

Anja Schramm

Industrietourismus in Deutschland

Grundlagen, Vermarktung und Zielgruppenanalyse
dargestellt am IBA-Projekt F 60 in der Niederlausitz

Magisterarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2004 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832485498

Anja Schramm

Industrietourismus in Deutschland

Grundlagen, Vermarktung und Zielgruppenanalyse dargestellt am IBA-Projekt F 60 in der Niederlausitz

Anja Schramm

Industrietourismus in Deutschland

*Grundlagen, Vermarktung und Zielgruppenanalyse
dargestellt am IBA-Projekt F 60 in der Niederlausitz*

Magisterarbeit

Universität Potsdam

Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Geographie,
Abgabe Juli 2004



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 8549

Schramm, Anja: Industrietourismus in Deutschland -
Grundlagen, Vermarktung und Zielgruppenanalyse
dargestellt am IBA-Projekt F 60 in der Niederlausitz
Hamburg: Diplomica GmbH, 2005
Zugl.: Universität Potsdam, Magisterarbeit, 2004

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2005
Printed in Germany

I Einleitung	5
II Theoretischer Teil	7
1 Begriffsklärung	7
1.1 Kultur und Kulturtourismus	7
1.2 Industrietourismus	8
2 Entwicklung des Industrietourismus	9
3 Formen des Industrietourismus	10
3.1 In Betrieb befindliche Industrien	10
3.2 Stillgelegte Industriebetriebe	11
4 Umgang mit Industriedenkmalern	11
4.1 Erhalt in ihrer ursprünglichen Form	12
4.2 Inszenierung und Inwertsetzung	12
5 Barrieren von Industrietourismus	13
5.1 Mental-kognitive Barrieren	13
5.2 Ökonomische Barrieren	14
5.3 Rechtliche, organisatorische und physische Barrieren	15
6 Beitrag des Industrietourismus zur Entwicklung von Regionen	16
6.1 Endogene Regionalentwicklung	16
6.2 Nachhaltigkeit	18
6.3 Auswirkungen von Industrietourismus	19
Exkurs: Situation auf dem Tourismusmarkt in Deutschland	21
7 Alleinstellungsmerkmale industrietouristischer Angebote	22
8 Zielgruppen von Industrietourismus	23
9 Erfolgsfaktoren der Vermarktung industrietouristischer Angebote	24
9.1 Vermarktungsstrategien	24
9.2 Profilbildung	26
9.3 Orientierung an verändertem Nachfrageverhalten	27
9.4 Angebotsgestaltung	28
9.4.1 Präsentation der Angebote	28
9.4.2 Events im Tourismus	29
9.4.3 Industrietouristische Routen	31
9.4.4 Kombination mit anderen Angeboten.....	32

9.5 Werbung im Industrietourismus	33
9.6 Kooperation	33
III Industrietourismus an Beispielen	34
1 Ausgewählte Projekte und Routen	34
1.1 Die Alte Völklinger Hütte	34
1.2 Das Bergische Städtedreieck	36
1.3 Die Route der Industriekultur im Ruhrgebiet	39
1.4 Die Europäische Route der Industriekultur	40
2 Netzwerke zur Profilierung und Vermarktung von Industriekultur	41
2.1 Deutsche Gesellschaft für Industriekultur	41
2.2 NEKTAR: Das Netzwerk zu Industriekultur und Tourismus in Europa ..	42
IV Empirischer Teil	44
1 Charakteristik des Untersuchungsgebietes	44
1.1 Lage und Landschaftsbild	44
1.2 Strukturmerkmale	45
1.3 Bergbaugeschichte der Niederlausitz	49
2 Die Abraumförderbrücke F 60	49
2.1 Geschichte der Förderbrücke F 60	49
2.2 Der Förderverein F 60 und die F 60 Concept GmbH	51
2.3 Die F 60 als Bestandteil der Internationalen Bauausstellung Fürst-Pückler-Land	51
2.4 Touristisches Potenzial der F 60 und ihrer Umgebung	55
2.4.1 Niederlausitz	55
2.4.2 Das direkte Umfeld der F 60 – Der Bergheider See	56
2.4.3 Die Alleinstellungsmerkmale der F 60	58
3 Die Vermarktungsstrategie der F 60	58
3.1 Präsentation der F 60	58
3.2 Inszenierung der F 60	59
3.2.1 Licht-Klang-Installation	59
3.2.2 Events an der F 60	60
3.3 Werbung für die F 60	60
3.4 Vernetzung mit anderen Angeboten	62

4	Auswertung der Befragung	63
4.1	Untersuchungsdesign	63
4.2	Demographische Daten	64
4.3	Reisebegleitung und Anreiseverkehrsmittel	65
4.4	Herkunftsregion der Befragten	66
4.5	Dauer des Aufenthalts in der Region	68
4.6	Interessenlage der Befragten	69
4.7	Werbewirksamkeit	70
4.8	Differenzierte Zielgruppenbetrachtung	72
4.8.1	Zielgruppenbetrachtung nach Altersklassen	72
4.8.2	Vergleich Urlauber/Kurzurlauber und Tagesausflügler	73
4.8.3	Vergleich der Besucherstruktur in der Woche und am Wochenende	74
4.8.4	Zielgruppenabgleich IBA und F 60	75
4.9	Bewertung der F 60 aus Besuchersicht	76
5	Entwicklung der Besucherzahl	78
V	Zusammenfassung	80
1	Bewertung der Förderbrücke F 60 als industrietouristisches Angebot	80
1.1	Hinweise für die Angebotsgestaltung	80
1.2	Erfolgschancen der F 60	81
1.3	Die Einordnung der F 60 in industrietouristische Angebote	82
2	Erfolgsaussichten von Industrietourismus	82
	Literatur- und Quellenverzeichnis	84
	Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	90
	Anhang	91

I Einleitung

Besonders die altindustrialisierten Regionen in Deutschland stehen heutzutage vor großen strukturellen Problemen. Ihr ehemaliger Entwicklungsmotor, die (Schwer-) Industrie, ist nicht mehr in der Lage, zur Weiterentwicklung in der Region beizutragen, sondern steht vor umfangreichen Betriebsschließungen. Für die Bevölkerung in diesen Regionen ist dies mit einem tiefgreifenden Wandel ihres bisherigen Lebens verbunden. Arbeitsplatzverlust und damit der Verlust der ökonomischen Sicherheit können zu Abwanderungen führen. Die Region gerät in eine Art Schwebestadium zwischen zwei möglichen weiteren Zukunftsszenarien: Einerseits besteht die Gefahr eines Resignierens, was starke Abwanderungserscheinungen, Überalterung, keine Neuinvestitionen und einen Verlust der Lebensqualität der Bevölkerung zur Folge hätte. Andererseits besteht die Möglichkeit, die eigene Zukunft aktiv zu gestalten, indem man das Image der Region verbessert, Innovationen in die Region holt und damit die Standortattraktivität für Unternehmen und die Lebensqualität der Bevölkerung erhöht.

Alte Industrieanlagen, die als scheinbar wertlos gewordene Hüllen im Raum stehen, prägen das Landschaftsbild dieser Räume. Vom Großteil der Bevölkerung werden sie als Schandflecken und Zeichen des wirtschaftlichen Niedergangs angesehen und ihnen wird keinerlei Wert zugemessen. Eine Möglichkeit, diese alten Industrieanlagen und damit auch die Region dennoch zu neuem Leben zu erwecken, besteht in der touristischen Nutzung. Obwohl dieser touristischen Nutzung vielfältige Hindernisse entgegenstehen, besteht in ihr die Möglichkeit, in einer Region zum Strukturwandel beizutragen.

Herauszufinden, inwiefern dies möglich ist, welche Merkmale Besucher industrieturistischer Projekte aufweisen und wie die industrieturistischen Angebote gestaltet werden müssen, damit sie in das Bewusstsein der Menschen rücken und sich erfolgreich auf dem Tourismusmarkt positionieren können, war Ziel dieser Arbeit.

Ausgegangen wurde von den in der Literatur dargestellten theoretischen Grundlagen zum Thema Industrietourismus. Die Arbeit beschäftigt sich vordergründig mit Tourismus in stillgelegten Industriebetrieben und -objekten. Da Industrietourismus

aber auch in noch aktiven Industriebetrieben stattfindet, wird dieser mit seinen Merkmalen im theoretischen Teil ebenfalls erläutert.

Nach einer kurzen Vorstellung ausgewählter industrietouristischer Angebote und Institutionen soll an einem konkreten Projekt in der Niederlausitz, der stillgelegten Abraumförderbrücke F 60, die zu einem Besucherbergwerk umgestaltet wurde, gezeigt werden, ob die im theoretischen Teil gewonnenen Erkenntnisse bezüglich einer erfolgreichen Vermarktung und Angebotsgestaltung dort bereits Anwendung finden und welche Merkmale und Interessen die Besucher der F 60 kennzeichnen. Dazu wurde Ende August/Anfang September 2003 eine Besucherbefragung an der Förderbrücke durchgeführt. Der Fragebogen ist im Anhang beigefügt.

Aus den Ergebnissen der Befragung werden Schlussfolgerungen für die Angebotsgestaltung der Förderbrücke F 60 gezogen und Prognosen für die Zukunft dieses Projektes gegeben.

Ob Industrietourismus auch in Zukunft ein kleines touristisches Segment bleiben wird oder ob die Besichtigung stillgelegter Industrieanlagen künftig sich stärker auf dem Tourismusmarkt etablieren wird und inwiefern Industrietourismus zum Strukturwandel in altindustrialisierten Regionen beitragen kann, soll abschließend in dieser Arbeit geklärt werden.

Es gibt bisher wenig Literatur, die sich ausschließlich mit Industrietourismus beschäftigt. Ein Großteil der Literatur ist dem Kulturtourismus, dessen Unterform Industrietourismus ist, zuzuordnen¹. Aus diesen Quellen wurde versucht, die jeweils für den Industrietourismus relevanten Punkte herauszufiltern und auf ihn anzuwenden. Eine wichtige Quelle, besonders bezüglich einzelner Projekte und Institutionen, war das Internet. Internetquellen werden aufgrund der Länge einiger Links zur besseren Lesbarkeit der Arbeit zum Teil in Fußnoten angegeben. Steht eine Quellenangabe vor dem schließenden Satzzeichen bezieht sie sich nur auf den jeweiligen Satz, sonst gilt sie für den voranstehenden Abschnitt.

¹ Genauer dazu: II 1.1 und II 1.2.