



European Route  
of Industrial Heritage

Cultural route  
of the Council of Europe  
Itinéraire culturel  
du Conseil de l'Europe



# ERIH – European Route of Industrial Heritage

## Auswertung online-Befragung Industriekultur Verantwortliche zur Bundesstiftung Industriekultur

Dr. Julia Ackerschott, KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH

Christiane Baum, ERIH

27.3.2023





European Route  
of Industrial Heritage



# Befragung

- Aufgabe: **Bedarfsermittlung** bei Organisationen und Stätten der Industriekultur
- Befragungszeitraum Feb./März 2023
- Online Befragung
- $n = 157$
  
- Zielsetzung: Bestandsaufnahme der Bedarfe für die Kommunikation mit der Politik über eine Bundesinitiative





European Route  
of Industrial Heritage



# Was haben wir gefragt?

1. Interessenvertretungen und Netzwerke
2. Wissensplattform
3. Industriekultur als gesellschaftsrelevantes Thema in der Öffentlichkeit platzieren
4. Gemeinsames Tourismusmarketing
5. Förderprogramme erarbeiten und Mittel ausreichen
6. Datenerhebung / Marktforschung

**Abgleich: Status Quo – Zufriedenheit – Erwartungen / Wünsche**





European Route  
of Industrial Heritage



# INTERESSENVERTRETUNG / VERNETZUNG - Status Quo

TICCIH, ERIH, ICOMOS,  
Georg-Agricola-  
Gesellschaft,  
AG Technikmuseen des  
Dt. Museumsbundes  
etc.

Landes-  
verbände

Regionale  
Netzwerke und  
Routen  
Thematische  
Netzwerke

Knapp 19 %  
sind in  
keinem  
Netzwerk



European Route  
of Industrial Heritage

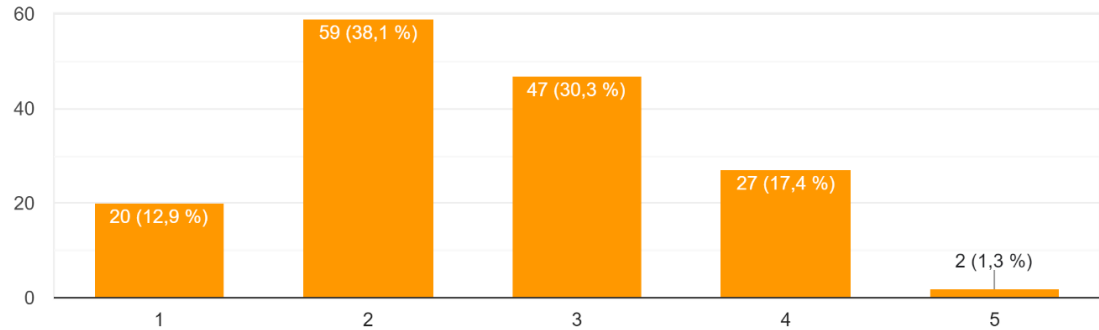


# INTERESSENVERTRETUNG / VERNETZUNG - Zufriedenheit

- Knapp jede\*r fünfte Befragte (19 %) hält die Vernetzung für ausreichend
- Mehr als die Hälfte der Befragten (51 %) hält die Vernetzung für nicht ausreichend

1.2 Empfinden Sie Ihre Vernetzung mit Akteuren und Institutionen aus dem Feld der Industriekultur als ausreichend?

155 Antworten





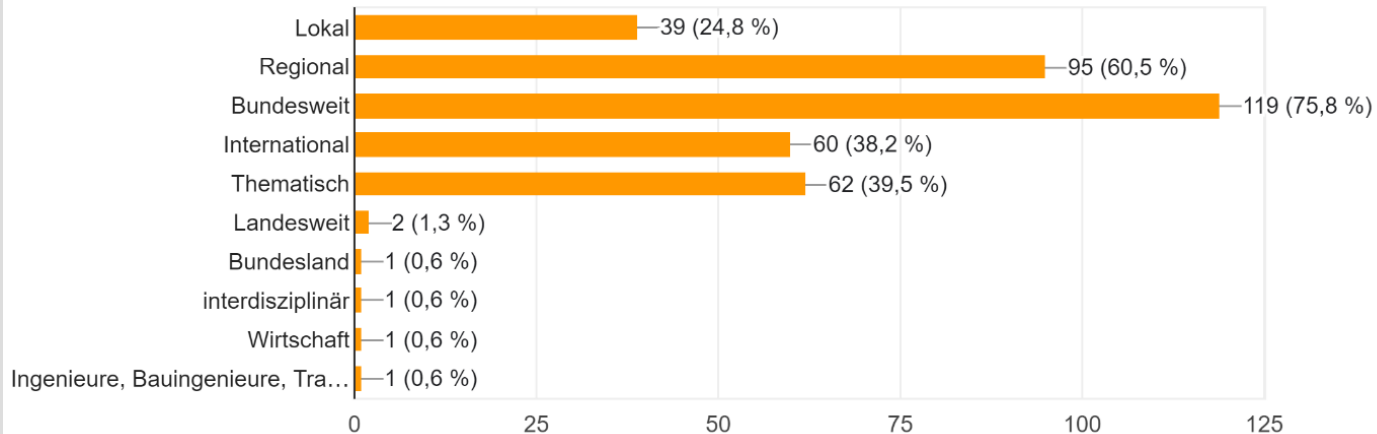
European Route  
of Industrial Heritage



# VERNETZUNG – Erwartungen / Wünsche

## 1.3 Auf welchen Ebenen würden Sie sich mehr Vernetzung wünschen? [Mehrfachnennung möglich]

157 Antworten





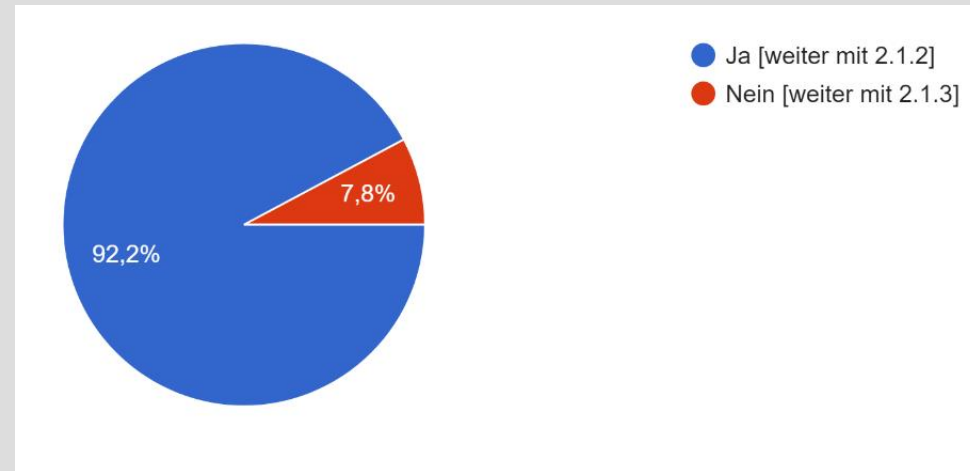
European Route  
of Industrial Heritage



# WISSENSPLATTFORM – Status Quo

## TAGUNGEN und KONGRESSE

- Über 90 % der Befragten besuchen Tagungen
- Schwerpunkt sind Tagungen im regionalen Umfeld (80 %)
- Online Tagungen (54 %) liegen leicht vor bundesweiten Veranstaltungen (52 %)





European Route  
of Industrial Heritage



# WISSENSPLATTFORM – Erwartungen

- Knapp 57 % wünschen sich ein größeres Angebot an Tagungen, Workshops und Kongressen
  - 54 % wünschen sich mehr bundesweite Angebote
- Dabei interessieren folgende Themen besonders:
  - Finanzierungsfragen / Förderung
  - (Kultur-) Tourismus
  - Vermittlung / Kulturelle Bildung

**Fokus liegt auf gesellschaftlicher Transformation, Konversion, Nachhaltigkeit, Klimawandel und Zukunft der Arbeit.**







European Route  
of Industrial Heritage



# WISSENPLATTFORM – Zufriedenheit

## Praxisbezogene Fort- und Weiterbildungsangebote

### Angebot

- Nur 12 % der Befragten sind mit dem Angebot zufrieden
- Ein Drittel der Befragten (31 %) finden, dass das Angebot nicht dem Bedarf entspricht

### Information

- Nur 20 % der Befragten fühlen sich gut über vorhandene Angebote informiert





European Route  
of Industrial Heritage



# WISSENSPLATTFORM – Wünsche / Erwartungen

## Praxisbezogene Fort- und Weiterbildungsangebote

- Knapp 80 % wünschen sich, dass eine Bundesstiftung Fort- und Weiterbildungsangebote entwickelt und anbietet
- Dabei interessieren besonders folgende Themen:
  - (Kultur-) Tourismus
  - Vermittlung (Wissensweitergabe)
  - Finanzierungsfragen / Förderung





European Route  
of Industrial Heritage



# WISSENSPLATTFORM – Wünsche / Erwartungen

## Wissenschaftlicher Diskurs/Ausbildung und Qualitätsstandards

- Bedarf an Ausbildungsangeboten im **Management von Industriekulturstätten** sehen 47 %
- Bedarf an **Ausbildungsangeboten für lebendigen Erhalt und Vermarktung** sehen 52 %
- 83 % finden, dass der **wissenschaftliche Diskurs** stärker befördert werden sollte
- 71 % sind für das Setzen von **Qualitätsstandards für Industriekultur** durch und mit der Wissenschaft



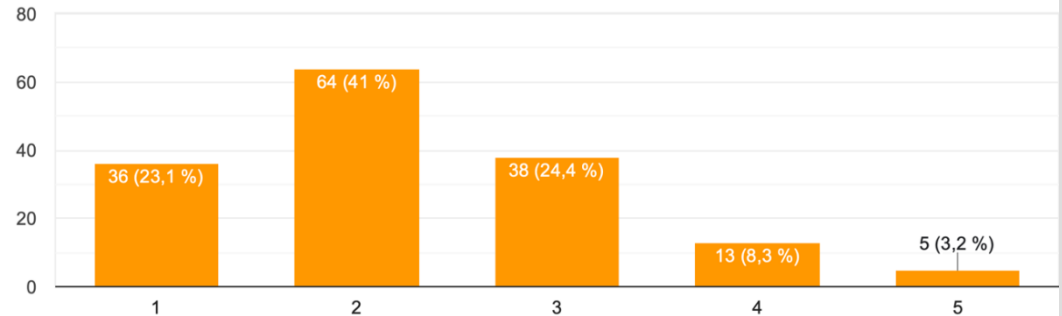


# WAHRNEHMUNG IN DER ÖFFENTLICHKEIT – Status Quo

- Zwei Drittel der Befragten (63 %) finden, dass das Thema in der Öffentlichkeit nicht ausreichend platziert ist

3.1 Ist das Thema Industriekultur in der Öffentlichkeit aus Ihrer Sicht ausreichend bekannt und gut vertreten?

156 Antworten



1 2 3 4 5  
gar nicht      vollumfänglich



European Route  
of Industrial Heritage



# WAHRNEHMUNG IN DER ÖFFENTLICHKEIT – Status Quo

- Besonders nachgefragt an den Standorten werden
  - Führungen
  - Events vor industriekultureller Kulisse
  - Entdecken auf eigene Faust
- Junge Menschen werden besonders angesprochen über
  - Zukunftslabore der Arbeit
  - Events an den industriekulturellen Stätten
  - Digitale Angebote, Aktivitäten in den Sozialen Medien



European Route  
of Industrial Heritage

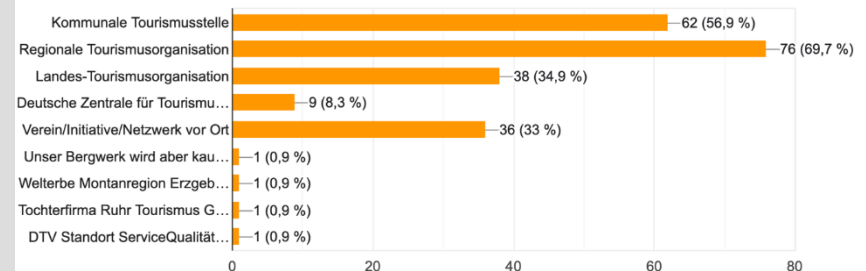


# TOURISMUSMARKETING – Status Quo

- Zwei Drittel (66 %) der Befragten sind in Tourismus- und Kulturmarketing eingebunden
- Schwerpunkte liegen dabei auf regionalen und kommunalen Tourismusorganisationen
- Nur 8 % sind bundesweit über die Deutsche Zentrale für Tourismus vertreten

## 4.1.1 In wessen (Kultur-)Tourismusmarketing ist Ihr industriereeller Standort eingebunden? [Mehrfachnennung möglich]

109 Antworten





European Route  
of Industrial Heritage

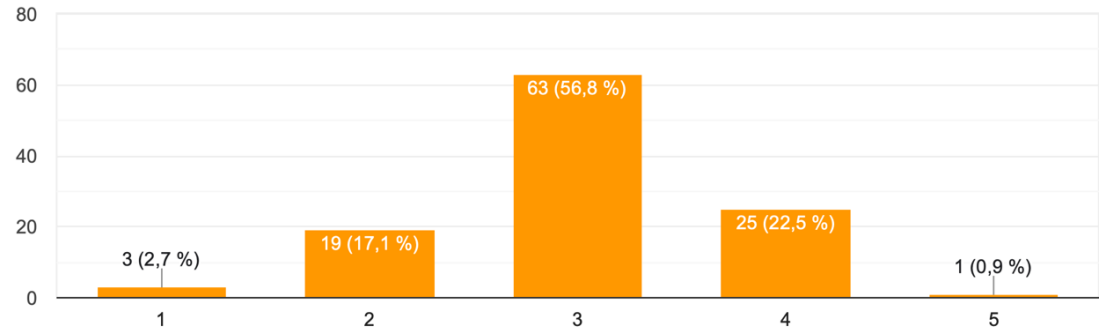


# TOURISMUSMARKETING – Zufriedenheit

- Allerdings sind nur knapp 25 % mit den Effekten der Vermarktung zufrieden

## 4.1.2 Wie zufrieden sind Sie mit den Effekten dieses (Kultur-)Tourismusmarketings?

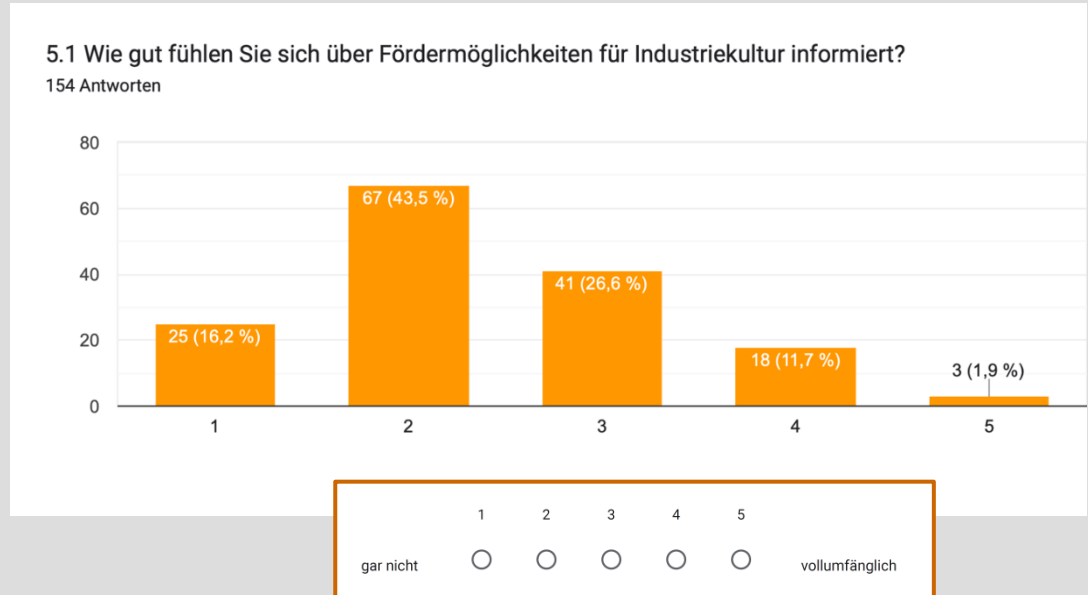
111 Antworten





# FÖRDERMITTEL – Status Quo

- Knapp zwei Drittel der Befragten (60 %) fühlen sich nicht ausreichend über vorhandene Fördermittel informiert



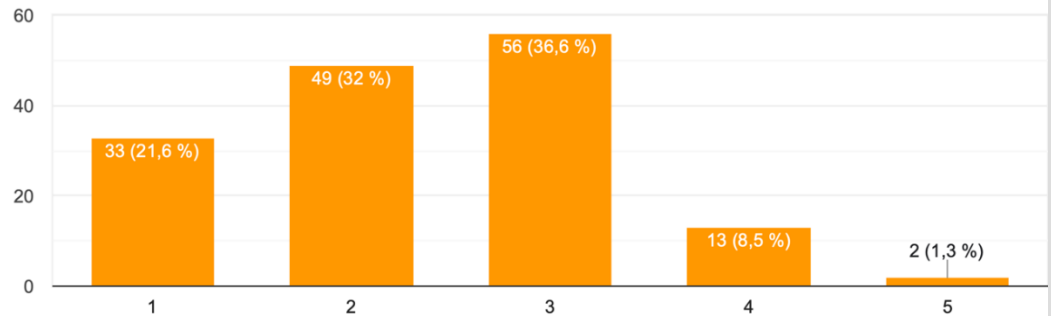


# FÖRDERMITTEL – Zufriedenheit

- Über die Hälfte der Befragten (54 %) findet, dass vorhanden Förderprogramme nicht den tatsächlichen Bedarf abdecken

## 5.2 Inwieweit decken vergangene und vorhandene Förderprogramme Ihren Bedarf ab?

153 Antworten



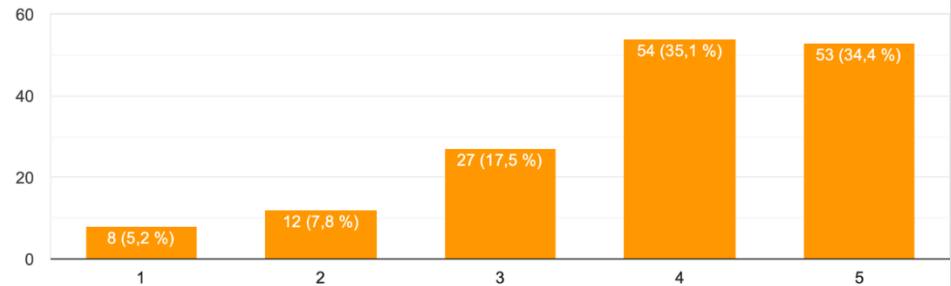


# FÖRDERMITTEL – Wünsche / Erwartungen

- 70 % der Befragten halten eine Bundesstiftung als Kompetenzzentrum „Industriekultur“ für sinnvoll und wünschen sich Information und Beratung

5.3 Wie groß ist Ihr Bedarf für eine Bundesstiftung als Kompetenzzentrum „Industriekultur“ zur Information und Beratung bei Förderprojekten?

154 Antworten

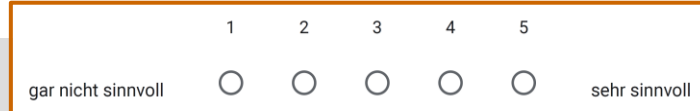
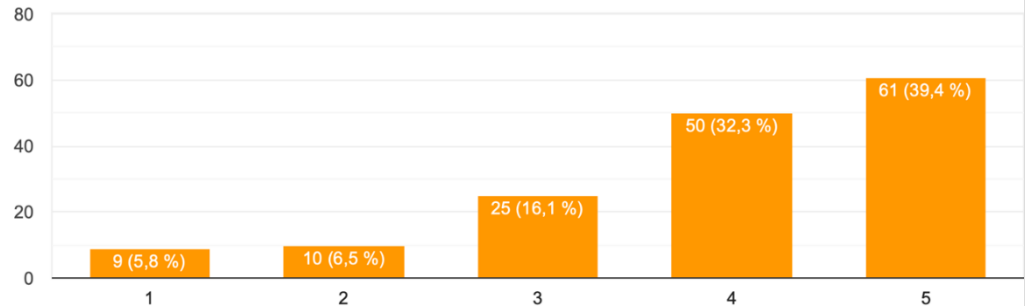




# FÖRDERMITTEL – Wünsche / Erwartungen

- 72 % der Befragten befürworten, dass eine Bundesstiftung Leitlinien für Förderung erarbeitet und danach Mittel ausgibt

5.4 Würden Sie es als sinnvoll erachten, wenn eine Bundesstiftung/Kompetenzzentrum „Industriekultur“ Programmlinien für die Bedarfe ind...kultureller Stätten erarbeiten und Mittel ausreicht?  
155 Antworten



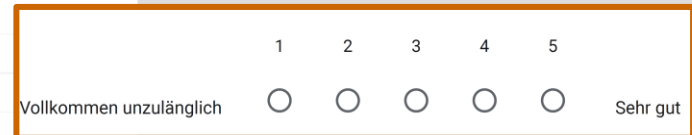
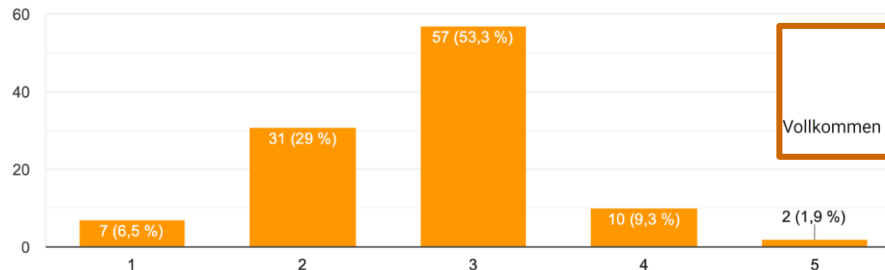


# MARKTFORSCHUNG / DATENERHEBUNG – Status Quo / Zufriedenheit

- Zwei Drittel der Befragten kennen keine statistischen Daten zur Kultur
- Zur Qualität der vorhandenen Daten können mehr als die Hälfte der Befragten keine Angabe machen
- Etwa ein Drittel der Befragten hält die Qualität für unzulänglich

## 6.2 Wie beurteilen Sie die Qualität der vorhandenen Datenerhebungen?

107 Antworten





European Route  
of Industrial Heritage

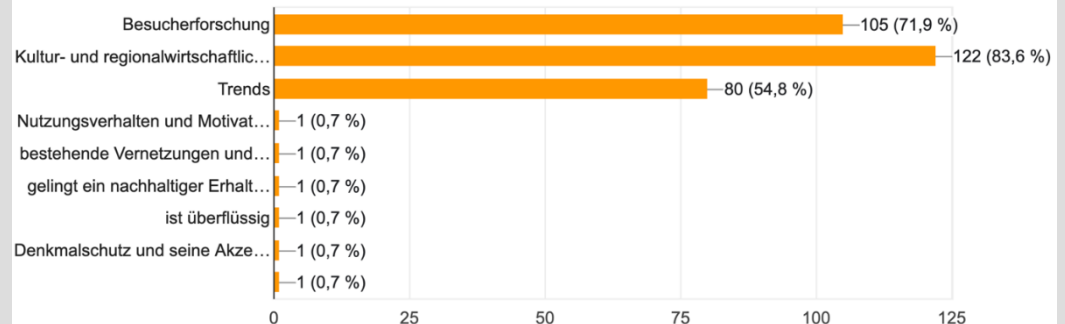


# MARKTFORSCHUNG / DATENERHEBUNG – Wünsche / Erwartungen

- Das größte Interesse besteht an Daten zu
  - Kultur- und regionalwirtschaftlichen Effekten
  - Besucherforschung
  - Trends

## 6.3 Welche Bereiche sollten von der Marktforschung abgedeckt werden?

146 Antworten





European Route  
of Industrial Heritage



# Erkenntnisse für die Aufgaben einer Bundesstiftung und Priorisierung

1. Vergabe von Bundesförderung, Entwicklung von Leitlinien
2. Einrichtung eines Kompetenzzentrums für Information und Beratung zu Fördermitteln
3. Erarbeitung gemeinsamer Projekte und Standards für Industriekultur
4. Entwicklung gemeinsames Kultur- und Tourismusmarketing (Content-Kampagne auf Bundesebene)
5. Aufbau einer Wissensplattform für die Förderung und Erhalt der Industriekultur

