

Anziehend: Erlebniswelten

Ortsbezug statt UFO – Authentische Ankerprojekte für die Region

von **Bernhard Kehrer, studio klv**

Viele Regionen und Kommunen jenseits der großen Ballungsgebiete haben heutzutage mit dem demografischen Wandel, der Abwanderung junger, gut ausgebildeter Menschen und dem Fachkräftemangel bei den regionalen Unternehmen zu kämpfen. Ein touristisch attraktives Impulsprojekt kann einer Region nachhaltig Auftrieb verschaffen. Entscheidend ist die Entwicklung des richtigen, zum Standort passenden Formats.

Erlebnismuseen, die den Fokus auf regional verankerte Themen setzen, haben sich vielerorts als erfolgreicher Ansatz zur Regionalentwicklung bewährt. Die Potenziale sind dabei vielfältig: Die neu geschaffenen Institutionen unterstützen das Stadtmarketing und steigern den touristischen Zulauf. Als identitätsstiftende Ankerprojekte der Stadtentwicklung fördern sie

die Entwicklung von Stadtarealen, wie beispielsweise die Konversion ehemaliger Industriestandorte. Nicht zuletzt fördern Erlebnismuseen als außerschulische Lernorte insbesondere bei Kindern und Jugendlichen das Interesse an Bildung und können bei technischen Themen dem Fachkräftemangel entgegen wirken.

Koblenz: Romanticum

Einen neuen Weg zur Stärkung der bereits vorhandenen Angebote einer touristischen Region zeigt das Romanticum in Koblenz auf. Das interaktive Erlebnismuseum wurde als integriertes Projekt zusammen mit der ebenfalls neu konzipierten zentralen Touristeninformation entwickelt. Als spannendes



Autor

Bernhard Kehrer ist Geschäftsführer von studio klv, einem Kreativbüro, welches auf die Projektentwicklung, Konzeption und Planung von bildungsorientierten Besucherattraktionen spezialisiert ist

www.studioklv.de

Schaufenster auf die Rheinromantik und Portal für die touristischen Ziele der Region verknüpft es eine Themeninszenierung mit der Information zu touristischen Angeboten. An über 70 Stationen lässt sich die seit 2002 zum UNESCO-Welterbe ernannte Kulturlandschaft spielerisch erkunden. Die Inszenierung der Ausstellung verbindet Sagen, Mythen, Kunst und Kultur des Rheintals zu einer fantastischen Zeitreise auf einem fiktiven Rheindampfer. Während seiner virtuellen Rheinreise speichert der Besucher mittels seiner Eintrittskarte auf ihn individuell zugeschnittene Informationen und Inspirationen. Diese können im Anschluss an den Ausstellungsgrundgang durch die Beratung der Touristeninformation vertieft oder durch den persönlichen bzw. QR-Code auf der Eintrittskarte später im Internet abgerufen werden.

Lüdenscheid: Science Center Phänomenta

Die Stadt Lüdenscheid verfolgt mit dem Wissensquartier „415 m über NN – Denkfabrik“ ein umfassendes Programm, um den

Standort langfristig und nachhaltig zu entwickeln. Ziel ist es, lebenslanges Lernen zu fördern und die Bindung der Einwohner an die regionale Industrie zu stärken. Vielfältige Bildungsangebote sollen dem Fachkräftemangel entgegenwirken und so den Wirtschaftsstandort Südwestfalen langfristig sichern. Mit Hilfe der REGIONALE 2013, dem Strukturförderprogramm



„Mit dem ROMANTICUM haben wir eine deutschlandweit einmalige und hochinnovative Ausstellung geschaffen. Mit der konsequenten Ausrichtung auf Koblenz und die Region, der Verknüpfung von Ausstellungsinhalten mit buchbaren Angeboten und nicht zuletzt durch die Kompass-Karte, mit der Inhalte aus der Ausstellung gespeichert und unterwegs wieder abgerufen werden können, beschreiten wir neue Wege im Tourismus.“

Andreas Bilo, Geschäftsführer Koblenz-Touristik

www.romanticum.de



„Mit der **PHÄNOMENTA** ist in unserer Region ein wichtiges Ziel im wahrsten Sinne des Wortes greifbar und begreifbar geworden: Südwestfalen ist wieder einen großen Schritt nach vorn gekommen, um als Technikregion zum Anfassen erlebbar zu sein. Die Phänomenta mit ihrem Technikzentrum ist Teil des Projektes „DENKFABRIK“ der REGIONALE 2013. Allein dieser Projekttitle zeigt die besondere Haltung der Stadt, Zukunft zu gestalten. Wir freuen uns, ebenso Wegbegleiter eines solch beispielhaften Projektes zu sein. Wieder eine Innovation aus der drittstärksten Industrieregion Deutschlands.“

Hubertus Winterberg, Geschäftsführer Südwestfalen Agentur GmbH



„Mit den **SALZWELTEN** erweitern wir unser Zielgruppen-Spektrum. Insbesondere für Kinder und Familien ist ein neuer Anziehungspunkt geschaffen worden und das ganzjährig und witterungsunabhängig. Wichtig ist für uns, dass die Salzwelten auf unserer lokalen und regionalen Historie aufsetzen und somit auch identitätsstiftend wirken. Zugleich wird über den Wandel der Nutzung der Sole – von der Salzproduktion zur Gesundheitswirtschaft – die Brücke in die Gegenwart und Zukunft unseres Heilbades geschlagen.“

Olaf Bredensteiner, Leiter Ortsmarketing Bad Sassendorf

des Landes Nordrhein-Westfalen ist rund um den Lüdenscheider Bahnhof ein attraktives Wissensquartier entstanden. Die hier angesiedelten Institutionen, das Erlebnismuseum Science Center Phänomena, das Technikzentrum als außerschulisches Schülerlabor und die Fachhochschule Südwestfalen sind inhaltlich wie räumlich untereinander vernetzt und kooperieren mit ansässigen Einrichtungen - wie dem Institut für Umformtechnik, dem Kunststoff-Institut sowie dem Deutschen Institut für Angewandte Lichttechnik (DIAL). Die Neukonzeption und bauliche Erweiterung der Phänomena ist dabei ein wichtiger Baustein der Denkfabrik. Als Leuchtturmprojekt mit Signalwirkung steht das im Mai 2015 neu eröffnete Science Center für den Anspruch der Denkfabrik insgesamt und führt insbesondere Jugendliche durch den spielerischen Umgang mit physikalischen Phänomenen an Technik und Naturwissenschaft heran.

Bad Sassendorf: Westfälische Salzwelten

Ein weiteres Projekt der REGIONALE 2013 ist das im Februar 2015 neu eröffnete Erlebnismuseum Westfälische Salzwelten im Sole-Heilbad Bad Sassendorf. 14 interaktive Themenbereiche präsentieren die Kulturgeschichte der Salzgewinnung, die Bedeutung und Einsatzbereiche von Salz im Alltag sowie die gesundheitsfördernden Anwendungen von Salz. Ziel der neu geschaffenen Institution ist es, die regionalhistorisch bedeutende Salztradition im öffentlichen Bewusstsein identitätsstiftend zu verankern und diese Potenziale gleichzeitig für den überregionalen Tourismus zu nutzen.

Was wirklich zählt

Ein wissenschaftlich fundiertes Erlebnismuseum, das Jung und Alt gleichermaßen begeistert, kann also eine lohnenswerte Investition in die Zukunft einer Kommune sein: In die überregionale Strahlkraft, die einen touristisch attraktiven Ort schafft und bestehende Potenziale erschließt, in die Stärkung der regionalen Identität, die Bürger in der Region hält und Abwanderung reduziert sowie in die Bildung des Nachwuchses, den zukünftigen Fachkräften. Entscheidend sind die richtigen Maßnahmen im Vorfeld, die dem zukünftigen Leuchtturmprojekt den Weg ebnen und ihm ein inhaltlich und wirtschaftlich fundiertes Format verleihen. Engagierte Initiatoren vor Ort sind dafür eine unverzichtbare Basis. Jede Region und jede Kommune verfügt über charakteristische Themen und unverwechselbare Orte, die sie ausmachen. Es braucht nur den richtigen Blick diese Potentiale zu entdecken und den Mut sie zu nutzen.

Augenmaß statt Größenwahn

Uwe Mantik, Projektleiter cima



Die thematische Bandbreite der Erlebnismuseen und Science Center ist groß, wobei die hier ausgewählten Projekte nur einen Ausschnitt dessen darstellen, was auch in anderen Städten gleicher Größe in den letzten Jahren erfolgreich entstanden ist.

Die Gemeinsamkeit besteht v. a. darin, dass ein thematischer Bezug zum jeweiligen Ort als unabdingbare Rahmenbedingung gewählt wurde. Damit wurde in jedem Einzelfall sichergestellt, dass Menschen und Initiativen vor Ort sich für den Inhalt und das Konzept begeistern ließen und sich engagiert haben. Nie gab es das Gefühl, hier wird dem Ort „von außen“ ein Projekt verkauft.

Ein weiterer Aspekt eint die hier gezeigten Einrichtungen. Sie haben alle von Beginn an großen Wert darauf gelegt, die Potenziale, die Besucherzahlen und die Wirtschaftlichkeit des Vorhabens ehrlich zu betrachten und zu berechnen. Keine geschönten Phantasiezahlen, sondern realistische, an Vergleichsobjekten und Marktdaten orientierte Kalkulationen waren die Grundlage. Das schafft Vertrauen bei Entscheidungsträgern, Sponsoren und Förderern aus Unternehmen und sichert letztlich v. a. die Akzeptanz bei der jeweiligen Einwohnerschaft auf Dauer.

In der Kombination mit ambitionierten Städten und Gemeinden, die sich auf den Weg machen wollen einen authentischen Beitrag zur Entwicklung ihrer Gemeinde zu leisten, könnte die Arbeit mit studio klv als Ideengeber, Konzeptentwickler und Architekt der Projekte und cima für Wirtschaftlichkeit, Potenzialanalysen und Besucherzahlen, auch an weiteren Standorten gelungene Erlebnismuseen, Science Center o. ä. auf den Weg bringen.

mantik@cima.de