Vertrieb und Veranstalter eingegangen werden. Dazu sollten insbesondere auch Fachmessen, wie der RDA Workshop in Köln (die größte Busreisemesse Europas) von den Vertriebsleuten besucht werden. Für die Zusammenarbeit mit Busreiseveranstaltern ist neben Serviceangeboten jedoch die Parkmöglichkeit des Busses in der räumlichen Nähe des Museumsstandorts von hoher Relevanz.

IHK und visitBerlin geben dazu den „Busstopp Berlin“, einen Stadtplan als kombiniertes Fachinfoblatt für Busfahrer heraus. Hier findet der Busfahrer die für ihn wichtigen Informationen für den Berlin-Aufenthalt.

7.6.6 Zusammenarbeit mit den Schifffahrtsgesellschaften

Durch die naheliegende Schiffsanlegestelle der Reederei Riedel besteht eine hervorragende Möglichkeit die Personenschifffahrtsgesellschaften Berlins in die Programme und Events mit einzubauen. Auch hier sollten wiederum Provisionsmodelle greifen. Insbesondere auch Themenfahrten zur Industriekultur können hier von Interesse sein. In diesem Zusammenhang ist auch die oben dargestellte strategische Allianz der Kulturtreibenden von Oberschöneweide ein guter Ausgangspunkt, um potenzielle Gäste nach Oberschöneweide zu bringen, da hier eine erheblich höhere Angebotsvielfalt mit unterschiedlichen Kulturangeboten gewährleistet werden kann, die den Erlebnisgehalt des Aufenthalts der Gäste fördert. Dazu muss die rechtliche Anlegemöglichkeit für die jeweiligen Schiffe gegeben sein.

7.6.7 Listung bei „Get your Guide“

Durch eine starke Marktmacht konnte die Plattform „Get your Guide“ (www.getyourguide.de)mittlerweile eine herausragende Stellung bei der Buchung von touristischen Attraktionen und bei der Vermittlung bei Stadtführungen erreichen. In diesem Zusammenhang sollte eine Listung bei der Plattform auf jeden Fall berücksichtigt werden.

7.7 Aufnahme von „Electropolis Berlin“ in die Gästekarten Berlins

Ein Instrument, das bei guten kooperativen Beziehungen der Leistungsträger innerhalb einer Destination erfolgreich umgesetzt werden kann, ist eine gemeinsame Gästekarte. In Berlin sind vor allem zwei allgemeine Gästekarten und eine rein auf Museen spezialisierte Gästekarte sehr populär. Es sind dies die:

- Berlin WelcomeCard
- Berlin CityTourCard
- Museumspass Berlin

Bei Gästekarten wird immer ein für die potenziellen Gäste ein verminderter oder bereits kostenfreier Eintritt bzw. Nutzung gewährt. Ob die Kooperation mit einer oder mehreren Gästekarten für das neu entstehende Museum infrage kommt, muss letztlich eine Entscheidung des Museumsmanagements sein. Eine hilfreiche Dokumentation über das Für und Wider von Gästekarten gibt TRIM-BORN (InspekTour) im Internet*.

Die populärste Gästekarte Berlins ist die Berlin WelcomeCard von visitBerlin*. Sie ist die erfolgreichste Städte-Gästecard Europas. Berlin offizielles Touristenticket liefert Erstbesuchern und Kennern hilfreiche Tipps zum Kennenlernen und Neuentdecken der Stadt. Sie wird wie folgt beworben: „Ganz egal, ob Sie einen Besuch auf dem Fernsehturm, der Museumsinsel oder im Theater planen: Die spannendsten Seiten Berlins lassen sich mit der Berlin WelcomeCard einfach und günstig erleben. Sparen Sie bis zu 50% bei den beliebtesten Sehenswürdigkeiten! Die Berlin WelcomeCard ist zudem Ihr Fahrschein für alle öffentlichen Verkehrsmittel innerhalb Berlins und auf Wunsch auch außerhalb des Stadtgebiets. Mit jedem Ticket fahren bis zu drei Kinder im Alter von sechs bis 14 Jahren kostenlos mit.“

Aufgrund der etwas dezentralen Lage des „Electropolis Berlin“ Museums in Oberschöneweide sind solche Kooperationen sehr sinnvoll. Da das Museum bei den Touristen nur in seltenen Fällen für einen Spontanbesuch (Walk-in) genutzt werden wird, sind solche Kooperationen also zugleich Instrumente für Werbung und Vertrieb. Eine Zusammenarbeit ist nahezu unabdingbar.

7.8 Touristisches Storytelling als Grundlage für ein erlebnisreiches „Electropolis Berlin“

7.8.1 Storytelling als touristisches Instrument

Ein altes Sprichwort lautet: „Wenn einer eine Reise macht, dann kann er was erzählen“. Doch damit die potenziellen Reisenden überhaupt zu Reisenden werden, muss man ihnen erst einmal etwas Gehaltvolles erzählen. Und damit wird faktisch das Thema „Kommunikation“ angesprochen. Und Kommunikation ist eines der Schlüsselthemen des Marketings. Damit korreliert auch die Marketingtechnik des Storytellings im Tourismus.

Was ist „Storytelling“? Zunächst ist es nichts Anderes als „Geschichten erzählen“, eine der wohl ältesten Formen menschlicher Kommunikation. Werbe- und Kommunikationsagenturen haben sich diese Form als eine „neue“ Strategie für die externe und interne Kommunikation weiterentwickelt, um sich damit einen neuen Markt zu erobern. Seitdem wird in Unternehmen und touristischen Destinationen jeder Größenordnung „Storytelling“ sowohl in der Kommunikation als auch im Marketing und im Branding – zum Teil sehr erfolgreich – eingesetzt. Erfolgreiches Storytelling bedeutet jedoch auch die Kunst des Erzählens zu beherrschen. Nicht nur der Inhalt der Geschichte wird zur Bewertung des Erfolges herangezogen, sondern vor allem auch die Art, WIE die Geschichte erzählt wird. Und um die Geschichten erlebnisreich zu erzählen bedarf es einer umsetzungsfähigen Erlebniskonzeption.

.....
* . Vgl. https://www.inspektour.de/images/pdf/Trimborn-Kooperationsherausforderungen_bei_der_Realisierung_einer_Gstekarte-2015.pdf

** Vgl. https://www.inspektour.de/images/pdf/Trimborn-Kooperationsherausforderungen_bei_der_Realisierung_einer_Gstekarte-2015.pdf

7.8.2 Schwerpunkte und Kernthemen für das Storytelling im „Electropolis Berlin“

Neben den maßgeblichen Produkten der Ausstellung und den digital inszenierten Features im Haupthaus kann ein Bereich aus dem Storytelling eine bedeutsame Rolle für die Inanspruchnahme des „Electropolis Berlin“ entstehen. Diese sollte dringend in das Konzept eingearbeitet werden. Das inhaltliche Betriebskonzept für das Museumsgebäude zuzüglich des benachbarten industrietechnischen Ensemblebereichs impliziert also mehrere Attraktionsthemen, die mit dem räumlichen Erlebnisbereich korrelieren und die im Vorfeld mit der Projektarbeitsgruppe abgestimmt wurden:

1. Entwicklung der Berliner Industrie von einst bis heute
2. Die Energie der Großstadt
Schwerpunkt: Die besondere Rolle der Elektrifizierung in Bezug auf die Entwicklung der Industrie-Metropole Berlin – als führender Industriestadt Europas (Bis zum 2. Weltkrieg)
3. Die wechselvolle Geschichte des Industriegebietes Oberschöneweide – mit Schwerpunkt Kabelwerk Oberspree (KWO) von einst bis heute
4. Der Weg des Kabels. Wie funktioniert(e) das riesige Kabelwerk?
Entwicklung der Technologien im KWO mit allen Fabriken
5. Erlebnis Strom: Wie funktioniert Strom-/ Signalübermittlung?
Funktion und globale Bedeutung von Elektrizität, Kabeln und Netzwerken
6. Erlebnis Stromerzeugung am Beispiel vom Landmark auf dem Stadtplatz
7. Große Erfindungen im KWO
8. Thematisierung des Hauses
– Architektur - Landhausstil vs. Moderner Industriearchitektur
– Funktion als Kantine (Kasino) von der AEG =betriebliche Sozialpolitik
– gefolgt von der DDR mit Kaderabteilung – und nach der Wende Großraumbüro
9. Geschichte und Geschichten rund um die Unternehmerfamilie Rathenau
10. Gegenwart und Zukunft des Industrie-Standortes Oberschöneweide

Einige dieser Themen eignen sich wegen ihres emotionalen Gehaltes bestens für das touristisch sehr wirksame Instrument des „Storytellings“, welches eine Schlüsselstellung bei der Thematik „Inszenierungen im Tourismus“ beinhaltet.

7.8.3 Erstellen einer umsetzungsfähigen Erlebniskonzeption

„Erst kam die Fresswelle, dann die Konsumwelle und dann der Luxus. Und nun frage ich mich: Was kann ich jetzt noch mit mir machen?“ Diese Frage stellte sich Zukunftsforscher Horst W. Opaschowski im Jahr 1998 und beantwortete sie für sich selbst: „Nicht Bedürfnisse stillen, sondern Erlebnisse schaffen ist; in‘, denn der moderne Mensch handelt zunehmend erlebnisorientiert.“

Viele wissenschaftliche Untersuchungen belegen, dass der Erlebniswert eines Produktes, eines Angebotes oder einer Dienstleistung immer stärker in den Mittelpunkt gestellt wird. Dieser Fakt wird auch im „Electropolis Berlin“ Maßstäbe setzen. Erlebnisse setzen Ereignisse voraus, die aber erst durch Erkenntnisse zur persönlichen Erfahrung werden. Daraus ergeben sich die vier von MÜLLER/SCHÉURER beschriebenen „E der Erlebnisgesellschaft“*:

Ereignis → Erlebnis → Erkenntnis → Erfahrung

Erfahrungen erlangt man durch eine bewusste Reflexion über die Erlebnisse. Erlebnisse und Erfahrungen sind subjektspezifisch. Hingegen können Ereignisse und Erkenntnisse aktiv inszeniert werden, damit Erlebnisse resp. Erfahrungen entstehen können. Aktoren im Tourismus haben somit zwei Einwirkungsbe-
reiche: Sie können Ereignisse schaffen, die wünschbare Erlebnisse begünstigen und sie können mithelfen, Erlebnisse zu reflektieren, damit daraus Erfahrungen werden (vgl. MÜLLER/SCHÉURER, 2004, S. 34).

Warum soll aber eine Inszenierung dem Tourismus nützlich werden? Ziel der touristischen Angebotsgestaltung muss es sein, in einem bestimmten Raum eine Atmosphäre zu schaffen, die dem Besucher positive Erlebnisse ermöglicht. Dies kann mittels zielgruppenspezifischer Inszenierung erreicht werden. Inszenierung ist damit das Instrumentarium zur Schaffung einer zielgruppenorientierten Atmosphäre. Und hier muss auch im Falle des Museumsprojekts in Oberschöneweide angesetzt werden. Um eine Erlebnis-Inszenierung umzusetzen, sollte diesbezüglich mit Inszenierungsinstrumenten gearbeitet.

7.8.4 Inszenierung von historischen Themen im Bereich in und um das Gebäude des alten AEG-Kasinos

Wie oben erwähnt, müssen die touristischen Aktivitäten und Inszenierungen in und um das zu planende Museumsprojekt anhand des Instrumentariums genauestens geplant und organisiert werden. Insbesondere die Inszenierungen müssen nicht nur künstlerisch anspruchsvoll sei, sondern auch betriebswirtschaftlich geplant werden und zum dauerhaften Ertragsmodell von „Electropolis Berlin“ generieren. Sie stellen im Betriebskonzept damit einen wichtigen Einnahmebestandteil dar.

Bildung und Tourismus:

Ein zentrales Anliegen der Inszenierungen sollte immer auch die Wissensvermittlung sein. Damit werden die Inszenierungen zu einem klassischen Instrument des Edutainments. Durch die Verbindung von Bildung und Unterhaltung soll die Lernmotivation gesteigert und das Lernen effizienter und erfolgreicher gestaltet werden. Edutainment kann außerdem dazu genutzt werden, den Fokus auf bestimmte gesellschaftliche, soziale oder gesundheitliche Themen zu lenken. Die Inszenierungen sollten so konzipiert werden, dass sie auch geeignet sind für Schulklassen ab dem neunten Schuljahr. Damit muss ein hoher Qualitätsanspruch an die Drehbücher einhergehen.

Die Drehbücher:

Die Drehbücher müssen von professionellen Drehbuchautoren verfasst werden. Hierzu ist es notwendig, die richtigen potenziellen Partner zu finden. Die Drehbücher müssen als Monologe bzw. maximal als Dialoge konzipiert werden. Die Dauer einer Inszenierung sollte minimal 60 Minuten und maximal 75 Minuten je Stück betragen. Es ist darauf zu achten, dass es sich hier nicht um „normale“ Theatervorstellungen handelt, sondern es geht auch darum, dass die Darsteller mit dem Publikum kommunizieren können. Dialoge sind wesentlich kostenintensiver, da hier zwei statt nur sonst üblich ein Schauspieler eingesetzt werden. Auch die Disposition wird hier schwieriger. Die Inhalte der Drehbücher sollten eine Mischung aus Entertainment und Realität darstellen. Es geht darum, faktisch stattgefundene Ereignisse inhaltlich so zu erzählen, dass sie absolut spannend wirken und der Zeitgeist der jeweiligen Epoche leicht erkennbar wird. Damit ergibt sich für die Gäste eine hervorragende Symbiose aus Wissensvermittlung und Erlebnis.

Die Darsteller und Regie:

Eine Inszenierung kann nur funktionieren, wenn die Darsteller ihre Rollen glaubhaft rüberbringen können. Es ist also darauf zu achten, dass die Darsteller zu den in den Drehbüchern festgehaltenen Charakteren passen. Dazu ist eine Regie notwendig. Sämtliche Inszenierungen erfolgen ohne die technische Unterstützung von Soundsystemen.

Die Rollen werden grundsätzlich nur mit freien Schauspielern besetzt. Es findet daher keine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung statt. Die Rollen müssen deshalb durch mehrere Personen besetzt werden, so dass die Schauspieler immer wieder auch wieder andere Angebote bei Film und Theater annehmen

* . MÜLLER, H. / SCHÉURER, R. (2004): Angebotsinszenierung in Tourismusdestinationen. In: Jahrbuch der Schweiz. Tourismus-Wirtschaft 2004 (IDT). Bern

können. Das bringt für den Veranstalter auch mit sich, dass im Krankheitsfalle schnell umdisponiert werden kann. Folglich muss ein Pool gebildet werden, der die jeweiligen Schauspieler verwaltet und die Einsatzpläne auf die Verfügbarkeit der Akteure konzipiert. Das Angebot an Schauspielern, die für solche Produktionen in Frage kommen ist sehr groß. Zahlreiche Agenturen bieten hier Dienstleistungen an, die für die Konzeption am „Electropolis Berlin“ in Frage kommen.*

Beispiele für Themen von Inszenierungen im Einzelnen

Die folgenden Beispiele zeigen exemplarisch, um welche verschiedenen Formen von Inszenierungen es sich handeln könnte. Eine Veränderung und Erweiterung der Themen sind natürlich möglich und wünschenswert.

Inszenierungsbereich 1: Emil Rathenau: Größen der Berliner Industriellen und ihre Konkurrenz zu anderen Großindustriellen Berlins

Ein gut gekleideter Schauspieler schlüpft in die Rolle von Emil Rathenau und erzählt von den Anfängen der Berliner Industriegeschichte. Von seinem Leben, von den Höhen und Tiefen, von seinen Erfolgen und Misserfolgen, von den Erfindungen, die in Oberschöneweide entwickelt wurden, von seinem Verhältnis zu seinem Konkurrenten in der Großindustrie Berlins, aber auch von dem was nach seinem Tod geschah.

Inszenierungsbereich 2: Das Arbeitsleben eines gewerkschaftlich engagierten Berliner Industriearbeiters in der Hochphase Anfang des 20. Jahrhunderts

Ein in Arbeitskleidung ausgestatteter Schauspieler schlüpft in die Rolle eines Industriearbeiters und erzählt von den Aufgaben und Gefahren seiner Arbeit, von der Gewerkschaft, von den Veränderungen über die Jahrzehnte, über die Weimarer Republik, den Nationalsozialismus, die DDR-Zeit bis zur Wende und Nachwendezeit.

Inszenierungsbereich 3: Das Leben einer Berlinerin als Küchenhilfe im AEG-Kasino

Eine in Arbeitsbekleidung angezogene Schauspielerin schlüpft in die Rolle einer Küchenhilfe und erzählt von ihrer Arbeit und den sozialen Zuständen der Arbeiter in den Industriebetrieben. Von den Veränderungen über die Jahrzehnte, über die Weimarer Republik, den Nationalsozialismus, die DDR-Zeit bis zur Wende und Nachwendezeit.

Die weiteren Inszenierungen laufen nach ähnlichem Muster ab.

- Inszenierungsbereich 4: Das Leben eines Erfinders in Oberschöneweide
- Inszenierungsbereich 5: Die Architekten des Industrieareals Oberschöneweide
- Inszenierungsbereich 6: Das Leben eines VEB-Mitarbeiters zu DDR-Zeiten
- usw.

Wichtig:

Es sollte klar ersichtlich sein, dass das bildungsorientierte Element der Inszenierungen im Vordergrund steht. Vom Konzept einer jovialen Führung bzw. Inszenierung, wie zum Beispiel beim „Hauptmann von Köpenick“ in Köpenick durch den Volksschauspieler Jürgen Hilbrecht sollte ausdrücklich abgesehen werden. Es handelt sich bei der jeweiligen Aufführung um ein professionelles Theaterstück und nicht um eine Gästeführung in Verkleidung.

.....
* Gegebenenfalls ist zu prüfen, ob eine Zusammenarbeit mit dem Schauspieler Thom Nowotny zustande kommen könnte. Herr Nowotny spielt in Potsdam-Sanssouci „Casanova in Sanssouci“ und hat schon Erfahrungen aus Trier gesammelt („das Geheimnis der Porta Nigra“ und „Gladiator Valerius“), die in ihrer Funktion dem Konzept im „Electropolis Berlin“ entsprechen könnten.

Kontaktdaten:
DenkMalTheater; Thom Nowotny
Am Bahnhof 1
16845 Sieversdorf-Hohenofen OT Sieversdorf
www.denkmaltheater.de

7.8.5 Exkurs:

Erfolgreiche Best-Practice-Beispiele aus Rheinland-Pfalz

Die „Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz“ hat es vorgemacht: Verschiedene rheinland-pfälzische Burgen, Schlösser oder römische Baudenkmäler werden nicht mehr nur durch geschichtsorientierte Führungen mit einem Gästeführer erläutert, sondern mit ausgebildeten Schauspielern (aus den jeweiligen Stadt-Theatern) erlebnisorientiert inszeniert. Die Erlebnisleitungen sind zum Erfolgsgaranten des Storytellings in Rheinland-Pfalz geworden und erfreuen sich hoher Besucherzahlen.

Erlebnisleitungen in Trier

- **Das Geheimnis der Porta Nigra**
Spannende Zeitreise durch die Jahrtausende mit einem Zenturio - im Glanze seiner Paraderüstung - durch die Porta Nigra.
- **Gladiator Valerius**
Gladiator Valerius zeigt seinen Gästen das Trierer Amphitheater und erzählt aus seinem Gladiatorenalltag.
- **Verrat in den Kaiserthermen**
Ein aufregender Rundgang mit dem Tribun Mallobaudes durch die unterirdischen Gänge der römischen Kaiserthermen.
- **Der Teufel in Trier**
Sagenhafte Erlebnisleitung durch das mystische Mittelalter. Besuchen Sie gleich vier gespenstische Schauplätze zur abendlichen Stunde.

Erlebnisleitungen in Koblenz

- **Die Muse von Stolzenfels**
Die junge Schlossherrin nimmt die Gäste mit auf eine Zeitreise durch Romantik, Nationalismus und Revolution am preußischen Rhein.
- **Der ewige Soldat**
„Ich selbst bin nichts als ewige Erinnerung, die nicht sterben will“ spricht der ewige Soldat. Er nimmt die Gäste mit durch die Feste Ehrenbreitstein, hoch über Rhein und Mosel.

Wie funktionieren diese Führungen? Beispiel „Der Gladiator Valerius“:

Der „Gladiator Valerius“ empfängt die Besucher bei Fackelschein im Untergrund des Amphitheaters und gibt den Gästen anschaulich einen Einblick ins Leben eines römischen Kämpfers im Zweiten Jahrhundert nach Christus. Die Führung geht durchs ganze Amphitheater ist vergleichbar mit einem Ein-Mann Theaterstück. Man erfährt viel Wissenswertes über den Alltag der Gladiatoren und auch über das Leben im römischen Trier. Kernstück des Drehbuches ist jedoch das dramatische Thema, dass Valerius im Kampf seinen besten Freund töten muss, um selbst zu überleben. Die Erlebnisleitung dauert etwa eine Stunde und ist nur an bestimmten Tagen, mit Voranmeldung möglich.



1

Kosten für Erlebnisleitungen in Trier:

- für Erwachsene 11,- Euro und für Kinder 6, 50 Euro, für Familien und Gruppen gelten besondere Konditionen.
 - Preis für eine Gruppe bis 45 Personen: 259,- Euro, jede weitere Person 5,- Euro (bis max. 50)
 - Vorstellungen für Schulklassen: 229,- Euro (bis 45 Personen), jede weitere Person 4,- Euro (bis max. 50 Personen) Bei Schulklassen wird bei offiziellen Vorstellungen der Normalpreis für Einzelgäste (Schüler 9,00 Euro und Erwachsene 12,50 Euro) berechnet.
 - Findet die Erlebnisleitung nach Sonnenuntergang statt, wird ein einmaliger Zuschlag von 35,- Euro erhoben, da ein zweiter Techniker sowie Fackeln, Licht, etc. benötigt werden.
 - Alle genannten Preise sind Bruttopreise und inkludieren damit die Mehrwertsteuer.
- Weitere Infos unter <https://www.erlebnisleitungen.de/>

.....
1 Das Geheimnis der Porta Nigra
Quelle: <https://www.erlebnisleitungen.de/>

7.8.6 Produktionskosten „Storytelling“

Um aus dem Ensemble ein funktionierendes touristisches Produkt zu entwickeln bedarf es gewisser Vorleistungen, die wiederum mit zum Teil hohen Kosten behaftet sein werden. Neben den Gebäudesanierungs-, Ausstellungs- und Büroeinrichtungskosten werden folgende Kostenpositionen angesetzt, die sich direkt auf die im Vorfeld zu produzierenden Leistungen des Storytellings beziehen:

- Kosten zum Erstellen der Drehbücher bzw. Lizenzen der Drehbücher
- Kosten für die Regie
- Kosten für Kostüme
- Kosten für die Dauerausstellung

Während es sich bei den Kosten für die Kostüme eher um geringfügige Kosten handelt, müssen die Dauerausstellung und vor allem die Drehbücher betriebswirtschaftlich deutlich anders bewertet werden. Bei den Drehbüchern können drei Produktionstypen unterschieden werden:

Typ A) Auftragsproduktion: Das Drehbuch wird als Auftragsproduktion gekauft. Sämtliche Verwertungsrechte gehen an den Käufer über. Der Betrag ist nach Abgabe des fertigen Drehbuches zu begleichen. Der Urheber tritt damit sämtliche Nutzungsrechte an den Betreiber ab. Bei der Auftragsvergabe mehrerer Stücke können erhebliche Anfangsinvestitionen anfallen. Das Risiko liegt hier im Bereich des Auftraggebers.

Typ B) Erfolgsorientiertes Modell: Das Drehbuch wird als Lizenzstück erarbeitet. Der Autor und Rechteinhaber erhält keine Einmalzahlung, aber für jedes verkaufte Ticket eine Gebühr, die im Vorfeld festgelegt wird (z.B. zehn Prozent des Netto-Verkaufspreises pro Zuschauer). Der Autor rechnet pro Monat (bzw. Quartal) mit dem Betreiber ab. Das Risiko liegt hier im Bereich des Autors.

Typ C) Mischform: Der Autor erhält eine deutlich geringere Einmalzahlung als in Modell A, wird jedoch dafür wiederum mit einer Lizenzgebühr pro verkaufte Pax erfolgsorientiert beteiligt. Die Lizenzgebühr liegt dafür unter dem in Modell B angebotenen Niveau. Das Risiko ist auf beide Vertragspartner gestreut.

7.8.7 Einnahmen aus Storytelling

Zentrales Einnahmesegment sind die Erlebnisführungen. Wie am Beispiel aus Trier ersichtlich muss für die Umsetzung der Inszenierungen eine Kostenkalkulation für den laufenden Betrieb inklusive der anfallenden Vorleistungen integriert sein. Für die faktische Kostenkalkulation ist es notwendig, verschiedene Modelle zu entwickeln, wie die Erstellung der Drehbücher und die Regie-Leistungen abgegolten werden können (siehe oben). Eine erste grobe Schätzung der am Markt durchsetzbaren Brutto-Endpreise (inklusive 19 % MwSt.) je Inszenierung kann jedoch hier gegeben werden:

Kategorie	Preisschätzung in Euro
Reguläre Gruppe bis 25 Personen	280.- € bis 350.- €
Jede weitere Person in der Gruppe zusätzlich	8.- €
Schulklassen / Studierende etc. zu Sonderpreisen	230.- €
Zubuchung für Einzelpersonen ermäßigt	9.- €
Zubuchung für Einzelpersonen normal	12.- €
Vorführung zu festen Terminen, offen für alle: normal	12.- €
Vorführung zu festen Terminen, offen für alle: ermäßigt	9.- €

Zusammenarbeit im Bereich Storytelling mit Incoming-Agenturen aus Berlin

Ähnlich wie die visitBerlin sollten auch private Incoming-Agenturen in den Vertrieb eingeschaltet werden. Gerade im gruppentouristischen Bereich sind immer wieder interessante und neue qualitativ hochwertige Programme gefragt. Insofern die Agenturen hier eine Möglichkeit für die Erzielung von zusätzlichem Umsatz sehen, werden sie die Programme mit vermarkten.

Aktives Sponsoring

Um das Projekt von Anfang an auf solide Beine zu stellen, muss die Finanzierung gesichert sein. Dabei könnte Sponsoring eine wichtige Rolle übernehmen. Eine Unterstützung von öffentlicher Seite wird dabei lediglich über Kulturförderung (siehe unten) stattfinden können. Hier sollte allerdings ein netzwerkorientiertes Kultursponsoring aus der Privatwirtschaft im Vordergrund stehen. Hier sollte zunächst auf bestehende Kontakte seitens des zuständigen Regionalmanagements und der Wirtschaftsförderung Treptow-Köpenick sowie des Tourismusvereins Treptow-Köpenick e.V. zurückgegriffen werden.

Kulturförderung

Um die Grundkosten des Projektes „Storytelling“ finanzieren zu können, sollte auch die Möglichkeit der Kulturförderung über den Berliner Senat ins Auge gefasst werden. Bei dieser Projektförderung wird in der Regel eine Produktion (z.B. ein Theaterstück, Konzert oder Kunstkatalog) gefördert, die öffentlichkeitswirksam werden soll. Angesichts der Vielzahl der in Berlin lebenden und arbeitenden Künstler und des vom Berliner Abgeordnetenhaus jährlich zur Verfügung gestellten Budgets für die sogenannte freie Szene ist erkennbar, dass bei weitem nicht jedes beantragte Projekt gefördert werden kann. Die entsprechenden Quoten liegen zwischen 10:1 und 5:1. Umso wichtiger wird die richtige Antragstellung.

8 Zwischenfazit

Die in diesem Band dargestellte Analyse zeigt umfangreich Potenziale und Risiken für den Aufbau eines Industriemuseums in Oberschöneweide am Standort altes AEG-Kasino. Zusammen mit den weiteren Bänden 2 bis 4 werden alle relevanten Rahmenbedingungen dargestellt. Die Analyse der in Band 1 dargestellten Themen ist die zentrale Voraussetzung für die weiteren Analysefelder wie Architektur, Szenografie, Organisation, Finanzierung, Sammlung und Museumstechnik.

Die Analyse der in Band 1 dargestellten Themen zeigt bislang folgende Merkmale:

1. Der industriekulturelle Bereich in Oberschöneweide hat ein sehr großes touristisches Potenzial, das es perspektivisch auszuschöpfen gilt.
2. Der Standort ist bislang abseits der großen Berliner Tourismusströme gelegen.
3. Das „Electropolis Berlin“ kann eine strukturelle Wirkung auf den ganzen Standort haben. Um diese Wirkung zu erzielen sind jedoch zahlreiche begleitende Maßnahmen, insbesondere der tourismusrelevanten Infrastruktur, nicht nur sinnvoll, sondern erforderlich.
4. Ein neues Museum in Oberschöneweide bedeutet auch ein positives Einwirken auf das generelle Selbstverständnis des Ortsteils.
5. Das „Electropolis Berlin“ kann aufgrund seiner speziellen Thematik einen positiven Beitrag für die Museumslandschaft Berlins erbringen. Dazu ist jedoch auch eine hohe Aktualität der Wissens- und Erlebnisvermittlung notwendig, die sich wiederum in einem hohen Investitionsvolumen in Bezug auf die Technik und Ausstattung auszeichnet.
6. Das Marketing des Museums muss eine hohe Wirksamkeit erzielen und wird damit auch finanziell eine Herausforderung für das Projekt. Auf die besondere Notwendigkeit eines gut geplanten und umgesetzten strategischen Vertriebs wird an dieser Stelle bereits hingewiesen.
7. Der Erlebniswert des Museums muss durch neue Wege wie ein spezielles Storytelling gesteigert werden.

Weitere relevante Ergebnisse werden in den folgenden Bänden 2, 3 und 4 dargestellt.

Literaturverzeichnis und Onlinequellen

BBK-Kulturwerk (Hrsg.): Zentrale Inhalte. Verfügbar unter: http://www.bbk-kulturwerk.de/con/kulturwerk/front_content.php?idart=4918&refId=4917, abgerufen am 22.10.2019

Berlin.de (Hrsg.) Liste der Berliner Museen. Verfügbar unter: <https://www.berlin.de/museum/top-20/> abgerufen am 22.12.2019

Berlin.de (Hrsg.) Radwege in Berlin. Verfügbar unter: https://www.berlin.de/senuvk/verkehr/mobil/fahrrad/radrouten/de/europaradweg_ost/index.shtml, abgerufen am 09.10.2019

Berliner Woche (Hrsg.): Ort an der Spree-. Oberschöneweider Bürger wollen den Platz am Kaisersteg aufwerten. Verfügbar unter: www.berliner-woche.de/oberschoeneweide/c-bauen/oeder-ort-an-der-spree-oberschoeneweide-buerger-wollen-den-platz-am-kaisersteg-aufwerten_a137302

Bezirksamt Treptow-Köpenick (Hrsg.) (2014): Tourismusstrategie des Bezirks Treptow-Köpenick 2015-2025

BORSCHDORF, U. u.a. (Hrsg.) (1999): Sonne, Mond und Sterne. Kultur und Natur der Energie. Bottrop / Essen: Peter Pomp Verlag

BZI Berlin (Hrsg.) (2018): Faltmappe der Berliner Industriekultur. Verfügbar unter: <https://industriekultur.berlin/de/8/faltmappe/30.html> abgerufen am 30.11.2019

BZI Berlin (Hrsg.) (2018): Industriekultur in der Region Berlin-Oberschöneweide. Verfügbar unter: https://industriekultur.berlin/web/medien/pdfs/industriekultur_02_region_schoeneweide_1496046138/industriekultur_02_region_schoeneweide.pdf abgerufen am 30.11.2019

Deutscher Museumsbund (Hrsg.) (2011): „Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzepts“. Berlin

DFB Fußballmuseum (Hrsg.) Über uns. Verfügbar unter: <https://www.fussballmuseum.de/museum/ausstellung.htm>) abgerufen am 22.12.2019

DRV (2019): Der deutsche Reisemarkt. Zahlen und Fakten 2018. Berlin

DWIF-Consulting GmbH / Humboldt-Innovation GmbH (2017): „12 mal Berlin erleben – Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+“. Berlin

EISENSTEIN, B. (2001): Kulturtouristisches Potenzial erkennen und nutzen. Ein Wegweiser für Regionen und ihre Akteure am Beispiel der Kreise Nordfriesland und Dithmarschen. Verfügbar unter: https://www.dithmarschen.de/media/custom/647_2926_1.PDF, abgerufen am 21.10.2019

FEUCHT; C. (2013): Tourismuswirtschaftliche Bewertung der Entwicklungsmöglichkeiten eines Besucherzentrums in Schöneweide (unveröffentlicht)

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (Hrsg.) (2019): Pressemitteilung. Verfügbar unter: https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2019/03/RA2019_Erste-Ergebnisse_DE.pdf, abgerufen am 30.11.2019

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (Hrsg.) (2019): RA Reiseanalyse 2019. Kiel

HTW Berlin (Hrsg.): Computermuseum. Verfügbar unter: <https://www.htw-berlin.de/> abgerufen am 30.11.2019

HUTH, R.; PFLAUM, D. (1996): Einführung in die Werbelehre. Verlag: Kohlhammer, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz. S. 84 ff.

Industriesalon Schöneweide (Hrsg.): Über uns. Verfügbar unter: <http://www.industriesalon.de/ueber-uns>, abgerufen am 23.09.2019

Lexikon der Geographie (Hrsg.): Industrietourismus. Verfügbar unter: <https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/industrietourismus/3747>, abgerufen am 26.11.2019

Lexikon der Geographie (Hrsg.): Tages-tourismus. Verfügbar unter: <https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/tagestourismus/7927>, abgerufen am 12.10.2019

MÜLLER, H. / SCHEURER, R. (2004): Angebotsinszenierung in Tourismusdestinationen. In: Jahrbuch der Schweiz. Tourismus-Wirtschaft 2004 (IDT). Bern

Museen Mulhouse (Hrsg.): Electropolis Museum. Verfügbar unter: <http://www.musees-mulhouse.fr/de/electropolis-elektrizitat-museum/>, abgerufen am 14.09.2019

Museumsbund (Hrsg.) (2006): Standards für Museen. Verfügbar unter: <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/standards-fuer-museen-2006-1.pdf>, abgerufen am 29.09.2019

Museumsbund (Hrsg.) (2010): Ethische Richtlinien für Museen von ICOM. Verfügbar unter: www.museumsbund.de.

de/themen/das-museum/ Ethische Richtlinien für Museen von ICOM, 2010: „Ein Museum ist eine gemeinnützige, auf Dauer angelegte, der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die zum Zwecke des Studiums, der Bildung und des Erlebens materielle und immaterielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt.“, abgerufen am 15.09.2019

Museumsprotal Berlin: Museen in Berlin. Verfügbar unter: https://www.museum-sportal-berlin.de/de/museen/map/#object_id=226 abgerufen am 12.10.2019

Museumswow (Hrsg.): Bloggen über Museumskultur. Verfügbar unter: <https://museumtwo.blogspot.com/> abgerufen am 27.11.2019

Onlineuniversities.com (Hrsg.): Best Curator. Verfügbar unter: <https://www.onlineuniversities.com/blog/2009/07/100-best-curator-and-museum-blogs/>, abgerufen am 04.12.2019

PRASKE, T.: Museumsblogroll. Verfügbar unter: <https://www.tanjabraske.de/museumsblogroll/> abgerufen am 22.12.2019

PRASKE, T.: Warum ein Museum sofort bloggen sollte. Verfügbar unter: <https://www.tanjabraske.de/digitale-kommunikation/bloggen/22-gruende-warum-ein-museum-sofort-bloggen-sollte-digkv/#more-2964>, abgerufen am 02.10.2019

SCHAAL, F. (2004): Nach innen gerichtetes Marketing als strategisches Instrument des Destinationsmanagements dargestellt am Beispiel regionaler und kommunaler Tourismusorganisationen in Rheinland-Pfalz (= Dissertation). Trier. Verfügbar unter: <http://ub-dok.uni-trier.de/diss/diss45/20040524/20040524.pdf>, abgerufen am 11.11.2019

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung: Nachhaltige Stadtentwicklung in Berlin.: Verfügbar unter: www.stadtentwicklung.berlin.de, abgerufen am 07.10.2019

SOYEZ, D. (2006): Europäische Industriekultur als touristisches Destinationspotenzial. In: Zeitschrift für Wirtschafts-geographie Jg. 50 (2006) Heft 2, S. 75-84

Stadtmuseum Berlin (Hrsg.) (2006): Zukunftsstrategie für das Stadtmuseum. Verfügbar unter: <https://www.stadtmuseum.de/aktuelles/paul-spies-stellt-zukunftsstrategie-fuer-das-stadtmuseum-berlin-vor>, abgerufen am 30.09.2019

Statistisches Bundesamt, Hotelverband Deutschland (IHA) (Hrsg.) Aktuelle touristische Entwicklungen. Verfügbar unter: https://www.destatis.de/DE/Home/_inhalt.html, abgerufen am 16.11.2019

Statistisches Landesamt Berlin-Brandenburg (Hrsg.): Pressemitteilung. Verfügbar unter: Verfügbar unter: <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2019/19-02-22.pdf>, abgerufen am 12.10.2019

Tourismusentwicklung in der Berliner Industriekultur: Das Besucherzentrum und die „Highlights von Schöneweide“, Endbericht 2018

TRIMBORN, R. (2015): Verfügbar unter: https://www.inspektour.de/images/pdf/Trimborn-Kooperationsherausforderungen_bei_der_Realisierung_einer_Gstekarte-2015.pdf

visitBerlin (2019): Faszination Berlin. Verfügbar unter: <https://about.visitBerlin.de/presse/pressemitteilungen/faszination-berlins-fuer-reisende-und-kongressbesucher-ungebrochen>, abgerufen am 18.10.2019

visitBerlin (Hrsg.) (2013): Berlin-Besucher Steckbriefe: Verfügbar unter: <https://about.visitBerlin.de/sites/default/files/2017-04/Studie%20Berlin-Besucher.pdf>, abgerufen am 18.10.2019

visitBerlin (Hrsg.) (2019): Der Bezirk Treptow-Köpenick. Verfügbar unter: <https://www.visitBerlin.de/de/bezirke/der-bezirk-treptow-koepenick>, abgerufen am 04.12.2019

visitBerlin (Hrsg.) (2019): Hotspotanalyse der visitBerlin, 2019 (unveröffentlicht)

visitBerlin (Hrsg.) (2019): Tourismus- und Kongressbilanz 2018. Verfügbar unter: https://about.visitBerlin.de/sites/default/files/2019-02/visitBerlin_Tourismus-und_Kongressbilanz-2018_DE.pdf, abgerufen am 30.11.2019

WEGNER, N., 2016: „Generationen, Milieus, Zielgruppen?“ Verfügbar unter: <https://www.kulturmanagement.net/dlf/1098020d3b89caf94b53bd009b174096,1.pdf>

Wikipedia (Hrsg.): Tagesausflug. Verfügbar unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Tagesausflug>, abgerufen am 30.11.2019

Wikipedia (Hrsg.): Vertrieb. <https://de.wikipedia.org/wiki/Vertrieb>, abgerufen am 22.10.2019

Anhang

Liste der Museen in Berlin und Umgebung in alphabetischer Reihenfolge

Die untenstehende Liste zeigt die Vielfalt der Berliner Museumslandschaft (keine Gewähr auf Vollständigkeit).

A

- Abguss-Sammlung antiker Plastik, Schloßstraße 69b, Berlin-Charlottenburg.
- Ägyptisches Museum Berlin
- Akademie der Künste (Berlin)
- Aktives Museum Faschismus und Widerstand in Berlin
- AlliiertenMuseum
- Alte Nationalgalerie
- Altes Museum (Antikensammlung)
- Anne Frank Zentrum
- Anti-Kriegs-Museum
- Antikensammlung (Altes Museum)
- Architekturmuseum der Technischen Universität Berlin
- Museum für Asiatische Kunst (bis 2006: Museen für Ostasiatische Kunst und für Indische Kunst)

B

- Museum Barberini (Potsdam) – Kunstmuseum
- Bauhaus-Archiv (Museum für Gestaltung)
- Bendler-Block (Gedenkstätte Deutscher Widerstand)
- Museum Berggruen (bis Februar 2004 Sammlung Berggruen)
- Berliner Medizinhistorisches Museum (Charité)
- Berliner Phonogramm-Archiv
- Berliner S-Bahn-Museum, Rudolf-Breitscheid-Straße 203, Potsdam
- Berliner U-Bahn-Museum
- Berliner Unterwelten-Museum
- 1. Berliner DDR-Motorradmuseum
- Berliner Unterwelten
- Berliner Waldmuseum mit Waldschule
- Berlinische Galerie
- Bernhard-Heiliger-Stiftung/ Offene Ateliers: Käuzchensteig 8, Berlin-Zehlendorf

- Bundesbeauftragte für die Unterlagen des Staatssicherheitsdienstes der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik (BStU), Berlin-Mitte
- Blindenwerkstatt Otto Weidt (externer Teil der Gedenkstätte Deutscher Widerstand)
- Bode-Museum (Skulpturensammlung und Museum für Byzantinische Kunst und Münzkabinett)
- Botanischer Garten und Botanisches Museum Berlin-Dahlem
- ehemalige Botanische Zentralstelle für die deutschen Kolonien (1891–1920 und 1941–1943)
- Bröhan-Museum
- Brücke-Museum Berlin
- Buchstabenmuseum

C

- Castans Panoptikum (1869 bis 1922)
- Charité — Berliner Medizinhistorisches Museum
- Centrum Judaicum (Neue Synagoge in der Oranienburger Straße)
- Classic Remise, Moabit (Oldtimer-Automobilzentrum; im ehemaligen Betriebshof Moabit)
- C/O Berlin
- Computerspiele Museum Berlin

D

- Museumszentrum Berlin-Dahlem
- Daimler Contemporary im Weinhaus Huth
- Das Verborgene Museum
- DDR Museum (Berlin)
- Denkmal für die ermordeten Juden Europas (Ort der Information)
- Deutsche Guggenheim
- Deutsche Kinemathek
- Deutsch-Russisches Museum Berlin-Karlsorst
- Gedenkstätte Deutscher Widerstand
- Deutsches Blindenmuseum
- Deutsches Historisches Museum
- ehemaliges Deutsches Museum (1930–1939)
- Deutsches Presseuseum im Ullsteinhaus
- Deutsches Rundfunk-Museum

- Deutsches Technikmuseum Berlin
- Museum der unerhörten Dinge, Crellestraße 5/6, 10827 Schöneberg
- Dokumentationszentrum Berliner Mauer
- Dokumentationszentrum NS-Zwangsarbeit
- Domäne Dahlem
- Rotkreuz-Museum des DRK-LV
- Museumsdorf Düppel
-

E

- Energie-Museum Berlin, Lankwitz
- Energiezentrale Potsdamer Platz, Stresemannstraße 120–122, Kreuzberg
- Museum Ephraim-Palais
- Erinnerungsstätte Notaufnahmelager Marienfelde, Tempelhof
- Ermelerhaus (1932–1945)
- Ethnologisches Museum
- Museum Europäischer Kulturen

F

- Feuerwehrmuseum Berlin
- Filmmuseum Berlin
- Filmmuseum Potsdam
- museum FLUXUS+ (Potsdam)
- Forschungs- und Gedenkstätte Normannenstraße (Stasimuseum)
- Museum für Fotografie/Helmut Newton Stiftung
- Frauenmuseum Berlin
- Freilichtmuseum Domäne Dahlem
- Museum Schloss Friedrichsfelde
- Frida-Leider-Zentrum: Granseer Straße 9, Berlin-Mitte
- Friedrichswerdersche Kirche
- Futurium Berlin

G

- Museum Galgenhaus
- Gaslaternen-Freilichtmuseum Berlin
- Gedenkstätte Berlin-Hohenschönhausen
- Gedenkstätte Deutscher Widerstand
- Gedenkstätte Köpenicker Blutwoche im Gebäude des ehemaligen Amtsgerichtsgefängnisses Berlin-Köpenick, Puchanstraße 12

- Gedenkstätte Plötzensee am Gefängnis Plötzensee
- Museum für Gegenwart, Hamburger Bahnhof (Moderne Kunst)
- Gemäldegalerie
- Geologisch-Paläontologisches Museum der Humboldt-Universität (bis 2008; siehe Naturkundemuseum)
- Georg-Kolbe-Museum
- Geschichte Berlins — Märkisches Museum
- Deutsches Historisches Museum, kurz DHM, Museum für deutsche Geschichte
- Museum für Gestaltung (Bauhaus-Archiv)
- Gipsformerei
- Sammlungen des Berlinischen Gymnasiums zum Grauen Kloster (Streitsche Stiftung)
- Martin-Gropius-Bau, das ehemalige Kunstgewerbemuseum Berlin (1881–1943) ist ein Haus mit wechselnden Ausstellungen

- Grünauer Wassersportmuseum
- Gründerzeitmuseum im Gutshaus Mahlsdorf
- Deutsches Guggenheim

H

- Hamburger Bahnhof – Museum für Gegenwart, Berlin
- Hanf Museum Berlin – Dauerausstellung über die kulturgeschichtliche Bedeutung des Hanfs
- Haus am Checkpoint Charlie
- Haus am Kleistpark: Grunewaldstraße 6–7, Berlin-Schöneberg
- Haus am Lützowplatz
- Haus am Waldsee
- Haus der Wannsee-Konferenz
- Heimatmuseen:
 - Heimatmuseum Friedrichshain: Marchlewskistraße 6, Nähe Weberwiese
 - Museum Köpenick, Alter Markt
 - Heimatmuseum Lichtenberg: Stadthausstraße, Berlin-Rummelsburg
 - Museum Neukölln

- Heimatmuseum Mitte/ Tiergarten/Wedding (Mitte-Museum): Pankstraße 47
- Stadtgeschichtliches Museum Spandau
- Heimatmuseum Schöneberg
- Heimatmuseum Steglitz
- Museum Treptow: Sterndamm 101, Berlin-Johannisthal
- Heimatmuseum Zehlendorf: Clayallee 355

- Helmut Newton Stiftung
- Heinrich-Zille-Museum, Probststraße 11, Berlin-Mitte (Nikolaiviertel)
- Historischer Hafen Berlin
- Gedenkstätte Berlin-Hohenschönhausen
- Holocaust-Mahnmal (offiziell: Denkmal für die ermordeten Juden Europas — Ort der Information; an die Shoa)
- Hugentottenmuseum im Französischen Dom, Mitte

I

- Ibero-Amerikanisches Institut (Ibero-Amerikanische Institut Preußischer Kulturbesitz, kurz: IAI), Berlin-Tiergarten
- Sammlung Industrielle Gestaltung in der Kulturbrauerei, Knaackstraße 97
- Industriesalon Schöneeweide e.V.
- Informations- und Dokumentationszentrum für die Stasi-Unterlagen in Berlin (Bundesbeauftragte für die Unterlagen des Staatssicherheitsdienstes der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik, BStU), Berlin-Mitte

- Institut für Museumsforschung
- Museum für Islamische Kunst (Berlin) (Teil des Pergamonmuseums)

J

- Jagdschloss Grunewald
- Jagdschloss Stern (Potsdam)
- Jan Bouman Haus (Potsdam)
- Jüdisches Museum Berlin

K

- The Kennedys
- Keramik-Museum Berlin
- KGB-Gefängnis Potsdam
- MACHmit! Museum für Kinder
- Klingendes Museum: Zingster Straße 15, Berlin-Wedding[9]
- Museum Knoblauchhaus
- Königliches Bau- und Verkehrsmuseum später Verkehrs- und Baumuseum (auch Lokomotivmuseum, von 1906 mit Unterbrechungen bis 1986)
- Deutsches Kolonialmuseum
- Museum für Kommunikation Berlin
- Schloss Köpenick
- Georg-Kolbe-Museum
- Käthe-Kollwitz-Gedenkstätte
- KPM-Porzellansammlung des Landes Berlin im Belvedere von Schloss Charlottenburg
- Kreativhaus: Gertraudenstraße 20, Berlin-Mitte[10]
- Kreuzberg-Museum: Adalbertstraße 95a, Berlin-Kreuzberg
- Kronprinzenpalais (Neue Abteilung der Nationalgalerie Berlin im Kronprinzenpalais)
- Kulturforum Berlin
- Kunstgewerbemuseum
- das ehemalige Kunstgewerbemuseum Berlin (1881–1943) / heute als Martin-Gropius-Bau ein Ausstellungshaus
- Kunst- und Medienzentrum Adlershof – Galerie im alten Schulgebäude, Dörpfeldstraße 56, Adlershof
- Kupferstichkabinett (Sammlung der Zeichnungen und Druckgrafik)

L

- Labyrinth Kindermuseum Berlin: Osloer Straße 12, Berlin-Wedding
- Landesarchiv Berlin, Reinickendorf
- Lapidarium (Berlin)
- Leuchtenmuseum der Firma Semperlux, Motzener Straße 34, Marienfelde
- Liebermann-Villa

- Königliches Bau- und Verkehrsmuseum später Verkehrs- und Baumuseum (auch Lokomotivmuseum, von 1906 mit Unterbrechungen bis 1986)
- Luftwaffenmuseum der Bundeswehr
- Lumas Editions-galerie: Oranienburger Straße 1–3, Berlin-Mitte

M

- MACHmit! Museum für Kinder
- Madame Tussauds
- Märkisches Museum – Museum zur Geschichte Berlins
- Martin-Gropius-Bau, das ehemalige Kunstgewerbemuseum Berlin (1881–1943) ist ein Ausstellungshaus
- Gründerzeitmuseum im Gutshaus Mahlsdorf
- Mauermuseum
- Me Collectors Room Berlin
- Berliner Medizinhistorisches Museum (Charité)
- Mies-van-der-Rohe-Haus
- Militärgeschichtliches Museum Flugplatz Berlin-Gatow
- Mineralogisch-Petrografisches Museum der Humboldt-Universität (bis 2008; siehe Naturkundemuseum)
- Mitte Museum – Regionalgeschichtliches Museum für Mitte, Tiergarten, Wedding in Berlin
- Mori-Ôgai-Gedenkstätte
- 1. Berliner DDR-Motorradmuseum
- Mühlenmuseum / Historische Mühle von Sanssouci (Potsdam)
- Musée Sentimental
- Museen Dahlem
- Werkbundarchiv – Museum der Dinge
- Museum Barberini (Potsdam) – Kunstmuseum
- Museum Berggruen
- Museum der Stille
- Museum der unerhörten Dinge: Crellestraße 5/6, Schöneberg
- Museum Europäischer Kulturen
- Museum Fluxus Plus (Potsdam)
- Museum für Asiatische Kunst
- Museum für Fotografie

- Museum für Kommunikation
- Museum für Meereskunde
- Museum für Naturkunde
- Museum für Vor- und Frühgeschichte
- Museum im Wasserwerk Friedrichshagen
- Museum Kesselwerk Herzberge
- Museum Nikolaihaus und Museum Nikolaikirche
- Museum The Kennedys
- Museumsdorf Düppel
- Museumsinsel
- Museumszentrum Berlin-Dahlem
- Musikinstrumenten-Museum

N

- Marmoralpalais im Neuen Garten Potsdam
- Museum für Naturkunde
- Naturkundemuseum Potsdam (Tierwelt Brandenburgs)
- Naturwissenschaftliche Sammlung
- Neue Abteilung der Nationalgalerie Berlin im Kronprinzenpalais (1919–1937)
- Neues Museum
- Nicolaihaus
- Nikolaikirche (Museum)
- Erinnerungsstätte Notaufnahmehaus Marienfelde, Berlin-Tempelhof

O

- Villa Oppenheim
- Orangerieschloss, Park Sanssouci

P

- Panke Museum, Heimatmuseum
- Pankow Museum, Regionalgeschichtliches Museum für Pankow, Prenzlauer Berg und Weißensee Museumsverbund Pankow
- Pergamonmuseum
- KPM-Porzellansammlung des Landes Berlin im Belvedere von Schloss Charlottenburg
- Polizeihistorische Sammlung im Polizeipräsidium Berlin, Platz der Luftbrücke 6
- Potsdam Museum

- ehemaliges Prenzlauer Berg Museum, inzwischen Hauptstandort der Pankower Museumsinsel
- Puppentheater-Museum in Berlin-Neukölln

R

- Ramones Museum Berlin
- Rathaus Köpenick
- Schmiede am Richardplatz
- Rotkreuz-Museum Berlin
- Ruhmeshalle Berlin
- Deutsches Rundfunk-Museum

S

- Sammlung Berggruen (bis Februar 2004, danach Museum B.)
- Sammlungen des Berlinischen Gymnasiums zum Grauen Kloster (Streitsche Stiftung), Mitte
- Sammlung Industrielle Gestaltung in der Kulturbrauerei, Knaackstraße 97
- Sammlung Kindheit und Jugend, Mitte
- Sanssouci
- S-Bahn-Museum (S-Bahnunterwerk Griebnitzsee)
- Schinkelmuseum
- Schloss Britz
- Schloss Caputh, Schwielowsee
- Schloss Cecilienhof, Neuer Garten Potsdam
- Schloss Charlottenhof, Park Sanssouci/Potsdam
- Schloss Charlottenburg
- Schloss Friedrichsfelde
- Schloss Glienicke, Wannsee
- Schloss Schönhausen
- Kleines Schloss, Park Babelsberg
- Schloss Köpenick
- Schloss auf der Pfaueninsel, Berlin-Wannsee
- Schöneberg Museum (Jugendmuseum Schöneberg)
- Schloss Sanssouci
- Schriftmuseum Rudolf Blanckertz
- Schwartzsche Villa (Kulturamt Steglitz-Zehlendorf)
- Schwules Museum

- Science Center Spektrum als Teil des Technikmuseums, Berlin-Kreuzberg
- Shellhaus
- Spandovia Sacra: Museum der St. Nikolaigemeinde Spandau
- Spandow Galerie: Fischerstraße 28, Berlin-Spandau
- Sportmuseum Berlin
- Staatliche Museen:
 - Alte Nationalgalerie
 - Altes Museum (Antikensammlung)
 - (Antikensammlung) mit dem Zentralarchiv der Staatlichen Museen zu Berlin
 - Bode-Museum (Skulpturen-sammlung und Museum für Byzantinische Kunst und Münzkabinett)
 - Ethnologisches Museum
 - Friedrichswerdersche Kirche
 - Gemäldegalerie
 - Gipsformerei
 - Hamburger Bahnhof – Museum für Gegenwart
 - Staatliches Institut für Musikforschung (Musikinstrumenten-Museum)
 - Kunstbibliothek
 - Kunstgewerbemuseum Berlin
 - Kupferstichkabinett (Sammlung der Zeichnungen und Druckgraphik)
 - Museum Berggruen (bis Februar 2004 Sammlung Berggruen)
 - Museum Europäischer Kulturen
 - Museum für Asiatische Kunst
 - Museum für Fotografie/Helmut Newton Stiftung
 - Museum für Islamische Kunst
 - Museum für Vor- und Frühgeschichte
 - Neue Nationalgalerie
 - Neues Museum (Ägyptisches Museum und Papyrussammlung)
 - Pergamonmuseum (Vorderasiatisches Museum, Museum für Islamische Kunst)
 - Sammlung Scharf-Gerstenberg
 - Kunstgewerbemuseum Schloss Köpenick
 - Deutsches Spionagemuseum

- Topographie des Terrors (Gedenkstätte; vormals Hauptquartier der Gestapo), Berlin-Kreuzberg
- Zentraldepot der Staatlichen Museen in Köpenick-Friedrichshagen

- Stadtgeschichtliches Museum Spandau
- Stasimuseum (siehe Forschungs- und Gedenkstätte Normannenstraße)
- Informations- und Dokumentationszentrum für die Stasi-Unterlagen in Berlin (BStU)
- Stiftung Stadtmuseum Berlin
- Stiftung Topographie des Terrors

T

- Deutsches Technikmuseum Berlin
- Stiftung Topographie des Terrors
- U
- Berliner U-Bahn-Museum
- Berliner Unterwelten

V

- Das Verborgene Museum, gegründet 1986, Vorstellung der Lebenswerke von Künstlerinnen
- Verkehrsmuseum (Deutsches Technikmuseum)
- Königliches Bau- und Verkehrsmuseum später Verkehrs- und Baumuseum (auch Lokomotivmuseum, von 1906 mit Unterbrechungen bis 1986)
- Verkehr, siehe auch: U-Bahn, S-Bahn
- Villa Oppenheim (Berlin)
- ehemaliges Völkerkundemuseum (1885–1943; erbaut von Hermann Ende in der Königgrätzer Straße), ab 1829 die Ethnographische Sammlung bis 1856 und aktuell Nachfolgeinstitution Staatliches Ethnologisches Museum (Dahlem)
- Museum für Vor- und Frühgeschichte (Berlin)
- Vorderasiatisches Museum im Pergamonmuseum

W

- Gedenkstätte Wannsee-Konferenz, Villa Am Großen Wannsee 56–58
- Wäschereimuseum: Luisenstraße 23, Köpenick[12]
- Grünauer Wassersportmuseum
- Wasserwerk Friedrichshagen
- Weddinger Gerichtshöfe
- Werkbundarchiv – Museum der Dinge
- Aktives Museum Faschismus und Widerstand in Berlin
- Wilhelm-Foerster-Sternwarte

Z

- Zeughaus Berlin
- Heinrich-Zille-Museum, Probststraße 11, Mitte (Nikolaiviertel)
- Zitadelle Spandau (Berlin-Haselhorst)
- Zoologisches Museum der Humboldt-Universität (bis 2008; siehe Naturkundemuseum)
- Zucker-Museum (im Technikmuseum)

Checkliste Zielgruppenanalyse

Für die praktische Durchführung der Zielgruppenanalyse bietet folgende Checkliste einen guten ersten Einstieg.

1. Lässt sich die Zielgruppe nach soziodemographischen Merkmalen typisieren, wie z.B. Alter, Geschlecht, Einkommen, Familienstand, Familiengröße, Kinder?
2. Kann man die Zielgruppen psychologischen Merkmalen strukturieren? Dabei können folgende Unterfragen aus der „Lerntheorie“ abgeleitet werden:
 - o In welcher Bedürfniskategorie-Phase, nach der Maslow-Pyramide, befindet sich die Zielgruppe?
 - o Welche Antriebsbedingungen können zur Erhöhung des werblichen Lernerfolges in Frage kommen?
 - o Erhöhen positive Verstärkungen, z.B. Belohnungen den Lerneffekt?
 - o Kann man sogenannte Aha-Erlebnisse begünstigen?
 - o Ist es sinnvoll, besonders das Verständnis zu wecken, um die Speicherfähigkeit zu fördern?
 - o Ist es bei der Frage kommenden Zielgruppe und bei dem betreffenden Produkt erforderlich, während und nach dem Kauf „Dissonanzen“ zu vermeiden bzw. aufzubauen?
 - o Lässt sich Denken, Fühlen etc. der Zielgruppe charakterisieren?
3. Welche soziologischen Merkmale gelten als charakteristisch für die Zielgruppe? Folgende Unterfragen können daraus abgeleitet werden:
 - o Kann man von einer typischen Mitgliedsgruppe sprechen, und wie lässt sich die umschreiben?
 - o Welche Normen lassen sich in der Mitgliedsgruppe feststellen?
 - o Sind Rollenverteilungen erkennbar?
 - o Treten Meinungsführer auf?
 - o Erkennt man Nebengruppen, und wie lassen sie sich beschreiben?
 - o Gibt es Bezugsrahmen?
4. Wie ist die Ausstattung mit bestimmten, für unsere werblichen Problemstellungen, relevanten Konsumgütern?
5. Lassen sich typische Konsumgewohnheiten feststellen, die für unsere zu lösende werbliche Aufgabe interessant sind?
6. Wer ist Kaufentscheider? Wer ist der Käufer, wer ist Verwender des Produkts? Besteht Personenidentität oder fallen die auseinander?
7. Wie verhalten sich bei der Zielgruppe Bedürfnis und Bedarf zueinander? Welchen Stellenwert nimmt das Produkt in der Präferenzstruktur der Zielgruppe ein?
8. Lässt sich bei der Zielgruppe ein Markenbewusstsein bzw. Markentreue feststellen?
9. Welche Bedeutung spielen rationale Kaufgründe?
 - o Preis
10. o Wartung, Pflege, Kundendienst
11. o Qualität
12. o Verpackung, Sicherheit, etc.
13. Wann wird gekauft? Kaufgewohnheiten und ihre Schwankungen.
14. Wo wird gekauft? Geographische Absatzstruktur.
15. Welche regionalen Schwer- und Schwachpunkte des Absatzes sind bei bereits am Markt eingeführten Produkten festzustellen?
16. Welche Gründe kann man dafür nennen: Bewusste Schwerpunktbildung in der Vergangenheit oder andere Faktoren?
17. Welche Konsequenzen ergeben sich aus dieser räumlichen bzw. zeitlichen Analyse? Soll wieder in den Schwerpunkten geworben werden oder verstärkt in den Schwachpunkten?

Zeitungsartikel aus der „Berliner Woche“ vom 18. November 2017

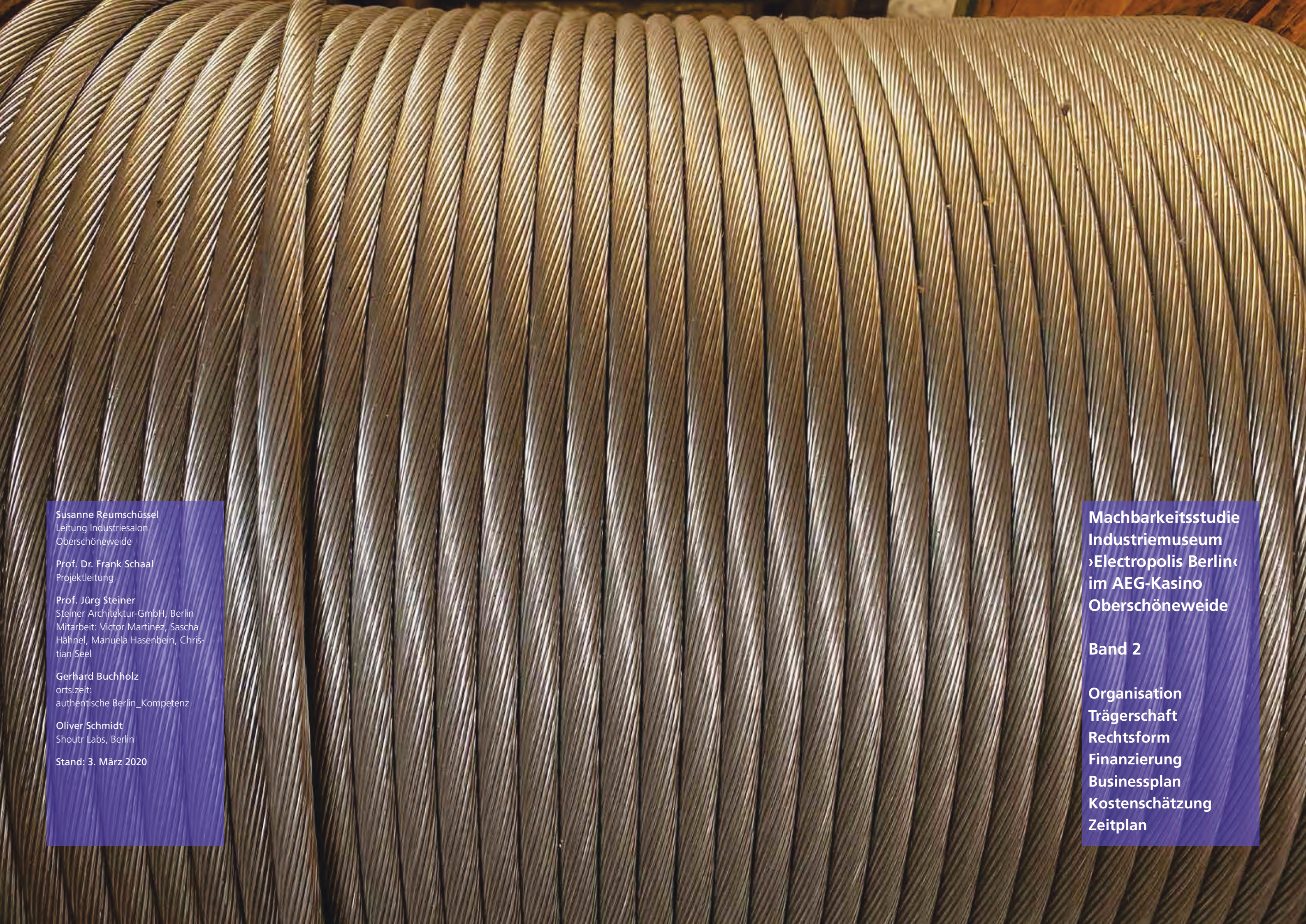
Öder Ort an der Spree: Oberschöneeweide: Bürger wollen den Platz am Kaisersteg aufwerten

von Ralf Drescher

Der Platz am Kaisersteg sollte eigentlich ein Anziehungspunkt im Areal rund um die Wilhelminenhofstraße werden. Daraus geworden ist eine zugige Fläche, über die Nutzer der nahen Fußgängerbrücke im Eilschritt laufen. „Damit wollen wir uns nicht länger abfinden und haben eine Anwohnerinitiative gegründet“, erzählt Renate Auer. Die Rentnerin ist vor ein paar Jahren hierhergezogen. Im Kiez gefällt es ihr, auf dem 2007 für 1,45 Millionen Euro hergerichteten Stadtplatz gefällt es ihr nicht. Gemeinsam mit Freunden hat sie die Bürgerinitiative „Politischer Marktplatz“ gegründet. Die graue, verwahrloste Betonwüste soll "ein sozialer und politischer Treffpunkt werden. Ein grüner Platz für Spiel und Sport, ein Ort zum Gespräch, auf dem lokale und internationale Themen der Politik und Verwaltung diskutiert werden und wo politische und kulturelle Veranstaltungen durchgeführt werden“, wünscht sich Renate Auer. Dafür setzen sie und ihre Mitstreiter auf Umgestaltung. Und dabei sind sie bereits auf ein Problem gestoßen. Auf eine entsprechende Anfrage von Abgeordnetenhausmitglied Katalin Gennburg (Die Linke) teilt die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen mit, dass für den Platz am Kaisersteg das lebenslange Urheberrecht der Architekten gilt. Somit könne er nur mit deren Einverständnis umgestaltet werden. „Familien sitzen mit Picknickkörben auf der Wiese, Kunstliebhaber strömen in die Schauhallen, Spaziergänger flanieren am Spreeufer entlang ...“ so beschrieb die Berliner Zeitung im März 2005 die vorgestellten Pläne für den Stadtplatz. Bürger durften zwar ihre Meinung sagen. Sie forderten eine hügelige Landschaft und mehr Grün. Im Siegerentwurf der Landschaftsarchitektin Ulrike Böhm kam das dann aber nicht mehr vor. Als der Platz im Dezember 2007 eingeweiht wurde, blickten die Anwohner auf eine große Fläche mit viel Stein, unbequemen Bänken und einigen wenigen Bäumen am Rand der Kranbahn.

Obwohl die Bürgerinitiative erst wenige Monate besteht, hat sie bereits einen Entwurf für einen neuen Stadtplatz vorgelegt. Darin kommen Hochbeete, Pflanzkästen, eine Toilette nebst Wickelraum, ein WLAN-Hotspot und sogar ein Trinkwasserbrunnen vor. Gedacht wurde sogar an eine kleine Bühne für politische Gespräche, eine Art Speakers Corner und einen Spielbereich mit Großfeldschach, Tischtennisplatte und Spielgeräten. „Wir müssen zuerst die Sache mit dem Urheberrecht klären und suchen Unterstützung von örtlichen Akteuren und Politikern. Anwohner sind ebenfalls als Mitstreiter willkommen“, sagt Renate Auer. Bei unserem Besuch Mitte November machte der Stadtplatz am Kaisersteg tatsächlich einen trostlosen Eindruck. Glasscherben, beschmierte Bänke, Müll und Unrat – ein Platz zum Flanieren ist hier ganz sicher nicht entstanden. Infos unter www.politischer-marktplatz.de

Quelle: https://www.berliner-woche.de/oberschoeneweide/c-bauen/oeder-ort-an-der-spree-oberschoeneweide-buerger-wollen-den-platz-am-kaisersteg-aufwerten_a137302



Susanne Reumschüssel
Leitung Industriesalon
Oberschöneweide

Prof. Dr. Frank Schaal
Projektleitung

Prof. Jürg Steiner
Steiner Architektur-GmbH, Berlin
Mitarbeit: Victor Martinez, Sascha
Hähnel, Manuela Hasenbein, Chris-
tian Seel

Gerhard Buchholz
orts.zeit:
authentische Berlin_Kompetenz

Oliver Schmidt
Shoutr Labs, Berlin

Stand: 3. März 2020

Machbarkeitsstudie
Industriemuseum
›Electropolis Berlin‹
im AEG-Kasino
Oberschöneweide

Band 2

Organisation
Trägerschaft
Rechtsform
Finanzierung
Businessplan
Kostenschätzung
Zeitplan

Auftraggeber:

Industriesalon Schöneweide e.V.
Reinbeckstr. 9
12459 Berlin-Oberschöneweide
Telefon: 030 53 00 70 42
Internet: www.industriesalon.de
E-Mail: info@industriesalon.de

Auftragnehmer für die ARGE:

Prof. Jürg Steiner, Architekt BDA
Steiner Architektur-GmbH
Heerstraße 97
14055 Berlin
Telefon: 030 8 83 99 88
Internet: www.steiner.archi
E-Mail: info@steiner.archi

Projektleitung:

Prof. Dr. Frank Schaal
Tourismusberatung Schaal
Schillerpromenade 2
12049 Berlin
Telefon mobil: 0170 2 82 85 24
Telefon Festnetz: 030 62 00 13 77
Internet: www.opentourconsulting.de
E-Mail: frank.schaal@outlook.de

Mitwirkende:

Gerhard Buchholz
orts.zeit: authentische Berlin-Kompetenz
Nicolaistraße 19
12247 Berlin
Telefon: 0163 771 39 88
E-Mail: orts.zeit@berlin.de

Oliver Schmidt
shoutr labs UG
Niemetzstraße 47–49
12055 Berlin
Telefon: 030 5 55 79 45 65
Internet: shoutrlabs.com
e-Mail: os@shoutrlabs.com

Besonderer Dank:

Ohne die tatkräftige Unterstützung von
Susanne Reumschüssel,
der Leiterin des Industriesalons, wäre die Erstellung
der Studie in dieser Form nicht möglich gewesen.

Vorwort

Die ARGE Steiner wurde damit beauftragt, eine Machbarkeitsstudie für ein Industriemuseum mit Schwerpunkt Kabeltechnik in Oberschöneweide zu erstellen. Die ARGE Steiner ist ein Projekt-Zusammenschluss aus Unternehmen und Freiberuflern, die Kernkompetenzen im Bereich Museumsanalyse, Museumstechnik, Tourismusberatung, Strukturanalyse besitzen. Das vorliegende Projekt wurde auf einen Projektzeitraum von September 2019 bis Februar 2020 festgelegt. Inhaltlich wird es in vier Teile auf gegliedert, die sich auf vier Dokumentationsbände aufteilen.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
2	Organisation des Museums	4
2.1	Grundlagen für die Organisation des Museums	4
2.2	Potenzielle Organisationsformen für operative Trägerschaft des neu zu planendem Museum „Electropolis Berlin“	4
2.2.1	Übersicht	4
2.2.2	Potenzieller Träger 1: Stiftung Stadtmuseen Berlin	5
2.2.3	Potenzieller Träger 2: Industriesalon Schöneweide e.V.	6
2.2.4	Potenzieller Träger 3: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin	7
2.2.5	Potenzieller Träger 4: Bezirksamt Treptow-Köpenick	9
2.2.6	Potenzieller Träger 5: Berliner Zentrum Industriekultur (BZI)	11
2.2.7	Weitere Organisationsmöglichkeiten ohne bestehende Organisationsformen	12
2.2.7.1	Version Förderverein	12
2.2.7.2	Privater Träger in öffentlichem Auftrag	14
2.2.7.3	Gründung einer Stiftung für Industriekultur in Berlin	15
2.3	Ergänzende Expertenbefragung	17
2.3.1	Ergebnisse des Expertengesprächs mit Frau Dr. Patricia Rahemipour	17
2.3.2	Ergebnisse des Expertengesprächs mit Herrn Dr. Peter Strunk (WISTA)	18
2.3.3	Ergebnis des Expertengesprächs bei der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe vom 16.12.2019	19
2.4	Übersicht Analyse der bestehenden potenziellen Projektträger	20
3	Modelle der Umsetzbarkeit	21
3.1	Übersicht der Modelle	21
3.2	Modell A	21
3.3	Modell B	22
3.4	Modell C	22
3.5	Modell D	23
3.6	Stärken-Schwächen-Analyse der Modelle	23
4	Personal für das Museum	27
4.1	Qualifiziertes Personal	27
4.2	Personalbedarf	28
5	Ansätze für den Aufbau eines Leitbildes	29
6	Prognose Wirtschaftsplan	32
7	Zwischenfazit	37
8	Kostenschätzung nach Bauteilen (DIN 276-1:2006-11)	38
9	Zeit- und Ablaufplan	49
10	Literatur	50
11	Anhang	51

Dokumentationsbände

Band 1:

- Rahmenbedingungen
- Standortanalyse
- Marktanalyse
- Marketing

Band 2:

- Organisation
- Trägerschaft
- Rechtsform
- Finanzierung
- Businessplan
- Kostenschätzung
- Zeitplan

Band 3:

- Architektur
- Raumbuch
- Szenografie

Band 4:

- Digitale Technologien
- Beispielhafte „Visitor Journey“
- Exponate und Themen
- Erste mögliche Ausstellung

1 Einleitung

Der folgende Band 2 der Machbarkeitsstudie der ARGE Steiner befasst sich mit rechtlichen, organisatorischen und finanziellen Aspekten (ohne Investitionen) des „Electropolis Berlin“. Die Analyse basiert auf einer umfangreichen Untersuchung der themenrelevanten Rahmenbedingungen und auf einer Reihe von geführten Expertengesprächen, die maßgeblich dazu beitrugen, die im Schwerpunkt Organisation befindlichen Themenfelder zu klären. Die Ergebnisse werden im Einzelnen dargestellt.

Die vorgeschlagenen Modelle wurden auf Plausibilität geprüft und anschließend bewertet. Die Ergebnisse werden in einer Stärken-Schwächen-Analyse dargestellt. Im Fokus stehen neben der inhaltlichen Bewertung auch mögliche Szenarien, wie z.B. ein Normalverlaufsszenario, ein Best-Case-Szenario sowie ein Worst-Case-Szenario, die eine potenzielle Entwicklung im Vergleich darstellen.

Um die Rahmenbedingungen, die für die Entscheidungsfindung maßgeblich sind, auch inhaltlich zu beleuchten, werden diese zunächst in den Grundlagen der Organisation vorgestellt.

2 Organisation des Museums

2.1 Grundlagen für die Organisation des Museums

Die Bestimmung des Trägers und der Organisationsform des geplanten „Electropolis Berlin“ ist für den Betrieb und den Erfolg des Museums von zentraler Bedeutung. Im Rahmen dieser Studie soll geklärt werden, wie das Museum zukünftig zu führen ist. Die Trägerschaft stellt damit eine Meta-Ebene dar, die geklärt sein muss, bevor Bauarbeiten im Gebäude stattfinden. Der Träger gewährleistet die Finanzierung von „Electropolis Berlin“, die den dauerhaften Betrieb des Museums ermöglicht. Letztlich ist sie die Grundvoraussetzung für alles weitere Handeln nach Abschluss der Machbarkeitsstudie.

Generell muss bei der Trägerschaft in zwei Bereiche unterschieden werden:

1. Bauliche Trägerschaft
2. Operative Trägerschaft

Die bauliche Trägerschaft ist im Vorfeld geregelt. Sie liegt beim Bezirksamt Treptow-Köpenick. Dies bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass das Bezirksamt zukünftig die operative Trägerschaft übernimmt.

In diesem Sinne werden im Folgenden potenzielle Organisationen für die operative Trägerschaft dargestellt. Sie werden im Rahmen einer SWOT-Analyse vergleichend dargestellt. Hieraus wird hervorgehen, welche Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken bei den jeweils untersuchten Einheiten bestehen.

2.2 Potenzielle Organisationsformen für operative Trägerschaft des neu zu planenden Museums „Electropolis Berlin“

2.2.1 Übersicht

Die rechtliche Absicherung der Trägerschaft gewährleistet die Kontinuität des Museums und seiner Arbeit. Basis hierfür sind stabile politische und gesellschaftliche Beschlüsse, die Grundsätze für den dauerhaften Betrieb des Museums enthalten.

Beispiele für geeignete Rechtsformen laut der Empfehlungen des Museumsbunds sind*:

- Museen als unselbstständige Einrichtungen des Bundes, der Länder oder der Kommunen
- Museen als unselbstständige Einrichtungen der Kirchen und anderer Körperschaften des öffentlichen Rechts

- Museen als Aufgabe von Zweckverbänden sowie von Anstalten oder Stiftungen des öffentlichen Rechts
- Museen als Zweckbetriebe gemeinnütziger Vereine oder Stiftungen bürgerlichen Rechts
- Museen als unselbstständige Einrichtungen von Wirtschaftsunternehmen, sofern diese den dauerhaften Erhalt des Museums garantieren
- Museen in sonstigem Privateigentum, sofern rechtsverbindliche schriftlich formulierte Willenserklärungen einen dauerhaften musealen Zweck bestimmen

Im Rahmen der Operationalisierung der Machbarkeitsstudie wurden nach Ablauf der SWOT-Analyse (Stärken-Schwächen-Analyse) die potenziellen Träger angesprochen und die zentrale Zielrichtung des Museums vorgestellt.

Als potenzielle Träger wurden seitens der ARGE Steiner in Kooperation mit dem Industriesalon Schöneeweide folgende bestehende Organisationen ermittelt:

1. Stiftung Stadtmuseen Berlin
2. Industriesalon Schöneeweide e.V.
3. Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin
4. Bezirksamt Treptow-Köpenick
5. BZI, Berliner Zentrum Industriekultur

Zusätzlich muss geprüft werden, ob eine neuzugründende Organisation als Träger in Frage kommt. Die potenziellen Träger bestehender Organisationen werden nun kurz vorgestellt.

2.2.2 Potenzieller Träger 1: Stiftung Stadtmuseen Berlin

Die Stiftung Stadtmuseum Berlin (Landesmuseum für Kultur und Geschichte Berlins) betreibt in Berlin mehrere landeskundliche und historische Museen. Sie ist eine Stiftung des Öffentlichen Rechts und wurde am 23. Juni 1995 durch ein Landesgesetz errichtet. Die Stiftung versammelt öffentliche und private, bis dahin von Fördervereinen getragene, Museen zur Stadt- und Kulturgeschichte unter ihrem Dach.

Zur Stiftung gehören folgende Museen:

- Märkisches Museum
- Museum Ephraim-Palais
- Museum Nikolaikirche
- Museum Knoblauchhaus
- Museumsdorf Düppel
- Die Berlin-Ausstellung im Humboldt Forum (voraussichtlich ab 2020)

Die Stiftung benennt ihren Auftrag wie folgt:

„Die Stiftung hat die gemeinnützige Aufgabe, Kunstwerke und sonstige Kulturgüter zur Kultur und Geschichte Berlins zu sammeln, zu bewahren, zu pflegen, zu erforschen, in ständigen Schausammlungen sowie in Wechselausstellungen in museumsüblichem Umfang der Öffentlichkeit zugänglich zu machen und die Auswertung der Bestände für die Wissenschaft und die Volksbildung zu ermöglichen.“**

Die Arbeit der Stiftung Stadtmuseum Berlin gliedert sich neben den genannten fünf Museen plus Berlin-Ausstellung im Humboldt-Forum in die Direktion, Projekt- und Fachteams. Insgesamt beschäftigt die Stiftung über 275 Mitarbeiter. Organe der Stiftung sind der Vorstand und der Stiftungsrat. Fachbeiräte begleiten die Museumsarbeit. Unter dem Dach der Stiftung Stadtmuseum Berlin sind mehrere unselbstständige Stiftungen beheimatet. Das Stadtmuseum Berlin betreut diese Stiftungen im Zusammenwirken mit deren Kuratorien.

* Vgl. <https://www.museumbund.de/wp-content/uploads/2017/03/standards-fuer-museen-2006-1.pdf>, S.8

** Quelle: <https://www.stadtmuseum.de/ueber-uns>

Auch Freunde und Förderer unterstützen die Arbeit des Stadtmuseums Berlin: Neben den Freunden und Förderern des Stadtmuseums Berlin e. V. und dem Förderkreis Museumsdorf Düppel e.V. sind noch drei weitere Vereine über die Museumsstandorte oder Sammlungsbereiche mit dem Stadtmuseum Berlin verbunden. Das Stadtmuseum Berlin ist seit seiner Gründung 1874 ein Ort bürgerschaftlichen Engagements, dessen Sammlungen ganz überwiegend aus Schenkungen der Berliner hervorgegangen sind. Darunter befinden sich herausragende Nachlässe, die teils als unselbstständige Stiftungen treuhänderisch von der Stiftung Stadtmuseum Berlin verwaltet werden. Darüber hinaus gibt es selbstständige Stiftungen, die die Arbeit des Stadtmuseums partiell fördern.*

Die Stiftung Stadtmuseum Berlin ist die Alleingesellschafterin der Stadtmuseum Berlin GmbH, die Service-Leistungen für Museen und die Öffentlichkeit anbietet.

Die Vision der Stiftung für kurz-, mittel und langfristige Planungen lautet wie folgt:

„Unter dem Namen Stiftung Stadtmuseum Berlin sind bislang alle fünf Museen sowie alle übergreifenden Aktivitäten und die Kommunikation gebündelt. Welche Häuser mit welchem Profil dazu gehören, ist der Öffentlichkeit trotz der über 20-jährigen Geschichte der Stiftung kaum bekannt. Daher soll das Stadtmuseum Berlin künftig nur noch intern, in Angelegenheiten der Förderung und Verwaltung sowie bei offiziellen Auftritten im Vordergrund stehen. Teil dieser Neuausrichtung ist es, stattdessen die einzelnen Standorte (weiter) zu entwickeln und ihr Profil zu schärfen. Jedes Museum soll eine unverwechselbare Identität erhalten, bekannt werden und sich positiv in der Öffentlichkeit verankern.“**

Name, Adresse und Kontakt:

Stiftung Stadtmuseum Berlin - Landesmuseum für Kultur und Geschichte Berlins
Stiftung öffentlichen Rechts
Paul Spies
Vorstand und Direktor des Stadtmuseums Berlin und Chef-Kurator des Landes Berlin im Humboldt Forum
Poststraße 13-14
10178 Berlin
Telefon: 030-24002 150
Fax: 030-24002 187
Website: <https://www.stadtmuseum.de>

Ergebnis des Expertengesprächs bei der Stiftung Stadtmuseum vom 18.12.2019

Am Gespräch nahmen teil:

- Paul Spieß
- Gerhard Buchholz

Ergebnis:

Herr Spieß teilt mit, dass eine Übernahme des „Electropolis Berlin“ nicht in Frage kommt.

2.2.3 Potenzieller Träger 2: Industriesalon Schöneweide e.V.

Der Industriesalon Schöneweide hat es sich zur Aufgabe gestellt, die bedeutende Industriekultur von Schöneweide vor Ort sichtbar zu machen und den Standort damit langfristig zu stärken. Technik, Geschichte, Gespräche, persönliche Erinnerungen und Musik miteinander zu verbinden ist Kernstück des Industriesalons, der damit ein Ort der Begegnung und Vermittlung ist. Der Industrie-

salon befindet sich in einer ehemaligen Lagerhalle auf dem Industriegelände an der Reinbeckstraße in Oberschöneweide. In der etwa 600 m² großen Halle befand sich bis zu DDR-Zeiten die Vorwerkstatt des Transformatorenwerkes Oberschöneweide (TRO). Im Haus befindet sich auch ein Besucherzentrum. Es bietet einen Überblick über die Entwicklung des Industriegebiets Schöneweide und über interessante Angebote in der Umgebung, wodurch auch in gewisser Weise die Teilfunktion einer Tourist-Information bedient wird. Das Gebäude befindet sich in räumlicher Nähe zum Untersuchungsobjekt (Entfernung etwa 500 m).

Getragen wird das Projekt vom Verein Industriesalon Schöneweide e.V., der sich im Juni 2009 gegründet hat. Der Industriesalon Schöneweide ist eine eingetragene Körperschaft und besitzt die Gemeinnützigkeit (letzter Freistellungsbescheid Finanzamt für Körperschaften 1 vom 29.12.15).

Der Verein beschäftigt ein Personenäquivalent von 1,5 Arbeitskräften und ist analog dieser Kennziffer auch unterfinanziert.

Name, Adresse und Kontakt:

Industriesalon Schöneweide e.V.
Reinbeckstr. 9
12459 Berlin-Oberschöneweide
Ansprechpartnerin: Susanne Reumschüssel
Telefon: 030-53 00 70 42
mobil.: 0178-3 47 84 73
Website: <http://www.industriesalon.de>

Ergebnis des Expertengesprächs beim Industriesalon vom 07.11.2019

Das Gespräch fand anlässlich eines Ortstermins im Industriesalon statt. Ansprechpartnerin war Susanne Reumschüssel. Der Industriesalon e.V., vertreten durch Frau Reumschüssel, kann sich vorstellen Organisation und den Betrieb des Electropolis Berlin zu übernehmen. Dafür müssen jedoch im Vorfeld die finanziellen und rechtlichen Grundlagen für den Betrieb geklärt werden und eine entsprechende Finanzierung durch den Bezirk Treptow-Köpenick bzw. das Land Berlin gewährleistet sein.

2.2.4 Potenzieller Träger 3: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin

Das 1982 gegründete Deutsche Technikmuseum stellt eines der am besten besuchten Museen Berlins dar und steht in der Tradition zahlreicher technikhistorischer Sammlungen, die bis zum Zweiten Weltkrieg in Berlin beheimatet waren. Das Museum steht auf dem Gelände des ehemaligen Anhalter Güterbahnhofs im Stadtteil Kreuzberg am Halleschen Ufer. Es besitzt eine Ausstellungsfläche von ca. 25.000 m². Hier befinden sich unter anderem Ausstellungen zu Kommunikations-, Produktions-, Energie- und Verkehrstechniken. Dem Museum angegliedert sind eine Bibliothek und ein Historisches Archiv. Auf einer Fläche von 1.600 Quadratmetern besteht eine Dauerausstellung zum Thema „Das Netz. Menschen, Kabel, Datenströme“. Die Dauerausstellung ist ein ausgezeichnete Ort im Land der Ideen 2015 und Bundessieger in der Kategorie „Kultur“. Die Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin zählt zu den führenden europäischen Technikmuseen.***

Träger des Museums ist die ist die Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin. Sie ist eine landesunmittelbare rechtsfähige Stiftung des öffentlichen Rechts und besteht seit 2001. Der gemeinnützige Verein „Freunde und Förderer des Deutschen Technikmuseums Berlin e.V.“ unterstützt seit über 25 Jahren das Deutsche Technikmuseum Berlin durch Erwerbungen und vielseitige Aktivitäten museumsbezogener Art. Der Verein zählt derzeit über 1.000 Mitglieder. Der verantwortliche Stiftungsrat wurde im März 2016 vom Senat von Berlin berufen. Stiftungsratsvorsitzender ist Dr. Klaus Lederer, Senator für Kultur und Europa.

* <https://www.stadtmuseum.de/unselbststaendige-und-selbststaendige-stiftungen>

** <https://www.stadtmuseum.de/aktuelles/paul-spies-stellt-zukunftsstrategie-fuer-das-stadtmuseum-berlin-vor>

*** <https://sdtb.de/stiftung/zahlen-und-fakten/>

Primäres Ziel der Stiftung laut eigener Angaben: „Die Stiftung hat die Aufgabe, Zeugnisse und weitere Realien (insbesondere Dokumente, Kunstwerke, Archivalien, Bücher und Gegenstände zur Alltagskultur) der Kulturgeschichte der Technik und der damit verbundenen Wissenschaften zu sammeln, zu bewahren, zu pflegen, zu erforschen, in ständigen Schausammlungen sowie in Wechselausstellungen in museumsüblichem Umfang der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, in ihren Bezügen zu erläutern sowie wissenschaftliche und technologische Grundlagen einsichtig zu machen und die Auswertung der Bestände für die Wissenschaft und die Volksbildung zu ermöglichen. Darüber hinaus hat sie die Aufgabe, die Astronomie und die angrenzenden Naturwissenschaften in ihren Erkenntnissen, ihren Methoden und ihrer Geschichte zu vermitteln und ihren kulturhistorischen Hintergrund zu verdeutlichen.“*

Die Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin (SDTB) umfasst drei Institutionen am Standort Kreuzberg**:

1) das **Deutsche Technikmuseum** mit 26.500 m² Ausstellungsfläche (und jährlich zwischen 600.000 und 700.000 Besuchern)

2) das **Science Center Spectrum** (Ausstellungsfläche 1.400 m²)

3) das **Zucker-Museum** (Das Zuckermuseum war bis November 2012 im Wedding angesiedelt, ist seit 01. 11. 1995 dem Technikmuseum angegliedert. Als neuer Standort der modernisierten Ausstellung wurde seit Ende 2015 das Deutsche Technikmuseum in Kreuzberg in der Trebbiner Straße gewählt, der alte Standort wurde aufgegeben.)

Die Stiftung hält fest: „Auf dem stark konkurrierenden Bildungs-, Freizeit- und Unterhaltungsmarkt nimmt sie aufgrund ihres besucherorientierten und lebensnahen Profils unangefochten einen vorderen Platz ein. Ihre Angebote haben bildungspolitisch einen hohen Stellenwert. Erfolg und Besonderheit der Stiftung beruhen wesentlich auf ihrer ungewöhnlichen Grundphilosophie, die sie deutlich von anderen Institutionen ähnlicher Thematik abhebt: Der Bezugsrahmen der musealen Arbeit ist die Menschheitsgeschichte, ohne die die Wissenschafts- und Technikgeschichte nicht verstehbar ist. Demzufolge wird die Geschichte der Technik und der Wissenschaften in einem vielfältigen Beziehungsnetz erforscht, dokumentiert und ausgestellt. Die Stiftung verfügt dazu über hervorragende Voraussetzungen, da sich unter ihrem Dach sowohl ‚klassische‘ museale Sammlungen als auch ein innovatives Science Center befinden.“***

Die Stiftung hat große Zukunftspläne, die sich bereits in der Realisierungsphase befinden: Das Technoversum - Das Museum der Zukunft. Die langfristige Planung des Technikmuseums sieht die komplette Nutzung des Areals Anhalter Güterbahnhof für neue Themen und Ausstellungen vor. Dafür wird eine Nutzfläche von ca. 25.000 m² benötigt, die durch Umbauten der vorhandenen Substanz und Neubauten geschaffen werden soll. Der Bearbeitungszeitraum des Technoversums ist für 2009 bis 2020 angesetzt.

Operative Unterstützung erhält die Stiftung seit 2003 durch die T&M Technik und Museum Marketing GmbH (T&M) im Bereich Besucherservice und Wachschatz für die Häuser der Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin. Die T&M GmbH ist eine hundertprozentige Tochter der Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin und ist eine reine Dienstleistungsgesellschaft. Gemeinsames Ziel der beiden Organisationen ist es, den Besuchern des Museums und des Spectrums einen qualitativ hochwertigen, freundlichen und aufgeschlossenen Besucherservice zu bieten.****

* <https://sdtb.de/stiftung/rechtliche-grundlagen/>

** <https://sdtb.de/stiftung/zahlen-und-fakten/>

*** <https://sdtb.de/stiftung/zahlen-und-fakten/>

**** <https://sdtb.de/stiftung/tm-gmbh/>

Name, Adresse und Kontakt:

Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin
Direktor Prof. Dr. Dirk Böndel / stellv. Direktor Prof. Joseph Hoppe
Trebbiner Straße 9
10963 Berlin
Telefon: 030 / 90 254 0
E-Mail: info@sdtb.de
Website: <https://sdtb.de/technikmuseum/startseite/>

Ergebnis des Expertengesprächs bei der Stiftung Deutsches Technikmuseum vom 19.12.2019

Am Gespräch nahmen teil:

- Prof. Joseph Hoppe
- Nico Kupfer
- Prof. Jürg Steiner
- Prof. Dr. Frank Schaal
- Gerhard Buchholz

Das Gespräch fand im Technikmuseum statt. Prof. Hoppe sieht das Projekt, so wie es von der ARGE Steiner dargestellt wurde, eher kritisch. Die Kritik bezieht sich dabei auf mehrere Ebenen. Zum einen moniert Herr Prof. Hoppe, dass durch die Tatsache, dass das Haus in der Wilhelminenhofstraße sich nicht in staatlichem Eigentum befinden wird, sondern weiterhin Eigentum von Herrn Wilms bleiben wird, ein ernsthaftes Problem und zudem dadurch einen definitiven Ausschlussfaktor für die Betreiberschaft durch das Technikmuseum. Zudem sieht Herr Prof. Hoppe den Standort als sehr grenzwertig, weil er für Touristen sehr schwer vom Innenstadtbereich erreichbar ist. Seiner Aussage zufolge hat das Technikmuseum bislang keine guten Erfahrungen mit Dependancen gemacht (siehe Zuckermuseum).

Das Technikmuseum verfügt über die größte AEG-Produktions-Sammlung sowie über zahlreiche Exponate aus dem KWO. Er sieht daraus folgend starke Überschneidungen mit dem Technikmuseum und dem neuen Projekt Electropolis Berlin und folglich auch eine gewisse Art von Konkurrenz. Zudem sei die von der ARGE Steiner dargestellte Positionierung sei zu unklar. Wofür stehe das Museum letztlich?

Aufgrund der im Sommer anstehenden organisatorischen Veränderungen im Technikmuseum (die Direktion wird auf andere Personen übertragen) seien zudem in den nächsten Jahren keine organisatorischen Potenziale mehr frei, um ein Dependancemuseum zu führen. Gleichzeitig schlug Herr Prof. Hoppe vor, die Grundkonzeption des Museums abzuwandeln und generell mehr in Richtung „Arbeitswelt in der DDR-Industrie“ oder „Jüdische Großindustrie“ zu gehen. Die ARGE Steiner bescheinigt diesen Ausrichtungen einen positiven Aspekt für die Entwicklung des Hauses.

Fazit: Bei den gegebenen Rahmenbedingungen sieht sich das Technikmuseum nicht in der Lage die Organisation und den Betrieb des Electropolis Berlin zu übernehmen.

2.2.5 Potenzieller Träger 4: Bezirksamt Treptow-Köpenick

Das Bezirksamt Treptow-Köpenick wird geleitet von Bürgermeister Oliver Igel. Als beauftragende Organisation der hier vorliegenden Machbarkeitsstudie bedarf es keiner weiteren Vorstellung. Das Bezirksamt hat mehrere Museen in seiner Leitung. Seit August 2019 hat Frau Agathe Conradi die Leitung der Museen Treptow-Köpenick übernommen.

„Die dem Amt für Weiterbildung und Kultur zugehörigen Museen Treptow-Köpenick arbeiten an vier, sehr unterschiedlichen Standorten im Bezirk: Das Museum Köpenick am Alten Markt beherbergt die Dauerausstellung zur Geschichte Köpenicks sowie das stadtgeschichtliche Depot, das Archiv und die Präsenzbibliothek. Im Museum Treptow in Johannisthal ist die Dauerausstellung zur Geschichte Treptows zu sehen, 2017 erweitert durch die Ausstellung „zurückGESCHAUT“ zur Ersten Deutschen Kolonialausstellung 1896. Beide Museen zeigen außerdem Sonderausstellungen zu lokal und kulturgeschichtlich relevanten Themen. Die „Gedenkstätte Köpenicker Blutwoche“ dokumentiert das als „Köpenicker Blutwoche“ bekannte historische Ereignis der öffentlichen Gewalt in Berlin-Köpenick. Im berühmten Köpenicker Rathaus ist die 2016 vollständig erneuerte Ausstellung zum Hauptmann von Köpenick am Originalschauplatz zu besuchen. Nicht nur angesichts der Themenvielfalt der facettenreichen Bezirksgeschichte und Gedenkkultur von Treptow-Köpenick warten anspruchsvolle Aufgaben auf die neue Leiterin: die Bezirksgeschichte soll nicht nur weiter erforscht werden, sondern neue, moderne und partizipative Vermittlungsformen für eine breite Zielgruppe entwickelt und den Menschen nahegebracht werden. So sollen die Museen Treptow-Köpenick in Zukunft als moderne Orte des Bewahrens, Forschens und nicht zuletzt des historischen Lernens und der Kommunikation im Bezirk und darüber hinaus entwickelt werden.“*

Name, Adresse und Kontakt:

Bezirksamt Treptow-Köpenick
Abteilung Weiterbildung, Schule, Kultur und Sport
Frau Cornelia Flader
12414 Berlin
Telefon: 030- 90297-4271
Dienstsitz: Joseph-Schmidt-Musikschule (Standort Adlershof)
Hans-Schmidt-Straße 6/8
12489 Berlin
Website: <https://www.berlin.de/ba-treptow-koepenick/politik-und-verwaltung/bezirksamt/flader/artikel.531603.php>

Ergebnisse der Expertengespräche beim Bezirk Treptow-Köpenick

Ein erstes Gespräch fand am 02.12.2019 statt. Am Gespräch nahmen teil:

- Susanne Reumschüssel
- Agathe Conradi

Ergebnis 1:

Frau Reumschüssel teilt am 02.12.2019 per Mail mit: „Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass Frau Conradi keinerlei Möglichkeiten sieht, ein weiteres Museum zukünftig in ihren Kompetenzbereich übernehmen zu können. Allerdings ist sie auch nicht kompetent, diese Entscheidung zu fällen – das wäre letztlich nur der Bürgermeister. Sie muss die Hierarchie (auch bei Fragen und jeder Form der Kommunikation) im Bezirksamt strikt einhalten. Ihre nächste Ansprechpartnerin ist Frau Indetzki – die wiederum der Stadträtin Frau Flader untersteht – die wiederum den Kontakt zum Bürgermeister aufnehmen könnte. (Wir hingegen können den Bürgermeister direkt kontaktieren). Frau Conradi ist aktuell auf der Suche nach einem neuen Museumsstandort für das jetzige Museum Johannistal samt Depot. Sie könnte sich theoretisch vorstellen, mit einzuziehen in die Kantine.“

Ein zweites Gespräch fand am 09.12.2019 telefonisch statt. Am Gespräch nahmen teil:

- Agathe Conradi
- Prof. Dr. Frank Schaal

* <https://www.berlin.de/ba-treptow-koepenick/aktuelles/pressemitteilungen/2019/pressemitteilung.836593.php>

Ergebnis 2:

Auch aus diesem Gespräch ging hervor, dass die Möglichkeiten für eine Betreuung des Museums mit den bestehenden Rahmenbedingungen nicht machbar seien. Frau Conradi erläutert, dass bereits eine starke Arbeitsbelastung vorhanden ist, die eine Betreuung des Museums unmöglich mache, falls es nicht zu massiven Einstellungen von Personal über den Bezirk komme. Prof. Dr. Schaal unterstützt dort ihre Meinung und versichert, dies im Konzept so festzuhalten.

Fazit: Bei den gegebenen Rahmenbedingungen sieht sich Frau Conradi nicht in der Lage die Organisation und den Betrieb des Electropolis Berlin zu übernehmen. Sollten sich die Rahmenbedingungen ändern, so wäre eine Übernahme gegebenenfalls machbar.

2.2.6 Potenzieller Träger 5: Berliner Zentrum Industriekultur (BZI)

Das Berliner Zentrum Industriekultur (BZI) ist eine wissenschaftliche Einrichtung an der HTW Berlin in Kooperation mit der Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin. Das BZI hat sich in den vergangenen Jahren als Kommunikator, Initiator und Vermittler etabliert. Primäres Ziel des BZI ist die Vernetzung der zahlreichen lokalen und regionalen Akteure, wie z.B. Denkmal-Verantwortliche, Museen, Archive, Hochschulen, kleine Einrichtungen, Eigentümer und Bezirksverwaltungen. Forschungsprojekte und Vermittlungsformate, die die Berliner Industriekultur beleuchten, stehen im Fokus des BZI. Das BZI betreibt gegenwärtig kein Museum.

Name, Adresse und Kontakt:

Prof. Dr. Dorothee Haffner
Leiterin des Berliner Zentrums Industriekultur
HTW Berlin | FB 5 | Museumskunde
Wilhelminenhofstr. 75A
12459 Berlin
Telefon: 030/5019-4301
E-Mail: dorothee.haffner@htw-berlin.de

Am Gespräch nahmen teil:

- Prof. Dr. Dorothee Haffner
- Prof. Dr. Susanne Kähler
- Katharina Hornscheid
- Anja Liebau
- Prof. Dr. Frank Schaal

Ergebnis des Expertengesprächs beim BZI vom 25.11.2019

Das Gespräch fand an der HTW statt. In diesem Gespräch wurden verschiedene Themen angesprochen, die einen Bezug zum geplanten Museum haben. Das zentrale Thema war die Grundausrichtung und die Organisation des Museums.

Aus diesem Gespräch ging klar hervor, dass das BZI als Träger für das Museum ausscheidet. Eine Trägerschaft ist weder technisch für das BZI machbar noch im Portfolio der Organisation verankert. Damit wird diese Option nicht zum Tragen kommen. Andererseits hat das BZI angeboten, sich im Rahmen unterschiedlicher Studierendenprojekte an der Planung und Umsetzung des Museums zu beteiligen. Dies gilt insbesondere für die finale Konzeption des Museums. Im Rahmen des Gesprächs wurde deutlich, welche Position das BZI zum Projekt einnimmt. Diese wird hier kurz erläutert. Im Sinne des BZI sollte das Museum zu der zentralen Anlaufstelle für Berliner Industriekultur werden. Das bedeutet, der Schwerpunkt des Museums liegt auf der Bedeutung der ganzen Stadt Berlin in Sachen Industrie und Entwicklung Berliner Industrieprodukte. Damit nimmt das BZI einen sehr weit gefassten Standpunkt für das Projekt ein, der es ermög-

licht, einen hohen Zuspruch von potenziellen Gästen zu erhalten, da die Spezialisierung des Projekts auf das Thema Kabel nach Aussage des BZI zu eng gefasst ist und deshalb nur wenige Besucher mit speziellem Interesse anspricht.

Das BZI befürwortet damit den Standpunkt, das Museum als Zentrum der Berliner Industriekultur zu konzipieren und auszubauen. Um das Projekt auch touristisch auszubauen, empfiehlt das BZI eine speziell ausgeschilderte Route der Industriekultur vom Treptower Park nach Oberschöneweide. Dies ist auch im Sinne des Tourismusvereins Treptow-Köpenick und der ARGE Steiner Berlin.

Fazit: Das BZI sieht sich nicht in der Lage die Organisation und den Betrieb des Electropolis Berlin zu übernehmen.

2.2.7 Weitere Organisationsmöglichkeiten ohne bestehende Organisationsformen

Als Gegenentwurf zu einer bestehenden Organisation kann auch die Neugründung einer neuen Organisation in Betracht gezogen werden. Die neuzugründende Organisation wird einen besonders hohen Gründungsaufwand in sich tragen. Als weitere Option für den Betrieb des neu entstehenden Electropolis Berlin kann das Modell eines „Förderkreis Museum Industriekultur - Gesellschaft zum Betrieb des Museums Electropolis Berlin“ erachtet werden.

2.2.7.1 Version Förderverein

Richtlinien für die Gründung eines Fördervereins - Betrieb sichern und ausbauen

Generell muss bei der Trägerschaft in zwei Bereiche unterschieden werden:

1. Bauliche Trägerschaft
2. Operative Trägerschaft

Die bauliche Trägerschaft ist im Vorfeld geregelt. Sie liegt beim Bezirksamt Treptow-Köpenick. Dies bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass das Bezirksamt zukünftig die operative Trägerschaft übernimmt.

Für die operative Trägerschaft bietet sich u.a. auch das Modell des Fördervereins an.

Der Verein besteht idealerweise aus Privatpersonen, Leihgebern und Sujetafinen Unternehmen. Vereinszweck ist der Museums-Betrieb, die Sicherung des zum Unterhalt notwendigen Cash Flow durch Beiträge, Fördermittelakquise und Sponsorengewinnung.

Darum geht es: Nahezu jeder Kindergarten, Schule und Museen, die etwas auf sich halten, haben heute einen Förderverein an ihrer Seite. Da die öffentlichen Mittel nicht mehr so fließen wie früher, sind es die Fördervereine, die versuchen, Geld und Spenden für ihre Institutionen zu sammeln. Denn ohne nichtöffentliche Mittel können die meisten attraktiven Angebote in den Einrichtungen nicht mehr aufrechterhalten werden. Dies gilt zukünftig insbesondere auch für Museen: Die Gründung eines Fördervereins zur Unterstützung für den späteren Museumsbetrieb sollte deshalb unbedingt ins Auge gefasst werden.

Der wirtschaftlich tätige Förderverein

Ein Förderverein muss sich jedoch nicht darauf beschränken, Spenden zu sammeln. Er kann auch einen eigenen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb unterhalten.

- Ein Förderverein kann als eigenständige Körperschaft als Arbeitgeber fungieren. Das heißt, er kann z. B. Honorarkräfte einstellen und so den Hauptverein entlasten.
- Ein Förderverein kann Veranstaltungen z. B. Feste durchführen oder Kurse anbieten und dadurch Einnahmen erzielen.

- Ein Förderverein mit wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb darf nicht gemeinnützigkeitsschädlich geprägt sein. Die Folge wäre die Aberkennung der Gemeinnützigkeit durch das Finanzamt.

Das bedeutet konkret: Der wirtschaftlich tätige Förderverein wird nur als gemeinnützig anerkannt, wenn seine Einnahmen aus der wirtschaftlichen Betätigung nicht höher sind als seine Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen und Spenden.

Förderverein gründen – Erfolgversprechendes Konzept

Bevor eine Gründungsversammlung geplant wird, muss mit den potenziellen Gründungsmitgliedern ein tragfähiges Konzept erarbeitet werden.

Denn der Zweck des Fördervereins muss genau definiert sein:

- Welche Ziele wollen mit der Gründung des Fördervereins verwirklicht werden?
- Welche Einnahmen können generiert werden?
- Soll der Förderverein ausschließlich für das Sammeln von Spenden zuständig sein?
- Wie hoch soll der Mitgliedsbeitrag festgesetzt werden?
- Soll der Förderverein noch anderweitig tätig werden?

Förderverein Satzung rechtssicher formulieren:

Die Satzung ist das Herzstück eines jeden Vereins und für alle Mitglieder rechtlich bindend. Daher sollten Sie die größte Sorgfalt auf die Formulierung legen. Einige formale Dinge schreibt das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) in den §§ 56 – 59 vor. Es lässt aber trotzdem noch genügend Freiraum, die Satzung den speziellen Erfordernissen Ihres Vereins anzupassen. Die Satzung sollte möglichst viele Ziele enthalten, damit Sie ungehindert alles Denkbare durchführen können, aber gleichzeitig möglichst wenige Bestimmungen auführen, um sich nicht unnötig einzuschränken. Da ein Förderverein die Anerkennung der Gemeinnützigkeit anstreben sollte, sind dann auch die entsprechenden Vorgaben des Finanzamts einzuhalten.

Die fatale Folge: Sind diese Vorgaben nicht richtig formuliert, wird der Gemeinnützigkeitsstatus verwehrt. Der Förderverein ist als gemeinnützig anerkannter eingetragener Verein steuerbegünstigt und kann Spendenquittungen ausstellen. Diese steuerliche Abzugsfähigkeit ist ein zusätzlicher Anreiz für Privatpersonen und Unternehmen, sich bei Sach- und Geldspenden großzügig zu zeigen. Wichtig ist, dass der Vereinszweck möglichst detailliert formuliert wird und der gemeinnützige Charakter eindeutig erkennbar ist.

Antrag auf Eintragung ins Vereinsregister

Für die Eintragung ins Vereinsregister ist es erforderlich, dass alle Mitglieder des (BGB)-Vorstands bei einem Notar erscheinen, um die Vereinsgründung zu bezeugen. Der Notar beurkundet die Vereinsgründung und leitet die Unterlagen an das zuständige Amtsgericht weiter. Entspricht die Satzung den formalen Vorgaben des BGB, erhalten Sie von dort einen Vereinsregistrauszug. Der Verein kann sich ab sofort „e. V.“ nennen.

Antrag auf Anerkennung als gemeinnütziger Förderverein

Der letzte formale Schritt ist die Zusage der Gemeinnützigkeit. Hierzu wird eine Kopie der Satzung und des Vereinsregistrauszuges mit der Bitte um Anerkennung als gemeinnütziger Verein beim zuständigen Finanzamt eingereicht. Das Finanzamt prüft anhand der Satzung, ob alle gesetzlichen Voraussetzungen für die Anerkennung erfüllt sind. Ist alles in Ordnung, erhalten Sie daraufhin einen

auf drei Jahre befristeten Freistellungsbescheid sowie Ihre Steuernummer. Die Anerkennung der Gemeinnützigkeit ist grundsätzlich befristet. Beim Finanzamt muss durch Vorlegen der aktuellen Satzung sowie eines Rechenschaftsberichts regelmäßig nachgewiesen werden, dass die Voraussetzungen der Anerkennung immer noch bestehen.

Mögliche Mitglieder wären Unternehmen:

- Electrolux Hausgeräte GmbH, Markenvertrieb AEG, Fürther Straße 246, 90429 Nürnberg
- ZVEI – Zentralverband Elektrotechnik- und Elektroindustrie e.V., Lyoner Straße 9, 60528 Frankfurt am Main
- Berliner Unternehmen, Privatpersonen, Mäzene, Sammler, u.v.m.

Die neuzugründende Struktur wird einen **sehr hohen Gründungsaufwand** haben. Die Gründungszeit wird demnach durch einen hohen finanziellen Aufwand gekennzeichnet sein, der in erster Linie durch öffentliche Gelder gegenfinanziert werden muss.

2.2.7.2 Privater Träger in öffentlichem Auftrag

Dieses Modell ist möglich, wenn eine private Gesellschaft, zum Beispiel eine GmbH, den operativen Betrieb des Museums übernimmt. Da ein Betrieb ohne staatliche Förderung jedoch eher nicht machbar ist, muss der private Betreiber mit finanziellen Mitteln des Landes bzw. des Bezirks unterstützt werden.

A) Potenzieller Träger: Deutsches Spionagemuseum Berlin

Eröffnet hat das Deutsche Spionagemuseum unter dem Namen Spy Museum Berlin im Jahr 2015. Der Journalist Franz-Michael Günther entwickelt ein erstes Konzept für ein Spy Museum in der Villa Schöningen auf der Potsdamer Seite der Brücke. Der Standort zerschlug sich, aber das Thema Spionage lässt Günther, der schon zu DDR-Zeiten Schwierigkeiten mit der Staatssicherheit hatte, nicht mehr los. Während Franz-Michael Günther in der Folge eine einzigartige Sammlung zum Thema Spionage aufbaut und mit führenden Forschern und Zeitzeugen das Konzept verfeinert, sind immer wieder neue Orte in der Mitte Berlins für das Spionagemuseum unter dem Namen Spy Museum Berlin im Gespräch; darunter die berühmten Hackeschen Höfe, das Forum Museumsinsel und das Prinzessinnenpalais Unter den Linden.

2014 setzt sich der Leipziger Platz als Standort durch, ein historisch bedeutender Ort in der Mitte Berlins, an dem einst die Berliner Mauer die Stadt teilte. In unmittelbarer Umgebung liegen Bundesrat, Martin-Gropius-Bau, Topographie des Terrors und das Kulturforum mit Philharmonie und Neuer Nationalgalerie. Das Brandenburger Tor als historische Wegmarke Berlins ist nur 800 Meter entfernt. Das private Spy Museum Berlin wurde dabei ohne jegliche Steuergelder finanziert. In den ersten Monaten kommt es zu einem finanziellen Engpass im Museumsbetrieb, der durch einen Betreiberwechsel im Juli 2016 gelöst werden kann. Im Sommer 2016 wird das frühere Spy Museum Berlin als Deutsches Spionagemuseum neu eröffnet. Das Haus am Leipziger Platz 9 widmet sich seitdem verstärkt seinem Bildungsauftrag, überarbeitet die Dauerausstellung und baut sein Veranstaltungsprogramm aus.

Name, Adresse und Kontakt:

Deutsches Spionagemuseum Berlin
Leipziger Platz 9, 10117 Berlin
Robert Rückel, Geschäftsführer
Tel. 030-398200450
E-Mail: rueckel@deutsches-spionagemuseum.de

Dazu wurde ein Expertengespräch mit dem Geschäftsführer des Deutschen Spionage Museums Berlin (Deutsches Spionage Museum DSM GmbH) geführt.

Am Gespräch nahmen teil:

- Robert Rückel, Geschäftsführer
- Franz M. Günther, Ausstellungskurator
- Gerhard Buchholz

Ergebnis:

Die Betreiber vom Deutschen Spionagemuseum Berlin vertreten durch Robert Rückel und Franz M. Günther, können sich vorstellen, Organisation und den Betrieb des Electropolis Berlin zu übernehmen. Dafür müssen jedoch im Vorfeld die finanziellen und rechtlichen Grundlagen für den Betrieb geklärt werden und eine entsprechende Finanzierung durch den Bezirk Treptow-Köpenick bzw. das Land Berlin gewährleistet sein.

B) Potenzieller Träger: Berliner Unterwelten e.V.

Der gemeinnützige Berliner Unterwelten e.V., gegründet 1997, erforscht und dokumentiert die Zusammenhänge. Forschungsschwerpunkt und Vereinssitz ist die Luftschutzanlage im Südteil des U-Bahnhofs Gesundbrunnen, in der sich auch das Berliner Unterwelten Museum befindet. In verschiedenen Räumen am Gesundbrunnen finden regelmäßig Vorträge und Filmvorführungen statt. Neben dem Erhalt unterirdischer Bauten sowie dem Aufbau des Berliner Unterwelten-Museums hat der Verein ein umfangreiches Kultur- und Bildungsangebot aufgebaut. Zu den Aktivitäten gehört Geschichtsvermittlung durch Führungen sowie durch Vorträge, Ausstellungen, Fachbeiträge und Publikationen. Die Durchführung von Bildungsseminaren, Betreuung von Forschungs- und Studienprojekten, Aufbau einer Sammlung, eines Archivs und einer Vereinsbibliothek, Unterstützung und Förderung der Denkmalpflege.

Name, Adresse und Kontakt:

Berliner Unterwelten e.V.
Brunnenstraße 105
13355 Berlin
Tel.: 030-499105-17
E-Mail: buero@berliner-unterwelten.de

Am Gespräch nahmen teil:

- Dietmar Arnold (Vorsitzender)
- Gerhard Buchholz

Ergebnis:

Die Anfrage für eine potentielle Betreiberschaft für das zukünftige Museum wurde vom Vorsitzenden Dietmar Arnold mit Hinweis auf die Vereinssatzung negativ beschieden. Der Verein Berliner Unterwelten e.V. scheidet damit als Betreiber des Electropolis Berlin aus.

2.2.7.3 Gründung einer Stiftung für Industriekultur in Berlin

Ein weiteres Instrument für die Organisation des Electropolis Berlin wäre die Gründung einer „Stiftung für Industriekultur Berlin“. Eine Stiftung ist eine Einrichtung, die mit Hilfe eines Vermögens einen vom Stifter festgelegten Zweck verfolgt. Bei Stiftungen wird in der Regel das Vermögen auf Dauer erhalten und die Destinatäre können nur in den Genuss der Erträge kommen.

Stiftungen können in verschiedenen rechtlichen Formen (privatrechtlich oder öffentlich-rechtlich) und zu jedem legalen Zweck errichtet werden. Die meisten Stiftungen werden in privatrechtlicher Form errichtet und dienen gemeinnützigen Zwecken. In Deutschland sind beispielsweise rund 95 % aller Stiftungen

gemeinnützig. In Österreich hingegen sind von 3000 Privatstiftungen nur etwa 200 gemeinnützig (also etwa 7 %).

Man unterscheidet Förderstiftungen, die Tätigkeiten Dritter finanziell fördern, und operative Stiftungen, die zur Erfüllung des Stiftungszwecks selbst Projekte durchführen. Meist sind Stiftungen auf ewig angelegt. Es werden aber auch Stiftungen mit begrenzter Lebensdauer gegründet, die ihr Vermögen nach und nach aufbrauchen (Verbrauchsstiftungen). Eine Kombination aus beiden Formen sind die Hybridstiftungen.

Eine Stiftung hat in der Regel eine Satzung, die unter anderem die Zwecke und die Art ihrer Verwirklichung festschreibt. Nach außen wird die Stiftung von einem Vorstand vertreten (der auch anders bezeichnet sein kann), es können satzungsgemäß aber auch zusätzliche Stiftungsorgane und Gremien (häufig ein Kuratorium) eingerichtet werden. Eine rechtsfähige Stiftung – in Deutschland die häufigste Rechtsform – hat anders als ein Verein keine Mitglieder und anders als eine Gesellschaft keine Gesellschafter oder Eigentümer. Sie unterliegt der staatlichen Stiftungsaufsicht.

Der juristische Akt der Errichtung einer Stiftung wird als Stiftungsgeschäft bezeichnet. Die Hergabe von Vermögenswerten, insbesondere für gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke, wird als Überführung von Stiftungsvermögen in den Grundstock der Stiftung bezeichnet.*

Als Vorbild kann hier die **Stiftung Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur** in Dortmund (NRW) herangezogen werden. Die Stiftung stellt sich selbst wie folgt dar:

„Mit der Stiftung Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur wurde im Jahre 1995 ein Instrument zur Bewältigung des Strukturwandels in Nordrhein-Westfalen geschaffen. Sie ist bundesweit die einzige Stiftung, die sich für den Erhalt von hochrangigen Industriedenkmalen einsetzt, mit dem Ziel, diese vor dem Abriss zu bewahren, zu sichern, wissenschaftlich zu erforschen, öffentlich zugänglich zu machen und sie einer neuen, denkmalgerechten Nutzung zuzuführen. Die Stiftung übernimmt Industriedenkmale in ihr Eigentum und gibt Impulse, die Relikte des Industriezeitalters in Konzepte der Stadtentwicklung und Landschaftsplanung, des Denkmalschutzes, der Wirtschaft und des Tourismus einzubinden.

Gegründet wurde die Stiftung Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur vom Land Nordrhein-Westfalen und der RAG Aktiengesellschaft als eine operativ tätige, selbständige Stiftung des privaten Rechts. Die Öffentlichkeit in NRW und insbesondere Unternehmen, Eigentümer von Industriedenkmalen sowie die Städte und Gemeinden, Verbände und Wirtschaftsvereinigungen sind aufgerufen, die Arbeit der Stiftung durch Zustiftung, Spenden und tätige Mithilfe in Fördervereinen zu unterstützen. Mittlerweile zählen neben der RAG AG weitere Unternehmen wie Thyssen Krupp Federn AG und RWE Power AG zu den Stiftern und an vielen Standorten in NRW unterstützen Fördervereine die Arbeit der Stiftung vor Ort und tragen mit ihrem regen ehrenamtlichen Engagement zur Belebung und Vermittlung der Denkmalstandorte bei.

Die Stiftung selbst sowie ihre Projekte werden vom Bund und vom Land Nordrhein-Westfalen, von der RAG-Stiftung, der RAG-AG und vom Regionalverband Ruhr finanziell unterstützt.

Die Stiftung übernimmt Liegenschaften mit denkmalgeschützten Industrieanlagen, wenn der Eigentümer gleichzeitig einen angemessenen Geldbetrag einbringt. In das Stiftungsvermögen werden Industriedenkmale aufgenommen, die vom Abriss bedroht sind bzw. für die sich zunächst keine Verwendung abzeichnet. Durch die Eigentumsübernahme nimmt die Stiftung die Anlagen aus dem wirtschaftlichen Verwertungsdruck. Sie führt Bausicherungs- und

Instandsetzungsarbeiten an den Gebäuden durch und entwickelt zusammen mit den lokalen und regionalen Partnern Nutzungskonzepte, die den Denkmälern angemessen und auf Nachhaltigkeit angelegt sind.

Mittlerweile zählen Industriedenkmale an 14 Standorten in NRW zum Bestand. Es sind Relikte von Anlagen des Steinkohlenbergbaus, wie z.B. Fördergerüste, Schachthallen und Maschinenhäuser, des Weiteren eine Kokerei als Beleg der Verbundwirtschaft im Ruhrgebiet, ein Denkmal der Energiewirtschaft in Gestalt eines historischen Pumpspeicherkraftwerks und ein Osemund-Hammerwerk als technikgeschichtliches Zeugnis.“**

Wie hier dargestellt, betreut die Stiftung nicht nur ein Objekt, sondern insgesamt 14 Objekte, alle haben auch eine touristische Relevanz***. Ein solches Modell wäre auch für Berlin übertragbar. Eine besondere Rolle könnte hierbei auch das Berliner Zentrum für Industriekultur übernehmen. Allerdings ist hier zu beachten, dass es dazu eines sehr hohen Gründungsaufwands benötigt. Generell sollte dazu eine vom Land Berlin einzusetzende Kommission gegründet werden, die sich mit den Rahmenbedingungen für eine solche Stiftungsgründung auseinandersetzt. Auch der Museumsbund sowie das Institut für Museumsforschung in Berlin-Dahlem sollten hierbei eine maßgebliche Rolle spielen.

Eine Stiftung dieser Art bedürfte zudem eine sehr hohe politische Akzeptanz. Aus diesem Grunde sollte der Stiftungsrat auch mit hochrangigen Politikern des Landes Berlin besetzt werden.

2.3 Ergänzende Expertenbefragung

Zwecks Bewertung und zur Unterstützung der Findung einer geeigneten Museumsstruktur und Organisationsform wurden Expertengespräche durchgeführt. Als Experten dienten hierbei:

- Frau Dr. Patricia Rahemipour
- Herr Dr. Peter Strunk

2.3.1 Ergebnisse des Expertengesprächs mit Frau Dr. Patricia Rahemipour, Institut für Museumsforschung, Staatliche Museen zu Berlin

Die ARGE Steiner hat den Kontakt zum Institut für Museumsforschung aufgebaut, um mehr über potenzielle Entwicklungsmöglichkeiten sowie organisatorische Fragestellungen zu erfahren, die im Zusammenhang mit dem Aufbau des Museums entstehen können.

Institutsleitung / Direktorin: Dr. Patricia Rahemipour
E-Mail: p.rahemipour@smb.spk-berlin.de
Telefon: 030-8301 470

Das Gespräch fand am 05.12.2019 in Dahlem statt.

Teilnehmer:

- Dr. Patricia Rahemipour
- Prof. Dr. Frank Schaal

Ergebnis:

Frau Dr. Rahemipour bekundet Interesse an dem Projekt. Sie hält ein Industriemuseum für sehr interessant, hat aber Bedenken bezüglich des Standorts in Oberschöneweide. Generell bestätigt Frau Dr. Rahemipour die Sichtweise des BZI, dass das Electropolis-Berlin-Museum als Zentrum für Berliner Industriekultur die sinnvollste aller Alternativen wäre. Durch ihr Fachwissen hält sie die Frage der Trägerschaft allerdings für maßgeblich und als große Herausforderung. Auch die Tatsache, dass das zu planende Museum sehr digital ausgerichtet werden soll, hält sie für grenzwertig. Sie schlägt vor, das Museum eher

* Vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/Stiftung>

** <https://www.industriedenkmal-stiftung.de/stiftung/ueber-uns>

*** Die Satzung der Stiftung Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur befindet sich im Anhang.

in die Richtung eines Meeting-Points zu positionieren, wie es moderne Museen vermehrt in Betracht ziehen. Der Ort soll als Kommunikationspunkt mit dem Gast kreiert werden, da sei die Beziehung zu Objekten eher sinnvoll als eine sehr auf digitale Darstellung angelegte Strategie. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass ein sogenannter „Reading-Room“ fest mit in das Konzept eingebettet wird, um sich tiefgreifender mit der Berliner Industriekultur auseinanderzusetzen.

Frau Dr. Rahemipour gibt den Tipp, dass es Deutschen Filmmuseum in Frankfurt öffentlich zugängliches Filmmaterial über die Produktion der AEG in Berlin gibt. Im Rahmen der Museumskonzeption sollte unbedingt auf diese Filmdokumentation zurückgegriffen werden.

Frau Dr. Rahemipour rät dazu, wegen der Fördermittelproblematik umgehend mit der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe, Herr Michal Brückner und Herrn Lassak Kontakt aufzunehmen, um Missverständnisse bezüglich der zukünftigen Finanzierung des Hauses auszuschließen. Zudem sollte in der Senatsverwaltung mit Frau Winkelmann und Frau Rotig Kontakt aufgenommen werden, die sich in Bezug auf die GRW-Fördergelder bezüglich Einzelheiten und besonderen Fragestellungen wertvolle Informationen geben können.

2.3.2 Ergebnisse des Expertengesprächs mit Herrn Dr. Peter Strunk (WISTA)

Das Gespräch fand am 13.11.2019 in Oberschöneweide statt.

Teilnehmer:

- Dr. Peter Strunk
- Prof. Dr. Frank Schaal

Ergebnis:

Dr. Peter Strunk erweist sich als Experte für die historische Vergangenheit des AEG-Geländes und der Rahmenbedingungen in Berlin in Sachen Industrieentwicklung. Herr Dr. Strunk sieht es als sehr wichtig an, die Geschichte der Industrialisierung in den Fokus des Museums zu rücken. Dabei sollte vor allem die rasante Auf- und Abwärtsentwicklung der Industrie in Berlin mit ihren Zyklen berücksichtigt werden. Er bezieht sich dabei nicht nur auf das Gelände in Oberschöneweide. Herr Dr. Strunk hält es für sinnvoll, im Vorfeld der Umsetzung mit Herrn Johannes Baer Kontakt aufzunehmen, der als Experte für die Entwicklung der Berliner Elektroindustrie gilt.

Herr Dr. Strunk erläutert, dass es vor allem die Deindustrialisierung ist, die das Projekt interessant machen kann. Dabei sollten unter anderem auch die Phasen 1945 bis 1990 und die anschließende Zeit nach der Wiedervereinigung betrachtet werden. Insgesamt seien in Oberschöneweide nach der Wende 90 Prozent aller Industriearbeitsplätze verloren gegangen und der Teilbezirk damit in eine massive soziale Krise gebracht worden. Interessant wäre auch eine ausführliche Beschreibung des Ortes von einem kleinen Dorf, das ehemals als Ausflugsziel für Berliner diente, hin zu einem der bedeutendsten Zentren der Elektrifizierung der westlichen Welt. Interessant wären auch die Entwicklungen der ehemaligen Unternehmen außerhalb der AEG, zum Beispiel das Werk für Fernseh elektronik. Zudem seien zukünftige Entwicklungen in ganz Berlin und Umgebung von Interesse (z.B. Ansiedlung der Gigafabrik von Tesla). Zudem sollten auch die Hidden Champions (also im Weltmarkt sehr respektable Unternehmen mit einer starken Spezialisierung) im industriellen einen Platz im Museum finden.

Herr Dr. Strunk verweist auf die Notwendigkeit, dass die Industrialisierung von ganz Berlin in den Fokus des zu planenden Museums steht. Sollte der Bezug zu

stark auf Oberschöneweide gelegt werden, sieht er die Gefahr, dass weniger potenzielle Gäste angezogen werden könnten, die sich für die generelle Geschichte der Industriekultur ganz Berlins interessieren. Diese Sichtweise entspricht auch den Intentionen der Vertreterinnen des Berliner Zentrums für Industriekultur (BZI) (siehe oben). Damit vertritt Herr Dr. Strunk den Standpunkt, dass je stärker sich das Museum nur auf den Standort Oberschöneweide bezieht, desto mehr wird es lediglich ein regionales Interesse entwickeln und damit weniger Aufmerksamkeit, Ausstrahlung und Interesse erzeugen. Dies bedeutet dann ein deutlich geringeres Besucheraufkommen und deutlich weniger Möglichkeiten zur Refinanzierung.

Fazit: Herr Strunk befürwortet das Projekt. Das Haus sollte sich im Fokus auf die Phasen der Industrialisierung und Desindustrialisierung beziehen.

2.3.3 Ergebnis des Expertengesprächs bei der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe vom 16.12.2019

Am Gespräch nahmen teil:

- Matthias Brückner
- Ralph Lassak
- Gerhard Buchholz
- Prof. Jürg Steiner
- Prof. Dr. Frank Schaal

Ergebnis:

Das Gespräch findet in der Senatsverwaltung in der Martin-Luther-Straße statt. Die Teilnehmer der ARGE Steiner berichteten über den Projektstand. Vor allem Themen der Organisation standen anschließend im Fokus des Gesprächs. Herr Brückner und Herr Lassak stellen heraus, dass die touristische Komponente des Hauses herausgehoben dargestellt werden muss, da die Gelder für die Umsetzung des Hauses auf GRW-Mitteln fließen werden. Zudem sehen sie die Schwerpunkt Industriekultur in Berlin noch zu schwach besetzt, obwohl sich in der Stadt ein herausragendes Potenzial für Industrietourismus befindet.

Zwangsvoraussetzung für die Förderung ist die Förderung des Tourismus durch ein neues Projekt. Nur unter dieser Maßgabe ist eine Förderung über GRW machbar. Dies muss bei der Planung der Grundkonzeption zwingend beachtet werden. Dazu sein eine jährliche Besucherfrequenz von mindestens 50 000 Besuchern zwingend anzuvisieren. Nach Aussage von Herrn Brückner sollte das Thema „Industrieentwicklung in Berlin“ (Punkt 1 der Projektskizze – Anmerkung des Verfassers) im Fokus stehen und damit als zentrale Idee des Museums wirken. Folglich müsste das Haus eine „gesamstädtische Wirkung“ besitzen. Dies bezieht sich auch auf die Maßgabe, dass ab einem Investitionsvolumen ab drei Millionen Euro ein Senatsbeschluss notwendig ist.

Als naheliegender Träger des Museums wird der Bezirk genannt. Das Museum muss nicht zwingend in der ehemaligen Kantine der AEG sein.

Eine kleinere gastronomische Einheit (Bistro) im Erdgeschoss wird befürwortet, der Saal für das Café im 1. Dachgeschoss sollte multifunktional zu nutzen sein. Museumspädagogische Einrichtungen können unter der Maßgabe, dass auch Schülergruppen von auswärts das Museum besuchen, mit im Konzept vorgesehen werden.

Fazit: Der Bezug zur ganzen Stadt Berlin sollte in den Fokus gerückt werden, um die Aussicht auf Erfolg in sich zu tragen.

2.4 Übersicht Analyse der bestehenden potenziellen Projektträger

Name	Bereitschaft für die Übernahme der Trägerschaft	Rahmenbedingungen
Stiftung #Stadtmuseen Berlin	Nein	-
Industriesalon e.V. Oberschöneweide	ja	Finanzierung und Ausstattung mit Personal
Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin	nein	-
Bezirksamt Treptow-Köpenick, Abt. Museen	ja	Finanzierung und Ausstattung mit Personal
Berliner Zentrum Industriekultur (BZI)	nein	-
Deutsches Spionage Museum DSM GmbH	ja	Finanzierungsbeitrag über öffentliche Hand
Verein Berliner Unterwelten e.V.	nein	-

Die nebenstehende Übersicht zeigt die Ergebnisse der Analyse der bestehenden Organisationen auf einen Blick:

Anmerkung / Potenzielle zusätzliche Variante bzw. Perspektive:

Ab dem 1. März 2020 hat der Projektleiter der hier vorliegenden Machbarkeitsstudie, Prof. Dr. Frank Schaal, die Geschäftsführung der Museums- und Kultur-GmbH Rüdersdorf in Rüdersdorf bei Berlin übernommen. Die Entfernung zum Standort Oberschöneweide beträgt ca. zwölf Kilometer. Die Gesellschaft betreibt einen 17 ha großen Museumspark (es ist der flächenmäßig einer der größte Museumspark für Industriekultur in Deutschland) mit dem Thema Industriegeschichte mit Schwerpunkt Baustoffe, Kalk- und Zementgewinnung. Die GmbH ist eine 100-Prozent-Tochtergesellschaft der Gemeinde Rüdersdorf.

Der gemeinsame Fokus auf die Industriegeschichte könnte zu gewissen Synergien in Bezug auf die Trägerschaft führen, die im Nachgang geprüft werden sollten. Es muss beachtet werden, dass zum Zeitpunkt der Abgabe der Studie weder mit dem Eigentümer der Gesellschaft noch mit andren Personen, die eine Relevanz für den Museumspark besitzen darüber gesprochen wurde. Sollte ein Kontakt zur Museums- und Kultur-GmbH gewünscht werden, so ist dies über folgende Kontaktdaten möglich:

Museums- und Kultur GmbH Rüdersdorf
Prof. Dr. Frank Schaal
Kalkberger Platz 31
15562 Rüdersdorf bei Berlin
Telefon: 0 33638 - 48 99 10
sekretariat@museumspark-kulturhaus.de
www.ruedersdorf-kultur.de

3 Modelle der Umsetzbarkeit

3.1 Übersicht der Modelle

Im Rahmen der Analyse haben sich durch eigene Recherchen und zahlreiche Expertengespräche mehrere Aspekte für unterschiedliche Modelle für das Museum ergeben, die anschließend erläutert werden. Es handelt sich dabei um unterschiedliche Alternativen im Bereich des Kernkonzepts des Museums.

Die ARGE Steiner hat daraus vier verschiedene Modelle entwickelt, die im Folgenden kurz dargestellt werden. Die optischen Darstellungen werden in Band III gezeigt. Die einzelnen Modelle werden anschließend auf unterschiedliche Kriterien hin untersucht und bewertet. Die Modelle können letztlich zur besseren **Entscheidungsfindung** für den Auftraggeber herangezogen werden. Für alle dargestellten Modelle werden dieselben Kriterien angewandt und im Rahmen einer SWOT-Analyse (Stärken-Schwächen- -Analyse) gegenübergestellt. Als Grundlage werden die in Projektskizze beschriebenen zehn Planungsschwerpunkte genommen, die allerdings in der jeweiligen Konzeption eine merklich wahrnehmbare unterschiedliche Gewichtung erhalten.

Folgende **vier Modelle** werden hier dargestellt:

- A) Electropolis Berlin als Industriekulturmuseum mit Schwerpunktfunktion eines Zentrums für Berliner Industriekultur im Allgemeinen. Hier werden die Berliner Themen der Industrie relativ unabhängig vom Standort gesehen. Im Fokus steht in die Industriestadt Berlin mit der Industrialisierung und Deindustrialisierung.
- B) Electropolis Berlin als Industriekulturmuseum mit dem Schwerpunkt des regionalen Bezugs zum Ort Oberschöneweide und den dort entwickelten und produzierten Produkten der Elektroindustrie. Das Museum wird stark auf die AEG (Standort Oberschöneweide) und das KWO sowie aus den dort abzuleitenden Themen bezogen.
- C) Electropolis Berlin als Kombinationsprojekt Industriekulturmuseum mit zentralem Multifunktionsraum (im Hauptraum), der auch als Veranstaltungsraum genutzt werden soll, Schwerpunktthema ist Produktion und Nutzung von Kabeln. Inhaltlich lehnt es eher an das Modell B an, der Hauptraum wird jedoch ohne Ausstellungsstücke geplant, hier findet lediglich eine digitale Inszenierung der zur Verfügung stehenden Fläche statt.
- D) Electropolis Berlin als Industriekulturmuseum mit dem Schwerpunktthema Elektrizität, es lehnt sich inhaltlich eher an das Modell A) an, verfügt jedoch über einen Schwerpunkt der, im Fokus mit dem Standort Oberschöneweide korreliert.

3.2 Modell A

Industriekulturmuseum mit Schwerpunktfunktion eines Zentrums für Berliner Industriekultur im Allgemeinen

Das Modell würde eine eher übergeordnete Funktion für die Industriekultur Berlins haben. Die generelle Grundausrichtung würde sich dabei weniger auf das Thema Oberschöneweide beziehen, dafür mehr die Berliner Industriekultur im Allgemeinen. Zielrichtung dieses Modells wäre also ein Zentrum für Berliner Industriekultur. Schwerpunkt des Museums wären eindeutig die Phasen der Industrialisierung bzw. Deindustrialisierung und den damit verbundenen Protagonisten, Firmen und Organisationen (also neben AEG, KWO etc. auch Großfirmen wie Siemens, Borsig, Goerz, Organisationen aus der DDR-Zeit und viele andere mehr). Folglich wäre die Fokussierung des Museums weniger spezifisch als in allen anderen Modellen.

Letztlich wären die Inhalte des vom BZI herausgegebenen Mediums „Route der Industriekultur – Die Metropole neu entdecken“ das zentrale Leitmotiv für das Museum. Als Zentrum für Berliner Industriekultur wäre das Museum der zentrale Anlaufpunkt für Berliner und Berlin-Besucher, die sich über das Thema informieren wollen.

Für die anderen in der Projektskizze dargestellten Themen wäre zwar noch genügend Raum zur Verfügung, der Schwerpunkt des Hauses würde allerdings faktisch auf der allgemeinen Entwicklung der Stadt mit industriellen Themen gelegt werden. Die regionalen Aspekte der Ausstellung spielen in diesem Szenario dann eine untergeordnete Rolle.

Die Standorte, Quartiere und Partner der Route der Industriekultur Berlin stehen exemplarisch für die spannende Technik-, Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Stadt Berlin und laden ein, die Metropole unter den Aspekten der Industriekultur neu zu entdecken. In diesem Szenario kann die dramatisch schnelle Industrialisierung und geschichtlich bedingte Deindustrialisierung der Stadt im neuen Electropolis-Berlin-Museum hervorragend dargestellt werden.

3.3 Modell B

Industriekulturmuseum mit dem Schwerpunkt des regionalen Bezugs zum Ort Oberschöneeweide

Die Grundstruktur dieses Modells bezieht sich eher auf die in Oberschöneeweide vorhandenen Themen der Industriekultur. Damit sind vor allem die AEG-Zeit, die Familie Rathenau, das KWO mit seiner DDR-Vergangenheit und die Nachwendezeit im Fokus des Museums. Die dominierende Rolle des Kabels als zentrales Thema für Elektrifizierung stünde hier im Fokus des Museums. Rund um das Kabel lassen sich viele spannende Geschichten erzählen, denn ohne Kabel wäre die Elektrifizierung der Welt unmöglich gewesen. Auch der Einfluss von Kabeltechnik auf alle Bereiche des modernen Lebens kann sehr gut erläutert werden. Da die Ausrichtung dieses Modells für das Museum eine deutlich spezialisierter ist als das Modell A muss hier jedoch beachtet werden, dass die potenzielle geringere Quantität an Besuchern allein schon wegen der deutlichen Spezialisierung gewisse Herausforderungen mit sich bringen kann.

3.4 Modell C

Kombinationsprojekt Industriekulturmuseum mit zentralem Multifunktionsraum

Diese Variante wurde durch die Vertreterin des Eigentümers, Frau Kolanowski als Option sowie durch den Industriesalon e.V. gewünscht. Grundausrichtung dieses Modells ist die Kombination eines Museums mit einem flexibel nutzbaren Veranstaltungsraum. Der Veranstaltungsraum soll sich in der Beletage des Hauses, also im zentralen Raum des ersten Obergeschosses befinden. Damit soll der Raum eine Mehrfachnutzung ermöglichen. Diese Nutzung würde jedoch gewisse Restriktionen mit sich bringen. Diese bestünden im zentralen Sinne vor allem darin, dass der Hauptraum von fest installierten Elementen oder schwer beweglichen Ausstellungswänden, Ausstellungstücken, Vitrinen, Ausstellungstischen etc. freigehalten wird und somit sein Potential ungenutzt lässt. Die Inszenierung des Raumes soll komplett über digitale Lösungen wie Projektionen, Hologramme, beziehungsweise über die Deckeninstallationen geregelte digital generierte Erlebnisse erfolgen.

Der Hauptraum soll dafür regelmäßig als Veranstaltungsraum genutzt werden, um zusätzlichen Umsatz für den Betreiber zu generieren. Das Umfunktio-nieren des Hauptraums vom Museumsraum zum Veranstaltungsraum und wieder zurück zum Museumsraum muss daher in dieser Konzeption sehr schnell umsetzbar sein. Die Herausforderung wird daraus bestehen, die digitale Insze-nierung genauestens auf die Umnutzungen einzustellen, damit beide Kompo-

nenten des Konzepts jeweils qualitativ hochwertig zu bespielen sind. Der fachliche Schwerpunkt bezieht sich auf die regionalen Themen des Standorts Oberschöneeweide und schließt inhaltlich an das Modell B an.

3.5 Modell D

Industriekulturmuseum mit dem Schwerpunktthema Elektrizität

Die hier dargestellte Variation stellt das Thema „Elektrizität“ in den Fokus. Damit wird auch das Kernthema des Museums definiert, alle anderen in der Projektskizze dargestellten Themen sind eher als Nebenthemen zu sehen. Das Thema Elektrizität bietet eine sehr große Fülle an Unterthemen und gut insze-nierungsfähigen analoger und digitaler Art dar. Das Thema ist damit sehr breit aufgestellt und öffnet einem quantitativ größeren Publikum Raum für Erleb-nisse. Inhaltlich lehnt es sich eher an das Modell A an und könnte somit auch Funktionen eines „Zentrum für Berliner Industriekultur“ übernehmen.

3.6 Stärken-Schwächen-Analyse der Modelle

Folgend werden die Stärken und Schwächen der vier verschiedenen Modelle dargestellt.

Modell A)

Industriekulturmuseum mit Schwerpunktfunktion eines Zentrums für Berliner Industriekultur im Allgemeinen

Stärken	Schwächen
Das Haus wird zum zentralen Anlaufpunkt für alle Fragestel-lungen der Berliner Industriekultur.	Das Haus wäre für den gewählten Schwerpunkt als allgemeines Zentrum für Berliner Industriekultur sehr klein dimensioniert. Die Ausstellungsfläche reicht bei den zahlreichen Möglichkeiten und unterschiedlichen Schwerpunkten kaum aus, um die Vielfalt des Themas im Sinne des Gesamterleb-nisses abzubilden.
Das Museum kann eine beson-dere Funktion in der Berliner Museumslandschaft übernehmen und passt in den Zeitgeist.	Generell wäre für diesen Schwer-punkt eher ein größeres und zentraler gelegenes Haus besser geeignet.
Die zu erwartende Besucheranzahl ist von allen Modellen die höchste. Grund hierfür ist der allgemeine Bezug zur Berliner Industriekultur.	Das berlinweite Schwerpunkt-thema erfordert einen Betreiber, der auch hier Kompetenz hat (z.B. Technikmuseum, Stadtmuseum). Beide potenziellen Betreiber haben jedoch dem einen Betrieb des Museums ausgeschlossen.

Bewertung: 5 von 10 Punkten

Modell B)

Industriekulturmuseum mit dem Schwerpunkt des regionalen Bezugs zum Ort Oberschöne-weide

Stärken	Schwächen
Das Museum könnte die Authentizität des Ortes und dessen wechselvolle Geschichte hervorragend wiedergeben. Die inhaltliche Verbundenheit zum Standort ist ein erheblicher Marketingvorteil. Für den gewählten Schwerpunkt reicht die vorhandene Ausstellungsfläche deutlich besser aus als in Modell A. Der Themenschwerpunkt der Unternehmerfamilie Rathenau könnte mittels unterschiedlichster Techniken und Ausstellungsgegenständen hervorragend inszeniert werden. Die Authentizität des Ortes kann besonders gut dargestellt werden und der Bezug zu Berlin sehr gut inszeniert werden In der Kombination mit der Aufwertung des Standortes Oberschöne-weide ließe sich eine gute Synergie erschaffen.	Die eher spezifischere Ausrichtung wird voraussichtlich weniger Besucher attrahieren als bei Model A.

Bewertung: 8 von 10 Punkten

Modell C)

Kombinationsprojekt Industriekulturmuseum mit zentralem Multifunktionsraum

Stärken	Schwächen
Im Hauptraum können unterschiedliche Veranstaltungen stattfinden, auch im Schwerpunkt Industriekultur. So wäre es beispielsweise möglich hier wiederkehrende Vortragsreihen, Filmvorführungen und ähnliches zu veranstalten. Das Haus könnte sich durch das Eventprogramm insbesondere bei der Berliner Bevölkerung als Vortragshaus für Themen der Berliner Industriekultur etablieren. Der Veranstaltungsraum könnte von Dritten für Events unterschiedlichster Art angemietet werden und so zusätzliche Möglichkeiten für die Erzielung vom Umsatz darstellen. Der Raum könnte vermehrt für Sonderausstellungen genutzt werden.	Sehr viel höherer Aufwand als bei anderen Modellen, die den musealen Schwerpunkt in den Fokus stellen. Dieser erhöhte Aufwand würde sich darin widerspiegeln, dass deutlich mehr Personal notwendig wäre (Eventmanagement, permanenter Umbau der Bel Etage). Der erhöhte Aufwand würde sich auch auf die variablen Kosten des Hauses negativ auswirken. Das Ausstellen von analogen Ausstellungsgegenständen und Informationstafeln würde maßgeblich eingeschränkt. Ein sehr hoher Aufwand für die digitale Inszenierung des Hauptraumes würde sehr hohe Kosten verursachen. Häufiger Umbau bedeutet auch, dass durch das permanente Umräumen von Gegenständen und vor allem Technik Beschädigungen unterschiedlichster Art auftreten können. Die technischen Möglichkeiten für die Darstellung von digitalen Inhalten und Erlebnissen würde durch diese Art von Veranstaltungsraum-Optionen maßgeblich eingeschränkt. Die Sicherheit im Haus würde deutlich schwieriger zu gewährleisten sein. Wenn der Hauptraum vermehrt für Sonderausstellungen genutzt wird, können in diesem Zeitraum Teile des Standardprogramms dann nicht gezeigt werden. Das könnte schlecht für den Gesamteindruck sein.

Bewertung: 4 von 10 Punkten

Modell D)

Industriekulturmuseum mit dem Schwerpunktthema Elektrizität

Stärken	Schwächen
Das Thema Elektrizität kann viele potenzielle Gäste begeistern und passt hervorragend zum Arbeitstitel Electropolis Berlin. Die Gäste würden in ihren Vorstellungen bestärkt, was sie erwartet. Das Thema könnte stark in die Richtung Edutainment gelenkt werden, was dem Zeitgeist entspricht. Es lassen sich die Themen der Projektskizze sehr gut darstellen. Viele Inszenierungen, was die Elektrifizierung der Welt (insbesondere auch durch die damit einhergehende notwendige Kabelproduktion) könnten effektiv inszeniert werden. Der allgemeine Schwerpunkt würde ähnlich viele Besucher anziehen wie bei Modell A. Die Auslastung des Museums wäre würde zu einer verbesserten Einnahmesituation führen.	Durch den starken Ausbau des Schwerpunkts Themas Elektrizität würden die regionalen Themen zwangsläufig weniger Raum zur Verfügung haben, wodurch die Authentizität des Hauses eingeschränkt würde. Die analoge Ausstellung und damit auch der Bezug zu Berlin würden nur eingeschränkt umgesetzt werden können.

Bewertung: 7 von 10 Punkten

Resultat:

Aufgrund sorgfältiger Analyse präferiert die ARGE Steiner das Modell B. Nach derzeitiger Lage der Rahmenbedingungen und Prämissen, scheint das Modell B die sinnvollste Variante für Gebäude und Standort zu sein. Die folgenden Analysen beziehen sich daher primär auf dieses Modell.

4 Personal für das Museum

Die Auswahl des Personals und den damit verbundenen Chancen für eine Positionierung und dem erfolgreichen Betreiben des zu planenden Museums sind nicht zu unterschätzen.

4.1 Qualifiziertes Personal

Die museumsspezifischen Qualifikationen des Personals des neu entstehenden Museums „Electropolis Berlin“ müssen bei der Eröffnung gewährleistet sein. Die notwendigen Qualifikationen stellen sicher, dass die Aufgaben während der operativen Phase sachgerecht wahrgenommen und somit die Ziele des „Electropolis Berlin“ auf allen Ebenen kontinuierlich erreicht werden. Je nach Gattung und Größe variiert die Anzahl des Personals in den Museen. Entsprechend unterschiedlich kann die Qualifikation der Mitarbeiter sein. Da es sich bei dem neu entstehenden Museum in Oberschöneweide um ein im Berliner Kontext relativ kleines Museum handelt, müssen hier beim Museumspersonal Aufgaben auf mehreren Ebenen wahrgenommen werden. Es ist also sicherzustellen, dass sich die Museumsbeschäftigten in allen relevanten Bereichen gut ausgebildet und durch Fortbildungen weiterqualifiziert werden. Das Museum kann möglicherweise auch die Ausbildung und Weiterbildung von Nachwuchskräften anbieten. Dafür müssen jedoch organisatorische Vorsetzungen herrschen, die erst nach der Klärung und Bestimmung der Organisationsstruktur bestimmt werden können. Laut dem Deutschen Museumsbund müssen folgende Fragestellungen geklärt werden:*

A) Für welche Aufgabenbereiche hat das Museum Fachpersonal dauerhaft beschäftigt?

>> Leitung, Fachwissenschaftler, Sammlung, Forschung, Verwaltung, Ausstellungstechnik, Restauratoren, PR, Museumspädagogik etc.

B) In welchen Aufgabenfeldern wird externer Sachverstand herangezogen?

>> wissenschaftliche Erarbeitung von Ausstellungskonzepten, Besucherforschung bzw. Marktforschung, Vermittlung, Restaurierung, wissenschaftliche Dokumentation

C) Für welche Bereiche werden externe Dienstleister in Anspruch genommen?

>> Wachdienst, Aufsicht, Reinigung etc.

D) Welche Aufgabenbereiche werden durch Ehrenamtliche wahrgenommen?

E) Wer ist für die Akquise und Betreuung der freien Mitarbeiter/innen bzw. externer Dienstleister zuständig?

F) Wo wird bei Bedarf Beratung nachgefragt?

>> regelmäßig oder gelegentlich, Beispiele etc.

G) Wer ist für die Akquise, die Aufgabenverteilung, die Betreuung und Anerkennung von Ehrenamtlichen zuständig?

H) Welche Aufgaben werden von Arbeitskräften aus dem zweiten Arbeitsmarkt oder von ALG-II-Empfänger benommen?

I) Bietet das Museum Aus und Weiterbildungsmöglichkeiten von Nachwuchskräften an?

>> Lehrstellen, Aus und Weiterbildungsangebote; Volontariat: Ausbildungsplan, Fortbildungsmöglichkeiten, Betreuung; Praktika: unentgeltlich, bezahlt, regelmäßig, unregelmäßig, Dauer, Schüler, Studenten, Betreuung

J) Besuchen die hauptamtlichen Mitarbeiter regelmäßig Fort und Weiterbildungen? Nehmen die ehrenamtlich Tätigen an Fortbildungen teil?

>> besondere Fortbildungsangebote

.....
* Die folgende Auflistung bezieht sich auf den Leitfaden des Deutschen Museumsbund e.V. (Berlin) aus dem Jahr 2011. Die Studie kann online abgerufen werden unter: https://www.museumswesen.smwk.sachsen.de/download/LeitfadenMuseumskonzept_2011.pdf

(K) Wird das Personal, das direkten Publikumskontakt hat, regelmäßig geschult?

>> Kasse, Aufsicht, Infotheke, Telefonzentrale, Sekretariat etc.

Die hier dargestellten Fragestellungen sind im Vorfeld im zu klären und bei der Konzeption des Museums im Vorfeld zu beachten. In Anbetracht der hier stehenden Fragestellungen hat die ARGE Steiner eine Personalbedarfsplanung erstellt, die im nächsten Kapitel dargestellt wird.

4.2 Personalbedarf

Das neuzugründende Museum wird einen gewissen Personalbedarf haben, um operativ tätig sein zu können. Dies ist insbesondere im Hinblick auf die Positionierung innerhalb der Berliner Museumslandschaft von besonderer Bedeutung. Die von der ARGE Steiner berechneten Personaleinheiten lassen sich wie folgt darstellen:

Relevante Personalstellen	Anzahl AK	Kostenschätzung in € im ersten vollen Kalenderjahr
Museumsdirektion	1	70.000
Sekretariat/Buchhaltung	0,5	30.000
Kassenpersonal	2	80.000
Aufsichten	4	72.000
Marketingfachkraft	0,5	30.000
wissenschaftliche Mitarbeit	0,5	30.000
Hausmeister/in	0,5	28.000
IT-Systemadministration	0,5	32.000
Summe	9,5 AK	372.000

Die oben genannten Positionen lehnen sich an das in Kapitel 3.3 dargestellte Modell B) an, das für eine zukünftige Planung bevorzugt werden wird. Inwiefern die dargestellten Positionen in andere vorhandene Strukturen bzw. Trägerstrukturen eingebettet werden können, kann erst dann verifiziert werden, wenn die finale Trägerstruktur feststeht. Die oben dargestellten Fragestellungen sind also nur nach der Festlegung der Rechtsform und Trägerschaft des neuen Museums realistisch zu beantworten. Die von der ARGE Steiner darzustellenden Personalthemen stellen lediglich Schätzwerte dar.

5 Ansätze für den Aufbau eines Leitbildes

Bezüglich des Personals besteht ein faktischer Zusammenhang mit der Firmenphilosophie bzw. in diesem Fall Organisationsphilosophie. Die Vermittlung der Organisationsphilosophie kann über ein geeignetes Leitbild erfolgen. Im Mittelpunkt eines solchen Leitbildes stehen Zweck und Auftrag sowie leitende Werte und gesellschaftliche Funktionen einer Organisation, Unternehmung, Institution etc., in diesem Fall des Museums „Electropolis Berlin“. Gemeinsame Überzeugungen des Trägers, der Mitarbeiter/innen sowie der Freunde und Förderer des neu entstehenden Museums werden formuliert. Dieser Konsens wirkt gleichermaßen identitätsstiftend und richtungsweisend. Die Leitbilddefinition ist transparent gestaltet, alle Beteiligten erhalten Gelegenheit, sich in den Prozess einzubringen. Das Leitbild des zukünftig operierenden Museums reagiert dynamisch auf gesellschaftliche und kulturelle Entwicklungen und ist diesen anzupassen. Leitbilder richten sich ebenso nach außen an die Öffentlichkeit wie nach innen an die Beschäftigten, Träger, Freunde und Förderer. Das Leitbild bietet Ansätze, die Position des Museums in der Gesellschaft – und ggf. innerhalb der Struktur des Trägers – zu bestimmen und sichtbar zu machen. In diesem Fall ist die Corporate Identity (CI: das Erscheinungsbild des Museums in der Öffentlichkeit) ein Teil des Leitbildes. Die Corporate Identity ergibt sich entweder aus der Geschichte und den Traditionen des Bestimmungszwecks des Museums oder wird in Einklang mit den Zielen des Museums konzipiert.*

Ein Leitbild sollte nicht „übergestülpt“, sondern von Trägern und Personal des Museums selbst und zwar gemeinschaftlich erarbeitet werden. Nur so entfalten Leitbilder auch die notwendige Wirkung. Die hier dargestellten Leitsätze sollen damit lediglich als Richtschnur dienen, um dann in einem späteren Prozess festgelegt zu werden.

Potenzielle Leitsätze für das „Electropolis Berlin“ könnten beispielsweise sein:

- 1 Wir verstehen uns im Bereich der Industriekultur als das wichtigste Museum der Stadt Berlin.
- 2 Wir sind authentisch und richten uns stets an den vorhandenen neuesten Forschungsständen der Industriekultur Berlins aus.
- 3 Wir sind modern, orientieren uns an den aktuellen Methoden und Instrumenten der Museumspädagogik und wollen stets den Besuchern etwas Besonderes bieten.
- 4 Unsere ganze Kraft gilt der Aufwertung des Standorts Oberschöneweide, den wir mit all unseren Mitteln unterstützen wollen. Oberschöneweide ist ein besonderer Ort, den wir gemeinsam mit anderen weiterentwickeln wollen.
- 5 Wir bringen uns ein in Themen, die die Aufwertung des regionalen Umfelds positiv beeinflussen können.
- 6 Wir stehen für eine freundliche und kompetente Dienstleistung am Kunden, dem wir stets ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und ein vorbildliches Erlebnis anbieten und vermitteln wollen.
- 7 Wir sind lernbereit und wollen unsere Kenntnisse und Funktionen im Bereich unserer Tätigkeit im Museum stets verbessern.
- 8 Wir stehen für zeitgemäßes Vermitteln von Industriekultur und wollen uns daher stets inhaltlich mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln verbessern.
- 9 Wir arbeiten mit Forschern der Industriekultur, anderen Museen und der öffentlichen Verwaltung vertrauensvoll zusammen und nehmen Zeitzeugen der örtlichen Industriekultur als wichtige Partner wahr.
- 10 Die von uns vermittelten Inhalte sind stets aktuell und wahrheitsgemäß.

.....
* Vgl. <https://www.museumbund.de/wp-content/uploads/2017/03/standards-fuer-museen-2006-1.pdf#page=9&zoom=auto,-169,158>, S. 9

11 Die von uns genutzte Immobilie wird stets pfleglich behandelt und im Sinne einer zeitgemäßen Industriekultur von uns betreut.

12 Wir orientieren uns stets an modernen technischen Instrumenten der Museumstechnik und bringen diese in die Wissensvermittlung als Erlebnisse ein.

13 Wir halten stets persönlichen Kontakt zu Förderern und Freunden des Museums und sehen sie als besondere Bezugsgruppen.

Die oben genannten Leitsätze können auf Mission, Werte und Vision angewandt werden. Diese werden im Anschluss exemplarisch dargestellt.

Mission

Das „Electropolis Berlin“ ist ein herausragender Ort für die Vermittlung von naturwissenschaftlich-technischer Bildung im Bereich Berliner Industriekultur. Zudem steht das „Electropolis Berlin“ für einen konstruktiven Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. Seine einzigartige Sammlung von Originalexponaten macht das „Electropolis Berlin“ zu einem national führenden Standort technisch-wissenschaftlicher Industriekultur.

Das „Electropolis Berlin“ sammelt und bewahrt im Auftrag des Landes Berlin technik- und wissenschaftshistorisch bedeutsame Objekte, die in Berlin entstanden sind und erforscht die Geschichte von Industrie und Technik und den damit verbundenen gesellschaftlichen Wandel. Mit seiner Dauerausstellung, den Wechselausstellungen und begleitenden Programmen schlägt es eine Brücke von der Industriekultur-Forschung zur Bildung und trägt so dazu bei, eine Basis für die Innovationskraft unserer Gesellschaft zu schaffen. Das „Electropolis Berlin“ vermittelt unterhaltsam und zielgruppengerecht die Grundlagen von Industriekultur und vor Ort in Oberschöneweide und ganz Berlin erschaffener Technik, gibt einen Überblick über deren historische Entwicklung und ist gleichzeitig ein Schaufenster der aktuellen Forschung und der Entwicklung in ganz Berlin im Allgemeinen und Oberschöneweide im Speziellen. Es ermöglicht Menschen aller Altersgruppen einen Einblick in die relevanten naturwissenschaftlich-technischen Themen und Instrumente, die vor Ort erschaffen wurden, sowie deren Auswirkungen auf unser Leben. Das „Electropolis Berlin“ greift dabei auch kontroverse Themen auf und bietet sich als Ort des Gedankenaustausches, der freien Meinungsbildung und der Partizipation an Wissenschaft und Technik an.

Werte

Das „Electropolis Berlin“ versteht sich als neutral, unabhängig und den Grundsätzen guter wissenschaftlicher Praxis verpflichtet. Es steht allen Menschen offen und sorgt dafür, dass ihr Aufenthalt vor Ort in Oberschöneweide ein bereicherndes Erlebnis für sie wird. Das „Electropolis Berlin“ strebt Barrierefreiheit in allen Bereichen an und setzt zunehmend digitale Medien ein. Das Museum ist offen für Neues, beteiligt Menschen an wissenschaftlichen Denkprozessen zum Thema Industriekultur und diskutiert mit ihnen auf Augenhöhe.

Das „Electropolis Berlin“ ist vernetzt mit Wissenschaft, Bildung, Kultur, Wirtschaft, Medien, Verwaltung und Politik und kooperiert gezielt in interdisziplinären Projekten. Es lebt nach seiner offiziellen Gründung von der engen und partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Wissenschaft und Industrie sowie der örtlichen Verwaltung der Landes Berlin und des Bezirks Treptow-Köpenick, ohne die es seinen Bildungsauftrag nicht erfüllen könnte.

Das „Electropolis Berlin“ versteht sich als lernende und innovative Organisation, deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine wichtige Ressource sind. Mit Hilfe ihrer Kreativität, ihren spezifischen Fachkompetenzen, Fähigkeiten und ihrer Leistungsbereitschaft sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dem Träger sehr wichtig. Persönliche und fachliche Weiterbildung und lebenslanges Lernen

sind ein wichtiger Bestandteil der Arbeitskultur des „Electropolis Berlin“. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des „Electropolis Berlin“ bringen einander Achtung und Wertschätzung entgegen und gehen unabhängig von formalen Strukturen und Hierarchien respektvoll und fair miteinander um. Frauen und Männer, Menschen jeder Herkunft und jeden Alters arbeiten ungeachtet ihrer Lebensweisen gleichberechtigt miteinander.

Vision

Zentrale Vision ist: „Wir, das Electropolis Berlin, sind innerhalb Berlins das bedeutendste Museum für Industriekultur und prägen den Dialog über die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Industriestandorts Berlin.“

Um die Position des „Electropolis Berlin“ als herausragenden Ortes für die Vermittlung von Industriekultur der Stadt Berlin zu stärken, gestaltet das neu entstehende Museum im Rahmen einer noch zu konzipierenden Zukunftsinitiative seine Ausstellungen neu und bringt sie in inhaltlicher, didaktischer und ästhetischer Sicht auf den aktuellen Stand. Dies wird vor allem auch mit digitalen Instrumenten geschaffen. Voraussetzung dafür ist die bauliche Sanierung des Alten AEG-Kantine (Kasino) in der Wilhelminenhofstraße 76/77 in Berlin-Oberschöneweide.

Das „Electropolis Berlin“ setzt weiterhin auf die Wirkung authentischer Objekte aus einer noch zusammenzustellenden Sammlung historischer Maschinen, produzierten Teileinheiten und Endprodukte aus örtlicher Produktion, ergänzt durch Modelle, interaktive Stationen und Demonstrationen, die überwiegend digital gestaltet bzw. digital unterstützt werden. Die persönliche Vermittlung von Ausstellungsinhalten durch hochqualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Ausstellungs- und Vorfürhdienstes des „Electropolis Berlin“ steht ebenfalls im Vordergrund. Unter anderem werden auch schauspielerische Führungen in Kostümen als ein zentrales Element der Wissens- und Erlebnisvermittlung im neu entstehenden Museum gesehen.

In den modernen Ausstellungen wird die Vermittlung der Faszination von Berliner Industriekultur am authentischen Ort durch unterschiedliche Epochen und Gesellschaftssysteme und örtlich entstandener Technik durch eine kompetente, anschauliche und ausgewogene Darstellung von deren gesellschaftlichen Implikationen begleitet. Die Ausstellungen sind in zehn Themencluster unterteilt, die sich sowohl in geschichtlichen, naturwissenschaftlichen, architektonischen und sozialen Grundlagen äußern.

Das „Electropolis Berlin“ sollte durch seine Aktivitäten eine hohe Präsenz in der Diskussion über die Zukunftsfragen der Industrie in Berlin, Deutschland und der Welt erreichen. Um diesen Auftrag zukünftig erfüllen zu können, will es regelmäßig Veranstaltungen in diesem Bezug veranstalten. Dieses soll Öffentlichkeit, Wissenschaft und Industrie zu einer offenen und konstruktiven Diskussion über die Entwicklung der oben genannten Themenfelder einladen. Mit einem umfassenden Dialog- und Veranstaltungsprogramm sollte das Forum des „Electropolis Berlin“ einen Raum für persönliche Begegnung und aktives Engagement in der Wissensgesellschaft bereitstellen. Dazu wird es zeitgemäße und innovative Formate der Wissenschaftskommunikation einsetzen.

Das „Electropolis Berlin“ kooperiert örtlich, national und gegebenenfalls auch international mit anderen Museen ähnlicher Ausrichtung. Auch die Kooperation mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen, die einen Bezug zur Industriekultur haben ist gewünscht. Perspektivisch ist sie eng in die universitäre Forschung und Lehre im lokalen Netzwerk der Berliner Universitäten und Hochschulen eingebunden. Insbesondere zur nahegelegenen „Hochschule für Technik und Wirtschaft“ (HTW) und zum benachbarten Industriesalon wird ein sehr enger Kontakt gepflegt.

Wichtig:

Wie oben dargestellt, können die Leitsätze, die Mission, die Werte und die Vision erst dann final aufgebaut und implementiert werden, wenn die finale Organisationsstruktur fixiert ist und das künftige Management sich mit den Ansätzen identifiziert.

6 Prognose Wirtschaftsplan

Finanzplan „Electropolis Berlin

Um den Finanzplan zu erstellen, bedarf es einer sorgfältigen Analyse aller Rahmenbedingungen. Nur dann können diese kostenmäßig bewertet werden. Der Finanzplan ist das zentrale Herzstück eines jeden Businessplans. Im Finanzplan werden alle Schätzungen und Planungen dargestellt, die vorab in den vorherigen Kapiteln des vorliegenden Konzepts erarbeitet wurden. Der Umfang der erforderlichen finanziellen Ausstattung ist abhängig von:

- Umfang der baulichen Maßnahmen
- Umfang der qualitativen und quantitativen Anforderungen an die Aufgaben Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen, Vermitteln.

Der Finanzplan enthält folgende fünf Teilbereiche:

1. Berechnung der Gründungskosten und Investitionen
2. Annahmen für die Umsatzplanung
3. Ermittlung sämtlicher laufender Kosten
4. Bestimmung des Kapitalbedarfs für die Gründung
5. Gewährleistung der Finanzierung des Kapitalbedarfs

1. Gründungskosten und Investitionen

Bevor das Museum an den Start gehen kann, muss die verantwortliche Organisation bzw. in diesem Fall staatliche Stelle zunächst Geld in das Vorhaben investieren. Für den Finanzplan sind dabei insbesondere neben den Gründungskosten die Investitionen relevant. Gründungskosten sind Ausgaben, die meist vor oder während der Gründung anfallen. Die Investitionen hingegen werden in der Regel direkt nach der eigentlichen Gründung anfallen. Sie stellen im Falle des „Electropolis Berlin“ mit Abstand den kostenmäßig wesentlich höheren Bereich dar.

2. Umsatzberechnungen

Welche Arten von Umsätzen und wie viele Umsätze im Museum werden generierbar sein? Zusammen mit dem Preis der jeweiligen Umsatzleistungen ergibt die Menge dann die Umsatzplanung, die den Ausgangspunkt in der Finanzplanung für die Gewinn- und Verlustrechnung bildet.

3. Ausgaben nach der Gründung: Laufende Kosten

Es kann davon ausgegangen werden, dass das Museum auf Dauer mehr Geld ausgibt (kostet), als es aufgrund von wirtschaftlicher Tätigkeit einnimmt. Dieser wichtige Faktor muss im Finanzplan und insbesondere bei der Kapitalbedarfsberechnung berücksichtigt werden. Für mehr Übersichtlichkeit werden die laufenden Kosten zudem in fixe und variable Kosten unterteilt werden. Außerdem muss die Liquidität des Museums kontinuierlich überwacht werden, da Liquiditätsengpässe für ein vorzeitiges Aus sorgen könnten.

4. Kapitalbedarf im Finanzplan ermitteln

Wenn die zu finanzierenden Kosten im Finanzplan ermittelt werden, kann der gesamte Kapitalbedarf berechnet werden. Erfahrungswerte zeigen, dass Gründungen oft zu optimistisch sind, was den Kapitalbedarf angeht. Ein zu geringer Kapitalbedarf führt in der Regel zu einem Liquiditätsengpass, der oftmals das Scheitern zur Folge hat.

5. Finanzierung des Kapitalbedarfs im Finanzplan darstellen

Ist der Kapitalbedarf inklusive Puffer im Finanzplan festgelegt, muss geklärt werden, wie der anfallende Betrag finanziert wird. Eigene Mittel, zusätzliches

Eigenkapital oder eine Reihe an Fremdfinanzierungsinstrumenten sind Finanzierungsformen, die relevant sein könnten, werden hier dargestellt.

Auf den nächsten beiden Seiten sind Berechnungen von der ARGE Steiner zu finden, die sich auf die zu erwartenden laufenden Kosten und laufenden Einnahmen beziehen. Es muss hier angemerkt werden, dass es sich bei den Werten nur um eine vorsichtige Kostenschätzung handelt, da eine genaue Berechnung der Parameter zum Zeitpunkt der Erstellung der Machbarkeitsstudie nicht umsetzbar ist. Sie sollen jedoch als Entscheidungshilfe dienen, um in weitere Planungen einsteigen zu können.

Für die laufenden Kosten wurden insgesamt drei Szenarien berechnet, die in drei Positionen unterteilt sind. Dabei wurden diese unterschiedlichen Szenarien so konzipiert, dass sie in drei Situationsanlässe eingeteilt wurden:

- **Erstes Szenario:** Normales Szenario im Modell B), Prognose für realistische Entwicklung (im Sinne der während der Untersuchungszeit vorhandenen Rahmenbedingungen)
- **Zweites Szenario:** Sehr gute Entwicklung des Museums, besser als erwartet (Best Case Szenario)
- **Dittes Szenario:** schlechte Entwicklung des Museums, deutlich schlechter als erwartet (Worst Case Szenario)

Die Spanne des jeweils aus den unterschiedlichen Szenarien heraus entwickelten jährlichen Fehlbetrags ist daher sehr groß.

Potenzielle Einnahmen und Kosten sowie Erträge bzw. Fehlbeträge: siehe nächste Seiten



1 KWO, Halle 1, 17. Dezember 2019

Prognose Wirtschaftsplan Electropolis Berlin		Variante Modell B		
		alle Werte sind Brutto-Ansätze		
Rahmenbedingungen		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
erwartete Besucherzahl (Kalenderjahr)		30.000	35.000	40.000
Öffnungstage		300	300	300
Eintrittspreis	normal	8,50		
	ermäßigt	5,00		
	Durchschnitt	7,50		
	Kalkulation erfolgt mit Durchschnittswert			
Eintrittsgelder		225.000	262.500	300.000
Verkauf von Shopartikeln incl. Snacks, Getränke		10.000	12.000	15.000
Verpachtung Gastronomie		25.000	30.000	31.000
Vermietung Räume		5.000	6.000	6.000
Schauspielführungen (Vermittlung)		3.000	4.000	5.000
eigene Veranstaltungen		2.000	2.000	2.000
sonstiges		1.000	1.000	1.000
Summe		271.000	317.500	360.000
Ausgaben				
Personal		Anzahl, AK		
Museumsdirektion		1	70.000	70.000
Sekretariat/Buchhaltung		0,5	30.000	31.000
Kassenpersonal		2	80.000	82.000
Aufsichten		4	72.000	75.000
Marketingfachkraft		0,5	30.000	31.000
wissenschaftliche Mitarbeit		0,5	30.000	31.000
Hausmeister/in		0,5	28.000	29.000
IT-Systemadministration		0,5	32.000	33.000
Gästeführer/Schaupielerführer/innen für Gruppen			0	0
Summe			372.000	384.000
Einkauf				
Material Museumsshop			6.000	7.000
Büromaterial			500	500
laufender Unterhalt Audioguides/Tablets etc.			1.000	2.500
Repräsentationskosten			2.000	2.000
Reisekosten			1.500	2.000
sonstiges			1.500	1.500
Summe			12.500	15.500
Bewirtschaftung				
Heizung (Fernwärme aus KWO-Verbund)			17.000	18.000
Wasser/Abwasser/Niederschlagswasser			2.000	2.000
Strom (aus KWO-Verbund)			9.000	10.000
Versicherungen			5.000	5.000
Gebühren (Müll, Straßenreinigung etc.)			1.000	1.000
Sicherheit			10.000	10.000
externe Wartung Ausstellungstechnik			10.000	10.000
externe Wartung Gebäudetechnik			5.000	5.000
Reinigung			35.000	36.000
Lizenzen			2.000	2.000
Telekommunikation/Internet			4.000	4.000
laufende Kleinreparaturen			4.000	4.000
System Updates Hard- und Software			0	20.000
Parkflächenbewirtschaftung			12.000	12.000
Marketing-Sachkosten (Werbung, PR etc.)			50.000	55.000
Summe			166.000	194.000
Gesamtkosten			550.500	593.500
Gesamteinnahmen			271.000	360.000
Fehlbetrag			279.500	233.500
*auf eigene Rechnung				

Prognose Wirtschaftsplan Electropolis Berlin		Best Case Szenario		
Rahmenbedingungen		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
erwartete Besucherzahl (Kalenderjahr)		60.000	70.000	80.000
Öffnungstage		300	300	300
Eintrittspreis	normal	8,50		
	ermäßigt	5,00		
	Durchschnitt	7,50		
	Kalkulation erfolgt mit Durchschnittswert			
Einnahmen				
Eintrittsgelder		450.000	525.000	600.000
Verkauf von Shopartikeln incl. Snacks, Getränke		20.000	24.000	30.000
Verpachtung Gastronomie		25.000	30.000	31.000
Vermietung Räume		5.000	6.000	6.000
Schauspielführungen (Vermittlung)		6.000	4.000	10.000
eigene Veranstaltungen		3.000	3.000	3.000
sonstiges		1.000	1.000	1.000
Summe		510.000	593.000	681.000
Ausgaben				
Personal	Anzahl, AK			
Museumsdirektion	1	70.000	70.000	72.000
Sekretariat/Buchhaltung	0,5	30.000	30.000	31.000
Kassenpersonal	2	80.000	80.000	82.000
Aufsichten	4	72.000	72.000	75.000
Marketingfachkraft	0,5	30.000	30.000	31.000
wissenschaftliche Mitarbeit	0,5	30.000	30.000	31.000
Hausmeister/in	0,5	28.000	28.000	29.000
IT-Systemadministration	0,5	32.000	32.000	33.000
Gästeführer/Schaupielerführer/innen für Gruppen		0	0	0
Summe		372.000	372.000	384.000
Einkauf				
Material Museumsshop		12.000	13.000	14.000
Büromaterial		500	500	500
laufender Unterhalt Audioguides/Tablets etc.		1.500	3.000	3.500
Repräsentationskosten		2.000	2.000	2.000
Reisekosten		1.500	2.000	2.000
sonstiges		1.500	1.500	1.500
Summe		19.000	22.000	23.500
Bewirtschaftung				
Heizung (Fernwärme aus KWO-Verbund)		17.000	17.000	18.000
Wasser/Abwasser/Niederschlagswasser		2.000	2.000	2.000
Strom (aus KWO-Verbund)		9.000	10.000	10.000
Versicherungen		5.000	5.000	5.000
Gebühren (Müll, Straßenreinigung etc.)		1.000	1.000	1.000
Sicherheit		10.000	10.000	10.000
externe Wartung Ausstellungstechnik		10.000	10.000	10.000
externe Wartung Gebäudetechnik		5.000	5.000	5.000
Reinigung		35.000	35.000	36.000
Lizenzen		2.000	2.000	2.000
Telekommunikation/Internet		4.000	4.000	4.000
laufende Kleinreparaturen		4.000	4.000	4.000
System Updates Hard- und Software		0	10.000	20.000
Parkflächenbewirtschaftung		12.000	12.000	12.000
Marketing-Sachkosten (Werbung, PR etc.)		50.000	50.000	55.000
Summe		166.000	177.000	194.000
Gesamtkosten		557.000	571.000	681.000
Gesamteinnahmen		510.000	593.000	601.500
Fehlbetrag		47.000	-22.000	-79.500

Prognose Wirtschaftsplan Electropolis Berlin		Worst Case Szenario		
Rahmenbedingungen		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
erwartete Besucherzahl (Kalenderjahr)		10.000	15.000	20.000
Öffnungstage		300	300	300
Eintrittspreis	normal	8,50		
	ermäßigt	5,00		
	Durchschnitt	7,50		
		Kalkulation erfolgt mit Durchschnittswert		
Einnahmen				
Eintrittsgelder		75.000	112.500	150.000
Verkauf von Shopartikeln incl. Snacks, Getränke		3.000	4.000	5.000
Verpachtung Gastronomie		25.000	30.000	31.000
Vermietung Räume		1.000	1.500	2.000
Schauspielführungen (Vermittlung)		1.000	1.500	2.000
eigene Veranstaltungen		1.000	1.000	1.000
sonstiges		1.000	1.000	1.000
Summe		107.000	151.500	192.000
Ausgaben				
Personal		Anzahl, AK		
Museumsdirektion		1	70.000	70.000
Sekretariat/Buchhaltung		0,5	30.000	30.000
Kassenpersonal		2	80.000	82.000
Aufsichten		4	72.000	75.000
Marketingfachkraft		0,5	30.000	31.000
wissenschaftliche Mitarbeit		0,5	30.000	31.000
Hausmeister/in		0,5	28.000	29.000
IT-Systemadministration		0,5	32.000	33.000
Gästeführer/Schaupielerführer/innen für Gruppen		0	0	0
Summe			372.000	384.000
Einkauf				
Material Museumsshop		6.000	2.000	3.000
Büromaterial		500	500	500
laufender Unterhalt Audioguides/Tablets etc.		1.000	1.000	1.500
Repräsentationskosten		2.000	2.000	2.000
Reisekosten		1.500	2.000	2.000
sonstiges		1.500	1.500	1.500
Summe			12.500	10.500
Bewirtschaftung				
Heizung (Fernwärme aus KWO-Verbund)		17.000	17.000	18.000
Wasser/Abwasser/Niederschlagswasser		2.000	2.000	2.000
Strom (aus KWO-Verbund)		9.000	10.000	10.000
Versicherungen		5.000	5.000	5.000
Gebühren (Müll, Straßenreinigung etc.)		1.000	1.000	1.000
Sicherheit		10.000	10.000	10.000
externe Wartung Ausstellungstechnik		10.000	10.000	10.000
externe Wartung Gebäudetechnik		5.000	5.000	5.000
Reinigung		35.000	35.000	36.000
Lizenzen		2.000	2.000	2.000
Telekommunikation/Internet		4.000	4.000	4.000
laufende Kleinreparaturen		4.000	4.000	4.000
System Updates Hard- und Software		0	10.000	20.000
Parkflächenbewirtschaftung		12.000	12.000	12.000
Marketing-Sachkosten (Werbung, PR etc.)		50.000	50.000	55.000
Summe			166.000	174.000
Gesamtkosten		107.000	151.500	192.000
Gesamteinnahmen		550.500	558.000	588.500
Fehlbetrag		443.500	406.500	396.500

7 Zwischenfazit

Die Organisation des Projekts ist zweifellos eine organisatorische und finanzielle Herausforderung. Allerdings auch eine lohnende, insofern das neue Museum strategisch in Sachen Management geführt wird. Sowohl die Investitionskosten (siehe nachfolgende Seiten) als auch die laufenden Kosten wurden je nach Modellrechnung dargestellt und zeigen letztlich auch die Bandbreite an Kosten und Erträgen, die erwartbar sind. Vieles wird davon abhängen wie das Museum organisiert sein wird. Insbesondere muss auch an dieser Stelle noch einmal darauf hingewiesen werden, wie wichtig das Thema Marketing für das „Electropolis Berlin“ sein wird. Folgende Aspekte lassen sich zusammenfassend schon darstellen:

Chancen der Entwicklungsmöglichkeiten des Museums

- Das Museum kann als das bedeutendste Museum für Berliner Industriekultur in Bezug auf Elektrotechnik innerhalb der Berliner Museumslandschaft konzipiert werden.
- Das Museum kann eine moderne Mischung aus Technikmuseum und Stadtmuseum darstellen.
- Das Museum kann für Berliner Bürgerinnen und Bürger sowie für Touristen gleichermaßen interessant sein.
- Das Museum kann ein touristischer „Leuchtturm“ für den Bezirk Treptow-Köpenick werden.

Chance für den Standort Oberschöneweide

- Das Museum kann den ganzen Bezirk Oberschöneweide aufwerten und zusammen mit anderen vorhandenen, in Bau befindlichen oder geplanten Vorhaben, die einen Bezug zur Industriekultur des Standortes haben, eine strukturelle Verbesserung im Sinne des Berliner Zukunftsorts Oberschöneweide herbeiführen.
- Das Museum kann ein Teil des Selbstverständnisses von Oberschöneweide werden, das die vorhandene Industriekultur erheblich aufwertet und den Standort Oberschöneweide als das Zentrum für Berliner Industriekultur in Bezug auf das Image innerhalb der Stadt Berlin darstellt.

8 Kostenschätzung nach Bauteilen (orientiert an DIN 276-1:2006-11)

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
200		Herrichten und Erschließen						32.000,00	
210		Herrichten						30.000,00	
211		Sicherungsmaßnahmen							
211.1		Schutz und Sicherungsmaßnahmen für die innenliegende Wohnung, ihre Struktur, ihre Medien, Zugänge, etc.					pauschal	25.000,00	
211.2		Baustellenzufahrt nach Vorgabe					pauschal	5.000,00	
230		Nichtöffentliche Erschließung						2.000,00	
230.1	1	Überprüfen der Wärmeversorgung					pauschal	1.000,00	
230.2	1	Überprüfen der Elektroversorgung					pauschal	1.000,00	
300		Bauwerk – Konstruktion						2.220.897,76	
310		Baugrube / Erdbau						74.059,08	
310.1		Neumodellierung des umgebenden Geländes um eine barrierefreie Erschließung des Gebäudes zu ermöglichen						37.500,00	37.500,00
310.2		Öffnen und Verfüllen des Kellerraumes -1.07				208,91	m³	175,00	36.559,08
320		Gründung						62.641,14	
320.1	4	Flachgründungen für Ausstellungsobjekte im Erdgeschoss - Herstellung zu 100% in Handarbeit	0,5	2	1	1,00	m³	2.750,00	11.000,00
325		Bodenbeläge							
325.1	4	Nutzestrich auf Feuchtesperrschicht auf Flachgründungen	0,08	2	1	8,00	m²	75,00	600,00
325.2		Estrich im Keller neu				112,19	m²	75,00	8.414,25
325.3		Bodenbeläge im nicht unterkellerten Bereich des Erdgeschosses abbrechen - Linoleum, Auslegeware oder gleichartig				405,97	m²	5,00	2.029,85
325.4		Bodenbeläge im nicht unterkellerten Bereich des Erdgeschosses neu, pauschal (Ausstellungs-, Verkehrs- und Gastronomieflächen)				405,97	m²	100,00	40.597,04
330		Außenwände / Vertikale Bekleidung außen						380.297,29	
331		Tragende Außenwände							
331.1		Stahlträger-Sturz mit bewehrter Klinkerüberdeckung über Türanlage 2. Rettungsweg sanieren	0,54	4	0,54	1,17	m³	10.000,00	11.664,00
331.2		Fachwerkaussenwände Pfosten-Riegel-Konstruktion in Stand setzen				21,00	m²	950,00	19.950,00
331.3	150	Bereiche von Klinkermauerwerk sanieren, einzelne Steine ab 1/4 Stein-Größe austauschen					St	150,00	22.500,00
332		Nichttragende Außenwände							

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
332.1		Gefache der Pfosten-Riegel-Konstruktion ausbauen und nach Reparatur der Holzbauteile wieder einbauen				19,75	m²	950,00	18.762,50
334		Außentüren und Fenster							
334.1	11	Fenster und Abdeckungen für Lichtschächte im Keller neu herstellen und einbauen	1	1,2		13,20	m²	1.250,00	13.750,00
334.2	24	mittelgroße Fenster im Erdgeschoss mit Isolierverglasung, überarbeiten, beschichten	2,15	1		51,60	m²	120,00	6.192,00
334.3	5	mittelgroße Fenster im Erdgeschoß erneuern	2,15	1		10,75	m²	600,00	6.450,00
334.4	6	kleine Fenster im Erdgeschoss überarbeiten, neu verglasen und mit zusätzlichen inneren Flügeln wärmedämmend optimieren	1,48	0,6		5,33	m²	600,00	3.196,80
334.5	1	vorhandenes Fenster im Erdgeschoss überarbeiten, neu verglasen und mit zusätzlichen inneren Flügeln wärmedämmend optimieren - Einbauort Raum 0.14	1,86	2,5		4,65	m²	600,00	2.790,00
334.6	9	große Fenster im 1.OG überarbeiten, neu verglasen und mit zusätzlichen inneren Flügeln wärmedämmend optimieren	2,4	2,7		58,32	m²	600,00	34.992,00
334.7	11	mittelgroße Fenster im 1.OG überarbeiten, neu verglasen und mit zusätzlichen inneren Flügeln wärmedämmend optimieren	2,15	1		23,65	m²	600,00	14.190,00
334.8	9	kleine Fenster im 1. OG überarbeiten, neu verglasen und mit zusätzlichen inneren Flügeln wärmedämmend optimieren	1,48	0,6		7,99	m²	600,00	4.795,20
334.9	11	mittelgroße Fenster im 1. Dachgeschoss überarbeiten, neu verglasen und mit zusätzlichen inneren Flügeln wärmedämmend optimieren	2,15	1		23,65	m²	600,00	14.190,00
334.10	11	kleine Fenster im 1. Dachgeschoss überarbeiten, neu verglasen und mit zusätzlichen inneren Flügeln wärmedämmend optimieren	1,48	0,6		9,77	m²	600,00	5.860,80
334.11	8	mittelgroße Fenster im 2. Dachgeschoss überarbeiten, neu verglasen und mit zusätzlichen inneren Flügeln wärmedämmend optimieren	2,15	1		17,20	m²	600,00	10.320,00
334.12	5	kleine Fenster im 2. Dachgeschoss überarbeiten, neu verglasen und mit zusätzlichen inneren Flügeln wärmedämmend optimieren	1,48	0,6		4,44	m²	600,00	2.664,00
334.13	1	Tür zur kleinen Dachterrasse überarbeiten und wärmedämmend optimieren	2,01	1,1		2,21	m²	900,00	1.989,90
334.14	1	Außentüranlage zur Wilhelminenhofstraße überarbeiten und beschichten	3,32	3,93		13,05	m²	900,00	11.742,84
334.15	1	Türanlage 2. Rettungsweg überarbeiten und beschichten				7,15	m²	900,00	6.435,00
334.16	1	Türanlage Rettungsweg Personal erneuern	2,2	1,1		2,42	m²	900,00	2.178,00
335		Außenwandbekleidungen außen							
335.1		Außenputz nach historischem Vorbild erneuern				1365,00	m²	100,00	136.500,00
336		Außenwandbekleidungen innen							
336.1		historische Außenwandbekleidungen demontieren, seitlich lagern, wieder einbauen	0,5	1	200	100,00	m²	75,00	7.500,00
339		Sonstiges							

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
339.1		Raum 2.01 Umwehrung aus Stahl und Glas auf großer Dachterrasse neu	0,95	33,47		31,80	m²	500,00	15.898,25
339.2		Raum 2.14 Umwehrung aus Holz auf südlicher Dachterrasse in Stand setzen	1,1	10,52		11,57	m²	500,00	5.786,00
340		Innenwände							415.111,02
341		Tragende Innenwände							
341.1	1	Aufzugsschacht aus Ortbeton einer mittleren Druckfestigkeitsklasse wie z.B. C40/45 von EG -1m bis 1.DG + 2,60 m = 11,77 m Höhe, Wandstärke 0,175 m	11,8	9,6	0,175	19,77	m³	1.950,00	38.558,52
341.2		Decken (OG und 1. DG) an Aufzugsschacht befestigen				2,00	St	1.750,00	3.500,00
341.3		Tür UG, Achse 2-C, schließen	2,01	1,01		2,03	m²	450,00	913,55
341.4		Öffnung UG, Achse 3-C, schließen	1	0,47		0,47	m²	450,00	211,50
341.5		willkürliche Wanddurchführungen in Mauerwerk schließen	1	10		10,00	m²	450,00	4.500,00
342		Neubau nichttragende Innenwände mit Schallschutz							
342.1		Raum -1.01_B	2,3	10,4		23,92	m²	200,00	4.784,00
342.2		Raum 0.06	2,01	0,81		1,63	m²	200,00	325,62
342.3		Raum 0.09	2,01	0,93		1,87	m²	200,00	373,86
342.4		Raum 0.10	2,01	0,2		0,40	m²	200,00	80,40
342.5		Raum 0.15	2,67	1,95		5,21	m²	200,00	1.041,30
342.6		Raum 0.21	2,62	2,65		6,94	m²	200,00	1.388,60
342.7		Raum 1.01	3,9	3,19		12,44	m²	200,00	2.488,20
342.8		Raum 1.09	3,53	2,95		10,41	m²	200,00	2.082,70
342.9		Raum 2.07	3,2	0,85		2,72	m²	200,00	544,00
342.10		Raum 2.14	3,2	5,13		16,42	m²	200,00	3.283,20
344		Neue Türen (Innenwandöffnungen Fenster, Türen)							
344.1		Raum -1.01_B Tür neu herstellen und einbauen	2,1	1		2,10	m²	800,00	1.680,00
344.2	7	Türen im Keller erneuern	2,1	0,85		1,79	m²	800,00	9.996,00
344.3		Raum 0.03 - automatische Schiebetür neu	2,3	1,5		3,45	m²	1.200,00	4.140,00
344.4		Raum 0.14 Tür neu	2,1	1		2,10	m²	800,00	1.680,00
344.5	2	Raum 0.15 Türen neu	2,1	1		2,10	m²	800,00	3.360,00
344.6		Raum 0.21 Tür neu	2,1	1		2,10	m²	800,00	1.680,00
344.7	12	Türen im Erdgeschoss erneuern	2,1	0,85		1,79	m²	800,00	17.136,00
344.8		Raum 1.01 Tür neu	2,1	1		2,10	m²	800,00	1.680,00
344.9		Raum 1.02 zweiflügelige Tür neu	2,1	1,62		3,40	m²	800,00	2.721,60
344.10		Raum 1.09 Tür neu	2,1	1		2,10	m²	800,00	1.680,00
344.11	5	Türen im 1. Obergeschoss erneuern	2,1	0,85		1,79	m²	800,00	7.140,00
344.12		Raum 2.07 Tür neu	2,1	0,85		1,79	m²	800,00	1.428,00
344.13		Raum 2.14 Tür neu	2,1	0,85		1,79	m²	800,00	1.428,00
344.14	9	Türen im 1. Dachgeschoss erneuern	2,1	0,85		1,79	m²	800,00	12.852,00
344.15	2	Türen im 2. Dachgeschoss erneuern	2,1	0,85		1,79	m²	800,00	2.856,00
345		Innenwandbekleidungen							
345.1		Innenputz neu herstellen (25 % der Gesamtfläche)				1004,45	m²	70,00	70.311,72
345.2		Tragende und nichttragende Innenwandseiten renovieren				4017,81	m²	20,00	80.356,25

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
345.3		historische Innenwandbekleidungen demontieren, seitlich lagern, wieder einbauen	0,5	1	200	100,00	m²	75,00	7.500,00
346		Elementierte Innenwandkonstruktionen							
346.1	3	neue Verglasung EG großer Saal Raum 0.06	3,3	3,5	0,125	34,65	m²	1.000,00	34.650,00
346.2	3	neue Verglasung 1. OG kleiner Saal Raum 1.04	4	7,23	0,125	86,76	m²	1.000,00	86.760,00
350		Decken Bestand							350.504,94
351		Deckenkonstruktionen							
351.1		Stahlsteindecken über UG alle in Stand setzen	0,3	21,62	14,1	91,45	m³	993,00	90.812,43
351.2		Holzbalkendecke über 1.OG Raum 1.02 in Stand setzen	0,5	3,56	4,88	17,37	m²	650,00	11.292,32
351.3		Holzbalkendecke über 1.OG Raum 1.06 in Stand setzen	0,5	14,63	2,98	43,60	m²	650,00	28.338,31
351.4		Holzbalkendecke über 1.OG Raum 1.07 in Stand setzen	0,5	8,1	5,4	43,74	m²	650,00	28.431,00
351.5		Holzbalkendecke über 2.OG Raum 2.01 in Stand setzen	0,5	5,13	11,2	57,46	m²	650,00	37.346,40
351.6		Holzbalkendecke über 2.OG Raum 2.15 in Stand setzen	0,5	5,13	4,1	21,03	m²	650,00	13.671,45
351.7	2	Deckenöffnungen für den Personenaufzug vom EG über das 1. OG ins 1. DG	0,5	2,15	2,15	2,15	m²	1.000,00	2.150,00
351.8	4	Öffnungen für Elektro und Sanitär in Decke unter EG	0,5	0,5	0,5	1,00	m²	480,00	480,00
351.9	4	Öffnungen für Elektro und Sanitär in Decke unter 1 OG	0,5	0,5	0,5	1,00	m²	480,00	480,00
351.10	4	Öffnungen für Elektro und Sanitär in Decke unter 1 DG	0,5	0,5	0,5	1,00	m²	480,00	480,00
351.11	4	Öffnungen für Elektro und Sanitär in Decke unter 2 DG	0,5	0,5	0,5	1,00	m²	480,00	480,00
352		Deckenbeläge							
352.1		Deckenbeläge abbrechen (Ausstellungs- und Wohnflächen)				1553,13	m²	5,00	7.765,65
352.2		Deckenbeläge neu (Ausstellungs- und Wohnflächen)				1553,13	m²	65,00	100.953,43
352.3		Estrich in allen Geschossen ergänzen				100,00	m²	75,00	7.500,00
353		Deckenbekleidungen							
353.1		Innenputz an Decken und schrägen Wänden herstellen				183,20	m²	70,00	12.823,94
353.2		historische Deckenbekleidungen demontieren, seitlich lagern, wieder einbauen	0,5	1	200	100,00	m²	75,00	7.500,00
360		Dächer							446.732,80
361		Dachkonstruktion; Dachfläche gesamt:				808,52	m²		
361.1		Ersetzen von Dachlatten 100%	808,52		3	2425,56	m	20,00	48.511,20
361.2		Verstärken von Sparren 25% von 970m				442,50	m	20,00	8.850,00
361.3		Ersetzen von Sparren 50% von 970m				485,00	m	75,00	36.375,00
361.4		m Fußpfetten ersetzen (ca. 100% von allen)				90,00	m	15,00	1.350,00
361.5		m Firstpfetten ersetzen (ca. 50% von allen)				37,00	m	15,00	555,00
361.6		Balkenköpfe der Spannbalken reparieren				12,00	St	1.500,00	18.000,00
361.7		Zwischensparrendämmung inklusive Unterspannbahn und Dampfsperre in allen festgelegten Dachflächen s= 200 mm				808,52	m²	85,00	68.724,20

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
362		Dachöffnungen							
362.1		Dachausstiege herstellen, gedämmt				6,00	St	750,00	4.500,00
363		Dachbeläge							
363.1		vorhandene Dachsteine abnehmen und verwendbare seitlich lagern				808,52	m²	25,00	20.213,00
363.2		Krüppelwalmdach aus 14 Einzelflächen neu eindecken				808,52	m²	65,00	52.553,80
363.3		begehbare Flachdachflächen inklusive druckfeste Dämmung				241,42	m²	250,00	60.355,00
363.4		Turmhelm, welsche Haube, mit Schiefer eindecken	2	3,4	4	27,20	m²	180,00	4.896,00
364		Dachbekleidungen							
364.1		Blechverwahrungen für alle Attiken neu				75,36	m	85,00	6.777,00
364.2		Kehlen in Titanzink neu				37,90	m	85,00	3.221,50
364.3		Firste und Grate mit Firststeinen neu				74,55	m	85,00	6.336,75
364.4		Traufen neu				78,10	m	85,00	6.638,50
364.5		Traufen mit liegender Rinne neu				12,06	m	85,00	1.025,10
364.6		Ortgänge neu				44,95	m	85,00	3.820,75
364.7		Dachbekrönungen aus Blech nach Vorbild neu und in die Blitzschutzanlage einbeziehen				4,00	St	875,00	3.500,00
364.8		historische Dachbekleidungen demontieren, seitlich lagern, wieder einbauen	0,8	1	200	160,00	m²	85,00	13.600,00
364.9		Vollschalung, Kiefer, astfrei, geschliffen, Kanten verrundet, nach Befund lackiert, Brettbreite 12,5 cm, Brettlänge 4,40 m als Dachuntersicht im großen Saal, sanieren zu 30%				90,00	m²	58,00	5.220,00
364.10		Vollschalung mit Putzträger an schrägen Wänden				100,00	m²	28,00	2.800,00
365		Elementierte Dachkonstruktion							
365.1		Rauchabzugsöffnungen gemäß Brandschutzkonzept				1,00	St	1.750,00	1.750,00
366		Sonnenschutz							
366.1		Sonnenschutz für große Dachterrasse				50,00	m²	150,00	7.500,00
369		Sonstiges							
369.1		Regenrinnen und Fallrohre aus TitanZink				160,00	m	33,50	5.360,00
371		Allgemeine Einbauten							
371.1		Einbauschränke, 60 cm tief, raumhoch mit Flügel- oder Schiebetüren				100,00	m²	115,00	11.500,00
371.2		Einbaumöbel mit Flügel- oder Schiebetüren				20,00	m²	115,00	2.300,00
371.3		barrierefreie Erschließung auch für Seh- und Höreingeschränkte durch Orientierungs- und Leitsysteme						35.000,00	35.000,00
371.4	2	Rampen für barrierefreie Erschließung aus Metall						2.750,00	5.500,00
390		Sonstige Massnahmen für Baukonstruktionen							491.551,50
391		Baustelleneinrichtung						pauschal	25.000,00
392		Gerüste							

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
392.1	1	Wetterschutzdach über dem Gebäude 50x20 m - als dauerhaftes Blechdach für mindestens die Decke über dem Saal, wenn das Dach geöffnet ist und an der Saaldecke, der Dachkonstruktion und an der Dachhaut gearbeitet wird						175.000,00	175.000,00
392.2	1	Fassadengerüst als Systemgerüst Gerüstklasse 4-6, teilweise als Rohrgerüst, 60 cm mit Konsolen 30cm = 90 cm, inklusive 4 Wochen Vorhaltung	11,5	140		1610,00		10,00	16.100,00
392.3	1	Fassadengerüst über die 4 wöchige Vorhaltezeit hinaus				1610,00		2,00	3.220,00
392.4	1	Raumgerüst im großen Saal 1.OG, Raum 1.10	94,5	19,5		1842,75	m³	5,00	9.213,75
392.5		Rollrüstung für Arbeitshöhen bis 4,5 m				100,00	m²	5,00	500,00
393		Sicherungsmaßnahmen							
393.1		alle Sicherheitsmaßnahmen,öffnungsschließende Hilfskonstruktionen, Abstützungen, Unterfangungen, Baubehelfe					pauschal	100.000,00	100.000,00
394		Abbruchmaßnahmen							
394.1		Abbruch im Keller - tragende Elemente							
394.2		Abbruch im Keller - nichttragende Elemente							
394.3		Abbruch im Erdgeschoss - tragende Elemente							
394.4		Abbruch im Erdgeschoss - nichttragende Elemente							
394.5		Abbruch im 1. Obergeschoß - tragende Elemente							
394.6		Abbruch im 1. Obergeschoß - nichttragende Elemente							
394.7		Abbruch im 1. Dachgeschoss - tragende Elemente							
394.8		Abbruch im 1. Dachgeschoss - nichttragende Elemente							
394.9		Abbruch im 2. Dachgeschoss - tragende Elemente							
394.10		Abbruch im 2. Dachgeschoss - nichttragende Elemente							
394.11		Abbruch gesamt	1436	0,125		179,46	m²	250,00	44.863,75
394.12		Abbruch bestehender Türen, bauzeitliche Türen und erhaltenswerte Türen dabei nach Angabe demontieren und seitlich lagern				121,00	St	65,00	7.865,00
394.13		Abbruch abgehängte Decken bis 4,5m Rohdeckenhöhe							
394.14		Raum 0.06				362,19	m²	25,00	9.054,75
394.15		Raum 0.08				15,62	m²	25,00	390,50
394.16		Raum 0.09				27,45	m²	25,00	686,25
394.17		Raum 0.10				25,03	m²	25,00	625,75
394.18		Raum 0.13				9,28	m²	25,00	232,00
394.19		Raum 0.14				26,91	m²	25,00	672,75
394.20		Raum 0.15				12,28	m²	25,00	307,00
394.21		Raum 0.16				12,94	m²	25,00	323,50
394.22		Raum 0.17				47,33	m²	25,00	1.183,25
394.23		Raum 0.19				7,58	m²	25,00	189,50
394.24		Raum 0.20				9,00	m²	25,00	225,00
394.25		Raum 0.21				7,60	m²	25,00	190,00
394.26		Raum 0.22				16,41	m²	25,00	410,25
394.27		Abbruch der Einbauten und Aufzüge in den Speiseaufzugschächten							
394.28		Schacht Spreeseite	11,6	4,13		47,91	m²	75,00	3.593,10
394.29		Schacht Straßenseite	11,6	4,26		49,42	m²	75,00	3.706,20
394.30		Abbruch alte Rohrleitungen Heizung und Wasser				500,00	m	50,00	25.000,00
394.31		Abbruch alte Rohrleitungen Abwasser	11,6	10		116,00	m	50,00	5.800,00

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
394.32		Abbruch alte Elektroinstallation auch in Kabelbündeln				500,00	m	25,00	12.500,00
394.33		Abbruch Estrichflächen - R0.18, R0.13,							
394.34		Abbruch Estrich Raum 0.13				9,28	m²	80,00	742,40
394.35		Abbruch Estrich Raum 0.18				9,96	m²	80,00	796,80
394.36		Abbruch Estrich Keller, alles außer -1.07				227,00	m²	80,00	18.160,00
396		Materialentsorgung							
396.1		lose Gegenstände, Möbel, etc beräumen oder seitlich lagern				pauschal		5.000,00	5.000,00
398		Provisorsche Baukonstruktion				pauschal		15.000,00	15.000,00
399		Sonstiges							
399.1	1	Baureinigung						5.000,00	5.000,00
400		Kostengruppe Bauwerk - Technische Anlagen						1.087.400,00	
410		Wasser						121.125,00	
410.1	1	Wasser, Anschluss mit Zähler im Hausanschlussraum, pauschal						15.000,00	15.000,00
410.2	1	Wasser, Kaltwasser, Warmwasser-Leitungen im gesamten Gebäude neu			300	m		35,00	10.500,00
410.3		Toilettenanlagen im gesamten Gebäude, mittlerer Standard			7	St		12.000,00	84.000,00
411		Abwasseranlagen							
411.1		Abwasserleitungen im gesamten Gebäude neu, schallgedämmtes System			75	m		155,00	11.625,00
420		Wärmeversorgungsanlagen						341.955,00	
420.1		Fernwärmezuführung prüfen						1.500,00	1.500,00
420.2	1	Wärmeübergabe, Wärmetauscher neu						6.000,00	6.000,00
420.3	1	Heizungszentrale im HA-Raum im Keller						3.000,00	3.000,00
422		Wärmeverteilnetze							
422.1		Heizungsnetz				500,00	m	60,00	30.000,00
423		Raumheizflächen							
423.1		Strahlungsheizung in Außenwänden, Bluemat oder gleichwertig in 60% der Bruttoaußenwandflächen			1365	819,00	m²	185,00	151.515,00
423.2		Fußbodenheizungsbereiche mit Bluemat oder gleichwertig auf 70% der Nettobodenflächen			1428	999,60	m²	150,00	149.940,00
430		Lufttechnische Anlagen						28.700,00	
431		Lüftungsanlagen							
431.1	1	Lüftungszentralsteuerung mit Außen- und Innentemperturfühlern, Windrichtungsmessern, Luftqualitätsmess- und Steuerungsorganen mit Wlan-Schnittstelle						10.000,00	10.000,00

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
431.2	8	bauzeitliche Lüftungsöffnungen in Saaldecke und im gesamten Gebäude in neue Lüftungsanlage integrieren						1.400,00	11.200,00
431.3	5	motorisch betriebene Fensterläden zur Vermeidung der Aufheizung der Innenräume und zur Unterstützung der Lüftungssteuerung						1.500,00	7.500,00
440		Starkstromanlagen						243.420,00	
444		Niederspannungsinstallationsanlagen/Beleuchtung							
444.1		Elektroversorgung incl. Steckdosen, Stromschienen, Grundbeleuchtung für Ausstellungsfläche, incl. Sicherheitsbeleuchtung				1156,00	m²	125,00	144.500,00
444.2		Elektroversorgung incl. Steckdosen, Grundbeleuchtung für Nutzfläche				146,00	m²	80,00	11.680,00
444.3		Elektroversorgung incl. Steckdosen, Grundbeleuchtung für Funktionsfläche				4,00	m²	60,00	240,00
444.4		Elektroversorgung incl. Steckdosen, Grundbeleuchtung für Verkehrsfläche incl. Sicherheitsbeleuchtung				120,00	m²	100,00	12.000,00
444.5	200	Stromschienenstrahler						St 250,00	50.000,00
444.6	50	Sonderleuchten (Kasse, Shop, Gastronomie)						St 400,00	20.000,00
446		Blitzschutz- und Erdungsanlagen							
446.1	1	Blitzschutzanlage pauschal						4.000,00	4.000,00
446.2	1	Potenzialausgleich an verschiedenen Stellen						1.000,00	1.000,00
450		Femmelde- und Informationstechnische Anlagen						146.750,00	
451		Telekommunikationsanlagen						1,00 St 25.000,00	25.000,00
454		Elektroakustische Anlage							
454.1	1	ELA-Anlage mit Durchrufmöglichkeit von der Museumsleitung aus, mit 20 Lautsprechern incl. Verdrahtung bzw. Sender- und Empfängerorgane						12.000,00	12.000,00
456		Gefahrenmelde- und Alarmanlagen							
456.1		Brandmeldeanlage gemäß Brandschutzkonzept, zum Beispiel:							
456.2	1	Brandmeldezentrale						15.000,00	15.000,00
456.2	44	Rauchmelder						400,00	17.600,00
456.3	5	Druckknopfmelder						250,00	1.250,00
456.4	1	Kabelnetz		300				10.000,00	10.000,00
456.5	1	Pressluftnetz für Rauchabzüge		150				5.000,00	5.000,00
456.6		Einbruchmelde- und Sicherheitsanlage, zum Beispiel:							
456.7	36	Fenster mit Schließkontakt und Glasbruchmelder ausstatten						150,00	5.400,00
456.8	10	Türen mit Schließkontakt ausstatten						200,00	2.000,00
456.9	10	Bewegungsmelder						250,00	2.500,00
456.10	1	Datenbusnetz				500,00	m	20,00	10.000,00
456.11	1	Einbruchmeldezentrale						10.000,00	10.000,00
456.12	20	bewegliche Videoüberwachungskameras						500,00	10.000,00

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
456.13	1	Zentrale mit 5 Splitmonitoren und Aufzeichnungskapazität						8.000,00	8.000,00
457		Datennetz							
457.1	1	zentraler Rechner mit Router				1,00	St	1.500,00	1.500,00
457.2	1	dezentrale Hubs				5,00	St	300,00	1.500,00
457.3	1	Datennetz mit entsprechenden Schnittstellen				500,00	m	20,00	10.000,00
460		Förderanlagen							134.000,00
461		Aufzugsanlagen							
461.1	1	Aufzug über 2 Geschosse mit 2 gegenüber liegenden Türen und einer Schachthöhe von maximal 2600mm, wie z.B. Kone Monospace 500 - 10/800				1,00	St	60.000,00	60.000,00
461.2	2	Speiseaufzüge in vorhandene Schächte einbauen, je 3 Haltepunkte	11,6	1	0,77	23,20	m	37.000,00	74.000,00
470		Nutzungsspezifische Anlagen							71.450,00
471		Küchentechnische Anlagen							
471.1		Restaurantküche				28,58	m	2.500,00	71.450,00
500		Kostengruppe Außenanlagen							100.000,00
500.1		Außenanlagen				1000,00	m²	100,00	100.000,00
600		Kostengruppe Ausstattung und Kunstwerke							1.098.587,52
612		Besondere Ausstattung – Ausstellung							
612.1	100	Elemente des Audioguidesystems						250,00	25.000,00
612.2	500	grafische Elemente						100,00	50.000,00
612.3		Erlebnis der Elektrizität, Raum 0.06				4,00	Tische	2.750,00	11.000,00
612.4		Panorama der Industriekultur (Öl auf Leinwand und Hologramm im Raume), Raum 0.06				1,00	St.	67.500,00	67.500,00
612.5		virtuelles Kabelwerk (Hologramm und Videowände), Raum 0.06		5,5	18,2	100,10	m²	1.200,00	120.120,00
612.6		Büroausstattung Archiv KWO, Raum 0.09				27,43	m²	500,00	13.713,00
612.7		Berlin-Brandenburgisches Wirtschaftsarchiv (Brandenburgisch- Berlinisches?), Räume -1.05_A, -1.05_B, -1.05_C, 0.10 und 0.11				116,11	m²	500,00	58.056,50
612.8		Garderobe - Shop - Kasse - Café im EG, Raum 0.06		5	19,3	96,50	m²	1.000,00	96.500,00
612.9		Rathenaukabinett, Raum 1.07				40,33	m²	1.000,00	40.328,60
612.10		Kabelkammer, Raum 1.04				26,00	m²	1.500,00	39.000,00
612.11		Wunderkammer, Raum 1.04				26,00	m²	1.500,00	39.000,00
612.12		Saupe-Kammer, Raum 1.04				26,00	m²	1.500,00	39.000,00
612.13		Sonderausstellung, Raum 1.04				46,00	m²	200,00	9.200,00
612.14		interaktives Panorama des Kabelwerks, Raum 1.10	3	5		15,00	m²	5.000,00	75.000,00
612.15		Menschen erzählen Geschichten anhand von Objekten (Stahl, Glas, Licht, plastische Objekte), Raum 1.10				12,00	St.	10.000,00	120.000,00

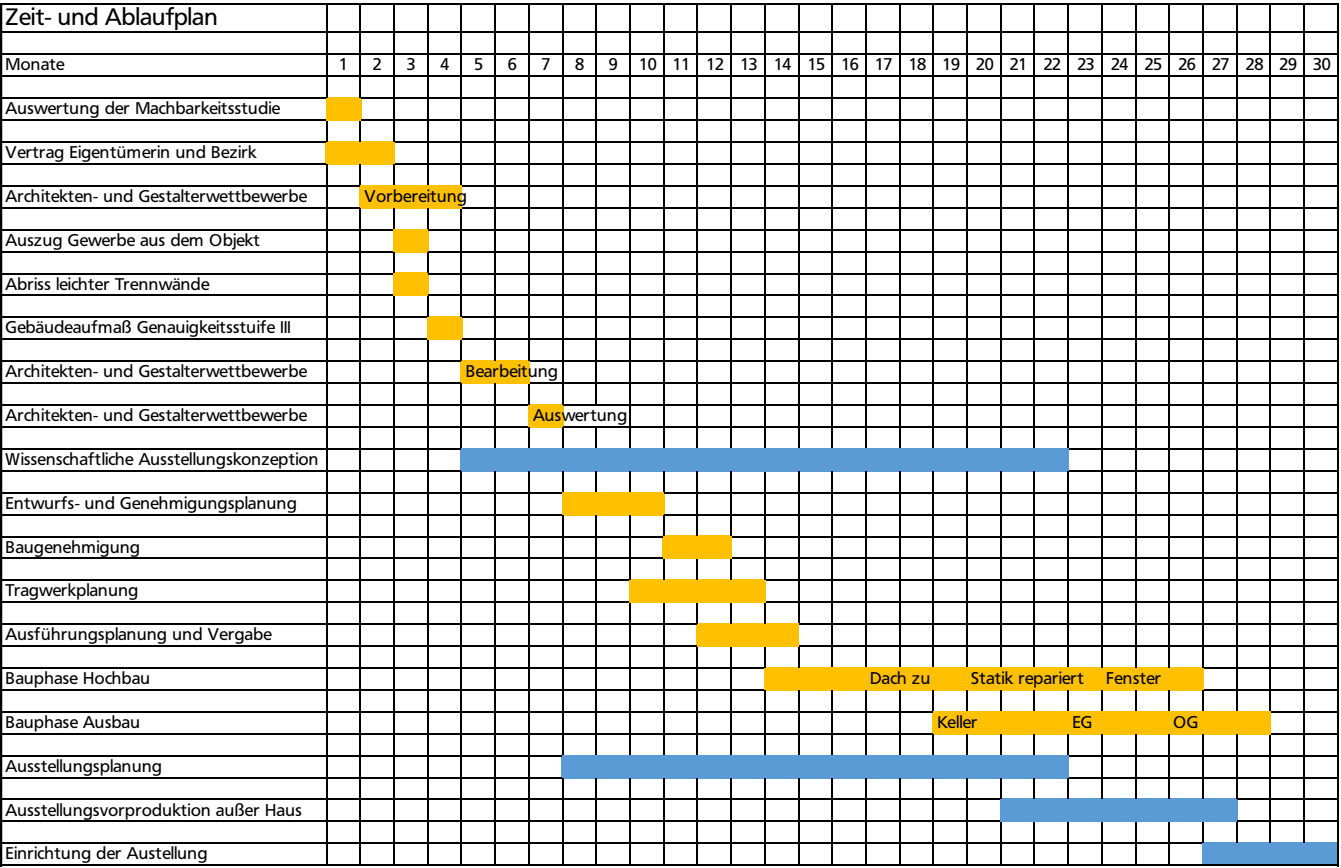
KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
612.16		Wasserfall (mehr flächig als plastisch), Raum 0.03_1 und 1.02		3,6	5	18,00	m²	2.500,00	45.000,00
612.17		Café mit Thresen und Inneneinrichtung, Raum 2.01_A				56,86	m²	750,00	42.645,00
612.18		Café mit Außenmöblierung, Raum 2.01_B				213,94	m²	250,00	53.485,00
612.19		Büroausstattung Verwaltungsflächen, Räume 2.06, 2.07, 2.08, 2.09, 2.10, 2.11, 2.12, 2.13, 2.14, 2.15				179,88	m²	500,00	89.938,08
612.20		Die Treppenhauswände sind thematisch gestaltet und entsprechend beleuchtet, Räume -1.02, 0.07, 0.18, 1.08, 2.16, 3.02				247,34	m²	150,00	37.101,35
649		Sonstiges zur KG 640							
649.1		Depoteinrichtung						pauschal	27.000,00
Summe Kostengruppen 300 und 400 netto als anrechenbare Kosten für Berechnung der KG 700									3.308.297,76
700		Kostengruppe Baunebenkosten							1.883.525,41
710		Bauherrschaftsaufgaben							269.714,00
714		Sicherheits- und Gesundheitsschutzkoordination, Gefährdungszone II, unbedingtes Grundleistungshonorar ausgemittelt, Grundlage sind die KG 300 und 400 netto							15.214,00
719		Sonstiges zu Kostengruppe 710							
719.1		Kampfmittelfreiheitsbescheinigung							4.500,00
719.2		Architekten- und Gestalterwettbewerbe						pauschal	250.000,00
730		Architekten- und Ingenieurleistungen gesamt, Berechnungsgrundlage ist die Summe der KG 300 und 400 netto, bei Honorarzone IV Mittelsatz, Nebenkosten 6%, Leistungsphasen 1-9							556.384,79
730.1		Architektenleistungen	55	%	vom	Gesamt-	honorar		306.011,63
730.2		Leistungen der fachlich Beteiligten (Fachingenieure) wie Tragwerksplaner, TGA, Elektro	45	%	vom	Gesamt-	honorar		250.373,16
740		Gutachten und Beratung							294.900,00
741		Thermische Bauphysik							3.500,00
742		Schallschutz und Raumakustik							3.500,00
743		Bodenmechanik, Erd- und Grundbau							2.500,00
744		Vermessung: Es kann ein amtlicher Lageplan erforderlich sein, der möglicherweise das gesamte Flurstück umfasst. Kosten für diesen Lageplan sind in dieser Kostenschätzung nicht enthalten.							
744.1		Gebäudeaufmaß, Genauigkeitsstufe III als Grundlage für Genauigkeitsstufe IV							12.000,00
749		Gutachten und Beratung, sonstiges							
749.1		Holzschutzgutachten							7.500,00
749.2		Brandschutzkonzept							17.500,00
749.3		Materialprüfung							7.500,00
		besondere Leistungen							

KG	Anzahl	Bauteil	h (m)	b (m)	t (m)	Menge	Einheit	EP	GP
749.3		Denkmalpflegerisches Gutachten 2019 – Bestandsaufnahme						27.500,00	
749.4		Machbarkeitsstudie zur Ertüchtigung des historischen AEG-Kasinos zum 'Electropolis-Museum' Oberschöneeweide						106.700,00	
749.5		Inhaltliche Begleitung durch den Industriesalon Schöneeweide e.V.						106.700,00	
750		Künstlerische Leistungen						686.526,62	
750.1		Konzept und Entwurf, Ausführungsplanung und Bauleitung der Ausstellung						246.526,62	
750.2		Mediengestaltung						40.000,00	
750.3		Kommunikationsdesign (Honorar)						25.000,00	
750.4	18	Monate wissenschaftliche Leitung						6.000,00	108.000,00
750.5	36	Monate wissenschaftliche Mitarbeit						5.000,00	180.000,00
750.6	18	Monate Sekretariat						4.000,00	72.000,00
750.7		Modelle wie Schaumodell, Arbeitsmodell, Massenmodell							15.000,00
770		Allgemeine Baunebenkosten						76.000,00	
771		Prüfung, Genehmigungen, Abnahmen						35.000,00	
773		Bemusterungskosten						7.500,00	
774		Betriebskosten während der Bauzeit						3.500,00	
779		Allgemeine Baunebenkosten – sonstiges							
779.1		Versicherungen, Sicherheitsdienst, Richtfest, unvorhergesehenes						30.000,00	
Summe Kostengruppen 200, 300, 400 und 500 netto									3.440.297,76
Kostengruppe 600 netto									1.098.587,52
Kostengruppe 700 netto									1.883.525,41
Gesamtkosten netto									6.422.410,69
19 % Mehrwertsteuer									1.220.258,03
Summe Kostengruppen 200, 300, 400, 500, 600 und 700 brutto									7.642.668,72

Nicht aufgeführte Kostengruppen und Kostengruppen ohne Einträge in der Tabelle sind in dieser Kostenschätzung nicht enthalten.

Nicht enthalten ist die Sanierung und Inszenierung der Schornsteine, es wird davon ausgegangen, dass die öffentliche Hand 500.000 € der Kosten tragen wird.

9 Zeit- und Ablaufplan



Graffiti an einer Halle in der Reinbeckstraße, 7. September 2019

10 Literatur

Bezirksamt Treptow-Köpenick (Hrsg.) (2020): Wir über uns. Verfügbar in: <https://www.berlin.de/ba-treptow-koepenick/aktuelles/pressemitteilungen/2019/pressemitteilung.836593.php>, abgerufen am 06.01.2020

Deutscher Museumsbund e.V. (Hrsg.) (2011): Leitfaden für die Erstellung eines Museumskonzepts. Verfügbar in: https://www.museumswesen.smwk.sachsen.de/download/LeitfadenMuseumskonzept_2011.pdf, abgerufen am 05.01.2020

Deutscher Museumsbund e.V. (Hrsg.) (2017): Standards für Museen. Verfügbar in: www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/standards-fuer-museen-2006-1.pdf, S.8, abgerufen am 05.01.2020

Deutscher Museumsbund e.V. (Hrsg.) (2017): Standards für Museen. Verfügbar in: <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/standards-fuer-museen-2006-1.pdf#page=9&zoom=auto,-169,158>, S. 9; abgerufen am 06.01.2020

Stiftung Deutsches Technikmuseum (Hrsg.): Über uns. Verfügbar in: <https://sdtb.de/stiftung/zahlen-und-fakten>, abgerufen am 06.01.2020

Stiftung Stadtmuseum Berlin (Hrsg.) (2020): Über uns. Verfügbar in: www.stadtmuseum.de/ueber-uns, abgerufen am 05.01.2020

Stiftung Industriedenkmalfpflege und Geschichtskultur (2020): Wir über uns. Verfügbar unter: <https://www.industriedenkmal-stiftung.de/stiftung/ueber-uns>, abgerufen am 14.02.2020

Stiftung Industriedenkmalfpflege und Geschichtskultur (2020): Satzung. Verfügbar unter: <https://www.industriedenkmal-stiftung.de/stiftung/satzung>, abgerufen am 14.02.2020

Wikipedia.de (2020): Stiftungen. Verfügbar unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Stiftung>, abgerufen am 15.02.2020



11 Anhang

Satzung der Stiftung Industriedenkmalfpflege und Geschichtskultur

Überarbeitete Fassung von Oktober 2007

§ 1 - Name, Sitz, Rechtsform

Die Stiftung führt den Namen "Stiftung Industriedenkmalfpflege und Geschichtskultur". Sie ist eine selbständige Stiftung des privaten Rechts im Sinne des § 2 Abs. 1 des Stiftungsgesetzes NW vom 21. Juni 1977 (GV. NW. S. 274/SGV. NW. 40) und hat ihren Sitz in Essen.

§ 2 - Zweck

(1) Die Stiftung verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnittes "Steuerbegünstigte Zwecke" der Abgabenordnung.

(2) Zweck der Stiftung ist es, die ihr übertragenen Industriedenkmäler zu schützen und zu erhalten, sinnvoll zu nutzen, wissenschaftlich zu erforschen und öffentlich zugänglich zu machen.

(3) Der Stiftungszweck wird insbesondere verwirklicht durch

Übernahme des Eigentums an den Grundstücken mit aufstehenden Industriedenkmälern,

Erhaltungsmaßnahmen an den Industriedenkmälern wie Instandsetzung, Instandhaltung, Gefahrenabwehr,

Erstellen von Nutzungskonzepten für die Industriedenkmäler,

sinnvolle Nutzung der Industriedenkmäler unter besonderer Berücksichtigung des Zugangs für die Allgemeinheit,

wissenschaftliche Erforschung der Industriedenkmäler und Veröffentlichung der Ergebnisse,

Förderung des Bewusstseins für die Industriegeschichte und -architektur.

Die Stiftung wird sich zur Erfüllung ihrer Aufgaben Hilfspersonen (§ 57 Abs. 1 Satz 2 Abgabenordnung) bedienen, soweit sie die Aufgaben nicht selbst wahrnimmt.

(4) Die Stiftung ist selbstlos tätig und verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke.

Die Mittel der Stiftung dürfen nur für die satzungsmäßigen Zwecke verwendet werden. Die Stifter und ihre Rechtsnachfolger erhalten keine Zuwendungen aus Mitteln der Stiftung.

§ 3 - Stiftungsvermögen

(1) Das Stiftungsvermögen, das von den Stiftern nach näherer Maßgabe der Stiftungsurkunde aufgebracht wird, besteht aus einem Anfangsvermögen von 22,668 Mio. Euro sowie aus Liegenschaften.

(2) Das Geldvermögen der Stiftung ist in seinem Wert ungeschmälert zu erhalten.

(3) Hierbei wird der gemeinnützigkeitsrechtlichen Mittelverwendung Vorrang eingeräumt, der nominale Wert des Vermögens ist zu erhalten. Die Liegenschaften können nach Maßgabe des § 3 Abs. 4 dieser Satzung abgegeben werden. Im Falle einer Veräußerung gem. § 3 Abs. 5 ist der Kaufpreis dem Stiftungsvermögen zuzuführen.

(4) Unter den Voraussetzungen des § 58 Nr. 2 bzw. Nr. 4 der Abgabenordnung kann die Stiftung das Eigentum an den gestifteten Grundstücken mit aufstehenden Industriedenkmälern auf andere steuerbegünstigte Körperschaften

oder Körperschaften des öffentlichen Rechts übertragen bzw. anderen steuerbegünstigten Körperschaften Nutzungsrecht an diesen einräumen, wenn dadurch die Erhaltung und Pflege der aufstehenden Industriedenkmäler im Stiftungssinne auf Dauer gesichert wird.

(5) Die Stiftung ist berechtigt, das Eigentum an einzelnen Grundstücken mit aufstehenden Industriedenkmalen an andere Dritte als in §3 Abs. 4 erwähnt zu veräußern bzw. mit einem Erbbaurecht zu belasten, soweit der Erwerber einen angemessenen Kaufpreis entrichtet und sich verpflichtet, die aufstehenden Industriedenkmale auf Dauer zu erhalten und diese einer sinnvollen Nutzung zuzuführen, die ihrer Denkmaleigenschaft gerecht wird.

(6) Dem Stiftungsvermögen können Zuwendungen der Stifter oder Dritter zuwachsen, wenn sie dazu bestimmt sind (Zustiftungen). Liegenschaften mit aufstehenden Industriedenkmalen über die in der Anlage 1 zur Stiftungsurkunde genannten Liegenschaften hinaus, sollen nur dann in das Stiftungsvermögen aufgenommen werden, wenn gleichzeitig ein angemessener Geldbetrag gestiftet wird. Die Annahme derartiger Liegenschaften durch die Stiftung setzt darüber hinaus in jedem Einzelfall voraus, dass die Stiftung nach ihrer Vermögenssituation in der Lage ist, die für diese Liegenschaften jeweils zusätzlich entstehenden Kosten für die zur Erfüllung des Stiftungszwecks notwendigen Maßnahmen auf Dauer zu tragen.

(7) Die Öffentlichkeit in Nordrhein-Westfalen, insbesondere aber Unternehmen, Eigentümer und Besitzer von Industriedenkmalen sowie die Städte und Gemeinden, Gemeindeverbände und Wirtschaftsvereinigungen, ist aufgerufen, die Arbeit der Stiftung durch Zustiftung, Spenden und tätige Mithilfe sowie in Fördervereinen zu unterstützen.

§ 4 - Verwendung der Vermögenserträge und Zuwendungen

(1) Die Erträge des Stiftungsvermögens und die ihm nicht zuwachsenden Zuwendungen sind zur Erfüllung des Stiftungszwecks zu verwenden.

(2) Die Kosten der Stiftungsverwaltung sind aus den Erträgen des Stiftungsvermögens zu begleichen, soweit sie nicht von dritter Seite getragen werden.

(3) Freie, zweckgebundene oder objektgebundene Rücklagen dürfen gebildet werden, soweit die Vorschriften des steuerlichen Gemeinnützigkeitsrechts dies zulassen.

(4) Es darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck der Stiftung fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigt werden. Das zur Erfüllung des Stiftungszwecks benötigte Personal der Stiftung darf höchstens bis zu vergleichbaren Vergütungen im Landesdienst entlohnt werden.

§ 5 - Organe der Stiftung

(1) Organe der Stiftung sind

(a) das Stiftungskuratorium,

(b) der Stiftungsvorstand und

(c) der Geschäftsführer als besonderer Vertreter oder eine Geschäftsführerin als besondere Vertreterin im Sinne des § 30 BGB.

§ 6 - Stiftungskuratorium

(1) Das Stiftungskuratorium besteht aus dreizehn Mitgliedern. Drei Mitglieder werden durch die Landesregierung Nordrhein-Westfalen und drei weitere Mitglieder werden durch die RAG Aktiengesellschaft vorgeschlagen. Der Kommunalverband Ruhrgebiet, der Verein Pro Ruhrgebiet, Initiative Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur, die Internationale Bauausstellung Emscher Park GmbH, der Landschaftsverband Rheinland sowie der Landschafts-

verband Westfalen-Lippe schlagen jeweils ein Mitglied vor. Die Wahl der vorgeschlagenen Mitglieder erfolgt durch das Stiftungskuratorium.

(2) Das erste Stiftungskuratorium besteht aus

- der Ministerin für Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes NRW, Frau Ilse Brusi,
- dem Minister für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes NRW, Herrn Wolfgang Clement,
- dem Minister für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes NRW, Herrn Dr. Axel Horstmann,
- dem Vorstandsvorsitzenden der Ruhrkohle AG, Herrn Prof. Dr. Gerhard Neipp,
- dem Mitglied des Vorstandes der Ruhrkohle AG, Herrn Wilhelm Beermann, - dem Vorstandssprecher der Ruhrkohle Bergbau AG, Herrn Dr. Karl Friedrich Jakob,
- dem Vorsitzenden der Verbandsversammlung des Kommunalverbandes Ruhrgebiet, Herrn Oberbürgermeister Friedhelm van den Mond,
- dem Vorsitzenden des Vereins Pro Ruhrgebiet, Herrn Prof. Dr. Jürgen Gramke,
- dem Vorsitzenden der Initiative Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur, Herrn Dr. Ulrich Borsdorf,
- dem Präsidenten der Nordrhein-Westfalen-Stiftung Naturschutz, Heimat- und Kulturpflege, Herrn Landesdirektor i.R. Herbert Neseke und
- dem Geschäftsführer der Internationalen Bauausstellung Emscher Park GmbH, Herrn Prof. Dr. Karl Ganser.

Beim Ausscheiden eines Mitgliedes des Stiftungskuratoriums schlägt die vorschlagsberechtigte Stelle eine Nachfolgerin oder einen Nachfolger vor. Ist die entsprechende Stelle ohne Rechtsnachfolge untergegangen, wählt das Stiftungskuratorium die Nachfolgerin oder den Nachfolger.

(3) Die Mitglieder des Stiftungskuratoriums können sich vertreten lassen. Die Mitglieder bestimmen einen Angehörigen der für sie jeweils vorschlagsberechtigten Stelle zur Vertreterin oder zum Vertreter.

(4) Mitglieder des Stiftungskuratoriums oder deren Vertreter können nicht gleichzeitig Mitglieder des Vorstandes der Stiftung sein.

(5) Das Stiftungskuratorium wählt die Vorsitzende oder den Vorsitzenden und die stellvertretende Vorsitzende oder den stellvertretenden Vorsitzenden aus seiner Mitte.

(6) Die Mitglieder des Stiftungskuratoriums sind ehrenamtlich für die Stiftung tätig. Ihnen dürfen keine Vermögensvorteile zugewendet werden. Sie haben Anspruch auf Ersatz ihrer Auslagen.

(7) Das Stiftungskuratorium bestellt den Vorstand und dessen Vorsitzende oder Vorsitzenden. Es entscheidet über die Grundsätze der Arbeit der Stiftung sowie insbesondere die

Überwachung der Tätigkeit des Vorstandes,

Abberufung von Mitgliedern des Vorstandes aus wichtigem Grund,

Genehmigung des vom Vorstand vorzulegenden Jahresabschlusses,

Entlastung des Vorstandes,

Genehmigung des vom Vorstand vorzulegenden jährlichen Arbeitsprogramms, des Wirtschaftsplans und der mittelfristigen Finanzplanung,

Genehmigung der Geschäftsordnungen des Vorstandes und der Geschäftsführung

und die Annahme von Zustiftungen.

Die Mitglieder des Stiftungskuratoriums sollen sich jederzeit für die Erhaltung und Nutzung der Industriedenkmäler einsetzen sowie die Stiftung in der Öffentlichkeit vertreten.

(8) Das Stiftungskuratorium ist beschlussfähig, wenn mehr als die Hälfte der Mitglieder anwesend ist. Sie beschließen mit einfacher Mehrheit der Stimmen der anwesenden bzw. vertretenen Mitglieder des Stiftungskuratoriums. Bei Stimmengleichheit gibt die Stimme der Vorsitzenden oder des Vorsitzenden den Ausschlag. Das Stiftungskuratorium kann seine Entscheidung auch in einem schriftlichen Verfahren treffen. Das Stiftungskuratorium kann sich eine Geschäftsordnung geben, in der weitere Einzelheiten, insbesondere über die Einladung zu den Sitzungen sowie deren Durchführung geregelt werden können.

§ 7 - Stiftungsvorstand

(1) Der Stiftungsvorstand besteht aus der Vorsitzenden oder dem Vorsitzenden, dessen Vertreterin oder Vertreter und bis zu drei weiteren Mitgliedern, die sämtlich vom Stiftungskuratorium für fünf Jahre bestellt werden. § 6 Abs. 6 gilt entsprechend. Bei Ausscheiden eines Vorstandsmitgliedes wird die Nachfolgerin oder der Nachfolger vom Stiftungskuratorium bestellt. Bis zur Bestellung des Stiftungsvorstandes durch das Stiftungskuratorium besteht der Stiftungsvorstand aus folgenden Personen:

- Herrn Ministerialdirigent Dr. Wolfgang Roters als Vorsitzender,
- Herrn Karl Kleineberg als Vertreter des Vorsitzenden,
- Herrn Verbandsdirektor Dr. Gerd Willamowski als weiteres Mitglied und
- Herrn Wilfried Beimann als weiteres Mitglied.

(2) Der Vorstand vertritt die Stiftung gerichtlich und außergerichtlich. Er hat die Stellung eines gesetzlichen Vertreters. Er handelt durch seine Vorsitzende oder seinen Vorsitzenden oder dessen Vertreterin bzw. dessen Vertreter und ein weiteres Mitglied.

(3) Der Vorstand hat im Rahmen des Stiftungsgesetzes und dieser Satzung den Willen der Stifter so wirksam wie möglich zu erfüllen. Seine Aufgabe ist insbesondere

(a) das Erstellen des jährlichen Arbeitsprogramms, des Wirtschaftsplans und der mittelfristigen Finanzplanung sowie des Jahresabschlusses, soweit dies nicht Aufgabe der Geschäftsführung ist,

(b) die Verwaltung des Stiftungsvermögens einschließlich der Führung von Büchern, soweit dies nach der Geschäftsordnung nicht der Geschäftsführung obliegt,

(c) Bestellung der Geschäftsführung, Festsetzung der Vergütung und Überwachung der Geschäftsführung und

(d) Erlass von Geschäftsordnungen für den Vorstand und für die Geschäftsführung.

(4) Der Jahresabschluss der Stiftung ist auf Veranlassung des Stiftungsvorstandes durch einen Wirtschaftsprüfer, eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft oder eine andere geeignete Einrichtung zu prüfen.

(5) Für die Beschlussfähigkeit und Beschlussfassung des Vorstandes gelten die Regelungen in § 6 Abs. 8 entsprechend.

§ 8 - Geschäftsführung

Die Geschäftsführung besteht aus mindestens einer Person.

Die Geschäftsführung

- führt die laufenden Geschäfte nach den in der Geschäftsordnung für die Geschäftsführung festgelegten Regelungen;
- ist dem Vorstand verantwortlich und an seine Weisung gebunden und
- hat die Rechtsstellung eines besonderen Vertreters oder einer besonderen Vertreterin im Sinne des § 30 BGB.

Der Geschäftsführung können zur Bewertung technischer oder industriege-schichtlicher oder kultureller Fragen weitere Personen zugeordnet werden.

§ 9 - Anpassung der Stiftung an veränderte Verhältnisse

(1) Das Stiftungskuratorium kann mit einer Mehrheit von $\frac{3}{4}$ seiner Mitglieder eine Änderung der Bestimmungen über den Stiftungszweck und die Art seiner Verwirklichung in § 2 beschließen. Der Vorstand der Stiftung ist hierzu vorher anzuhören. Der neue bzw. geänderte Stiftungszweck hat gemeinnützig zu sein und auf dem Gebiet der Denkmalpflege zu liegen.

(2) Über Satzungsänderungen, die nicht den Stiftungszweck betreffen, beschließt das Stiftungskuratorium mit der Mehrheit seiner Mitglieder. Der Vorstand der Stiftung ist hierzu vorher anzuhören.

§ 10 - Auflösung der Stiftung

Das Stiftungskuratorium kann mit einer Mehrheit von $\frac{3}{4}$ seiner Mitglieder die Auflösung der Stiftung beschließen, wenn die Umstände es nicht mehr zulassen, den Stiftungszweck dauernd und nachhaltig zu erfüllen. Der Vorstand der Stiftung ist hierzu vorher anzuhören.

§ 11 - Vermögensanfall

Im Falle der Auflösung oder Aufhebung der Stiftung fällt ihr Vermögen an eine Körperschaft des öffentlichen Rechts oder eine andere steuerbegünstigte Körperschaft für Zwecke im Sinne des § 2 der Satzung.

§ 12 - Stellung des Finanzamtes

Unbeschadet der sich aus dem Stiftungsgesetz ergebenden Genehmigungspflichten sind Beschlüsse über Satzungsänderungen und über die Auflösung der Stiftung dem zuständigen Finanzamt anzuzeigen. Für Satzungsänderungen, die den Zweck der Stiftung betreffen, ist die Einwilligung des Finanzamtes einzuholen.

§ 13 - Stiftungsaufsichtsbehörde

Stiftungsaufsichtsbehörde ist die Bezirksregierung in Düsseldorf, Oberste Stiftungsaufsichtsbehörde ist das Innenministerium des Landes Nordrhein-Westfalen. Die stiftungsaufsichtsbehördlichen Genehmigungs- und Zustimmungsbefugnisse sind zu beachten.

The image shows the interior of a large, historic hall with high ceilings and yellow walls. The room is filled with long, light-colored wooden tables arranged in rows. Large arched windows on the left and right sides allow natural light to enter, creating strong shadows on the floor. A central arched doorway at the far end of the hall leads to another room. The ceiling features dark wooden beams and a central arched window.

Susanne Reumschüssel
Leitung Industriesalon
Oberschöneweide

Prof. Dr. Frank Schaal
Projektleitung

Prof. Jürg Steiner
Steiner Architektur-GmbH, Berlin
Mitarbeit: Victor Martinez, Sascha
Hähnel, Manuela Hasenbein,
Christian Seel

Gerhard Buchholz
orts.zeit:
authentische Berlin_Kompetenz

Oliver Schmidt
shoutr labs, Berlin

Stand: 3. März 2020

**Machbarkeitsstudie
Industriemuseum
»Electropolis Berlin«
im AEG-Kasino
Oberschöneweide**

Band 3

**Architektur
Raumbuch
Szenografie**

Auftraggeber:
Industriesalon Schöneeweide e.V.
Reinbeckstr. 9
12459 Berlin-Oberschöneeweide
Telefon: 030 53 00 70 42
Internet: www.industriesalon.de
E-Mail: info@industriesalon.de

Auftragnehmer für die ARGE:
Prof. Jürg Steiner, Architekt BDA
Steiner Architektur-GmbH
Heerstraße 97
14055 Berlin
Telefon: 030 8 83 99 88
Internet: www.steiner.archi
E-Mail: info@steiner.archi

Projektleitung:
Prof. Dr. Frank Schaal
Tourismusberatung Schaal
Schillerpromenade 2
12049 Berlin
Telefon mobil: 0170 2 82 85 24
Telefon Festnetz: 030 62 00 13 77
Internet: www.opentourconsulting.de
E-Mail: frank.schaal@outlook.de

Mitwirkende:
Gerhard Buchholz
orts.zeit: authentische Berlin-Kompetenz
Nicolaistraße 19
12247 Berlin
Telefon: 0163 771 39 88
E-Mail: orts.zeit@berlin.de

Oliver Schmidt
shoutr labs UG
Niemetzstraße 47–49
12055 Berlin
Telefon: 030 5 55 79 45 65
Internet: shoutrlabs.com
e-Mail: os@shoutrlabs.com

Besonderer Dank:
Ohne die tatkräftige Unterstützung von
Susanne Reumschüssel,
der Leiterin des Industriesalons, wäre die Erstellung
der Studie in dieser Form nicht möglich gewesen.

Vorwort

Die ARGE Steiner wurde damit beauftragt, eine Machbarkeitsstudie für ein Industriemuseum mit Schwerpunkt Kabeltechnik in Oberschöneeweide zu erstellen. Die ARGE Steiner ist ein Projekt-Zusammenschluss aus Unternehmen und Freiberuflern, die Kernkompetenzen im Bereich Museumsanalyse, Museumstechnik, Tourismusberatung, Strukturanalyse besitzen. Das vorliegende Projekt wurde auf einen Projektzeitraum von September 2019 bis Februar 2020 festgelegt. Inhaltlich wird es in vier Teile aufgegliedert, die sich auf vier Dokumentationsbände aufteilen.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
2	Entwurf für einen Letter of Intent	4
3	Alleinstellungsmerkmale	8
4	Baubeschreibung	11
5	Qualitäten für die zukünftige Nutzung	13
6	Empfehlung für die Entwurfsplanung	19
7	Grundsätzliches zum Umgang mit dem Gebäude	22
8	Abstimmung Denkmalpflege	22
9	Bauaktenarchiv Treptow-Köpenick	28
10	Baurecht	29
11	Stellplätze	32
12	Ausstellungsablauf	42
13	Visualisierungen, Gestaltungsideen	48
14	Panorama der Industriekultur	54
15	Die Unternehmerfamilie Rathenau	56
16	Raumbuch	
16.1	Kellergeschoss	58
16.2	Erdgeschoss	60
16.3	Obergeschoss	68
16.4	1. Dachgeschoss	75
16.5	2. Dachgeschoss	80
16.6	Zusammenfassung	81
17	Zwischenfazit	81
18	Szenografie	82

Dokumentationsbände

Band 1:

- Rahmenbedingungen
- Standortanalyse
- Marktanalyse
- Marketing

Band 2:

- Organisation
- Trägerschaft
- Rechtsform
- Finanzierung
- Businessplan
- Kostenschätzung
- Zeitplan

Band 3:

- Architektur
- Raumbuch
- Szenografie

Band 4:

- Digitale Technologien
- »Beispielhafte Visitor Journey«
- Exponate und Themen
- Erste mögliche Ausstellung

1 Einleitung

Machbarkeitsstudie zur Ertüchtigung des historischen AEG-Kasinos zum »Electropolis-Museum« Berlin-Oberschöneeweide

Vorliegender Band zeigt die Ergebnisse der Machbarkeitsstudie im baulichen Zusammenhang auf und macht Vorschläge für die Erarbeitung einer zeitgemäßen Dauerausstellung. Der besonderen Siutation entsprechend, dass nämlich das Kasino in Privathand verbleiben soll, aber mit erheblichen öffentlichen Mitteln das Museum einzurichten geplant ist, schlagen wir einen Letter of Intent als Grundlage der weiteren Planung vor.

Entwurf für einen

2 Letter of Intent

Objekt
Treptow-Köpenick,
Ortsteil Oberschöneeweide
Ehemaliges Kasino der AEG
Wilhelminenhofstrasse 76+77
12459 Berlin

Eigentümerin
HW-Immobilien GmbH & Co. KG KWO
Fröndenberger Str. 27–29
58706 Menden

Nutzer
Bezirk Treptow-Köpenick von Berlin
Alt-Köpenick 21
12555 Berlin

Das ehemalige Kasino der AEG ist ein freistehendes dreistöckiges Gebäude innerhalb des Areals der Kabelwerke Oberspree. Sie liegt im 90177 m² großen Flurstück 122, im Flur 479. Sie ist im Eigentum der HW-Immobilien GmbH & Co. KG KWO, Menden im Sauerland.

- 1 Eingangsfassade zur Wilhelminenhofstraße aus Nordost, 27. August 2018
- 2 Nordwestliche Längsfassade und Rückseite, 27. August 2018
- 3 hinterer Bereich der südöstlichen Längsfassade, 8. August 2018



1



2



3



4



5



6

Das Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin* – in der Folge Nutzer genannt – beabsichtigt in dem Haus ein Museum für die Geschichte des Ortes, der Kabelwirtschaft und der Industriekultur im Allgemeinen einzurichten.

Das Haus verfügt über aufaddierte Volumina der Innenräume von 6 208 m³, eine Ausstellungsfläche** von 1 283 m², Nebenflächen von 543 m², Funktionsflächen von 72 m², und Verkehrsflächen von 309 m². In den Nebenflächen sind 241 m² Terrassen enthalten, die bisher ohne Nutzung sind. Im Obergeschoss befindet sich eine Wohnung von Herrn Wilms mit einer Gesamtfläche von 163 m².

Der Zustand des Hauses ist unterschiedlich, im Allgemeinen sanierungsbedürftig, teilweise stark beschädigt.

Folgende Vereinbarung wird getroffen: Der Hauseigentümer überlässt das Objekt bis auf die eigengenutzte Wohnung dem Nutzer zur Einrichtung und des Betriebs eines Museums. Der Nutzer wird auf seine Kosten das Haus herrichten, eine Dauerausstellung, eine Gastronomie, Sonderausstellungsflächen, Büros und Archive einrichten und betreiben. Aufgrund des Einsatzes öffentlicher Mittel für Sanierung, Modernisierung und Betrieb kann der Nutzer das Haus 20 Jahre lang mietfrei nutzen. Der Vermieter garantiert dem Nutzer, oder dessen Auftraggeberschaft nach Ablauf der 20 Jahre ein Vorkaufsrecht für das Objekt.

.....
* oder Land Berlin?

** Ausstellungsfläche entspricht dem Begriff Wohnfläche in Anlehnung an die DIN 277. Die Wohnfläche im südlichen Bereich des Objekts wird unter der Ausstellungsfläche subsummiert.

4 Südöstliche Fassade und Rückseite. 19. Oktober 2019

5 rückwärtige Süd-Fassade 19. Oktober 2019

6 Eingangsfassade mit südöstlicher Längsfassade, Postkarte um 1900

Im Zuge der Sanierungs- und Modernisierungsarbeiten werden alle Medienleitungen (Elektro, Daten, Kalt- und Warmwasser sowie Abwasser, Heizung) erneuert.*

Zukünftig erfolgt die Lieferung von Elektrizität und Wärme über die Wilms-Gruppe aus dem Gebäudezusammenhang des KWO. Dabei ist vereinbart, dass die Kosten dafür nicht mehr als 70% der ortsüblichen Anbieter sein werden. Zumindest die Wohnung Wilms und der Rest des Gebäudes werden mit eigenen Zählern ausgestattet.

Der Nutzer hat die Möglichkeit, einzelne Bereiche wie Shop, Gastronomie unterzuvermieten. Für Medien können separate Unterzähler eingebaut werden.

Die Verantwortung für Dach und Fach gehen an den Nutzer über.**

Das zukünftige Museum darf die Flächen am Haus in einer Tiefe von 10 m auf der West- und Ostseite uneingeschränkt nutzen. Vorgesehene Funktionen sind Behindertenparkplätze, Personalparkplätze, Außengastronomie und Feuerwehrumfahrt, falls baurechtlich gefordert. In diesem Fall muss auch auf der Südseite des Gebäudes eine schrankenlose Umfahrt möglich sein. Die Zufahrt und Zugänglichkeit sind rund um die Uhr zu gewährleisten.

* Betrifft dies in Abstimmung auch die Wohnung Wilms?

** Oder bleibt die Verantwortung für Dach und Fach beim Eigentümer?

1 Frontansicht über die Wilhelminenhofstraße, 1912

2 Haupttreppenhaus in der Höhe des 1. Obergeschosses im Originalzustand



Für Reisebusse muss auf dem Gelände eine Möglichkeit der Befahrung, des Ein- und Aussteigens, möglicherweise auch des Wendens, gewährleistet sein.*

Auch bezüglich der Nutzung der Räume gibt es keine tageszeitlichen Begrenzungen. Neben dem Museums- und Gastronomiebetrieb wird auch die Nutzung als Versammlungsstätte vereinbart.

Die Zugänglichkeit des Hauseigentümers ist auch ohne Voranmeldung jederzeit möglich.

Zu klären ist das Verfahren der Abstimmung von beabsichtigten Baumaßnahmen zwischen Hauseigentümerin und Bauherrschaft. Das Gleiche gilt sinngemäß für Abnahmen von fertiggestellten Teilbaumaßnahmen.

Die drei benachbarten Schornsteine sollen als Teil der visuellen Inszenierung dienen, ohne dabei vom Publikum betreten zu werden. Für die Sanierung der Schornsteine stellt der Nutzer 500 000 Euro zur Verfügung.

* Vorschlag: Reisebusse fahren von der Wilhelminenhofstraße an die Ostseite des Casinos, laden dort die Gäste aus, fahren unter dem Brückengebäude ostwärts und verlassen das Grundstück beim Pfortner um einen Parkplatz zu suchen.

3 Aufriss der Hauptfassade mit der Umbauplanung von 1925

4 Blick nach Südosten entlang der Wilhelminenhofstraße, 1948

5 AEG-Kasino: Hauptspeisesaal im 1. Obergeschoss um 1900

3 Alleinstellungsmerkmale

Das zukünftige Industriemuseum kann die heutige Museumslandschaft Berlins mit folgenden Alleinstellungsmerkmalen erweitern und abrunden:

1. An einem authentischen und bedeutenden Ort der **Großindustrie** wird die „Industriestadt Berlin“ erlebbar

Von den großen Arealen der Industrie außerhalb der Grenzen der Stadt Berlin im 19. Jahrhundert sind die Anlagen der AEG in Oberschöneeweide in geschlossener Nachvollziehbarkeit erhalten. Andere, wie Siemens in Siemensstadt, Borsig in Tegel, sind nur noch rudimentär oder unzusammenhängend erkennbar.

2. Am Beispiel des Kabelwerks Oberspree (KWO) wird **Berliner Wirtschaftsgeschichte** im unmittelbaren Zusammenhang deutlich – mit ihren Erfolgen, Brüchen und aktuellen Entwicklungen.

Es gibt nur noch wenige Orte, an denen heute industriell produziert wird. Neben der Turbinenhalle der AEG von Peter Behrens in Berlin-Moabit, in der die Firma Siemens auch heute noch Gasturbinen herstellt, sind die Anlagen der KWO in Oberschöneeweide ein herausragendes Beispiel für Kontinuität, werden hier doch nach wie vor Kabel und Maschinen für die Kabelproduktion produziert

3. Das denkmalgeschützte Gebäude ›AEG-Kasino‹ steht für die Anfänge **betrieblicher Sozialpolitik**, wie sie für die Großindustrie typisch war – die Funktions-Aufteilung der Speisesäle und Nebenräume macht damalige Hierarchien deutlich.

Der Zusammenhang von Ernährung und Arbeitskraft und -leistung wird an der originalen Schnittstelle sichtbar – ohne inzenatorische Überformungen. Die starken

.....
1 Blick westwärts aus dem Büro in der Südwestecke, 27. August 2018

2 Flachdachbereich im 2. Obergeschoss (über den Seitenräumen), 27. August 2018

3 Hintere Terrasse in der Südwestecke des 1. Obergeschosses, 27. August 2018



1



2



3



4



5 | 6



7 | 8



Eingriffe in die ursprüngliche Substanz und Baukunst werden nicht rückgängig gemacht, vielmehr erzählen sie Geschichten, die es zu verbalisieren gilt.

4. Am Beispiel der damaligen Nutzungen des Gebäudes werden die Anstrengungen der AEG erkennbar, erstmals die „Frauenfragen“ im Betrieb zu berücksichtigen. In diesem Gebäude war die erste **„Frauenbeauftragte“** tätig.

Erhaltene Fotos zeugen von vielfältigen Arten der betrieblichen Tätigkeiten von Frauen im Kasino sowie die Nutzung außerhalb der Arbeit beispielsweise bei Näh- und Strickkursen.

5. **Die jüdischen Industriepioniere** werden durch die Familie Rathenau, für die ein „Period Room“ vorgesehen ist, prototypisch repräsentiert. Die Unternehmerfamilie Rathenau wird damit in Berlin zum ersten Mal mit einem eigenen Raum gewürdigt.

Juden konnten erst im 19. Jahrhundert Berufe in Handwerk und Technik übernehmen. Sie hatten in der latent antisemitischen Stimmung in Deutschland einerseits zwar einen schweren Stand, andererseits half der Gewerbefleiß ihrer direkten Vorfahren beim Erschließen neuer Geschäftsfelder. Sie waren unbedingt loyal preußisch staatstragend.

6. Kann die Geschichte der Berliner **Industrie in der DDR** besser gezeigt werden als auf dem Gelände des KWO?

Die Kabelwerke Oberspree waren ein führendes Kombinat im Wirtschaftsgefüge der DDR, zwar privilegiert, aber mit dem Zwang zur Innovation innerhalb der Mangelwirtschaft.

.....
4 Raum im hinteren Bereich des 1. Obergeschosses, 8. August 2018

5 Zugangstreppe vom Dachboden zur Empore, 27. August 2018

6 Hinteres Treppenhaus an der nordwestlichen Längsfassade, 27. August 2018

7 Stütz- und Zugkonsole im großen Speisesaal, 27. August 2018

8 Originale Decke des großen Speisesaals im 1. Obergeschoss, (Raum 1.10) 27. August 2018

7.
Das denkmalgeschützte Industrie-Ensemble vom KWO und dem benachbarten Kraftwerk macht die Dimensionen der frühen Großindustrie unmittelbar erfahrbar.

Auf einmalige Weise ist die räumliche Abfolge Spree – Fabrikgelände – Hauptstraße – Mietwohnungen von Süden nach Norden heute noch zu vorhanden. Es ist eine Berliner Mischung, die die Abläufe von Produktion, Logistik, Reproduktion und Wohnen die so nur noch hier zu erleben ist.

8.
Industriekultur ist als Überthema von Anfang an eine Leitidee des Projekts

Siehe Panorama der Industriekultur, Seiten 50-51 dieses Bandes.

Nachbemerkung

Parallel zur hier vorgestellten Machbarkeitsstudie erarbeitete das Büro für Denkmalpflege Wiese & Janik GbR eine Ausarbeitung zum Zustand und zur baulichen Überlieferung des Casinos, die auch Grundlage der nachfolgend gemachten Vorschläge ist.



4 Baubeschreibung

Die nachfolgend erwähnten Raumnummern können in den Grundrissen ab Seite 14 und im Raumbuch ab Seite 44 verfolgt werden.

Der momentane Zustand des Gebäudes ist im parallel erarbeiteten denkmalpflegerischen Gutachten des Büros Wiese & Janik von 2019 anschaulich dokumentiert.

Ergänzungen:
Alle Innenflächen, sowohl Putzflächen als auch Holzbauteile sind mit mehrfachen Anstrichen versehen, welche sich zudem großflächig lösen. Eine einfache malermäßige Renovierung dieser Flächen durch einen weiteren Farbauftrag ist ausgeschlossen.

Die Installationen (Elektro, Sanitär, Heizung, Lüftung) sind veraltet oder beschädigt, sodass sie neu geplant und eingebaut werden müssen.

Die Höhen der Fußböden im Gebäude differieren innerhalb eines Geschosses von 4 bis zu 10 cm. Für eine barrierefreie Erschließung ist das Höhenniveau baulich auszugleichen. Im Bereich der Achse G ist ein Höhensprung von ca. 34 cm zu überwinden, für diese Höhen kommen Rampenanlagen zum Einsatz.

Das umgebende Gelände, vor allem vor dem Zugang Raum 0.18, ist nicht niveaugleich mit den Eingangsbereichen und muss für eine barrierefreie Erschließung neu modelliert werden.

Konstruktiv ist der Zustand des Gebäudes so einzuschätzen, dass durch das Alter, die Nutzung und Reparaturstau Schäden am statischen System entstanden sind, die einer gründlichen Untersuchung und Reparatur bedürfen.

Im Keller sind die Stahlträger der Stahlsteindecken so stark korrodiert, dass ohne genauere Untersuchung ange-

1 Erdgeschoss, Firma Spirka Schnelflechter GmbH, Archiv, (Raum 0.06) 13. August 2019

2 Raum hinter der Empore im 1. Dachgeschoss, (Raum 2.01) 13. August 2019

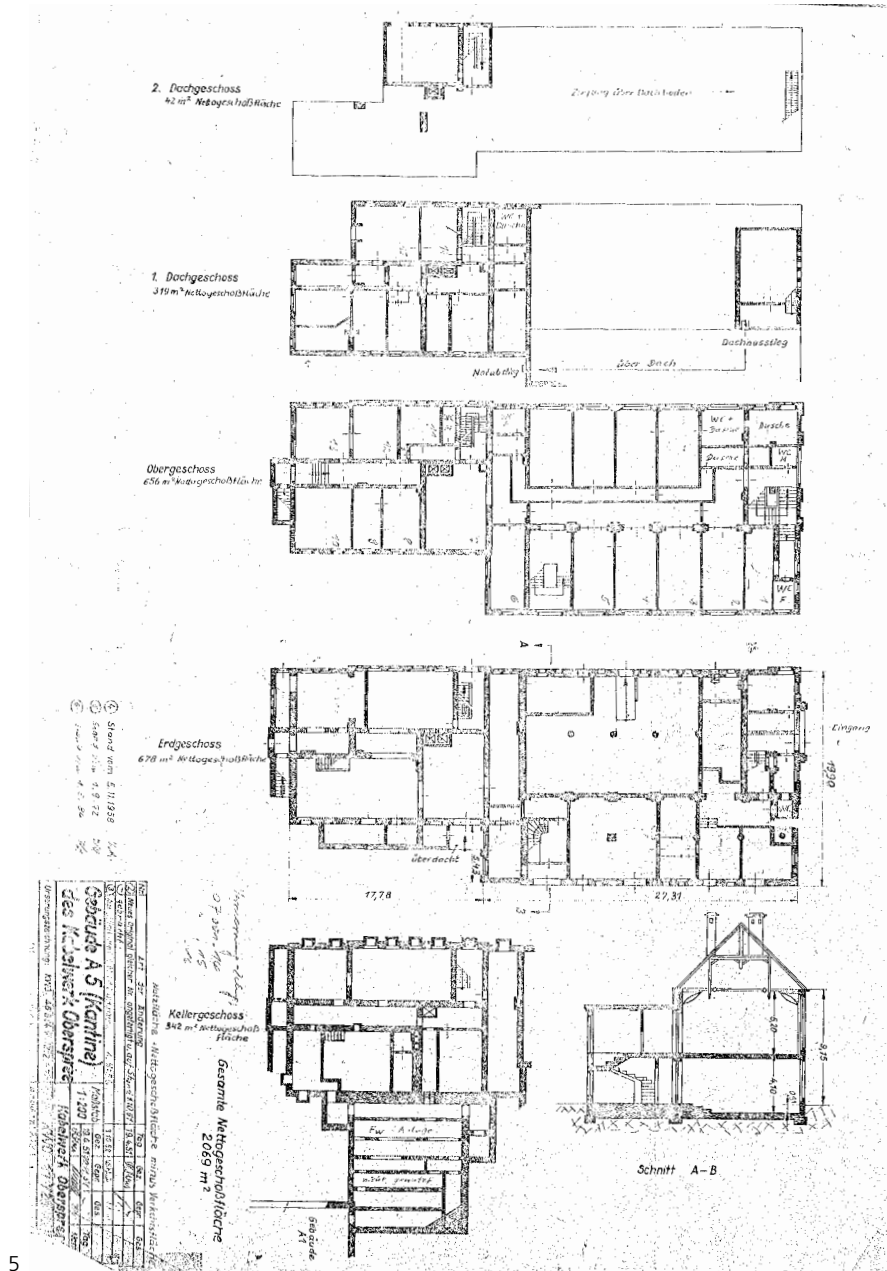
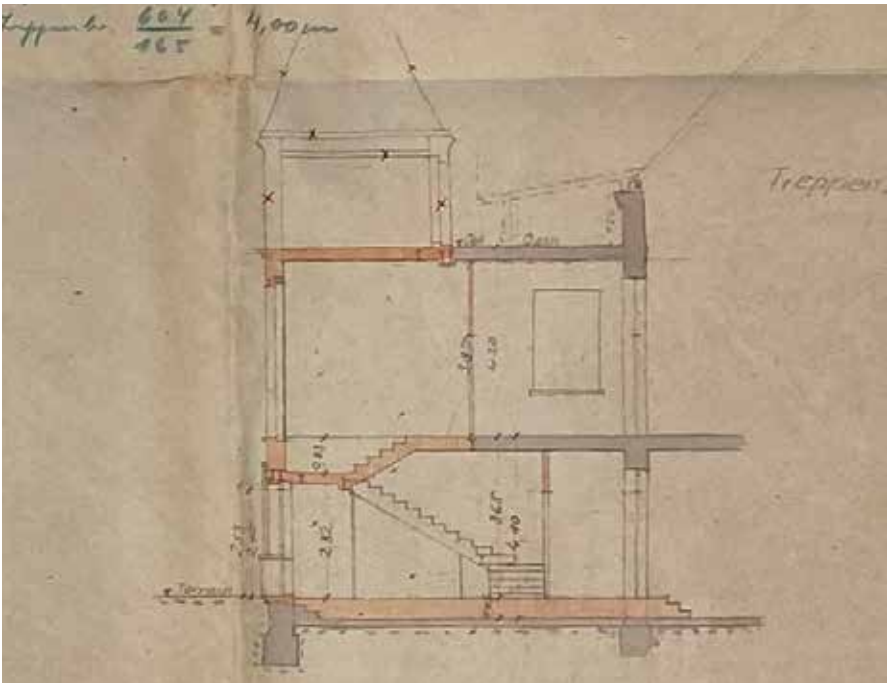
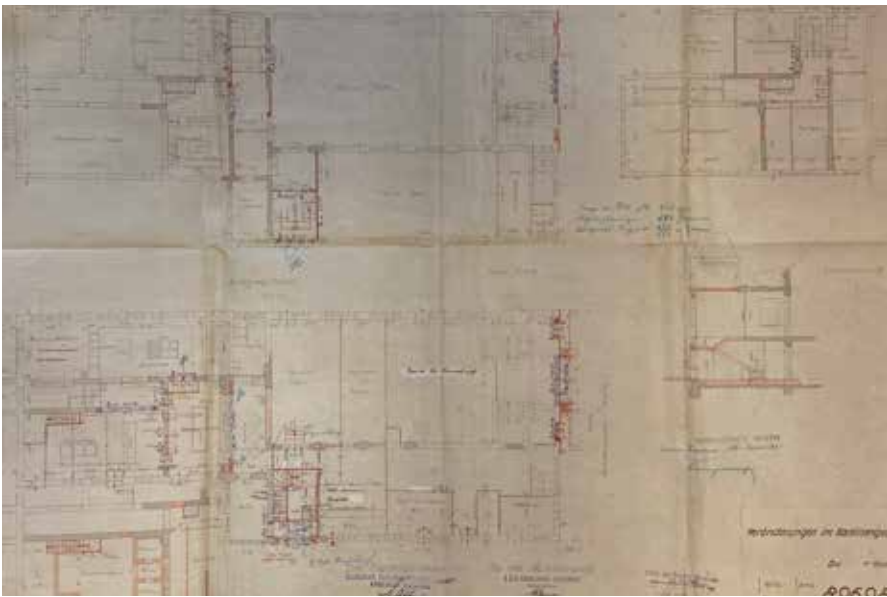
3 Erdgeschoss, Raum am Kellerabgang, (Raum 0.11) 13. August 2019

nommen werden muss, dass alle Kellerdecken erneuert werden müssen.

Der Boden im Keller ist verschlissen und sollte teilweise abgesenkt werden, um für eine künftige Nutzung die notwendige Raumhöhe zu erreichen. Eine Erneuerung des Kellerbodens mit einhergehender Sperrung gegen das kurz unter dem Bodenniveau anstehende Grundwasser ist hier in Betracht zu ziehen. Über eine Öffnung und Verfüllung des Kellerraumes 1.07 – dieser liegt außerhalb des Gebäudegrundrisses – ist hierbei nachzudenken.

Die Dachkonstruktion zeigt äußerlich bereits Fehlstellen in der Dachhaut. Durch diese Fehlstellen ist über längere Zeit Niederschlag ins Gebäude eingedrungen. Dies führt zum Beispiel zu folgenden, bereits offen sichtbaren Schadbildern:

- Im Bereich des Ausstieges auf die große Dachterrasse (Raum 2.01) ist die darunterliegende Holzbalkendecke über dem Treppenhaus 1.02 teilweise eingebrochen.
- Im Bereich Raum 2.05 ist die darunterliegende Holzbalkendecke zu den Räumen 1.06 und 1.07 teilweise eingebrochen.
- Im Raum 2.14 ist die Dachschräge teilweise eingebrochen.
- Im Raum 3.01 sind das Dachtragwerk und die Fachwerkaußenwand beschädigt, die Fachwerkaußenwand



5

- 1 kleiner Speisesaal auf undatierte Aufnahme
- 2 Umbauentwurf vom 29. Juni 1925, hier im Maßstab 1:750
- 3 14 Ausschnitte Umbauentwurf vom 29. Juni 1925 im Maßstab 1:200 dargestellt. Ursprünglicher Maßstab: 1:100
- 5 Gebäudegrundrisse und -schnitt, Ursprungszeichnung vom 19. April 1951, letzter Stand 1. August 1984. Die Umbauten vornehmlich im Speisesaal im 1. Obergeschoss und im nördlichen Haupttreppenhaus sind auch im Jahr 2020 noch zu sehen.

ist nach außen hin bereits offen, die darunterliegende Holzbalkendecke zu Raum 2.15 ist teilweise eingebrochen.

Es ist zu vermuten, dass die Schäden in der Konstruktion deutlich größer sein können als die Schadbilder vermuten lassen. Genaues weiß man erst nach einer Öffnung des Dachtragwerkes und der Holzbalkendecken sowie Freilegung aller Balken. Während der gesamten Umbau- und Reparaturarbeiten ist die innenliegende Wohnung in ihrer Struktur, ihren Medien und Zugängen etc. zu schützen.

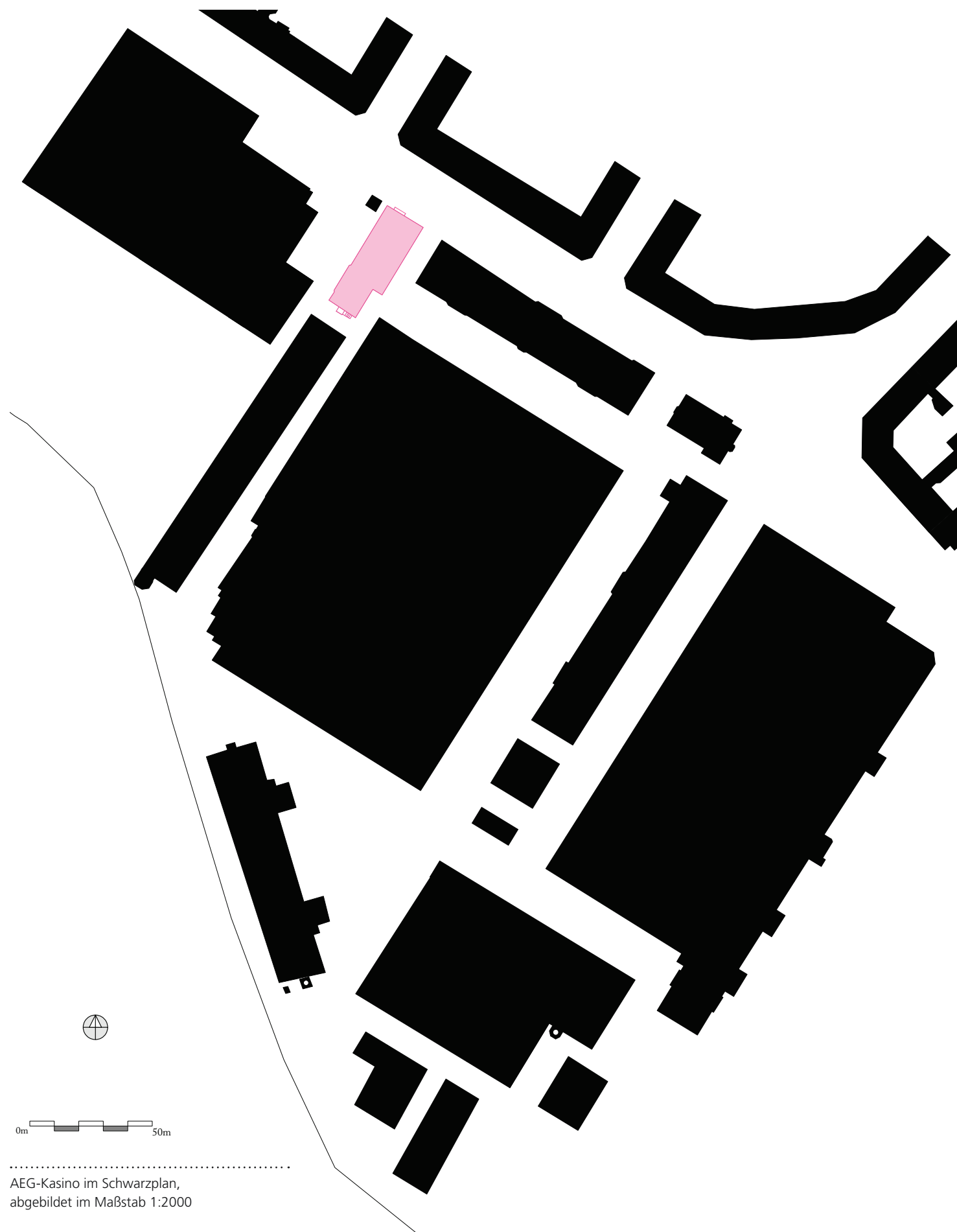
Rezente nichttragende Innenwände sind für die künftige Museumsnutzung unvorteilhaft. Hier sind besonders die Büroeinbauten im ehemaligen Speisesaal aus der DDR-Zeit und die Ausstattung des Erdgeschosses gemeint.

5 Qualitäten für die zukünftige Nutzung

Erschließung:
Die Erschließung hat barrierefrei zu sein; hierzu werden Fußbodenhöhen ausgeglichen, Rampen und ein Aufzug eingebaut. Für die öffentliche Nutzung der Empore und der großen Dachterrasse sind zwei zeit- und anforderungsgemäß dimensionierte Zugänge zur großen Dachterrasse zu errichten, Raum 2.01 und 2.05. Eine Erweiterung des Treppenhauses Raum 0.07 über die große Dachterrasse ist zu prüfen und zu entscheiden.

Sanitärinstallation:
Die Sanitärinstallation soll mittlerem Standard entsprechen und nach Anforderung der Arbeitsstättenverordnung und Versammlungsstättenverordnung ausgelegt werden.

Lüftungsanlage:
Die Lüftungsanlage soll nach dem zu ermittelnden Bedarf ausgelegt werden. Die bauzeitlichen Abzugsöffnungen sollen hierbei mit einbezogen werden. Die Lüftungsanlage kann eventuell mit einer Klimaanlage kombiniert oder ergänzt werden.



.....
AEG-Kasino im Schwarzplan,
abgebildet im Maßstab 1:2000

steiner.archi, 12. Dezember 2019



Elektroinstallation:

Die Elektroinstallation, das Datennetz etc. sollen nach dem zu ermittelnden Bedarf ausgelegt sein.

Heizung:

Die Heizung soll eine Kombination aus Strahlungsheizung als Unterputzsystem mit Bereichen mit Fußbodenheizung sein.

Innenwandflächen

bauzeitlicher Bestand:

Auf den Innenwandflächen des

bauzeitlichen Bestandes soll die

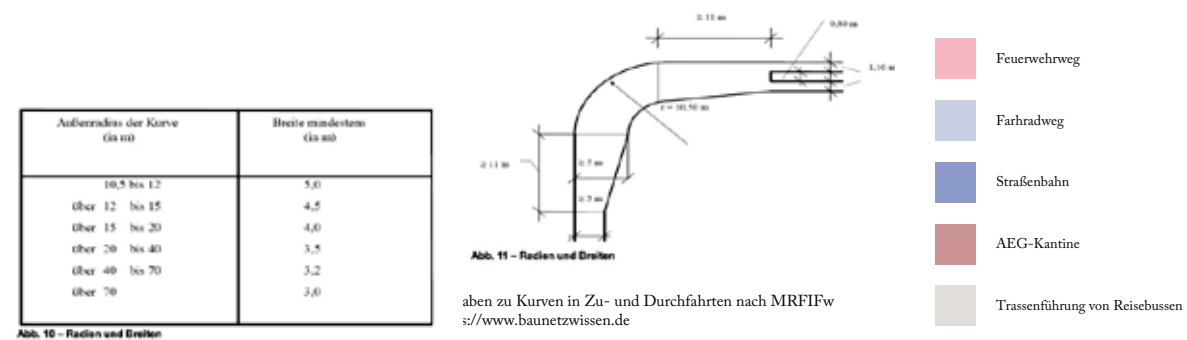
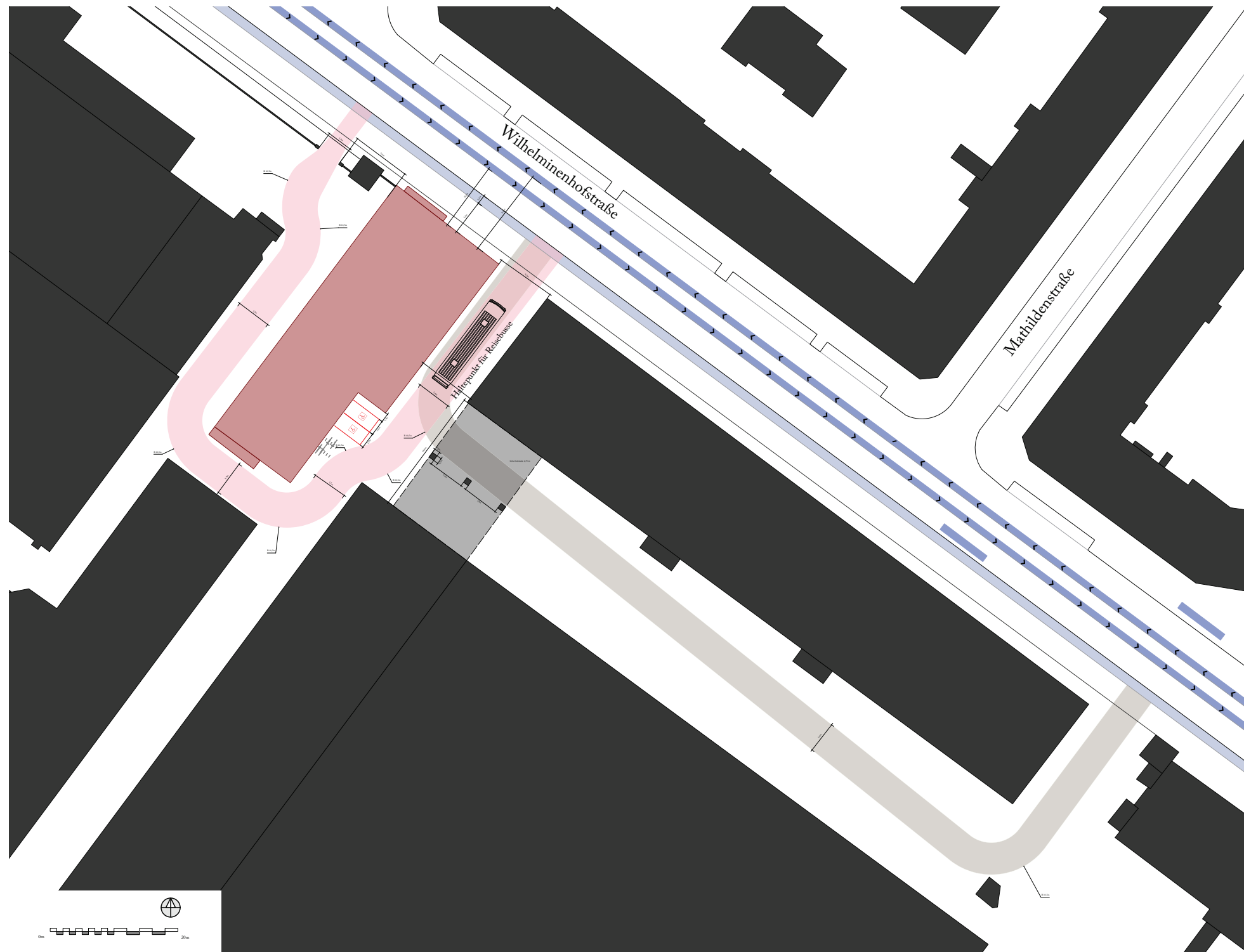
Farbfassung von 1926 wiederhergestellt werden. Funktionierende Innenwandbeläge, die die wechselvolle Geschichte des Gebäudes lesbar und erlebbar machen, sollen hierbei erhalten bleiben.

Innenwandflächen neu:

Auf neuen Innenwandflächen soll, wo nicht denkmalpflegerische Anforderungen zu berücksichtigen sind, ein einfaches Spachtelsystem aufgebracht werden. Wird dieses beispielsweise

.....
AEG-Kasino mit möglicher Feuerwehrumfahrt, zwei Stellplätzen für Behinderte und Fahrradabstellplatz hier abgebildet im Maßstab 1:500
Stand: 20. Februar 2020

steiner.archi



mit Knauf Uniflott ausgeführt, kann auf zusätzlichen Anstrich verzichtet werden, was gerade in Räumen mit sich ändernden Nutzungen von Vorteil wäre.

Deckenflächen:

Die Deckenflächen sollen die Farbfassung von 1926 erhalten.

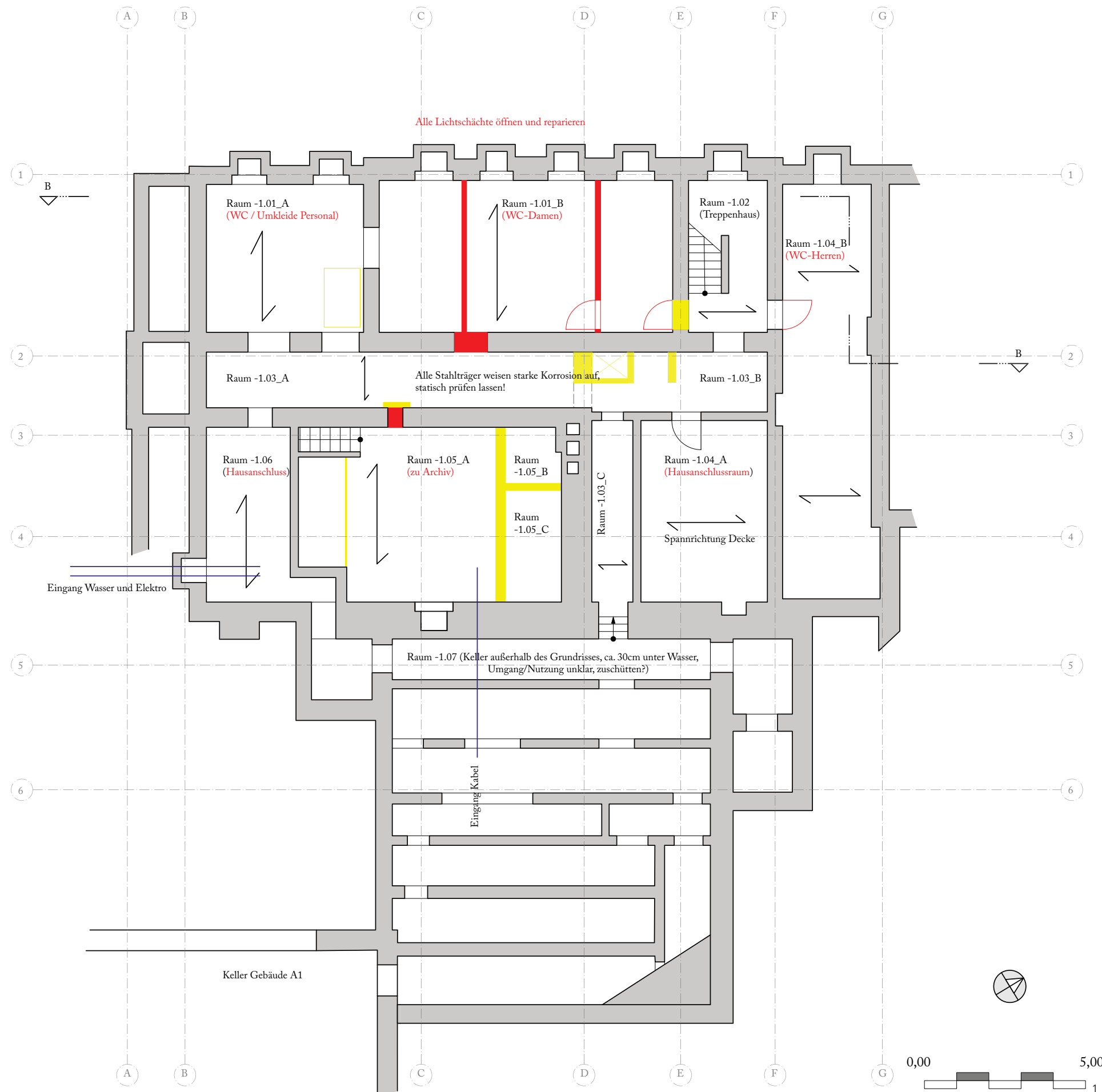
Stuckornamentik / Putzprofile:

Vorhandene Stuckornamente und Putzprofile sollen ergänzt werden, bei verlorenen Ornamenten, welche auf Fotos zu sehen sind, ist zu entscheiden, ob diese wiederhergestellt werden sollen.

Außenwandflächen:

Die Außenwandflächen sollen die bauzeitliche Putzstruktur und Putzfarbe erhalten.

Lageplan mit möglicher innerer Umfahrt für Reisebusse, Stand 20. Februar 2019, ursprünglich im Maßstab 1:500, hier abgebildet 1:750



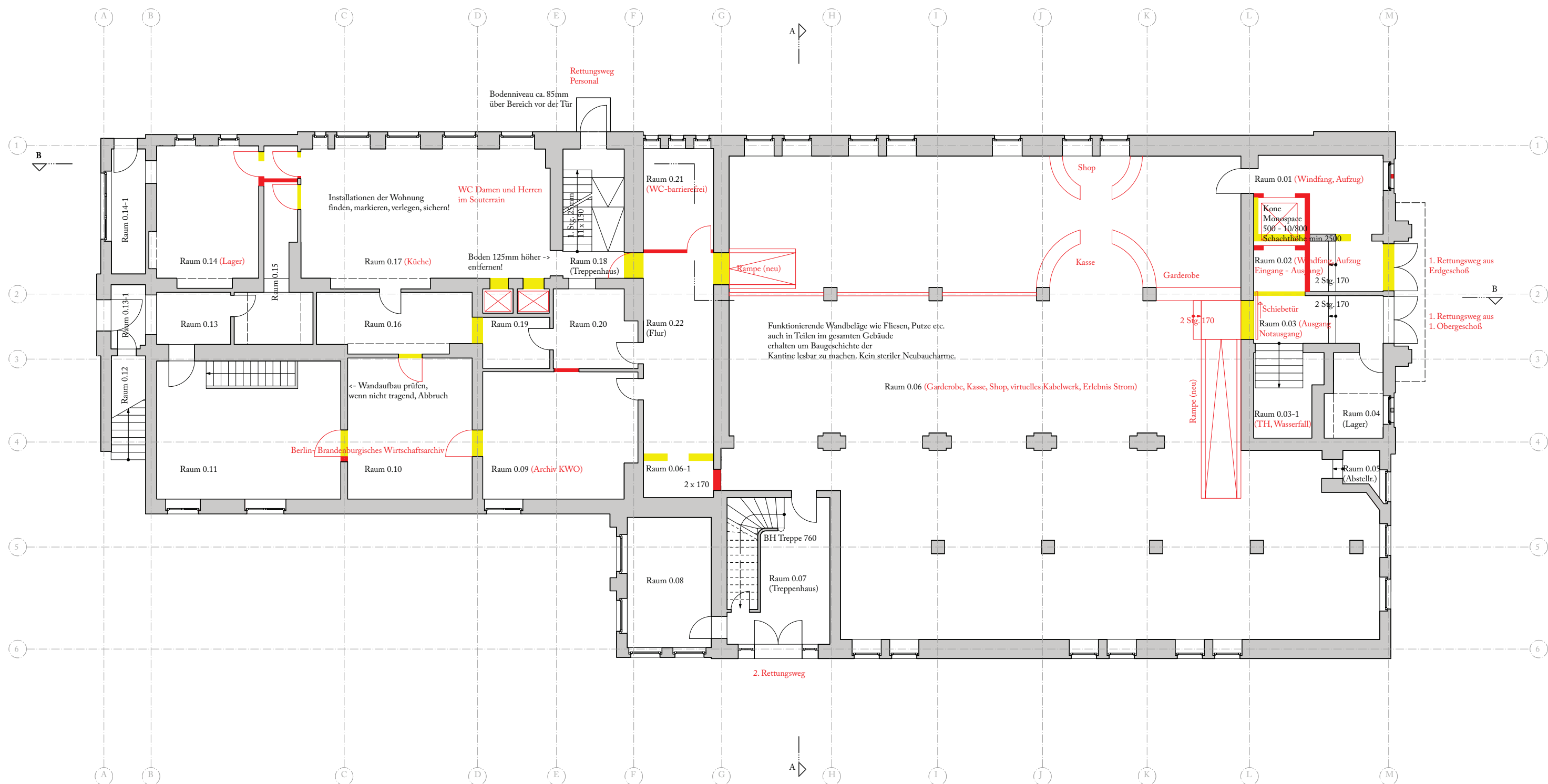
6 Empfehlung für die Entwurfsplanung

Folgende Fachingenieure sind spätestens zur Entwurfsplanung hinzuzuziehen:

Tragwerksplaner,
um das statische System zu analysieren und die statische Sicherung zu planen (Stahlsteindecken, Holzbalkendecken, Dachtragwerk) etc.

Vermesser,
um ein neues, vollständiges Aufmaß zu erstellen, da genaue Bestandspläne nicht zur Verfügung stehen. Zwei Querschnitte, ein Längsschnitt, alle Grundrisse, eine Dachdraufsicht, alles mit Maßen und Höhen, Höhenkoten für umgebendes Gelände alle Treppen und jeden Raum, Raumdecken und Böden mit Bezug auf $\pm 0,00$ m, ein Grundleitungsplan und ein amtlichen Lageplan mit Grenzfeststellung sind zu erstellen.

- 1 AEG-Kasino Keller, Maßstab 1:125
Zeichnung: steiner.archi
- 2 hinterer Keller (Raum 1.05), 13. August 2019, 10:32 Uhr
- 3 Fußboden Haupttreppenhaus (Raum 0.03), 15. Oktober 2019, 10:56 Uhr
- 4 Fußboden Haupttreppenhaus (Raum 0.03), 15. Oktober 2019, 10:57 Uhr.



Bauphysiker,
um Art und Verlauf der Dämmebenen zu bestimmen und für die vorgeschlagene Lösung eine Simulation über 15 Jahre vorzulegen (Taupunktentwicklung).

Holzschutzfachmann,
um alle tragenden Holzbauteile und Sichtschalungen auf biologischen Befall, chemische Kontamination etc. zu prüfen.

Brandschutzfachmann,
um das Brandschutzkonzept zu erstellen.

Materialprüfung,
um zu ermitteln, welche Mörtel, Steinfestigkeits, welche Putze, Sieblinien etc. im Bestand vorhanden und zu verwenden sind.

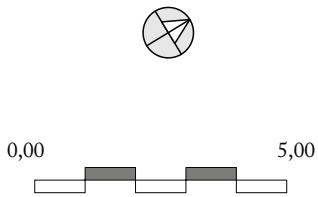
Technische Gebäudeausstattung
für Heizung, Lüftung, Sanitär, Elektro.

Baugrundgutachten und Schallschutzkonzept sind bei Bedarf zu beauftragen.

Lichtplanung
konzipiert ein zentrales Moment zukünftiger Museumsnutzung und hat in enger Abstimmung mit der Szenografie zu erfolgen.

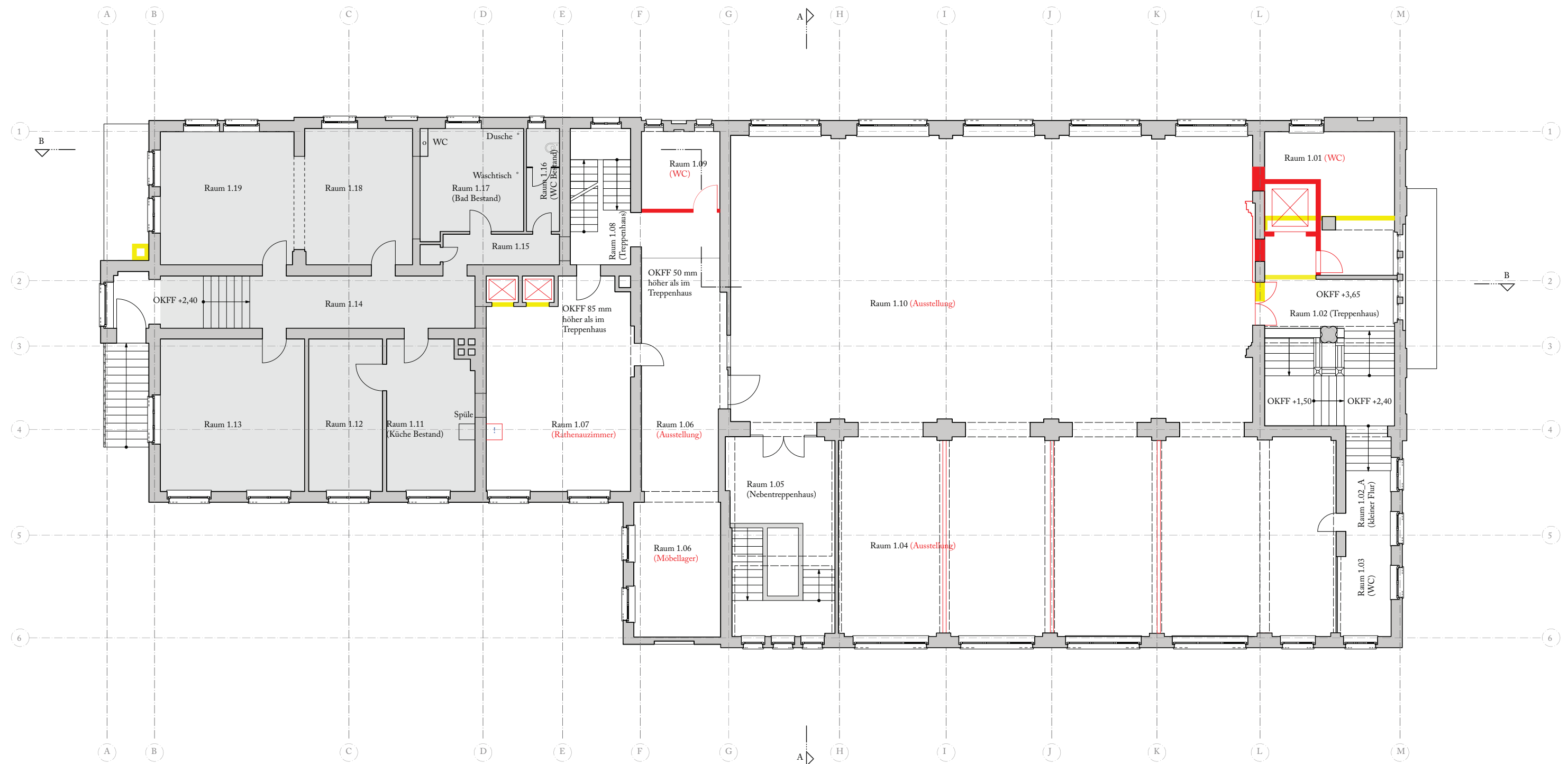
BIM
Building Information Modelling, bisher meist nur im Neubau praktiziert,

kann, am Anfang implementiert, die Kooperation zwischen Architektur und Fachplanung so koordinieren, dass die komplexen Anforderungen eines Museumsbaus ohne Verzögerungen und finanziellen Zusatzaufwand erfolgen können.



AEG-Kasino Erdgeschoss,
Maßstab 1:150

Zeichnung: steiner.archi



7 Grundsätzliches zum Umgang mit dem Gebäude

Eine Renovierung im üblichen Sinn wird nicht vorgeschlagen. Vielmehr soll die Aura des Benutzten erkennbar bleiben und in der Ausstellungsrhetorik eine Rolle spielen. Ebenso wahrnehmbar bleiben sollen frühere Nutzungen wie Speisesaal oder Küchen. Die Umbauten seit der Eröffnung in der Ursprungsgestalt werden als Teil der heutigen Situation verstanden.

Szenografische Überformungen sind baulichen Neuformungen vorzuziehen.

8 Abstimmung Denkmalpflege

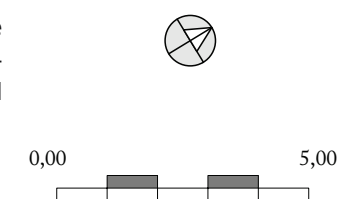
Besprechung beim Landesdenkmalamt Berlin, 13. Dezember 2019, 9:00-11:15 Uhr

Teilnehmende:
Dr.-Ing. Antonia Brauchle
Leiterin der Unteren
Denkmalschutzbehörde, Bezirksamt
Treptow-Köpenick von Berlin
Abt. Bauen, Stadtentwicklung und
öffentliche Ordnung
Dietmar Ridder

Landesdenkmalamt Berlin
Fachaufgaben der praktischen Bau-
und Kunstdenkmalpflege
Querschnittsreferat Industrie- und
Technikdenkmalpflege

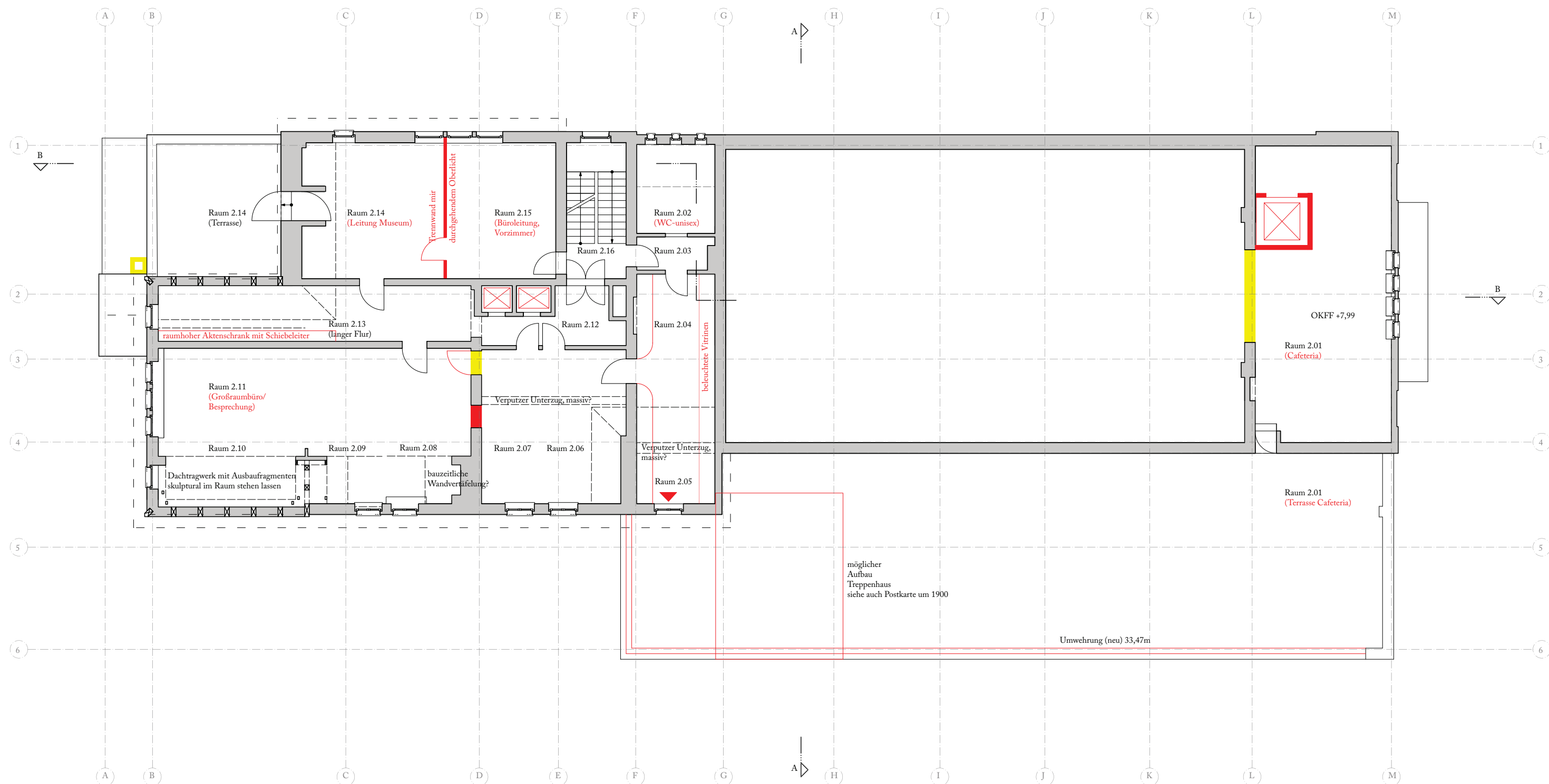
Prof. Jürg Steiner

Anlass für die Besprechung ist die Überprüfung der Denkmalverträglichkeit der bisher erarbeiteten Ideen und mögliche Änderungsempfehlungen.



.....
AEG-Kasino Obergeschoss,
Maßstab 1:150 (grau: Wohnung Wilms)

Zeichnung: steiner.archi



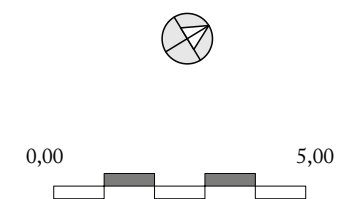
Ablauf und geplante Raumnutzungen werden anhand unserer Unterlagen und der Unterlagen des Büros Wiese und Janik erläutert.

Der 1982 abgerissene Lauf der vormals doppelläufigen Treppe ist sehr bedauerlich, da er ein prägendes und zudem repräsentatives Element des ursprünglichen Baus war. Dennoch wird von den Denkmalbehörden in Hinblick

auf die vorgesehene Erschließung des Museums von einer Empfehlung zur Ergänzung der Treppenanlage abgesehen.

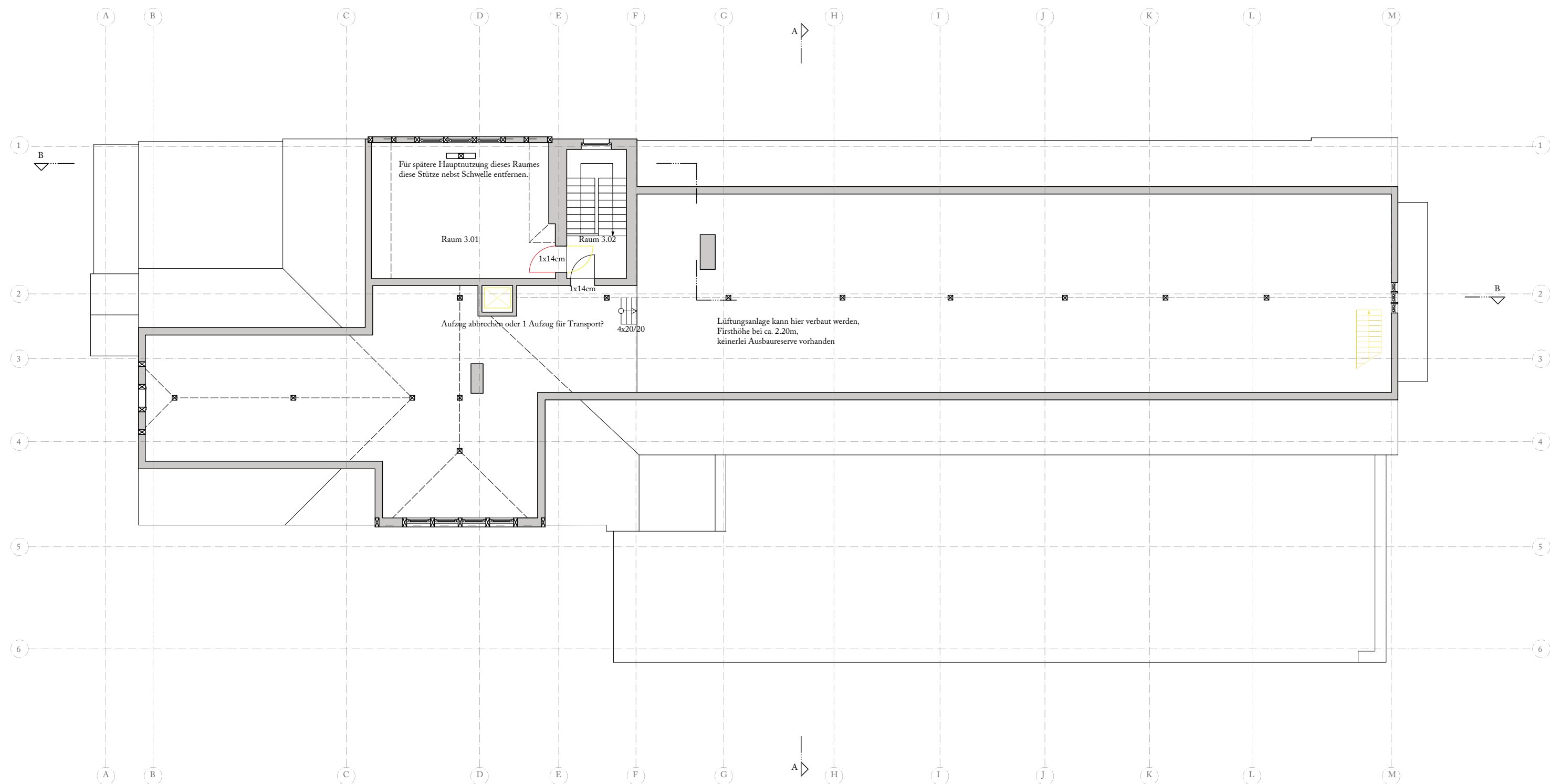
Unsere Grundrisse sollten um 180° gedreht werden (gleiche Ausrichtung wie bei Wiese und Janik) und mit einem Nordpfeil versehen werden.

Im Prinzip sollte die Fassung von 1926 als Richtlinie gelten. Es soll jedoch auch geprüft werden, inwieweit bauliche Elemente aus der DDR-Zeit erhalten und in die neue Gebäudekonzeption integriert werden können. Vor einer Entscheidung, ob die Bögen zwischen großem und kleinem Speisesaal im Obergeschoss wieder geöffnet werden können, müssen als Entscheidungsgrundlage diese Bereiche untersucht



AEG-Kasino 1. Dachgeschoss,
Maßstab 1:150

Zeichnung: steiner.archi



und der Aufbau der Konstruktion dokumentiert werden. Hierbei ist zu prüfen, ob gegebenenfalls noch Bauteile oder eine Wandgestaltung aus der ersten Bauphase vorhanden sind. Auch kann erst dann entschieden werden, ob Türanlagen wieder eingebaut werden und wenn ja, in welcher Form. Die Empore kann zum großen Speisesaal hin geöffnet werden. Die bisherigen Ideen zur Gestaltung der Kopfwand im großen Speisesaal Richtung Wilhelm-

nenhofstrasse können weiterverfolgt werden.

Einwände gegen die Raumaufteilung gibt es nicht, die Lage des vorgeschlagenen Aufzugs ist genau zu untersuchen, vor allem im Hinblick auf die mögliche Öffnung zwischen Empore und großem Speisesaal.

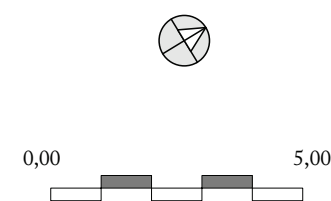
Zur Vorermittlung der Statik einer möglichen Gaststättenterrasse auf dem Flachdach sollte das Tragwerk in

den Unterzügen über den derzeitigen leichten Trennwänden im kleineren Speisesaal untersucht werden.

Frau Reumschüssel wird gebeten, mit Paraphe des Hauseigentümers einen Antrag an die Untere Denkmalschutzbehörde wegen der beiden oben genannten baulichen Untersuchungen zu stellen. Die Freilegungen sind durch einen Restaurator zu begleiten.

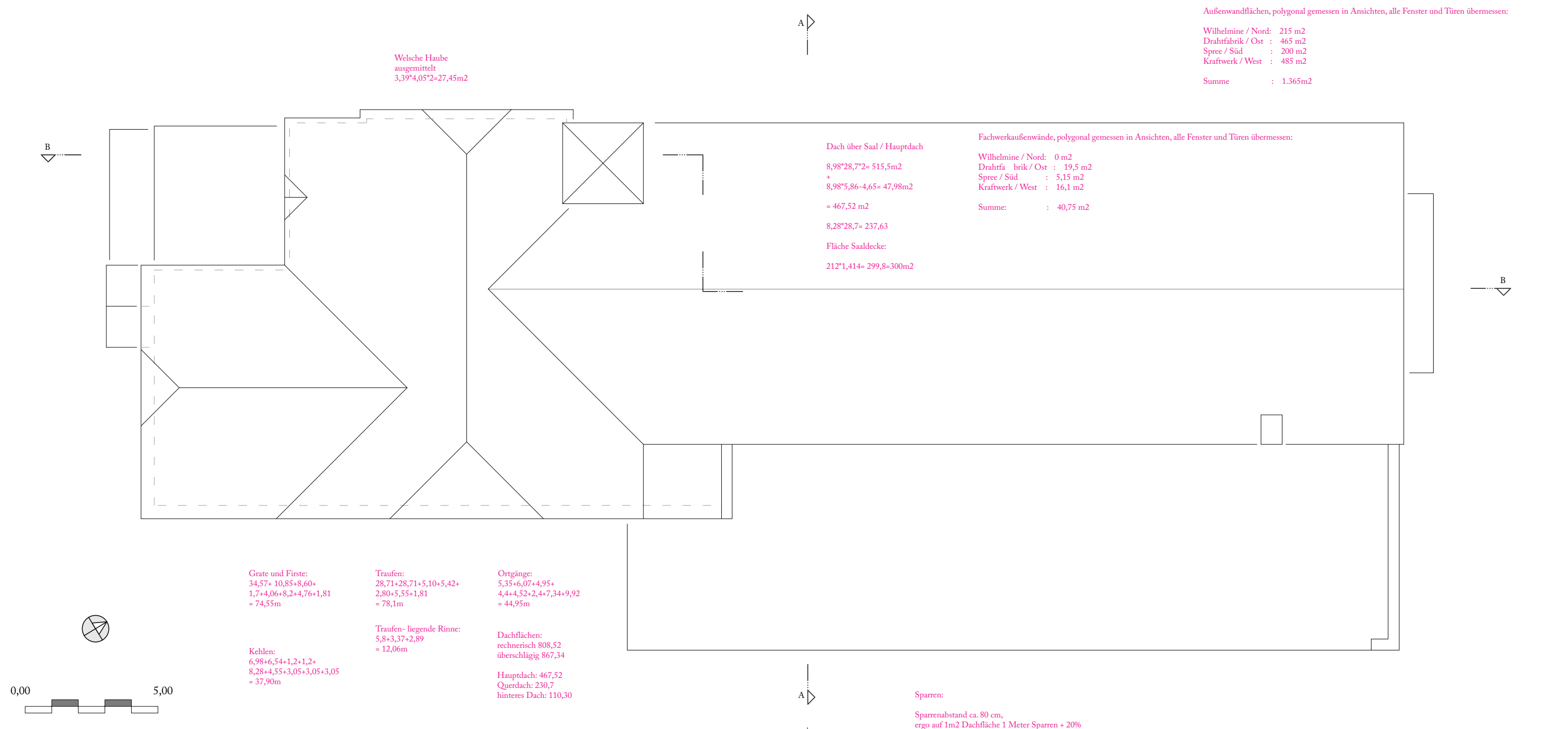
Frau Brauchle wird noch bei der Bauaufsicht, Frau Popp, nachfragen, ob nächste Woche ein Termin vereinbart werden könnte, vor allem wegen der Fluchtwegsituation der Dachterrasse und des Cafés im Emporenraum. Bisher gibt es nur die Möglichkeit bei der Sprechstunde, die wohl überlaufen ist.

In unseren Visualisierungen muss die farbliche Gestaltung noch abgestimmt



.....
AEG-Kasino 2. Dachgeschoss,
Maßstab 1:150

Zeichnung: steiner.archi



werden und sollte sich an den restauratorischen Befunden orientieren,

steiner.archi sollten noch zwei Schnitte herstellen. Der Längsschnitt geht durch die Mitte des Treppenpodests an der Wilhelminenhofstraße, weiter durch die Mitte des großen Speisesaals und verspringt dann nach Westen durch die Podeste des Nebentreppenhauses und die südlich liegenden Räume mit Blickrichtung nach Osten. Der Querschnitt geht durch das Treppenhaus von 1926 und den großen Saal, Blickrichtung nach Norden.

Sobald die bisher nicht dargestellten Räume zugänglich sind, sollte die Dokumentation durch das Büro Wiese und Janik ergänzt werden.

Das Büro Wiese und Janik könnte dann in unseren Grundrissen und Schnitten die Bauphasen darstellen.

13. Dezember 2019, Jürg Steiner

20. Dezember 2019, Dietmar Ridder, Dr. Antonia Brauchle

9 Bauaktenarchiv Treptow-Köpenick

Luisenstr. 16, 12557 Berlin
Frau Marion Kühnhausen
17. Oktober 2019, 15:00 bis 16:30 Uhr

Die Unterlagen für das Objekt Wilhelminenhofstraße 76+77 waren gut vorbereitet, die Arbeitssituation war gut.

Jedoch Unterlagen für das Kasino waren kaum vorhanden. Besonders fehlen Bauzeichnungen des ursprünglichen Baus 1899/1900. Der unten im Ausschnitt gezeigte Plan aus der Akte 3315 gibt Aufschluss über die Umbau-

ten im Jahr 1925. Der Plan trägt das Datum 29. Juni 1925. Bemerkenswert ist die Planung im Bereich des östlichen Nebentreppenhauses, das vergrößert und dem damaligen Stil entsprechend umgebaut wurde.

Anstelle einer kleinen Treppe wurde ein Treppenlauf entlang der Wände gebaut. Der Dachreiter, durch den womöglich früher ein Treppenlauf auf die Dachterrasse führte, wurde abgetragen.

10 Baurecht

Beratung bei der zuständigen Bauaufsicht, Rathaus Köpenick, Zimmer 232
9. Januar 2020. 14:30 bis 15:00 Uhr
Frau Marina Popp, BWA HB 18 – Sachbearbeitung Hochbau/Sonderbau
Prof. Jürg Steiner

Das Gebäude ist entsprechend der geplanten Nutzung als Sonderbau nach § 2 der Bauordnung von Berlin zu betrachten, somit können Verordnungen wie die Versammlungsstättenverordnung greifen. Bauaufsichtlich bedingt das ein Sonderbauverfahren.

.....
AEG-Kasino, Dachaufsicht,
Stand 30. Januar 2020,
abgebildeter Maßstab: 1:150

Zeichnung: steiner.archi



0,00 5,00



Es wird davon ausgegangen, dass im ehemaligen Speisesaal im Obergeschoss Veranstaltungen mit bis zu 200 Menschen stattfinden werden.

Die barrierefreie Zugänglichkeit ist zu gewährleisten.

Im Zuge der späteren Entwurfsplanung sollte unbedingt mit dem Behinderntenbeauftragten des Bezirks, Herrn Schaul, Rücksprache genommen werden.

Vor Erteilung der Baugenehmigung muss ein geprüftes Brandschutzkonzept vorliegen. In diesem werden auch die Angriffswege der Feuerwehr und die Qualität der Türen festgelegt. Im Brandschutzkonzept wird auch bestimmt, ob eine Feuerwehrumfahrt um das Haus erforderlich ist.

Für die Empore fehlt gleichsam der 1. Rettungsweg (üblicherweise eine Treppe). Wendeltreppen im Zuge von Fluchtwegen sind im Bereich der

Versammlungsstättenverordnung eigentlich nicht zulässig.

Das Kasino liegt in einem ungeteilten Grundstück mit einer Fläche von 90.000 m², (Siehe Bildschirmfoto, der Daten, die Frau Popp aufgerufen hat.) Ab 400 m² pro Nutzungseinheit gilt eine höherwertige baurechtliche Qualität.

In unseren Plänen bezeichnen wir die Türen im Erdgeschoss so:

- westlicher Haupteingang: 1. Rettungsweg EG
- östlicher Haupteingang: 1. Rettungsweg OG
- östliches Treppenhaus (bei Spirka): 2. Rettungsweg
- westliches Treppenhaus: Rettungsweg Personal

Entsprechend der Anlagen der AV Stellplätze sind Richtzahlen für Stellplätze für schwer Gehbehinderte oder Behinderte im Rollstuhl, sowie die

Richtzahlen für Abstellmöglichkeiten für Fahrräder anzuwenden.

Die AV Stellplätze sind mit Ablauf des 31. Dezember 2012 außer Kraft getreten. Bis zu einer neuen AV Stellplätze sind die Regelungen der außer Kraft getretenen AV Stellplätze im Sinne der Selbstbindung der Verwaltung weiter anzuwenden.

10. Januar 2020, J. Steiner
10. Januar 2020, M. Popp

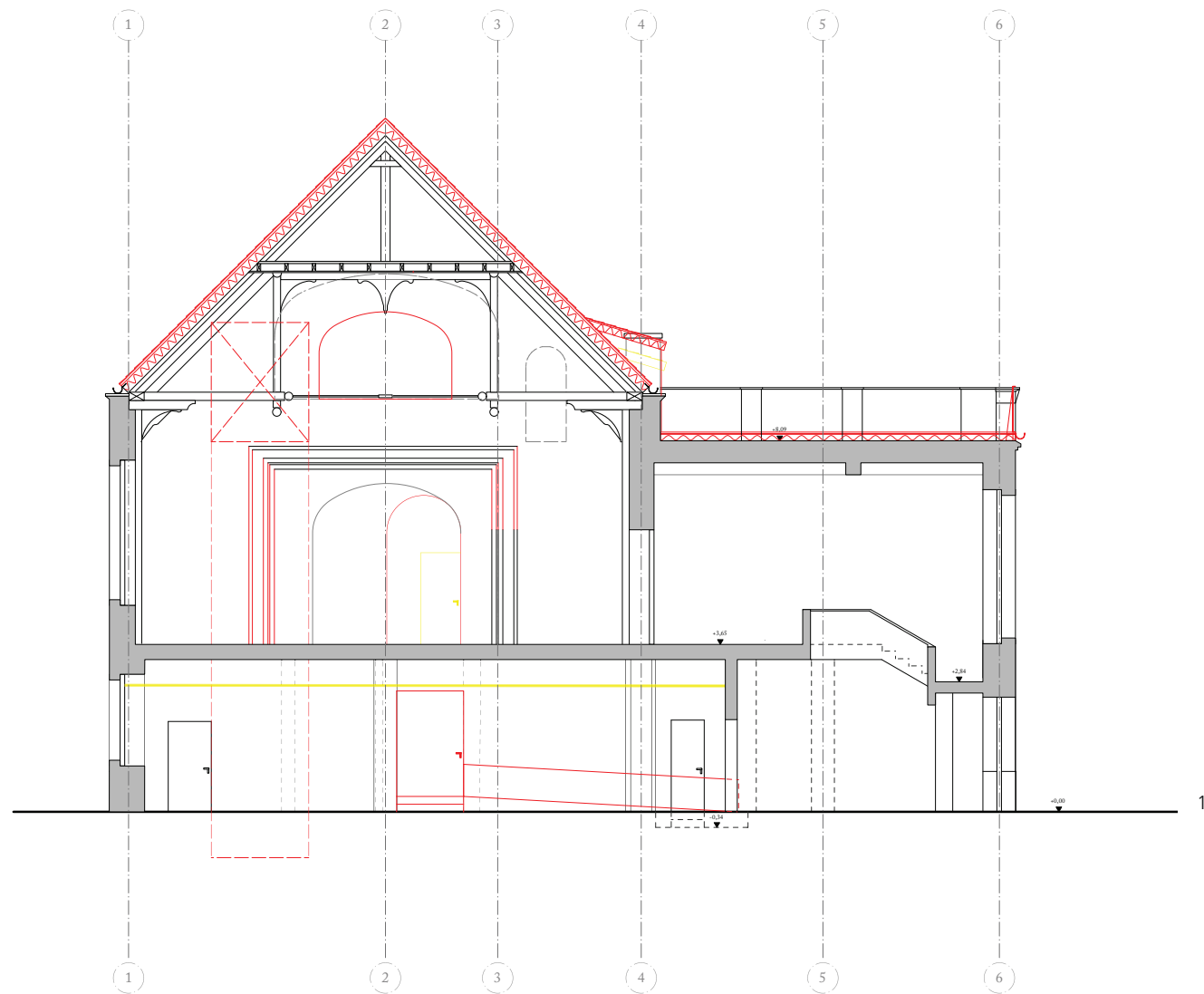
1 AEG-Kasino Nordansicht 1899, Maßstab 1:150

2 AEG-Kasino Nordansicht Entwurf 1925, Maßstab 1:150

3 AEG-Kasino Nordansicht 2019, Maßstab 1:150

Zeichnungen: steiner.archi





11 Stellplätze

Mail an Frau Brüggmann, Bezirksamt Treptow Köpenick wegen Stellplätzen
15. Januar 2020

Sehr geehrte Frau Brüggmann,

vielen Dank für das Telefongespräch vorgestern.

Wie erwähnt, sind wir mit der Ausarbeitung einer Machbarkeitsstudie für die zukünftige Nutzung des ehemaligen Kasinos als Museum beschäftigt.

Sie erhalten in der Anlage einen Vorschlag bezüglich der Feuerwehrumfahrt, der Behindertenparkplätze und des Fahrradständers mit der Bitte um Prüfung.

Ein Vorschlag zur Trassenführung von Reisebussen ist noch in Arbeit.

Zu Ihrer Information erhalten Sie den derzeitigen Stand der Planung im und am Haus.

Antwort von Frau Brüggmann am 15. Januar 2020

Sehr geehrter Herr Steiner,

die Themen der Feuerwehrumfahrt, der auf dem Grundstück geplanten Behindertenparkplätze und der Fahrradständer unterliegen nicht der Prüfung durch die Verkehrsplanung im Fachbereich Stadtplanung. Sie sind im Rahmen des Baugenehmigungsverfahrens zu prüfen. Zu den Fahrradständern möchte ich Ihnen den Hinweis geben, dass die dargestellten Vorderradständer nicht mehr den Anforderungen entsprechen. Es sollten Fahrradbügel aufgestellt werden, an denen der Rahmen eines Fahrrades angeschlossen werden kann.

Bezüglich der Fahrrouten und Haltepunkten von Reisebussen wenden Sie sich bitte an das Straßen- und Grünflächenamt.

Ich benenne Ihnen hier den Fachbereichsleiter Tiefbau Herrn Papst (juergen.papst@ba-tk.berlin.de) und die Leiterin der bezirklichen Straßenverkehrsbehörde Frau Pirok (sandra.pirok@ba-tk.berlin.de). Hier wäre wichtig, wie oft und zu welchen Zeiten Sie entsprechende Busse erwarten.

Mit freundlichen Grüßen

Sabine Brüggmann
Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin
Abt. Bauen, Stadtentwicklung und öffentliche Ordnung
Stadtentwicklungsamt
FB Stadtplanung



Mail an Frau Pirok, Bezirksamt Treptow-Köpenick, 3. Februar 2020

Sehr geehrte Frau Pirok,

auf Empfehlung von Frau Brüggemann möchte ich Sie über den aktuellen Bearbeitungsstand der Machbarkeitsstudie zur Ertüchtigung des historischen AEG-Kasinos zum „Elektropolis-Museum“ Oberschöneweide informieren und um Ihre Meinung dazu bitten.

Es geht vor allem um Ihre Einschätzung der verkehrlichen Situation. Als Haltepunkt der Reisebusse ist bislang der Bereich bei den PKW-Stellplätzen angedacht. Auf die Frage von Frau Brüggemann, wie oft und zu welchen Zeiten wir mit Bussen rechnen, können wir nichts sagen. Wir wissen es noch nicht. Wir gehen daher von Montag bis Sonntag aus.

Antwort von Frau Pirok am 14. Februar 2020

Sehr geehrter Herr Hähnel,

mir fehlt ein Lageplan, aus welchem ich erkennen kann, wo die Reisebusse halten sollen. Auf der Wilhelminenhofstraße ist dies nicht realisierbar, der Seitenstreifen ist hierfür nicht tragfähig genug und außerdem zu schmal. Einen Stellplatz auf öffentlichem Straßenland kann derzeit nicht in Aussicht gestellt werden. Die Notwendigkeit kann ich nicht erkennen.

Sollten die Busse auf das Grundstück fahren (1. Zufahrt rein, 2. Zufahrt raus oder ähnliche) ist darauf zu achten, dass die Zufahrten den Anforderungen entsprechend ausgebaut werden: Schleppkurve Bus.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag

Sandra Pirok
TiefGrün SVB
Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin
Abteilung Bauen, Stadtentwicklung und öffentliche Ordnung
Straßen- und Grünflächenamt - Straßenverkehrsbehörde

.....
1 AEG-Kasino Querschnitt, A-A Maßstab 1:150

2 AEG-Kasino Nordansicht, Maßstab 1:150

Zeichnungen: steiner.archi



1 AEG-Kasino Westansicht 1899, Maßstab
1:150

2 AEG-Kasino Westansicht 2019, Maßstab
1:150

Zeichnungen: steiner.archi

1



2

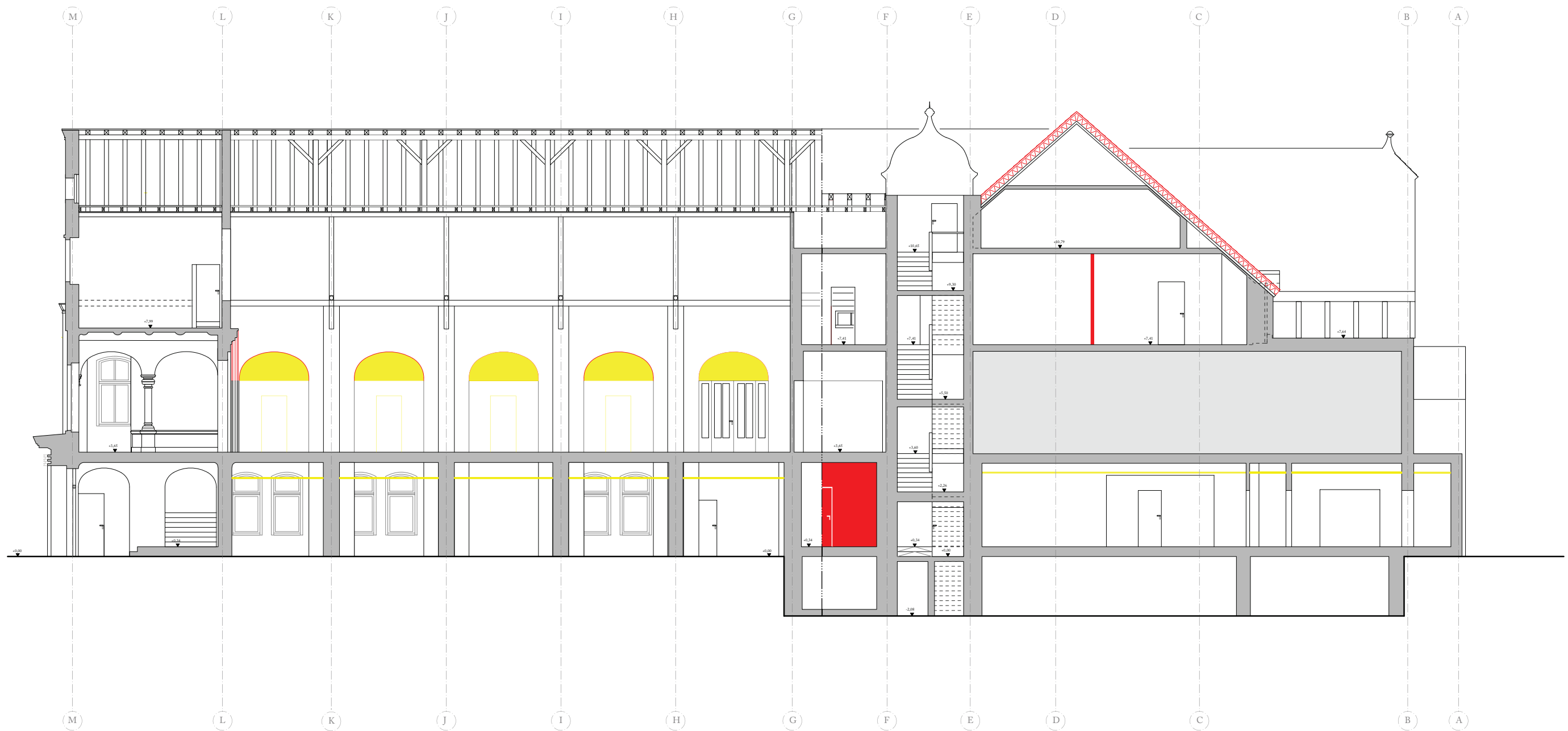
0,00 5,00

1 AEG-Kasino Ostansicht 2019, Maßstab
1:150

2 AEG-Kasino Ostansicht 2019, Maßstab
1:150

3 AEG-Kasino Schnitt, Entwurf 1925,
Maßstab 1:150 Zeichnungen: steiner.archi





.....
AEG-Kasino Längsschnitt B-B 2019,
Maßstab 1:150

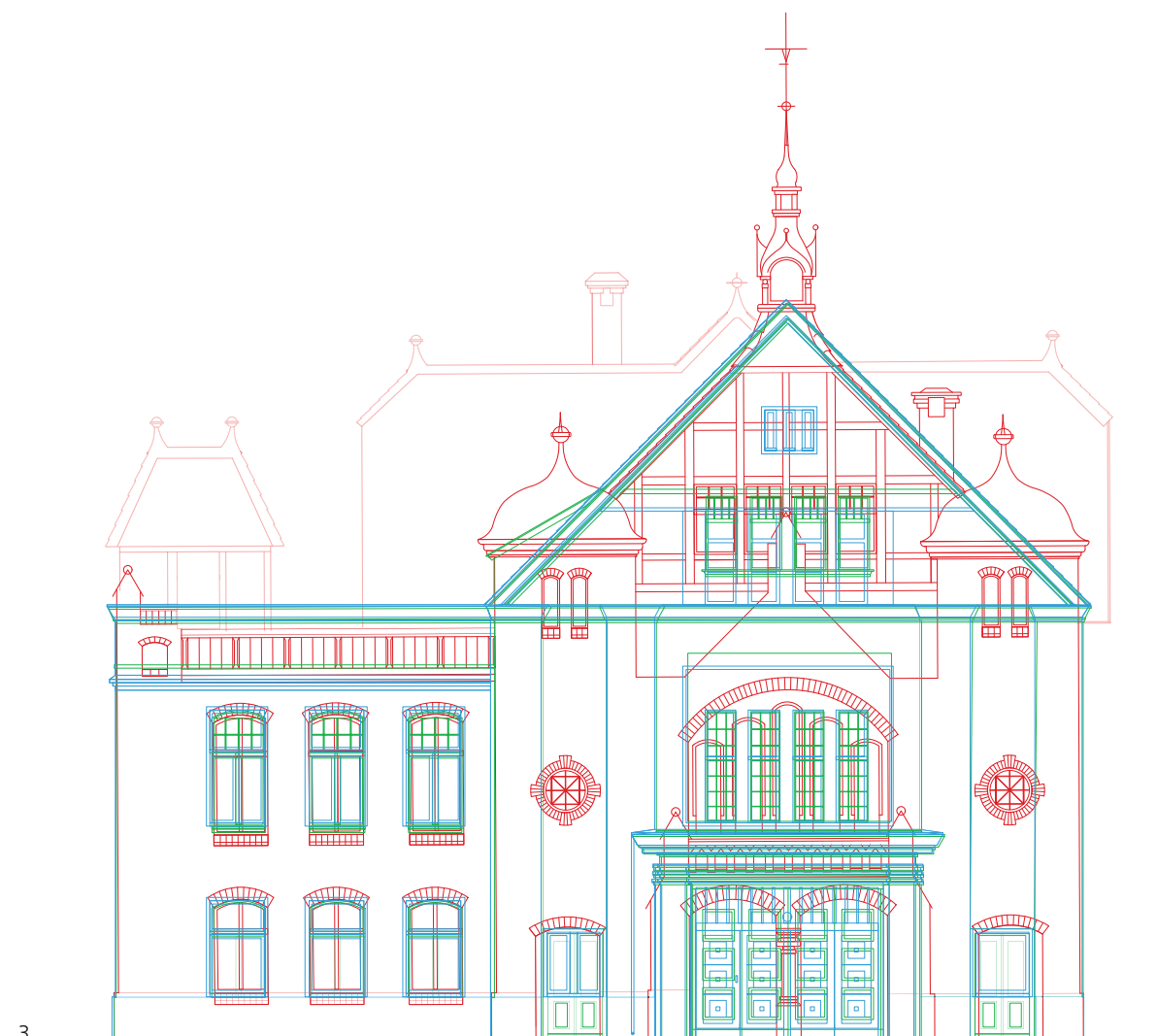
Zeichnung: steiner.archi



1



2



3

- Nord Aussenaussenansicht 1899
- Nord Aussenaussenansicht Entwurf 1925
- Nord Aussenaussenansicht 2019

0,00 5,00

1 AEG-Kasino Südansicht 1899, Maßstab 1:150

2 AEG-Kasino Südansicht 2019, Maßstab 1:150

3 AEG-Kasino Nordansicht 1899–2019, Maßstab 1:150

Zeichnungen: steiner.archi

12 Ausstellungsablauf

Erdgeschoss – öffentliche Bereiche

Windfang
Aufzug zur Terrassen-Gastronomie
Garderobe
Shop
Kasse Museum
Café
Küche
Lager

Archiv KWO
ohne Ticket

Berlin-Brandenburgisches
Wirtschaftsarchiv
ohne Ticket

Erdgeschoss – Thema Produktion

A) **Virtuelles Kabelwerk** (Rauminszenierung)

B) **Panorama der Industriekultur** als multimediale Rotunde zur Vermittlung der Beeindruckungsqualität industrieller Hinterlassenschaften.

C) **Erlebnis Elektrizität** (Erfahrungsfeld) mit folgenden möglichen Installationen:

1.
Guericke (Objekt, Bildschirm)

2.
Volta (Objekt, Bildschirm)

3.
Ampère (Messgerät, Bildschirm)

4.
Edison (Objekte, Bildschirm)

5.
Bell (Objekte, Bildschirm)

6.
Tesla (Geißler-Röhre)

7.
von Miller (Bilder, Text, Bildschirm)

8.
AEG – Werden, Sein, Vergehen (Bilder, Text, Bildschirm)

9.
Peter Behrens (Bilder, Text, Bildschirm)

10.
Erlebnis Strom: Wie funktioniert Strom- und Signalübermittlung? Funktion und globale Bedeutung von Elektrizität, Kabeln und Netzwerken (interaktiver Tisch)

11.
Erlebnis Stromerzeugung am Beispiel der Landmarke auf dem Stadtplatz (Bildschirm)

12.
Stromübertragung (Freileitungen, HGÜ etc.) (interaktiver Tisch)

13.
Nachnutzung ab 1990 (Wilms) (Bilder, Text, Bildschirm)

Treppenhaus

Wasserfall (Strom aus der Wasserkraft zur Wasserpumpe)

Obergeschoss – Thema Menschen – Hauptraum

Menschen erzählen Geschichten mithilfe von Objekten auf „medialen Tischen“

- 1. Emil Rathenau
- 2. Erich Rathenau
- 3. Kaiserin Auguste Viktoria
- 4. Mathilde Rathenau
- 5. Walter Rathenau
- 6. Anna, ungelernte Arbeiterin um 1900
- 7. Angestellter 1915–20er Jahre, geht in das Kasino und in den Ruderclub
- 8. Arbeiterführer
- 9. Zwangsarbeiter
- 10. Georg Pohler
- 11. Büroleiter Hanke
- 12. Held der Arbeit (1961, Ulbricht verliert den Faden)
- 13. Johann Erich Wilms

Die Tische können dort stehen, wo einst die Tische für die Einnahme von Mahlzeiten standen. Sie erläutern dem Publikum die ursprüngliche Nutzung,

ohne viel textliche Erläuterung, und weisen die geplanten Raumproportionen nach. Gleichzeitig eignen sie sich, vielfältige, abgeschlossene Themen zu beleuchten. Die Tische sind mit einer gewissen Intelligenz auszustatten: Die meisten haben einen Knopf, um die Höhe zu verstellen, sodass Rollstuhlfahrende, Kinder und Erwachsene jeweils ihre Position einstellen können. Die Tische sind bei gleichbleibender Grundform ganz unterschiedlich. Tischvitrine, Tisch mit hinterleuchteten Bild-Text-Tafeln, Tische mit Bildschirmen sowie interaktive Tische. Für Veranstaltungen können die Tische schnell weggefahren werden

Interaktives Panorama des Kabelwerks in verschiedenen Zeiten

Rathenau-Kabinett

Möbel, Projektionen mit den Handelnden, Unterthema Jüdische Unternehmer in Berlin

Kabelkammer

Sammlung von Kabelschnitten

„Wunderkammer“

Die heterogene Objektansammlung zeigt Erfindungen, die Verbindung von Forschung und Produktion in nichtdidaktischer Form offensichtlich machen. Denkbare Objekte wären neben Kabelschnitten Gerätschaften wie ein Magnetophon der AEG, das im Deutschen Technikmuseum aufbewahrt wird.

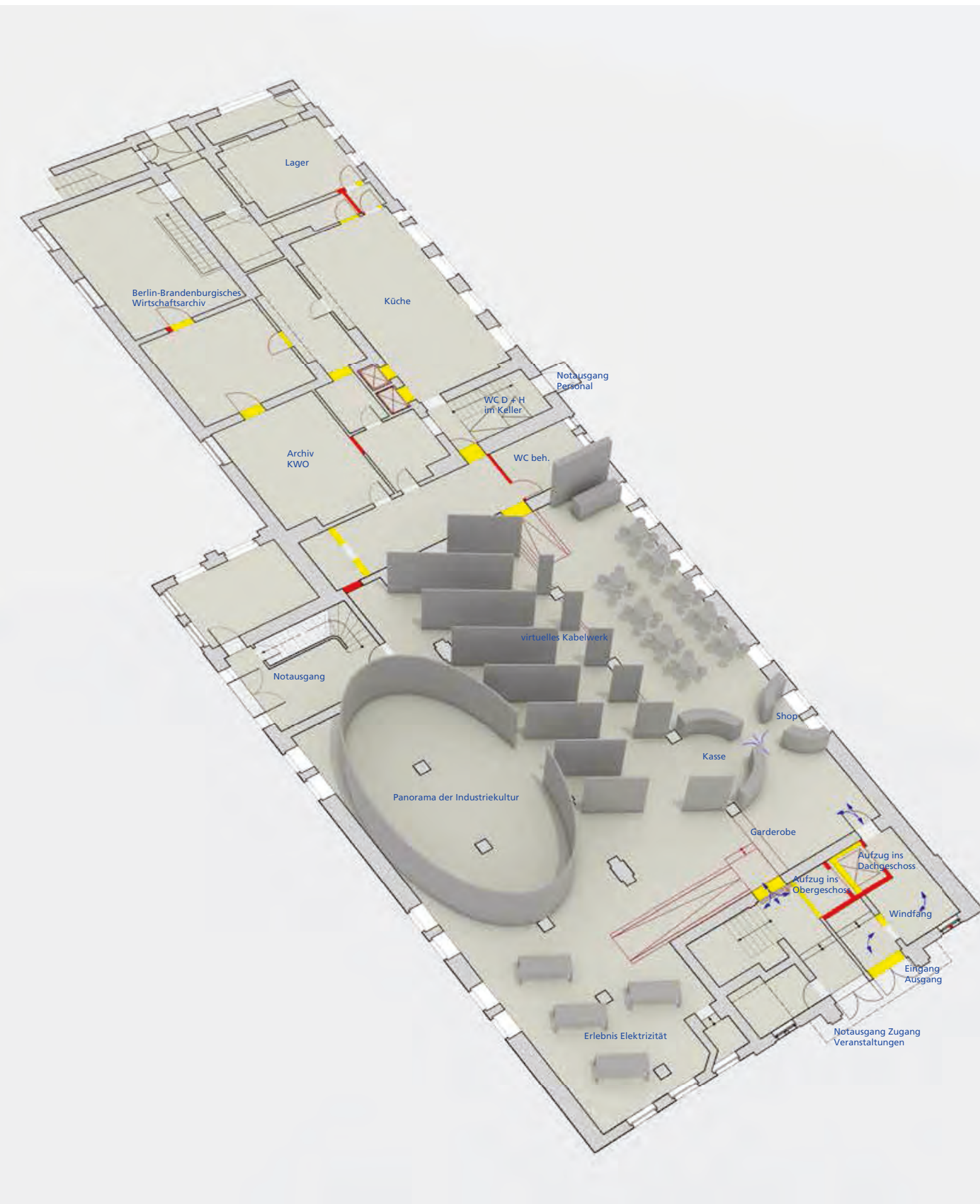
Kabeltrommelensemble

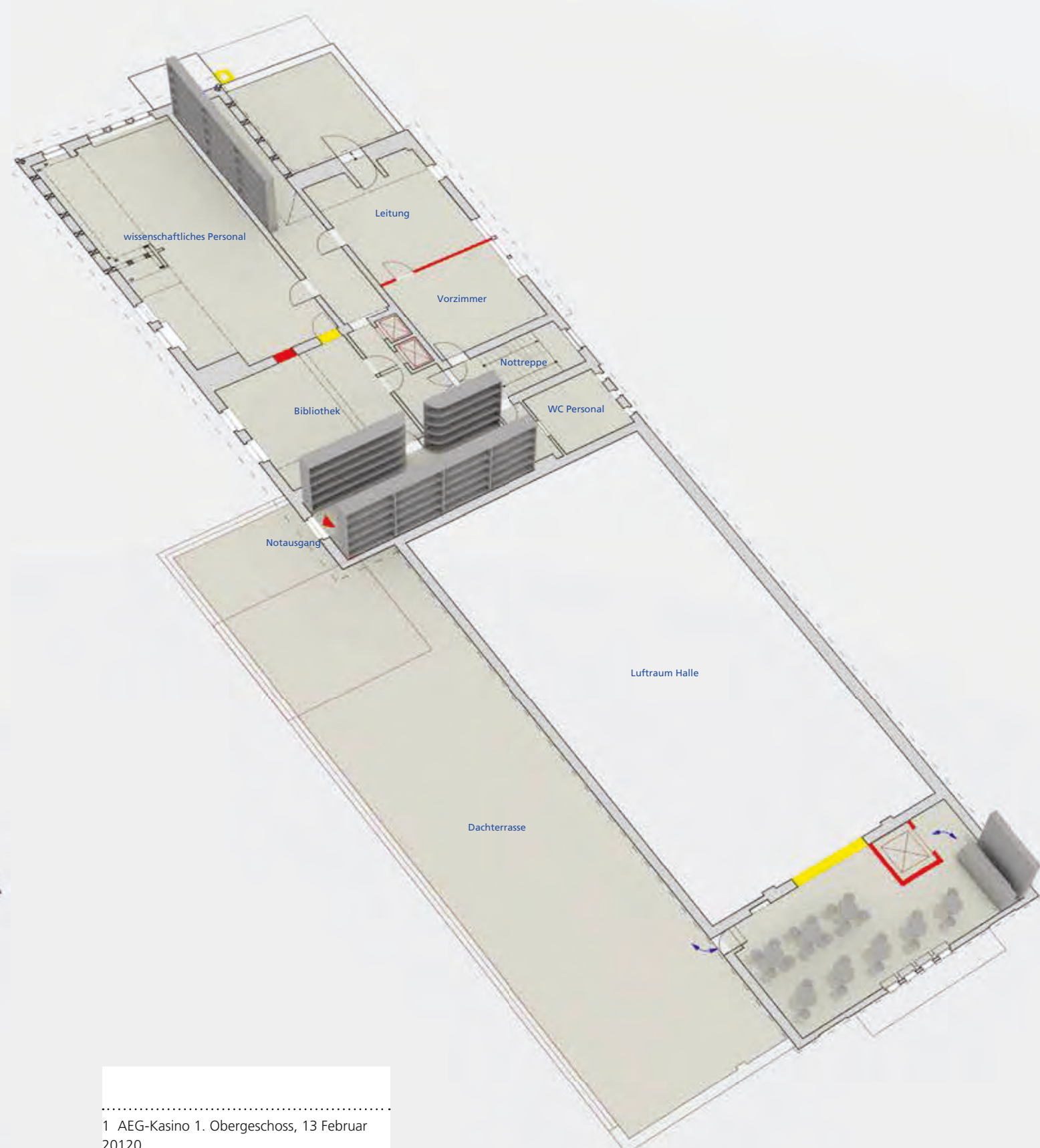
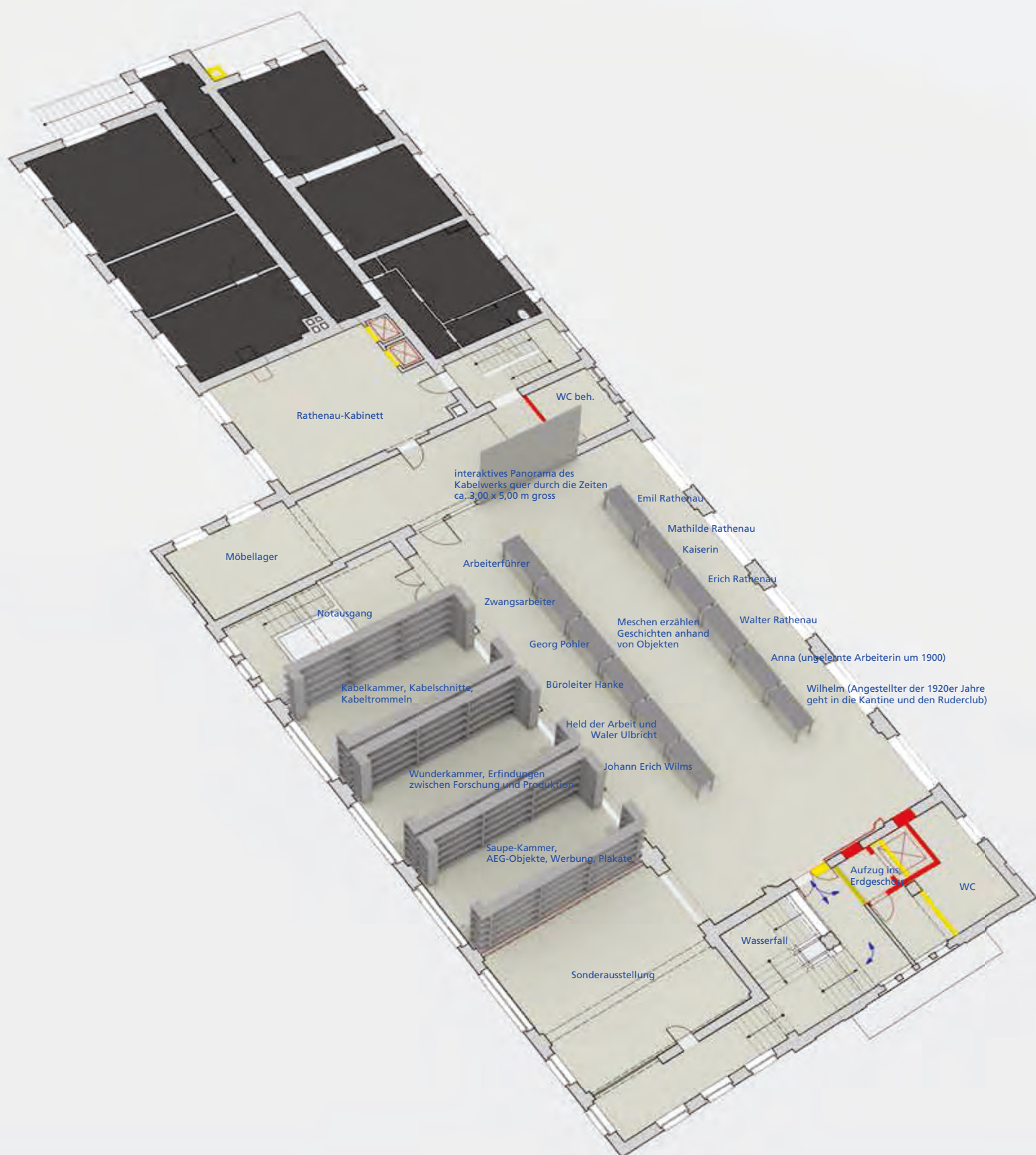
1. Dachgeschoss

Vom Windfang mit Aufzug zu erreichendes, gediegenes Café mit Dachterrasse.

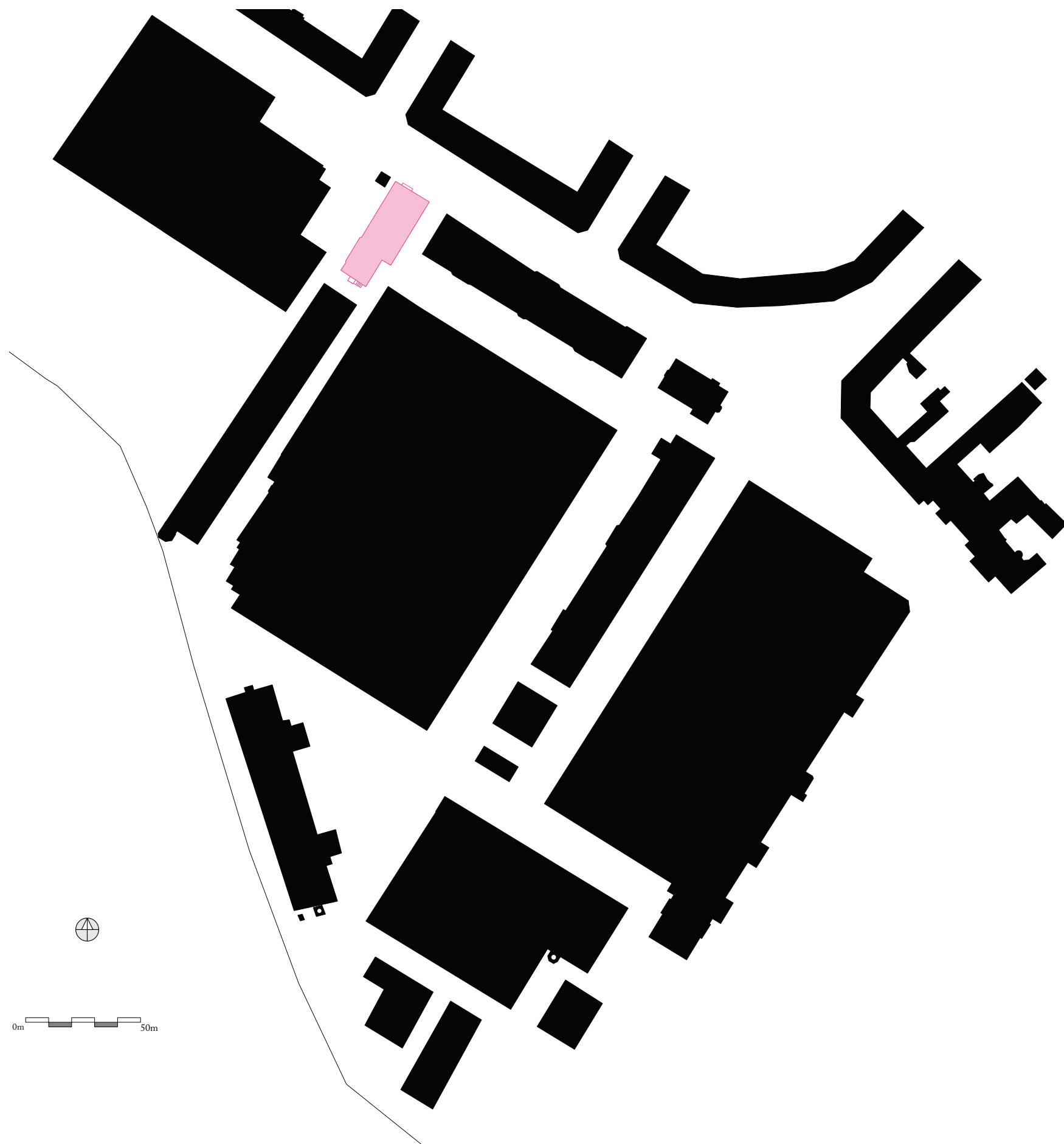
Vorschlag 10. Dezember 2019

.....
AEG-Kasino Erdgeschoss,
13. Februar 2020

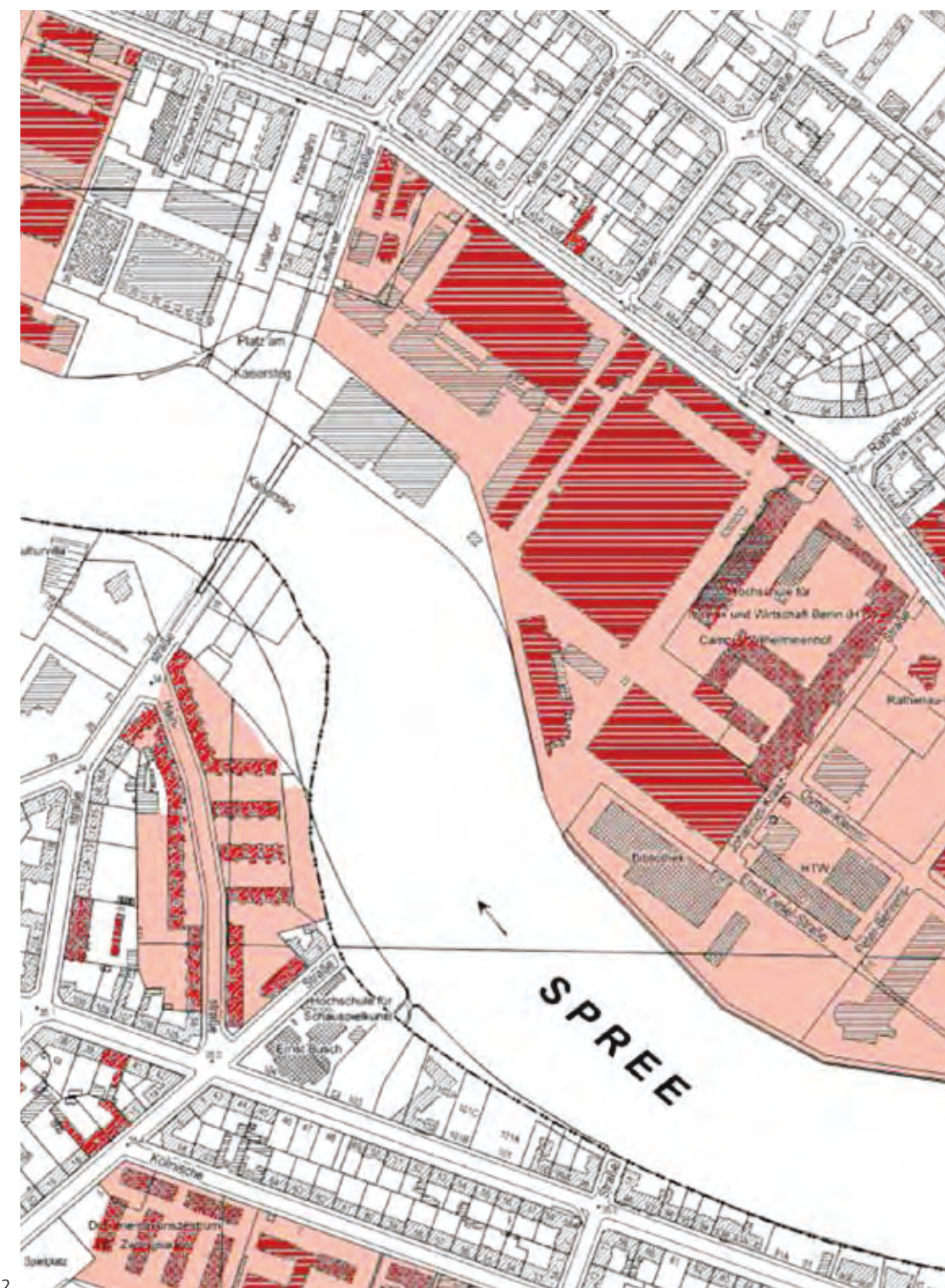




-
- 1 AEG-Kasino 1. Obergeschoss, 13 Februar 20120
- 2 AEG-Kasino 1. Dachgeschoss, 13. Februar 2020



1



2

1 AEG-Kasino im Schwarzplan, Maßstab 1:2000
steiner.archi, 1. Dezember 2019

2 Amtlicher Lageplan, hier im Maßstab 1:5000
abgebildet, 14. Januar 2020



1



2



3

13 Visualisierungen, Gestaltungsideen

1 Visualisierung: Innenansicht mit Tischen im
Hauptraum Obergeschoss,
Stand 20. Januar 2020

2 Innenansicht- Visualisierung: Variante mit
hellem Gewände
Stand 5. Februar 2020

3 Innenansicht-Visualisierung: Variante mit
hellem Gewände und Gesims



1



2



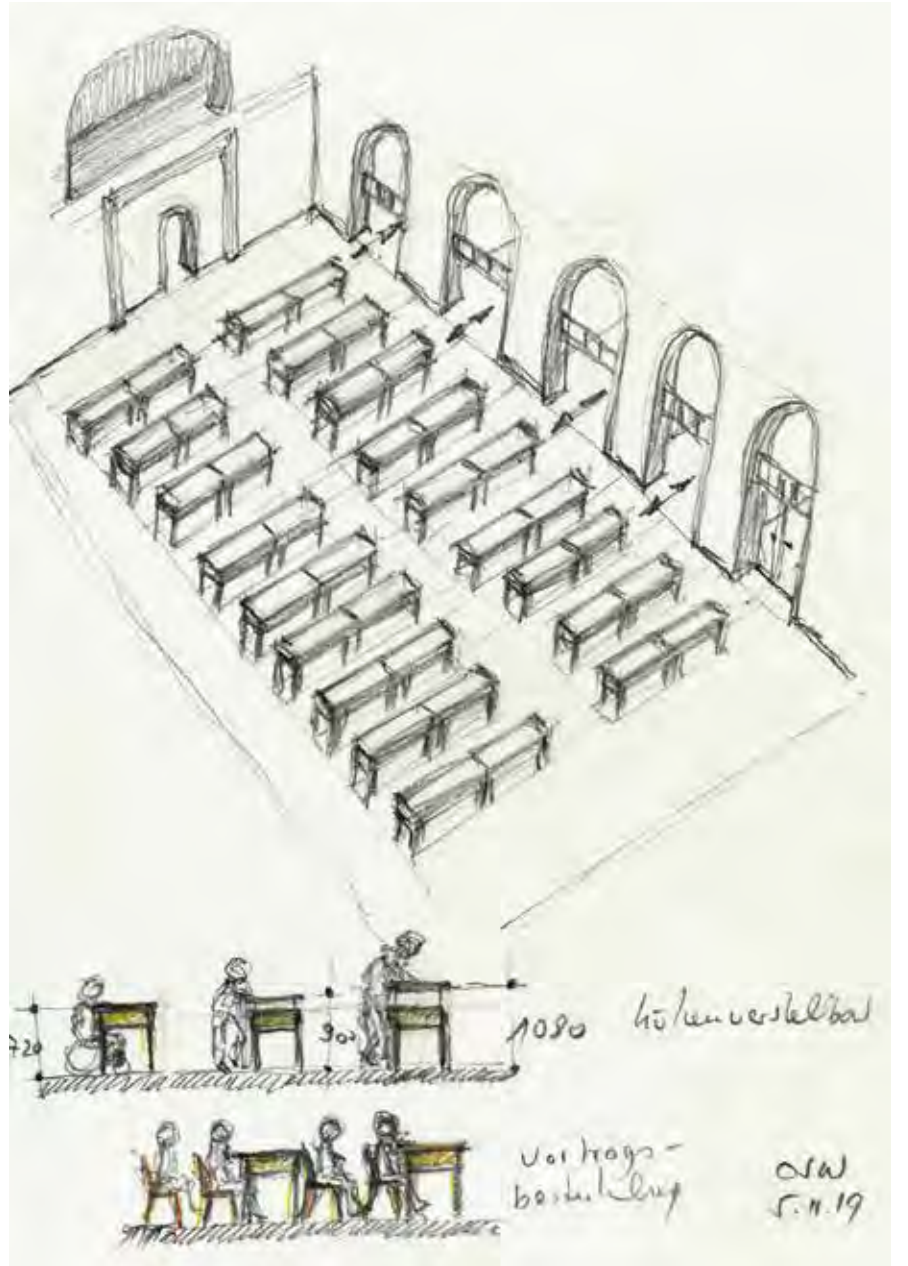
3



4



5



-
- 1 ehemaliges Kasino der AEG, Stand 20. Februar 2020
 - 2 Virtuell renoviertes Kasino in überlieferter Farbgebung, 20. Februar 2020
 - 3 Medientisch mit 3D-Betrachtungsgeräten, 11. Dezember 2019
 - 4 Medientisch mit Tablets, 11. Dezember 2019
 - 5 Medialer Tisch mit Talking Head, 8. Dezember 2019
 - 6 nicht weiter verfolgtes Konzept im Hauptraum des Kasinos (Raum 1.10) mit größtmöglicher Zahl von Tischen, 5. November 2019
 - 7 Medialer Tisch mit Projektionsfond, 8. Dezember 2019



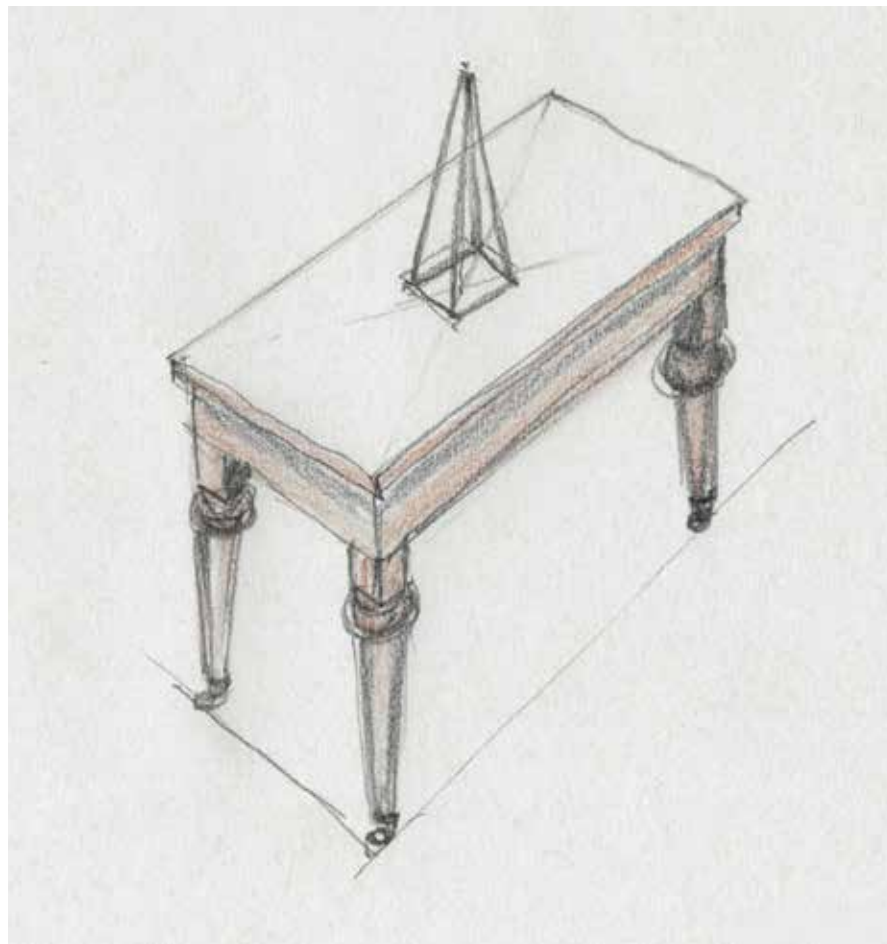
1



2



3



4



5

1 | 2 Apple Store Fifth Avenue, New York
Quelle: <https://ny.curbed.com/2019/9/19/20874129/apple-flagship-fifth-avenue-store-renovated-opening-nyc>
21. Januar 2020

3 Kabelleuchten im Lego-Campus in Billund, Dänemark,
Quelle: <https://www.detail.de/blog-artikel/spielerischer-baukasten-lego-campus-von-cf-moeller-architects-35104/>
abgerufen am 13. Januar 2020

4 Berührungsempfindlicher Tisch mit spitzer Glaspypiramide zur Präsentation eines Objekts,
14. Februar 2020

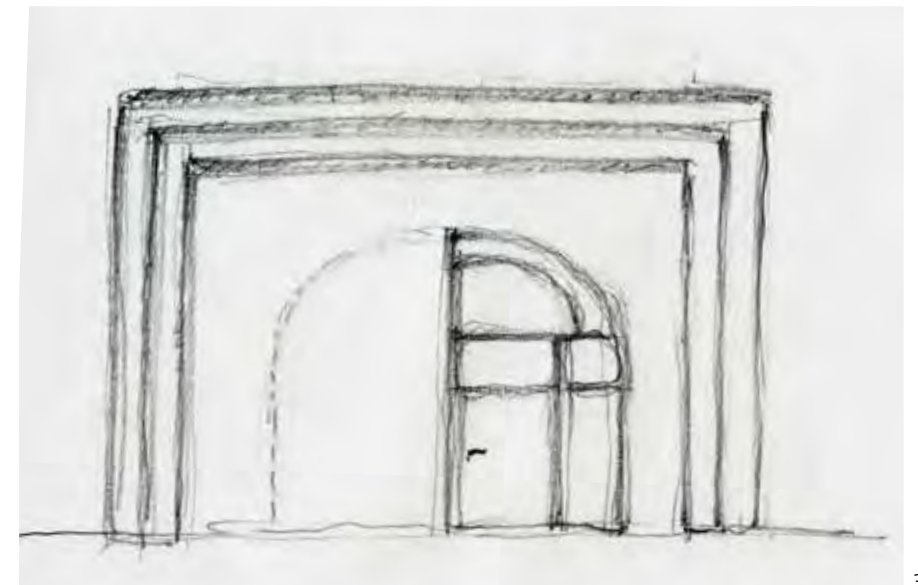
5 Medientische und Kabel mit Buchsen zur Verdrahtung der Tische oder oder als Beleuchtungszuführungen, 9. Dezember 2019



1



2



3

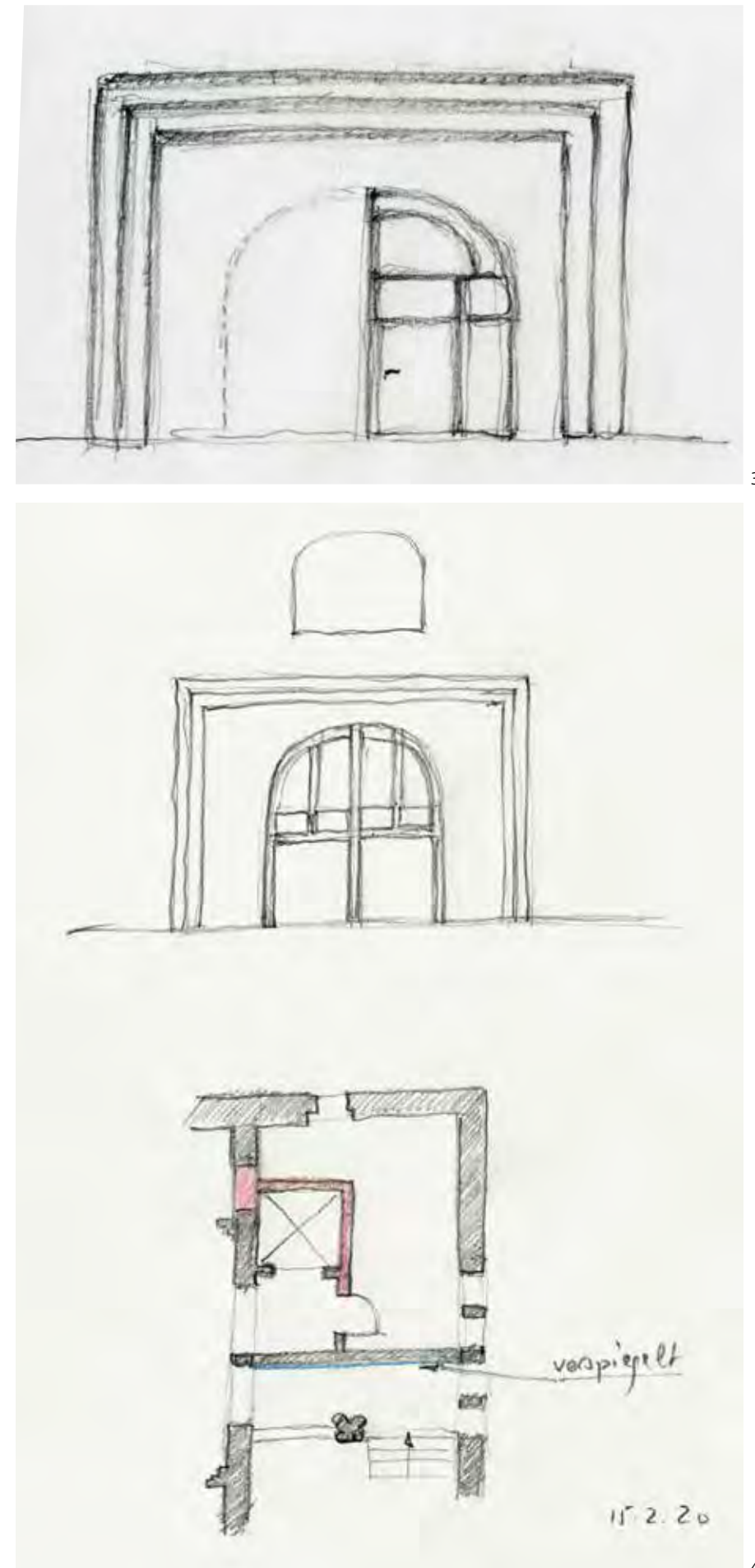


1 Präsentationstisch mit »Pepper's Ghost«, 7. Dezember 2019

2 Interaktiver Tisch mit darüberhängenden Projektor und Kamera zur Gestensteuerung, und halbkugelförmiger Kleinvitruine, 14. Februar 2020

3 Alternative Nordwand im großen Speisesaal mit asymmetrischem Portal, 11. Dezember 2019

4 Weitere Alternative der Nordwand im großen Speisesaal mit Doppelportal (rechts zum Treppenhaus, links zum Aufzug). Das Portal wird mittig durch eine Wand geteilt, die zum Treppenhaus verspiegelt wird und so virtuell das Treppenhaus wieder mehrläufig macht, 15. Februar 2020.



4

14 Panorama der Industriekultur

Berlin, in vielen Bereichen ganz vorn mit dabei, hat in der Pflege der Industriekultur Nachholbedarf. Die Hinterlassenschaften der großen Industrie erfreuen sich durchaus spannenden Neunutzungen; die Besetzung der Areale im kulturellen Bereich ist aber eher die Ausnahme. Dass die Aura der industriellen Hinterlassenschaft eine ganz eigene Kraft hat, soll gerade im zukünftigen Museum im ehemaligen Kasino der AEG in Oberschöneweide zum Ausdruck kommen. Zwar ist das Gefühl, die Arbeiter und Angestellten der Kabelwerke Oberspree hätten das Kasino erst vor kurzem verlassen, nicht wieder herstellbar, da inzwischen mehrfache Nutzungen sich abwechselten. Aber hier gilt es die Devise, die André Malraux zugeschrieben wird, zu herauszuschälen: »Das Fragment ist der Lehrmeister der Fiktion«. Die fragmentarische Wiederherstellung einzelner Bestandteile im ehemaligen Kasino formt sich zusammen mit den ausgestellten Objekten und begleitenden Medien in den Köpfen des Publikums zu individuellen Wahrnehmungen und legt die Ursprünge frei: Mut und Gewerbeleiss der Unternehmer und Knochenarbeit, Unterordnung und Widerstand der Arbeiterschaft.

Im Panorama der Industriekultur ist der Blick in andere Regionen angezeigt und werden Fragen gestellt: Wie wird das industrielle Erbe konserviert und lohnt es sich überhaupt, Gebäude und Produktionsanlagen, errichtet nur für einige Dekaden, zu konservieren? Wie würden wir leben, wenn nicht vorangegangene Generationen unter Einsatz ihrer Gesundheit das heutige Wirt-

1 Königspaar aus dem Magdeburger Dom in der Ausstellung »mittendrin – Sachsen-Anhalt in der Geschichte« im ehemaligen Kraftwerk Vockerode, 1998, Foto: Transit Christiane Eisner

2 Lichtinszenierung der Kokerei Zollverein Essen, 1999, Foto: Werner J. Hannappel

3 Werbung für die Kulturhauptstadt Europas mit einer Innenaufnahme der umgenutzten Mischanlage der Kokerei Zollverein, Essen, aufgenommen im Bahnhof Köln-Deutz, 18. November 2009, 16:10 Uhr



1



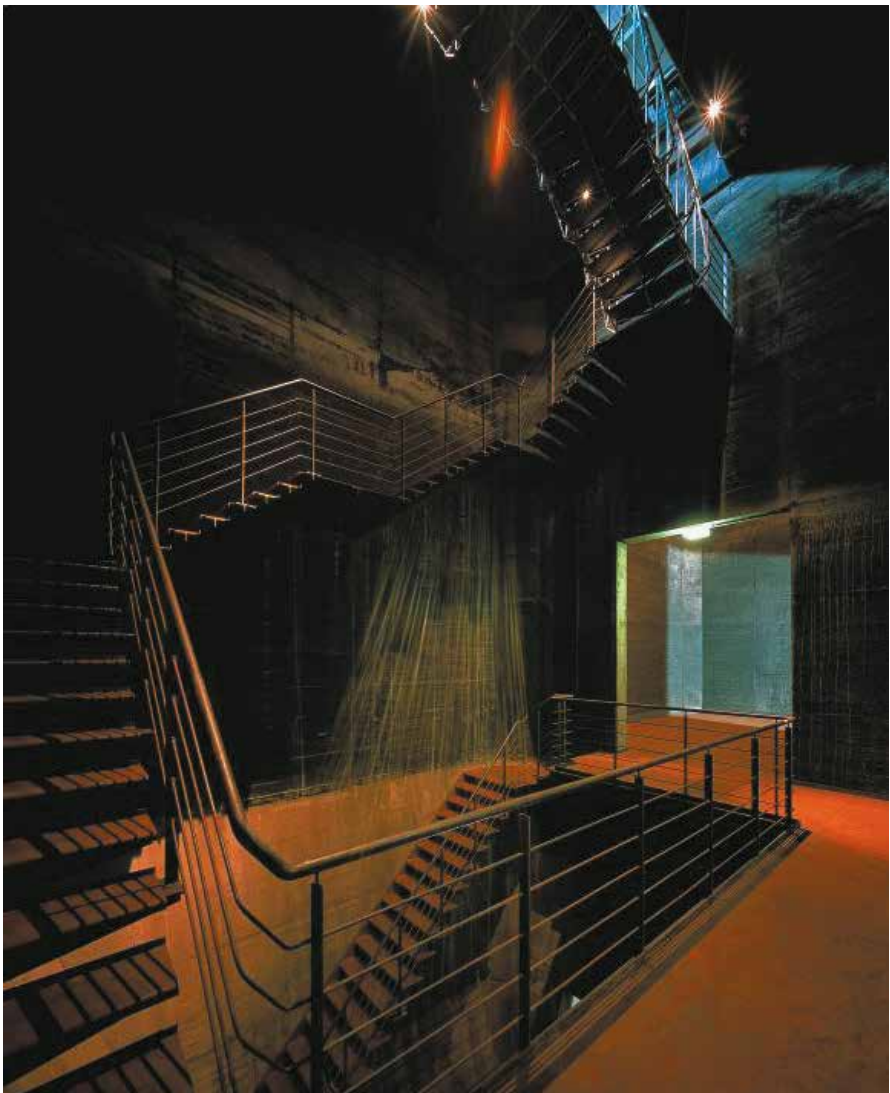
2



3



4 | 6



5

schafts- und Sozialgefüge erarbeitet hätten und wie haben diese Menschen gelebt und gearbeitet? Industriekultur ist mehr als Heimatkunde, es geht um das tägliche Zusammenleben der Klassen mit ihren Vereinbarungen und Auseinandersetzungen und ihren materiellen Hinterlassenschaften. Zudem erschließt die Industriekultur Orte, deren Zutritt Interessierten normalerweise verwehrt ist.

Das virtuelle Panorama versammelt exemplarische Orte der Industriekultur zu einem Medium, das es nur in einer Ausstellung geben kann und dabei alle Generationen auf unterschiedliche Weise anspricht.

4 Europas größte Ausstellungshalle mit einem Volumen von 375 000 m³: Eröffnungsausstellung »Feuer und Flamme – 200 Jahre Ruhrgebiet« mit Blick auf den Oberscheibenraum, 1994, im umgenutzten Gasometer Oberhausen, Foto: Michael Rasche

5 Essen, Mischanlage der ehemaligen Kokerei Zollverein in einen als Treppenhaus umfunktionierten Kohlebunker, 1999, Foto: Werner J. Hannappel

6 Vom Getreidesilo zum Kunstmuseum: Zeitz Museum of Contemporary Art Africa (Zeitz MOCAA), Kapstadt, Südafrika 2017 Foto: Iwan Baan

15 Die Unternehmerfamilie Rathenau

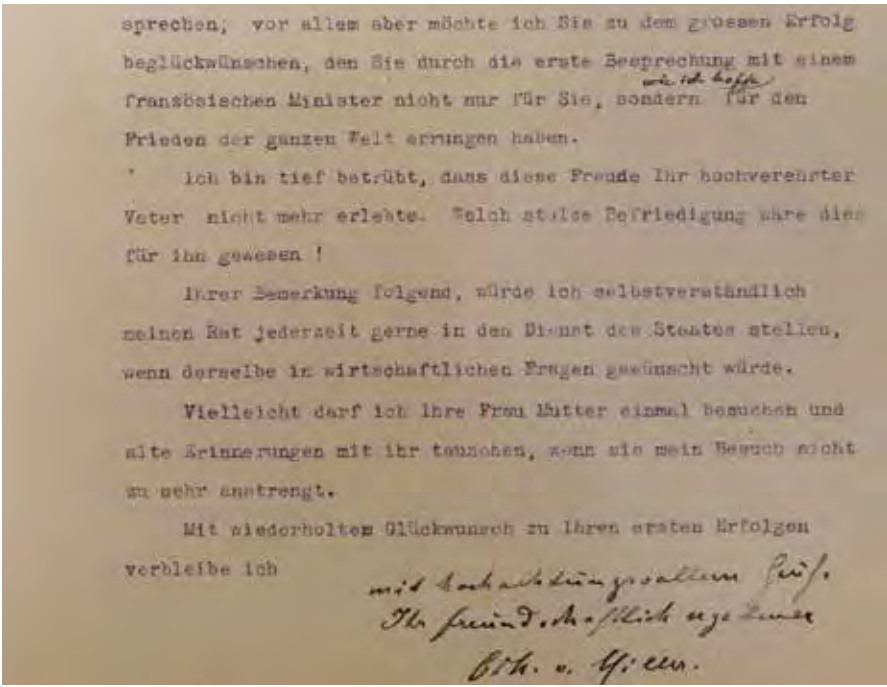
Ein Saal im Obergeschoss des ehemaligen Casinos der AEG soll Lebenszeichen der Unternehmerfamilie zeigen. Emil Rathenau, der Gründer der Firma, und vor allem das bekannteste Familienmitglied, Walther Rathenau, der auch ein umfassendes wissenschaftliches, unternehmerisches, politisches und künstlerisches Werk hinterließ, zeugen vom Unternehmergeist in Gewerbefeldern, die für Juden über Jahrhunderte nicht zugänglich waren.

„Ich bin ein Deutscher jüdischen Stammes“, lautete Walther Rathenaus Credo: „Mein Volk ist das deutsche Volk, meine Heimat ist das deutsche Land, mein Glaube ist der deutsche Glaube, der über den Bekenntnissen steht.“*

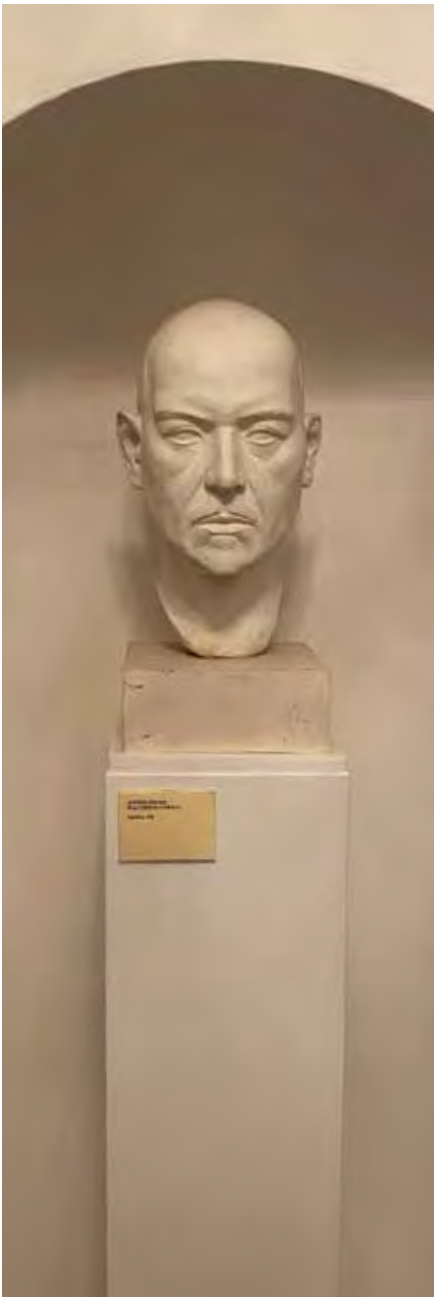


1
* Zitat: <http://www.judentum-projekt.de/persoennlichkeiten/geschichte/rathenau/index.html>, 16. Februar 2020

- 1 Walther Rathenau: Cannes und Genua. Vier Reden zum Reparationsproblem. Mit einem Anhang. Berlin: Fischer. 1922. 1.-5. Auflage. 78 Seiten
- 2 Ausschnitt eines Briefes Oskar von Millers an Walther Rathenau, Rathenau-Gedenkstätte Bad Freienwalde
- 3 Walther Rathenau: Bildnis der Mathilde Rathenau, Pastell, nach 1910, Leihgabe: Dr. Leonard Ringwaldsche Erben



4 | 5



6 | 7

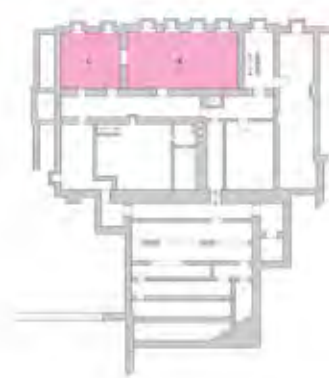


- 4 Interieur in der Rathenau-Gedenkstätte Schloss Bad Freienwalde mit Bildnis Mathilde Rathenaus.
- 5 Nische mit Porträtbüste Walther Rathenaus von Alfred Priebe, 1933, Gips, im Erdgeschoss der Rathenau-Gedenkstätte Bad Freienwalde
- 6 Interieur in der Rathenau-Gedenkstätte Schloss Bad Freienwalde mit Schreibtisch Walther Rathenaus aus seiner Villa in Berlin-Grünwald, Berliner Arbeit (?), um 1910, Walther Rathenau Gesellschaft
- 7 Todesanzeige Walther Rathenaus, der von antisemitischen Feinden der Republik in Berlin-Grünwald am 24. Juni 1922 ermordet wurde.

16.1 Raumbuch Kellergeschoss

Keller Raum -1.01

Schäden:
- In der Wand- und Deckenkonstruktion befinden sich stark korrodierte Stahlträger.
- willkürliche Decken- und Wanddurchführungen
- Es befinden sich ungesicherte Schächte und Kanäle im Fußboden, diese sind ca. 50 cm tief und zur Hälfte mit Wasser gefüllt.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
6	-	3	13,91	4,7	46,34	2,30			65,38		150,37	106,58
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser			Decke		
Stein			tlw. Putz		2,50		-			tlw. Putz		

Keller Raum -1.02

Schäden:
- In der Wand- und Deckenkonstruktion befinden sich stark korrodierte Stahlträger.
- willkürliche Decken- und Wanddurchführungen



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
1	-	1	2,43	4,69	14,24	2,30				11,40	26,21	32,75
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser			Decke		
Stein			tlw. Putz				-			tlw. Putz		

Keller Raum -1.03

Schäden:
- In der Wand- und Deckenkonstruktion befinden sich stark korrodierte Stahlträger.
- willkürliche Decken- und Wanddurchführungen



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
-	-	2	div.	div.	56,99	2,30			1,78	36,26	44,48	131,08
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser			Decke		
Stein			tlw. Putz		16,50		-			tlw. Putz		

Keller Raum -1.04

Schäden:
- In der Wand- und Deckenkonstruktion befinden sich stark korrodierte Stahlträger.
- willkürliche Decken- und Wanddurchführungen
- unzureichende Raumhöhe für eine Nutzung
- aktuell Schmutzwasseranschluß im Teil A



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
2	-	2	div.	div.	50,89	2,30		57,36			131,93	117,05
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser			Decke		
Stein			tlw. Putz				-			tlw. Putz		

Keller Raum -1.05

Schäden:
- In der Wand- und Deckenkonstruktion befinden sich stark korrodierte Stahlträger.
- willkürliche Decken- und Wanddurchführungen



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
1	-	2	div.	div.	44,09	2,30		39,79			125,93	101,41
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser			Decke		
Fliesen			Fliesen				-			Putz		

Keller Raum -1.06

Schäden:
- In der Wand- und Deckenkonstruktion befinden sich stark korrodierte Stahlträger.
- In diesem Raum befinden sich aktuell die Hausanschlüsse für Strom und Wasser.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
1	-	1	2,58	5,39	18,78	2,30		15,04			34,59	43,19
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser			Decke		
Stein			tlw. Putz				-			Putz		

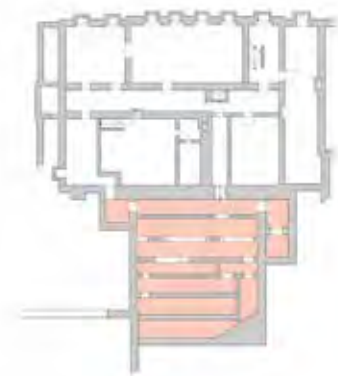
Keller Raum -1.07

Schäden:

- Hier steht das Wasser ca. 30 cm hoch.

- Der Raum besteht nur aus Verkehrsfläche.

- Hier muss über Art und Tatsache einer Nutzung entschieden werden.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	Neben m²	Funkt m²	Verke m²	V m³	Wand m²
0	-	-	div.	div.	178,99	2,30				98,52	208,91	375,52
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Stein			tlw. Putz							Putz		

Keller insgesamt

Fenster	Heizk.	Türen	U (m)	Abbruch	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
11	0	11	410,32	19,00	0,00	112,19	67,15	146,18	722,42	907,58

Keller ohne Räume -1.07

231,33	19,00	0,00	112,19	67,15	47,66	513,51	532,06
--------	-------	------	--------	-------	-------	--------	--------

16.2 Raumbuch Erdgeschoss

Erdgeschoss Raum 0.01

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1	1	2	4,72	2,98	15,40	2,76				14,07	38,82	42,50
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Auslegware			Anstrich		11,00		-			Anstrich		

Erdgeschoss Raum 0.02

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	1	4,89	1,91	13,60	2,76				9,34	25,78	37,54
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Fliesen / Anstrich			Anstrich		8,90		-			Anstrich		

Erdgeschoss Raum 0.03

Raum 0.03-1

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	2	4,89	1,77	18,48	2,76				12,62	34,83	56,52
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Fliesen			Anstrich		3,10		-			Anstrich		

Erdgeschoss Raum 0.04

Schäden:

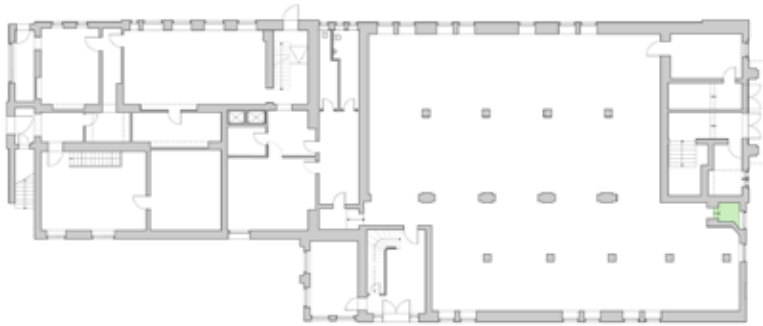


Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1	1	1	2,23	3,23	10,92	2,76		6,94			19,15	30,14
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Fliesen			Anstrich							Anstrich		

Raumbuch Erdgeschoss

Erdgeschoss Raum 0.05

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1	1	1	1,4	1,26	6,82	2,76		2,14			5,91	18,82

Bodenbelag		Wandbelag	Abbruch m²		Wasser		Decke	
Linoleum		Anstrich			-		Anstrich	

Erdgeschoss Raum 0.06

Raum 0.06-1

Schäden:

- Im Verlauf der Achse G (zwischen Raumteil A und B) findet ein Versprung der Fußbodenhöhe von ca. 34 cm statt. Für eine barrierefreie Erschließung muss ein Höhenausgleich hergestellt werden.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
15	14	3	div.	div.	125,72	2,70	343,62			3,68	927,79	339,44

Bodenbelag		Wandbelag	Abbruch m²		Wasser		Decke	
Auslegeware / Fliesen		Tapete	238,34		Innenwände		Rasterdecke	
			7,20		Mauerwerk			

Erdgeschoss

Raum 0.07

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
0	-	4	3,88	5,54	20,83	3,32				17,24	57,24	57,24

Bodenbelag		Wandbelag	Abbruch m²		Wasser		Decke	
Linoleum		Anstrich			-		Anstrich	

Erdgeschoss

Raum 0.08

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
4	4	1	3,18	4,91	16,18	2,82		15,61			44,03	45,63

Bodenbelag		Wandbelag	Abbruch m²		Wasser		Decke	
Auslegeware		Tapete			-		Rasterdecke	

Erdgeschoss

Raum 0.09

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1	1	2	5,86	4,8	21,32	2,57	27,43				70,48	54,79

Bodenbelag		Wandbelag	Abbruch m²		Wasser		Decke	
Auslegeware		Tapete	2,10		-		Rasterdecke	

Erdgeschoss

Raum 0.10

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	1	4,70	5,32	20,04	2,57		25,00			64,26	51,50

Bodenbelag		Wandbelag	Abbruch m²		Wasser		Decke	
Linoleum		Tapete	4,20		-		Rasterdecke	

Raumbuch Erdgeschoss

Erdgeschoss Raum 0.11

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
2	2	2	6,95	5,22	24,34	2,91	36,28				105,57	70,83
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Fliesen			Fliesen / Anstrich						Anstrich			

Erdgeschoss Raum 0.12

Schäden:
- Die Treppenkonstruktion und der Raum darunter stellen eine Wärmebrücke dar. Hier muss im Zuge der Entwurfsplanung festgelegt werden, wo und wie die Dämmebenen verlaufen sollen.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	1	1,3	3,92	9,14	1,20		5,10			6,12	10,97
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Fliesen			Anstrich				-		Anstrich			

Erdgeschoss Raum 0.13

Raum 0.13-1

Schäden:
- Hier fehlt der Estrich zu ca. 50% und muss neu hergestellt werden.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	4	4,1	2,43	14,84	2,65				9,96	26,40	39,33
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Limoleum			Tapete		5,44 Zwischenwand		-		Rasterdecke			
					2,55 Estrich							

Erdgeschoss Raum 0.14

Raum 0.14-1

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
3	3	2	5,14	4,88	29,46	2,67		18,79		6,04	66,30	78,66
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum			Tapete		1,00		-		Rasterdecke			

Erdgeschoss Raum 0.15

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	3	div.	div.	23,44	2,67				12,20	32,57	62,58
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum			Tapete		2,00		-		Rasterdecke			

Erdgeschoss Raum 0.16

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	1	1,94	5,88	16,42	2,57		15,64			40,19	42,20
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum			Tapete		2,10		-		Rasterdecke			

Raumbuch Erdgeschoss

Erdgeschoss Raum 0.17

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
5	4	3	9,41	4,88	28,58	2,57	45,92				118,02	73,45
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²			Wasser			Decke	
Auslegware			Tapete		24,26 Innenwände			-			Rasterdecke	
2,00 für Speiseaufzüge												

Erdgeschoss Raum 0.18

Schäden:
- Das Gelände außerhalb dieses Zuganges liegt ca. 10 cm höher als der Fußboden an der Eingangstür. Für eine barrierefreie Erschließung muss hier ein Höhenausgleich hergestellt werden.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	3	2,31	4,88	16,58	2,57				11,24	28,89	42,61
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Fliesen			Anstrich		2,60		Estrich 125mm zu hoch		Anstrich			

Erdgeschoss Raum 0.19

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	1	2,56	1,93	8,98	2,57		4,94	2,33		12,70	23,08
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Fliesen			Tapete				-		Rasterdecke			

Erdgeschoss Raum 0.20

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	4	3,16	3	12,32	2,57				8,86	22,76	31,66
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Fliesen			Tapete				-		Rasterdecke			

Erdgeschoss Raum 0.21

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
3	-	2	2,65	5,23	15,76	2,62		13,86			36,31	41,29
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²			Wasser			Decke	
Fliesen			Fliesen		22,10 Innenwände			Ja			Rasterdecke	
5,65 Durchbrüche												

Erdgeschoss Raum 0.22

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	5	2,65	6,19	17,68	2,62				16,40	42,98	46,32
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum			Tapete				-		Rasterdecke			

Raumbuch Erdgeschoss

Erdgeschoß gesamt											
Fenster	Heizk.	Türen	U (m)	Abbruch	A m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²	
36	31	49	486,85	339,99	453,25	108,02	2,33	121,65	1.827,09	1.297,11	

16.3 Raumbuch Obergeschoss

1. Obergeschoss Raum 1.01

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
3	2	3	4,88.	5,39	22,72	3,90	25,96				100,19	88,61
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				
Fliesen		Fliesen / Anstrich		36,00		Innenwände		Anstrich				
				4,70		Decke für Aufzug						

1. Obergeschoss Raum 1.02

Schäden:
- Decke teilweise eingebrochen



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
4	-	4	div.	div.	39,49	3,70				32,57	120,51	134,75
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				
Terrazzo / Fliesen / Stein		Anstrich		4,50		-		Anstrich				

1. Obergeschoss Raum 1.03

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
2	-	1	2,02	2,99	10,05	3,70		6,04			22,35	37,19
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				
Fliesen		Anstrich		19,00		Ja		Anstrich				

1. Obergeschoss Raum 1.04

Schäden:
- Im Bereich der Achse K-L 4 gibt es eine Betonabplatzung an der Decke, korrodierte Bewehrung liegt frei.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
5	5	1	18,67	7,49	52,32	4,00	139,14				556,56	209,28
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				
Auslegware		Tapete		154,00		Innenwände		Anstrich				
						-						

1. Obergeschoss Raum 1.05

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
3	1	1	3,96	7,5	22,92	3,96				29,70	117,61	90,76
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				
Linoelum / Stein		Anstrich				-		Anstrich				

Raumbuch Obergeschoss

1. Obergeschoss Raum 1.06

Schäden:
- Decke teilweise eingebrochen
- Hier gibt es einen Höhenversprung im Fußboden von ca. 5 cm. Die veränderte Höhe setzt sich im Verlaufe des Geschosses zum Treppenhaus 2. Rettungsweg fort. Für eine barrierefreie Nutzung muss hier ein Höhenausgleich hergestellt werden.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
2	2	3	3	16,98	40,34	3,53	50,95				179,85	142,40
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Auslegware			Holzverkleidung / Tapete		40,60 Innenwände		-			Anstrich		

1. Obergeschoss Raum 1.07

Schäden:
- Decke teilweise eingebrochen
- Der Fußbodenbelag liegt ca. 10 cm über dem Treppenhausflur. Für eine barrierefreie Nutzung muss hier ein Höhenausgleich hergestellt werden.
- Hier verläuft Wasser- und Abwasserinstallation der angrenzenden Wohnung.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
2	2	2	5,42	8,08	27,00	3,48	40,33				140,34	93,96
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Auslegware			Holzverkleidung / Tapete		1,50 Aufzüge		-			Anstrich		

1. Obergeschoss Raum 1.08

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1	-	2	2,27	5,12	14,78	3,44				11,62	39,98	50,84
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Terrazzo / Stein			Anstrich				-			Anstrich		

1. Obergeschoss Raum 1.09

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
2	-	1	2,885	2,45	10,67	3,53		7,07			24,95	37,67
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Fliesen			Fliesen / Anstrich		38,50 Trennwand		Ja			Anstrich		

1. Obergeschoss Raum 1.10

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
5	5	5	19,68	10,75	60,86	5,40	211,56				1.142,42	328,64
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		
Auslegware			Anstrich / Stuck		604,40 Innenwände + Deck		-			Holzvertäfelung		

1. Obergeschoss Raum 1.11

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1		2	3,32	5,72	18,08	3,48	18,32				63,75	62,92
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		

Raumbuch Obergeschoss

1. Obergeschoss Raum 1.12

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1		1	2,77	5,72	17,00	3,48	15,88				55,26	59,16
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		

1. Obergeschoss Raum 1.13

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
3		1	5,41	5,72	22,27	3,48	30,97				107,78	77,50
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		

1. Obergeschoss Raum 1.14

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1		5	13,56	1,96	31,94	3,48				26,66	92,78	111,15
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		

1. Obergeschoss Raum 1.15

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
		3	5,23	1,15	14,08	3,48				5,60	19,49	49,00
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		

1. Obergeschoss Raum 1.16

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1		1	1,24	3,86	10,20	3,48		4,79			16,67	35,50
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		

1. Obergeschoss Raum 1.17

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1		1	3,89	4,25	16,28	3,48	15,32				53,31	56,65
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser			Decke		

Raumbuch Obergeschoss

1. Obergeschoss Raum 1.18

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1		1	4,05	5,11	18,32	3,48	20,67				71,93	63,75
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				

1. Obergeschoss Raum 1.19

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
4		1	5,01	4,99	20,00	3,48	24,98				86,93	69,60
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				

1. Obergeschoss gesamt

Fenster	Heizk.	Türen	U (m)	Abbruch A m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
42	17	39	469,32	903,20	594,08	17,90	0,00	106,15	1.799,33

1. Obergeschoss Wohnung

Fenster	Heizk.	Türen	U (m)	Abbruch A m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
13	0	16	168,17	0,00	126,14	4,79	0,00	32,26	585,23

1. Obergeschoss gesamt ohne Wohnung

Fenster	Heizk.	Türen	U (m)	Abbruch A m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
29	17	23	301,15	903,20	467,94	13,11	0,00	73,89	1.214,10

16.4 Raumbuch 1. Dachgeschoss

1. Dachgeschoss Raum 2.01

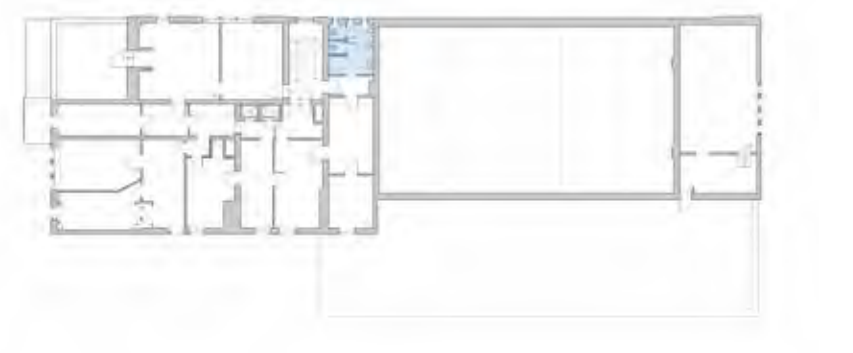
Schäden:
- Der Ausgang zum Dach ist für eine Nutzung der Dachterrasse als öffentliche Dachterrasse nicht ausreichend dimensioniert.
- Es gibt keine Umwehrung



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
4	1	1	5,13	11,19	32,64	3,20	56,86	213,94			181,95	104,45
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				
Dielen		Anstrich		34,70 Trennwand		-		Anstrich				

1. Dachgeschoss Raum 2.02

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
3	-	1	2,95	3,36	12,62	3,18	9,60				30,53	40,13
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				
Fliesen		Fliesen bis 2,00m / Anstrich		14,31		ja		Anstrich				

1. Dachgeschoss Raum 2.03

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
	-	2	2,95	1,26	8,42	3,20				3,45	11,04	26,94
Bodenbelag		Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke				
Dielen		Anstrich				-		Anstrich				

Raumbuch 1. Dachgeschoss

1. Dachgeschoss Raum 2.04

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
-	-	3	2,95	5,05	16,00	3,20		14,90			47,67	51,20
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser		Decke			
Dielen			Anstrich		8,15 Trennwand		-		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.05

Schäden:
- Decke teilweise eingebrochen
- Die bauzeitliche Raumhöhe ist unzureichend für eine zeitgemäße Nutzung. Hier kann durch Umbau ein Zugang und Rettungsweg für die Dachterrasse geschaffen werden.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
1	-	1	2,95	3,46	12,82	1,40		10,21			14,29	17,95
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser		Decke			
Dielen			Anstrich				-		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.06

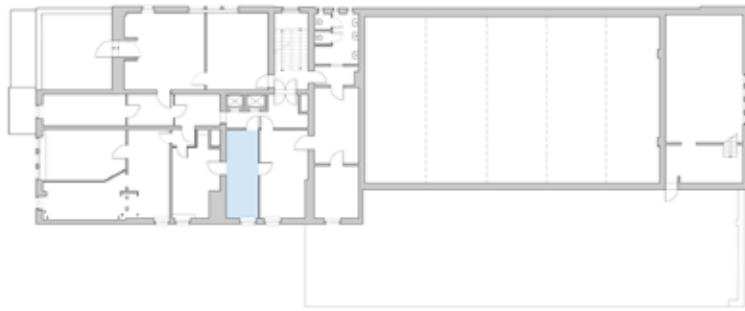
Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
1	1	3	3,23	5,82	18,10	3,20	18,27				58,46	57,92
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser		Decke			
Linoleum / Dielen			Tapete				-		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.07

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
1	1	3	2,17	5,81	15,96	3,20	12,62				40,34	51,07
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser		Decke			
Linoleum / C			Tapete		18,59 Innenwand		-		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.08

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
1	1	2	div.	div.	22,28	3,20	16,38				52,19	71,30
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m ²		Wasser		Decke			
Linoleum / C			Tapete / Verkleidung		37,28 Innenwand		-		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.09

Schäden:
- Hinter abgefallenen Wandverkleidungen an Außenwänden tauchen textile Wandbespannungen auf. Liegen hier bauzeitliche Befunde vor?



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m ²	NF m ²	FF m ²	VF m ²	V m ³	Wand m ²
1	1	3	2,8	5,86	17,32	3,20	16,24				52,51	55,42
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m2		Wasser		Decke			
Linoleum / Dielen			Tapete / Verkleidung				-		Anstrich			

Raumbuch 1. Dachgeschoss

1. Dachgeschoss Raum 2.10

Schäden:
- Ein Teil des Dachtragwerkes ist sichtbar und zeigt eine provisorische Sicherung/Reparatur.
- Hinter abgefallenen Wandverkleidungen an Außenwänden tauchen textile Wandbespannungen auf.
Liegen hier bauzeitliche Befunde vor?



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1	1	1	5,53	2,52	18,32	3,20	14,35				46,36	59,20
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum / Dielen			Tapete / Anstrich				-		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.11

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
3	1	1	5,53	3,38	17,26	3,20	18,17				58,05	55,23
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum / Dielen			Tapete / Verkleidung		30,56		-		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.12

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
-	-	4	5,45	2,25	15,40	3,20			2,33	8,22	26,31	49,28
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum / Dielen			Anstrich				-		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.13

Schäden:
- Decke/Dachschräge teilweise eingebrochen



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1	1	5	11,79	2,1	27,78	3,20	24,76				79,23	88,90
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum / Dielen			Anstrich		13,44 Trennwände		2 WB		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.14

Schäden:
- Dachschräge teilweise eingebrochen



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
2	1	3	5,33	5,135	20,93	3,20	27,37	27,48			87,58	66,98
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum			Tapete				-		Anstrich			

1. Dachgeschoss Raum 2.15

Schäden:
- Decke teilweise eingebrochen



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
2	1	2	4,1	5,13	18,51	3,20	21,17				67,74	59,23
Bodenbelag			Wandbelag		Abbruch m²		Wasser		Decke			
Linoleum			Tapete		16,42 Innenwand		-		Anstrich			

Raumbuch 1. Dachgeschoss

1. Dachgeschoss Raum 2.16

Schäden:



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1	-	3	2,25	5,135	14,77	3,20				11,55	36,97	47,26

Bodenbelag	Wandbelag	Abbruch m²	Wasser	Decke
Terrazzo	Anstrich		-	Anstrich

1. Dachgeschoss gesamt

Fenster	Heizk.	Türen	U (m)	Abbruch	A m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
22,00	10,00	38,00	289,13	173,45	235,79	266,52	2,33	23,22	891,23	902,46

16.5 Raumbuch 2. Dachgeschoss

2. Dachgeschoss Raum 3.01

Schäden:
- Ein freiliegender Balkenkopf der Dachkonstruktion ist zerstört
- Die Fachwerkaußenwand ist in diesem Bereich so beschädigt, dass sie nach außen hin offen ist.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
12	1	2	5,99	5,13	22,24	2,03		30,00			60,90	45,15

Bodenbelag	Wandbelag	Abbruch m²	Wasser	Decke
Linoleum	Anstrich / Fliesen			Anstrich

2. Dachgeschoss Raum 3.02

Schäden:
- Ein Stahlträger des darüberliegenden Turmhelmes liegt frei und ist stark korrodiert.



Fenster	Heizk.	Türen	a (m)	b (m)	U (m)	h (m)	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
1	-	2	2,25	4,88	14,25	1,89				10,97	20,73	26,93

Bodenbelag	Wandbelag	Abbruch m²	Wasser	Decke
Terrazzo	Anstrich		-	Anstrich

2. Dachgeschoss gesamt

Fenster	Heizk.	Türen	U (m)	Abbruch	Ausst m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
13,00	1,00	4,00	36,49	0,00	0,00	30,00	0,00	10,97	81,63	72,08

16.6 Zusammenfassung

Casino gesamt

Fenster	Heizkörper	Türen	U (m)	Abbruch	A m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
124	59	141	1.513,12	1.435,64	1.283,12	534,63	71,81	309,66	6.326,13	4.603,04

Terrassenflächen

241,42

Wohnung

Fenster	Heizk.	Türen	U (m)	Abbruch	A m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
13	0	16	168,17	0,00	126,14	4,79	0,00	32,26	567,90	585,23

(Wohnfläche = Ausstellungsfläche)

Abmessung ohne Terrassen,

Wohnung, 2. DG und Keller

Fenster	Heizk.	Türen	U (m)	Abbruch	A m²	NF m²	FF m²	VF m²	V m³	Wand m²
111	59	125	898,14	1.435,64	1.156,98	146,23	4,66	120,25	4.954,18	3.038,15

17 Zwischenfazit

Die oben gezeigte Darstellung von Architektur und Szenografie leitet zu folgenden Schlüssen:

- Die vorgefundene bauliche Substanz des ehemaligen Kasinos der AEG ist bauhistorisch und -künstlerisch von hohem Wert. Die Veränderungen, die das Gebäude in den 1920er Jahren erfahren hat, bleiben nach Absprache mit der Denkmalpflege erhalten, Veränderungen in der DDR sollen ablesbar bleiben. Eine grundlegende Renovierung ist weitgehend verzichtbar, Spuren früherer Betriebsarten erhöhen die Beeindruckungsqualität.
- Die Nutzung als Museum ist mit geringem Aufwand gegeben. Die Zugangssituation von der Wilhelminenhofstraße aus und insgesamt drei Treppenhäuser lassen die Nutzung als Versammlungsstätte zu.
- Ohne große Umbauten bietet das Kasino eine spannende Raumdrama-

turgie. Den Infrastrukturräumen im Erdgeschoss schließen sich erste Ausstellungsthemen an, über das Haupttreppenhaus, das ebenfalls Ausstellungskapitel aufnehmen kann, erlebt das Publikum gut vorbereitet den Hauptakt, den ehemaligen Speisesaal im Obergeschoss. Von diesem aus sind der Sonderausstellungsraum, drei Vertiefungsräume und das Rathenau-Zimmer zu erreichen. Eine stimmige Szenografie ergibt sich gleichsam auf Basis des Vorgefundenen.

- Gastronomische Einrichtungen, Büro-, Depot- und Archivräume gruppieren sich um die Ausstellung und sind von dieser unabhängig zu betreiben.
- Zusammenfassend darf gesagt werden, dass es sich bei dem ehemaligen Kasino der AEG um ein als Museum gebautes Haus handelt, das bisher zwischengenutzt wurde.

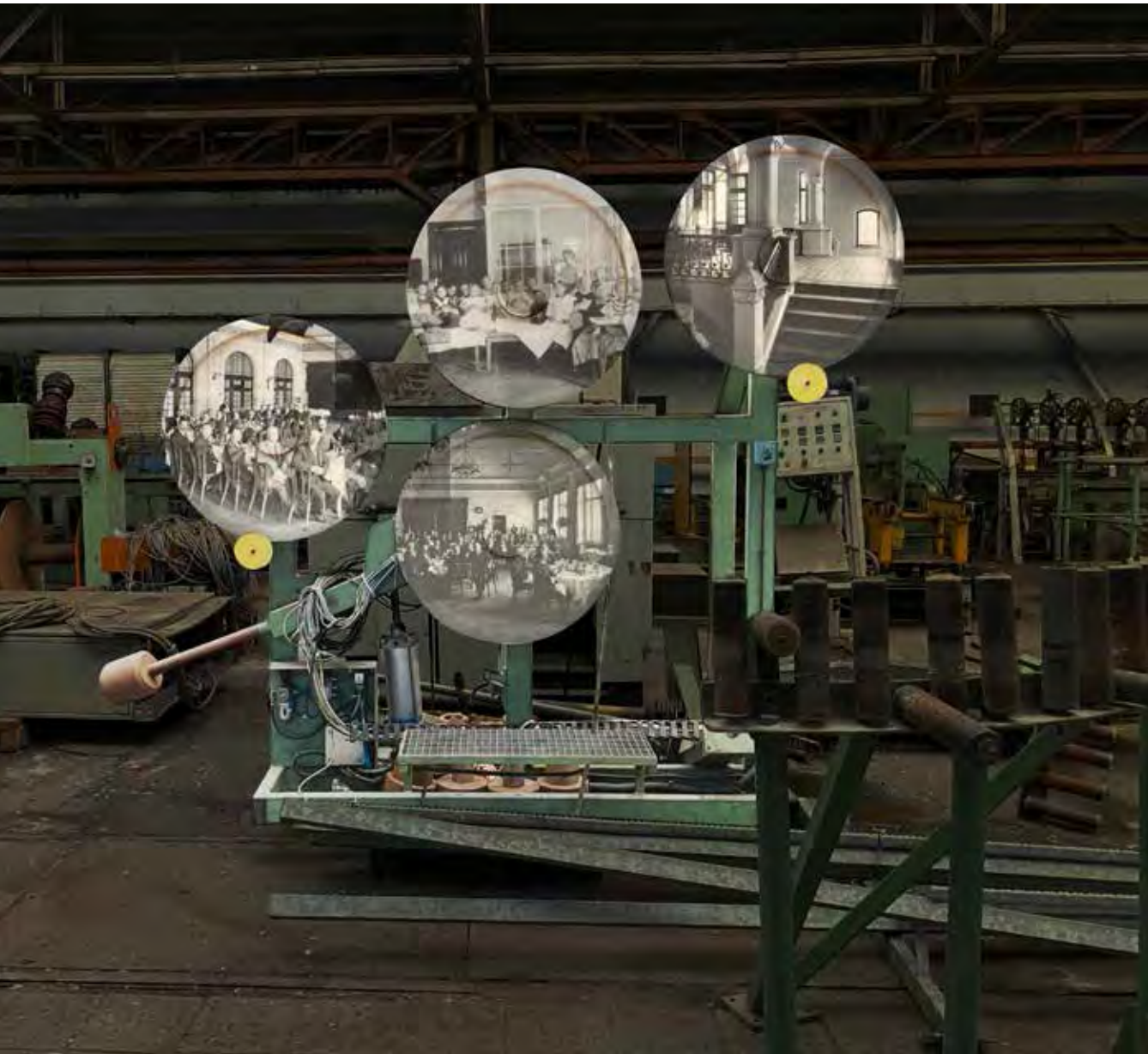
18 Szenografie

Virtuelles Kabelwerk

Eine spannende Inszenierungsmöglichkeit wäre die Animation historischer Maschinen mit Projektionen und Ton. So können parallel zu den ausgestellten Objekten Geschichten erzählt werden. In der Gesamtheit des Raumes wird eine industrielle Geräuschkulisse wahrnehmbar.



1



2



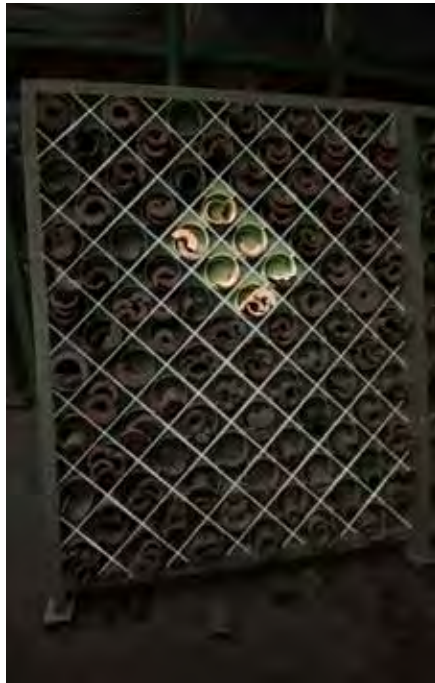
3 | 4



5



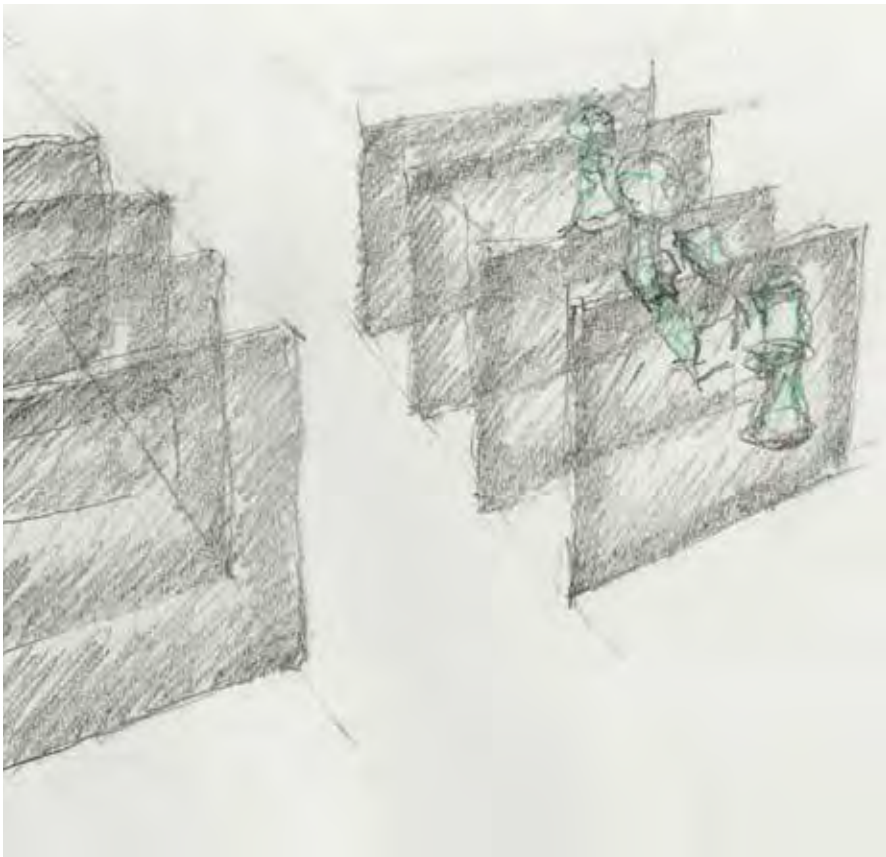
6



6



7 | 8



7

-
- 1 Führungsrollengestell in der Halle 1 des KWO, 17. Dezember 2019, 10:32 Uhr
- 2 Animiertes Führungsrollengestell: Die Tondi werden zu Projektionsflächen, 18. Dezember 2019.
- 3 Ausstellung ›Hel en Hemek‹ von Peter Greenaway in Groningen (Niederlande): eine zentrale Projektion animiert Baufragmente, fotografiert am 27. August 2001, 13:53 Uhr
- 4 Ausstellung ›Hel en Hemek‹, 27. August 2001, 15:04 Uhr
- 5 Die Aufnahmescheibe einer Karussellfräse als Projektionsfläche, 19. Dezember 2019
- 6 Gestell für die Aufnahme geteilter Führungsrippel, KWO, Halle 1, fotografiert am 17. Dezember 2019, 10:32 Uhr
- 7, 8 Animiertes Gestell mit unterschiedlichen Projektionsvarianten, 18. Dezember 2019
- 7 Skizze mit semipermeablen Screens und Maschinen als Inszenierungsmoment des virtuellen Kabelwerks, 19. Januar 2020



Susanne Reumschüssel
Leitung Industriesalon
Oberschöneweide

Prof. Dr. Frank Schaal
Projektleitung

Prof. Jürg Steiner
Steiner Architektur-GmbH, Berlin
Mitarbeit: Victor Martinez,
Sascha Hähnel, Manuela Hasenbein,
Christian Seel

Gerhard Buchholz
orts.zeit:
authentische Berlin_Kompetenz

Oliver Schmidt
Shoutr Labs, Berlin

Stand: 3. März 2020

**Machbarkeitsstudie
Industriemuseum
»Electropolis Berlin«
im AEG-Kasino
Oberschöneweide**

Band 4

**Digitale Technologien
»Visitor Journey«
Exponate und Themen
Erste mögliche Ausstellung**

Auftraggeber:

Industriesalon Schöneeweide e.V.
Reinbeckstr. 9
12459 Berlin-Oberschöneeweide
Telefon: 030 53 00 70 42
Internet: www.industriesalon.de
E-Mail: info@industriesalon.de

Auftragnehmer für die ARGE:

Prof. Jürg Steiner, Architekt BDA
Steiner Architektur-GmbH
Heerstraße 97
14055 Berlin
Telefon: 030 8 83 99 88
Internet: www.steiner.archi
E-Mail: info@steiner.archi

Projektleitung:

Prof. Dr. Frank Schaal
Tourismusberatung Schaal
Schillerpromenade 2
12049 Berlin
Telefon mobil: 0170 2 82 85 24
Telefon Festnetz: 030 62 00 13 77
Internet: www.opentourconsulting.de
E-Mail: frank.schaal@outlook.de

Mitwirkende:

Gerhard Buchholz
orts.zeit: authentische Berlin-Kompetenz
Nicolaistraße 19
12247 Berlin
Telefon: 0163 771 39 88
E-Mail: orts.zeit@berlin.de

Oliver Schmidt
shoutr labs UG
Niemetzstraße 47–49
12055 Berlin
Telefon: 030 5 55 79 45 65
Internet: shoutrlabs.com
e-Mail: os@shoutrlabs.com

Besonderer Dank:

Ohne die tatkräftige Unterstützung von
Susanne Reumschüssel,
der Leiterin des Industriesalons, wäre die Erstellung
der Studie in dieser Form nicht möglich gewesen.

Vorwort

Die ARGE Steiner wurde damit beauftragt, eine Machbarkeitsstudie für ein Industriemuseum mit Schwerpunkt Kabeltechnik in Oberschöneeweide zu erstellen. Die ARGE Steiner ist ein Projekt-Zusammenschluss aus Unternehmen und Freiberuflern, die Kernkompetenzen im Bereich Museumsanalyse, Museumstechnik, Tourismusberatung, Strukturanalyse besitzen. Das vorliegende Projekt wurde auf einen Projektzeitraum von September 2019 bis Februar 2020 festgelegt. Inhaltlich wird es in vier Teile aufgegliedert, die sich auf vier Dokumentationsbände aufteilen.

Dokumentationsbände**Band 1:**

- Rahmenbedingungen
- Standortanalyse
- Marktanalyse
- Marketing

Band 2:

- Organisation
- Trägerschaft
- Rechtsform
- Finanzierung
- Businessplan
- Kostenschätzung
- Zeitplan

Band 3:

- Architektur
- Raumbuch
- Szenografie

Band 4:

- Digitale Technologien
- Beispielhafte „Visitor Journey“
- Exponate und Themen
- Erste mögliche Ausstellung

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	6
2	Technologien	7
2.1	Optimales BYOD-Erlebnis mittels WLAN-Infrastruktur	7
2.2	Zentrales Content- und Datenmanagement	7
2.3	Hosting	10
2.4	Digital Signage	10
2.5	Selfie-Station	11
2.6	Projection Laser und Video Mapping	11
2.6.1	Frontprojektionsleinwände - Rückprojektionsleinwände	11
2.6.2	Gaze-Projektionsleinwand / Mesh-Projektionsleinwand	11
2.6.3	Mattiertes Glas	12
2.6.4	Wasservorhänge	12
2.6.5	Projektion auf Wände, Gebäude	12
2.7	Peppers Ghost Hologramme	12
2.8	Virtual Reality (VR)	13
2.8.1	VR-Brillen	13
2.8.1.1	Tracking	13
2.8.1.2	Technologie Ausblick	15
2.9	Augmented Reality (AR)	15
2.9.1	Markerbasierte AR	16
2.9.1.1	Markerlose AR	16
2.9.1.2	Erweiterte Markerbasierte AR	16
2.9.1.3	Objekterkennung	16
2.9.1.4	Beispiele in Museen:	16
2.9.1.5	Technologieausblick	17
2.10	App für mobile Betriebssysteme und mehr	17
2.10.1	Webtechnologie	17
2.10.2	Softwaredistributionstechnologien	17
2.10.2.1	Progressive Web Apps	18
2.10.3	App Merkmale	19
2.10.4	GPS Navigation	19
2.10.5	Indoor Navigation	20
2.10.6	Touren	21
2.10.7	Veranstaltungskalender	22
2.10.8	Quizz, Preisausschreiben	22
2.10.9	Feedback (Formulare)	22
2.10.10	Mediensteuerung	23
2.10.11	Soziale Medien	23
2.10.12	Besucherstatistiken	23
2.11	Leihgeräte	24
2.11.1	Bring Your Own Device (BYOD)	24
2.11.2	Leihgeräte	25
2.12	Inklusion	25
2.12.1	Menschen mit einer Sehbehinderung oder Erblindung	26
2.12.2	Menschen mit eingeschränktem Hörvermögen	26
2.12.3	Menschen mit Lernschwierigkeiten	26

3	Beispielhafte „Visitor Journey“	27
3.1	Prolog	27
3.2	Besuch	27
3.2.1	Erdgeschoß - Thema: Produktion und Herstellung	28
3.2.1.1	Kasse	28
3.2.1.2	Virtuelles Kabelwerk (Rauminszenierung)	29
3.2.1.3	Die Welt der Elektrizität (Erfahrungsfeld)	29
3.2.1.4	Panorama	29
3.2.2	Obergeschoss – Thema: Menschen	30
3.2.2.1	Hauptraum	30
3.2.2.2	Erlebniskammern	31
3.3	Epilog	31
4	Kosteneinschätzung digitale Technologien	32
4.1	Minimale Ausstattung	32
4.2	Optimierte Ausstattung	32
4.3	Optimale Ausstattung	33
5	Exponate und Themen aus dem Deutschen Technikumuseum und dem Industriesalon	34
6	Erste mögliche Sonderausstellung	40
6.1	Kurze KWO-Chronologie	40
6.2	Chronik des Kabelwerks Oberspree	40
6.3.	Der Weg des Kabels im KWO – Vom Barren zur Seele	44
6.4	Das Kabelwerk Oberspree von 1897 bis 1945	46
6.5	Die Rathenau Dynastie	46
6.6	KWO als Attraktion	46
6.7	Geschlossener Fabrikationsprozess	47
6.8	Rüstungsschmiede	47
6.9	Zwangsarbeit im Kabelwerk	47
6.10	Erfindungen und Entwicklungen im KWO	48
6.11	Soziale Infrastruktur	50
6.12	Der volkseigene Betrieb: VEB Kabelwerk Oberspree	50
6.13	Arbeits- und Lebensbedingungen am KWO zur DDR-Zeit	51
6.14	Arne Benary	53
6.15	Georg Pohler	53
6.16	Das KWO im Umbruch	54
6.17	Des KWO heute	54
6.18	Der Architekt Johannes Kraaz und seine Familie	56
6.19	Das AEG-Kasino im Kabelwerk Oberspree	57



1

1 Einleitung

Durch die wachsenden Forderungen aus kulturpolitischen, allgemein gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Motiven an eine wissenschaftliche Erschließung, einen barrierefreien und inklusiven Zugang zu Kulturobjekten und eine angemessene und zeitgemäße Dokumentation und Vermittlung sind Betreiber von Kulturbetrieben aufgefordert, sich mit den facettenreichen technologischen Möglichkeiten im digitalen Zeitalter auseinanderzusetzen. Die Betreiber von Kulturinstitutionen stehen heute somit vor der Herausforderung einer veränderten, multimedial gesteuerten Informationsvermittlung, die von den Erwartungen des Publikums in Form einer erhöhten Nachfrage für digital verfügbare Inhalte bestimmt wird.

Laut einer in 2019 veröffentlichten, Umfrage des Digitalverbands Bitkom e.V. nutzen in Deutschland acht von zehn Menschen ab 14 Jahren (81 Prozent) bereits ein Smartphone, was 57 Millionen Nutzern entspricht. „Für die überwiegende Mehrheit sind Smartphones ein wichtiger und nützlicher Begleiter im alltäglichen Leben“, ergibt diese repräsentative Bitkom-Umfrage.



Eine Mehrheit dieser Nutzer wünscht sich auch in Kulturbetrieben digitale Zusatzangebote, wie eine andere repräsentative Online-Befragung ergeben hat, die schon 2016 gemeinsam von der Medienagentur fröbus und dem Marktforschungsinstitut Promio durchgeführt wurde. Demnach würden „57 Prozent der Deutschen öfter ein Museum besuchen, wenn das Angebot interaktive digitale Exponate zu Anschauungszwecken umfassen würde“.

So ist es kaum verwunderlich, dass durch die wachsende Distribution digitaler Inhalte, der mobile Datenverkehr ebenso rapide ansteigt. In wenigen Jahren wird sich fünfte Generation des Mobilfunkstandards 5G durchgesetzt haben, die die mobile Versorgung einer breiten Masse mit digitalen Inhalten gewährleisten soll.

Auch wenn Digitalisierung in der breiten Bevölkerung auf eine hohe Akzeptanz stößt, ist es ratsam in einer Ausstellung einen bedachten Medienmix zu wählen, der dem Bildungsauftrag des Museums nachkommt und diesen nicht überlagert.

Vor dem Hintergrund dieser Marktentwicklungen und dem steigenden Interesse für digitale Angebote skizziert die vorliegende Arbeit Elemente für ein digitales Ausstellungskonzept des Projekts „Electropolis“, um dem Publikum durch den gezielten Einsatz interaktiver Medientechnik eine zusätzliche und tiefergehende Vermittlungsebene am authentischen Standort zu bieten. Die mobilen smarten Endgeräte der Besucherinnen und Besucher werden dabei in die Ausstellung integriert und sind ein zentraler Bestandteil bei der digitalen Informationsvermittlung (BYOD - Bring Your Own Device).

1 Besucherinnen und Besucher vor der Mona Lisa im Louvre, Paris
Quelle: <https://pixabay.com>

2 Quelle: Bitkom Research: <https://bitkom-research.de>

3 BYOD - Acht von zehn Menschen in Deutschland nutzen ein Smartphone.
Quelle: <https://pixabay.com>

2 Technologien

2.1 Optimales BYOD-Erlebnis mittels WLAN-Infrastruktur

Um digitale BYOD-Medienguides für Interessierte möglichst schnell und einfach nutzbar zu machen, ist es ratsam, die Guideinhalte nicht monolithisch als App auszuliefern, da so eine viel zu lange initiale Wartezeit bis zur ersten Nutzungsmöglichkeit vergeht. Eine bessere Lösung ist es, die Inhalte on-demand zu streamen. Naheliegender ist es, für dieses Streaming die mobile Datenverbindung der Besucherinnen und Besucher zu verwenden. Mit der größeren Verbreitung von Mobilfunk der 4. Generation (4G) und dem langsamen Aufkommen von 5G stellt Streaming über die Mobilverbindung eine immer kleiner werdende technische Herausforderung dar. Solange dieses schnelle Streaming für den Endkunden allerdings relativ teuer bleibt, stößt der Transfer großer Datenmengen für einen noch nicht gut vertrauten Verwendungszweck schnell auf Akzeptanzprobleme. **Contentstreaming über WLAN** stellt hier eine zeitgemäße Lösung dar: Auf der gesamten Ausstellungsfläche des Museums wird ein freies WLAN zur Verfügung gestellt, das den Anforderungen an ein Netzwerk für Veranstaltungszwecke mit hohen Besucherzahlen gerecht wird:

WLAN-Abdeckung auf der gesamten Ausstellungsfläche in folgenden Frequenzbereichen:

- 802.11n im 2,4-GHz-Bereich - ausgewogene Nutzung des Spektrums, d.h. gleichmäßige Verteilung der Access Points auf die Kanäle 1, 6 und 11
- 802.11ac im 5-GHz-Bereich - ausgewogene Nutzung des Spektrums, d.h. gleichmäßige Verteilung der Access Points auf die Kanäle 36, 40, 44 und 48

Die Signalstärken der einzelnen Access Points (AP) sind so eingestellt, dass effektives Roaming der Endgeräte sichergestellt ist und gleichzeitig stabile Verbindungen eines Endgerätes mit dem nächsten Access Point zustande kommen.

Mit einem sogenannten **Mesh-Netzwerk** ist es darüber hinaus möglich, die Vernetzung der einzelnen Access Points selbst über WLAN zu realisieren, so dass eine Verkabelung über Netzkabel entfällt. Die ist insbesondere im Museumsbereich mit seinen oft hohen Anforderungen an Denkmalschutz ratsam.

Es ist zu empfehlen, das Besucher-WLAN abgetrennt von der Infrastruktur des Hauses zu halten.

2.2 Zentrales Content- und Datenmanagement

Durch den Einsatz einer Reihe sehr unterschiedlicher Technologien besteht eine Herausforderung darin, den Zugang, die Verwendung und Berechtigung der Benutzung dieser Technologien zu ermöglichen und langfristig zu gewährleisten. Eine zentrale Content- und Datenmanagement-Software sorgt dabei für Ordnung, Übersicht und einheitliche Schnittstellen. Die folgende Liste soll einen Einblick über die verschiedenen Anwendungsgebiete des zentralen Content und Daten Managements geben.

- Verwaltung der Hardware für digitale Besucher-Inhalte
- Onlinestatus von Mediengeräten
- Lagerverwaltung
- Verwaltung der Digitalen Inhalte (Content Management)
- Kalender
- Webseiten Inhalte
- Ausstellungsinhalte
- Auswertung gesammelter Daten
- Besucher-Statistiken



3

- Ticket Verkäufe
- Verwaltung technischer Geräte für Museen
- Temperatur und Feuchtigkeitssensoren
- Interne Organisation
- Wiki mit Informationen über die Benutzung von Geräten
- Arbeitspläne

Die Planung eines solchen Managements Systems benötigt natürlich genaue Informationen darüber, welche Technologien eingesetzt werden und welche Kommunikationsinfrastruktur benutzt werden soll. In der konkreten Umsetzung wird es dabei nicht möglich sein, eine einzige monolithische Lösung zu schaffen, d.h. eine Software zu schreiben die alle Systeme in ein und derselben Software vereint, sondern es werden mehrere Systeme zum Einsatz kommen die Informationsströme bündeln. Um diese dennoch zu vereinheitlichen, sollte darauf geachtet werden, dass die Verknüpfungen der Systeme untereinander von vornherein gewährleistet ist und es ein zentrales Portal gibt, unter dem alle Untersysteme gelistet und deren Zugänge verlinkt sind.

Autorisierung und Authentifizierung

Um die Integrität der Daten zu gewährleisten, ist ein Autorisierungsverfahren notwendig, das granular und flexibel ist. Dies wird in den meisten modernen System durch eine rollenbasierte Zugriffskontrolle (Role Based Access Control, RBAC)* umgesetzt. Zusammenfassend gibt es bei RBAC Benutzer und Rollen, die die Benutzer einnehmen können, wobei ein Benutzer mehrere Rollen einnehmen kann. Rollen und Benutzer können dynamisch angelegt und gelöscht werden, wobei die Berechtigungen innerhalb eines Systems und eine Rolle gekoppelt sind und in jedem angeschlossenen System individuell definiert werden. Es ist somit auch möglich, neue Systeme in die bestehende Infrastruktur einzubinden und alte Rollen wiederzuverwenden, oder, wenn nötig, neue Berechtigungen in Form von neuen Rollen zu erzeugen.

Die Authentifizierung eines Benutzers geschieht in großen Systemen mit vielen Benutzern durch eine zentrale Instanz, meist durch einen Verzeichnisdienst (die bekanntesten sind hier Active Directory** und LDAP***), der bei jeder Authentifizierungsanfrage in einem Teilsystem als Identitätsanbieter genutzt wird. Die ist zwar komfortabel, jedoch bei diesem Einsatzszenario aufgrund des Einrichtungs- und Verwaltungsaufwandes nicht möglich. Es ist jedoch durch neuere Protokolle auch möglich, Benutzer und Berechtigungen dezentral zu verwalten und zwischen verschiedenen Systemen zu teilen. Das hierfür meistverwendete Protokoll heißt OAuth****. Es bietet mit Hilfe von standardisierten webbasierten Schnittstellen eine Authentifizierung und kann durch Erweiterungen (OpenID Connect)***** auch Rollen von einem System zum anderen übertragen. Die Verbreitung und Umsetzung dieser offenen Protokolle in bestehender Software ist in den letzten Jahren stark gestiegen, nicht zuletzt durch ihren Einsatz bei großen Anbietern wie Google*****. Somit kann die Authentifizierung eines Benutzers in einer „beliebigen“ Subkomponente geschehen, die diese Authentifizierung dann mit anderen Komponenten teilt.

Zusammenarbeit

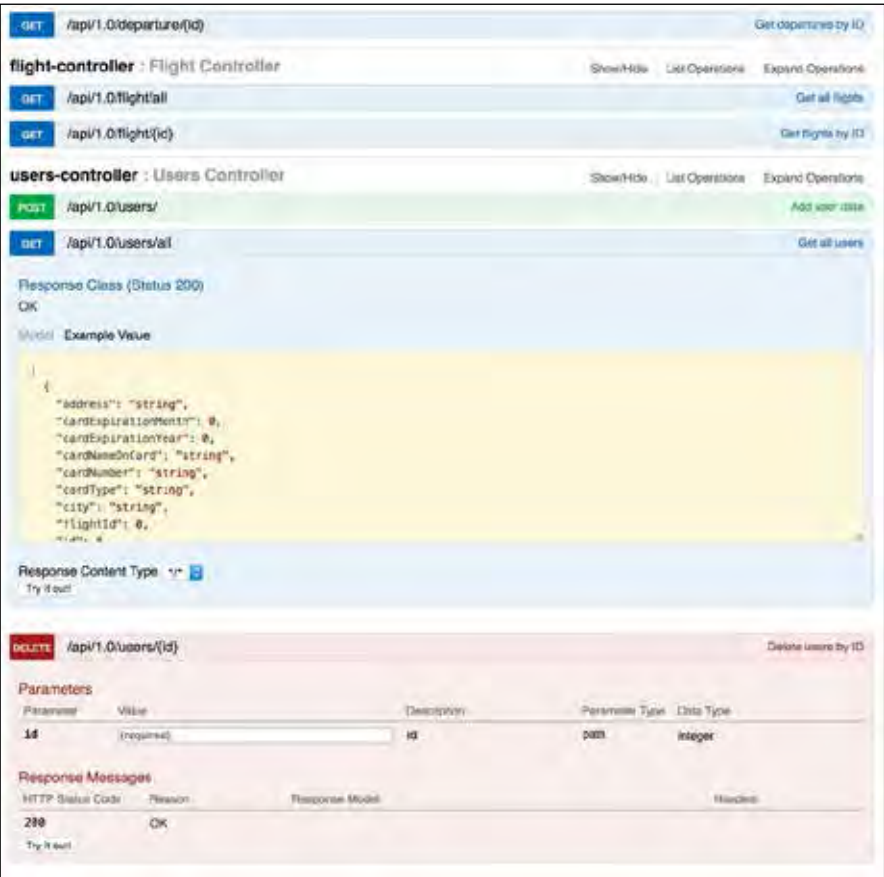
Durch die Umsetzung einer RBAC ist es möglich, Drittanbieter für die Erstellung von Inhalten zu beauftragen, die diese dann mit eingeschränkten Rechten einpflegen können. In der Folge ist das Museum durch seine zentrale Datenverwaltung nicht darauf angewiesen, dass die Inhalte von demselben Anbieter immer weiter gepflegt werden müssen, sondern kann selber kleinere und größere Verbesserungen vornehmen. Ein anderer Anwendungsfall ist die Übersetzung von Inhalten in andere Sprachen für eine Internationalisierung der Ausstellung.

Dies kann nachträglich von einem unabhängigen Anbieter vorgenommen werden, der temporäre Bearbeitungsrechte erhält. Diese Beispiele sollen zeigen, dass es durch eine zentralisierte Lösung möglich ist, Inhalte aktuell zu halten und Migrationskosten zu sparen, die z.B. durch Apps (siehe Abschnitt App für mobile Betriebssysteme und mehr) mit statischen Inhalten verursacht werden.

Benutzung der zentralen Schnittstellen

Zentrale Schnittstellen ermöglichen es, mehrere Medientechnologien gleichzeitig aus einer Quelle mit Inhalten zu versorgen. Ein gutes Beispiel dafür ist ein Ereigniskalender, der zentral gepflegt wird. Mit diesem können aktuelle Ereignisse an Bildschirmen im Museum, in einer mobilen App und auf der Homepage des Museums ohne Kopierarbeit angezeigt und auch langfristig vorbereitet werden. Ein quasi Standard, der sich dafür bei webbasierten Systemen entwickelt hat, ist die Representational-State-Transfer-Schnittstelle (REST)*, in der die Grund-Operationen Erzeugen, Lesen, Aktualisieren, Löschen für einzelne Datensätze und Listen von Datensätzen oft auch mit komplexeren Schnittstellen zu Funktionen (sogenannte Remote Procedure Calls)** verbunden werden. Das am häufigsten verwendete Datenformat ist dabei JSON (JavaScript Object Notation)***, das durch seine leichter lesbare Notation, das vor einem Jahrzehnt weit verbreitete Format XML (Extensible Markup Language)**** abgelöst hat.

Durch eine Dokumentation wird die Benutzbarkeit einer Schnittstellen ermöglicht. Dokumentation ist gerade bei einem divers aufgestellten Softwaresystem wichtig, da sonst eine Verknüpfung verschiedener Komponenten unmöglich wird. Für die vorher erwähnten Technologien soll insbesondere die OpenAPI v3 Spezifikation***** erwähnt werden, welche jedoch nur ein Beispiel und kein Standard für gute Dokumentationspraktiken ist.



1

.....
* <https://csrc.nist.gov/projects/role-based-access-control/faqs>

** [https://docs.microsoft.com/en-us/previous-versions/windows/it-pro/windows-server-2008-R2-and-2008/dd578336\(v=ws.10\)](https://docs.microsoft.com/en-us/previous-versions/windows/it-pro/windows-server-2008-R2-and-2008/dd578336(v=ws.10))

*** <https://www.openldap.org/>

**** <https://oauth.net/>

***** <https://openid.net/connect/>

***** <https://developers.google.com/identity/protocols/OAuth2>

.....
* Roy Thomas Fielding: Architectural Styles and the Design of Network-based Software Architectures. (PDF) In: Dissertation. 2000.

** James E. White: RFC 707. – A High-Level Framework for Network-Based Resource Sharing. 14. Januar 1976. (Proceedings of the 1976 National Computer Conference – englisch).

*** <https://www.json.org/json-de.html>

****<https://www.w3.org/TR/REC-xml/>

***** <http://spec.openapis.org/oas/v3.0.2>

1 Eine mit der OpenAPI Specification Dokumentierte REST Schnittstelle mit einem Swagger Web Interface <https://swagger.io/>



1

Stichwort Lock-in-Effekt

Unter Lock-in-Effekt (englisch lock in, „einschließen“ oder „einsperren“) versteht man generell in den Wirtschaftswissenschaften und speziell im Marketing die enge Kundenbindung an Produkte/Dienstleistungen oder einen Anbieter, die es dem Kunden wegen entstehender Wechselkosten und sonstiger Wechselbarrieren erschwert, das Produkt oder den Anbieter zu wechseln.

Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Lock-in-Effekt>



2

.....

* <https://aws.amazon.com/de/>

** <https://azure.microsoft.com/de-de/>

*** <https://cloud.google.com/>

1 Beispiel Dashboard Quelle
www.artsmetrics.com

2 Installation „Posters of Protest“. Interaktives Lernen mit frei wählbaren Vertiefungsebenen
Foto: Electrosonic / Bluecadet Design
<https://invidis.de/2017/11/digital-signage-ausstellungen-interaktion-im-museum-fuer-kommunikation-in-bern-2/>

Auswertung von Daten

Die Zusammenführung von Daten ermöglicht es, Einblicke in die Interessen der Besucherinnen und Besucher zu bekommen, aber auch Betriebsdaten des Museums effektiver auszuwerten. Mit Hilfe eines Dashboards, das Echtzeit-Parameter anzeigt, kann schnell auf Unregelmäßigkeiten reagiert werden. Grafische Darstellungen von Statistiken (siehe auch Abschnitt App für mobile Betriebssysteme und mehr) können für Auswertungen des Gestaltungskonzeptes benutzt werden und so zukünftige Planungen für Erneuerungen unterstützen.

2.3 Hosting

Die Frage des Hostings, also auf welchem Computer die Datenmanagement-Lösung in Betrieb genommen werden soll, ist nicht pauschal zu beantworten. Während so genannte Cloud Anbieter (Amazon Web Services*, Microsoft Azure**, Google Cloud Plattform***) viele Computer gleichzeitig in Rechenzentren betreiben und somit initial günstige Unterhaltskosten bieten können, besteht die Gefahr eines Lock-in-Effekts (siehe Stichwort), da die Lösung zwar auf einem generischen, echten oder auch virtualisiertem Server läuft, jedoch gewisse Schnittstellen nur innerhalb der speziellen Cloud Lösung vorhanden sind.

Die Alternative, einen Server innerhalb des Museums zu betreiben, bietet den Vorteil, alle Inhalte lokal, also ohne Internetverbindung, vorhalten zu können, was auch eine sichere Versorgung garantiert, da weniger Komponenten beteiligt sind (Ausfall des Internetanschlusses). Sie hat jedoch auch Nachteile. So muss es für ein eigenes lokales Hosting einen geschulten Mitarbeiter oder eine externe Firma geben, die vor allem in unvorhergesehen Situationen schnell reagieren kann.

Wir empfehlen hier einen hybriden Ansatz, bei dem ein Service wie die Homepage des Museum auf einem Cloud Anbieter gehostet wird, Inhalte der Medientechnologien jedoch lokal vorgehalten werden.

2.4 Digital Signage

Digitale Bildschirme lösen die analoge Beschilderung ab. Verschiedene Medieninhalte wie Bilder, Videos und Text werden auf dem Bildschirm abgespielt und finden Einsatz als Informationssystem oder bei Werbemaßnahmen in Form von elektronischen Plakaten oder Großbildprojektionen.

Insbesondere die interaktive Variante wie **Touchbildschirme** sind für den musealen Kontext interessant. Hierbei werden die Interessierten aufgerufen, sich aktiv mit der Ausstellung auseinanderzusetzen.

Eine Digital-Signage-Installation kann im gesamten Ausstellungsdesign und in der Architektur des Gebäudes mitgedacht werden – als Informationsträger oder mit reinen illusionistischen und/oder künstlerischen Akzenten.

Weiterhin lassen sich Apps und damit mobile Geräte in die Installation einbinden und die audiovisuellen Inhalte durch die Nutzer lokal steuern. Durch diese weitere Interaktionsmöglichkeit über BYOD können Interessierte noch direkter eingebunden werden und zusätzliche Informationen ausgespielt werden.

2.5 Selfie-Station

Eine sogenannte Selfie-Station erlaubt es, sich selbst innerhalb eines thematischen Schauplatzes im Museum zu fotografieren und die Aufnahmen zu teilen. Damit ein bleibender Eindruck entsteht, sollte die Szenerie um Augmented Reality in Form von animierten 3D-Modellen erweitert werden.

Die so erstellten Fotos sollten Teil des Ausstellungskonzepts sein, als Souvenir dienen und – besonders wichtig – in den sozialen Diensten geteilt werden können. So kann die **Besucherbindung** an die Ausstellung erhöht werden.

Technisch umsetzbar sind solche Stationen entweder mit fest installierten dedizierten Geräten oder – besser – über BYOD: Die Besucherinnen und Besucher können mit dem eigenen Smartphone mittels einer App die Umgebung mit 3D-Modellen augmentieren, selbst Fotos machen und auf ihren eigenen persönlichen sozialen Netzwerken teilen. Als positiver Nebeneffekt wird dadurch die **Sichtbarkeit der Ausstellung** erhöht.

2.6 Projection Laser und Video Mapping

Beim Projektionsmapping werden verschiedene Oberflächen passgenau beleuchtet. Es gibt grundsätzlich zwei Varianten, innovative Lichtsysteme anzuwenden: für Beam-Effekte und für grafische Projektionen auf Oberflächen. Bei Beamshows werden mit einem Projektor Lichtstrahlen erzeugt, die seitlich betrachtet werden.

Grafische Projektionen eignen sich im Ausstellungsbereich mehr und bieten, mit den Möglichkeiten der vielfältigen Projektionsflächen, die eine hohe Aufmerksamkeit erzeugen, ein wirkungsvolles Vermittlungsmedium. Dabei ist es möglich, spezielle Projektionsflächen zu nutzen, welche das Licht nicht oder nur teilweise durchlassen, um 3D-ähnliche Lichtprojektionen darzustellen. Mit dieser Projektionstechnik lassen sich Exponate der Ausstellung und Maschinen zur Kabelherstellung beeindruckend in Szene setzen, indem auf ihren Oberflächen grafische Elemente oder Videos projiziert werden.

2.6.1 Frontprojektionsleinwände - Rückprojektionsleinwände

Frontprojektionen werden typischerweise auf weißen Leinwänden dargestellt, um optimale Rückstrahlwerte zu bieten. Diese Projektionstechnik kann mit Audiospuren begleitet werden und ist aus den Kinos bekannt.

Bei Rückprojektionen werden die Rückseiten der Leinwände mit Texten, Grafiken, Filmen bestrahlt, wobei die Leinwände das Licht nur zum Teil durchlassen. Die Leinwände werden zwischen den Projektoren und dem Publikum angebracht und bieten ihnen die Möglichkeit der Interaktion. Durch Gestikulierungen, werden die Inhalte der Projektionen beeinflusst.

2.6.2 Gaze-Projektionsleinwand / Mesh-Projektionsleinwand

Gaze-Leinwände bestehen aus ultraleichtem Netzmaterial und sind für Front- als auch für Rückprojektionen, für beeindruckende Hologramm- oder 3D-ähnliche Effekte besonders geeignet. Aufgrund eines leichten Metallanteils, können diese Gazen allerdings rosten und sind daher nur für Anwendungen im Innenbereich vorgesehen. Aufgrund des herabgesetzten Reflexionsgrads, werden mit synchronisiertem Laser- und Videomapping, beeindruckende Effekte erzielt und vermitteln dem Publikum, nicht zuletzt durch die Möglichkeiten der Interaktion mittels Gesten, das Gefühl, Teil der Ausstellung zu sein.



3



4



5



6

.....
3 „Inspiration Wall“, Merck Innovation Center, Darmstadt, Art + Com
<https://artcom.de/project/inspiration-wall/>

4 „Raffaels Pendel“, Roche Penzberg, Art + Com.
<https://artcom.de/project/raffaels-pendel/>

5 „Germany Shopper Experience“, TRIAD Berlin. Aktionen auf dem Tablet erzeugen eine Antwort des Avatars auf dem großen Bildschirm. Weil das Publikum die auf dem großen Bildschirm gezeigte Storyline beeinflussen kann, entsteht ein höheres Maß an Immersion.

6 Selfie im Naturkundemuseum zu Berlin, der Saurier erscheint mittels Augmented Reality.



1

2.6.3 Mattiertes Glas

Handelsübliches Glas ist aufgrund des niedrigen Reflexionsgrades als Projektionsfläche nicht geeignet. Für Lichtprojektionen wird daher üblicherweise mattiertes Glas eingesetzt, womit sich wiederum sehr ansprechende Projektionen verwirklichen lassen. Projektionsoberflächen aus Glas, lassen sich meist einfach in Ausstellungskonzepte wirkungsvoll integrieren.

Auf der Elektronikmesse CES 2020 in Las Vegas hat ein U.S.-amerikanischer Hersteller erstmalig eine innovative Hologrammtechnik vorgestellt, bei der ebenfalls eine Projektionsoberfläche aus Glas zum Einsatz kommt. Ein 8K-Lichtfeldmonitor mit einem 32 Zoll-Bildschirm erzeugt in einer vier Zentimeter dicken Glasscheibe ein dreidimensionales Bild, bei dem die Besucherinnen und Besucher „wie bei einer holographischen Projektion hinter bestimmte Bildteile gucken können“*.

2.6.4 Wasservorhänge

Als weitere Möglichkeit können Wasserleinwände als Projektionsfläche eingesetzt werden. Dabei wird mit einer Pumpe Wasser in ein Düsensystem geführt, das hunderte von Wassertropfen in einer Reihe erzeugt. Das Düselement wird üblicherweise an Traversen unter der Decke befestigt, so dass Wasser senkrecht hinunterläuft. Durch Wasserleinwände lassen sich insbesondere mit Videoprojektionen auf der Rückseite beeindruckende Effekte erzielen.

2.6.5 Projektion auf Wände, Gebäude

Ebenso kann im Innenbereich auf Wände und im Außenbereich auf Gebäude oder Gebäudeteile projiziert werden. Dabei ist zu beachten, dass die Projektions-Oberflächen möglichst eben sind und aus reflektierendem Material bestehen. Beispielsweise könnten im Außenbereich die drei Schornsteine, das Wahrzeichen „Electropolis“, mit Video-Elementen bestrahlt werden. Allgemein gilt: Je ebener die Oberfläche, desto leichter ist eine Projektion möglich.

2.7 Peppers Ghost Hologramme

Das Format des Dokudramas ist immer noch eine der unterhaltsamsten und publikumswirksamsten Methoden, um Lebensweisen und Ereignisse historischer Charaktere zu vermitteln. Hierbei spielen Schauspieler die Rollen der historischen Persönlichkeiten, indem sie mit Kostümen, Requisiten, Zeitdokumenten- und Exponaten deren Lebensgeschichten erzählen und erlebbar machen. Um das Erlebnis aus dem klassischen TV-Format zu erweitern, empfiehlt sich bei der Präsentation der Ausstellung eine nicht neue, aber sehr bewährte Theater-technik, der Peppers Ghost-Effekt.

Bei dem Peppers Ghost-Effekt handelt es sich um einen Illusionstrick, den John Henry Pepper im 19. Jahrhundert entwickelt und in Bühnenshows vorgeführt hat. Bei diesem Illusionstrick wird eine schräg gestellte Scheibe aufgerichtet, mit der Schauspieler geisterhaft auf eine Bühne, oder in einen Vitrinenraum eingespiegelt werden. Heute wird der Peppers Ghost-Effekt digitalisiert und im Zusammenhang mit 3D-Holographie eingesetzt, indem waagrecht eingesetzte Bildschirme Filme abspielen, die in den gewünschten Raum projiziert werden. So interagieren dann die Schauspieler, wie historische Geister mit einem Originalexponat aus vergangenen Zeiten und die Vermittlungsebene der Darsteller verschmilzt mit der des Exponats zu einer Inszenierung, die historisch richtig, dramaturgisch auf den Punkt gebracht, in einem theatralischen Bühnenbild, technisch perfekt und schauspielerisch überzeugend umgesetzt wird.

* <https://www.golem.de:> "Looking Glass' 8K-Monitor erzeugt Holo-Bild", Tobias Költzsch und Martin Wolf, 09.01.2020

1 Beispiel einer Videoprojektion
Quelle: <https://pixabay.com>

Die Filmaufnahmen stellen dabei hohen Anforderungen an Regie, Kamera und nicht zuletzt an die Akteure.

Vor einem Chroma (Greenscreen), auf dem die spätere Bühnensituation nachgebaut ist, agieren die Schauspieler in historischen Kostümen und Requisiten. Sie interpretieren ihre Rolle anhand der historischen Vorbilder, insbesondere der dramaturgisch ausgewählten Situation, und konfrontieren sie dabei mit einem Originalexponat aus deren Leben im Kabelwerk. So lassen sich vermutete subjektive Sichten und Gefühle der Protagonisten schauspielerisch herausstellen und auf den Zuschauer übertragen. Der sonst in Ausstellungsprojekten übliche objektive Abstand zwischen Betrachter und Geschehen verschwimmt, wodurch Aufmerksamkeit und Interesse des Publikums gesteigert wird. Die gewählte Präsentationstechnik des Peppers Ghost fördert so das Interesse beim Publikum auf magische und charmante Art und Weise.



2

2.8 Virtual Reality (VR)

Die virtuelle Realität, meist abgekürzt VR genannt, bezeichnet das Generieren einer virtuellen Welt, die in Echtzeit in verschiedenen Formen erlebt werden kann. Je nach Anwendungsgebiet sind verschiedene Kriterien ausschlaggebend für ein immersives Erlebnis. Grundsätzlich unterscheidet man zwischen zwei Formen von VR. Zum einen 360°-Aufnahmen der Realität, die dann in Form von Fotos oder Videos abgespielt werden können, oder aber computer-generierte Virtuelle Realität. Bei dieser werden die Inhalte erst zu dem Zeitpunkt berechnet, in dem sie erlebt werden sollen. Der größte Unterschied ist, dass 360°-Aufnahmen immer an die zum Zeitpunkt der Aufnahme gewählte Kamera-Position gebunden sind. Das Ergebnis wird eher „wie auf Schienen“ beschrieben, da der Interaktionsgrad relativ gering ist. Bei einer computer-generierten Virtuellen Realität hingegen, kann der Betrachter, je nach Szenario, seinen Standpunkt in der Welt frei wählen, da die komplette Umgebung in 3D vorhanden ist und die Szenerie in Echtzeit berechnet wird.

2.8.1 VR-Brillen

2.8.1.1 Tracking

Tracking, oder zu Deutsch „das Verfolgen“, beschreibt das maschinelle Erfassen von Bewegungen und Positionen eines oder mehrerer Objekte in Relation zueinander sowie zu der realen Umgebung. Dies passiert im Kontext der VR, um die Brille des Betrachters im dreidimensionalen Raum zu verorten.

Dabei gibt es verschiedene Abstufungen:

Kein Positions Tracking (3 DoF – Degrees of Freedom, Freiheitsgrade)

Manche VR Lösungen wie z.B. die Google Cardboard** verzichten komplett auf ein räumliches Tracking. Hier wird nur über Lagesensoren die Bewegung der Brille erfasst. Manche Brillen setzen auf eigenständige Hardware (Oculus Go)***, andere benötigen zum Funktionieren ein Smartphone (Google Cardboard). 3 DoF VR Brillen eignen sich besonders für wenig interaktive Inhalte, bei denen sich der Betrachter nur umschauchen muss. Brillen auf Basis eines Smartphones bieten darüber hinaus die Möglichkeit, dass Nutzer das Erlebnis mit nach Hause nehmen können. Außerdem ist hier die Frage der Hygiene geklärt, da Brillen als Einweg-Option angeboten werden können.

Inside Out Tracking (6 DoF)

Das Inside Out Tracking**** bezeichnet die Fähigkeit einer VR Brille, mithilfe mehrerer Kameras eine Vorstellung des realen Raumes und ihrer Position darin zu erfassen. Der große Vorteil dieser Technik besteht darin, dass sich der Nutzer frei in einer Virtuellen Realität bewegen kann, ohne dass eine zusätzliche Infrastruktur benötigt wird.



3

* <https://www.golem.de:> "Looking Glass' 8K-Monitor erzeugt Holo-Bild", Tobias Költzsch und Martin Wolf, 09.01.2020

** <https://arvr.google.com/cardboard/>

*** https://www.oculus.com/go/?locale=en_US

**** https://xinreality.com/wiki/Positional_tracking

2 Schauspieler agieren vor einem Greenscreen.
Quelle: <https://pixabay.com>

3 Die Google Cardboard VR Brille ist größtenteils aus Papier hergestellt. Durch ihre kostengünstige und einfachen Aufbau ist möglich diese z.B. mit Werbung für die Ausstellung im Zusammenhang mit einer App auch als ein Mitnehm-Erlebnis zu verkaufen. Das VR Erlebnis der Google Cardboard ist jedoch stärker eingeschränkt da sie z.B. keine eigenen Sensoren besitzt.



1

Stichwort Immersion

Immersion beschreibt den hervorgerufenen Effekt, der das Bewusstsein des Nutzers, illusorischen Stimuli ausgesetzt zu sein, so weit in den Hintergrund treten lässt, dass die virtuelle Umgebung als real empfunden wird



2

* <https://xinreality.com/wiki/Lighthouse>

** <https://www.ultraleap.com/product/leap-motion-controller/>

*** <https://www.vive.com/eu/vive-tracker/>

**** Tom Sperlich: Neues in der Datenhöhle. In: Die Zeit Nr. 47, 15. November 1996, 78.

1 Beim Lighthouse-Tracking kann die Brille die Position des Nutzers millimetergenau bestimmen.

2 TheGrenzebachGroup -Flugsimulator in einer CAVE https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1e/Roboterbasierter_Flugsimulator_Grenzebach_%27FlightSim%27.jpg

Lighthouse Tracking (6 DoF)

Beim Lighthouse Tracking* wird ein Raum mit Kameras oder Lasern ausgestattet, die der VR-Brille Informationen darüber liefern, wo sich eine Person im Raum befindet. Der größte Vorteil dieser Technologie gegenüber dem Inside Out Tracking ist die sehr hohe Genauigkeit, mit der eine millimetergenaue Verortung einer Brille in einem vordefiniertem Raum möglich ist. Nutzer können so z.B. im virtuellen Raum mit realen Exponaten interagieren.

Hände / Gegenstände

Für verschiedene VR Systeme gibt es zusätzlich zum Tracking der Brille die Möglichkeit, die Hände des Nutzers* oder diverse Gegenstände* mit einzubinden. Dadurch ermöglicht man dem Nutzer, mit Objekten in der realen oder der virtuellen Welt zu interagieren. Durch solche Elemente wird der Grad der Immersion (siehe Stichwort links) gesteigert.

Anwendungsbeispiele:

- VR-Station mit einer Brille, z.B. eine Einzelperson auf einem Trampolin, welche durch Bungee Seile die verminderte Schwerkraft auf unserem Mond erleben kann.
- VR-Station mit wenigen Brillen, z.B. für individuelle Erfahrungen wie das Entdecken einer Industriehalle, bei der man kooperativ mit Maschinen interagieren kann
- VR-Station mit vielen Brillen, z.B. als Erfahrung für Gruppen, bei der viele Personen gleichzeitig teilnehmen können. (Achterbahn- / Bootsfahrt)

Cave

Eine weitere Form der VR ist die CAVE (Cave Automatic Virtual Environment). Hierbei handelt es sich um ein System, welches einen Raum teilweise oder komplett mit Beamer ausgeleuchtet und die Position des Nutzers im Raum verfolgt. Diese Erfahrungen eignen sich insbesondere für Einzelpersonen, da die Bilder meist nur für eine Position ausgerichtet sind. Der größte Vorteil einer solchen Installation ist jedoch, dass Personen ohne jegliche Hardware und ohne betreuende Person im Museums-Kontext eine VR Szenerie betreten können.

Beispiele von Cave Anwendungen

- Flug- / Fahrzeug Cockpit
- Betrachtung von 3D Modellen
- Erkundung eines Virtuellen Raumes

Beispiele von VR in Museen:

Erleben einer historischen Szenerie

In diesem Szenario nimmt man selbst virtuell an einer historischen Veranstaltung teil. Die Umgebung sowie Charaktere sind anhand von Fotos nachmodelliert.

Sicheres Betreten einer potentiell gefährlichen Situation

Gebiete die aufgrund von Umweltbelastungen nicht mehr zugänglich sind, jedoch noch mit Kameraroboter 3D gescannt werden können, werden so in einer Virtuellen Realität wieder erlebbar.

Teilnahme an einem Rennen in einem Prototypen

Durch zusätzliche Hardware wie Lenkrad, Rennsitz, und Force Feedback kann sich jeder wie der Rennfahrer des legendären Boliden fühlen.

2.8.1.2 Technologie Ausblick

In den kommenden Jahren wird sich das Blickfeld der VR Brillen immer weiter erhöhen. Außerdem wird sich die Auflösung verbessern. Wahrscheinlich wird Inside Out Tracking perfektioniert, sodass Lighthouse Systeme überflüssig werden. Voraussichtlich werden die Geräte auch alle kabellos mit Daten versorgt, und deren Gewicht wird sich reduzieren und der Tragekomfort insgesamt verbessern.



2.9 Augmented Reality (AR)

Augmented Reality, meist abgekürzt AR genannt, beschreibt das Erweitern der Realität mit digitalen Inhalten. Das Erweitern der Realität kann sowohl über Ton als auch über Bild passieren.

AR-Brillen

In der Regel bezeichnet eine AR-Brille ein Gerät, welches das Sichtfeld des Nutzers über optische Verfahren mit digitalen Inhalten überlagert. Allerdings gibt es auch AR-Brillen, welche Audio zur Erweiterung der Realität nutzen (z.B. Bose Frames)*. Diese sind aber eher selten und werden hier nicht weiter behandelt. AR-Brillen gibt es ohne Tracking (z.B. Google Glasses; siehe auch Abschnitt Virtuelle Realität (VR) - Tracking) oder mit Tracking (z.B. Hololens)**. Zur Positionsbestimmung nutzen letztere in der Regel Inside Out Tracking und bieten 6 Freiheitsgrade. D.h. Nutzer können sich frei im Raum bewegen und 3D Modelle im Raum entdecken oder mit ihnen interagieren. Ein großer Vorteil von AR-Brillen ist, dass der Nutzer seine Hände frei hat, um mit der realen Welt zu interagieren. Oft kann der Nutzer zusätzlich über Gestensteuerung mit der digitalen Welt interagieren. Des Weiteren unterscheiden sich die Brillen noch dadurch, dass sie entweder kabelgebunden an einem Computer (Meta 2)***, kabelgebunden an ein Smartphone (NReal)**** oder komplett eigenständig nutzbar sind (HoloLens).

AR auf Smartphone

Smartphone AR hat sich über die letzten Jahre stark weiterentwickelt. Dank immer schnelleren Prozessoren und besseren Kameras können überzeugendere AR-Szenen dargestellt werden. Generell als großer Vorteil zu sehen ist, dass eine sehr breite Schicht der Gesellschaft ein Smartphone mit sich herumträgt. Dieses Gerät lässt sich, mit Hilfe von Software, zum Betrachten von 3D Modellen verwenden. Als größter Nachteil ist hier zu beachten, dass der Nutzer während der Nutzung in der Regel beide Hände benötigt, um das Smartphone zu führen. Damit kann er nur noch begrenzt mit der realen Welt interagieren.



* https://www.bose.com/en_us/products/frames.html

** <https://www.microsoft.com/en-us/hololens>

***<https://www.schenker-tech.de/en/meta-2/>

**** <https://www.nreal.ai/>



1



2



3



4

2.9.1 Markerbasierte AR

Bei markerbasierter AR wird ein Bilderkennungsalgorithmus eingesetzt, der Bilder erkennen und in Echtzeit verfolgen kann. Damit kann das Bild, welches verfolgt wird, präzise mit 3D Objekten überlagert werden. Diese Technologie war die Erste, die sich auf Smartphones durchgesetzt hat. Vorteile sind unter anderem die hohe Präzision, mit der man millimetergenau 3D Modelle in Relation zum Marker positionieren kann. Außerdem unterstützen alle gängigen Geräte der letzten 4-5 Jahre diese Technologie. Der größte Nachteil ist jedoch, dass wenn der Marker aus dem Kamerabild verschwindet, die Augmentierung verschwindet. Dadurch ist der Bewegungsraum des Telefons relativ stark eingeschränkt. Verliert man den Bildmarker aus dem Kamera-Sichtfeld, verschwindet die Erweiterte Realität und die Immersion verliert an Wirkung.

2.9.1.1 Markerlose AR

Bei markenloser AR wird mittels SLAM* (simultaneous location and mapping) im Gerät ein digitales Abbild des Raumes erstellt. In diesen Raum können dann 3D Modelle platziert werden. Der Nutzer kann sich frei um die Modelle herum bewegen und über das Touchscreen mit ihnen interagieren. Der Vorteil ist, dass man einen relativ großen Bewegungsraum hat, der Nachteil ist jedoch, dass die Positionierung des 3D Raumes nicht in Relation zum realen Raum passiert und so die Erfahrungen immer etwaige Abweichungen haben.

2.9.1.2 Erweiterte Markerbasierte AR

Erweiterte Markerbasierte AR ist das zusammenführen von markerloser und markerbasierter AR. Hier wird der Raum getrackt und dann anhand des Markers ausgerichtet. Vorteil ist, dass man ein Bild erweitern kann und trotzdem eine große Bewegungsfreiheit vorhanden ist. Nachteil ist jedoch die komplexere Nutzerführung.

2.9.1.3 Objekterkennung

Mit diversen Algorithmen wie z.B. Maschinellem Lernen** kann man reale Objekte erkennen und diese digital durch ein 3D Modell überlagern oder mit Zusatzinformationen erweitern. Dies ist z.B. spannend, um Exponate in verschiedenen Sprache zu erklären, ohne die Ausstellung zu überladen.

2.9.1.4 Beispiele in Museen:

Annotation von Exponaten in beliebig vielen Sprachen

Ein Museum hat Zusatzinformationen in 20 Sprachen zu jedem Exponat, will sie aber nicht alle am Exponat anbringen. Der Nutzer kann sich mit dem Smartphone dann die Annotationen in seiner Sprache anzeigen lassen.

Visualisierung von Prozessen, die sich in Verborgtheit abspielen.

Mit Hilfe von AR können komplexe Maschinen wie z.B. eine Maschine zur Kabelherstellung virtuell geöffnet werden und so die Funktionsweise erklärt werden. Dies funktioniert auch, während die Maschine läuft und ohne sie zu beschädigen.

Ausstellung von nicht vorhandenen oder zerstörten Exponaten

Bei einem Kunstraub verloren gegangene Unikate, die vorher digital gescannt wurden, können mit Hilfe von VR weiterhin in der Ausstellung verbleiben. Des Weiteren lassen sich die Exponate von allen Seiten betrachten, was davor aus diversen Gründen nicht möglich war.

1 | 2 Ein Bild dient als Marker, über diese Bild wir mit Hilfe von Bilderkennung ein 3D Modell angezeigt das von allen Seiten betrachtet werden kann.

3 Digital platziertes 3D-Modell in einem Live-Bild

4 In der erweiterten Realität auf dem Bildschirm wurden mit Hilfe von Objekterkennung interaktive Elemente eingeblendet. Ein Anklicken der Elemente ruft zusätzliche Informationen in Form von Texten, Bildern, Videos oder 3D Modellen auf.

2.9.1.5 Technologieausblick

In den nächsten Jahren wird der Fokus auf maschinellem Lernen und Objekterkennung*** liegen. Gepaart mit Tiefenwahrnehmung**** (z.B. durch mobile 3D Kameras*****) und Occlusion*****. Außerdem wird es durch die gesteigerte Leistung der Endgeräte auch möglich sein, detaillierte Modelle in Echtzeit darzustellen.

2.10 App für mobile Betriebssysteme und mehr

Eine Software für mobile Betriebssysteme (im Weiteren als App bezeichnet) stellt ein entscheidendes Werkzeug für die digital getriebene Kommunikation mit dem Publikum dar. Eine versatile App kann dabei eine große Anzahl verschiedener Informationssysteme bedienen und somit ein effizientes, langlebige und kostengünstiges Werkzeug sein.

Eine gut konzipierte App kann man somit nicht nur auf mobilen Betriebssystemen anwenden, sie kann als Basis für die Ausspielung und Steuerung digitaler Inhalte für alle der bisher vorgestellten Technologien dienen.

Im Folgenden soll darauf eingegangen werden, wie eine solche App implementiert werden kann und welche weiteren Merkmale diese aufweisen kann.

2.10.1 Webtechnologie

Der Einsatz von webbasierten Technologien ermöglicht, dass eine maximal diverse Anzahl von digitalen Geräten betrieben werden kann. HTML*+, CSS**+ und JavaScript***+, die Basistechnologien webbasierter Systeme, sind quelloffen und Interpreter dieser Sprachen wurden auf so gut wie jedem komplexeren elektronischen System umgesetzt. Sie sind außerdem in verschiedenen Bereichen wie der Industrie und dem Bildungswesen nicht nur etabliert, sondern auch standardisiert, womit eine maximale Kompatibilität garantiert wird. Des Weiteren bieten sie eine zukunftssichere Basis, die einerseits durch die aktive Weiterentwicklung einer weltweiten Gemeinschaft vorangetrieben wird und andererseits durch ihre leichte Erweiterbarkeit auch zukünftigen Ansprüchen gerecht werden kann.

Die Erweiterbarkeit führte auch dazu, dass neben den oben genannten Basistechnologien viele weitere Technologien eine standardisierte Schnittstelle in die oben genannten Technologien erhalten haben und somit selber standardisiert wurden oder zumindest eine so weite Verbreitung erfahren haben, dass sie heute quasi Standards sind. Dazu zählen z.B. Audio, Video, Vektorgrafiken, 360°-Videos, 3D-Simulationen um nur einige Technologien zu nennen.

Da es jedoch auch moderne Technologien gibt, die „noch“ nicht ein Teil der Web-Plattform sind, ist es essentiell, Web-Technologien als Basis zu sehen, die erweitert werden können und sollten. Im Abschnitt Softwaredistributions-Technologien wird ein Einblick in solche Erweiterungen gegeben.

2.10.2 Softwaredistributionstechnologien

Die Ausspielung (Distribution) von (webbasierter) Software kann durch verschiedene aufeinander aufbauender Systeme geschehen.

- Webseite
- Progressive Web App (PWA)
- hybride App
- native App

.....
* <https://www.andreasjakl.com/basics-of-ar-slam-simultaneous-localization-and-mapping/>

** <https://www.computerwoche.de/a/machine-learning-darum-geht-s,3330413>

*** <https://www.uni-muenster.de/Informatik/u/lammers/EDU/ws03/Landminen/Abgaben/Gruppe9/Thema09-ObjekterkennungInBilddaten-ChristianGrosseLordemann-MartinLambers.pdf>

**** <http://www.artts.eu/>

***** <https://www.samsung.com/global/galaxy/galaxy-note10/camera/>

***** <https://hackernoon.com/why-is-occlusion-in-augmented-reality-so-hard-7bc8041607f9>

*+ <https://www.w3.org/html/>

**+ <https://www.w3.org/Style/CSS/Overview.de.html>

***+ JavaScript wird hier vereinfacht für die von der Organisation Ecma International standardisierte Programmiersprache verwendet <https://www.ecma-international.org/>

Bei der Ausspielung von webbasierter Software über Webseiten ruft eine Browser Software* über eine Netzwerkverbindung die Inhalte von einem Server (ein Computer mit einer Software, die über das Hypertext Transfer Protocol (HTTP)** Protokoll-Daten senden kann) auf. Dieser Server kann sich in einem lokalen, das heißt von der Außenwelt abgekoppelten, Netzwerk (LAN***) oder dem Internet befinden. Eine Erweiterung dieser Distributionsform ist die PWA (Progressive Web App, siehe unten), bei der die ausgespielten Inhalte und Funktionen nach einem einmaligen Herunterladen auch lokal vorgehalten werden. Dies ist ähnlich zu klassischer Software die meist als Paket heruntergeladen wird und alle Inhalte und Funktionen lokal vorhält. Der im Moment populärste Weg Softwarepakete zu verbreiten sind App Stores****, d.h. Internet-basierte digitale Vertriebsplattformen für Anwendungssoftware.

Software kann über einen App-Store auch als App mit integriertem Browser ausgeliefert werden und bildet somit einen hybriden Ansatz. Während in nativen Apps grafische Benutzerschnittstellen von betriebssystem-spezifischen Bibliotheken erzeugt werden, wird in einer hybriden App ein eingebauter Browser benutzt, der die grafische Benutzerschnittstelle betriebssystemunabhängig mit Web Technologien erzeugt.

Der Vorteil nativer Apps ist ihre tiefe Integration in die Hardware des Gerätes auf der sie installiert sind. Dadurch läuft die Anwendung performanter und kann auf alle Hardware-Schnittstellen des Gerätes zugreifen, während webbasierten Technologien der Zugang verwehrt wird. Hybride Apps kombinieren die Vorteile beider System, können jedoch wie native Apps nur über internetbasierte Apps-Stores verteilt werden.

Da PWA eine neuartige Technologie ist, die stark im Kommen ist, sich deswegen auch in ständiger Weiterentwicklung befindet, soll im Folgenden näher darauf eingegangen werden.

2.10.2.1 Progressive Web Apps

Mit Progressive Web Apps (PWA) ist es möglich, Webinhalte ohne Appstore offline verfügbar zu machen und diese auch mit einem Symbol als Verknüpfung auf dem Startbildschirm anzulegen. Der Benutzer kann Echtzeit-Nachrichten über eine native Schnittstelle seines Betriebssystems eingeblendet bekommen (Push Nachrichten). Des Weiteren ist es möglich, Browser-Elemente wie die Adressleiste auszublenden, so dass der Eindruck einer nativen App entsteht. So lassen sich alle oder Teile der Ausstellungsinhalte in einer ansprechenden Form auf den mobilen Endgeräten der Besucherinnen und Besucher zur sofortigen oder späteren Verwendung verfügbar machen.

Die Unterstützung von PWA auf Android und iOS fällt unterschiedlich aus****:

Push Nachrichten

Wird von allen modernen Browser unterstützt.

Offline Unterstützung:

- Android: voller Support für Chrome, Firefox, Samsung Internet
- iOS: Safari ab Version 11.3; voller Support: Chrome, Firefox

Dabei ist zu beachten, dass die Speichergröße je nach Betriebssystem und freiem Speicher des Geräts unterschiedlich ist.

Startbildschirm Verknüpfung (native Look):

- Android: voller Support für Chrome, FireFox, Samsung Internet
- iOS: nur mit Safari möglich

Die Unterstützung von PWA ist momentan in ständiger Entwicklung, wobei vor allem die Unterstützung von iOS noch am meisten beschränkt ist. Wie schon im Abschnitt Webtechnologie erwähnt, sind die Umsetzungsmöglichkeiten webbasierter Technologie sehr vielfältig, jedoch nicht unbegrenzt. So sind im Moment Umsetzungen von Indoor-Lokalisierung und Augmented Reality / Virtual Reality nur begrenzt möglich.

2.10.3 App Merkmale

Die verbreitetste Art der Informationsvermittlung aktueller digitaler Medien geschieht über formatierte Texte, die mit zusätzlichen Medien unterbrochen sind. Dabei ist es möglich Texte und anderen Medien in mehreren Sprachen zur Verfügung zu stellen. Browser und Anwendungen, die über App Stores verbreitet werden, geben der ausgeführten Software dabei zu erkennen, welche die bevorzugte Sprache des Nutzers ist (siehe auch Abschnitt Inklusion). Die gängigsten Multimedia Formate beinhalten:

- Bild
- Audio
- Video

Womit unter anderem ein Audioguide auf den Smartphones umgesetzt werden kann, der durch hochauflösende Videos die aus dem lokalen Netzwerk des Museums ergänzt wird, ohne die Datenvolumen der Besucherinnen und Besucher zu belasten.

Auch moderne Medienformate wie

- 360° Sphären Bilder*
- 360° Sphären Video**
- 3D Modelle***

werden inzwischen weitgehend unterstützt und können direkt im Browser von mobilen Endgeräten eingebunden werden.

Im Folgenden sollen weitere Technologien vorgestellt werden, die im Kontext eines modernen Ausstellungskonzeptes verwendet werden können.

2.10.4 GPS Navigation

In Web-Browsern und nativen Apps ist die Ortung beispielsweise durch das Global Positioning System (GPS****) eine standardisierte Technologie, die weltweit von mehreren Satellitensystemen frei zur Verfügung gestellt wird. Damit kann für die zivile und kommerzielle Nutzung die Position mit einer Genauigkeit von 15 Metern***** bestimmt werden, sofern die Hardware entsprechend ausgerüstet ist. Mit Hilfe von kommerziellen Anbietern wie Google Maps*+ , Bing Maps**+ oder Open-Source-Initiativen wie Open Street Maps***+ ist es möglich, online und offline Karten für eine Navigation außerhalb des Museums anzubieten.

In einer App kann somit die nähere Umgebung des Museums durch eine Karte mit Sehenswürdigkeiten und anderen interessanten Orte (auch unter dem Stichwort Points of Interest, POI, bekannt) in das Besuchs-Erlebnis eingebunden werden. Auch selbst geführte Touren durch die nähere Umgebung sind möglich (siehe Abschnitt Touren) .



1

.....
* <https://de.wikipedia.org/wiki/Webbrowser>

** <https://tools.ietf.org/html/rfc2616>

*** https://de.wikipedia.org/wiki/Local_Area_Network

**** https://de.wikipedia.org/wiki/App_Store

***** <https://developers.google.com/web/fundamentals/instant-and-offline/web-storage/offline-for-pwa>
https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/Progressive_web_apps/Introduction#Browser_support

.....
* <https://ourcodeworld.com/articles/read/843/top-7-best-360-degrees-equirectangular-image-viewer-javascript-plugins>

** <https://support.google.com/youtube/answer/6178631?hl=de>

*** <https://threejs.org/>

**** GPS wird hier nur stellvertretend und als allgemeinsprachlicher Begriff für verschiedene Systeme verwendet, die eine globale Satellitenortung ermöglichen

***** Vgl. https://de.wikipedia.org/wiki/Global_Positioning_System

*+ <https://cloud.google.com/maps-platform/>

**+ <https://www.bingmapsportal.com/>

***+ <https://www.openstreetmap.de/>

1 Eine Kartenanwendung die beispielhaft die Umgebung des Museums mit verschiedenen Points of Interest erfahrbar macht.
Quelle: <https://pixabay.com>



1

2.10.5 Indoor Navigation

Die Navigation in Räumen ist eine noch nicht vollständig erschlossene Technologie. Während die ersten kommerziellen Ansätze mit Bluetooth Beacons durch das iBeacon System* 2013 von Apple populär gemacht wurden, sind inzwischen metergenaue Positionierungen möglich. Dabei werden Sender und Empfänger verschiedener Wellen verwendet, die durch Laufzeitmessungen der Signale die Position eines Sensors innerhalb eines bekannten (d.h. vorher ausgemessen) Systems bestimmen können. Die Indoor Navigation ist nicht nur eine Technologie, die Interessierten eine selbstgeleitete Führung bietet, bei der zusätzliche Informationen über Exponate automatisch angezeigt werden können, sondern ist auch eine essentielle Basis für inklusive Arbeit (siehe Inklusion). Aktuelle Entwicklungen sollen im folgenden anhand der verwendeten Technologien eingeführt werden.

Elektromagnetische Wellen - Bluetooth Beacons

- Vorteil: geringe Neuinstallationskosten, flexible Anbringung, geringe Abmessungen der Beacons.
- Nachteil: native App ist notwendig
- Genauigkeit: 3 m
- Anbieter: iBeacons, ursprünglich von Apple Inc., inzwischen auch von viel andern Anbietern zu erhalten als Bluetooth Low Energy Beacon**.

Elektromagnetische Wellen - WLAN

- Vorteil: WLAN Infrastruktur vorhanden, hohe Reichweite (bis zu 150 m)
- Nachteil: Technologie noch nicht ausgereift oder standartisiert, hat aber hohes Potential.
- Genauigkeit: bis zu 1,5 m mit Software auf WLAN Router und nativer App (siehe EvAAL unten). Durchschnittlich 3 - 5 m
- Anbieter: Infsoft***, Situm****, Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt - Fakultät Informatik und Wirtschaftsinformatik*****

Sichtbares Licht

Bei diesem System nutzt Phillips ihr Wissen über Fertigungstechniken von LED-Lichtern aus, um ein spezifisches Flimmern einer Lichtquelle zu erzeugen, welches für das menschliche Auge nicht sichtbar ist, jedoch mit Hilfe von Kameras in Smartphones zu erkennen ist. Bei einer genügenden Ausleuchtung mit von Philips speziell konfigurierten LED-Lichtquellen wird dabei eine sehr hohe Präzision erreicht.

- Genauigkeit: < 30 cm
- Nachteil: Hohe Installationskosten
- Anbieter: Phillips*+

Schallwellen

Lautsprecherboxen senden nicht hörbare Ultraschall-Klänge, die zur Ortung benutzt werden.

- Vorteil: Lautsprecherboxen sind günstig und je nach Konzept evtl. schon vorhanden.
- Genauigkeit: 2 m
- Anbieter: Koopango: Mobiltelefon basierte Ultraschall Kommunikation**+.
- Sensor Fusion

Die Verknüpfung aller vorher aufgezählter Sensorsysteme und weiterer ist unter dem Namen Sensor Fusion bekannt und wird von vielen der Systeme, die hier beispielhaft genannt wurden auch schon genutzt.

1 Ein Sortiment von iBeacons von unterschiedlichen Herstellern Quelle: wikipedia.org

Übersicht über aktuell in Smartphone eingesetzte Sensorsystemen die zur Navigation benutzt werden kann

- WLAN
- Bluetooth
- Kompass
- Beschleunigungs- und Drehsensoren
- Mikrofon
- Kamera (siehe auch Abschnitt Augmented Reality für die neue Möglichkeit 3D Geometrien von Räumen zu erkennen)

Ausblick Indoor Navigation

Das Feld der Indoor-Navigation ist im Moment stark in Bewegung und sollte bei einem Einsatz auf die aktuellsten Entwicklungen geprüft werden. Eine hilfreiche Quelle dabei kann der Internationale Wettbewerb für Indoor Navigationssysteme EvAAL* bieten.

„Der EvAAL-ETRI Wettbewerb gilt aufgrund seiner wissenschaftlichen Standards und der Komplexität der zu bewältigenden Aufgaben als international anspruchsvollster Wettbewerb zum Thema Indoor-Positionierung. Der diesjährige Wettbewerb hatte den Schwerpunkt Smartphone-basierte Positionsbestimmung. Ein Anwender nutzt die Indoor Positionierung auf seinem Telefon wie andere Navigations Apps. Die Bestimmung der Position erfolgt mit Sensoren des Telefons, z.B. WLAN, Bluetooth, Kompass, Beschleunigungs- und Drehsensoren.“**

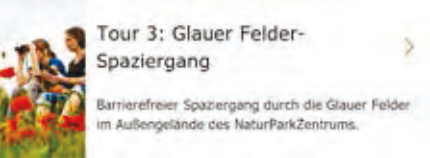
2.10.6 Touren

Klassische Touren können von geschulten Personen durchgeführt werden, welche eine Besuchergruppe durch eine bestehende Ausstellung oder auch die nähere Umgebung leitet. Dabei ist es möglich, dass Gruppenteilnehmer eine App aufrufen, auf der der Guide zusätzliche Medien für die Gruppe bereitstellt und an geeigneten Zeitpunkten auslöst (siehe Mediensteuerung) oder auch Inhalte in verschiedenen Sprache bereitstellt (siehe Inklusion).

Interessierte können jedoch auch selbständig mit Hilfe einer App aus verschiedenen Tour-Angeboten auswählen, die sie allein oder in Gruppen besuchen. Dabei ist es möglich, das Publikum einen vorgegebenen Pfad gehen zu lassen, der nicht nur in verschiedenen Sprachen angeboten wird, sondern auch z.B. speziell für Kinder gestaltete Inhalte vermittelt.

Eine andere Variante stellte die ungeführte Tour dar, in der eine Auswahl von Themenbereichen eigenständig entdeckt werden kann. Dabei wird eine Reihe von POIs vorgeschlagen die sich in einer selbst gewählten Reihenfolge entdecken lassen.

Je nach Anwendungsfall sind für Touren in einer App nicht nur Multimedia-Inhalte hinterlegt, sondern auch Pfade und POIs in Indoor- und Outdoor-Karten, in der sich der Benutzer mit Hilfe der in den zwei vorherigen Abschnitten beschriebenen Navigationstechnologien orientieren kann.



2

* <http://evaal.aaloa.org/>

** <https://www.hft-stuttgart.de/Aktuell/Nachrichten/j2015/m1115/Indoor-Position/de>

2 Beispiel App: Naturpark Nuthe-Nieplitz: Verschieden Touren werden in einer outdoor Karte als Pfade dargestellt



1

2.10.7 Veranstaltungskalender

Veranstaltungskalender binden das Publikum in aktuelle Ereignisse ein. Dies fördert die Interaktion mit der Ausstellung und anderen kulturellen Ereignissen der Umgebung. Durch eine zentrale Datenverarbeitung ist es möglich, Ereignisse innerhalb einer App grafisch als Liste oder Tabelle einzubinden, die automatisch mit neuen Ereignissen versorgt wird. Des Weiteren können die Ereignissen in nativen Apps und PWA auch als Push Nachrichten angezeigt werden (siehe Abschnitt Progressive Web Apps).

Bildschirme innerhalb der Ausstellung (siehe Digital Signage), Email-Newsletter oder auch die Webseite der Ausstellung können mit der selben Schnittstelle oder sogar der selben App betrieben werden und so kostengünstig, da automatisiert, die Sichtbarkeit innerhalb und außerhalb der Ausstellung erhöhen (siehe auch Abschnitt Benutzung der zentralen Schnittstellen).

2.10.8 Quiz, Preisausschreiben

Die Integration eines digitalen Quiz fördert die Interaktion und motiviert zur aktiven Auseinandersetzung mit den Exponaten. Das Quiz kann direkt über die mobilen Endgeräte abrufbar sein oder wird über Leihgeräte bereitgestellt. Das Quiz-Tool kann unterschiedliche Konzepte innehaben, die auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt sind: Mit einem interaktiven Wissensquiz spielt man mit- und gegeneinander. Am Ende erhält die Gewinnerin oder der Gewinner ein digitales Abzeichen.

Bei einer Digitalen Schnitzeljagd in Form eines Quiz werden Hinweise auf Exponate gegeben, die man in der Ausstellung finden und nennen muss. So durchlaufen Mitspieler eine Quiz-Tour, die auf die persönlichen Interessen angepasst werden kann. Die inhaltliche Ausarbeitung kann mit (Museums-) Pädagogen oder Partnerhochschulen erfolgen, um die didaktische Ausrichtung zu gewährleisten.

Mit der Bereitstellung des Quiz über eine App kann sich der Nutzer bereits vor dem Museumsbesuch intensiv mit den Inhalten beschäftigen und mit erfolgreicher Absolvierung des Quiz oder Sammeln eines bestimmten Punktestands kostenlosen Eintritt erhalten.

2.10.9 Feedback (Formulare)

„Wer die Perspektiven und Bedürfnisse seiner Besucher berücksichtigen möchte, braucht verlässliche Strategien um etwas über sie herauszufinden.“* Um ein Museum besucherorientiert auszurichten, müssen unter anderem die Bedürfnisse und Erwartungen des Publikums analysiert, aber vor allem auch die Angebote seitens der Besucherinnen und Besucher evaluiert werden. Ein Instrument dafür ist die Besucherbefragung und Einbindung von Feedback-Formularen. Digitale Fragebögen, die über die smarten Endgeräte erreichbar sind, können direkt in der Konzeption eines Besucherinformationssystems (z.B. Multimedia-guide) mitgedacht werden. Alternativ kann mit diesem System eine Befragung durch das Personal des Museums mit Hilfe von Tablets oder Leihgeräten durchgeführt werden. Die Auswertung kann für die Museumsmitarbeiter in einem Content Management System visualisiert werden. Sämtliche Nutzerdaten werden anonymisiert und datenschutzkonform erhoben.

Mit Hilfe eines Feedback-Formulars lassen sich Fragen zum Exponat direkt an den Museumsmitarbeiter (z.B. Kurator) richten. Weiterhin können Anregungen zur Ausstellung gegeben werden, die ein Mitarbeiter anschließend evaluiert. Besonders interessante Fragen können in Form eines Newsletters aufgenommen werden. Damit zeigt das Museum, dass die Rückmeldung ihrer Gäste wichtig ist, und erarbeitet sich so eine Verbindung zu einer partizipativen Besucherschaft.

* <https://www.museumbund.de/besucherforschung-evaluation/>

** siehe Abschnitt Benutzung der zentralen Schnittstellen

*** <https://tools.ietf.org/html/rfc6455>

**** <https://mqtt.org/>

***** Vgl. Hochschule Luzern - Design & Kunst (2011): Social Media für Museen, https://www.kiwit.org/media/material-downloads/hslu-dk-sozialemedien_doppelseiten_mittel.pdf, S. 5

1 Ereigniskalender Beispiel: Art Guide App <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mobileiq.artfund>

2.10.10 Mediensteuerung

Während die meisten hier vorgestellten Kommunikationswege einseitig Informationen von einem Server zu den Nutzerinnen und Nutzern fließen lassen, gibt es auch Technologien, die es möglich machen, mit anderen Teilnehmern, dem Tourguide oder installierten Mediengeräten zu interagieren.

Dies erfordert die Benutzung von Protokollen, die eine symmetrische Kommunikation erlauben, welche gerade in letzter Zeit durch die starke Verbreitung der IoT-Technologien (Internet of Things - Internet der Dinge) vorangetrieben wurde. Weit verbreitete Protokolle, die dies umsetzen, sind REST-like APIs**, WebSockets*** und das Message Queuing Telemetry Transport (MQTT)****, was also als De-facto-Standard im IoT gesehen werden kann.

Mit Hilfe dieser Protokolle ist es möglich, Echtzeit-Nachrichten von einem Benutzer an ein Mediengerät oder einen anderen Benutzer zu schicken, aber vor allem auch von ihm empfangen zu werden. Dies ermöglicht es zum Beispiel, dass ein Tourguide auf den mobilen Geräten seiner Gruppe das Aufrufen einer Seite oder einer Mediendatei auslöst, oder dass ein Benutzer den Inhalt eines Bildschirms im Museum selber bestimmt.

2.10.11 Soziale Medien

Unterschiedlichste soziale Kanäle/Plattformen sprießen wie Pilze aus dem Boden, einige verweilen nur für kurze Zeit, andere sind im digitalen Kosmos etabliert. Diese Innovationskraft, die von ihrer Nutzergruppe ausgeht, kann für die Arbeit im Museum verwendet werden.***** Vor, während und nach dem Museumsbesuch kann Social Media eine vielseitige Rolle einnehmen. Sei es zur Vermarktung des eigenen Hauses oder Kommunikation und Involvement der Besucherschaft sowie sogar der bisherigen Nicht-Besucher.

Um direkt mit der Social Media Seite des Museums zu interagieren, kann in einer digitalen Anwendung (Multimediaguide/Museumsapp) aktiv zum Teilen der Museumserlebnisse (z.B. durch Fotos) aufgerufen werden. Durch die Einbindung von Publikumsbeiträgen, macht das Museum sich und seine Ausstellungen sichtbar oder kann die Besucher in die Entwicklung einer Ausstellung einbeziehen. Das mit Hilfe der Museumsapp geteilte Bild beinhaltet einen Link zur Webseite des Museums. Damit werden z.B. Facebook-Freunde/Twitter-Follower durch einen Klick auf den Post direkt weitergeleitet.

2.10.12 Besucherstatistiken

Die vor allem von Webseiten bekannten Methoden, Besucherstatistiken (Web Analytics) zu sammeln und zu analysieren, werden seit langem auch im App-Bereich eingesetzt. Dabei können gängige Metriken eingesetzt werden

- Einzigartige Benutzer / Alle Benutzer
- Besuchte Seiten
- Besuche pro Zeitraum
- Länge der Verweildauer

Während diese Metriken von ihren Namen her dem Webkontext angepasst sind, lässt sich mit einer anderen Benennung klar die Vorteile beim Einsatz in einem Ausstellungs-Kontext erkennen. So indiziert die Anzahl der Aufrufe einer Seite mit weiterführenden Informationen zu einem Ausstellungsstück das Interesse des Publikums. Ähnlich verhält es sich mit der Metrik der Verweildauer.



Clavichord

Erbauer: Hieronymus Albrecht Hass
Ort / Zeit: Hamburg, 1728
Kat.-Nr.: 344

Wo finde ich dieses Instrument?

Mittlerweile fast vergessen, gehörte das Clavichord als eines der ältesten

Clavichord

Frage-Tool: Was möchten Sie über dieses Musikinstrument wissen?

Sie fragen, unsere Wissenschaftler*innen antworten!

An welche E-Mail-Adresse dürfen wir antworten?

enter email adress

Bitte geben Sie hier Ihre Frage ein:

enter your question

Clavichord

2 App des Musikinstrumenten-Museums Berlin, Staatliches Institut für Musikforschung, Screenshot

3 Feedbackformular des Musikinstrumenten-Museums, Staatlichen Instituts für Musikforschung

Page	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page
	1,837 % of Total: 3.60% (70,710)	1,587 % of Total: 2.81% (56,291)	00:01:23 Avg for View: 00:01:41 (-17.42%)
100. /search/site/events	828 (45.07%)	740 (46.83%)	00:02:38
101. /search/site/contact info	375 (20.41%)	350 (22.05%)	00:03:58
102. /search/site/google-analytics	23 (1.25%)	20 (1.26%)	00:00:15
103. /search/site/tag manager	20 (1.09%)	18 (1.13%)	00:00:24
104. /search/site/universaupgrades	20 (1.09%)	15 (0.95%)	00:00:41
105. /search/site/site search settings	10 (0.54%)	4 (0.25%)	00:00:08

1

er, die auf das Interesse von tiefgreifenden Informationen zu dem Ausstellungsstück hinweisen kann. Zusätzlich kann diese Information mit Hilfe eines Feedback-Formulars verknüpft werden. Mit diesen Mitteln können Ausstellungskuratoren Schrittweise ihre Ausstellung besser den Interessen der Besucherinnen und Besucher anpassen und aktualisieren.

Ein wichtiger Aspekt der Web Analytics ist die Frage nach dem Einsatz von anonymisierten Statistiken und die Respektierung von Initiativen wie Do Not Track* (freiwillige Selbstver-

pflichtung, Benutzer, die diese Information mitsenden, nicht zu verfolgen), den wir in diesem Anwendungsfall empfehlen würden.

Für das Erheben von Besucherstatistiken sollte ein ausgereiftes System benutzt werden, in dem aktuelle Tracking-Technologien umgesetzt und auch in Zukunft weiterentwickelt werden. Es sollte für die Speicherung von zeitbasierten Informationen ausgelegt sein und ein Benutzerinterface mit einer Reihe von grafischen Aufbereitungen der Besucherstatistiken mitbringen.

Dabei kann grundsätzlich zwischen zwei Arten der Erhebung unterschieden werden. Zum einen können Drittanbieter wie Google Analytics**, Clicky*** usw. verwendet werden. Bei ihrem Einsatz muss jedoch darauf geachtet werden, dass Daten an dritte Parteien weitergegeben werden und dass die Nutzer somit unbedingt darüber in der Datenschutzerklärung (Datenschutz-Grundverordnung****) aufgeklärt werden und dem Vorgehen auch zustimmen müssen. Zum anderen können selbst gehostete Lösungen wie Matomo*****, Open Web Analytics*+ usw. verwendet werden, die bei einer entsprechenden Konfiguration keine explizite Einwilligung der Nutzer erfordert, soweit das Tracking anonymisiert geschieht.

2.11 Leihgeräte vs. BYOD

2.11.1 Bring Your Own Device (BYOD)

Das Smartphone ist „zu einem unverzichtbaren Begleiter im Alltag fast aller Menschen geworden. So schnell hat sich bislang keine andere Technologie verbreitet“, sagte Bitkom-Präsidiumsmitglied Hannes Ametsreiter kurz vor dem Mobile World Congress 2018**+.

Die Nutzung eigener Smartphones in der Ausstellung hat zahlreiche Vorteile:

- Dadurch, dass das eigene Gerät genutzt wird, kann eine **automatische Erkennung der Muttersprachen** und eine entsprechende Inhaltsauslieferung erfolgen.
- Mit dem eigenen Gerät können Inhalte aus der Ausstellung – oder mit App-Unterstützung – Augmented-Reality-Selfies auf den persönlichen sozialen Netzwerken geteilt werden. Dies erhöht die **Sichtbarkeit im Internet**.
- Mit BYOD sind **weniger Leihgeräte** nötig.
- Durch Erweiterung von Museums-Apps zu themenbasierten News-Hubs wird die **Bindung des Publikums** erhöht und ein echter **Mehrwert auch nach dem Museumsbesuch** geschaffen.

- BYOD setzt dort an, wo für bestimmte Altersgruppen das Smartphone das wichtigste Gerät ist.
- BYOD erhöht die Nutzbarkeit digitaler Guides: Da das eigene Gerät verwendet wird, muss nicht erst die Bedienung eines Leihgerätes erlernt werden.
- BYOD ermöglicht erst **auf den einzelnen Personen abgestimmte Funktionen zur Inklusion** wie z.B. text-to-speech (TTS).

2.11.2 Leihgeräte

Ist eine ausschließliche Nutzung von BYOD aufgrund der Besucherzielgruppe nicht angezeigt, kann das BYOD-Konzept um Leihgeräte ergänzt werden.

Nachteile von Leihgeräten sind

- **Personalmehraufwand** zur Ausgabe und Abgabe der Leihgeräte
- **Verschleiß** der Geräte und daraus resultierende Wartungskosten
- **Stromverbrauch** beim Laden
- **Anbindung an Social Media schwierig**, da man Besucherinnen und Besucher schwer dazu bringen kann, sich auf anderen Geräten in ihren sozialen Netzwerken anzumelden
- Keine Vor- und Nachbereitung des Museumsbesuchs mit Hilfe der App, **keine Besucherbindung**
- Nutzerinnen und Nutzer sind **mit Leihgeräten ggf. nicht vertraut**

2.12 Inklusion

Die gezielte Einbindung digitaler Technologien kann zu einem barrierearmen Museumserlebnis beitragen. Unterschiedliche Bedürfnisse des Publikums prägen den Aufenthalt und die Informationsaufnahme im Museum. Verschiedene Vermittlungsangebote sind daher in der Konzeptionierung mitzudenken.

Bei der Anwendung von Informationstechnik gelten die barrierefreie Informationstechnik-Verordnung (BITV 2.0) sowie deren englische Version Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.0) als Richtwerte für die Entwicklung digitaler Lösungen. Grundlegende Punkte wie Wahrnehmbarkeit, Bedienbarkeit, Verständlichkeit und Robustheit werden hinsichtlich der Barrierefreiheit von Informationstechnik definiert (genaue Ausführungen sind in der BITV 2.0 und WCAG 2.0 dargestellt).* Eine barrierefreie Anwendung von Informationstechnik geht einher mit gestalterischen, programmiertechnischen, konzeptionellen und redaktionellen Grundlagen.

Mobile Endgeräte sind wichtige „Assistenten“ im Alltag. Eine digitale Anwendung auf den Smartphones, die Informationen zum Museum enthält und deren Inhalte, Funktionen und Design auf die Bedürfnisse der Person abgestimmt sind, kann ebenfalls diese Hilfestellung einnehmen.

Im Folgenden werden Menschen mit einer Beeinträchtigung berücksichtigt und exemplarisch aufgezeigt, wie eine Applikation im Museum eingebunden werden kann, um einen Zugang zur Ausstellung zu gewährleisten. Die Unterteilung bezieht sich auf Menschen mit einer Sehbehinderung, Erblindung, einem eingeschränkten Hörvermögen sowie Lernschwierigkeiten.

* <https://www.eff.org/issues/do-not-track>

** <https://analytics.google.com/analytics/web/>

*** <https://clicky.com/>

**** <https://dsgvo-gesetz.de/>

***** <https://matomo.org/>

*+ <http://www.openwebanalytics.com/>

**+ <https://www.heise.de/thema/MWC>

1 Google Analytics als Beispiel für eine Auswertung der Anzahl der Besuche pro Exponate und ihrer Verweildauer. Wenn jedes Exponat eine eigene Seite in der App hat entspricht der Besuch der Seiten dem Besuch des Exponats.

* Juristisches Informationssystem für die BRD (2011): Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung - BITV 2.0). Verfügbar unter https://www.gesetze-im-internet.de/bitv_2_0/BJNR184300011.html und W3C (2009, 29. Oktober): Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0. Verfügbar unter <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/>



1



2



3



4

.....
1 Taktiles Bodenleitsystem und Audio-App ermöglichen in der Berlinischen Galerie ein Kunsterlebnis für Blinde und Sehbehinderte, Berlinische Galerie, Foto: Harry Schnitger

2 Barrierefreies Hörerlebnis mit der Audio-App „Berlinische Galerie–ein inklusiver Guide“ Foto: Harry Schnitger

3 | 4 Die App “Königsfeld” beinhaltet eine Sprachauswahl mit Leichter Sprache. Die Texte sind dementsprechend angepasst.

2.12.1 Menschen mit einer Sehbehinderung oder Erblindung

Eine digitale Anwendung macht die Implementierung einer Indoor Navigation im Ausstellungsbereich möglich und bietet die Option einer eigenständigen Erkundung des Museums. Hierbei kann auf verschiedene Systeme/Technologien zurückgegriffen werden, z.B. WLAN-Triangulation, Visible Light Communication und Ultra-Wideband. Für die Orientierung im Außenbereich gilt das Global Positioning System (GPS), das über eine Genauigkeit von bis zu wenigen Metern verfügt.

Beschreibende Inhalte – in Form von Audiodateien – zu Exponaten, Tastmodellen, Tastplänen und zur Orientierung (im und außerhalb des Gebäudes) sind wichtige Informationsquellen für Gäste mit einer Sehbehinderung. Die Nutzung des eigenen mobilen Endgeräts zum Abruf dieser Informationen hat den Vorteil, dass grundlegende Einstellungen wie beispielsweise Schriftvergrößerung, Kontraste oder die Geschwindigkeit eines Screenreaders bereits vorhanden sind. Diese Bedienungshilfen – sogenannte assistive Technologien – sind bereits in den Smartphones integriert und lassen sich in Hinblick auf die vielfältigen Symptome einer Seheinschränkung und die daraus folgenden Bedürfnisse anpassen.

Eine Alternativversion von Text-, Audio-, Video- und Bildmaterial ist wichtig für die Erreichbarkeit sowie Auswahlmöglichkeiten. Alternativtexte (ALT-Texte) zu Audio, Film und Bildmaterial können in einem Content Management System eingearbeitet werden und werden dann über das Smartphone ausgegeben.

Werden Inhalte zum Museum bereits von zu Hause aus abrufbar gemacht, können sich blinde Personen besser auf den Museumsbesuch vorbereiten. Insbesondere sind Wegbeschreibungen und Beschreibungen des Gebäudes dafür hilfreich.

2.12.2 Menschen mit eingeschränktem Hörvermögen

Wie bei Menschen mit einer Sehbehinderung sind die Bedürfnisse von Menschen mit Höreinschränkungen sehr unterschiedlich. „Hörbeiträge als Lesetext“ oder „Untertitel für Filme“ sind nur für einen kleinen Teil der Hörgeschädigten eine Lösung. Prälingual und postlingual hörgeschädigte Menschen verfügen über einen unterschiedlichen Wortschatz. Über eine Tourauswahl lässt sich die gewünschte Tour zusammenstellen und den persönlichen Bedürfnissen anpassen. Dabei sind Informationen in Leichter Sprache sowie Videos in Gebärdensprache wertvoll.

Weiterhin kann eine Interaktion über das Smartphone mit Bildschirmen integriert werden. Die Bildschirme zeigen zum Beispiel Videos in Gebärdensprache in einem größeren Format, falls benötigt.

Medienstationen mit Audioelementen haben geeignete technische Zusätze für Schwerhörige (Induktionsschleife oder Möglichkeit des Anbringens einer Halsringsschleife).

2.12.3 Menschen mit Lernschwierigkeiten

Menschen mit Lernschwierigkeiten erfahren die Ausstellung mit Hilfe von Bildern, Filmen, Audiospuren und 3D-Modellen. Dieser Medienmix erleichtert die Aufnahme komplizierter Sachverhalte.

Die Möglichkeit, mit analogen sowie digitalen Exponaten in Interaktion zu treten, soll verschiedenste Besuchergruppen an die Ausstellungsthematik heranzuführen. Textliche Inhalte können in Leichter Sprache und einfacher Sprache hinterlegt werden. (siehe Beispiel linke Spalte)

3 Beispielhafte „Visitor Journey“

3.1 Prolog

Eine „Visitor Journey“ unter Berücksichtigung der eingangs erwähnten technologischen Möglichkeiten beginnt nicht erst mit dem Betreten des Museums, sondern viel früher: im Zuhause der Besucherinnen und Besucher. Durch entsprechendes Marketing kann das Museum bereits im Vorfeld auf seine Website und/oder App hinweisen, die (im besten Fall) den Usern auch ohne Besuch der Ausstellung schon einen echten Mehrwert liefern, auch wenn sie den Ausstellungsbesuch nicht ersetzen.

Mobile Website und App können im Vorfeld des Besuches Folgendes leisten:

Durch ansprechende Verfügbarmachung beispielhafter Inhalte aus der Ausstellung können Vorfreude und „Lust auf mehr“ erzeugt werden. Dies können sein:

- sogenannte Leuchtturmexponate
- AR-Inhalte
- Umfragen
- Quiz

Es können schon an diesem Punkt Eintrittskarten verkauft werden.

Eine interaktive, dynamische Anfahrtsbeschreibung kann den Weg zum Museum bedeutend erleichtern. Durch inklusiv gestaltete Inhalte können bisher nicht erreichte Besuchergruppen auf die Ausstellung aufmerksam gemacht werden.

3.2 Besuch

Das Publikum erreicht den Eingang des Museums in des ehemaligen AEG Kasi-nos über die Wilhelminenhofstraße am nordöstlichen Teil des Gebäudes (Abbildung unten, rotes Dreieck).

Schon beim Betreten des Museums gibt es die Möglichkeit, unterstützend zur traditionellen analogen Ausgabe von Eintrittskarten einen Ticketerwerb via Smartphone zu realisieren.



5

.....
5 Die moderne »Visitor Journey« beginnt bereits Zuhause.
Quelle: pxhere.com

4 Bruttokosteneinschätzung der digitalen Technologien

4.1 Minmale Ausstattung (in der Kostenschätzung in Band 2 enthalten)

Thema	Produkt/Leistung		Anschaffungskosten pro Stück	Laufende Kosten pro Monat	Mininmalversion		Hersteller
					Stückzahl	Anschaffungskosten	
Infrastruktur	Content-Server	~	8.500 €		1	8.500 €	
	Mediensteuerung/Mediaplayer	~	2.500 €		5	12.500 €	
	Bildschirm	~	10.000 €		5	50.000 €	
	Touchbildschirm	~	15.000 €		5	75.000 €	
	App Android & iOS	~	20.000 €		1	20.000 €	
	Augmented Realty App-Erweiterung	~	15.000 €		1	15.000 €	
	Progressive WebApp	~	5.000 €		1	5.000 €	
Zentrales Content Management	Content Management System - Lizenz	~		500 €	12	6.000 €	
Multimediaguide-Features	Veranstaltungskalender	~		150 €	12	1.800 €	
	Quiz / Gewinnspiel	~		150 €	12	1.800 €	
	Feedbacktools/Formulare	~		150 €	12	1.800 €	
	Touren	~		150 €	12	1.800 €	
	Social Media Anbindung	~		150 €	12	1.800 €	
	Statistiken	~		150 €	12	1.800 €	
Selfie-Station	Selfie Station BYOD	~	15.000 €		1	15.000 €	https://light-instruments.de/
Projection Laser und Video Mappi	Laserprojektor Indoor	~	15.000 €		1	15.000 €	
	Laserprojektor Outdoor	~	30.000 €		1	30.000 €	
	CMS für Steuerung der Interaktion	~	50.000 €		1	50.000 €	
Peppers Ghost Hologramme	Projektionsgazen	~ /m²	300 €		50	15.000 €	
		~	400.000 €		1	400.000 €	
VR/AR	VR-Brillen	~	8.000 €		3	24.000 €	https://www.gerriets.com/de/
	AR-Brillen	~	8.000 €		3	24.000 €	
	VR-Content	~	10.000 € - 250.000 €				
	AR-Content	~	10.000 € - 250.000 €				
Indoornavigation	Beacons	~	60 €		50	3.000 €	
	Lightnring Phillips	~ /m²	1.000 €				
	Schallwellen	~ -					
	Sensor Fusion	~ -					
Leihgeräte	Android oder iOS	~	300 €		20	6.000 €	
	Dockingstations	~	2.000 €		1	2.000 €	
Summe						786.800 €	

4.3 Bruttokosteneinschätzung der digitalen Technologien
Optimale Ausstattung

Thema	Produkt/Leistung		Anschaffungskosten pro Stück	Laufende Kosten pro Monat	Maximalversion		Hersteller
					Stückzahl	Anschaffungskosten	
Infrastruktur	Content-Server	~	8.500 €		1	8.500 €	
	Mediensteuerung/Mediaplayer	~	2.500 €		30	75.000 €	
	Bildschirm	~	10.000 €		30	300.000 €	
	Touchbildschirm	~	15.000 €		30	450.000 €	
	App Android & iOS	~	20.000 €		1	20.000 €	
	Augmented Realty App-Erweiterung	~	15.000 €		1	15.000 €	
	Progressive WebApp	~	5.000 €		1	5.000 €	
Zentrales Content Management	Content Management System - Lizenz	~		500 €	12	6.000 €	
Multimediaguide-Features	Veranstaltungskalender	~		150 €	12	1.800 €	
	Quiz / Gewinnspiel	~		150 €	12	1.800 €	
	Feedbacktools/Formulare	~		150 €	12	1.800 €	
	Touren	~		150 €	12	1.800 €	
	Social Media Anbindung	~		150 €	12	1.800 €	
	Statistiken	~		150 €	12	1.800 €	
Selfie-Station	Selfie Station BYOD	~	15.000 €		4	60.000 €	https://light-instruments.de/
Projection Laser und Video Mappi	Laserprojektor Indoor	~	15.000 €		6	90.000 €	
	Laserprojektor Outdoor	~	30.000 €		6	180.000 €	
Peppers Ghost Hologramme	CMS für Steuerung der Interaktion	~	50.000 €				https://www.gerriets.com/de/
	Projektionsgazen	~ /m²	300 €		250	75.000 €	
VR/AR		~	400.000 €			400.000 €	
	VR-Brillen	~	8.000 €		10	80.000 €	
	AR-Brillen	~	8.000 €		10	80.000 €	
	VR-Content	~	10.000 € - 250.000 €				
Indoornavigation	AR-Content	~	10.000 € - 250.000 €				
	Beacons	~	60 €		200	12.000 €	
	Lightning Phillips	~ /m²	1.000 €				
	Schallwellen	~ -					
Leihgeräte	Sensor Fusion	~ -					
	Android oder iOS	~	300 €		100	30.000 €	
	Dockingstations	~	2.000 €		5	10.000 €	
						1.907.300 €	

4.2 Bruttokosteneinschätzung der digitalen Technologien

Optimierte Ausstattung

Thema	Produkt/Leistung		Anschaffungskosten pro Stück	Laufende Kosten pro Monat	Mediumversion		Hersteller
					Stückzahl	Anschaffungskosten	
Infrastruktur	Content-Server	~	8.500 €		1	8.500 €	
	Mediensteuerung/Mediaplayer	~	2.500 €		15	37.500 €	
	Bildschirm	~	10.000 €		15	150.000 €	
	Touchbildschirm	~	15.000 €		15	225.000 €	
	App Android & iOS	~	20.000 €		1	20.000 €	
	Augmented Realty App-Erweiterung	~	15.000 €		1	15.000 €	
	Progressive WebApp	~	5.000 €		1	5.000 €	
Zentrales Content Management	Content Management System - Lizenz	~		500 €	12	6.000 €	
Multimediaguide-Features	Veranstaltungskalender	~		150 €	12	1.800 €	
	Quiz / Gewinnspiel	~		150 €	12	1.800 €	
	Feedbacktools/Formulare	~		150 €	12	1.800 €	
	Touren	~		150 €	12	1.800 €	
	Social Media Anbindung	~		150 €	12	1.800 €	
	Statistiken	~		150 €	12	1.800 €	
Selfie-Station	Selfie Station BYOD	~	15.000 €		3	45.000 €	https://light-instruments.de/
Projection Laser und Video Mappi	Laserprojektor Indoor	~	15.000 €		3	45.000 €	
	Laserprojektor Outdoor	~	30.000 €		3	90.000 €	
	CMS für Steuerung der Interaktion	~	50.000 €				
Peppers Ghost Hologramme	Projektionsgazen	~ /m²	300 €		100	30.000 €	
		~	400.000 €			400.000 €	
VR/AR	VR-Brillen	~	8.000 €		6	48.000 €	https://www.gerriets.com/de/
	AR-Brillen	~	8.000 €		6	48.000 €	
	VR-Content	~	10.000 € - 250.000 €				
	AR-Content	~	10.000 € - 250.000 €				
Indoornavigation	Beacons	~	60 €		100	6.000 €	
	Lightnring Phillips	~ /m²	1.000 €				
	Schallwellen	~ -					
	Sensor Fusion	~ -					
Leihgeräte	Android oder iOS	~	300 €		60	18.000 €	
	Dockingstations	~	2.000 €		3	6.000 €	
						1.213.800 €	

5 Exponate und Themen aus dem Deutschen Technikmuseum und dem Industriesalon Schöneweide e.V.

Eine große Zahl von möglichen Exponaten aus der AEG-Ära werden im Deutschen Technikmuseum in Berlin aufbewahrt und sind dort nur teilweise zu sehen. Auch viele Materialien (Dokumente, Exponate) aus dem Archiv im Industriesalon Schöneweide e.V. könnten in die Ausstellung Electropolis überführt werden, wie eine erste Durchsicht ergab. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um Kabelstücke (ursprünglich zu Ausstellungszwecken bei Messeauftritten der KWO), Beschilderungen, Filme, Dokumente, Zeitschriften etc.. Im Folgenden werden einige möglich Exponate beispielhaft und ohne Kommentar aufgezeigt.

1 Elektrischer Tee- und Wasserkessel AEG-Union Wien III
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA], <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=38793>, 200220 sh

2 Elektrischer Tischventilator AEG E Typ WB 0
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA], <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=38901>, 200220 sh

3 Elektrisch beleuchteter Stopfpilz
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA] <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=37420>, 200220 sh

4 Elektrischer Haartrockner Sanitas 'Foen'
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA] <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=37239>, 200220 sh

5 Trockenrasierer AEG Typ RU 1 E/75
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA] <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=38554>, 200220 sh

6 Elektrischer Tee- und Wasserkessel AEG, Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA] <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=38470>, 200220 sh



1



2



3



4



6



8

7 Elektrischer Eierkocher AEG, Nachbau, Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA] <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?objektnum=58985&imagenr=35402>, 200220 sh

8 Kabel, Staubsaugerzubehör
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA] <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?objektnum=58712&imagenr=33479>, 200220 sh



1



2



3



4 | 5



6 | 7



8



9

10 | 11



12 | 13



- 1 Rohrtauchsieder Stiebel Eltron
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA]
<https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=36866>, 200220 sh
- 2 Elektrischer Wasserwärmer AEG, Nachbau, Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA], <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?objektum=59195&imagenr=36846>, 200220 sh
- 3 Elektrisches Reise-Bügeleisen AEG
<https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=38259>
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA], 200220 sh
- 4 Elektrisches Heizkissen AEG Typ HK – Detail, Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA]
<https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?objektum=59157&imagenr=36619>, 200220 sh
- 5 Steckerkabel, Zubehör zu Elektrischer Tee- und Wasserkessel
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA], <https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=38766>, 200220 sh
- 6 Weihnachtsbaum-Kerzengirlande
Herkunft/Rechte: Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin [CC BY-NC-SA] ,
<https://berlin.museum-digital.de/singleimage.php?imagenr=38448>, 200220 sh

- 7 Betriebszeitung des VEB-Werks für Fernseh-elektronik, 8. Januar 1960
- 8 Ein AEG-Kabel von 1889
- 9 KWO-Fernmeldekabel von 1956
- 10 Trägerfrequenzkabel des KWO
- 11 Sortiment verschiedener Röhren
- 12 Zwickelölkelabel des KWO
- Quelle 7–12: Archiv des Industriesalons Schöneeweide e.V.



Objekte aus dem Sammlungsbestand des
Industriesalons Schöneweide e.V. – Forum für
Industrie-Technik-Kultur



1

6 Erste mögliche Sonderausstellung

Das Kabelwerk Oberspree – Geschichte eines Industriegiganten

Das Kabelwerk Oberspree (KWO) gilt als einzigartiges Monument der deutschen Industriegeschichte. Mit ihm verbindet sich der Aufstieg von Berlin zur „Elektropolis“ – der Stadt der Elektrotechnik, die die Welt veränderte.

Diese zukünftige Ausstellung präsentiert Bruchstücke aus der 115-jährigen Geschichte des KWO. Sie wird in Zusammenarbeit mit Zeitzeugen entstehen. Damit wollen wir den derzeitigen Stand unserer Kenntnisse und Exponate zeigen. Die Ausstellung wird den Beginn einer langfristigen Forschungsarbeit markieren, deren Ziel auch eine verbesserte Kenntnis und Darstellung des Industriegiganten KWO ist.

6.1 Kurze KWO Chronologie

1897 wurde das damals modernste und größte Kabelwerk Europas innerhalb weniger Monate von der AEG (Allgemeine Elektrizitätsgesellschaft) erbaut. Unter der Führung von Emil Rathenau entwickelte sich eine komplexe Fabrikanlage mit einer großen Fertigungsbreite. Produziert wurde alles, was Strom fließen lässt, außerdem Maschinen, Anlagen für Funk- und Fernmeldetechnik sowie Automobile. Mit dem KWO verbinden sich bedeutsame Leistungen auf dem Gebiet der Elektrotechnik.

Neben dem historischen Gründerzentrum der AEG entstanden Wohnquartiere und deren Folgeeinrichtungen – Schöneweide entwickelte sich zu einer Industriestadt mit Modellcharakter.

1952 wurde das KWO zum „volkseigenen“ Betrieb (VEB), 1967 zum ersten Kombinat der Elektrotechnik. Mit seinen 6 000 Beschäftigten war das KWO einer der Vorzeigebetriebe der DDR.

Nach der friedlichen Revolution privatisierte die Treuhand das Werk, teilte es und verkaufte die einzelnen Betriebsteile. Neben der stark verkleinerten Kabelproduktion befindet sich heute die Hochschule für Technik und Wirtschaft auf dem ehemaligen Betriebsgelände.

Der Industriesalon sammelt fortlaufend Erinnerungen, Dokumente, Gegenstände zur Industriehistorie von Schöneweide.

Den Zeitzeugen und Leihgebern sei herzlich gedankt.

6.2 Chronik des Kabelwerks Oberspree

1895 Die AEG erwirbt ein Gelände von 103 000 qm im neu angelegten Industriegebiet Oberschöneweide

1896–1897 Bau der „Kraftcentrale Oberspree“, des ersten Drehstromkraftwerks Deutschlands

3.10.1897 Gründung des „AEG Kabelwerkes Oberspree“ durch Emil Rathenau
*„Das Kabelwerk Oberspree (...) konnte noch gegen Ende des vergangenen Jahres [1897] den Betrieb in vollem Umfang aufnehmen. Schon im Verlauf von wenigen Monaten steigerte sich indessen der Absatz aller Erzeugnisse in solchem Maße, daß die Werkstätten trotz Hinzunahme von Nachtschichten weder für die alten Fabrikationszweige noch für die neu hinzugekommenen Betriebe: die Bleikabelfabrik und das Kupferwerk genügend Raum boten. Wir sahen uns deshalb veranlaßt, im Frühjahr zu erheblichen Vergrößerungen der Anlagen zu schreiten und die gesamte nutzbare Fläche der Werkstätten auf 30.000 m² zu vermehren.“**

.....
 1 Steinrelief mit Sonne und Leitungsmast am ersten Drehstromkraftwerk Deutschlands, westlich des Kasinobaus.

*AEG Geschäftsbericht 1898

1898 Inbetriebnahme des Kupferwalzwerkes und der Drahtzieherei. Beginn der Herstellung von Bleikabeln, gewalztem und gezogenen Kupferdraht. Beginn der Arbeiten am System Slaby-Arco für drahtlose Telegrafie.

1899 Beginn der Herstellung von Fernsprechkabeln und Aluminiumleiterkabeln

1900 Produktion von Röntgenröhren und Röntgenapparaten

1901 Aluminiumgießerei, Anschaffung einer Spindelpresse für 60 t Druck zur Herstellung von Messing- und Aluminiumpressteilen

1903 Erste biegsame Starkstromkabel mit Papierisolation

1903/04 Starkstrom-Kabel für die Londoner U-Bahn.

1907/08 30-kV-Kabel für die Eisenbahn-Elektrifizierung.

1907/08 20 kV-Kabel, über 100 km für ein Bergwerksgebiet in England

1908 30 kV-Kabel an BEW, bis 1912 240 km verlegt

1909 Erweiterung der Starkstromkabelfabrik, Dampfturbinenschaufeln werden gewalzt

1910/11 Ausbau der Metallbetriebe: Press- und Stanzwerk, Messingstangen-Zieherei, Erweiterung des Rohrwalzwerkes; Neubau: Papierrohrfabrik, Metallgießerei Beginn der Fabrikation von Fernkabeln, Vorbereitung der Pupinspulenfabrik. 300 km 16 kV Kabel werden an die Deutsche Überseeische Elektrizitätsgesellschaft in Buenos Aires geliefert.

1912 Im Kupferwalzwerk werden 50 t Kupfer in 9 Stunden gewalzt – 12 Pressen in Betrieb

1913 KWO baut Verstärkerapparate für die Telefonverbindung zwischen Berlin und London. Ausführung eines Fernsprechkabelnetzes in Belgien. Geländeerweiterung um 62 000 qm

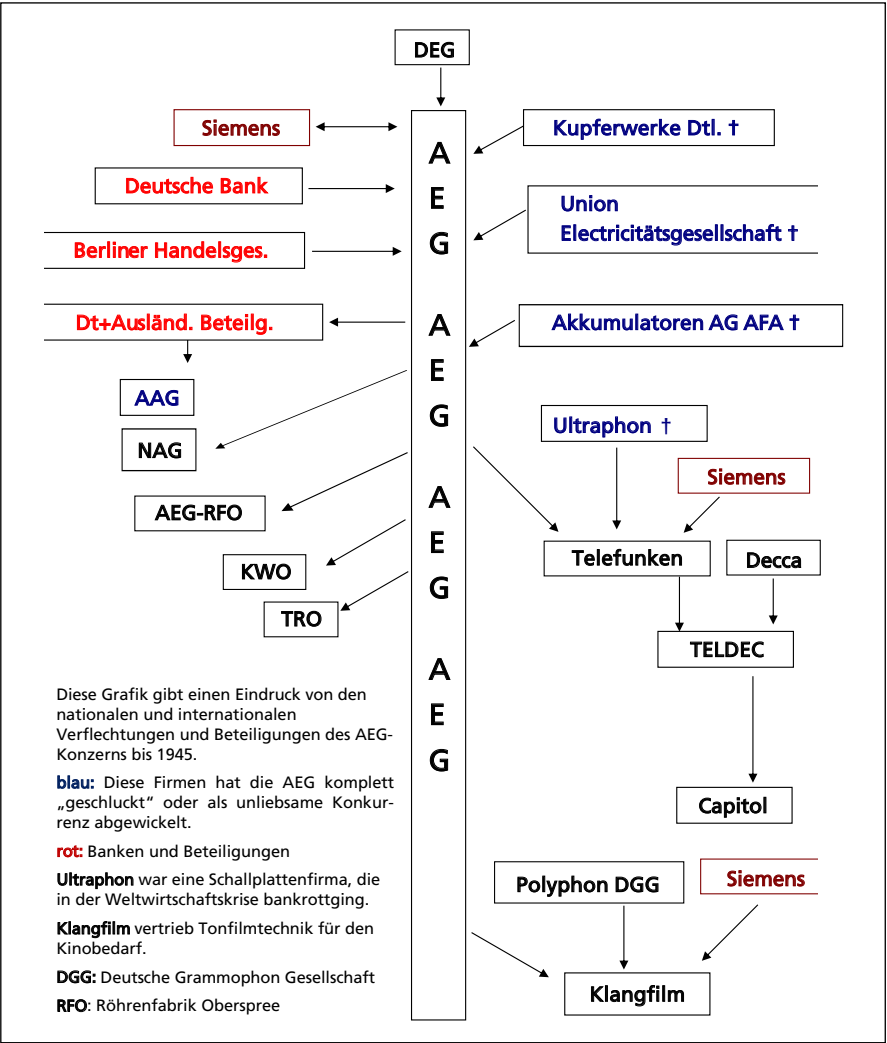
1914 Gleichstrom-Einfachkabel 60 kV nach Südafrika. Vergrößerung des Rohrwalzwerkes entsprechend erhöhten Anforderungen der Marine und des Turbinenbaus.

1914-1918 Erster Weltkrieg – Kriegsproduktion, u.a. Hartgummiverteilerplatten für Zündapparate, säurefestes Hartgummi für U-Boote.

1916 täglich 15 000 Stahlkartuschenhülsen

1917 täglich 45 000 Stahlkartuschenhülsen, 1400 Stück Mörserhülsen bis 21 cm Durchmesser

1920 Erstmals wird Duraluminium verarbeitet (eine Aluminiumlegierung mit 2,5–5,5% Kupfer, 0,2–5% Magnesium, 0,5–1,2 % Mangan und 0,2–1,0% Silici-

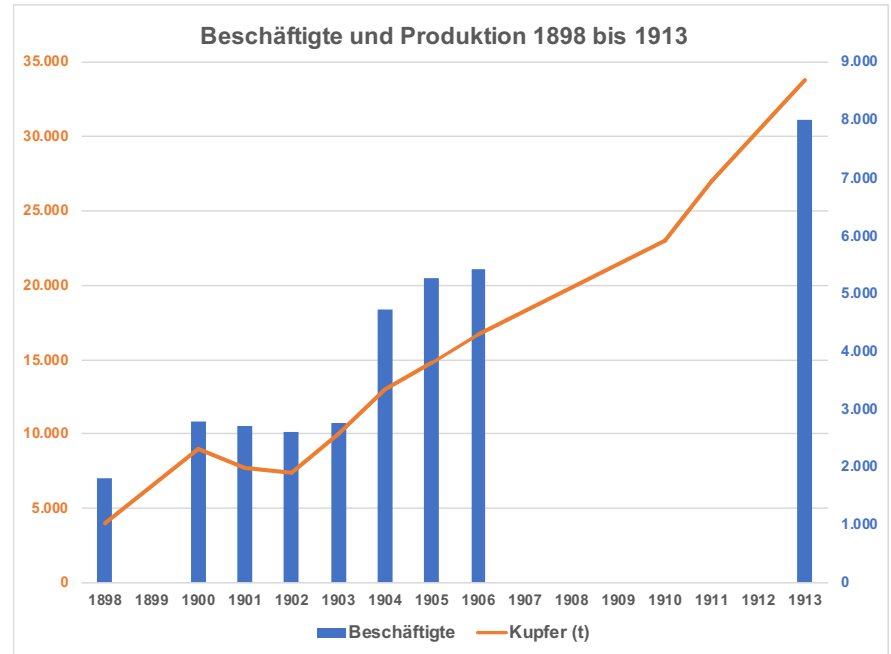


um), im Vergleich mit Reinaluminium hohe Festigkeit und Härte, hergestellt ab 1909 von den Dürener Metallwerken.

1921/22 Gummifabrik produziert: 1,6 Mio. Paar Schuhabsätze, Kämmen

1922 Verstärkerämter Frankfurt/Main und Altdorf ermöglichen den Fernsprechverkehr der in Genua tagenden Konferenz, deren Ergebnis der Rapallo-Vertrag war.

1923 Produktion von Gummischlauchleitungen



Der rasante Aufstieg des Werks zeigt sich am besten durch die Zahl der Beschäftigten und die Menge des verarbeiteten Kupfers. Begann das KWO 1897 mit 550 Mitarbeitern, war die Belegschaft nach fünf Jahren schon auf 2600 Mitarbeiter gewachsen. 1913 verarbeiteten 8000 Beschäftigte insgesamt 33 800 Tonnen Kupfer, acht Mal so viel wie 15 Jahre zuvor.

Fernmeldekabel aus Rumänien, Norwegen, Bulgarien, Brasilien, China

Elektrische Anlagen für die olympische Spiele (Lautsprecher, Fernsehen)

88 km Einleiter-Drehstromölkabel für 150 kV für Holland,

1938 Pressung der ersten Aluminiummäntel

Das KWO bedeckt eine Fläche von 184 000 m²

1939–1945 Zweiter Weltkrieg – Kriegsproduktion

1943/44 Kriegsschäden an etwa 25% der Gebäude, Spreehalle total zerstört

1941–1945 zunehmender Einsatz von Zwangsarbeitern

1945–1952 SAG-Zeit

1946 Verstaatlichung. Das KWO wird ein SAG-Betrieb (sowjetische Aktiengesellschaft) Reparationsleistungen an die Sowjetunion, teilweise Abbau ganzer Betriebsteile – 3200 Beschäftigte

ab 1945 Produktion von Gebrauchsgütern: Wachskerzen, Bratpfannen, eiserne Öfen, Feuerzeuge ...

ab 1950 Verlängerungsschnüre, Schukostecker

1952–1990 Das KWO in der DDR-Zeit

1952 Das KWO wird „Volkseigener Betrieb“ (VEB), Direktor wird Georg Pohler

1955 Einführung von Polyäthylen als Isolierung

1957 Errichtung des Fernmeldekabel-Betriebslaboratorium

1959–1964 Neubau der Spreehalle

1963 Gründung der Wickeldrahtfabrik

1960er Jahre Exportbeziehungen zu 40 Ländern

1967 Gründung des Kombinats VEB KWO.

Zum Kombinat gehören die Kabelwerke Oberspree, Meißen, Vacha, Plauen, Adlershof, Schönnow, Köpenick. 1989 gehören 13 Betriebe zum Kombinat.

1970er Jahre Konsumgüterproduktion, u.a. ein Gartensprühschlauch

1972 Lackdrahtproduktion wird nach Adlershof verlegt, 110 kV-Ölkabel

1974 Zentrale Plastaufbereitung

1976 Das Kombinat erhält den zusätzlichen Namen „Wilhelm Pieck“, der ab jetzt verwendet werden muss

1979 Erste Lichtwellenleiter-Versuchsstrecke

1981 Konstruktion, Fertigung und Montage von Hochspannungskabeln in Ägypten.

1975–1980 Spreeverlegung, Aufschüttung von Gelände in Ober- und Abtragung in Nieder-schöneweide um Bauland zu gewinnen

1981–1984 Auf dieser Fläche Bau der neuen Gummifabrik

1989 Das KWO hat 6 000 Beschäftigte, alle 13 Betriebe des Kombinats 16 000

Juni 1990 Das Kombinat zerfällt. Die 7 verbleibenden Kabelwerke bilden eine Holding KWO Kabel AG, in der das KWO als GmbH ein Teil ist.

März 1992 BICC Cables Ltd übernimmt das Management der Werke Oberspree, Köpenick, Adlershof und Schönnow. Im KWO verbleiben ca. 1 300 Beschäftigte.

Oktober 1992 Besuch der englischen Königin Elisabeth II.

1.02.1993 BICC übernimmt die KWO Kabel GmbH. Das Gelände wird geteilt, nur im westlichen Teil wird weiter produziert. Die Gebiete östlich des Gebäudes A2 übernimmt die Berliner Landesentwicklungsgesellschaft (BLEG), die in den folgenden Jahren Flächen und Gebäude saniert, teilweise abreißt. Die Vermarktung für Gewerbe gelingt jedoch nur teilweise.

1992–1994 Modernisierung der Produktion durch BICC, Investitionen von 150 Mio. DM.

1997 BICC verkauft das KWO an die Wilms-Gruppe, die einige Teilbereiche unter dem Namen BDK GmbH zunächst weiterführt.

2006–2009 Auf dem BLEG-Gelände siedelt sich die Hochschule für Technik und Wirtschaft an (HTW)

2010 Die Kabelproduktion wird eingestellt. Weitergeführt werden Drahtzug, PVC-Aufbereitung und Glasfaserkabel.



1

1 Tür an einem Gang zwischen U-Bahnstation und Eingangshalle des Bahnhofs Zoologischer Garten, Berlin, 8. Februar 2020, 21:27 Uhr



1



1



3



4



5

1 Am Kupferkai erreicht die Rohware das Kabelwerk

2 Weiterverarbeitung im Walzwerk

3 In der Drahtzieherei wird der Draht weiter verdünnt.

4 Um das Material elastisch zu machen, kommt der Draht in einen Glühofen.

5 Drahtwebstuhl in der Verseilerei

6.3 Der Weg des Kabels im KWO – vom Barren zur Seele

1 Anlieferung der Rohware auf dem Wasserweg

- Vierkantige, an den Enden zugespitzte Barren.
- Transport durch elektrische Laufkrane, die im Werk die Güterwagen der Industriebahn bewegen.
- US-Kupfer: besonders rein, um das Eindringen von Sauerstoff zu verhindern. Kein weiteres Umschmelzen nötig,

2 Walzwerk

- Barren werden hellrotglühend erhitzt, dann kommen sie zwischen die Walzen.
- Aus dem Barren entsteht ein langer dünner Stab, wird weiter gestreckt durch weitere Walzen. Glut wird zu bläulicher Schwärze.
- Der Stab wird zu einer sich krümmenden dünnen Schlange, die immer dünner und länger wird.
- Draht: Der Weg vom Barren zum Draht dauert wenige Minuten. Er ist rund, elliptisch oder viereckig, wird auf Rollen gewickelt.
- Der Draht geht durch ein Säurebad, um ihn von anhaftender Kruste zu befreien, dann Abspülen in Wasser.

3 Feinzieherei

Draht wird mit elektrischen Motoren durch Zieheisen hindurchgezogen, letztes Stadium der Drahtverdünnung, durchbohrte Diamanten als Ziehöffnungen. Feinste Drähte (diese allerdings nicht für Fabrikation großer Kabel).

4 Glühen

Draht kommt in Eisenbehälter, wird in Sand gelagert, in diesem Behälter in Glühofen. Zweck: Durch das Walzen und Ziehen ist der Draht hart und spröde geworden, wird wieder weich und elastisch, da weicher und elastischer Draht besser leitet

5 Prüfungsstelle

- auf Leitfähigkeit
- mechanische Eigenschaften
wichtig: darf keine Neigung zum Splittern haben, da er bei der Verseilung eine starke Drehung aushalten muss.

6 Verseilerei

Hier entsteht die Seele des Kabels:

Ein 2 mm dicker Draht, der sich von einer Spindel abwickelt, tritt in die trichterförmige Öffnung einer Radachse und wird dabei von 6 anderen Kupferdrähten spiralförmig umwickelt. Diese 6 Drähte wickeln sich von Rollen des sich drehenden Rades. (1+6)

Dieser Vorgang wiederholt sich bei weiteren Rädern mit Spulen:

Umwicklung mit 12 weiteren Drähten (1+6+12)

Umwicklung mit 18 weiteren Drähten (1+6+12+18)

Umwicklung mit 24 weiteren Drähten (1+6+12+18+24)

7 Die Isolierung

- Die Seele wird von weiteren Spindeln mit (pflanzlichen) Jutefasern umwickelt, die allein als Isolierung jedoch nicht reichen, da sie Feuchtigkeit enthalten.
- Kabel wird in Vakuumkessel geleitet. Durch Hitze wird das Wasser aus den Jutefasern hinausgetrieben.
- Vom Vakuumkessel weiter in offene Eisenbecken. Hier wird das Kabel mit einer teerartigen Mischung wasserdicht überzogen.

8 Bleikabelpresse

- Im Bleischmelzofen wird Blei geschmolzen. Fließt in flüssigem Zustand durch einen Trichter in den unteren Teil, durch den das Kabel hindurchgeht.
- Durch Pressen wird das Kabel luftdicht, nahtlos mit Blei umgeben
- Aufwicklung auf Kabeltrommel

9 Prüfung im Wasserbecken

Kabel wird in Wasserbecken hinabgelassen und unter Wasser auf seine elektrische Leitfähigkeit überprüft.

10 Schutzschichten gegen mechanische Beschädigungen

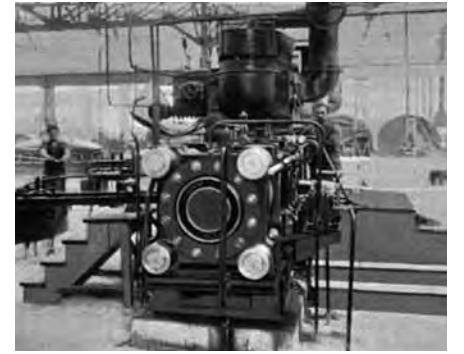
- Umwicklung mit weiterer Juteschicht
- Panzerung: Auf der Panzerung Umwicklung mit zwei Streifen Band Eisen.
- Eisen könnte rosten. Deshalb noch einmal Umwicklung mit imprägnierter Juteschicht.

11 Trommelfabrik

Als letztes Glied in der Kette werden hier die Trommeln hergestellt, auf denen die fertigen Kabel zum Versand aufgewickelt werden.

12 Fertiges Kabel zum Versand

- Aufwicklung auf Trommeln oder
- Aufwicklung in großen Ringen (ohne Trommel)
- Versand meist über die Industriebahn



6



7



8



9

6 Die Bleipresse ummantelt das Kabel luftdicht.

7 In Wasserbecken wird Dichtigkeit und Leitfähigkeit der Kabel geprüft.

8 Halle mit Klöppelmaschinen

9 Die Tischlerei fertigt die hölzernen Kabeltrommeln.



1

6.4 Das Kabelwerk Oberspree von 1897 bis 1945

1895 erwarb Emil Rathenau 103 000 qm Land in dem neu erschlossenen Industriegebiet an der Spree und machte Oberschöneweide zum Stammsitz der AEG. Herzstück war das Kabelwerk, das am 3. Mai 1897 in Betrieb ging. Vom benachbarten Kraftwerk Oberspree wurde das Kabelwerk mit Strom versorgt.

Im Laufe der Jahre entwickelte sich die Fabrikanlage zu einem der bedeutendsten Produktionsstandorte der AEG weltweit. Die AEG kaufte vielversprechende Patente an, um chancenreiche Produkte herzustellen. Eng gekoppelt an die Produktion waren Forschungslaboratorien, die fortlaufend neue Werkstoffe und Technologien entwickelten. Neben Kabeln stellte das KWO unterschiedlichste Produkte aus Metall, Gummi und anderen Rohstoffen her. Zu der großen Fertigungsbreite gehörten auch Kraftfahrzeuge (NAG) und die ersten funktelegrafischen Geräte.

6.5 Die Rathenau-Dynastie

Emil Rathenau (1838–1915) galt als ein Unternehmer neuen Typs, der seine Unternehmensplanung flexibel an die Marktkräfte anpasste. Früh erkannte er die Entwicklungschancen der Elektrotechnik und erwarb 1881 die deutschen Rechte an den Glühlicht-Patenten Edisons. 1883 gründete er die „Deutsche Edison-Gesellschaft für angewandte Elektrizität“ (DEG) und sicherte sich damit die alleinigen Rechte zum Aufbau einer deutschen Elektrizitätswirtschaft und öffentlichen Stromversorgung. Durch seine gezielte Fusions-, Kooperations- und Beteiligungs-politik baute er die AEG zu einem Konzern aus, der 1913/14 fast 70 000 Beschäftigte hatte.

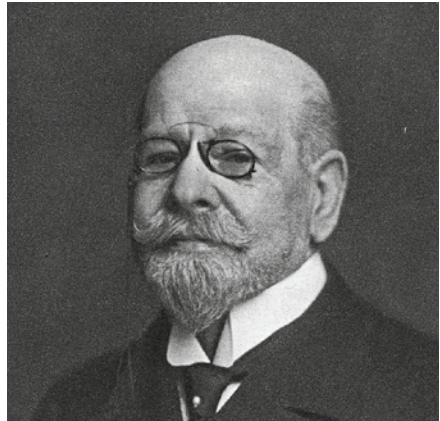
Mit dem Bau des KWO stieg die AEG in den weltweit wachsenden Markt für Starkstrom-Technik ein. Emil Rathenau richtete den Konzern auf seine Person aus und platzierte seine beiden Söhne in der AEG. Bau und Betrieb des KWO leitete der jüngste Sohn Erich Rathenau (1871-1903). 1901 wurde er Vorstandsmitglied der AEG und war zugleich für die Gemeinde Oberspree tätig. Nach dessen frühem Tod kümmerte sich Emil Rathenau um die Unternehmensleitung. Wichtige Entscheidungen traf er vor Ort im KWO. In seinen letzten Lebensjahren beteiligte er seinen Sohn Walther Rathenau (1867–1922) – den späteren Außenminister – an der Unternehmensführung.

Am 20. Juni 1915 starb Emil Rathenau und wurde in einer Halle des KWO aufgebahrt.

Die Verbundenheit der Familie Rathenau mit Oberschöneweide zeigt sich auch in der Familiengrabstätte auf dem Waldfriedhof Wuhlheide – in Sichtweite des KWO.

6.6 KWO als Attraktion

Der Besuch des modernen Kabelwerks gehörte bis in die 1930iger Jahre fest zum Berliner Besuchsprogramm. Versorgt vom Drehstromkraftwerk, waren dort die Vorteile der Starkstromtechnik zu besichtigen: 1900 waren bereits 800 Elektromotoren installiert, mehr als 2 000 Glühlampen und 400 Bogenlampen erleuchteten den Betrieb.



2



3

.....
1 Die älteste Ansicht des Kabelwerks aus dem Jahr 1897. Man erkennt die Drahtfabrik, rechts daneben den Verwaltungsbau A6, davor Hallenblock 1. Hergestellt wurden isolierte Drähte, Kabel, Hartgummi und Mikanit. Die Industriebahn war zu diesem Zeitpunkt noch pferdebespannt. Der elektrische Betrieb begann erst 1901.

2 Porträt von Emil Rathenau, undatiert

3 Trauerzug über das Werksgelände im Juni 1915

6.7 Geschlossener Fabrikationsprozess

Um unabhängig von schwankenden Preisen zu sein, wurde versucht aus den zugelieferten Rohmaterialien möglichst alle Zwischenprodukte für die Endfabrikate im Werk selbst herzustellen. Die Fabrikanlage entwickelte sich zu einem gewaltigen Komplex, der kontinuierlich ausgebaut wurde.

Bis zum Ersten Weltkrieg war das KWO in vier Bereiche gegliedert:

1. **Metallverarbeitung**
Kupferwalzwerk, Drahtzieherei, Blechwalzwerk, Gießerei, Preß- und Stanzerei, Drahtweberei. Verarbeitung von Kupfer, Kupferlegierungen, Aluminium, Eisen und Stahl zu Drähten, Profilstäben, Blechen.
2. **Gummifabrik**
Hier wurden Guttapercha und Gummimischungen insbesondere für Installationsleitungen vorgefertigt.
3. **Kabelwerk und Fabrik für isolierte Drähte**
Fertigung der auszuliefernden Finalerzeugnisse wie Kabel und isolierte Drähte aus vorgefertigten Leiter- und Isoliermaterialien.
4. **Interner Bereich**
Fertigung neuer Maschinen (insbesondere auch modernste Kupferflechtmaschinen für die Leitungsfabrik), Reparatur der alten Maschinen.

6.8 Rüstungsschmiede

Mit Beginn des Ersten Weltkriegs verlor die AEG ihre Auslandsmärkte. Sie suchte ihr Heil in der Rüstungsfertigung und wurde zum wichtigsten deutschen Fabrikanten für Munition und technische Ausrüstungen für das Heer. Im KWO arbeiteten zeitweise 24 000 Menschen.

Die Kriegswirtschaft führte zu erheblichem Wirtschaftswachstum. Die AEG baute den Standort Oberschöneweide weiter aus. Noch während des Ersten Weltkriegs wurden große Hallenblöcke erbaut. 1915–1917 wurde die kriegswichtige Automobilfabrik errichtet (Peter-Behrens-Bau) und schrittweise in Betrieb genommen.

Nach der Wirtschaftskrise brachte die Zeit des Nationalsozialismus neue Aufträge: 1936 wurde ein KWO-Koaxialkabel für die Fernsehübertragung Berlin – Leipzig eingesetzt, 1938 erfolgte die Verlegung einer 150-kV-Trasse von Rotterdam nach Den Haag.

1939 war die Zahl der Beschäftigten wieder auf 9 123 gestiegen, die Produktions-fläche betrug 184 000 m².

6.9 Zwangsarbeit im Kabelwerk

Während des Zweiten Weltkrieges wurden auch im KWO Zwangsarbeiter aus allen Teilen Europas in steigender Anzahl eingesetzt. Sie waren in etwa 40 Lagern in Ober- und Niederschöneweide untergebracht. Von den 13 000 Beschäftigten im Jahr 1944 waren 6 000 Lagerinsassen, 3 170 Ausländer und 680 KZ-Häftlinge. Männer mussten zuletzt pro Woche 69 Stunden, Frauen 60 Stunden arbeiten.

Das Dokumentationszentrum NS-Zwangsarbeit informiert am historischen Ort des letzten in Berlin fast vollständig erhaltenen Zwangsarbeiterlagers über die Geschichte der Zwangsarbeit während des Zweiten Weltkrieges. Adresse: Britzer Straße 5, Niederschöneweide



4

.....
4 Das damals modernste Kabelwerk Europas KWO war der Stolz der AEG
Quelle: Stiftung deutsches Technikmuseum^



1

6.10 Erfindungen und Entwicklungen im KWO

Autoproduktion

In den mechanischen Werkstätten des KWO richtete Emil Rathenau eine der ersten Automobilfabriken weltweit ein. Er schwärmte von einer Zukunft ohne Pferde, wenn auf allen Straßen Autos fahren würden – auch wenn Zeitgenossen meinten, er sei mit seinen 60 Jahren endgültig konfus geworden. Bald schon verfügte die „Neue Automobilgesellschaft“ über die fortschrittlichsten Industrieanlagen weltweit. Alle Drehbänke und Maschinen wurden erstmals durch Elektromotoren betrieben.



2

Klingenbergwagen

Automobilbau war damals technisches Neuland. Um Anfangsschwierigkeiten zu vermeiden, übernahm die AEG die Konstruktion von Professor Klingenberg. Mit Fantasie und Draufgängertum hatte das Technikgenie Klingenberg dieses Fünf-PS-Mobil entwickelt: Der wassergekühlte Einzylinder-Viertaktmotor erreichte eine Höchstgeschwindigkeit von 35 km/h. Ein Erfolgsmodell: Der erste Wagen der AEG wurde zum „VW“ der Jahrhundertwende. Im Werk Oberschönevide wurden Motoren, Luxus- und Lieferwagen gebaut, und ab 1903 auch LKW sowie Omnibusse.



3

Elektromobil

Nachdem brauchbare, transportable Akkumulatoren auf dem Markt erschienen, wurden in Schönevide Elektromobile produziert. 1907 stellte die N.A.G. dieses zweiseitige Fahrzeug mit Elektroantrieb vor. Es handelte sich um einen batteriegetriebenen PKW, der als leicht lenkbar, völlig geräusch- und geruchlos galt. Der elektrische Antrieb schien eine große Zukunft zu haben. Elektromobile fanden hauptsächlich im Stadtverkehr und als Taxis Verwendung.



4

Funkübertragung

Am wachsenden AEG-Standort wurden neueste Technologien erprobt wie die drahtlose Funkübertragung. 1902 tat sich Bemerkenswertes über den Dächern von Schönevide: Zwischen den 80 m hohen Schornsteinen der Kraftzentrale Oberspreewurden 100 Luftdrähte so geführt, dass sie einen Trichter für große Energieaufnahme ergaben. Mit dieser Versuchsantenne und einem Sender von einigen kW Leistung (Primärenergie 15kW) erreichten die Funkpioniere Slaby und Graf von Arco Reichweiten von 300 km. Daraus entwickelte sich der weltweite Funkverkehr – und der Begriff „Funken“, der bis heute für die drahtlose Nachrichtenübertragung steht.



5

Silizium

Im Metall-Labor des KWO kam es 1916 zu einem folgenschweren Versehen: der Ingenieur Jan Czochralski tauchte gedankenverloren seine Schreibfeder nicht in ein Tintenfass, sondern in einen Tiegel mit flüssigem Zinn. Ein Versehen, das die Welt veränderte, denn in dem langen, dünnen Faden an der Spitze erkannte er den ersten gezogenen Einkristall. Er entwickelte und verbesserte das Verfahren und benutzte es, um Kristallisationsgeschwindigkeiten abzuschätzen. Ab 1950 wurde das Verfahren in großem Stil praktisch verwendet. Bis heute entstehen Siliziumkristalle nach diesem Verfahren. Ohne sie kein Mikrochip, kein Handy, kein Computer.

Verstärkerröhren

In einem Laboratorium im KWO wurde am 1. März 1912 mit der Fertigung der „Ur-Mutter“ aller Verstärkerröhren begonnen: der nach ihrem Erfinder benannte Lieben-Röhre. Diese gasgefüllte Röhre hatte einen 20-fachen Verstärkungsfaktor. Sie ermöglichte die Verstärkung von Übertragungssignalen, also etwa dem Ton über eine Telefonleitung. Damit konnten die Voraussetzungen für den Aufbau des deutschen Ferntelefonnetzes und die Basis für zahlreiche zukünftige Erfindungen, die der Verstärkung von elektronischen Signalen bedurften, geschaffen werden.



6

Radio-Bauteile

Mit der Lieben-Röhre begann von Schönevide aus der Siegeszug der Elektronenröhren. Im AEG-Kabelwerk wurde sie in verkleinerter Form in Großserie gefertigt. Sie bildete die Grundlage für alle weiteren Röhrenentwicklungen und hielt Einzug in den Alltag z.B. als Bauteil des neu entwickelten Radios.

Tonbandgerät

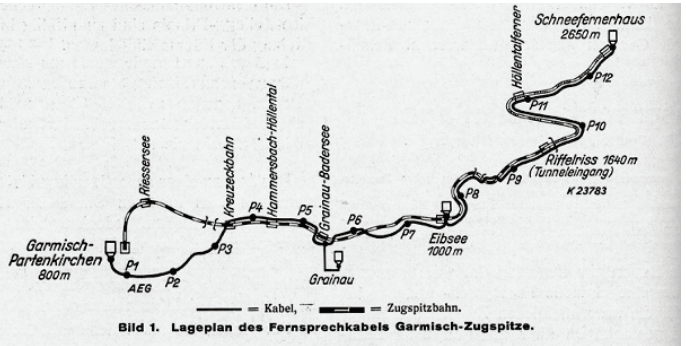
In einem Labor im KWO nahm ein alter Traum der Menschheit Gestalt an: Ingenieure der AEG entwickelten eine Maschine, die Musik, Sprache, Geräusche aufzeichnen und das Aufgezeichnete auch wieder hörbar machen konnte. Premiere hatte das Magnetophon 1935 auf der 12. Großen Deutschen Funkausstellung unter dem Berliner Funkturm. Die AEG zeigte auf ihrem Stand in der Halle IV mehrere vollständige Magnetophon-Apparaturen. Ungeachtet der heftigen Preise erwies sich das Magnetophon als Schlager der Ausstellung, bis ein Großfeuer die Halle und damit alle Prototypen zerstörte. In weiterer Entwicklungsarbeit entstand das neue Modell K2, ein vielversprechendes System wurde praxisreif.



7

Zugspitzkabel

Im Jahr 1930 lieferte das KWO eine Fernsprechkabelanlage, die für Aufsehen sorgte: ein 19,5 km langes Pupinspulen-Kabel, das vom Postamt in Garmisch-Partenkirchen bis hoch auf die Zugspitze verläuft. Bei der dreimonatigen Montage mussten die schwierigen klimatischen (Wasser, Schnee, Eis) und geologischen (Steigung, Erdbebewegungen, Steinschlag) Verhältnisse gemeistert werden. Die Sicherheit der Arbeiter war insbesondere gefährdet durch Gewitter und der damit verbundenen Aufladung jeglicher nicht geerdeter Gegenstände.



8



9

- | | |
|---|---|
| 1 NAG Automobilfabrik, Wagenmontage | 6 AEG-Verstärkerröhren |
| 2 Klingenbergwagen | 7 Magnetophon K1 1935 |
| 3 Elektro-Selbstfahrer mit Dame | 8 Telefon auf die Zugspitze: Die AEG liefert 1930 die Kabel aus Berlin, die von Garmisch-Partenkirchen aus bis zum Schneefernerhaus in 2650 Metern Höhe führen. |
| 4 Slaby-Arco Antennenanlage an den Türmen vom Kraftwerk | 9 Verlegearbeiten bei Schnee und Eis |
| 5 Siliziumkristalle | |



1

6.11 Soziale Infrastruktur

Bis 1918 Der weitsichtige Unternehmer Emil Rathenau erkannte, dass er nicht nur in Maschinen, sondern auch in gesunde und zufriedene Arbeitskräfte investieren musste, um erfolgreich zu sein. Von Anfang an gab es im KWO eine Werkskantine. Schon 1902 gründete die AEG eine Erholungsstätte für lungenkranke Männer in der Wuhlheide. Etwa zur gleichen Zeit entstand eine Betriebskrankenkasse, deren Gebäude in der heutigen Firlstraße 29 noch zu finden ist. Für Angestellte wurde 1905 das Haus Wilhelminenhofstraße 46 errichtet.

Nach 1918 Nach dem Ersten Weltkrieg beteiligte sich die AEG an einer Siedlungsgenossenschaft für Arbeiter und Angestellte des KWO. In Oberschöneweide entstand von Peter Behrens die Reihenhaussiedlung Zeppelin-, Roedern-, Fontanestraße.

1920er Jahre Die medizinische Versorgung wurde ausgebaut. In Notfällen fiel niemand ins Bodenlose.

1931 Eine AEG-Sportvereinigung gegründet. Zudem unterhielt die AEG zwei Erholungsheime.



2

6.12 Der volkseigene Betrieb: VEB Kabelwerk Oberspree

1945 wurde das KWO von der sowjetischen Armee besetzt. Neben einzelnen Maschinen wurde auch das Kupferwalzwerk demontiert und komplett nach Moskau verbracht, wo es bis 1990 in Betrieb war.

1946 wurde das KWO aus AEG-Besitz in Treuhänderschaft des Magistrats von Groß-Berlin übergeben und kurz darauf in die sowjetische Aktiengesellschaft „SAG-KWO“ überführt. Die deutsche Werksleitung unterstand einem sowjetischen Generaldirektor. Schwerpunkt der Produktion waren Kabellieferungen an die Sowjetunion.

1952 wurde das KWO der Regierung der DDR als „Volkseigentum“ (VEB) übergeben. VEB KWO gehörte nun zur „Vereinigung volkseigener Betriebe“ (VVB). Wie schon zu AEG-Zeiten, verfolgte der Betrieb auch in der DDR die Strategie, möglichst viele Vormaterialien selbst herzustellen und Arbeitsgänge im Werk zu konzentrieren. Es existierte eine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung im Werk. Das Kerngeschäft bestand in Starkstromkabeln, Fernmeldekabeln, Leitungstrossen, Wickeldrähten, Kabelgarnituren. Das gesamte Sortiment umfasste bis zu 20 000 verschiedene Erzeugnisse.

1960 begann der Aufbau des Kabelwerks Schwerin-Sacktannen unter der Leitung des KWO.

1967 wurde das KWO erstes Kombinat der elektrotechnischen Industrie und damit direkt dem Minister für Elektrotechnik und Elektronik unterstellt. Das KWO war der Stammbetrieb mit dem Auftrag, eine effektivere Wirtschaftsorganisation in der Kabelindustrie zu schaffen. Die Werkleitung des KWO wurde in Personalunion auch die Kombinatiensleitung.

1989 gehörten dreizehn Betriebe zum Kombinat VEB KWO – mit ca. 16 000 Beschäftigten.

Kupfermangel in der DDR führte zu neuen Produktionsverfahren wie Fließpressen oder Alcu-Drahtherstellung. Die wurden mit Nationalpreisen ausgezeichnet, hatten aber für die internationale Kabeltechnik keine Bedeutung.

1974 wurde im A3-Gebäude die Kunststoffaufbereitung in Betrieb genommen, (heute noch aktiv) um dem stark wachsenden Bedarf an Kunststoffkabeln nachzukommen.

1975 wurde damit begonnen, den Spreeverlauf zu verändern, um Bauland für eine neue Gummifabrik zu gewinnen.

1984 wurde die Gummifabrik in Betrieb genommen und belieferte u.a. auch das Reifenwerk Schmöckwitz.

In der Nachrichtentechnik begann in den 1970er Jahren verstärkt die Entwicklung der Lichtwellenleiterkabel. Im Betriebsteil Tabbertstraße (früheres Elektrowerk) wurde eine Fertigungsstätte eingerichtet.

1981 nahm die Deutsche Post eine 17 km lange Versuchstrasse von der Berliner Mitte bis nach Schöneweide in Betrieb.

Ende der Achtziger Jahre hatte das KWO 6000 Beschäftigte und galt als ein führender Betrieb in der elektrotechnischen Industrie – mit deutlichem Investitionsbedarf.



3

6.13 Arbeits- und Lebensbedingungen am KWO zur DDR-Zeit

(aus den Berichten von Zeitzeugen)

Betriebsklima im KWO

Die Verhältnisse und Beziehungen im KWO blieben von der Tradition der AEG beeinflusst, auch wenn man das in der SED nicht gerne hörte. AEG (Slogan: Aus Erfahrung gut) bedeutete für viele im KWO: ein gutes und zuverlässiges Werk. Dort gab nicht der Parteisekretär den Ton an, sondern der Werksdirektor.

„Geh zu Pohler – wird dir wohler.“

Man war stolz auf den Chef Georg Pohler, der in West-Berlin wohnte und jeden Morgen mit dem eigenen Auto über die Oberbaumbrücke kam. Pohler trat erst 1973 in die Partei ein. Daraufhin folgten viele leitende Angestellte, besonders des technischen Bereichs. Pohlers Dominanz nahm ab, die Partei setzte sich immer stärker durch.

Die Partei

In den 1970er und 1980er Jahren waren etwa zehn bis zwölf Prozent der Belegschaft in der Partei, wovon die meisten Angestellte waren, die sich davon Vorteile versprachen.

Für Genossen aus der Verwaltung gab es in den 1970er Jahren sogar einen Aufnahmestopp, denn die SED legte Wert darauf, eine Arbeiter-Partei zu sein.

Die meisten Arbeiter blieben skeptisch, was die Versprechungen der Partei auf bessere Arbeits- und Lebensbedingungen anging.

Forderungen der Belegschaft versuchte man allerdings nachzukommen: Manche Schmutzecken und Schwachstellen wurden beseitigt. In den 1970er Jahren wurde ein neuer Speisebetrieb geschaffen Die Imprägnieranlage und die neue Gummifabrik wurden neu gebaut – sie galten vorher vielen wegen der schlechten Arbeitsbedingungen als „Vorhof der Hölle“. Im Betriebsgelände wurden Fußwege angelegt – mit einer Barriere abgetrennt vom Dreck.

1 Reihenhaussiedlung in Oberschöneweide
Quelle: Landesdenkmalamt Berlin

2 Propagandabild von 1971. Köpenicker Kabelwerker der „vorbildlichen“ Brigade „Paul Robeson“ bereiten den kommenden Parteitag vor.
Quelle: Bundesarchiv, Bild 183-K0607-0001-001 / Kutscher (vereh. Kubiziel), Sig / CC-BY-SA 3.0
Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/deed.en>

3 Propagandabild von 1970: Besonders fleißige junge Arbeiter aus der Jugendbrigade „V.I. Lenin“ im VEB KWO werden ausgewählt, um zum Deutsch-Sowjetischen Jugendfestival nach Dresden zu fahren.
Quelle: Bundesarchiv, Bild 183-J0918-0009-001 / Brüggmann, Eva / CC-BY-SA 3.0
Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/deed.en>



1

Ausgezeichneter Betrieb der sozialistischen Arbeit

Für jeden Beschäftigten hieß das: sozialistisch arbeiten, lernen, leben. Der Kampf um den Titel „Kollektiv der sozialistischen Arbeit“ bedeutete für jeden, sich zu bestimmten Leistungen zu verpflichten, wie die Teilnahme an Kampfdemonstrationen oder an Kulturveranstaltungen. Jährlich wurde abgerechnet vom staatlichen Leiter und der Gewerkschaft.

Einkommen

Arbeiter verdienten 800 Mark brutto (Arbeiter wurde mit 5% versteuert, Angestellte 20%), dazu kamen bezahlte Überstunden. Der Betriebsleiter verdiente drei Mal so viel

Urlaub

Anfangs erhielten Arbeiter 13 Tage Urlaub, Angestellte 18 Tage. Samstags wurde ab 1976 nur alle 14 Tage gearbeitet, später gar nicht mehr. In den 1980er Jahren: gab es 21 Werkstage Urlaub – einen Hausarbeitstag pro Monat für Frauen und für alleinerziehende Männer.

Dreischichtbetrieb

In Schwerpunktbereichen von 6–14Uhr, von 14–22Uhr und 22–6 Uhr.

Kneipen in der Wilhelminenhofstraße wie die „Stumpfe Ecke“ waren für viele nach der Schicht das Ziel des Tages.

In der Produktion waren etwa zwei Drittel Männer und ein Drittel Frauen beschäftigt. Die Löhne der Frauen waren den Männern gleichgestellt.

Disziplinierung

Arbeiter, die sich nicht in den Produktionsalltag eingliedern konnten oder wollten, waren ein Problem. Das Kollektiv bekam den Auftrag, die Außenseiter zu disziplinieren. Bei Nichtgelingen konnte der Titel „Kollektiv der sozialistischen Arbeit“ aberkannt werden. Also bemühte man sich ständig, die Außenseiter irgendwie zu erziehen und ihnen zu helfen. Kündigungen waren allerdings schwierig – auch weil es immer zu wenig Arbeitskräfte gab.

Bindung an den Betrieb

Ein System von Vorzügen und Belohnungen sollte die Beschäftigten an den Betrieb binden. Besonders wichtig waren die Stammarbeiter – ihre Kinder wurden bei der Vergabe von Lehrstellen und Studienplätzen bevorzugt.

Besonders im Kollektiv gab es enge persönliche Beziehungen. Im Betrieb war es transparenter – so wusste zum Beispiel jeder, wer wie viel verdient.

Versorgung

Das KWO betrieb zusammen mit dem WF die Betriebspoliklinik Oberspree in der Steffelbauerstraße. Betriebsärzte waren für die medizinische Versorgung vor Ort verantwortlich. Zum sozialen Netz gehörten auch Kinderkrippe und Kindergarten sowie Ferienobjekte an der Ostsee.

Das KWO gründete eine eigene Arbeiterwohnungsbaugenossenschaft, die AWG Aktivist. Diese errichtete in der zweiten Hälfte der 1950er Jahre die ersten Neubauwohnungen in Oberschöneweide nach dem Zweiten Weltkrieg (zwischen Griechischer Allee und Zeppelinstraße).

1 Arbeiter 1970 an einer Aluminiummantelpresse
Quelle: Bundesarchiv, Bild 183-J0114-0006-001 / Brüggmann, Eva / CC-BY-SA 3.0
Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/deed.en>

Gut in Erinnerung haben ehemalige Kabelwerker das Kulturhaus Erich Weinert an der heutigen Spindlersfelder Brücke. Dort versuchten SED-Kulturfunktionäre den „Neuen Menschen“ zu formen. Mit einer verordneten und gut organisierten Geselligkeit sollten die Werktätigen noch enger an ihren Betrieb gebunden werden. Es fanden Großveranstaltungen, Feiern und eine umfangreiche Zirkelarbeit für Hobbyfilmer und Briefmarkenfreunde statt sowie Töpfer- und Malkurse. Dazu gehörte auch der Zirkel schreibender Arbeiter. Als Besonderheit gab es im KWO ein Arbeitertheater.



2

6.14 Arne Benary

Arne Benary (1929–1971) nimmt einen besonderen Platz in der Wirtschaftstheoriesgeschichte der DDR ein. Er war wesentlich beteiligt an der Ausarbeitung des Neuen Ökonomischen Systems der Planung und Leitung der Volkswirtschaft (NÖS), dem letzten großen Reformversuch der DDR.

Benary studierte Wirtschaftswissenschaften an der Universität Leipzig, war dort seit 1954 Oberassistent an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät und folgte 1955 seinem Lehrer Friedrich Behrens an das Institut für Wirtschaftswissenschaften der Deutschen Akademie der Wissenschaften. Zusammen mit Behrens verfasste er das Buch „Zur ökonomischen Theorie und ökonomischen Politik in der Übergangsperiode“. Darin wird die Frage nach der Rolle von Ware-Geld-Beziehungen im Sozialismus aufgeworfen, die bürokratische zentralistische Leitung der Wirtschaft wird kritisiert und eine größere Selbständigkeit der Wirtschaftssubjekte befürwortet.

Seine Thesen brachten ihm den Vorwurf des Revisionismus und ein Parteiverfahren ein. Die Verbreitung seiner wissenschaftlichen Ansichten wurde praktisch verboten. An den Universitäten, Hochschulen und wissenschaftlichen Instituten der DDR gehörte es damals zum guten Ton, den von der SED-Führung über Behrens und Benary gefällten Bannspruch zu befolgen.

1958 wurde Benary „zur Bewährung“ in das Kabelwerk Oberspree versetzt, wo eine Stelle als „Hauptökonom“ für ihn geschaffen wurde. Als ökonomischer Direktor setzte er sich für die Umsetzung des Neuen Ökonomischen Systems der Planung und Leitung der Volkswirtschaft in der Praxis ein.

Die wirtschaftlichen Reformbestrebungen in der DDR scheiterten. Arne Benary nahm sich am 10. Oktober 1971 das Leben. Bis heute wird Benary in der Linken als Vordenker einer sozialistischen Wirtschaftstheorie diskutiert.

6.15 Georg Pohler (1913–1997) – Generaldirektor vom KWO

Die Entwicklung des KWO und ab 1967 auch des gleichnamigen Kombinats ist maßgeblich mit dem Namen Georg Pohler verbunden. In seinen 47 Arbeitsjahren prägte der überzeugte Elektroingenieur das KWO und erwarb sich hohe Verdienste um die Kabeltechnik.

Bis 1963 wohnte Georg Pohler mit seiner Familie in West-Berlin. Täglich fuhr er mit seinem Wagen über die Grenze – ein Sonderstatus, der von seiner Bedeutung zeugt. Erst 1971 trat er in die SED ein – vorher nannte er sich selber einen „parteilosen Kommunisten“.

2 Das ehemalige KWO-Kulturhaus Erich Weinert neben der Wilhelm-Spindler-Brücke (Nordufer) ist heute eine Ruine. Foto von 2009. Foto: Angela Monika Arnold - Eigenes Werk, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=6811811>



1



2

Kurzbiografie:

23.11.1913 Geb. in Kamenz, Schlesien als Sohn eines Malermeisters

1931 Abschluss seiner Lehre mit der Gesellenprüfung als Elektromechaniker

1931–1934 Studium an der Höheren Technischen Lehranstalt Mittweida, Abschluss mit Staatsexamen als Elektro-Ingenieur

1934–1935 tätig als Messingenieur und Betriebsingenieur

Nov. 1935 Labor-Ingenieur im AEG-Kabelwerk Oberspree, Fachgebiet: Angewendete Werkstofftechnik für den Kabel- und Gerätebau

1942–April 1945 Leiter der Werkstoff-, Leitungs- und Wickeldraht- Laboratorien des Kabelwerkes und der Fernmeldekabel-Apparatefabrik.

Mai 1945 Betriebsleiter der Lackdrahtfabrik und Leiter der Laboratorien und Prüffelder der Leitungsfabrik

1949 Technischer Direktor

1952 Ernennung zum Werkdirektor des KWO durch die Leitung der sowjetischen Aktiengesellschaft

1952 Werkdirektor vom VEB Kabelwerk Oberspree

1967 Generaldirektor des Kombinats-Verbandes Kabelwerk Oberspree – das direkt dem Ministerium für Elektrotechnik /Elektronik unterstellt wird

1972-1982 Vorsitzender des Bezirksverbandes der Kammer der Technik

1977 Promotion an der TH Ilmenau, Thema: „Entwicklung von Kabeln zur Elektroenergieübertragung“

1978 Verleihung der Ehrenwürde als Dr.-Ing. E.h. von der Technischen Universität Dresden. Die Ehrung erfolgt in Anerkennung seiner herausragenden Leistungen auf dem Gebiet der Kabeltechnik für seine Förderung wissenschaftlicher Arbeit und seiner hervorragenden Leitungstätigkeit, Verleihung weiterer hoher und höchster staatlicher Auszeichnungen

1.3.1982 Minister für Elektrotechnik/Elektronik Steger verabschiedet Dr. Dr. E.h. Georg Pohler in den Ruhestand.

6.16 Das KWO im Umbruch

1989 war Berlin die Kabelhauptstadt der Welt. In beiden Stadthälften zusammen gab es die größte Konzentration von Kabelwerken überhaupt.

Das KWO war bis zur friedlichen Revolution der größte Kabelproduzent der DDR. 1990 zerfiel das Kombinat und die sieben verbliebenen Werke schlossen sich unter der Holding KWO Kabel AG zusammen. Neuer Eigentümer wurde die Treuhandanstalt, deren Aufgabe die Privatisierung der Werke war. Die Kabelproduktion am Standort Oberschöneweide wurde reduziert, nicht betriebsnotwendige Unternehmensteile wurden stillgelegt oder ausgegliedert. Der restliche Betrieb wurde unter dem Namen KWO Kabelwerke Oberspree GmbH fortgeführt.

1992 übernahm der Weltkonzern British Insulated Callender's Cables (BICC Cables Ltd.) die Managementverwaltung der Kabelwerke Oberspree, Köpenick, Schönow und Adlershof. 1993 erwarb die BICC diese vier Werke unter dem Namen KWO Kabel und ließ in Oberschöneweide weiter Kabel und Drähte produzieren.

1 Blick in die leere Werkhalle neben dem ehemaligen Kasinogebäude im Oktober 2019

2 Verlassene Produktionshalle in Gebäude A im November 2019

Die östlich gelegene Hälfte des KWO-Areals (130 000 qm) ging an die Berliner Liegenschaftsgesellschaft BLEG, die das Gelände treuhänderisch entwickelte. Für die Sanierung der Fabrikanlagen und die Dekontaminierung des Geländes musste ein dreistelliger Millionenbetrag aufgewendet werden.

1997 stellte die BICC die Großproduktion am Standort ein. Die Fertigung der Energie- und Signalkabel wurde verlagert – und kurzzeitig mit Kaiserkabel zum Unternehmen KAISER KWO Kabel fusioniert. Die Glasfaserkabelproduktion wurde an das amerikanische Unternehmen Corning veräußert.

Das Gelände in Oberschöneweide mit den darauf verbliebenen Restbetrieben erwarb im selben Jahr der größte deutsche Kabelproduzent – die Wilms-Gruppe.



3

6.17 Das KWO heute

Standort für Wissen

2004 fällt die Entscheidung: Die Hochschule für Technik und Wirtschaft zieht nach Schöneweide. Nach knapp fünf Jahren Planungs- und Bauzeit wird im östlichen Teil des KWO der Campus Wilhelminenhof feierlich eröffnet. Das bauliche Ensemble besteht aus fünf Altbauten und einem Neubaukomplex. Das erste Gebäude wird im Sommer 2006 durch den Fachbereich Gestaltung bezogen; die ingenieurwissenschaftlichen Fachbereiche sowie Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften folgen. Die frühere „Spreehalle“ ist heute das neue Domizil der Hochschulbibliothek und der Mensa des Studentenwerks.

Standort für Produktion

Eigentümer der zweiten Hälfte des KWO-Geländes ist heute die Wilms-Gruppe, die aber nur einen kleinen Teil der KWO-Gebäude für die Produktion nutzt. Für den Kabelhersteller ist die historische Bausubstanz eine Herausforderung: Die Gebäude sind größtenteils denkmalgeschützt, die Zufahrten eng, Erweiterungen und Ausbauten kaum möglich.

Die Wilms-Gruppe übernahm auch die Leitungsfertigung und lagerte sie aus der historischen Drahtfabrik in die Hallen der Starkstromkabelfabrik um. Doch die Produktion konnte nie wirtschaftlich betrieben werden und wurde 2010 geschlossen. Seitdem stehen die historischen Hallen der Starkstromkabelfabrik, die ersten hier errichteten Produktionsgebäude, leer. Nur noch die alten Verseil- und Armiermaschinen und die Anlagen zur Papierimprägnierung sind dort vorhanden.

Die Wilms-Gruppe führt unter dem Namen BDK GmbH die folgenden KWO-Betriebe fort:

- Drahtzug und Litzenherstellung**
Sitz im ehemaligen Kupferwerk, das 1989/1990 in der alten Halle völlig umgebaut und zu einem modernen Produktionskomplex gestaltet wurde.
- PVC-Aufbereitung** – ein Vorprodukt für die Kabelindustrie.
Verschiedene Zusatzstoffe werden vermischt und zu kleinen Pellets geformt, die als Isolierstoff für Kabel verwendet werden. Auch dieses Werk ist 1992–1994 modernisiert worden, als es noch der BICC gehörte. Weiterhin wurden in den letzten Jahren weitere Werke der Wilms-Gruppe auf das KWO-Gelände verlagert:
- Berliner Glasfaserkabel GmbH (BGF)** – in die modernisierte Halle 11
- Spirka-Schnellflechter GmbH (SSF)**
Über die weitere Entwicklung gibt es nur Spekulationen. Wahrscheinlich sollen weitere kleinere Produktionen aus dem Hause Wilms auf dem Werksgelände untergebracht werden.

3 Eingang zum Campus Wilhelminenhof in Berlin-Oberschöneweide, Oktober 2011
Foto: HTW Berlin/Alexander Rentsch - HTW Berlin, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=26211510>



6.18 Der Architekt Johannes Kraaz und seine Familie

Hausarchitekt der Familie Rathenau war Johannes Kraaz (1871 – 1916). Kraaz entwarf für Erich Rathenau auf dem AEG-Gelände nicht nur die Direktorenvilla, sondern auch das Kasinogebäude A5. Die Projekte des erfolgreichen Architekten ermöglichten der Familie zunächst einen großzügigen Lebensstil. Seine Frau Lucie Kraaz, geb. Schröter, (geb. 27.06.1877) stammte aus Greiz in Thüringen, wo ihr Vater eine Seidenweberei betrieb. Johannes Kraaz war u.a. Stadtverordneter der damals noch selbständigen Stadt Schöneberg.

Mit dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs 1914 mussten viele Bauvorhaben eingestellt werden. Das führte zum Ausfall der wirtschaftlichen Basis. Die Familie zog aus dem von Johannes Kraaz umgebauten Haus Berchtesgadener Straße 15 in Schöneberg in die bescheidenere Wohnung Luisenstraße 7 in Berlin-Lankwitz um. Hier wurde im August 1915 Eva geboren, das jüngste von insgesamt sieben Kindern.

Im darauffolgenden Jahr starb Johannes Kraaz im Alter von vierundvierzig Jahren. Er hinterließ eine mittellose siebenköpfige Familie. Für deren Lebensunterhalt musste in erster Linie die 1898 geborene älteste Tochter Ilse aufkommen.

Während der älteste Sohn Hans-Joachim (geb. 09.06.1901) einem Militärwaisenhaus zugewiesen wurde, gelangten die beiden jüngsten Söhne Gerhart und Wolfgang (geb. 07.08.1907) in das wohlhabende jüdische Waisenhaus Moshe-Stift, in dem sie die Schule besuchten, ohne die Mittlere Reife zu erlangen.

Gerhart Kraaz wurde am 22. Mai 1909 in Berlin als sechstes von sieben Kindern der Familie Kraaz geboren. Sobald der älteste Bruder Hans-Joachim Anfang der 1920er Jahre volljährig war, bezog er mit seinen Brüdern Gerhart und Wolfgang eine Wohnung in der Drakestraße, Berlin-Lichterfelde. Gerhart begann zu malen und kleinformatige Kaltnadelstiche anzufertigen. Aus dem Jahr 1922 stammt sein erstes Gemälde, eine kleine Ölstudie der lesenden siebenjährigen Eva. Zwischen 1925 und 1929 besuchte Kraaz die Vereinigten Staatshochschulen für freie und angewandte Kunst in Berlin-Charlottenburg. Durch die Fürsprache eines seiner Professoren wurde Gerhart Kraaz der kostenlose Besuch von Kursen an der Preußischen Akademie der Künste ermöglicht, darunter bei Max Liebermann, der seit 1920 die Präsidentschaft der Akademie innehatte.

Nach Birgit Löffler: Gerhart Kraaz. 1909-1971. Ein Zeichner im Dialog mit der Literatur

1 Zwischen 1901 und 1902 entstand das Direktorenwohnhaus für Erich Rathenau nach einem Entwurf des Hausarchitekten Johannes Kraaz. Aufnahme 2017
Foto: Stamm/Landesdekmalamt

2 Das ehemalige AEG-Kasino im Jahr 2012
Foto: Wolfgang Bittner/Landesdekmalamt

3 Blick in Speisesaal des Kasinos um 1900 mit einer Statue der Göttin Elektra auf der Empore

6.19 Das AEG-Kasino im Kabelwerk Oberspree (KWO)

Besondere Sorgfalt wendet die Verwaltung des Kabelwerks auch der Kantine zu. Die einzelnen Werkstätten des Kabelwerks müssen während der Mittagsstunden von den Arbeitern geräumt werden. Dafür hat die Werksleitung in der Kantine Räumlichkeiten geschaffen, welche allen denen, die während der Mittagsstunden ihr Heim nicht aufsuchen wollen, behaglichen Aufenthalt bieten. Die Kantine befindet sich in einem besonderen, in altdeutschem Stil gehaltenen Gebäude und enthält vier große Säle, zwei im Erdgeschoß, zwei im ersten Stock. Im Erdgeschoß speisen diejenigen, welche sich ihr Essen selbst mitgebracht haben oder denen es von Angehörigen nachgebracht wird. Zum Anwärmen oder Warmstellen der Speisen sind hier besondere Wärmeverrichtungen vorgesehen und außerdem ist in diesen Räumen kalte Küche erhältlich. In den oberen Sälen wird von der Kantinenküche warmes Essen verabreicht. Die Mittagsmahlzeit kostet hier im Wochenabonnement 25 Pfg., einzeln 35 Pfg. Die Bewirtschaftung erfolgt durch einen Wirt, welcher mit der Firma in besonderen Vertragsverhältnis steht. Zur dauernden Kontrolle der verabreichten Speisen und Getränke ist jedoch eine besondere, aus fünf Mitgliedern bestehende Kantinenkommission eingesetzt. Diese Kommission, welche ebenso wie die Sicherheitskommission Hand in Hand mit Vertrauensleuten aus der Arbeiterschaft tätig ist, führt die Aufsicht über die Kantine, über die Badeanstalten und über das mit der Kantine verbundene Lesezimmer. Von ihr geht auch die Veranstaltung von Vorträgen, Unterhaltungsabenden und gemeinnützigen Kursen aus, für welche die Säle des Kantinengebäudes stets zur Verfügung gestellt werden. So wurden beispielsweise mehrfach allgemeinverständliche Vorträge aus dem gesamten Gebiete der Elektrizität gehalten und für die weiblichen Angestellten wurden Kurse im Schneidern, Kochen und dergleichen veranstaltet.

Durch solche Anregungen wird ein beständiger und erfreulicher Zusammenhang zwischen den Angestellten und der Werksverwaltung unterhalten.

(aus: Das Kabelwerk der Allgemeinen Elektrizitäts-Gesellschaft, Berlin 1904)

Info: Durchschnittlicher Arbeitslohn eines Arbeiters in Deutschland im Jahr 1900: 834 Mark

Monatslohn: 69,50 Mark (etwa 28 Pfg/Stunde)

Ein 10 bis 12 Stunden-Tag ist die Regel bei 6 Arbeitstagen der Woche.

Frauen- und Kinderarbeit sind nur unwesentlich eingeschränkt. Sie verdienen durchschnittlich halb so viel wie die Männer.

Lebenshaltungskosten um 1900:

- 1 Kilo Schweinefleisch: 1 Mark, 50 Pfennig
- 1 Kilo Butter: 1 Mark, 86 Pfennig
- 1 Liter Milch: 20 Pfennig
- 1 Kilo Roggenbrot: 23 Pfennig
- 1 Kilo Weizenmehl, 36 Pfennig
- 1 Kilo Zucker: 65 Pfennig
- 1 Kilo Kaffee: 4 Mark, 15 Pfennig
- 1 Liter Bier: 24 Pfennig
- 1 Stuhl: 3 Mark, 75 Pfennig
- 1 Tisch: 8 Mark, 75 Pfennig
- 1 Herrenanzug: 10-75 Mark
- 1 Damen-Strickweste: 1-6 Mark
- 1 Zentner Kohle: 1 Mark, 20 Pfennig

Impressum KWO-Ausstellung

Texte und Recherche:
Frank Theves
Susanne Reumschüssel
Christina Hartig

Gestaltung:
Dietlind Kuntze

Dank an:
Matthias Rasch
Dr. Flügge
Dr. Trömel
Götz Grasshoff
Axel Gropp
Christian Henke
Hans-Henning Huth
Christa Jahn
Dieter Jancke
Hans-Jürgen Kittel
Bernd Mielke
Eveline Pohl
Peter Seifert
Beate Spickermann
Jochen Sühlfleisch
Ludwig Thiele
Hartmut Viergutz
Jochen Friedrich
Siegbert Kiste
Jörg Schmalfuß

ganz besonderer Dank an:
Uwe Metzler und
die fleißigen Mitwirkenden vom
Industriesalon Schöneeweide

Mit freundlicher Unterstützung
des Bezirksamtes Treptow-
Köpenick, Fachbereich Kultur



Volkskünstlerisches Schaffen zum Thema
Kabelwerk in der Hasselwerder Straße,
Schönevide