

# DAS KULTURERBE als mittel zur förderung DES WIRTSCHAFTLICHEN UND SOZIALEN WANDELS in altindustriellen regionen

- 1 Europäische Strategie zur Förderung des industriellen Erbes und der Industriekultur**  
Dr. Daniela Walther / Carsten Debes
- 2 Regionale Öffentlichkeitskampagnen zur Industriekultur**  
Zdeňka Brozova
- 3 Arbeiten mit dem Tandem-Transfer**  
Jörn Harfst, Dr. Wolfgang Fischer
- 4 Kompendium effektiver Managementstrukturen für Industriekulturerbe  
und Optionen für ihren interregionalen Transfer**  
Dr. Daniela Walther
- 5 Von staubigem Erbe zu sexy Appeal**  
Gerfried Tiffner
- 6 Das Handbuch für innovative, Kulturerbe-basierte Produkte**  
Jörn Harfst / Dr. Wolfgang Fischer
- 7 Container Tour**  
Erwin De Bruyn / Ina Metalidis

Mit diesem abschließenden Newsletter möchten wir Sie über die Ergebnisse des Mitteleuropa-Projektes SHIFT-X informieren, das im Dezember 2014 endet. Detaillierte Informationen zu allen Ergebnissen finden Sie unter [www.shiftx.eu](http://www.shiftx.eu). Viel Vergnügen beim Lesen!



Von:

Dr. Daniela Walther, Technische Universität Bergakademie in Freiberg, Deutschland, Daniela.Walther@iwgtg.tu-freiberg.de  
Carsten Debes, Landkreis Zwickau, Carsten.Debes@landkreis-zwickau.de



## EUROPÄISCHE STRATEGIE ZUR FÖRDERUNG DES INDUSTRIELLEN ERBES UND DER INDUSTRIEKULTUR – WEITERE UNTERSTÜTZER SIND WILLKOMMEN

Europa ist die Wiege der Industrialisierung weltweit. Auch heute noch ist die Industrie ein wichtiger Motor der europäischen Wirtschaft. Industriestädte und Regionen in Mitteleuropa und darüber hinaus tragen entscheidend zum Wohlstand Europas bei, indem sie das Rückgrat der wirtschaftlichen Entwicklung und eine zentrale Quelle der Innovation sind. Während einige weiterhin Orte der Industrieproduktion geblieben sind, haben andere diese Bedeutung im letzten Jahrhundert aufgrund der Globalisierung, dem Übergang von der sozialistischen zur freien Marktwirtschaft und anderen veränderten Rahmenbedingungen verloren.

Schutz und die Nutzung des industriellen Erbes sind in den letzten Jahren ein relevantes Thema für Europa geworden. Durch die Arbeit von verschiedenen nationalen, internationalen und europäischen Netzwerken und Initiativen ist das Bewusstsein für die Bedeutung der Industriekultur bei den Entscheidungsträgern und der Öffentlichkeit deutlich höher als noch vor ein paar Jahren. Dennoch werden wertvolle Industriedenkmäler in Europa noch oft als Hindernisse für die wirtschaftliche und räumliche Entwicklung gesehen und nicht als charakteristische Elemente einer nachhaltigen Stadt- und Raumentwicklung anerkannt. Auch immaterielle Facetten der Industriekultur werden von dieser ambivalenten Wahrnehmung beeinflusst.

Gemeinsam mit europäischen Netzwerken und Interessengruppen wurde eine europäische Strategie zur Förderung der Industriekultur entwickelt. Sie ist ein Vorschlag für die weitere Ausarbeitung und Umsetzung der Resolution 1924 des Europarates „Industriekultur in Europa“ (2013).

Das Strategiepapier folgt zwei Grundintentionen:

- (1) Es ist ein Strategiepapier mit Forderungen an Interessengruppen, politische Entscheidungsträger und Behörden aus dem industriekulturellen Bereich;
- (2) Es ist eine Absichtserklärung der unterzeichnenden Parteien zur intensiveren Zusammenarbeit.

Das Papier beginnt mit der Beschreibung der zentralen Bedeutung von Industriekultur für das heutige Europa. Weiterhin folgt eine Definition des Begriffs Industriekultur, um ein gemeinsames Verständnis zwischen den beteiligten Akteuren zu erreichen.

Das Papier fokussiert drei Themen:

- Verbesserung des Schutzes und sensiblere Nachnutzung des industriellen Erbes,
- Intensivere Zusammenarbeit zwischen den Akteuren aus diesem Bereich
- Unterstützung eines positiven Wahrnehmungswandels.

Diese Themen werden durch Aktivitätsvorschläge und Forderungen an die verschiedenen Adressaten und Akteure der Strategie untermauert. Ziel ist es, ein gemeinsames Verständnis unter allen Beteiligten zum Wohl und zur Weiterentwicklung der europäischen Industriekultur zu erreichen und zugleich sich aktiv den Herausforderungen zu stellen, mit denen die Industriekultur konfrontiert ist.

Der Mehrwert dieser Initiative liegt darin, dass die Kräfte der unterschiedlichen Akteure und Netzwerke gebündelt und somit gemeinsame Forderungen an die Behörden der Europäischen Union sowie an nationale und regionale Verwaltungen im Bereich der Industriekultur ermöglicht werden. Durch die Anerkennung und Inwertsetzung der Industriekultur können sowohl die Industrieerbe-Objekte als auch die Regionen profitieren.

‘Die Europäische Strategie für die Förderung des industriellen Erbes und der Industriekultur’ wurde am 15.10.2014 in Genk (Belgien) im Rahmen der SHIFT-X-Abschlusskonferenz präsentiert und mit der Fachöffentlichkeit diskutiert.

Alle, die unsere Initiative unterstützen möchten, sind herzlich eingeladen, dies zu tun – eine entsprechende Unterstützungserklärung ist verfügbar auf [www.shiftx.eu](http://www.shiftx.eu).



Von:

Zdeňka Brožová, Mikroregion Sokolov-Ost, Tschechien  
brozova@sokolov-vychod.cz

## REGIONALE ÖFFENTLICHKEITSKAMPAGNEN ZUR INDUSTRIEKULTUR

Altindustrieregionen werden gewöhnlich als schmutzig, gefährlich und rückständig wahrgenommen. Um dieses Bild zu verändern, wurden PR-Kampagnen entwickelt und teilweise umgesetzt, die die positiven Aspekte des Industrierbes und der Industriekultur betonen. 5 regionale Partner haben verschiedene Ansätze getestet, wie ihr materielles und immaterielles Erbe als besonderer regionaler Vorzug dargestellt werden kann.

### Imagekampagne für die nachindustrielle Landschaft im Welzower Bergbaurevier DEUTSCHLAND

Das Konzept der Imagekampagne, erarbeitet durch die regionale Expertengruppe, ist fertiggestellt. Es beinhaltet:

- einen Kommunikationsmix, der die Aufmerksamkeit auf die Bergbaufolgelandschaft um den Tagebau Welzow-Süd lenken soll als industriellem Erbe der Region
- die Vermittlung von Informationen zu verschwundenen Orten und rekultivierten Landschaften über eine Website
- QR-Codes zum Abrufen der Informationen vor Ort

Mit Hilfe sozialer Netzwerke soll für die ehemaligen Einwohner der Orte ein interaktiver Austausch von Erinnerungen, Bildern und Wissen ermöglicht werden.

Da von der Umsiedlung im Bergbaurevier auch Kirchen betroffen waren, steht symbolisch die Feldsteinkirche in Steinitz im Mittelpunkt der Kampagne. Im Moment wird von excursio eine Tour entwickelt, die zu Kirchen führt, deren Geschichte mit dem Bergbau in Verbindung steht.

Die Umsetzung des Konzeptes einschließlich der Web 2.0 Instrumente erfolgte im Herbst 2014. Weitere Informationen sind zu finden auf [www.neuland-gestalten.de](http://www.neuland-gestalten.de).

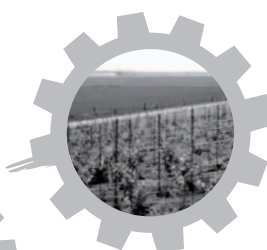
### PR-Kampagne der Region Steirische Eisenstrasse basierend auf einem erbe-basierten Botschafter-Modell ÖSTERREICH

Im Rahmen des Projektes Shift-X beschäftigte sich die „Steirische Eisenstrasse“ intensiv mit bereits existierenden europäischen Modellen eines Regionalbotschafters. Dabei gab der transnationale Vergleich nützliche Hinweise darauf, wie bereits existierende lokale Strukturen so verbessert werden könnten, dass sie ein nützliches Instrument für zukünftige PR-Kampagnen darstellen, welche einen starken Bezug zum industriellen Erbe der Region haben.

Das in diesem Projekt entwickelte PR-Konzept ermöglichte es der Region verschiedene regionale Aktivitäten zu verbessern und diese zu einem schlüssigen Gesamtkonzept zu verbinden. Daneben wurde ein realistischer Zeitplan entworfen, wobei die ersten Umsetzungsschritte bereits im letzten Jahr - mit der offiziellen Amtseinführung des ersten ‚Eisenstrassen-Botschafters‘ – getätigt wurden.

Das neue Konzept regte auch Diskussionen zu einer weiteren Verbesserung des bestehenden Ansatzes der regionalen Botschafter an, zum Beispiel durch die Integration neuer Zielgruppen. Die Maßnahmen rund um das Botschafter-Modell sollen dabei als praktisches Instrument der Regionalentwicklung wirken. Diese Ansätze sind als Möglichkeiten für die Zukunft zu begreifen, welche dann genutzt werden sollen, sobald der Botschafter-Ansatz verankert wurde. Zu diesen Maßnahmen gehören:

- Evaluation des Modells sowie der bereits durchgeführten Maßnahmen im Jahr 2015
- Erweiterung des Botschafteransatzes auf weitere Zielgruppen in der Region, z.B. Jugendliche



## REGIONALE ÖFFENTLICHKEITSKAMPAGNEN ZUR INDUSTRIEKULTUR

### PR-Kampagne der Mikroregion Sokolov-Ost durch neue, auf dem industriellen Erbe basierenden Produkten TSCHECHISCHE REPUBLIK

Das entstandene Konzept der Kampagne ist das erste offizielle Dokument der Mikroregion, das auf die Etablierung des Industriererbe-Tourismus in der Region Sokolov fokussiert und dabei die Erfahrungen der SHIFT-X-Projektpartner mit einbezieht. Kernelement ist eine neu geschaffene regionale Marke zur Förderung des industriellen Erbes. Weiterhin wurden Produktideen für den künftigen Industriererbe-Tourismus entwickelt, der in Abhängigkeit von den jeweiligen finanziellen Möglichkeiten der Gemeinden der Mikroregion entstehen soll. Die Mikroregion Sokolov ist bei der Etablierung des Tourismus in einer schwierigen Lage, da sie Bestandteil des Kreises Karlovy Vary ist, der weltweit bekannten Region im Böhmisches Bäder-Dreieck.

Das Hauptanliegen der PR-Kampagne ist es, die lokale Bevölkerung über die Einzigartigkeit der Region um Sokolov durch die gemeinsame Förderung von industriellen Denkmälern und Veranstaltungen sowie die Einführung erbe-basierter Produkte zu informieren. Aus der Liste aller Vorschläge wurden folgende Aktivitäten ausgewählt, die bis zum Jahr 2020 umgesetzt werden sollen:

1. Verbreitung der neuen Regionalmarke für die Förderung des industriellen Erbes und deren Koordination
2. Schaffung einer neuen Kulturveranstaltung „Bergbau September“, die die im September stattfindenden Bergbau-Messen zu einem großen Event verbindet und durch neue Angebote ergänzt
3. Schaffung von Landkarten für ausgewählte Gemeinden der Mikroregion Sokolov
4. Einrichtung eines neuen Besucherzentrums zum Thema Energie

### Gestaltung des Wasser-, Industrie- und Handwerkspfades TeH<sub>2</sub>O in Bydgoszcz POLEN

Zielstellung der Stadt Bydgoszcz war die Entwicklung einer Industrieroute/eines Industriepfades in einem ganzheitlichen Ansatz, der das Layout der Route, das Managementsystem und das Marketing definiert. Strategischer Ansatzpunkt war es dabei, ein Bewusstsein für die Attraktivität Bydgoszczs als Ziel für den Industrie-Tourismus zu schaffen. Die Aktivitäten dafür beinhalteten eine umfassende Analyse und Forschung zu den Standorten, Beratungsgespräche mit lokalen Gruppen und Eigentümern, Fragebögen und Vor-Ort-Besuche. Erfahrungen anderer Industrierouten wurden unterstützend herangezogen, wie der Schlesischen Route der Industriekultur, der Steirischen Eisenstraße und der Lausitzer ENERGIE-Route.

Das industrielle Erbe von Bydgoszcz ist durch Modernität und Vielfalt charakterisiert und reflektiert die Aktivitäten der Einwohner: Händler, Handwerker und Ingenieure. Der Pfad stellt dabei nicht nur die Standorte des industriellen Erbes von Bydgoszcz dar, sondern auch die Menschen, die diese Objekte geschaffen haben. Diese verdienstvollen Einwohner zu präsentieren, macht die Geschichte lebhaft und trägt zur Attraktivität der Route bei. Der Pfad des industriellen Erbes reiht nicht allein die Standorte aneinander, sondern erzählt eine Geschichte über Bydgoszcz. Für die Einwohner der Stadt wird die Route eine Möglichkeit sein, mehr über ihre Geschichte und ihre unmittelbare Umgebung zu erfahren und so stolz auf das lokale Erbe zu sein. Für Besucher wird sie eine einzigartige Attraktion sein, die in enger Verbindung zur städtischen Geschichte steht.

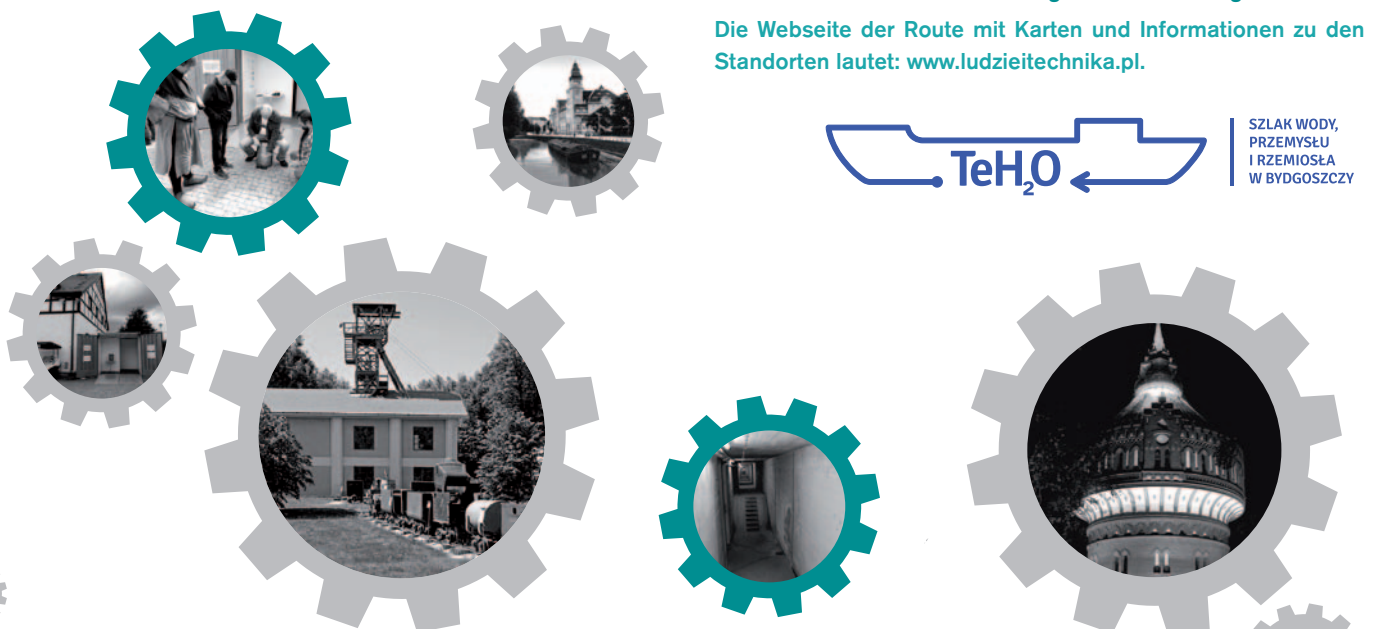
16 Standorte sind für Besucher in einer Route zugänglich: Museen, historische Industriegebiete, Fabriken

Thema: Menschen und Technologie am Wasserweg

Die Webseite der Route mit Karten und Informationen zu den Standorten lautet: [www.ludzieitechnika.pl](http://www.ludzieitechnika.pl).



SZLAK WODY,  
PRZEMYSŁU  
I RZEMIOSŁA  
W BYDGOSZCZY





## Eine Imagekampagne zur Industriekultur im Landkreis Zwickau DEUTSCHLAND

Im Landkreis Zwickau entstand eine Imagekampagne zum Thema Industriekultur, die die industrielle Vergangenheit der Region mit der heutigen wirtschaftlichen Bedeutung in Verbindung bringt. Diese neue Imagekampagne konzentriert sich auf drei traditionelle Branchen der Region:

- die Textilindustrie – Mit dem Beginn der Industrialisierung in Deutschland wurde die Region zum Manchester Deutschlands. Heute konzentrieren sich die regionalen Unternehmen nicht mehr auf die Produktion von Massenware, sondern auf die Herstellung von technischen Textilien.
- die Automobilindustrie – Zwickau ist die Geburtsstätte von Audi sowie dem Trabant und es ist noch heute das Zentrum sächsischer Automobilindustrie. Der Diplom-Studiengang Fahrzeugtechnik an der Westsächsischen Hochschule Zwickau gehört zu den besten Deutschlands.
- der Maschinenbau – Mit dem Wachstum der Automobil- und Textilindustrie blühte auch die regionale Zuliefererindustrie auf. Heute sind die Unternehmen der Region für ihre Hightech-Apparate bekannt, die auf den Nanometer genau arbeiten.

Für jede dieser 3 Branchen wurde ein Motiv entwickelt. Die Motive sind folgendermaßen aufgebaut:

- Ein Originalfoto aus der Zeit der Industrialisierung und ein Foto, das die heutige Arbeit in der Branche repräsentiert, wurden kombiniert.
- Ein Slogan „Zwickau inzipiert die Textilbranche [Automobilindustrie, Technologie]“ wurde hinzugefügt.
- Ein QR-Code führt zur Homepage der Kampagne.
- Die Subline erklärt die aktuelle wirtschaftliche Bedeutung der jeweiligen Branche.

Um die Imagekampagne zu entwickeln, hat der Landkreis Zwickau mit dem Tourismusregion Zwickau e.V. zusammengearbeitet: Im März 2014 wurde zuerst die neue Tourismus- und Marketingmarke des Landkreises, das „Zeitsprungland“, durch den Tourismusregion Zwickau e.V. veröffentlicht. Das Corporate Design dieser Marke wurde für die neue Imagekampagne genutzt, deren Umsetzung im September 2014 startete.

Die Motive wurden im gesamten Landkreis Zwickau verbreitet:

- mit Großflächenplakaten in den größten Städten der Region
- mit Bannern, die die Industriemuseen der Region aufhängen
- durch Roll-Ups, die für Veranstaltungen und Events genutzt werden
- mit Flaggen, die vor den Dienststellen des Landratsamtes und vor der Industrie- und Handelskammer Zwickau gehisst werden
- Postkarten

Besuchen Sie die Homepage zur Kampagne und erfahren Sie mehr: [www.tec.zeitsprungland.de](http://www.tec.zeitsprungland.de)



Von:

Jörn Harfst, Dr. Wolfgang Fischer, Karl-Franzens-Universität Graz, Österreich  
joern.harfst@uni-graz.at, wolfgang.fischer@uni-graz.at



## ARBEITEN MIT DEM TANDEM-TRANSFER

**Wie können Industrieerbe-Einrichtungen in Altindustrieregion ihre Leistungsfähigkeit und Effektivität erhöhen? Wie strukturiert man das Management solcher Stätten und Museen, so dass sie eine lebendige Erinnerung schaffen, die eine Vielzahl gesellschaftlicher Gruppen erreicht? Dies sind Fragen, „welche die SHIFT-X Arbeitsgruppe „Förderung von Management-Strukturen für das kulturelle Erbe in altindustrialisierten Regionen“ bearbeitet hat.“**

Unter Leitung der Universität Graz, haben sich die acht Arbeitsgruppen-Partner mit Möglichkeiten für ein effektiveres Erbe-Management auseinandergesetzt. Dabei ging es um Aspekte der Museumskooperation, der Gestaltung touristischer Routen, sowie der Kombination von Industrieerbe und bildungs- oder kommerziellen Institutionen. Dabei erstellte die Arbeitsgruppe in allen beteiligten Regionen neue Managementkonzepte und setzte diese um.

In der Arbeitsgruppe wurde ein Tandem-Ansatz zwischen Partnern aufgebaut, welche den bilateralen Austausch zu bestimmten Themen zwischen den Regionen förderte. Dieser Ansatz führte zu einem fokussierten Wissenstransfer zwischen den beteiligten Parteien, insbesondere durch die Zusammenführung erfahrener („Geber-“) Regionen mit solchen Partnern, die gerade erst begannen bestimmte Themen zu bearbeiten („Nehmer“).

Wichtige Elemente des Tandem-Ansatzes waren:

- **Frühe Besuche in den drei „Geber-“Regionen**

Hierbei waren die beteiligten Partner in der Lage aus erster Hand einen Eindruck über den Stand und die Herausforderungen in den Regionen zu gewinnen. Diese Treffen waren ein wertvoller praktischer Beitrag und dienten zudem als „Eisbrecher“ zwischen den Tandem-Partnern, da auch Probleme und Unzulänglichkeiten offen diskutiert wurden. Daneben gelang es auch die individuellen Stärken und Bedürfnisse der einzelnen Partner besser kennenzulernen

- **Frühe Erstellung von detaillierten Arbeitsplänen**

Dieser Aspekt hat dazu beigetragen, den Prozess der Tandems besser zu definieren und zu strukturieren, insb. die Umsetzung in den „Nehmer-“Regionen. Die gemeinsame Reflexion über die Arbeitspläne durch die Tandempartner wurde durch bilaterale Treffen von regionalen Experten (z.B. Museumsdirektoren, Tourismuspraktikern) unterstützt, um einen praktischen Wissensaustausch zwischen den beteiligten Institutionen zu gewährleisten

- **Wissenschaftliche Begleitung des Tandems**

Dieses Element erwies wichtig, waren die Forschern nicht nur in der Lage die Tandem-Ergebnisse reflektieren, sondern auch direkte Hilfestellungen an die Regionen zu geben. Dazu zählte die Bewertung von Berichten, die Benennung weiterer Beispiele guter Praxis außerhalb der Partnerschaft, sowie die Strukturierung von Reports um ihre Qualität und Übertragbarkeit zu gewährleisten. Durch ihre Beteiligung waren Wissenschaftler in der Lage, die Probleme und Herausforderungen der Regionen besser zu verstehen, wenn es um die Nutzung von erbe-basierten Potentiale geht

- **Vorbereitung von Managementkonzepten**

Jeder Managementplan der Partner spiegelt die Intensität der Zusammenarbeit Tandem wider. Sie zeigen, wie die Regionen - in unterschiedlichem Maße - von dem Austausch profitiert haben. Darüber hinaus wird auch deutlich, wie die Regionen in Zukunft mit ihrem Industrieerbe umgehen wollen, denn die Pläne nennen konkrete Zeitrahmen für die Umsetzungsmaßnahmen und mögliche Finanzierungsquellen

- **Implementierung der Managementpläne**

Die direkte Umsetzung von drei der fünf Managementkonzepte unterstreicht die direkten Auswirkungen des Ansatzes auf die Regionen. Hier wurden auf der Grundlage der Erfahrungen aus den Tandems, praktische Massnahmen in den Regionen implementiert, um die Nutzung des Industrieerbes zu verbessern. Die Industrietour in Bydgoszcz (PL), die verbesserten Managementstrukturen für Museen in der Zwickauer Region (GER) und die neuen Tour-Konzepte entlang des Erzbergs in Österreich, unterstreichen alle das gemeinsame Lernen durch die Tandem-Methode.

Die Ergebnisse aus der Arbeitsgruppe und ihre Ansätze zur Vernetzung von Partnern entlang eines bestimmten Themas zeigen, dass in der gewählten Tandem-Ansatz nicht nur der „Nehmer-“ sondern auch den „Geber-“, Regionen neue Impulse gegeben hat. Diese waren in der Lage, ihren status-quo zu reflektieren und über bestehende Formate neu nachzudenken.

Von:

Dr. Daniela Walther, Technische Universität Bergakademie in Freiberg, Deutschland, Daniela.Walther@iwtg.tu-freiberg.de

## KOMPENDIUM EFFEKTIVER MANAGEMENTSTRUKTUREN IM BEREICH DES INDUSTRIELLEN ERBES UND OPTIONEN FÜR IHREN INTERREGIONALEN TRANSFER

Das Kompendium ist ein Schlüsselergebnis des Projektes SHIFT-X und konzentriert sich auf Managementstrukturen im industriekulturellen Bereich. Es zielt darauf ab, einen Überblick über gute Praxisansätze innerhalb und außerhalb der Projektpartnerschaft zu geben. Industriekultur spielt eine wichtige Rolle bei der Wiederbelebung der Wirtschaft in den alten Industrieregionen. Die Hauptzielgruppen des Kompendiums sind Akteure auf dem Gebiet der Denkmalpflege und Regionalentwicklung sowie die wissenschaftliche Gemeinschaft.

Industrielle Denkmalprojekte sind mit den Folgen von Globalisierung, Wettbewerb und wirtschaftlichem Druck konfrontiert. Dies führt zu der Notwendigkeit, neue Wege in der Umsetzung und der Gestaltung von Industriererbe-Projekten zu finden, wie die innovativen Managementkonzepte in diesem Band sie darstellen. Die vorliegende Zusammenstellung beruht vor allem auf Informationen der SHIFT-X Geber-Regionen und den Ergebnissen der projektinternen Tandem-Supports und Tagungen. Die praktischen Beispiele aus der SHIFT-X – Partnerschaft wurden in drei Gruppen hinsichtlich der maßgeblichen Erfolgsfaktoren klassifiziert und jeweils durch ein zusätzliches Beispiel von außerhalb der Partnerschaft vervollständigt:

- **Starke politische Unterstützung:** Innerhalb der SHIFT-X Partnerschaft hat der Museumsverein Steirische Eisenstraße Fachwissen, wie man Industriekultur-Projekte mit starker politischer Unterstützung und der Schaffung von Netzwerken und Clustern der Industriekultur implementieren kann. Von außerhalb der Projektpartnerschaft sind die Initiative der Europäischen Kulturhauptstadt und die deutsche Internationale Bauausstellung ergänzende Beispiele.
- **Starke wirtschaftliche Partner:** Der Bergbau-Tourismus-Verein Welzow ist ein gutes Praxisbeispiel für die enge Zusammenarbeit mit einem starken Wirtschaftspartner und Unterstützer. Zusätzlich dazu werden Konzepte vorgestellt, in denen die Öffentlichkeit als Wirtschaftspartner für industrielle Denkmalprojekte agiert.
- **Gemeinschaftliche Ansätze und Graswurzelbewegungen:** Das Kompetenzzentrum für Gemeindeentwicklung Stebo hat in seiner Arbeit viele Strategien entwickelt, wie ehrenamtliches Engagement in gemeinschaftliche Industriererbe-Projekte eingebunden und mit Verwaltungseinheiten verbunden werden kann. Ergänzend zeigen zwei britische Beispiele weitere Optionen für die Einbindung Ehrenamtlicher und Professioneller in Industriererbe-Projekte: Die Citizens' Jury und der Heritage Champion.

In der Praxis ist keine derart klare Clusterbildung möglich. Es gibt komplexe Abhängigkeiten und Interferenzen zwischen den Ansätzen. Niemand ist in der Lage, Industriererbe-Projekte im Alleingang umzusetzen. **Vernetzung, Kooperation und die Beteiligung aller relevanten Entscheidungsträger** scheinen die wichtigsten Faktoren für den Erfolg in allen vorgestellten Ansätzen bei Realisierung und Management von Industriererbe-Projekten zu sein.



Von:

Gerfried Tiffner, Registered Verein Steirische Eisenstraße, Österreich  
g.tiffner@eisenstrasse.co.at



## VON STAUBIGEM ERBE ZU SEXY APPEAL

Innovation im Bereich von auf Kulturerbe basierenden Produkten ist ein Schlüsselfaktor, um die Wettbewerbsfähigkeit von Regionen zu erhöhen – im Handwerk ebenso wie im Tourismus oder in Museen. Innovativ gestaltete Produkte können die „Nostalgie-Falle“ vermeiden, indem Sie einem traditionellen Produkt neue Attraktivität oder Eigenschaften verleihen. Geerdet durch ihre Wurzeln bewahren diese Produkte dennoch ihre regionale Einzigartigkeit. Im Arbeitspaket 4 des Projektes SHIFT-X haben sich vier Regionen – die Steirische Eisenstraße (Österreich), die Mikroregion Sokolov (Tschechien), die Bergbauregion Welzow und der Landkreis Zwickau (Deutschland) – zwei Jahre lang intensiv mit dem Thema Innovation auseinandergesetzt. Basierend auf theoretischem Hintergrund, der in drei transnationalen Symposien in Eisenerz, Welzow und Sokolov erörtert wurde, wurden innovative Ansätze für die Regionen erarbeitet und in einer Reihe von Pilotaktionen getestet.

### Handwerks- und Designworkshops als Mittel für Innovation

Die Steirische Eisenstraße und die Mikroregion Sokolov entwickelten ein Konzept für Kreativworkshops, das die Bereiche Handwerk und Design miteinander verknüpft, um neue auf dem industriellen Erbe basierende Produkte zu kreieren. Ein Zusatzbenefit dabei ist das gegenseitige Von-einander-Lernen der verschiedenen Professionen.

Entstanden sind infolge Entwürfe von fünf Prototypen in Eisenerz und drei prämierte Produktideen in Sokolov. Zusätzliche Erfolge waren dadurch gegeben, dass die beteiligten Handwerker zunehmend lernten, „out of the box“ zu denken, und nicht zuletzt durch die hohe Resonanz und Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit. Die Integration der Workshops in regionale Festivals und Märkte schuf zudem einen adäquaten Rahmen. Eine spannende Erfahrung war, dass die Kreativszene offenbar sehr gerne auch in peripheren ländlichen Gebieten arbeitet. Die Atmosphäre dort wirkt einerseits inspirierend, erlaubt andererseits ein konzentriertes und fokussiertes intensives Arbeiten an einem Thema oder Produkt.

### Einzigartige Touren, außergewöhnliche Ausstellungen

Abgesehen von Handwerk kann das kreative Aufladen einer Region auch in anderen Bereichen wie Tourismus zu positiven ökonomischen Effekten führen. Basierend auf Good Practise Beispielen wie den Bergbautouren in Welzow (Deutschland) oder dem Kulturkonzept eisenerZ\*ART in Eisenerz (Österreich) wurden in SHIFT-X daher auch neue touristische Produkte, die auf dem Industrie- und Bergbauerbe fußen, in den vier genannten Regionen entwickelt. Im Fokus aller Initiativen standen die Einzigartigkeit, die Interaktivität, das Ansprechen der Sinne und das Schaffen von Emotion.

Eine neue geführte Wanderung zum Gipfel des Steirischen Erzbergs (dem Wahrzeichen der Steirischen Eisenstraße) eröffnet nun neue Ausblicke auf den 1300 Jahre alten Bergbau und setzt das touristische Potential, das bis dato noch bei Weitem nicht ausgeschöpft ist, neu in Wert. Bei der Entwicklung der Tour kam als Innovationsmethode das Instrument der sogenannten „Wahrnehmungswerkstätte“ zur Anwendung. Dabei liegt der Fokus auf dem (unterbewussten) Wahrnehmen und der Inszenierung eines spezifischen Ortes und seiner Eigenschaften und Möglichkeiten. Mit den Besuchern soll so eine erfolgreiche Kommunikation aufgebaut werden, um ein nachhaltig wirkendes Erlebnis zu erzeugen.

Zwei neue Touren, die sich ebenfalls mit der Bergbaugeschichte beschäftigen, wurden in Welzow entwickelt. Der Bergbau der Lausitz von den ersten Anfängen bis zur heutigen Tagebaulandschaft kann auf einer dreistündigen Fußwanderung hautnah erlebt werden. Interaktive Elemente wie Türrahmen in der Landschaft schärfen die Konzentration auf das Wesentliche und erlauben ein besseres Verständnis. Um die Industriegeschichte der Stadt in Erinnerung zu rufen, wurde auch eine „Nachtwanderung durch die Geschichte von Welzow“ initiiert, die mit Spezialeffekten, Beleuchtung und Klangbildern arbeitet.

In Krásno (Tschechien) wurde ein innovatives Ausstellungskonzept für das regionale Museum erstellt. Um dem Zuschauerschwund entgegenzuwirken, schlägt das Konzept neue Wege in der Gestaltung des Museums und der Inszenierung seiner Objekte vor. In ähnlicher Weise erarbeitete das Bergbaumuseum Oelsnitz (Deutschland) neue Wege in der Publikumsansprache mittels attraktiver Bilddesigns und interaktiver Elemente. Dadurch wird das Museum auch für Besucher der europäischen Nachbarländer wesentlich interessanter, da die Inhalte verständlicher und griffiger aufbereitet werden. Doch auch die regionale Bevölkerung erhält neue Einsichten in ihre Geschichte. Beide Museen wollen die Konzepte in naher Zukunft implementieren.





Von:

Jörn Harfst, Dr. Wolfgang Fischer, Karl-Franzens-Universität Graz, Österreich  
joern.harfst@uni-graz.at, wolfgang.fischer@uni-graz.at

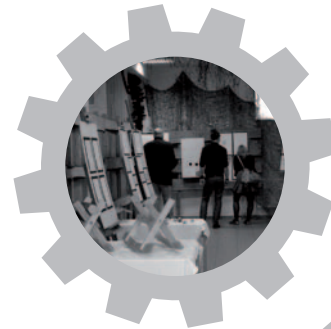
## DAS HANDBUCH FÜR INNOVATIVE, KULTURERBE-BASIERTE PRODUKTE

Was sind Kulturerbe-basierte Produkte? In welcher Weise sind sie relevant für Altindustrieregionen? Und wie können sie am besten genutzt werden? Dies sind einige der Fragen, mit denen sich die SHIFT-X-Publikation „Manual for Heritage-based Products“ beschäftigt. Durch Rückgriff auf die Erfahrungen aus dem Projekt und darüber hinaus zeigt das Handbuch, wie die Innovationsfähigkeit von Kulturerbe-basierten Produkten erhöht werden kann, und welche Rolle sie für die Regionalentwicklung solcher Regionen spielen können.

Insgesamt bietet das Handbuch einen reichhaltigen Hintergrund an kleinen, aber innovativen Maßnahmen, welche anhand einer stark „endogenen“ Perspektive ausgewählt wurden. So fragt die Publikation insbesondere danach, was es in Regionen bereits gibt - beschäftigt sich also mit Potentialen, welche die Regionen bereits besitzen und welche sich in Zukunft besser verwerten lassen könnten. Daher bietet es einen einzigartigen Einstieg vor allem für Akteure, die sich bereits mit Kulturerbe-Fragen (z.B. Tourismus-Unternehmen, Handwerker, Museen) beschäftigen, aber ist gleichzeitig auch eine Handreichung an politische Entscheidungsträger und Institutionen wie regionale Entwicklungsagenturen, Handelskammern oder Design-Schulen.

Der Schwerpunkt des Handbuchs, welche von der Universität Graz erarbeitet wurde, liegt an zwei Strängen von erbe-basierten Produkten: Kunsthandwerk und Besucher-Angeboten. Dazu gehören kreatives, neu gestaltetes Kunsthandwerk, welches sich auf das (Industrie-)Erbe einer Region bezieht, wie auch „alte“ Produkte mit einem innovativen Kniff; sowie attraktive Besucherangebote, welche die (industrielle) Vergangenheit in einer neuen Art und Weise dem Besucher näher bringen und kommunizieren. Insgesamt zeigen die Beispiele aus dem Handbuch, dass erbe-basierte Produkte eine wichtige Rolle im Transformationsprozess von alten Industrieregionen spielen können: Sie erlauben es, ein anderes Bild von Orten zu kommunizieren, die normalerweise von negativen Stereotypen geprägt sind. Daneben haben sie auch praktischen ökonomischen Nutzen in Bezug auf Handwerksbetriebe, Dienstleistungsindustrie und Tourismus.

Um diese Potenziale in Wert zu setzen, hebt das Handbuch die Bedeutung von innovativen und kreativen Lösungen hervor. Dazu bedarf es oft die Einbeziehung neuer Akteure (d.h. Designer), die einen frischen Blick auf traditionelles Design, Produkte und Geschichten geben können. In diesem Zusammenhang hebt das Handbuch die Bedeutung der Aspekte wie „Design“, „Storytelling“ und „Marketing“ hervor, um interessante und wirtschaftliche tragfähige Kulturerbe-basierten Produkten zu etablieren.



Von:

Erwin De Bruyn, Ina Metalidis, stebo Competence Centre Community Development, Belgien  
erwin.debruy@stebo.be, ina.metalidis@stebo.be



## CONTAINER TOUR

Der goldene PR-Container ist eine Schatztruhe: Dank der Fotos von Jonny Vekemans, die er mit der Kamera Obscura gemacht hat, konnte jede Region den Container mit ihrem materiellen und immateriellen Industrienerbe füllen. Jonny, der belgische Fotograf und Künstler, ist außerdem auch ein ehemaliger Bergarbeiter, der nun die außergewöhnliche Welt der Industriekultur aus seiner einzigartigen Perspektive betrachtet und erforscht. Er reiste zusammen mit dem SHIFT-X-Container und dokumentierte das kulturelle Erbe der Regionen. Alle Partner nahmen ihn vor Ort mit in unbekannte Ecken vergangener Zeiten, die er Schritt für Schritt und Tag für Tag dokumentierte. Außerdem organisierte Jonny offene Kamera-Obscura-Workshops für regionale Gäste vor Ort. Die SHIFT-X Container Stopps wurden durch lokale Veranstaltungen begleitet, die den goldenen Schiffscontainer belebten und ihn noch mehr in den Fokus der Aufmerksamkeit rückten.

[www.facebook.com/container001](http://www.facebook.com/container001)

[www.container001.com](http://www.container001.com)





## SHIFT-X GEHT MIT DEZEMBER ZU ENDE...

... folgen Sie uns auf die **SHIFT-X-Abschlusskonferenz nach Genk (Belgien) am 15.10.14** und nehmen Sie mit uns eine **europäische Perspektive auf Industriekultur** ein:

Ehemalige Industrien hinterlassen ein umfangreiches kulturelles Erbe, das auch zukünftige Entwicklungsoptionen beeinflusst. Wie können wir einen Vorteil aus diesen Gegebenheiten ziehen? Welche Aktionen braucht es, damit das industrielle Erbe bestmöglich die wirtschaftliche und soziale Transformation von Altindustrie-Regionen unterstützt? Bewegen wir uns von Alt-Industrie hin zu Kreativindustrie?

Detaillierte Informationen zur Konferenz finden Sie auf: [www.shiftx.stebo.be](http://www.shiftx.stebo.be). Die Hauptvorträge der Konferenz sowie die Podiumsdiskussion werden auf Video aufgenommen. Dieses sowie weiteres Dokumentationsmaterial werden online verfügbar sein auf: [www.shiftx.eu](http://www.shiftx.eu).

... folgen Sie einzelnen Projektergebnissen auf [www.shiftx.eu](http://www.shiftx.eu):

Schritt für Schritt füllt sich die SHIFT-X-Website mit Ergebnisdokumentationen. Falls Sie an mehr Details zu einzelnen Studien, Konzepten, Umsetzungen und Veranstaltungen interessiert sind, die in diesem Newsletter vorgestellt werden, besuchen Sie uns im Internet: [www.shiftx.eu](http://www.shiftx.eu). Mit dem Jahr 2014 endet SHIFT-X; bis dahin werden englische Zusammenfassungen aller Aktionen online verfügbar sein.

... folgen Sie jüngsten Erklärungen und Programmangeboten zum Thema **Industriekultur in Europa**:

In den letzten Monaten wurden folgende europäische Dokumente mit industriekultureller Relevanz veröffentlicht:

- der Bericht "Mapping of Cultural Heritage Actions in European Union policies, programmes and activities" der Europäischen Kommission (2014) > [http://ec.europa.eu/culture/library/reports/2014-heritage-mapping\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/reports/2014-heritage-mapping_en.pdf)
- die Mitteilung der Europäischen Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, das Europäische Wirtschafts- und Sozialkomitee sowie den Ausschuss der Regionen: "Towards an integrated approach to cultural heritage for Europe" (2014) > [http://ec.europa.eu/culture/library/publications/2014-heritage-communication\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/publications/2014-heritage-communication_en.pdf);

- die Resolution 1924 (2013) des Europäischen Rates zum Industrienerbe in Europa > [www.assembly.coe.int/ASP/XRef/X2H-DW-XSL.asp?fileid=19512&lang=EN](http://www.assembly.coe.int/ASP/XRef/X2H-DW-XSL.asp?fileid=19512&lang=EN);
- ein themenspezifischer Aufruf der Europäischen Kommission, DG Enterprise and Industry, Kooperationsprojekte zur Unterstützung von transnationalem Tourismus im Bereich Kultur- und Industrienerbe aufzusetzen (69/G/ENT/PPA/13/411) > [www.ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/\\_getdocument.cfm?doc\\_id=7948](http://www.ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=7948);
- diverse europäisch geförderte Projekte zum Thema (ERIH, ReSource, SHIFT-X, Second Chance).

... folgen Sie langfristig agierenden **Industrienerbe-Initiativen in Europa**:

Sie finden eine umfassende Übersicht und gründlich durchgearbeitete Informationen zu europäischen Industrienerbeobjekten, -routen und -initiativen auf der Plattform „**Europäische Route der Industriekultur (ERIH)**“: [www.erih.net](http://www.erih.net).

Freiwilligen-Vereine, die sich der Erhaltung von Industrienerbe verschrieben haben, kooperieren im Netzwerk „**Europäischer Verband der Vereine zur Erhaltung des industriellen und technischen Erbes (E-Faith)**“: [www.e-faith.org](http://www.e-faith.org). Der Verband setzt sich aktuell dafür ein, dass das Europäische Jahr des Industrie- und Technikerbes 2015 stattfindet.

Seit 2008 existiert das Komitee für Industrie- und Technikerbe unter dem Dach der Kulturerbe-Organisation „**Europa Nostra**“: [www.europanostra.org/industrial-and-engineering-heritage/](http://www.europanostra.org/industrial-and-engineering-heritage/), das unter anderem am Preis der Europäischen Union für Kulturerbe und die Europa-Nostra-Auszeichnungen mitwirkt.

Wichtige weltweite Initiativen, die dem Industrienerbe verpflichtet sind, sind: das **Internationale Komitee für die Bewahrung von Industrienerbe TICCIH** und der **Internationale Rat für Denkmäler ICOMOS** ([www.ticcih.org](http://www.ticcih.org) / [www.icomos.org](http://www.icomos.org)). Beide Vereinigungen haben nationale Dependancen in den meisten europäischen Ländern.



## KONTAKT:

**LEITPARTNER**  
Landkreis Zwickau  
Deutschland  
Pf. 100176, 08067 Zwickau  
Carsten Debes  
[carsten.debes@landkreis-zwickau.de](mailto:carsten.debes@landkreis-zwickau.de)  
Telefon: +49 (0) 375 4402 25114  
Mobil: +46 (0) 173 54 74 386  
[www.shiftx.eu](http://www.shiftx.eu)

**PROJEKTKOMMUNIKATION**  
Stadt Bydgoszcz  
Polen  
Jezuicka 1, 85-102 Bydgoszcz  
Natalia Weckwert  
[n.weckwert@um.bydgoszcz.pl](mailto:n.weckwert@um.bydgoszcz.pl)  
Telefon: +48 52 58 59177  
Fax: +48 52 58 58111  
[www.shiftx.eu](http://www.shiftx.eu)



Das Dokument spiegelt die Ansichten der Autoren wider. Die Programminstitutionen haften nicht für die hier dargestellten Inhalte.



**CENTRAL EUROPE**  
COOPERATING FOR SUCCESS.



**EUROPEAN UNION**  
EUROPEAN REGIONAL  
DEVELOPMENT FUND