

Mit der Natur für den Menschen – seit mehr als 185 Jahren.

Lost Places im Barnim – Potenzial für eine touristische Nutzung?

Prof. Dr. Wolfgang Strasdas
Lisa Reichelt M.A.
Juni 2020

Gefördert von der Wissenschaftsstiftung
der Sparkasse Barnim



Gliederung

Einleitung: Definition, Forschungsanlass und -ziele

1. Methodik und Vorgehensweise
2. Klassifizierung von Lost Places
3. Angebotsanalyse
 - 3.1 *Einschätzungen von Akteuren*
 - 3.2 *Bestandsaufnahme und -bewertung*
4. Nachfrageanalyse
 - 4.1 *Nachfragegruppen*
 - 4.2 *Berlintouristen*
5. Fallstudien
6. Schlussfolgerungen
 - 6.1 *Evaluierung*
 - 6.2 *Empfehlungen*

Anhänge

- A I: Objektblätter Bestandsaufnahme Barnim
- A II: Szeneseiten zu Lost Places
- A III: Objektblätter Good Practice Beispiele

Definition “Lost Places“

Lost Places oder „**verlassene Orte**“ sind Bauwerke oder Anlagen, die vor geraumer Zeit – evtl. nach diversen Zwischennutzungen – aufgegeben wurden und **sichtbar verfallen**, z.T. überwuchert werden. Dabei entwickeln sie eine besondere, **morbide ästhetische Ausstrahlung** oder auch **Authentizität**, was von verschiedenen Menschen jedoch sehr unterschiedlich wahrgenommen wird.

Es handelt sich um ehemals **eindrucksvolle** und/oder **geschichtsträchtige** Gebäude oder Anlagen aus der **jüngeren Vergangenheit**, deren Geschichte maximal bis ins 19. Jahrhundert zurückreicht. Dies können **Industrieruinen**, ehemalige **Militäranlagen**, **Verkehrsanlagen**, aufgegebene **Wohnkomplexe**, Schlösser, Villen, **Krankenhäuser** oder **Freizeiteinrichtungen** sein.*

*Es existieren keine wissenschaftlichen Definitionen von Lost Places. Die hier vorgenommene Definition basiert auf informellen Quellen wie Webseiten, Zeitungsartikeln, Freizeitführern und Fotobänden.

Forschungsanlass

1. Lost Places sind sichtbare **Zeugnisse eines Scheiterns**. Es ist nicht gelungen, diese Gebäude oder Anlagen zu erhalten oder sie ihrer ursprünglichen oder einer neuen Nutzung zuzuführen.
2. Lost Places werden daher oft als „**Schandflecken**“ wahrgenommen, die als ultima ratio abgerissen und beseitigt werden sollten. Hierfür stehen jedoch oft keine Mittel zur Verfügung.
3. Lost Places finden sich typischerweise in Regionen, die **einschneidenden strukturellen** und/oder **politischen Veränderungen** unterworfen waren. Dazu gehören insbesondere **alte Industriegebiete** sowie viele Regionen in den **Neuen Bundesländern**, darunter auch der Landkreis Barnim.

Forschungsanlass

4. Wenn Lost Places also weder renoviert noch beseitigt werden können, gleichzeitig aber einen **ästhetischen Reiz** auf bestimmte Bevölkerungsgruppen ausüben können, dann stellt sich die Frage, ob dieses Interesse nicht Grundlage für eine **touristische Nutzung** sein könnte.
5. Potenzielle Zielgruppe könnten **in- und ausländische Touristen** sein, die das nahegelegene **Berlin** besuchen. Es wird die Hypothese aufgestellt, dass ein Teil des touristischen Reizes Berlins in der **wechselvollen Geschichte** der Stadt, ihrem „**Unfertig-Sein**“ und eben auch ihren Lost Places besteht, neben geschichtsträchtigen Orten auch als Standorte für die Kultur- und Clubszene.

Forschungsanlass

6. Brandenburgische Reisegebiete im Umfeld von Berlin versuchen naheliegenderweise, vom **Tourismusboom der Hauptstadt zu profitieren**. Es wird die Hypothese aufgestellt, dass dies nicht unbedingt mit natürlichen, sondern eher mit Attraktionen gelingt, die ein **urbanes Publikum** ansprechen und einen Bezug zur Geschichte Berlins als Hauptstadt des Kaiserreiches, des Nationalsozialismus und der DDR aufweisen. Dazu könnten Lost Places beitragen, sofern sie entsprechend **geschichtsträchtig** sind und eine **hohe Erlebnisqualität** aufweisen.

Forschungsziele und -aufgaben

1. **Definition**, Beschreibung und **Klassifizierung** von Lost Places
2. Einschätzungen von **tourismusrelevanten Akteuren** im Barnim
3. **Bestandsaufnahme**: Welche Lost Places gibt es im Barnim und wie lassen sich diese klassifizieren?
4. Welche **touristischen Anknüpfungspunkte** bieten diese Orte? Findet evtl. schon eine touristische Nutzung statt?
5. Welche **Zielgruppen** sind relevant? Finden sich diese auch unter Berlinbesuchern?
6. Gibt es andernorts **gute Beispiele** der touristischen Nutzung von Lost Places?
7. **Schlussfolgerungen** und **Empfehlungen**: Wie ist das touristische Potenzial von Lost Places im Barnim einzuschätzen und wie ließe es sich zukünftig nutzen?

1. Methodik und Vorgehensweise

- **Literaturanalyse** (insbes. zu relevanten Tourismusformen wie Urban Exploring, Geschichtstourismus usw.; daneben zur Umnutzung ehemaliger Industriegebiete)
- **Interviews** mit lokalen Akteuren und Expert*innen zur Informationsbeschaffung und zur persönlichen Einschätzung des Themas
- **Ortsbesichtigungen** und Foto-Dokumentation
- Auswertung von themenrelevanten **Tourismusstudien und -konzepten** für den Barnim und für Berlin
- Analyse von **Websites** und **Social Media Auftritten** der “Lost Places-Szene“ und einschlägiger touristischer Anbieter
- *Geplant:* **Präsentation** und **Diskussion** der Ergebnisse und möglicher Entwicklungsstrategien im Rahmen der Erarbeitung des neuen Tourismuskonzeptes für den Barnim

2. Klassifizierung von Lost Places

Klassifizierung nach Art der Gebäude/Anlagen

- **Industrieruinen** (versch. Epochen, meist aus dem späten 19./frühen 20. Jahrhundert)
- **Militäranlagen** (Kasernen, Bunker, Radarstationen, Flugplätze, meist aus national-sozialistischer und DDR-Zeit, auch der Sowjetarmee)
- **Wohnkomplexe**, „Geisterstädte“ (verschiedene Epochen bis hin zur DDR-Zeit)
- **Schlösser, Villen und Landsitze** (typischerweise aus der Gründerzeit; bei historisch bedeutsamen ehemaligen Besitzern auch jüngeren Datums; oft andere Nachnutzungen, z.B. Heime oder Schulungseinrichtungen)
- **Krankenhäuser**, Sanatorien (wegen des Heilklimas und der Ruhe oft in isolierten, naturnahen Lagen; oft andere Nachnutzungen)
- **Freizeiteinrichtungen** (Schwimmbäder, Freizeitparks)
- **Verkehrsanlagen** (Bahnhöfe, Lokschuppen u.ä.)

2. Klassifizierung von Lost Places

Klassifizierung nach Entwicklungsphasen

- 1. Ursprünglicher Lost Place** im „Rohzustand“: keinerlei organisierte Besuche oder museale Aufbereitung, dafür individuelle Besuche, meist für Fotoaufnahmen; Zugang z.T. gefährlich oder illegal; oft Vandalismus
- 2. „Vermittelter“ Lost Place**: gelegentliche organisierte Besichtigungen, Kunstaktionen und/oder Nutzung als Filmkulisse; minimale Erschließung und Sicherungsmaßnahmen
- 3. Lost Place „light“**: Teilweise Sanierung und/oder museale Aufbereitung von Kernbereichen; regelmäßige Führungen und touristische Bewerbung
- 4. Lost Place „lost“**: komplette Musealisierung (z.B. Industriedenkmäler) oder Folgenutzung nach Komplettsanierung (z.B. Gewerbe, Wohnungen)

2. Klassifizierung von Lost Places

Selbstverständlich sollte der Erhalt von Lost Places in ihrem ursprünglichen Zustand, d.h. mit fortschreitendem Verfall, kein primäres Ziel der Tourismus- oder Stadtplanung sein, auch wenn sie für die Zielgruppe der Urban Explorers in diesem Zustand den höchsten Reiz entfalten. Die „wilde“ Nutzung von Lost Places bringt der Destination ohnehin kaum einen Mehrwert. Zu erwägen ist dagegen eine behutsame Sanierung (Substanzerhalt, Zugänglichkeit und Gefahrenbeseitigung) und evtl. eine Teil-Musealisierung, falls überhaupt Mittel zur Verfügung stehen, diese aber knapp sind. Diese „vermittelten“ Lost Places oder Lost Places „light“ konservieren den Reiz des Vergänglichen und des Authentischen und sind vergleichsweise kostengünstig. Gleichzeitig ermöglichen sie eine gelenkte touristische Nutzung und einen Mehrwert für andere, zahlenmäßig bedeutendere Zielgruppen.

Schließlich sind voll restaurierte oder umgenutzte Lost Places „lost“ nur als solche verloren, wie das Beispiel des Heeresbekleidungsamtes in Bernau zeigt, eröffnen dafür aber ganz andere Möglichkeiten, sofern finanzierbar.



Exkurs: Zugänglichkeit/Nutzbarkeit von Lost Places

Lost Places im „ursprünglichen“ Zustand können in unterschiedlichem Maße zugänglich bzw. erfahrbar sein. Eine freie Zugänglichkeit scheitert oft aus verschiedenen Gründen. Diese gilt es auch zu berücksichtigen, wenn Lost Places „vermittelt“, also für eine touristische (Teil-) Nutzung erschlossen werden sollen.

- **Besitzverhältnisse:** z.T. in öffentlichem, z.T. in Privatbesitz. Unerlaubtes Betreten oder Eindringen stellt rechtlich gesehen Hausfriedensbruch dar, wird meist aber nicht geahndet.
- Manche Lost Places sind **abgezäunt** und in selteneren Fällen auch bewacht. Hierbei spielen auch **Haftungsfragen** seitens der Besitzer eine Rolle.
- Nicht-autorisiertes Betreten ist oft mit **physischen Gefahren** verbunden (Einsturzgefahr, Munitionsreste, Metall- und Glasreste, Absturzgefahr durch Löcher, morsches Holz etc.). Entsprechende Sicherungsmaßnahmen zur touristischen Nutzung können ein bedeutender Kostenfaktor sein.
- **Vandalismus** und **Vermüllung** stellen in vielen Fällen ein zusätzliches Problem dar.
- Lost Places sind oft **abgelegen** und schwer zu erreichen (kein ÖPNV, lange Anmarschwege).
- **Denkmalschutz** bringt einerseits den architektonischen/kulturhistorischen Wert eines Gebäudes oder Ensembles zum Ausdruck (potenzielle Fördergelder!), kann andererseits aber auch eine moderne, nutzungsgerechte Restaurierung erschweren.

3.1 Befragte Akteure und Expert*innen

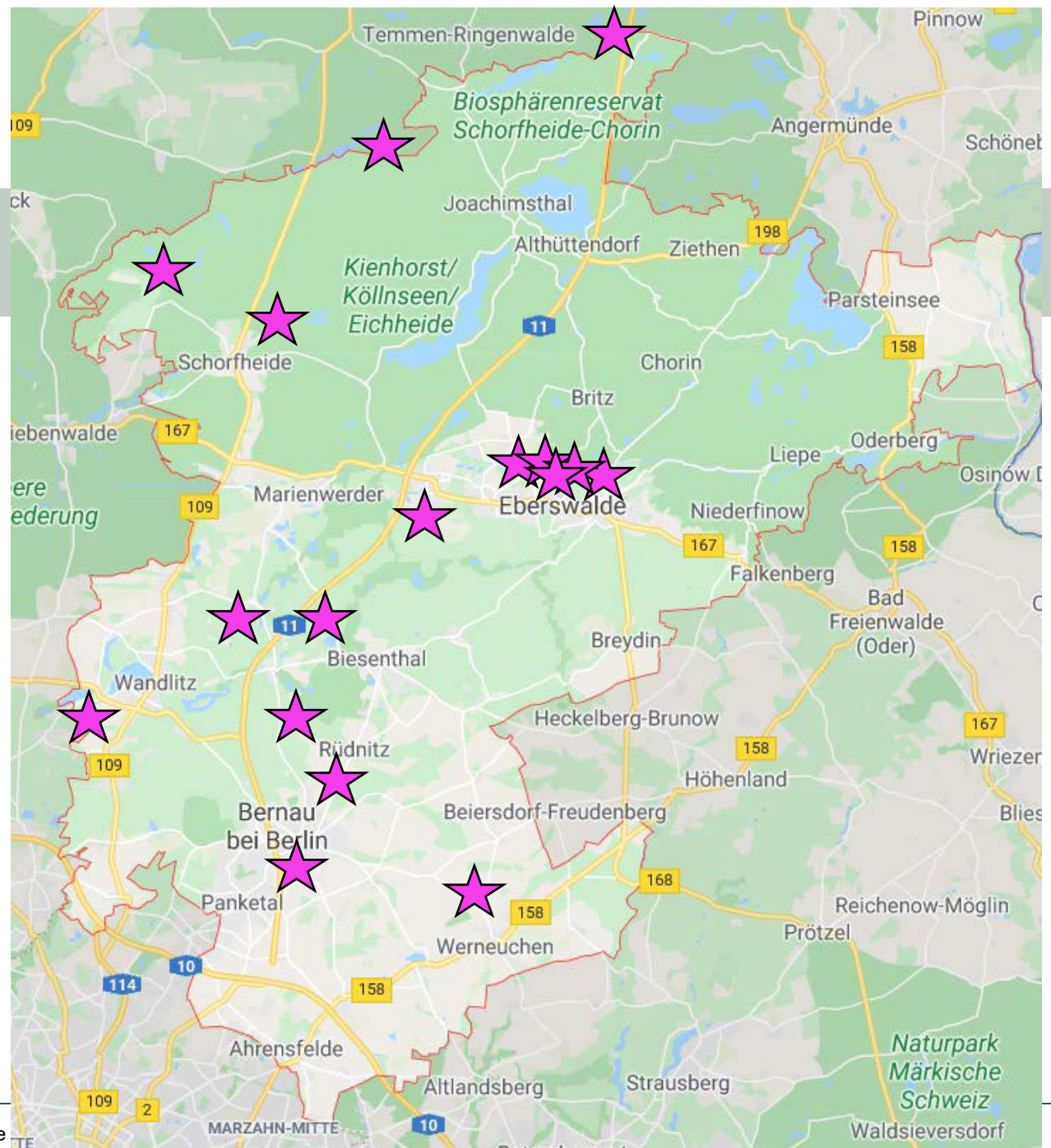
| Name | Organisation |
|-------------------------|---|
| Susann Flade | Landkreis Barnim, Amt für nachhaltige Strukturentwicklung |
| Sabine Grassow | Wirtschafts- und Tourismusentwicklungsgesellschaft |
| Ivonne Affeldt | Stadt Eberswalde, Amt für Stadtmarketing und Tourismus |
| Christian Schwerdtner | Stadt Bernau, Kulturamt |
| Anke Bielig | Gemeinde Schorfheide |
| Christine Leuschner | Amt Joachimsthal |
| Dr. Peter Gärtner | Naturpark Barnim |
| Sibylle Lösch | Regionalpark Barnimer Feldmark |
| Prof. Dr. Jürgen Peters | Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, FB 2 |
| Birk Polten | Luftfahrtmuseum Finowfurt |
| Holger Raschke | Berlins Taiga, Touren und Stadtführungen |
| Marian Ruschenski | Pächter des Jagdhauses Wildfang |

3.1 Konzepte/Einschätzungen der befragten Akteure

- Am **Eberswalde Finowkanal** finden sich Industriegebäude in unterschiedlichem Erhaltungszustand (alle Entwicklungsphasen von Lost Places). Sie werden bereits **touristisch genutzt** und **beworben**. Der Fokus liegt dabei auf Industriegeschichte, weniger auf Ruinen-Ästhetik.
- Das **Luftfahrtmuseum Finowfurt** als etablierte touristische Attraktion erfüllt – wahrscheinlich unfreiwillig – einige Kriterien von Lost Places, und zwar in dem Sinne, dass sich dort Anlagen im Originalzustand und zahlreiche nicht restaurierte Fahrzeuge befinden.
- Das Thema wird allgemein **interessant** (und z.T. auch faszinierend) gefunden, aber zumeist mit einer gewissen **Zurückhaltung** aufgenommen („schräges Thema“). In jedem Fall wird es nicht systematisch vermarktet.
- Ein Akteur war der Meinung, dass es für die touristische Nutzung von Lost Places im Barnim schon **fast zu spät** sei, da immer mehr interessante Gebäude saniert würden.
- Lost Places mit **militärischem** und vor allem **nationalsozialistischem** Hintergrund (Beispiel Carinhall) werden auch als **heikel** angesehen, da sie u.U. eine politisch problematische Klientel anziehen könnten.
- **Berlintouristen** werden als wünschenswerte neue Zielgruppe angesehen; weniger dagegen die Berliner selbst, da es von dort bereits intensiven Tagestourismus mit punktuellen Überlastungserscheinungen gibt.



3.2 Bestands- aufnahme



3.2 Bestandsaufnahme: Eberswalde*

| Name des Objektes | Art des Objektes | Entwicklungsstand | Zugänglichkeit | Derzeit. tourist. Nutzung | Touristisches Potenzial |
|-----------------------------------|---------------------|---|--|---|---|
| Kraftwerk Heegermühle | Industrieanlage | Ursprünglicher Lost Place | Gelände abgesperrt, aber gut sichtbar; illegale Zutritte | LP-Szene, Erklärungstafel | Hoch (Fotographie, Architektur, Industriegeschichte) |
| Papierfabrik Wolfswinkel | Industrieanlage | Vermittelter Lost Place | Gelände abgesperrt, aber gut sichtbar | Sporadische Führungen | Hoch (Fotographie, Kunstaktionen) |
| Borsighalle | Industrieanlage | „Vermittelter“ Lost Place (derzeit Renovierung) | Darf nicht betreten werden, aber gut sichtbar | LP-Szene | Mittel (Fotographie, Architektur, Kunstaktionen) |
| Rohrleitungsfabrik | Industrieanlage | Lost Place “light“ (Folgenutzung) | Öffentlich zugänglich | Sporadische Führungen | Gering (Industriegeschichte) |
| Hufnagelfabrik & Waggonfahrsstuhl | Industrieanlage | Ursprünglicher Lost Place | Darf nicht betreten werden | keine | Gering (Fotographie, Industriegeschichte) |
| Luftfahrtmuseum Finowfurt | Militärische Anlage | Lost Place “light“ (Museum) | zu Öffnungszeiten (Eintritt) | Freilichtmuseum und größere Veranstaltungen | Hoch (Militär-, Geschichtstourismus: DDR) |

* Detailliertere Objektbeschreibungen im Anhang I

3.2 Bestandsaufnahme: Kraftwerk Heegermühle



Ursprünglicher, denkmalgeschützter Lost Place mit hohem touristischem Potenzial
⇒ Urban Exploring, Geschichts- und Architekturtourismus



3.2 Bestandsaufnahme: Luftfahrtmuseum Finowfurt



Freilichtmuseum mit Lost-Place-Qualitäten und faktischem touristischem Potenzial
⇒ Militärgeschichtstourismus (DDR und Sowjetarmee)



3.2 Bestandsaufnahme: Bernau/Wandlitz*

| Name des Objektes | Art des Objektes | Entwicklungsstand | Zugänglichkeit | Derzeit. tourist. Nutzung | Touristisches Potenzial |
|-------------------------------------|-----------------------|---|---|---|--|
| Siedlung Bogensee | Villa und Wohnkomplex | Ursprüngl. Lost Place (Revitalisierungspläne) | Gelände zugänglich, Gebäude nicht betretbar | Zahlreiche Spaziergänger | Hoch (NS- und DDR-Geschichte) |
| Ehemal. Heeresbekleidungsamt Bernau | Militärisches Gebäude | Lost Place "lost" | Gelände u. Gebäude abgesperrt (Baustelle) | Keine (ehemals „Kultobjekt“ der LP-Szene) | Gering (Architektortourismus) |
| Lager/Bunker Koralle | Militärisches Anlage | Ursprünglicher Lost Place | Gelände z.T. zugänglich, z.T. abgesperrt (gefährlich) | LP-Szene, Kletterer; evtl. Führungen | Mittel (Fotographie; Klettern; Militär-, Geschichtstourismus: NS-Zeit) |
| Bunker Ladeburg | Militärisches Objekt | Lost Place "light" | Im Rahmen von Führungen | Regelmäßige Führungen durch Verein | Mittel (Militär-, Geschichtstourismus: DDR) |
| „Mielke“-Bunker | Militärisches Objekt | Vermittelter Lost Place | Gelände abgesperrt, außer bei Führungen | Sporadische Führungen | Gering (Militär-, Geschichtstourismus: DDR); Vandalismus |

* Detailliertere Objektbeschreibungen im Anhang I

3.2 Bestandsaufnahme: Siedlung Bogensee



Ursprünglicher Lost Place mit
faktischem touristischem
Potenzial \Rightarrow Geschichts-,
Politik- und Architektur-
tourismus (NS-Zeit und DDR)



3.2 Bestandsaufnahme: Lager/Bunker Koralle



Ursprünglicher Lost Place mit mittlerem touristischem Potenzial ⇒ Urban Exploring, Klettern; Geschichts-, Politik- und Militärtourismus (NS-Zeit); z.T. gefährlich, Müll



3.2 Bestandsaufnahme: Schorfheide (+ Dammsmühle, Barnimer Feldmark)*

| Name des Objektes | Art des Objektes | Entwicklungsstand | Zugänglichkeit | Derzeit. tourist. Nutzung | Touristisches Potenzial |
|---------------------------------|---------------------|--|---|--|--|
| Carinhall | Landsitz | Ursprünglicher Lost Place | Öffentlich zugänglich | Erklärungstafel; individuelle Besucher | Mittel (NS-Geschichte, aber wenig Überreste) |
| Jagdhaus Wildfang | Landhaus | Lost Place "lost" | Gelände abgesperrt | Sporadische Führungen | Gering (DDR-Geschichte) |
| Jagdhaus Schluff | Landhaus | z.T. Ursprünglicher Lost Place, z.T. "lost" | Gelände abgesperrt | keine | Gering (DDR-Geschichte) |
| Forstwirtschaftsbetrieb Neuhaus | Forsteinrichtung | Ursprünglicher Lost Place | zugänglich | keine | Mittel (Fotographie, DDR-Geschichte) |
| Schloss Dammsmühle | Schloss | Ursprüngl. Lost Place (Renovierung begonnen) | Park zugänglich; Gebäude abgesperrt (Baustelle) | Spaziergänger | mittel (Fotographie, Filmkulisse) |
| Barnimer Feldmark | versch. Lost Places | Ursprüngliche Lost Places | unterschiedlich | keine | Gering (Geocaching) |

* Detailliertere Objektbeschreibungen im Anhang I

3.2 Bestandsaufnahme: Jagdhäuser Schorfheide



Lost Places „Lost“ mit begrenztem touristischem Potenzial ⇨
Geschichts-/Politiktourismus (DDR); Privatisierung & Renovierung mit Abzäunung;
aber: Führungen auf Anfrage



3.2 Bestandsaufnahme: Schloss Dammsmühle



Klassischer Lost Place mit mittlerem touristischem Potenzial (begonnene Renovierung) ⇒ Urban Exploring, Foto- & Filmkulisse; Geschichts- & Architekturtourismus



4. Nachfrageanalyse

Lost Places sind aus verschiedenen Motiven für unterschiedliche Nachfragegruppen von Interesse. Auch hierzu gibt es keine systematischen wissenschaftlichen Untersuchungen. Dennoch lassen sich aus vereinzelt wissenschaftlichen Artikeln, Abschlussarbeiten, Zeitungsartikeln und einschlägigen Websites qualitative Schlussfolgerungen ableiten: Als Oberbegriffe können **Kulturtourismus** und **Abenteuertourismus**, mit Anklängen an **Dark Tourism** gelten. Im Einzelnen lassen sich vier Typen abgrenzen:

Typ 1: **Urban Explorers** („Urbexers“) – Ästhetik und Abenteuer

Typ 2: **Geschichts- & Politikinteressierte** – Authentische geschichtsträchtige Orte

Typ 3: **Militärtourismus** – Faszination an Militärgeschichte und -technik

Typ 4: **Biographischer Tourismus** – Persönliche Spurensuche und Erinnerung

Sonderformen: Abenteuersport, Geoaching, Naturtourismus.

4.1 Nachfragegruppen: Urban Explorers

„**Urbexers**“ sind das Kernsegment für die ästhetische Betrachtung und den Abenteueraspekt von Lost Places im ursprünglichen oder vermittelten Zustand. Dabei steht **Fotographie** als konkrete Aktivität, auch im Zusammenhang mit **Kunstaktionen**, im Vordergrund. Daneben wird manchmal Klettern praktiziert (Beispiel: Bunker Koralle).

Die Faszination am Verfall rückt diese Gruppe in die Nähe von **Dark Tourism**, ein Begriff, der in der wissenschaftlichen Literatur thematisiert wurde, insbes. in Bezug auf den Nationalsozialismus, aber auch auf die untergegangene DDR. Im Dark Tourism werden intensive Gefühle ausgelöst, die mit einer „**Faszination am Tragischen**“ (Wasseveld 2012) einhergehen.

Urbexers sind weit überwiegend männlich, jungen oder mittleren Alters und können als urbane Hipster charakterisiert werden. In der sehr individualistischen „Szene“ herrscht dennoch eine Etikette, wie man sich in Lost Places zu verhalten habe.

Das Segment ist wahrscheinlich zahlenmäßig sehr klein, kann jedoch eine große Öffentlichkeitswirkung durch hohe Aktivität in den sozialen Netzwerken (v.a. Instagram), Buchpublikationen (attraktive Fotobände) und bei Kunstaktionen entfalten. Urbexers können damit Vorläufer eines „New Urban Tourism“ sein. Zudem ist zu erwarten, dass Berlin ein bevorzugtes Ziel von Urban Explorers ist.

Quellen: Böhme 1989, Garrett 2011, Wasseveld 2012, versch. „Szene“-seiten (siehe Anhang II)

4.1 Nachfragegruppen: Geschichtstourismus

Bei den Geschichtsinteressierten, einem Untersegment des Kulturtourismus, steht die geschichtliche Dimension von Lost Places im Vordergrund. Dabei geht es um Industrie-, Militär- und z.T. auch um Architekturgeschichte. Im Falle von Lost Places aus den Zeiten des Nationalsozialismus und der DDR spielt der politische Aspekt von Geschichte eine große Rolle.

Geschichtstourismus ist einerseits eng mit Bildung verbunden (Lost Places als „authentische Lernorte“), hat andererseits aber auch mit Gefühlen zu tun. Dabei kann Vergangenheit ästhetisiert und verklärt werden (das „echte Eigentliche“) oder aber, wie im Dark Tourism, mit intensiven negativen Gefühlen besetzt sein.

Geschichtsinteressierte finden sich überwiegend in den mittleren bis älteren Altersgruppen. Wahrscheinlich handelt es sich um das zahlenmäßig größte Nachfragesegment für Lost Places. Zudem steht zu erwarten, dass sich viele Geschichtsinteressierte unter den Berlinitouristen finden.

Diese Zielgruppe ist hinsichtlich ihrer Motive und konkreten Interessen heterogen, es ist aber davon auszugehen, dass von ihr vermittelte bis teil-musealisierte Lost Places bevorzugt werden. Wichtig ist weiterhin, die *Story* hinter einem Lost Place kompetent und spannungsreich zu vermitteln („Histotainment“).

Quellen: V. Groebner (2018): Retroland. Geschichtstourismus und die Sehnsucht nach dem Authentischen
P. Schnee (2015): Geschichtstourismus – neues Licht auf die Schattenorte

4.1 Nachfragegruppen: Militärtourismus & Spezialsegmente

Auch der **Militärtourismus** ist der Oberkategorie des Kulturtourismus zuzurechnen, innerhalb diesen jedoch ein Nischensegment. Neben eher beiläufigen Besuchern gibt es speziell Interessierte mit unterschiedlichen Motiven: Bildungs- und Geschichtsinteresse an authentischen Schauplätzen, Technikinteresse und eine Faszination an Militärischem, wobei letzteres auch mit problematischen Tendenzen einhergehen kann, vor allem in Bezug auf den Nationalsozialismus. Hinzu kommen Besucher, die selbst Soldaten gewesen sind (Biographischer Tourismus). Alle Gruppen haben gemeinsam, dass es sich fast ausschließlich um Männer handelt. Quelle: Raschke 2015

Biographischer oder **Erinnerungstourismus** liegt vor, wenn bestimmte Orte besucht werden, die mit der eigenen Vergangenheit zu tun haben. Bei Lost Places können dies ehemalige Fabrikarbeiter*innen oder ehemalige Soldaten („Ehemalige“) sein, aus zeitlichen und räumlichen Gründen vor allem der Nationalen Volksarmee der DDR oder der sowjetischen Besatzungsmacht. Dieses Nachfragesegment ist naturgemäß sehr klein, kann aber auch die Kinder- und Enkelgeneration von Ehemaligen umfassen. Quelle: Raschke 2015

Weitere potenzielle, zahlenmäßig sehr kleine Nachfragesegmente für Lost Places sind **Abenteuertourismus** (Klettern auf Bunkern), **Geocaching** (ähnliche Motivlage wie bei Urban Explorers) sowie **Naturtourismus** (Fledermausquartiere in ehemaligen Bunkern). Quellen: Weber 2014, Raschke 2015

4.2 Nachfrageanalyse Berlin

Da keine direkten Daten zur Nachfrage nach Lost Places oder zur Bedeutung des Segmentes Urban Explorers vorlagen, konnte die Frage, inwiefern es unter den Berlintonuristen und auch den Berliner*innen selbst Interesse am Besuch von Lost Places im Barnim geben könnte, nur annäherungsweise beantwortet werden. Hierzu wurden Marktdaten von Visit Berlin und das Tourismuskonzept der Stadt von 2017 ausgewertet.

Demnach wird „**New Urban Tourism**“ als zentraler Trend ausgemacht. New Urban Tourism bezeichnet das Interesse am Alltagsleben der Stadtbewohner (*living like a local*) sowie an „**Geheimtipps**“ abseits der ausgetretenen Pfade, d.h. auch in belebten Kiezen außerhalb des Stadtzentrums.

„Sehenswürdigkeiten“ sind dann nicht mehr klassische touristische Monumente, sondern bestimmte Cafés, Märkte, Parks bis hin zu verlassenem Gebäuden, die durchaus der Definition von Lost Places entsprechen können. Dementsprechend wurden als Kernzielgruppen für den Berlintonurismus u.a. Kulturinteressierte, „Alltagsflüchtlinge“ sowie „flexible“ und „organisierte Entdecker“ identifiziert.

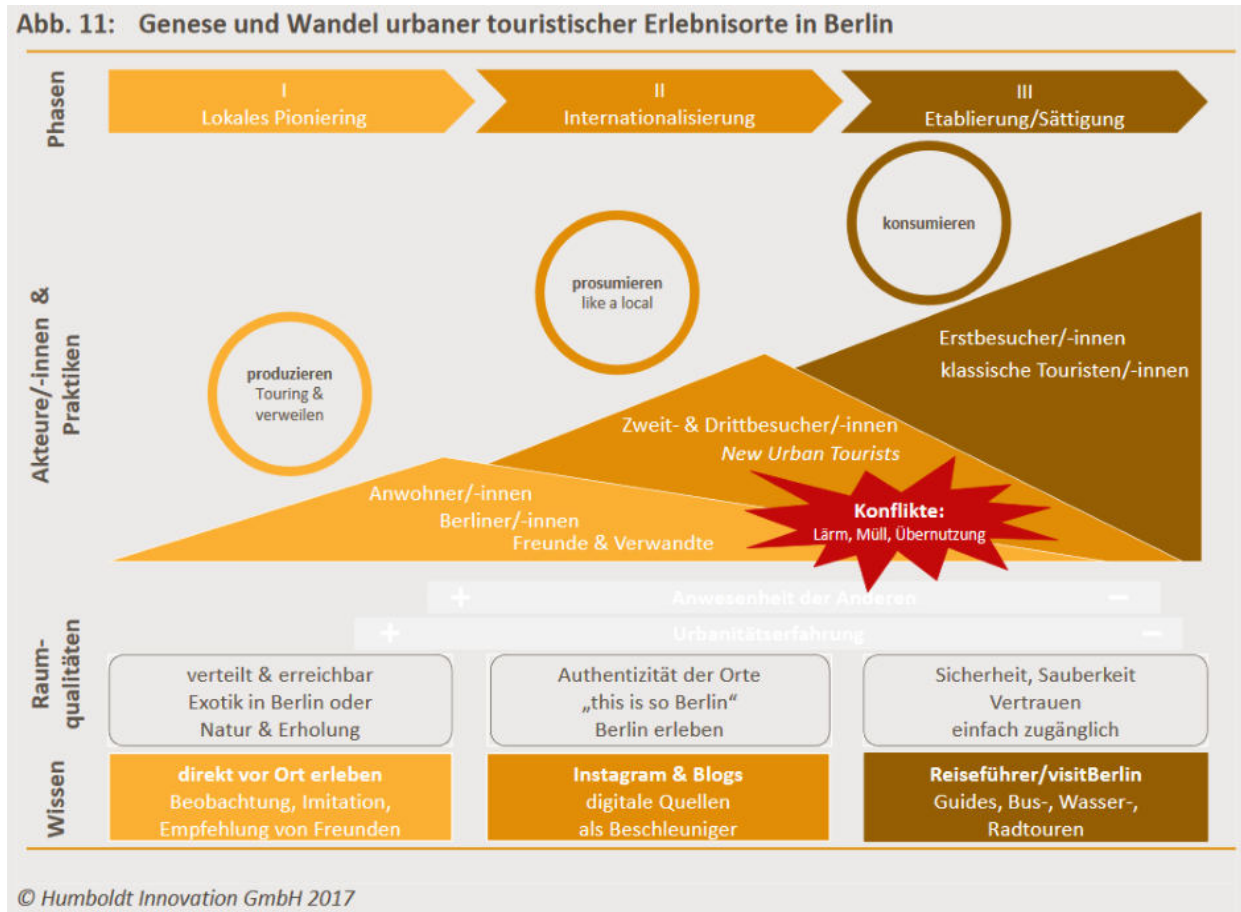
Urban Explorers können als eine extreme Variante von New Urban Tourists aufgefasst werden, welche in Destinationen wie Berlin selbst zunehmend zum Mainstream werden. D.h. hier deutet sich ein Trend an, wonach Lost Places auch für breitere Nachfragegruppen attraktiv werden könnten.

Quelle: dwif Consulting / Humboldt Innovation (2017): Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+

4.2 Nachfrageanalyse Berlin: New Urban Tourism

Das nebenstehende Modell sieht lokale Bewohner*innen als Pioniere für die touristische Entdeckung ungewöhnlicher Orte, gefolgt von Wiederholungsbesucher*innen.

Die Stadt Berlin will diesen Trend nutzen, um auch die Außenbezirke stärker in den Tourismus zu integrieren. Weiterhin ist eine intensivere Kooperation mit Brandenburg geplant, v.a. durch grenzüberschreitende Themenrouten, u.a. zur Industriekultur.



4.2 Nachfrageanalyse Berlin: Geschichtstourismus

| 2018 - Berlin | | |
|---------------------------------|----------------|------|
| Antwortende Personen | Insgesamt 3930 | |
| | Abs. | % |
| Nicht geantwortet | 792 | 20,1 |
| Die Berliner Mauer | 635 | 16,2 |
| Geschichte | 509 | 13,0 |
| Kultur | 293 | 7,5 |
| Brandenburger Tor | 255 | 6,5 |
| Museen | 195 | 5,0 |
| Bier | 160 | 4,1 |
| Deutschland/ Deutsch | 133 | 3,4 |
| Groß | 117 | 3,0 |
| Modern | 115 | 2,9 |
| Essen, Gastronomie, Restaurants | 112 | 2,8 |
| Reichstag/ Bundestag | 105 | 2,7 |
| Kunst | 100 | 2,5 |
| Kalt | 98 | 2,5 |
| Hauptstadt | 97 | 2,5 |
| Architektur | 90 | 2,3 |

18 Quelle: Image Study 2018

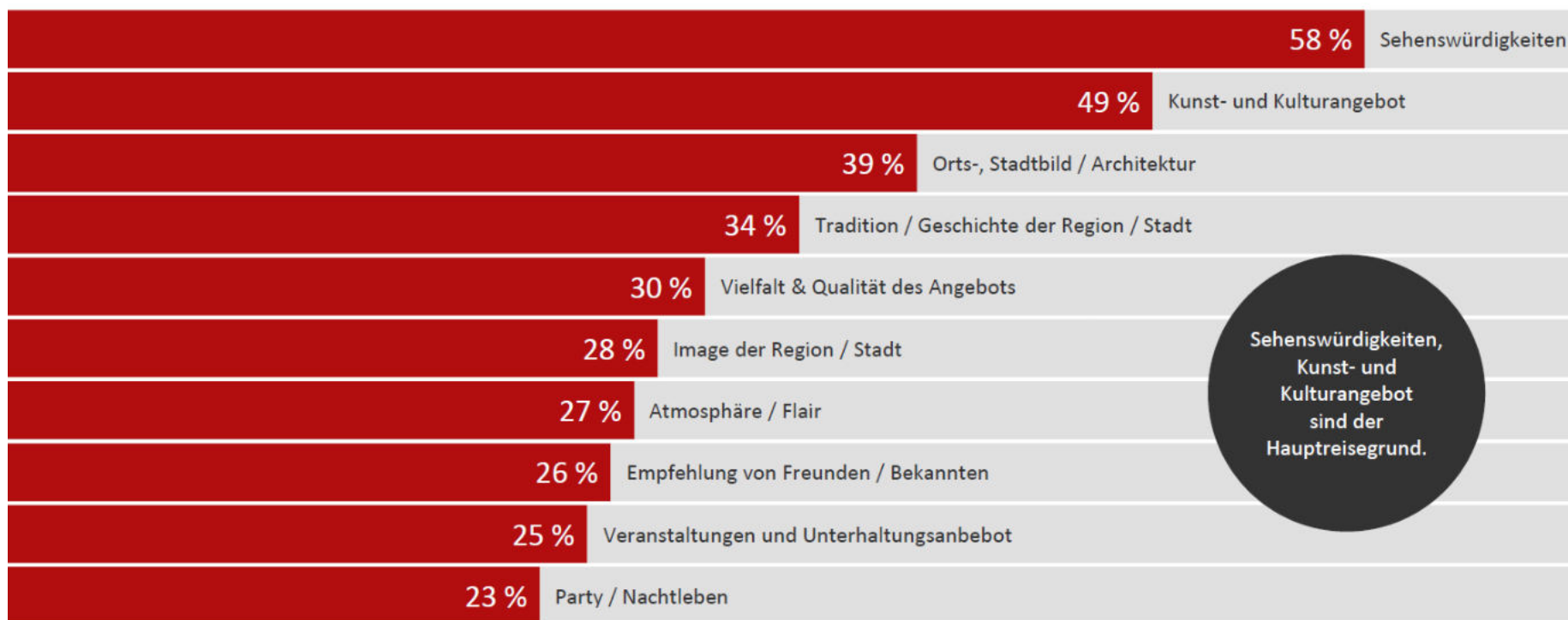
Quelle: VisitBerlin, Benchmarking's Group Image Study 2018

Nebenstehende Tabelle zeigt, welche spontanen Assoziationen Bewohner *innen anderer europäischer Großstädte zu Berlin haben. Es zeigt sich, dass die Berliner Mauer und Geschichte an erster Stelle stehen. Damit werden die DDR-Geschichte und der Kalte Krieg zu einem zentralen touristischen Attraktionspunkt .

Der Grafik auf der nächsten Seite zufolge steht „Tradition /Geschichte der Region/ Stadt“ an vierter Stelle der Besuchsgründe, wobei aber auch die zuvor genannten Motive mit Geschichte zu tun haben.

Aufgrund der relativ jungen Geschichte von Berlin steht zu vermuten, dass diese im Fokus des touristischen Interesses steht.

4.2 Nachfrageanalyse Berlin: Besuchsgründe



Quelle: VisitBerlin, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2018

4.2 Nachfrageanalyse Berlin: Geschichtstourismus

„Nach Jahrzehnten der Auseinandersetzung mit der Geschichte scheint sich etwas Grundlegendes geändert zu haben. Die Städte, die früher lieber verschwiegen hatten, was bei ihnen geschehen war, zeigen ihren **gewandelten Umgang mit der Geschichte** gerne her. Dokumentationszentren, Gedenkstätten, kritische Auseinandersetzung – darauf ist man stolz. Sie passen in ein angestrebtes weltoffenes Stadtimage. **Der offene und positive Umgang mit dem Stigma wird zum Standortvorteil.** Und Geschichte zum Wirtschaftsfaktor.

Was das bedeutet, kann man in keiner deutschen Stadt besser studieren als in **Berlin**, dem „Rom der Zeitgeschichte“, wie manche sagen. In Berlin ist Zeitgeschichte ein Markt, auf dem viel Geld von Touristen umgesetzt wird.“*

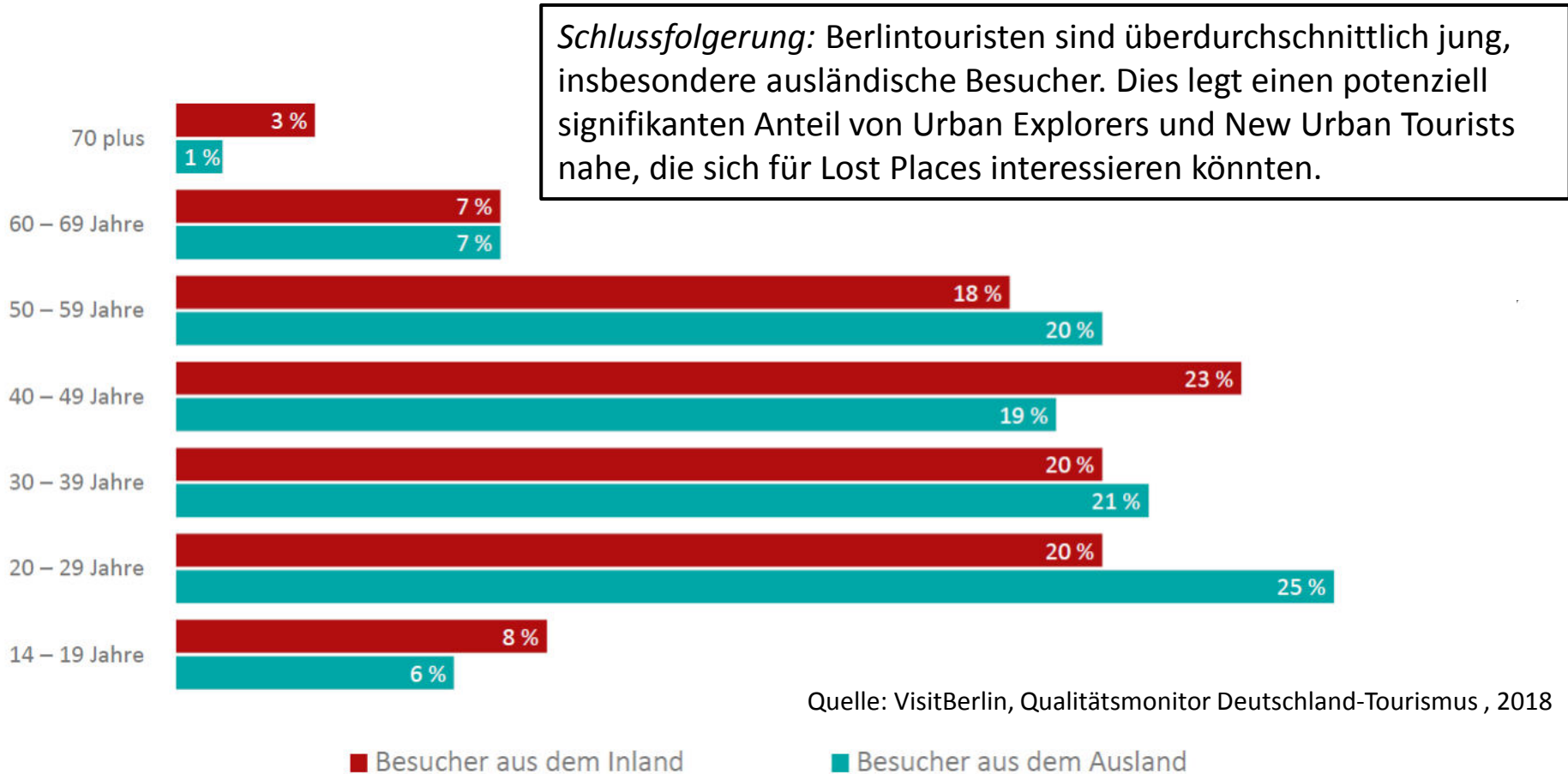
und weiter:

"Die **Schattenorte Berlins** sind aus dem **Tourismuskonzept der Stadt** überhaupt nicht wegzudenken und spielen hier eine ganz, ganz starke Rolle.“

Zitate aus: P. Schnee (2015): Geschichtstourismus – neues Licht auf die Schattenorte

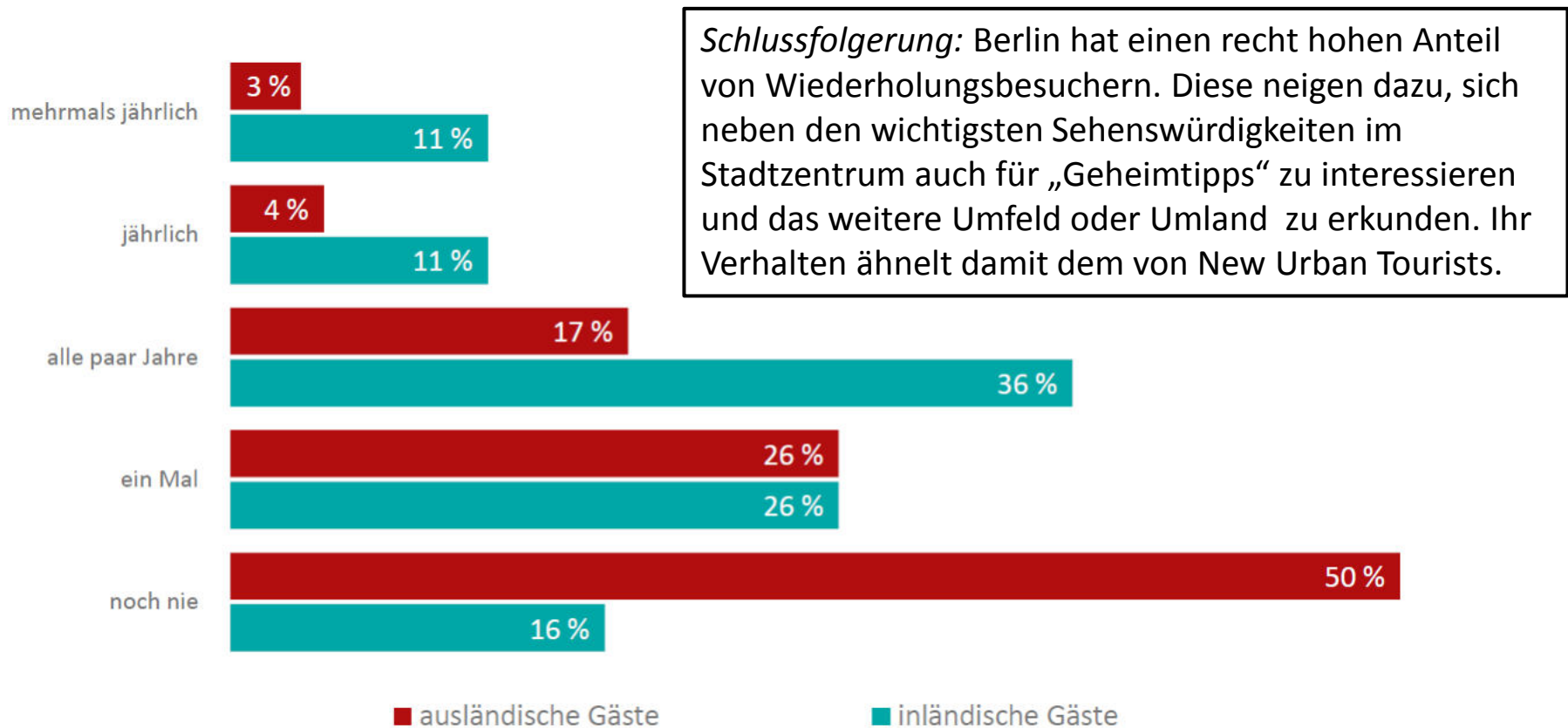
* Ein Beispiel hierfür ist die Themen-App „Pfad der Freiheit“ zu zeitgeschichtlichen Orten Berlins.

4.2 Nachfrageanalyse Berlin: Alter



Quelle: VisitBerlin, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus , 2018

4.2 Nachfrageanalyse Berlin: Besuchshäufigkeit



Quelle: VisitBerlin, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2018

5. Good Practice Beispiele

Im Folgenden werden einige bekannte Lost Places vorgestellt, die in Teilen als Good-Practice-Beispiele gelten und Anregungen für das Management und die Vermarktung von Lost Places im Barnim geben könnten.*

- **Beelitzer Heilstätten:** einer der bei Urbexers bekanntesten Lost Places in Brandenburg mit einer hohen Präsenz auf „Szene“-Seiten und in sozialen Medien; verschiedene Entwicklungsstadien vom ursprünglichen und vermittelten Lost Place (touristische Vermarktung, Führungen, Drehort bekannter Filme) bis hin zum Lost Place lost (Renovierungen, Neubauten durch Projektentwicklungsgesellschaft)
- **Teufelsberg:** ehemalige Militäranlage und bekannter Lost Place in Berlin; gutes Beispiel für einen vermittelten Lost Place mit professioneller Vermarktung und Führungen für die Zielgruppe New Urban Tourists, die Militärgeschichte mit Ästhetik und Kunstprojekten verbinden; betrieben durch eine Managementgesellschaft, die mit verschiedenen lokalen Initiativen (Kunst, Naturschutz) zusammenarbeitet

* Eine detaillierte Zusammenstellung findet sich in Anhang III

5. Good Practice Beispiele

- **„Verbotene“ Stadt Wünsdorf:** ausgedehntes ehemaliges Militärgelände, welches zum Schluss von der Sowjetarmee genutzt wurde und in dieser Zeit für die Öffentlichkeit nicht zugänglich war. Ursprünglicher bis vermittelter Lost Place, der bei Urban Explorers sehr beliebt ist; regelmäßige Führungen durch die Stadt Zossen und private Anbieter; systematische Vermarktung und starke Präsenz auf Szene-Seiten und in sozialen Medien; Gelände in öffentlichem Besitz, Management durch Entwicklungsgesellschaft
- **Geisterstadt Kolmanskop/Namibia:** Ort aus der deutschen Kolonialzeit, der wegen Diamantfunden in die Sandwüste gebaut und später aufgegeben wurde; jetzt in staatlichem Besitz; Lost Place „light“ durch ein interessantes museales Konzept, bei dem einige Gebäude im Originalzustand konserviert, andere aufgegeben wurden, so dass Sanddünen eindringen; eine der wichtigsten Touristenattraktionen Namibias für Geschichts- und Fotografie-Tourismus

5. Good Practice Beispiele

- **Landschaftspark Duisburg-Nord:** ehemaliges, unter Denkmalschutz stehendes Stahlwerk, das im Zuge der Internationalen Bauausstellung (IBA) Emscherpark zu einem Lost Place “light“ wurde; im Besitz des Landes NRW, Betrieb durch eine Managementgesellschaft; behutsame Musealisierung, Verbindung von Industriekultur und Natur; umfassendes Freizeit- und Tourismusmanagement: Geschichts- und Biographietourismus, zahlreiche Abenteueraktivitäten (Klettern, Tauchen), Veranstaltungen; professionelle Kommunikation und Vermarktung
- **Route der Industriekultur im Ruhrgebiet:** touristische Route des Regionalverbandes Ruhr, welche zahlreiche Industriedenkmäler (Lost Places “light“ bis “lost“, z.T. Weltkulturerbestätten) miteinander verbindet; entstand gegen Ende der IBA Emscherpark; einheitliche Kommunikation und Vermarktung in einem großen Akteursnetzwerk

5. Good Practice Beispiele: Tourenveranstalter

- **Go2know:** Berliner Veranstalter, der sich komplett auf Fototourismus zu Lost Places in Berlin und Brandenburg spezialisiert hat (u.a. Beelitzer Heilstätten, Verbotene Stadt Wünsdorf); neben Tagestouren auch internationale Reisen zu Lost Places (z.B. Tschernobyl); Zielgruppe sind Urban Explorers, die jedoch die Vermittlung von Lost Places bevorzugen (auch mit geschichtlichem Hintergrund); professionelle Kommunikation und Vermarktung; www.go2know.de
- **Berlins Taiga:** Potsdamer Veranstalter, der sich auf Führungen zur Geschichte der DDR und hier insbesondere auf die Sowjetarmee spezialisiert hat. Dabei spielen auch Lost Places eine Rolle. Eine Besonderheit ist die Verknüpfung von Militärgeschichte mit den Biographien der Menschen, die in der Roten Armee gedient haben und in der DDR stationiert waren. Zielgruppen sind auch hier Urban Explorers und New Urban Tourists; professionelle Kommunikation und Vermarktung, www.berlinstaiga.de

6.1 Evaluierung

- Das Thema Lost Places ist einigen Tourismusakteuren im Barnim durchaus präsent, wird aber bisher nicht unbedingt als tourismusrelevant angesehen oder explizit vermarktet.
- Dennoch werden eine Reihe von Gebäuden, Anlagen oder Orten, die Lost-Places-Kriterien in unterschiedlichen Entwicklungsstadien erfüllen, touristisch genutzt und auch vermarktet, wobei hier **der geschichtliche Aspekt** im Vordergrund steht.
- Dies gilt in erster Linie für die Industriegebäude am **Eberswalder Finowkanal**, die alle Entwicklungsphasen von Lost Places repräsentieren und ein Kernstück des Stadt-Marketings darstellen. Dabei liegt der Fokus ganz klar auf **Industrie-** und **Architekturgeschichte** (Tafeln, Führungen, umfangreiches Material), daneben auch auf Freizeiterleben (Familiengarten, Eberswalder Höhenpass). Der ästhetische Aspekt von Lost Places spielt kaum eine Rolle. Das touristische **Potenzial** ist insgesamt **hoch** und für unterschiedliche Nachfragegruppen von Interesse.

6.1 Evaluierung

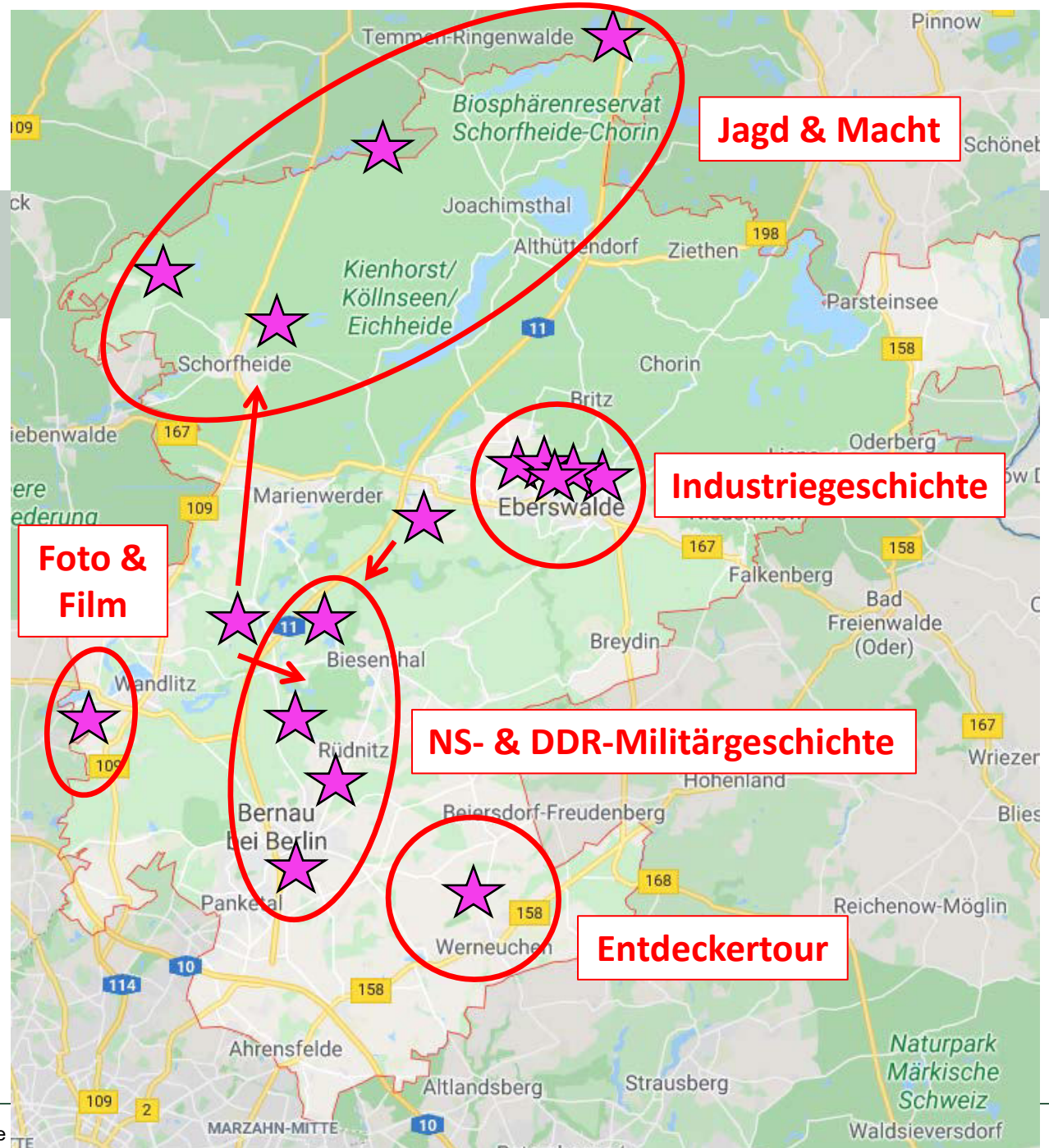
- Das **Luftfahrtmuseum Finowfurt** als etablierte touristische Attraktion erfüllt – wahrscheinlich unfreiwillig – einige Kriterien von Lost Places, und zwar in dem Sinne, dass sich dort Anlagen im Originalzustand und zahlreiche nicht restaurierte Fahrzeuge (Wracks) befinden. Hervorzuheben ist die ungewöhnliche Betreiberstruktur in Form eines privaten Vereins, von dem viel Freiwilligenarbeit geleistet wird. Ästhetische Aspekte stehen nicht im Vordergrund.
- Neben dem Luftfahrtmuseum finden sich in der Region drei weitere **militär-geschichtliche Objekte** in unterschiedlichem Erhaltungszustand. Während das Lager Koralle ein ursprünglicher Lost Place ist, werden im Bunker Ladeburg und im sog. „Mielke“-Bunker Führungen von einem Verein bzw. einer Privatperson angeboten. Der Bunker Ladeburg wird auf den Webseiten der WITO unter „Erlebnisse“ erwähnt. In der Kommunikation werden militärgeschichtliche und -technische, daneben auch politische Aspekte (DDR-Zeit) hervorgehoben. Eine systematische Produktgestaltung und Vermarktung fehlen.

6.1 Evaluierung

- Die **Schorfheide** ist seit der Kaiserzeit ein Jagdrevier der politisch Mächtigen aus der Hauptstadt Berlin. Diese Tradition hat sich auch in der Weimarer Republik, im Nationalsozialismus und in der DDR fortgesetzt. Die **Land- und Jagdhäuser** prominenter Politiker aus diesen Zeiten wurden nach ihrem Untergang zerstört oder zu Lost Places. Letztere wurden aber vor kurzem aber z.T. renoviert, wodurch sie zu Lost Places “lost“ mit geringem touristischem Potenzial wurden.
- Die **Siedlung Bogensee** hat – bedingt durch ihre Größe und ihre NS- und DDR-Geschichte – auch für sich allein genommen ein hohes touristisches Potenzial, welches sich bereits jetzt in hohen Besucherzahlen zeigt. Thematisch verwandt und geschichtlich bedeutsam ist der ehemalige Landsitz **Carinhall**, ebenfalls ein ursprünglicher Lost Place, von dem jedoch kaum noch Überreste vorhanden sind.
- Die Lost Places im Barnim konzentrieren sich in drei Regionen: Eberswalde, Bernau/Wandlitz und Schorfheide. Daneben finden sich noch in der Barnimer Feldmark kleinere, weniger bedeutsame Lost Places von geringem touristischem Potenzial.



6.2. Empfehlungen



Karte: Google Maps

6.2. Empfehlungen

1. Das **touristische Potenzial** von Lost Places im Barnim ist insgesamt als **mittel** einzustufen, wobei sich einzelne Orte (Kraftwerk Heegermühle, Papierfabrik Wolfswinkel, Luftfahrtmuseum, Siedlung Bogensee) herausheben.
2. Die Attraktivität kann jedoch erhöht werden, wenn einzelne Lost Places zu **thematischen** und **räumlichen Clustern** zusammengefasst werden. Diese Cluster sind:
 - a. **Industriegeschichte am Eberswalder Finowkanal**
 - b. **NS- und DDR-(Militär)Geschichte im Raum Bernau/Wandlitz**
 - c. **Thema „Jagd und Macht“ in der Schorfheide**
3. Die hier vorgeschlagenen thematischen Cluster sind damit vor allem geschichtlich ausgerichtet und sprechen damit potenziell die relativ breite Zielgruppe der **geschichtlich interessierten Kulturtouristen** an, die auch für Berlin ein zentrales Nachfragesegment darstellen, insbesondere in Bezug auf die Geschichte der DDR und des Nationalsozialismus.

6.2. Empfehlungen

- 4. Industriegeschichte am Finowkanal:** Die touristische Nutzung und Vermarktung ist hier bereits etabliert und spricht vor allem die Zielgruppe der Geschichts- und Architekturinteressierten an. Sie könnte aber noch explizit um den Aspekt der Ästhetik von Lost Places erweitert werden, um auch Urban Explorers anzuziehen (z.B. in Form von Fototouren). Für das Kraftwerk Heegermühle und die Papierfabrik Wolfswinkel sollte die Möglichkeit eines sicheren Zugangs geprüft werden.

Anregungen können die Route der Industriekultur im Ruhrgebiet und der Landschaftspark Duisburg-Nord liefern. Das Themenjahr 2021 „Industriekultur im Land Brandenburg“ kann evtl. genutzt werden, um entsprechende Maßnahmen umzusetzen.

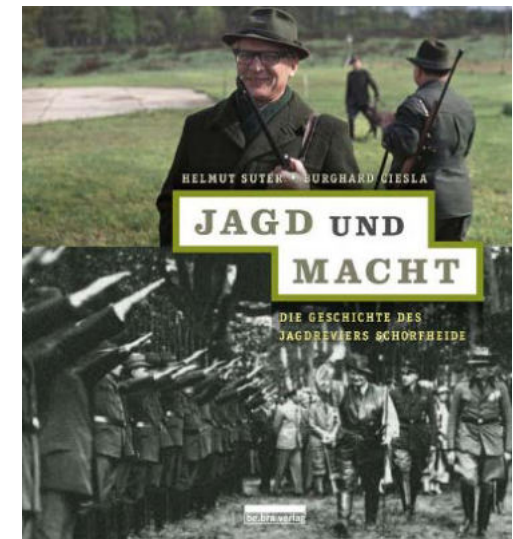


6.2. Empfehlungen

5. **NS- und DDR-(Militär)Geschichte:** Das Luftfahrtmuseum Finowfurt könnte den militärgeschichtlichen Rahmen für diesen Cluster abgeben, indem das Thema dort stärker als bisher museal aufbereitet wird, ohne jedoch den besonderen Charakter des Ortes zu sehr zu modifizieren. Dabei steht die Geschichte der DDR (einschl. der Sowjetarmee) im Vordergrund. Wichtig ist, sich nicht nur auf technische Fragen zu konzentrieren, sondern die Militärgeschichte auch kritisch zu beleuchten, um jegliche Glorifizierung zu vermeiden. Um den breiteren politischen Kontext einzubeziehen, wäre auch eine Kombination mit der Siedlung Bogensee möglich. Es wird eine Professionalisierung der Führungen und der Internetauftritte empfohlen.
6. Die **Siedlung Bogensee** ist für sich allein genommen einen Besuch wert (z.B. als Tagesausflug von Berlin), kann neben dem o.g. Cluster aber auch mit der nahegelegenen Waldsiedlung in Wandlitz oder mit Görings Landsitz Carinhall kombiniert werden. Für Bogensee gibt es derzeit erneut Renovierungspläne, die auch eine touristische Nutzung beinhalten. Geschichtliche Führungen könnten unabhängig davon bereits jetzt angeboten werden, auch mit Zutritt zu einzelnen Gebäuden.

6.2. Empfehlungen

- 7. Thema „Jagd und Macht“ in der Schorfheide:** Dieses Thema wurde bereits vom Schorfheide-Museum detailliert, kritisch und in ansprechender Form aufbereitet. Es gibt auch mehrere Bücher zu dem Thema. Es wird vorgeschlagen, vom Museum aus Führungen zu Honeckers ehemaligem Jagdhaus Wildfang und/oder nach Carinhall zu organisieren. Der Schwerpunkt dieser Führungen wäre auf Geschichte und Politik, weniger auf der Ästhetik von Lost Places. Zentral für die Attraktivität der Touren ist die *Story* hinter diesen Orten, insbesondere im Falle von Carinhall, wo zudem Sorge dafür zu tragen ist, dass touristische Angebote nicht von rechten Kreisen für eine Glorifizierung des Nationalsozialismus instrumentalisiert werden.



Quelle: B. Ciesla & H. Suter, be.bra Verlag, 2020

6.2. Empfehlungen

- 8. Urban Explorers:** Für die originäre, am ästhetischen Reiz von Lost Places interessierte Kerngruppe der “Urbexers“ sind die zuvor genannten Themen-Cluster nur bedingt interessant, da sie in erster Linie auf die geschichtliche Bedeutung der Orte abzielen. Ein hohes Potenzial bieten allerdings die ursprünglichen oder nur sporadisch genutzten Lost Places am Finowkanal sowie die Siedlung Bogensee.

Weitere ursprüngliche Lost Places, die zumindest einen mittleren ästhetischen Reiz bieten und neben Fototourismus evtl. als Filmkulisse oder für Kunstaktionen geeignet sind:

- Schloss Dammsmühle
- Bunker Koralle
- Forstwirtschaftsbetrieb Neuhaus (Uckermark)

- 9.** Die in der Barnimer Feldmark verstreuten Lost Places eignen sich evtl. für **Geocaching**.

- 10.** Die hier ausgesprochenen Empfehlungen sollten im Rahmen des derzeit entstehenden **Tourismuskonzeptes für den Landkreis Barnim** weiter diskutiert werden.



Literaturverzeichnis

- Böhme, H. (1989): Die Ästhetik der Ruinen. In: Kamper, D. / Wulf, C.: Der Schein des Schönen, Göttingen
- Brandenburgische Gesellschaft für Kultur und Geschichte (2020): Kulturland Brandenburg 2021 – Zukunft der Vergangenheit – Industriekultur in Brandenburg
- Ciesla, B. & Suter, H. (2011): Jagd und Macht - Die Geschichte des Jagdreviers Schorfheide, be.bra Verlag
- dwif Consulting (2018): Ökonomische Effekte der Route der Industriekultur. Studie i.A. des Regionalverbandes Ruhr
- dwif Consulting & Humboldt Innovation (2017): Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+. Konzept i.A. von visitBerlin
- Garrett, B. (2013): Explore Everything – Place-Hacking the City. Verso Books, Brooklyn
- Groebner, V. (2018): Retroland – Geschichtstourismus und die Sehnsucht nach dem Authentischen. S. Fischer Verlag
- ift Freizeit- und Tourismusberatung (2010): Potenziale der Industriekultur in Brandenburg. Potsdam

Literaturverzeichnis

- Peters, J. et al. (2015): Der Finowkanal, gestern, heute, morgen. Begleitheft zu einem Ausstellungsbeitrag für „Kulturland Brandenburg 2015
- Raschke, H. (2015): Das touristische Potenzial des sowjetischen Erbes in Brandenburg – Eine Untersuchung am Beispiel des Landkreises Teltow-Fläming und der Landeshauptstadt Potsdam. Masterarbeit an der HNE Eberswalde
- Reppel & Lorenz (2003): Landkreis Barnim / Barnimer Land – Fortschreibung touristische Marketingkonzeption
- Schnee, P. (2015): Geschichtstourismus – Neues Licht auf die Schattenorte. Deutschlandfunk Kultur, 3.6.2015
- visitBerlin (2018): Benchmarking Group’s Image Study
- visitBerlin (2018): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus
- Wasseveld, J. (2012): The Phenomenon of Dark Tourism – The Macabre Fascination of Tragedy. Masterarbeit an der HNE Eberswalde
- Weber, L. (2014): More Risk – More Fun. Analyse der Freizeitgestaltung Lost Place Geocaching. Bachelorarbeit an der Hochschule Merseburg

Danke für Ihr Interesse !

