

Fachtagung

NS-Großanlagen und Tourismus

Chancen und Grenzen der touristischen
Vermarktung und Nutzung von Orten des
Nationalsozialismus

Ort:

Historisch-Technisches Museum Peenemünde

Im Kraftwerk

17449 Peenemünde

Zeit: 18.–19.5.2015

Eine Veranstaltung des Historisch-Technischen Museums Peenemünde
In Kooperation mit dem Verbund „Nachdenken über NS-Großanlagen“
Co-Organisatorin: complan Kommunalberatung GmbH

Einführung

NS-Großanlagen sind unübersehbare Zeugen der baulichen Umgestaltung Deutschlands durch den Nationalsozialismus und dessen Herrschaftsanspruchs, aber auch der politischen, wirtschaftlichen, künstlerischen und wissenschaftlich-technischen Praxis zwischen 1933 und 1945. Sie sind auch exponierte und affektierende Gebäude(komplexe) und als solche im städtischen und ländlichen Raum Anziehungspunkte für Besucher aus Nah und Fern. Versuche der Betreiberinstitutionen, attraktive Angebote zu schaffen, bringen schnell den Vorwurf der Disneylandisierung von NS-Erbe und des mangelnden Respekts gegenüber den Opfern dieser verbrecherischen Herrschaft und Gesellschaft mit sich. Dagegen kann ein gesteigerter Erlebniswert als eine sinnvolle Ergänzung zur historischen Erkenntnis, als ein Mehrwert für die Lernerfahrung der Besucher oder als Anreiz begriffen werden, die unbequemen Orte überhaupt erst zu besuchen. Die Tagung will zunächst den Bestand an konkreten Angeboten, die NS-Großanlagen attraktiv für den Besuch zu machen, aufnehmen und diese bewerten. Dabei sollen insbesondere nachfolgende Fragestellungen in den Vorträgen und Arbeitsgruppen vertieft werden:

- ❑ In welchem Verhältnis stehen touristisches Marketing, Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit in Einrichtungen, die mit und in NS-Großanlagen arbeiten?
- ❑ Welche Angebote werden von Touristen, aber auch in der Politik und Öffentlichkeit besonders gut angenommen und erhöhen die Besucherzahlen?
- ❑ Welche Angebote sind angemessen, und muss auf attraktive Angebote und damit Sichtbarkeit aus Gründen historischer Sensibilität verzichtet werden?
- ❑ Welche ökonomische Bedeutung haben NS-Großanlagen für den Tourismus und wie profitieren touristische Leistungsträger von entsprechenden Angeboten?
- ❑ Welche Anforderungen ergeben sich aus einer touristischen Ausrichtung für die Träger, die musealen Angebote und die bauliche Ausgestaltung?
- ❑ Wie gestaltet sich die gesellschaftliche Wahrnehmung in der engeren und weiteren Nachbarschaft (Kommunalpolitik, Wirtschaft/Hotellerie, Zivilgesellschaften, Privatpersonen...)?

Um keine bloße Addition von Erfahrungsberichten zu erhalten, kommen neben Praktikern auch Wissenschaftler zu Wort, die das Thema aus einer von einzelnen Orten abstrahierten Sicht beleuchten. Ziel der Tagung ist es, das Themenfeld „Erinnerungskultur und Publikumsinteresse an NS-Großanlagen“ theoretisch zu fundieren und anhand von Beispielen zu konkretisieren, entsprechende Handlungsbedarfe zu formulieren und den Akteuren, aber auch der Öffentlichkeit und der Politik mögliche Handlungsstrategien mittels einer veröffentlichten Broschüre an die Hand zu geben.

Anlass der Tagung ist die Eröffnung eines gläsernen Aufzugs im Kraftwerk Peenemünde, der die Besucher des Historisch-Technischen Museum Peenemünde zu einer Aussichtsplattform auf dem Dach des Gebäudes bringt. Aufzug und Plattform sind bewusst als touristisches Highlight konzipiert. Sie ermöglichen einen einzigartigen Blick in die Denkmallandschaft der Versuchsanstalten Peenemünde, in denen 1936 – 1945 Fern- und Präzisionswaffen entwickelt und erprobt wurden. Somit entsteht – als fester Bestandteil des Museumsbesuches – ein neuer Erlebnis- und Erkenntnisraum.

Veranstaltungspartner ist der im Aufbau befindliche „Verbund NS-Großanlagen“, der als sich als Diskussions- und Interessensforum von Stadtplanern, Denkmalpflegern, Historikern, Museumspraktikern und weiteren Fachleuten versteht, die gemeinsam Fragestellungen des Umgangs mit baulichen und topographischen Relikten der NS-Zeit identifizieren und in geeigneter Weise bearbeiten wollen. „Erinnerungskultur und Publikumsinteresse“ ist einer von vier Themenschwerpunkten, der für eine vertiefte wissenschaftliche und gleichermaßen praxisnahe Bearbeitung definiert worden ist.

Ablauf

Der erste Tag ist als Plenumsveranstaltung konzipiert. Wissenschaftliche Experten führen aus unterschiedlichen Perspektiven ins Thema ein. Die Themenvorträge sind als inhaltliche Vorbereitung für die Fachworkshops am Folgetag zu verstehen, auf denen ein Austausch von Praktikern erfolgt. Nach einer Präsentation der Ergebnisse der Workshops wird eine Podiumsdiskussion über den Wert und Auftrag der NS-Großanlagen die Tagung abrunden.

Programm

Montag, 18.05.2015

- Ab 10.00 Uhr** Eintreffen - Anmeldung - Snacks
- 11.00 Uhr** Begleitete Rundgänge durch das Museum, ca. 1,5 Stunden, begrenzte Teilnehmerzahl, Voranmeldung erforderlich
- Auftakt**
- 13.00 Uhr** **Grußworte des Landes Mecklenburg-Vorpommern, der Gemeinde Peenemünde und des Veranstalters**
Mathias Brodkorb, Bildungsminister Mecklenburg-Vorpommern
Rainer Barthelmes, Bürgermeister Peenemünde
Michael Gericke, Historisch-Technisches Museum Peenemünde
Prof. Dr. Andreas Nachama, Projektgruppe Verbund NS-Großanlagen
- Themenvorträge**
- Moderation:** *Hathumar Drost, complan Kommunalberatung GmbH*
- 13.30 Uhr** **Unbequeme Erinnerungsorte – Vermittlung, Bespielung und Marketing**
Dr. Aleksandra Paradowska, Universität Wrocław, Polen, Institut für Kunstgeschichte
- 14.15 Uhr** **Wirtschaftsfaktor Kultur- und Heritage-Tourismus**
Prof. Dr. Marius Mayer, Universität Greifswald, Institut für Geographie und Geologie

- 15.00 Uhr Kaffeepause
- 15.30 Uhr** **Erinnerung benötigt Ruinen: NS-Großanlagen zwischen politisch-gesellschaftlichem Gedenkauftrag und touristischer Nutzung**
Prof. Dr Cord Arendes, Universität Heidelberg, Historisches Seminar
- 16.15 Uhr** **Touristische Leistungsträger, Destinationsmanagement und Zielgruppengewinnung**
Prof. Dr. Werner Gronau, Fachhochschule Stralsund, Tourism, Travel & Transport
- 17:00 Uhr** **National Socialist Architecture and Sites and Dark Tourism: Understanding the Nature of Such Attraction**
Prof. Dr. John Lennon, Glasgow School for Business and Society, Schottland
- Abendprogramm**
- 18.00 Uhr** **Eröffnung und öffentliche Nutzung des gläsernen Aufzugs**
Rainer Barthelmes, Bürgermeister Peenemünde
Thomas Weber, Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern
Michael Gericke, Historisch-Technisches Museum Peenemünde
- 18.30 Uhr** **Eröffnung der Fotoausstellung „Mischlinge“,**
Dr. Philipp Aumann, Historisch-Technisches Museum Peenemünde
Marc Erwin Babej, New York
- Anschließend** Dinnerbuffet

Dienstag, 19. Mai 2015

9.00 Uhr	Arbeitsgruppen parallel AG 1 NS-Erbe als Wirtschaftsfaktor AG 2 NS-Erbe als Public History
11.30 Uhr	Kaffeepause Moderation: Maik Wittenbecher, ARD-Hauptstadtstudio
12.00 Uhr	Ergebnispräsentationen der Arbeitsgruppen im Plenum <i>Prof. Dr. Jörg Haspel, Landeskonservator Berlin / icomos</i> <i>Michael Gericke, Historisch-Technisches Museum Peenemünde</i> <i>Prof. Dr. Andreas Nachama, Stiftung Topographie des Terrors</i> <i>Dr. Philipp Aumann, Historisch-Technisches Museum Peenemünde</i>
12.30 Uhr	Podiumsdiskussion <i>Florian Dierl, Stadt Nürnberg, Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände</i> <i>Dr. Beate-Carola Johannsen, Tourismusverband Insel Usedom e.V.</i> <i>Dr. Thomas Köcher, Landeszentrale für politische Bildung Bremen</i> <i>Manfred Kühne, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Berlin</i> <i>Gerd Lange, Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern</i> <i>Albert Moritz, Vogelsang ip</i>
13.30 Uhr	Ausblick - Abschluss
Anschließend	Begleitete Rundgänge durch das Museum, ca. 1,5 Stunden begrenzte Teilnehmerzahl, Voranmeldung erforderlich

Arbeitsgruppen

Leitfrage

In welchem Verhältnis stehen touristisches Marketing, Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit in Einrichtungen, die mit und in NS-Großanlagen arbeiten?



In der ersten Arbeitsgruppe wird der Geschichtstourismus als Markt für die Betreiber der NS-Anlagen (Museen, Gedenkstätten...) und als Angebot im touristischen Destinationsmanagement betrachtet. NS-Großanlagen gehören in die touristische Landschaft wie Strände oder Kirchen. Sie werden

als gewöhnliche Sehenswürdigkeit genutzt, nur dass sie nicht ganz ins „unbeschwerte Urlaubsgefühl“ passen und demnach vermeintlich schwieriger zu vermarkten sind. Andererseits üben sie durch ihre Monstrosität eine hohe Anziehungskraft aus und transportieren einen eigenen Reiz oder Grusel, wodurch sie auch zur Reisemotivation werden.

Das historisch sensible Thema NS-Vergangenheit erfordert ein spezifisches marketingstrategisches und touristisches Handeln. Für die Einrichtungen gilt es zu klären ob Touristen eine spezifische Klientel sind und eine spezielle Ansprache und spezielle Angebote erforderlich machen. Für die Touristiker dagegen ist zu hinterfragen, in wieweit NS-Orte spezifische Angebote sind, welches Image sie produzieren und welche potentiellen Gäste mit welchen Mitteln anzusprechen sind. Zudem werden die tatsächlichen Zielgruppen bestimmt und aufgezeigt, welche Angebote für wen geeignet sind, besonders hinsichtlich Familien/ Kindern/ Jugendlichen. Bezogen auf das Destinationsmanagement ist zu klären, ob NS-Gebäude Teil von touristischen Strategien sind, bzw. welche Rolle sie im (Cross-)Marketing einzelner Destinationen spielen.

Ist es vertretbar, mit einer NS-Großanlage „zu werben“, sie als „Attraktion“ zu betiteln und damit aktiv Gäste anzusprechen? Welche Angebote werden von Touristen und Öffentlichkeit besonders gut angenommen und erhöhen die Besucherzahlen? Außerdem wird erarbeitet, in welcher Weise touristische Leistungsträger (z.B. Beherbergungs- und Verpflegungsbetriebe, Transportbetriebe, Freizeitbetriebe, Kurbetriebe und zugehörige Einrichtungen) von entsprechenden Angeboten profitieren.

Was fragen die Gäste konkret nach, was interessiert nicht? Gibt es Statistiken über Besucher, die den Besuch der NS-Großanlagen als Hauptgrund für eine Reise angeben? Schließt Erholungstourismus den Besuch in einer NS-Großanlage aus? Welche Zielgruppen werden angesprochen, welche Zielgruppen sind erwünscht und wie werden sie gelenkt? Sind die NS-Großanlagen im Tourismuskonzept verankert, sind sie gar Teil der Strategie und wenn ja, wie sieht die aus? Inwiefern tragen die NS-Großanlagen zur touristischen Wertschöpfungskette bei?

Diese Arbeitsgruppe richtet sich an die Marketer der Betreibereinrichtungen von NS-Großanlagen und die operativen Gestalter des touristischen Tagesgeschäfts, vom Busreiseunternehmen bis zum Hotelier, vom Strandkorbverleih bis zum Tourismusverein. Unter Hinzuziehung von Impulsreferaten, gehalten von Praktikern, die These vom Ort der NS-Geschichte als Touristenmagnet mit praktischen Erfahrungen unterfüttert werden. Da Leistungsträger besonders dicht am Gast arbeiten, erhoffen wir uns in dieser Arbeitsgruppe Best-Practice-Input aus der Praxis, damit am Ende Handlungsempfehlungen herausgegeben werden können.

Moderatoren: Prof. Dr. Jörg Haspel (Landeskonservator Berlin), Michael Gericke (HTM Peenemünde)

Referenten: Albert Moritz (Vogelsang ip), Albert A. Feiber (Dokumentation Obersalzberg), Kai Hampel (HTM Peenemünde)

Gedenkstätten, Dokumentationszentren und Museen sind Orte, an denen Fachdiskurse auf Öffentlichkeit treffen. In einer aufgeklärten Gesellschaft sollte diese Kommunikation nicht als rein einseitig popularisierendes Belehren erfolgen, sondern als offene



Diskussion mit einem ernst genommenen Publikum. Doch auf dem sensiblen und unbequemen Themenfeld nationalsozialistischer Geschichte und angesichts der Gefahr, bei unzureichend reklamierter Autorität der Kulturinstitution geschichtsrevisionistischem, militaristischem Denken ein Forum

zu bieten, muss die Frage verhandelt werden, wie sich die Vermittlungsarbeit auf dem schmalen Grat zwischen herrschaftsfreier Diskussion und autoritärer Belehrung positioniert. Konkret sollen Beispiele der museumspädagogischen Arbeit an den Einrichtungen zur NS-Geschichte diskutiert werden. Wie werden auf die Erwartungen eines vorwiegend touristischen Publikums eingegangen, wie werden unterschiedliche Zielgruppen bedient, wie ein Erkenntnis- und Erlebniswert gerade auch für Familien und Kinder geschaffen? Muss vielleicht auf gewisse attraktive Angebote und damit Sichtbarkeit aus Gründen historischer Sensibilität verzichtet werden?

Die Beantwortung dieser Fragen setzt die Kenntnis des Publikums und belastbares Wissen über die Bedeutung der NS-Großanlagen für die kollektive Erinnerung voraus. Was ist charakteristisch an Touristen als Besucher von Kultureinrichtungen unbequemer Geschichte? Wie wirkt es sich auf die Menschen aus der Region aus, wenn das Angebot auf touristisches Publikum zielt, werden die Kultureinrichtungen als Touristenfalle, als störendes Mahnmahl, als regionales Alleinstellungsmerkmal wahrgenommen, auf das man auch ein Stück weit stolz ist? Wie kommunizieren die Institutionen mit den Menschen vor Ort?

Diese Arbeitsgruppe richtet sich an Fachleute für die Vermittlungsarbeit an authentischen Orten der NS-Geschichte. Nach kurzen Input-Referaten sollen die Teilnehmer der AG ihre eigenen Erfahrungen einbringen und die Fragen diskutieren.

Moderatoren: Prof. Dr. Nachama (Topographie des Terrors), Dr. Philipp Aumann (HTM Peenemünde)

Referenten: Dr. Marcus Meyer (Gedenkort Bunker Valentin, Bremen), Dr. Sylvia Necker (Dokumentation Obersalzberg), Susanne Keuter (für das HTM Peenemünde)