

Entwicklungskonzept für den IGA Park Rostock



Im Auftrag der
IGA Rostock 2003 GmbH

Holzer Kobler Architekturen


RUNZE & CASPER
WERBEAGENTUR GMBH

Hager

Projekt

Entwicklungskonzept IGA Park Rostock
Abschlussbericht

Bauherr

IGA Rostock 2003 GmbH

Landschaftsarchitektur

Hager Partner AG
Crellestraße 29-30
D-10827 Berlin

www.hager-ag.de
info@hager-ag.de
T + 49 30 7895280 00
F + 49 30 7895280 08

Pascal Posset

Andreas Kotlan

Martin Mengs

Architektur und Szenografie

Holzer Kobler Architekturen GmbH

Tristan Kobler

Phil Peterson

Sarah Berndt

Marketing

Runze & Casper Werbeagentur GmbH

Andreas Runze

Nils-Peter Schmidt

Stand 11.09.2013

Inhalt

1	Anlass und Ziel	4	6	Entwicklungspotenziale	27
1.1	Anlass zur Erstellung eines Entwicklungskonzepts	4	6.1	Parkanlage	27
1.2	Ziel und Relevanz des Entwicklungskonzepts	4	6.2	Das Museum im Park	33
1.3	Chronologie der Konzeptbearbeitung	4	6.3	Messe	34
2	Bestandsanalyse Park	5	6.4	Marketing	34
2.1	Beschreibung der Parkinhalte	5	6.5	Alleinstellungsmerkmale, Vorzugsvariante, Synergien	37
2.2	Besucherstruktur	11	7	Entwicklungskonzept «Vorzugsvariante»	38
2.3	Veranstaltungen	12	7.1	Konzept Bürgerpark	38
2.4	Öffentliche Wahrnehmung	12	7.2	Museumsgarten Rostock	66
2.5	Eigentumsverhältnisse	12	7.3	Museum	69
2.6	Wirtschaftlichkeit	13	7.4	Marketing	79
3	Bestandsanalyse Umfeld und Verkehr	15	7.5	Wirtschaftlichkeitsberechnung	86
3.1	Beschreibung der großräumlichen Situation	15	7.6	Kostenbetrachtung Bürgerpark	88
3.2	Grünraumversorgung	15	7.7	Kostenbetrachtung Schiffsgarten	90
3.3	Verkehrsanbindung	16	8	Gesamtentwicklungskonzept	94
3.4	Freizeitangebote im Umfeld	16	8.1	Handlungsempfehlungen zur Konzeptumsetzung	94
4	Bestandsanalyse Museum	19	8.2	Zusammenfassung der Handlungsempfehlung	99
4.1	Das Traditionsschiff als Museum	19	9	Anlagen	100
4.2	Themen und Exponate	20	9.1	Literaturverzeichnis	100
4.3	Freilichtbereich	23	9.2	Tabellenverzeichnis	101
4.4	Kritikpunkte Workshop 2010	23	9.3	Abbildungsverzeichnis	102
4.5	Fazit	24	9.4	Verzeichnis externer Anlagen	104
5	Bestandsanalyse Marketing	25			
5.1	Inhalte und Maßnahmen	25			
5.2	Öffentlichkeitswirksamkeit	26			
5.3	Medienwirksamkeit	26			
5.4	Fazit Marketing	26			

1 Anlass und Ziel

1.1 Anlass zur Erstellung eines Entwicklungskonzepts

Schon während der Planungsphase für die Internationale Gartenschau in Rostock wurde über eine spätere Nutzung in Form eines attraktiven Naherholungs-geländes nachgedacht. Die vom Entwurfsverfasser sogenannte «Landschaftsreparatur» und der Rückbau von intensiven Ausstellungselementen waren von Anfang an grundlegende Entwurfsgedanken.¹ Folgende Charakteristika sollten sich im Park nach der Gartenschau wiederfinden²:

- Stadt und naturräumliche Einheit
- Hohe Attraktivität des Parks
- Öffentlich zugänglicher Bürgerpark
- Behutsamer Rückbau
- Renditeorientierte Nutzung von Teilbereichen

Mit dem Beschluss der Bürgerschaft vom 29.06.2011 zur Weiterentwicklung des IGA Parks soll die künftige Ausrichtung zu einem modernen Bildungs- und Erlebnisort forciert werden. Aufgabe ist es zu prüfen, wie ein kombinierter Standort aus maritimem Museum und IGA Park zu einem nachhaltigen und langfristig tragfähigen Konzept geführt werden kann.³ Zu diesem Zweck initiierte die IGA Rostock 2003 GmbH in Zusammenarbeit mit der Hansestadt Rostock ein Auswahlverfahren, um ein kompetentes Team zur Erstellung eines fundiertes Entwicklungskonzeptes zu finden.

1.2 Ziel und Relevanz des Entwicklungskonzepts

Ziel des Entwicklungskonzepts ist es, ein tragfähiges Gesamtkonzept anzufertigen, das die wirtschaftlichen Verluste durch hohe Unterhaltskosten bei geringen Besucherzahlen eindämmen und den zunehmenden qualitativen Verfall und Imageverlust der Parkanlage aufhalten kann. Zudem ist es wichtig, dass die Bezuschussung schrittweise reduziert wird. Dies ist nur mit einer zukunftsorientierten Ausrichtung der vorhandenen Strukturen möglich. Weiterhin sind die in der Beschlussfassung der Stadt Rostock und der IGA Rostock 2003 GmbH festgelegten Rahmenbedingungen zu beachten. Im Wesentlichen sind folgende Zielstellungen zur Konzeptbearbeitung definiert:

- Reduzierung der laufenden Unterhaltungskosten und Bezuschussung durch die Stadt Rostock
- Erhöhung der Besucherzahlen für Park und Schifffahrtsmuseum
- Entwicklung einer langfristig tragfähigen Konzeption für den Park und den Standort des Schifffahrtsmuseums
- Einbindung eines Museumsneubaus
- Schaffung von Synergieeffekten zwischen Traditionsschiff, Museumsneubau, Parkanlage und Messe
- Erhalt von bestehenden Parkqualitäten mit Anziehungskraft für Anwohner und Touristen
- Wirtschaftlich sinnvolle Ergänzungen von Park- und musealen Angeboten im Sinne einer potenziell höheren Besucherzahl
- Berücksichtigung von Anwohnererwartungen an Park und Museum
- Berücksichtigung der naturräumlichen Parkqualität
- Berücksichtigung des Bürgerparkgedankens aus der Grundkonzeption zur IGA 2003
- Einbindung von Park und Museum im Gesamtkontext der Stadtentwicklung Rostock
- Einbindung der Parkanlage und des Museums an das übergeordnete Tourismuskonzept der Stadt Rostock
- Verbesserung der Erreichbarkeit von Park und Museum
- Verbesserung der Parkdurchquerung, speziell in Nord-Süd-Ausrichtung
- Verbesserung des Marketings
- Erhöhung der Gesamtattraktivität ohne die Großinvestition eines Freizeit- und Erlebnisparks



Abb. 1 Blick in die Niederung

1.3 Chronologie der Konzeptbearbeitung

Nach einer dezidierten Bestandsanalyse in den Bereichen Park, Umgebung, Marketing und Museum werden in mehreren Schritten die Entwicklungspotenziale abgeleitet. Der Prozess wird durch regelmäßige Beratungstermine mit einem Fachgremium der Stadt Rostock und Vertretern der IGA Rostock 2003 GmbH und dem Schifffahrtsmuseum begleitet. In einem ersten Parkgespräch werden erste Ansätze zur Konzeptausbildung vorgestellt und mit dem Fachpublikum reflektiert. Ab dem ersten Parkgespräch wird eine Öffentlichkeitsbeteiligung über eine Website realisiert. Sämtliche Anregungen fließen in den laufenden Planungsprozess ein. Anhand der ermittelten Potenziale werden unterschiedliche Varianten voruntersucht. Nach Abwägung aller gesammelten Inhalte wird eine Vorzugsvariante in die Konkretisierung der Konzepterstellung überführt. In einem Bericht zum sogenannten 1. Meilenstein werden die Ergebnisse aus der Bestandsanalyse und der Entwicklungspotenziale zusammengefasst. Die Vorzugsvariante des 1. Meilensteins wird in der finalen Konzeptbearbeitung im Hinblick auf die räumliche Neuordnung, die Konzept-

strategie für Park und Museum und die Vermarktbarkeit, die Wirtschaftlichkeit mit Hochrechnungen von Besuchern und Eintrittslösen einschl. Logoentwicklung und Imageanalyse näher untersucht. Den Abschluss bildet ein gesamthafes Entwicklungskonzept mit konkreten Handlungsempfehlungen.

1 Vgl. auch: IGA 2003 Bestand Konzeption Umsetzung, 2003

2 Vgl. auch: Empfehlung für ein Nutzungs- und Organisationskonzept, 2001

3 Vgl. auch: Jahresabschluss- und Lagebericht, 12/2011

2 Bestandsanalyse Park

2.1 Beschreibung der Parkinhalte

Die Beschreibung und Bewertung der Parkanlage basiert auf Ortsbegehungen im Herbst und Winter 2012 und dem zur Verfügung gestellten Datenmaterial der IGA Rostock 2003 GmbH und der Stadtverwaltung Hansestadt Rostock.

Bestand im Jahr 2012

Zehn Jahre nach der Internationalen Gartenausstellung in Rostock ist der IGA Park in seiner ursprünglichen Größe weitgehend erhalten geblieben und aus steuerlichen Gründen eingezäunt. Wegeverbindungen, Brücken und Platzflächen sind seit 2003 fast unverändert. Temporäre Attraktionen aus dem IGA-Jahr sind im Park nicht mehr vorhanden. Die Eingangsbereiche sind verkleinert und in der Anzahl auf drei reduziert. Über Kassenhäuschen und Drehtore wird die Zugänglichkeit am Tag geregelt. In den Nachtstunden ist der Park geschlossen. Das Ausführen von Hunden und Fahrradfahren sind im gesamten Park gegenwärtig untersagt. Die verbliebenen Angebote liegen als punktuelle Attraktionen singulär in den weitläufigen Parkbereichen verteilt.

Das Gelände gliedert sich heute in fünf Bereiche:

- Bereich Messe
- Bereich Veranstaltungswiese
- Bereich Niederung
- Bereich Dorf Schmarl
- Bereich Pier

Der Bereich der Messe ist ein Areal, das noch annähernd einen Gartenschaucharakter besitzt. Ausnahme ist der Abschnitt des Messeboulevards mit verunkrauteten und außer Funktion gesetzten Wasserbecken. Die Kleinteiligkeit der Hecken, Gräser- und Staudenpflanzungen geben nach wie vor ein attraktives Bild. Der «Inselspielplatz» im Norden dieses Bereichs ist in einem gutem Zustand, wird jedoch nur zu selten genutzt. Der Übergang zum Bereich Festwiese wird über zwei Brücken geregelt. Sie ermöglichen einen Blick auf die gut erhaltenen Rosenhänge entlang des Groß-Kleiner-Damms.

Das Areal Veranstaltungswiese wird durch die Parkbühne, den Weidendom und den großen Spiel-/Sportbereich geprägt. Im Zentrum der Hauptwiese befindet sich ein Rosengarten mit Miniaturgebäuden von Mecklenburger Herrenhäusern.

Der Bereich der Niederung bildet heute den intaktesten Teil des IGA Parks. Auenwälder, verschlungene Pfade durch die Riedzone und offene Wasserflächen zeigen die ursprüngliche Landschaft des Warnowufers.

Das Gebiet östlich der Klostergrabenniederung wird als Bereich Dorf Schmal bezeichnet. In diesem Areal befinden sich die Überreste der Rostocker- und Nationengärten, sowie das «Grüne Klassenzimmer». Der Seezeichenweg führt von Süden in den Park und trennt diesen von der Dorfage ab. Bauliche Überreste und ein teils schlechter Pflegezustand einzelner Inhalte ergeben ein unattraktives Parkerlebnis ohne Themenzusammenhang. Allein der Rhododendrongarten mit einer angehängten Kleingartenanlage und der anschließende Strand haben eine zusammenhängende und besondere Qualität, wobei die Kleingartenanlage außerhalb des zugänglichen Parkgeländes liegt.

Im Parkbereich Pier findet sich der Übergang von Parkgelände zur Warnow. Die Exponate des Schifffahrtsmuseums in den Senkgärten und im Wasser setzen diesen Raum in einen thematischen Kontext. Eine Uferpromenade, begleitet von einer Allee, führt von Nord nach Süd. Die Alleebäume weisen dabei Wachstumsschäden auf, deren Ursprung bereits in einem Gutachten untersucht wurde. Sie sind in ihrem Erhalt und Ergänzung im Hinblick auf die Museumserweiterung neu zu bewerten.

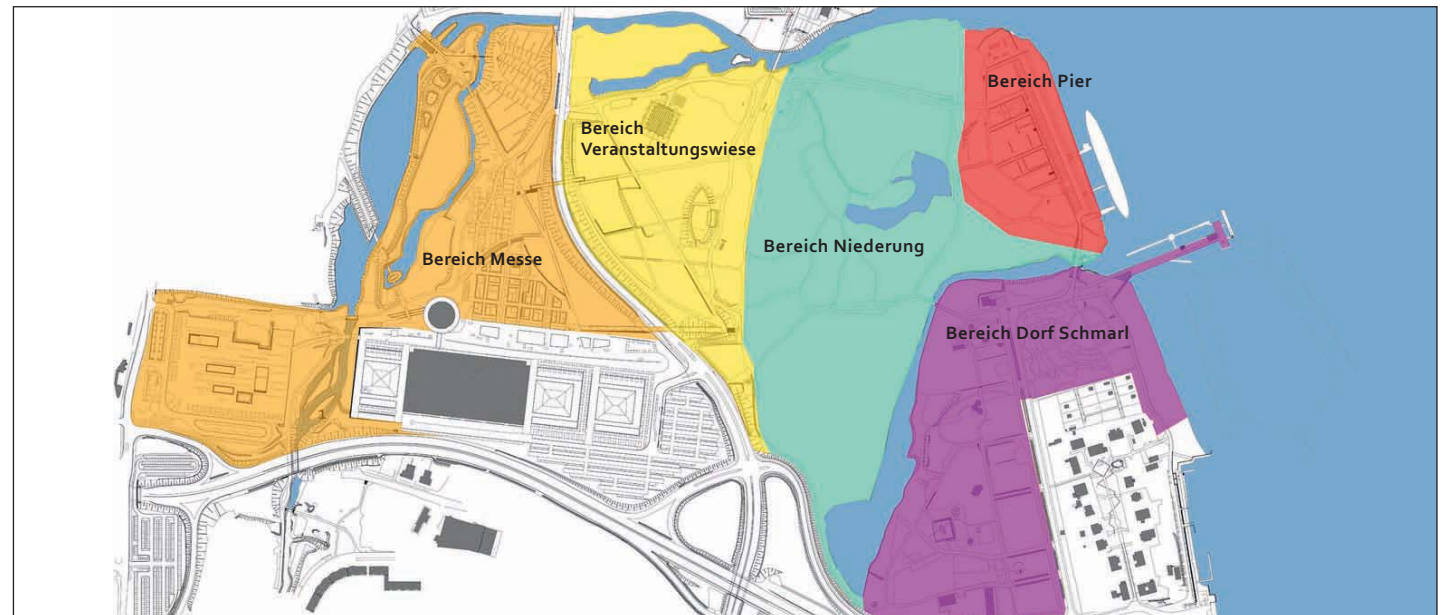


Abb. 2 Gliederung der Parklandschaft

Vegetation und Pflege der Parkanlage

Mit Ausnahme einzelner Bäume und Pflanzgruppen weist der Park einen zufriedenstellenden Pflegezustand der Vegetation auf.

Vegetation

Die Vegetation im Park teilt sich in drei Bereiche, die sich auch in der vorher beschriebenen Geländegliederung wiederfinden. So entspricht die Vegetation im Bereich Messe und Veranstaltungswiese der einer hochwertigen Parkanlage. Es finden sich weitläufige Rasenflächen mit gestalteten Pflanzungen, die durch Hecken und Wege gefasst werden. Vereinzelte Baumgruppen aus Weichhölzern akzentuieren die Sichtbeziehungen in die Umgebung. Rosen werden hier in verschiedenster Form verwendet, wie zum Beispiel die Rosenhänge am Groß-Kleiner-Damm zeigen. In diesem Parkteil ist die ehemalige Qualität einer Gartenschau gut erkennbar, welche allerdings durch den Rückbau der temporären Qualitäten und einzelner konzeptstützender Elemente den Eindruck einer lückenhaften Gestaltung vermittelt.

Die mittlere Vegetationszone stellt den Bereich der Niederung dar und beginnt mit dem Kopfweidenweg als Übergang von gestalteteter zu natürlicher Landschaft. Hier findet man die ortstypische Niederungsvegetation des Warnowufers mit wechsel- bis dauerfeuchten Röhricht- und Riedbereichen in der Klostergrabenniederung. In diesem Areal befinden sich auch Gehölze der Weichholzaue wie Birken, Weiden und Erlen. In der dritten und östlichen Zone findet man wieder eine angelegte Parkanlage mit Rasenflächen, in welchen Themengärten implementiert wurden. Im japanischen und chinesischen Nationengarten befinden sich Pflanzen des asiatischen Raums. Diese Themengärten stellen einen starken Kontrast zu der natürlichen Qualität des Niederungsbereiches dar. Der Rhododendronhain bildet in unmittelbarer Nachbarschaft ein vegetatives Highlight. Auf der Uferpromenade befindet sich eine Baumallee, die offensichtliche Ausfälle aufweist und so keine regelmäßige Struktur hat. Als Grund der Ausfälle werden ein ungünstiger Untergrund und Fehler beim Pflanzen im Gutachten von Dr. Balder dargelegt.

Pflegezustand

Der Pflegezustand des IGA Parks ist im Vergleich zu anderen Parkanlagen in Rostock sehr gut. Jedoch sieht man deutlich, das an einigen Stellen nach dem Ausfall von Pflanzen nicht erneuert und die Pflege sukzessive zurückgefahren wurde. Zehn Jahre nach der Gartenschau, sind daher nur noch

«Inseln» pflegeintensiver Flächen geblieben und in weiten Teilen des Parks wurden Wechselflorflächen durch Rasenflächen ersetzt. Im Bereich der Messe finden sich große Unterschiede in Bezug auf den Pflegezustand. Im Abschnitt des Hamburger Tors und dem Messeboulevard ist die Pflege der Freiflächen mangelhaft und in einem inakzeptablen Zustand für den Eingangsbereich zum IGA Park und Messe. Gleich nördlich des Messeboulevards finden sich sehr gut erhaltene und gepflegte Stauden- und Gräserpflanzflächen. Auch der angrenzende Rosenhang befindet sich in einem guten Zustand.

Im Bereich der Festwiese ist der Pflegezustand gut. Die weitläufigen Rasenflächen werden regelmäßig geschnitten. Der Rosengarten im Zentrum wirkt gepflegt und ist mit hochwertigen Modellen ausgestattet.

Der Bereich der Niederung ist der extensivste Bereich und hat daher den geringsten Pflegeaufwand. Über eine regelmäßige Schilfmahd werden die wichtigen Sicht- und Wegebeziehungen freigehalten. Baumpflege spielt eine untergeordnete Rolle, da heruntergefallenes Totholz in der Weichholzaue ein wichtiger Bestandteil ist.

Der Bereich Dorf Schmarl bildete im Jahr 2003 zusammen mit dem nördlich gelegenen Pierbereich das Areal mit den Rostocker- und Nationengärten. Er war einer der intensivsten Bereiche der Gartenschau. Heute ist ein Großteil dieser Gärten nur noch rudimentär erhalten, oder Inhalte sind ganz zurückgebaut. Einige wertvolle Gärten wurden jedoch gut gepflegt und gesichert. Der Rhododendrongarten und die vegetativen Teile des holländischen Gartens sind in einem guten Zustand, aber auch der japanische und chinesische Garten haben eine hohe Qualität.

Pflegemanagement

Die Pflege des Parks wird sowohl von Arbeitern der IGA Rostock 2003 GmbH als auch von Gala-Bau-Betrieben der Region bewältigt. Die Pflege durch externe Betriebe teilt sich in drei Pflegebereiche mit unterschiedlicher Größe, die spätestens nach drei Jahren öffentlich neu ausgeschrieben werden. Die vom IGA Park beschäftigten Personen für die Parkpflege erledigen alle anfallenden Aufgaben des täglichen Parkbetriebs und auch die Vor- und Nachbereitung bei Veranstaltungen im Park. Sie haben ihren Bauhof am südlichen Ende des IGA Parks im Bereich Dorf Schmarl.

Pflege- und Bewirtschaftungsfremdkosten des IGA Parks

Aufstellung der entstandenen Kosten aus Fremdleistung für die Parkpflege im Jahr 2012 und die Planung für das Jahr 2013. Alle Angaben in Euro.

Bezeichnung	Ist 2012	Plan 2013	Bemerkung
Pflegeleistungen			
Los 1	73.420	73.500	
Los 2	62.520	68.000	
Los 3	119.040	119.000	
Überwinterung Pflanzen	5.000	5.000	
Lieferung Wechselflor	7.000	7.500	
Pflanzung Wechselflor	3.500	3.500	
Neupflanzungen, Ergänzungen	7.000	7.000	
Saatgut, Dünger, Material	2.000	2.000	
Substrate, Mulch, Oberboden		5.000	«Rosenhang, ISP, Mulchwege, TdP, Baumscheiben»
Pflanzenschutz, Schädlingsbekämpfung	3.000	7.000	Jahresvertrag abschließen
Wildschäden	10.000	5.000	
Weidendom	15.000	15.000	
Beschilderung Park	1.500	1.500	
Winterdienst	1.000	1.000	
Arbeitsschutz	1.000	1.000	
Abfallentsorgung, Kehrmaschine	4.000	5.000	
Japanischer Garten	4.000	2.000	
Baumpflege, -fällung, -schnitt	6.000	3.000	
Schilfmahd	7.000	6.500	
Ufersicherung/-befestigung	4.500		
Baumpflanzung Uferpromenade		25.000	45 Bäume à 500
Mecklenburger Hallenhaus Hochbeete, Terrasse	10.000		
Strandsäuberung, Unkraut		2.000	
Planer Überarb. «Uferstauden» LA Pelz		3.800	
«Erstellen Massendok. Flächen Pflegeaufträge»		2.500	Hansch & Bernau
Bereich Umweltbildung, Umgestaltung Kräuterflächen		4.500	oder Sichtschutzpflanzung PP Tor 8
Summe	346.480	375.300	

Tabelle 1 Aufstellung der Pflegefremdkosten

Die Personalkosten der IGA Rostock 2003 GmbH für die Parkpflege belaufen sich auf 118.000 Euro.

Kunst im Park

Während der IGA 2003 waren Kunstwerke ein wesentlicher Bestandteil des Parks. Sie wurden oft nur für dieses Event hergestellt, sind in den vergangenen Jahren verschlissen und wurden größtenteils rückgebaut. Ein Teil der Kunstwerke wurde für die Dauer der Gartenschau geliehen und auch direkt nach der Schau an die Künstler und Besitzer zurückgegeben. Die noch vorhandenen Kunstwerke finden sich in allen Randbereichen des Park verstreut und bilden momentan kein zusammenhängendes Konzept.

- Befinden sich im IGA Park.
- Sind verschlissen und nicht mehr vorhanden.
- Waren Leihgaben und wurden zurückgegeben.

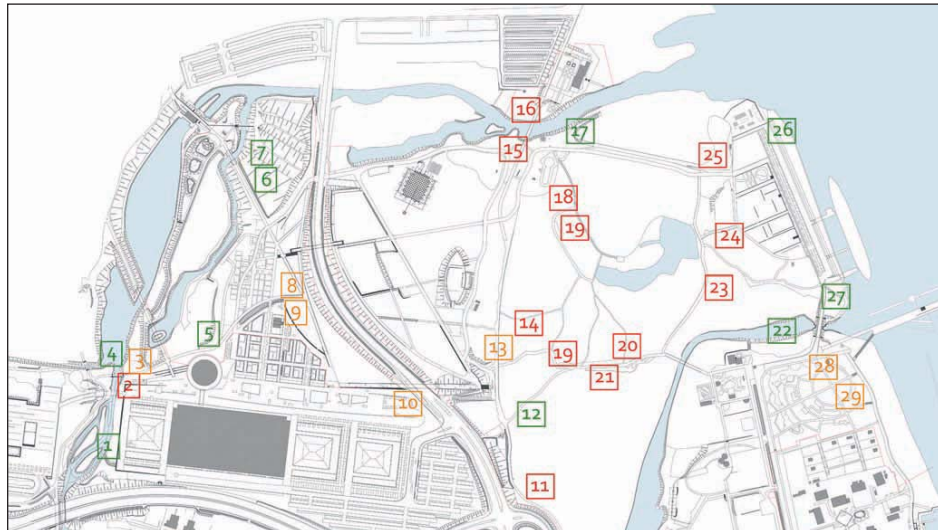


Abb. 3 Kunst im Park

Ausstattungs-elemente im Park

Beleuchtung

Der Park besitzt eine einheitliche Beleuchtung entlang der befestigten Hauptwege. Obwohl der Park im Winter um 16:00 Uhr schließt, führt dies bei dunkler Witterung zu mangelhafter Beleuchtung der Ost-West-Verbindungen im Niederungsbereich und schafft Angsträume.

Bänke

Für das IGA Jahr wurden im Park Bänke an besonderen Orten und entlang der Wege aufgestellt. Das Sitzangebot im Park ist insgesamt knapp bemessen, doch sind sie in einem zufriedenstellenden Zustand und werden vollumfänglich angenommen.

Papierkörbe

In der Parkanlage sind an den Hauptwegen, Spiel-einrichtungen und Plätzen Papierkörbe in ausreichender Zahl aufgestellt. Eine regelmäßige Leerung erfolgt durch die beauftragten Pflegefirmen.

Beschilderung

Der Park verfügt über ein gutes Beschilderungssystem, das durchgängig im Corporate Design der IGA gehalten ist. Im Haushaltsplan von 2013 ist ein weiterer Ausbau der Beschilderung vorgesehen. Auf den Zufahrtsstraßen zum IGA Gelände befindet sich das Beschilderungssystem in lückenhaftem Zustand, ist teilweise mehrfarbig und erschwert das Auffinden der Parkanlage.

Absperrungen

Der Park ist durchgängig eingezäunt und mit Toren versehen, die aber nicht alle als regelmäßige Ein- und Ausgänge genutzt werden. Für Veranstaltungen auf der Festwiese werden zusätzliche Zäune zur Abtrennung des Niederungsbereichs aufgestellt. Die Tor- und Zaunanlagen befinden sich in einem guten Zustand.

Holzstege und Holzdecks

Die Holzstege und Pfade sind im Bereich der Niederung zu finden. Sie ermöglichen Wegeverbindungen in den wechselfeuchten Bereichen und machen die Riedzone erlebbar. Sie sind gut intakt, fordern aber einen kontinuierlichen Erhaltungsaufwand. Bei feuchter Witterung sind diese Wegeabschnitte eingeschränkt nutzbar.

Sanitäreinrichtungen

Im Park verteilt finden sich fünf sanitäre Einrichtungen. Im sporadisch genutzten Pavillon nördlich der Messe sind die WCs während des normalen Parkbetriebs geschlossen. Mit dem Ausbau des Barfußpfades wurden zusätzlich Schließfächer und Fußduschen im östlichen Bereich der Veranstaltungswiese installiert.



Abb. 4 Parkbeleuchtung

Einbauten und Inhalte im Park

Brücken und Türme

Zwei markante Brücken überspannen den Groß-Kleiner-Damm. Alle anderen Brücken ermöglichen die Querung über Wasserläufe. Sie werden regelmäßig geprüft und sind in einem guten baulichen Zustand. Der Messturm auf dem Areal der Messe befindet sich ebenfalls in der Unterhaltungspflicht der IGA Rostock 2003 GmbH. Der Turm stellt einen Orientierungspunkt dar und fordert einen nicht unerheblichen Kostenteil für Wartung und Versicherung. Ein weiterer Turm ist der Leuchtturm am nördlichen Ende des Seezeichenweges, welcher sich auch in der Unterhaltungspflicht der IGA Rostock 2003 GmbH befindet. Er zeigt sich auch in einem guten Zustand und bildet eine sichtbare Landmarke für den Bereich am Dorf Schmarl.



Abb. 5 Waschplatz am Barfußpfad

Wege

Das Wegesystem des IGA Parks ist für das Eventjahr ausgelegt und wirkt heute überdimensioniert in der Wegebreite und Anzahl. Wegebeziehungen zwischen heute wichtigen Attraktionen im Park sind meist umständlich und zu lang. Durch zurückgebaute Parkinhalte führen einzelne Wege in nicht nachvollziehbare Richtungen und leere Orte. Die Instandhaltung der Wege wird in den kommenden Jahren zunehmend Kosten im Etat verursachen, da der Verschleiß aktuell zunimmt.

Eingänge

Momentan verfügt der IGA Park über drei Eingänge. Alle weisen unschöne und teils auch ungepflegte Flächen auf, die aber außerhalb der Zuständigkeit der IGA Rostock 2003 GmbH liegen. Speziell die Minigolfanlage am nördlichen Eingang erfüllt nicht die gestalterischen Erwartungen an einen repräsentativen Parkeingang. In den Saisonmonaten April bis Oktober werden die Eingänge mit Personal in den Kassenhäuschen besetzt. Im Winter und der Nebensaison erfolgt der Einlass über Parkscheinautomaten und Drehtore.

Weidendom

Der Weidendom gilt als das größte lebende Bauwerk der Welt und wird vom Verein Freundeskreis Weidendom e.V. und der IGA Rostock 2003 GmbH gepflegt und für Veranstaltungen genutzt. Da die Weidenkonstruktion nicht für die Lebensdauer von zehn Jahren und mehr konzipiert wurde, steigen die Reparaturkosten für dieses Bauwerk stetig und die IGA Rostock 2003 GmbH muss für den Erhalt den Verein unterstützen.



Abb. 6 Weidendom

Mecklenburger Hallenhaus

Das Mecklenburger Hallenhaus ist eine moderne Version eines traditionellen Wohn- und Stallhauses aus der Region und befindet sich am nördlichen Eingangsbereich. Heute ist das Hallenhaus die einzige gastronomische Einrichtung im Parkgelände. Das Restaurant «Der Freibeuter» wird durch einen Pächter betrieben und bietet den Gästen zudem eine Minigolfanlage.

Spiel- und Sportplätze

Der IGA Park verfügt über vier Spiel- und Sportanlagen und verschiedene spielerische Umweltbildungsangebote, wie das Grüne Klassenzimmer und den Barfußpfad, der sich über weite Teile der östlichen Parkanlage erstreckt. Die Spielplätze werden von der DEKRA regelmäßig geprüft und als qualitativ hochwertig eingestuft. Ein Mangel ist jedoch, dass der Inselfieldplatz schlecht zu erreichen ist und die Spielanlagen zu wenig genutzt werden. In den nächsten Jahren wird zudem eine Belagserneuerung bei der Anlage auf der Veranstaltungswiese notwendig. Fehlend sind zeitgemäße Sportangebote speziell für Jugendliche, wie zum Beispiel ein Bikepark oder Slacklinegarten.

Parkplätze

Im Umfeld des IGA Parks gibt es ein großes Angebot an Parkplätzen, welche von der Messe unterhalten werden, oder im öffentlichen Straßenraum liegen. Die IGA besitzt nur einen kleinen, nicht offiziellen Parkplatz im Bereich des Eingangs am Dorf Schmarl, der durch die Nähe hauptsächlich von den Besuchern des Schiffahrtsmuseums genutzt wird. Mit dieser Fläche werden die einzigen Parkgebühren für die IGA Rostock 2003 GmbH eingenommen.

Bewertung der Parkinhalte des IGA Parks

Parkinhalte	Verortung	Bewertung des Zustands	Bemerkung	Potenzial
Hamburger Tor	westlich der Messe	mangelhaft	Ungenutzte Freiräume. Ein Nutzungskonzept wird durch die Stadt erarbeitet.	↑
Messeboulevard	nördlich der Messehalle	mangelhaft	Wasserspiele inaktiv, ein Entwicklungskonzept im Auftrag der Stadt wird angefertigt.	↑
Rosen Café	nördlich der Messe	mangelhaft	Wird nur zum Rosenfest genutzt, fehlende Funktion, Sanierungsstau	↓
Rosenhang	nördlich der Messe	gut	Rosenhang einschließlich Hecken in gutem Pflegezustand	↔
Inselspielplatz	Schmarler Bach	sehr gut	Aufgrund geschlossener Zaunanlage in Lage schlecht erreichbar	↑
Rosengarten 2	südlich der Parkbühne	mangelhaft	Singuläre Lage, kein Themenbezug, Standort Miniaturgebäude	↓
Parkbühne mit Festwiese	westlich Groß-Kleiner-Damm	sehr gut	Nutzung für Großveranstaltungen, konstruktionsbedingte Einschränkungen	↑
Sportarena	östlich der Festwiese	gut	Zentraler Spiel- und Sportplatz, Beläge renovierungsbedürftig	↔
Weidendom	südlich des Hallenhauses	gut	Veranstaltungen betreut durch Freundeskreis Weidendom e.V., zunehmender Pflegeaufwand	↔
Mecklenburger Hallenhaus	nördlich der Kleinen Warnow	sehr gut	Wird durch einen externen Gastronom bewirtschaftet, ungenügende Auslastung	↑
Barfußpfad	Rundgang über das östliche Gelände	gut	Sehr gute Nutzung	↑
Historische Bootswerft	nördlich des Piers	gut	Wurde nach der IGA Veranstaltung errichtet.	↑
Fernsehgarten	westlich des Piers	sehr gut	Gelungener Blickbezug zum Naturraum Niederung	↑
Weidenkugeln	westlich des Grünen Klassenzimmers	gut	Pflegeintensiv	↑
Japanischer Garten	östlich der Rostocker Gärten	sehr gut	Standort ohne Themenbindung, singulär	↑

Parkinhalte	Verortung	Bewertung des Zustands	Bemerkung	Potenzial
Kenia Garten	östlich der Rostocker Gärten	ungenügend	Vogelvolière ist erhalten	↓
Mauretanischer Garten	östlich der Rostocker Gärten	ungenügend	Rückbau, wenn der Instandhaltungsaufwand zu groß wird	↓
Österreichischer Garten	östlich der Rostocker Gärten	ungenügend	Liegt teilweise im Baufeld	↓
Tunesischer Garten	westlich des Rhododendrongartens	ungenügend	Keine Nutzung	↓
Luxemburger Garten	westlich des Rhododendrongartens	ungenügend	Keine Nutzung	↓
Ungarischer Garten	westlich des Chinesischen Gartens	befriedigend	Vermietet an WIRO, Treffpunkt der Walking-Gruppe	↔
Leuchtturm	westlich des Rhododendrongartens	sehr gut	Landmarke	↑
Chinesischer Garten	westlich des Rhododendrongartens	gut	Veranstaltungsort der LichtKlang Nacht	↑
Holländischer Garten	westlich des Piers	befriedigend	Veranstaltungsort der LichtKlangNacht	↔
Senkgärten	westlich des Piers	befriedigend	Gute bauliche Qualität, die Nutzung ist unzureichend	↔
Traditionsschiff Museum	östlich des Piers, in der Warnow	gut	Sitz des Schifffahrtsmuseum	↑
Pier	westlich des Traditionsschiffs	gut	Gute bauliche Qualität	↑
Anleger	nördlich des Warnowstrands	sehr gut	sehr gute bauliche Qualität, geringe Nutzungsintensität	↑
Schiffsladekran Langer Heinrich	am Anleger	sehr gut	Großexponat	↑
Hebeschiff	am Anleger	befriedigend	Großexponat, Sanierungsbedürftig	↑
Betonschiff	am Anleger	befriedigend	Großexponat	↑

↑ Eine künftige Entwicklung, Weiterentwicklung oder Stärkung ist denkbar

↓ Ein sofortiger oder schrittweise Rückbau wird empfohlen

↔ Objekt kann auf diesem Niveau komplett oder teilweise erhalten werden

Bewertung der Parkinhalte des IGA Parks

Parkinhalte	Verortung	Bewertung des Zustands	Bemerkung	Potenzial
Rhododendrongarten	nördlich des Dorfs Schmarl	sehr gut	Hochwertige Gartenanlage	↑
Seezeichenweg	westlich des Dorfs Schmarl	gut	Gute Nutzung, maritimes Flair	↔
Warnowstrand	östlich des Dorfs Schmarl	sehr gut	An Sommertagen stark durch Anwohner frequentiert	↑
Grünes Klassenzimmer, Schulgarten	westlich des Seezeichenwegs, Bereich Umweltbildung	ausreichend	Veranstaltungen Umweltbildung, Pflege durch Kindergarten, Pflege problematisch	↔
Grünes Klassenzimmer, Infopavillon	Bereich Umweltbildung	ausreichend	Temporäres Bauwerk ohne Dauergenehmigung, ohne Konzept-einbindung, räumliche Bindung für Umweltbildung zu klären	↓
Gläsernes Studio	nördlich des Chinesischen Gartens	ausreichend	Temporäres Bauwerk ohne Dauergenehmigung, ohne Konzept-einbindung, räumliche Bindung für Umweltbildung zu klären	↓
Garten des Poseidon	östlich des Klostergrabens	mangelhaft	Niedrige Nutzungsqualität	↓
Staudenpflanzung 1	nördlich der Messe	gut	Pflegeintensiv	↔
Staudenpflanzung 2	Festwiese	gut	Pflegeintensiv	↓
Staudenpflanzung 3	am Hallenhaus	gut	Pflegeintensiv	↔
Staudenpflanzung 4	im Holländischen Garten	gut	Pflegeintensiv	↑

Tabelle 2 Bewertung der Parkinhalte des IGA Park

Die Bewertung der Parkinhalte erfolgte anhand von örtlichen Begehungen und der zur Verfügung gestellten Daten der IGA Rostock 2003 GmbH. Der Betrachtung wurden zwei Kriterien zugrunde gelegt. Die bauliche Qualität des Objekts und dessen aktueller Nutzungswert. Mit dieser Matrix wurde im Spektrum von Schulnoten von sehr gut bis ungenügend der aktuelle Zustand bewertet und Aussagen zu einer zukünftigen, potenziellen Entwicklung getroffen.



Abb. 7 Japanischer Garten



Abb. 8 Rosengarten ohne Miniaturgebäude auf der Festwiese

Fazit der Parkbewertung

Der IGA Park ist gemessen an seinen Parkinhalten besser als sein Ruf. Auch zehn Jahre nach der Gartenschau am Meer besitzt der Park gut gepflegte, intensive Pflanzbereiche und Inhalte mit einer guten und sehr guten Qualität. Problematisch zu bewerten sind die singulär und weiträumig verteilten Restinhalte aus der IGA-Zeit, welche keinen thematischen Zusammenhang aufweisen.

Eingänge

Besonderen Handlungsbedarf rufen die Eingangsbereiche des Parks hervor, da in diesen Bereichen die Zuständigkeiten in der Gestaltung und Pflege der Flächen wechseln. Auch die Anzahl und Verortung der Eingänge bieten Möglichkeiten für eine Verbesserung der Parksituation und der Unterhaltungskosten.

Dimensionierung

Das Wegesystem ist für die heutige Nutzung überdimensioniert und zerschneidet die Parkflächen enorm. Dazu ist es noch den Attraktionen des IGA-Jahres angepasst. Das macht die direkte Verbindung zwischen den heute wichtigen Parkinhalten umständlich. Auch sind die Distanzen zwischen den Attraktionen im Park zu groß, da sie auf der gesamten Fläche punktuell verstreut liegen. Es entsteht ein unzusammenhängendes Parkbild.

Rückbau

Der Rückbau vieler Ausstellungsobjekte und Flächen war schon in der Planungsphase der IGA konzipiert worden. Es scheint heute allerdings so, dass der Rückbau nicht geplant, sondern aus einem Sparzwang erfolgt ist. Vor allem im Bereich der Rostockergärten und der Nationengärten ist der inkonsequente Rückbau der ruinösen Parkinhalte erkennbar.

Zeitgeist

Für eine erfolgreiche Parkanlage ist es unabdingbar, eine Mischung aus traditionellen Werten und modernen, zeitgerechten Inhalten in einen guten Einklang zu bringen. Dabei spielt es eine Rolle, die gegenwärtigen Bedürfnisse von zeitgemäßem Sport und Spiel anzubieten. Der Park weist mit seinen naturräumlichen Qualitäten und pflanzlichen Inhalten wie z. B. dem Rhododendrongarten und dem Ausbausatz von Sport und Spiel entsprechendes Potenzial auf.



Abb. 9 Fernsehgarten

2.2 Besucherstruktur

Die Besucherzahlen für den Park und das Museum sind starken saisonalen Schwankungen ausgesetzt. In den Sommermonaten besuchen um ein Vielfaches mehr Menschen den IGA Park und das Schifffahrtsmuseum als in der kalten Jahreszeit. Das ist einerseits der Tatsache geschuldet, dass natürlich weniger Menschen im Winter einen Ausflug in einen Park machen, in dem es dann deutlich weniger Blumen und Blühendes zu sehen gibt. In ebenso starkem Maße ist dies auf die große Anzahl von Touristen zurückzuführen, die Rostock und die Ostseeküste im Sommer besuchen, und die dies mit einem Besuch im IGA Park kombinieren.

	2008	2009	2010	2011	2012
Park	89.187	106.539	98.039	102.539	102.842
Museum	23.734	26.676	27.669	28.370	26.179

Tabelle 3 Besucherzahlen der vergangenen fünf Jahre im Überblick

Parkbesuche

Für einen Park dieser Größe und mit dem Renommee, den ein ehemaliger IGA Park haben sollte, sind die vorliegenden Besucherzahlen deutlich zu gering. In den Wintermonaten Dezember, Januar und Februar zählt der IGA Park durchschnittlich nur ca. 2.000 Besucher pro Monat, also nur knapp 70 am Tag. Da davon auszugehen ist, dass nur ein verschwindend geringer Anteil daran auf Touristen zurückgeführt werden kann, ist dies der feste »Stammesbesucheranteil«, der auch im Sommer sicherlich gern den Park besucht, dann häufiger und regelmäßiger. Ausgehend von der Schätzung, dass in den stark frequentierten Sommermonaten 4.000 bis 5.000 Besuche von Anwohnern erfolgen,

ist die Zahl der Parkbesuche von ca. 16.000 bis 17.000 in den Monaten Juni bis August enttäuschend. Gleichzeitig ist sie ein Beleg dafür, dass der Park meist genau so genutzt wird, wie er auch wahrgenommen wird: als Anwohnerpark und als Park, der das Schifffahrtsmuseum umgibt. Die Gäste müssen ihn durchqueren, um zum Schiff zu kommen.

Beispielrechnung Besuchertypen

	August 2012
Besucher Park	17.875
Besucher Park Anwohner	4.500
Besucher Museum »Parkdurchquerer«	5.180
Besucher Park mit »reinem Parkinteresse«	8.195

Tabelle 4 Beispielrechnung Besuchertypen

Die Auflistung zeigt, dass weniger als die Hälfte der Sommerbesucher von außerhalb Rostocks anreist, um den Park zu besuchen. Dieser Anteil könnte noch geringer ausfallen, setzt man die Schätzung der Parkbesuche durch Anwohner höher an. Dies ist ein deutliches Signal dafür, dass der Park keine ausreichende Anziehungskraft besitzt, um allein als touristisches Highlight auftreten zu können.

Museumsbesuche

Auffällig ist, dass rein statistisch lediglich jeder vierte Parkbesucher auch das Museum besucht. Das ist einerseits mit der Beliebtheit des IGA Parks bei den Anwohnern der umliegenden Quartiere zu begründen. Denn während das Verhältnis der Anzahl der Parkbesucher im März verglichen mit dem Juli bei ca. 1:3 liegt, findet sich für das Museum im selben Monatsvergleich ein Verhältnis von ca. 1:6. Ein deutliches Indiz dafür, dass in den touristenarmen Monaten viele Anwohner den Park nutzen, sich aber natürlich nicht jedes Mal das Museum ansehen.

Ein weiterer Grund für die geringe Besucherzahl des Museums ist aber sicherlich auch die fehlende allgemeine Attraktivität der Ausstellung bzw. die zu spezifische Zielgruppenausrichtung. Denn selbst in den hoch frequentierten Sommermonaten Juli und August zieht es nur etwas über 5.000 Besucher monatlich auf das Traditionsschiff, das sind ca. 170 am Tag – eindeutig zu wenig für ein Museum mit dem Anspruch, eine Touristenattraktion sein zu wollen.

2.3 Veranstaltungen

Freilichtbühne/Open-Air

Mit der Freilichtbühne verfügt der IGA Park über eine ausgezeichnete und viel genutzte Einrichtung zur Durchführung von Veranstaltungen. Die Konzerte an diesem Ort beweisen, dass der Standort für Großveranstaltungen bestens geeignet ist, um entsprechend große Besucher-mengen aufnehmen zu können.

Die Veranstaltungen auf der Freilichtbühne des IGA Parks tragen auf ihre Weise zur Wahrnehmung des Parks im öffentlichen Bewusstsein bei. Sie sind fester Bestandteil der Veranstaltungskultur in Rostock und ziehen Besucher aus einem großen Umfeld in den IGA Park. Ideal ist in diesem Zusammenhang die Lage des IGA Parks, da trotz hoher Lärmmissionen bei Konzerten aus den umliegenden Wohnquartieren keine Beschwerden eingehen, die den Betrieb bedrohen könnten. Das ist als deutlicher Standortvorteil zu werten.

Ausstellungen, Workshops, Umweltbildung

Weniger bekannt sind die kleineren Veranstaltungen auf dem Gelände des IGA Parks, die in Form von Ausstellungen und Workshops zwar durchaus eine kleine Anhängerschaft haben, aber weit davon entfernt sind, große Besuchermengen oder Interessenten ansprechen zu können. Das liegt zum Teil begründet in der Art der Veranstaltungen selbst (Workshops etwa sind generell teilnahmebegrenzt), aber auch daran, dass eine Platzierung im öffentlichen Raum nicht ausreichend alle Kommunikationskanäle bedient. Die Veranstaltungen sind gewissermaßen «schwer zu finden».⁴

Die Veranstaltungen im Weidendom und im Rahmen der Reihe «Natur Umwelt Garten» bieten inhaltlich viel Potenzial für die Standortschärfung. Auch der Barfußpfad ist in diesem Zusammenhang zu nennen, ein wichtiger Baustein zur Erschließung von Schulklassen/-kindern als Zielgruppe. Das Thema Umweltbildung ist auf einem guten Weg, um in Rostock dauerhaft mit dem IGA Park assoziiert zu werden. Die Abstellung eines Sachbearbeiters für Veranstaltungen und Umweltbildung zeigt hier Wirkung durch Kontinuität.

Die Kooperation mit regionalen oder lokalen Medien scheint noch nicht optimal zu funktionieren, weshalb die Events jenseits der existierenden Flyer oft nur von Mund zu Mund beworben werden und eindeutig zu wenig, um größere Publicity und Besucherzahlen zu erreichen.

LichtKlangNacht

Eine Ausnahmestellung innerhalb der Veranstaltungen nimmt die LichtKlangNacht ein, die von der IGA Rostock 2003 GmbH selbst durchgeführt und beworben wird. Im Unterschied zu den Open-Air-Konzerten und Großveranstaltungen auf der Freilichtbühne wird die LichtKlang-Nacht eindeutig mit dem IGA Park assoziiert und auch mit diesem zusammen kommuniziert.

Die Veranstaltung ist ein wichtiger Bestandteil der Erlebniswelt IGA Park und als großer Erfolg für die IGA Rostock 2003 GmbH zu werten, auch wenn sie finanziell gegenwärtig noch defizitär ist. Der Imagegewinn ist den Aufwand wert.

2.4 Öffentliche Wahrnehmung

Die öffentliche Wahrnehmung des IGA Parks ist zu unterscheiden in die örtlich-regionale und die überregionale Dimension. Neben den geführten Gesprächen mit Fachleuten, in denen gezielt nach der öffentlichen Wahrnehmung des Parks gefragt wurde, sind aus der Ausrichtung der Marketingmaßnahmen und der Art der Museumsinhalte Rückschlüsse auf Reichweite, Zielgruppen und Rolle des IGA Parks zu ziehen.

Es ist ein deutlicher Unterschied in der Reichweite der Bekanntheit und der Besucherherkunft erkennbar, der in direktem Zusammenhang mit den gegenwärtigen Park- und Museumsinhalten steht. Darüberhinaus ist es schwierig, inhaltlich kohärent und prägnant die Kombination aus IGA Park und Schiffahrtsmuseum darzustellen.



Abb. 10 Veranstaltung im IGA Park

Überregionale Wahrnehmung

Die überregionale Wahrnehmung existiert kaum, da sowohl die Marketingmaßnahmen, als auch die Inhalte von Park und Museum nicht überregional ausgelegt sind. Diese Einschätzung bezieht sich auf die Gegenwart. Zu Zeiten der Internationalen Gartenausstellung im Jahr 2003 hatte der Park eindeutig eine positive, bundesweite Ausstrahlung. Die Stadt Rostock profitierte von der professionellen und attraktiven Veranstaltung und dem Ruf, den eine IGA mit sich bringt.

Hierin liegt für die Folgezeit der Vorteil, dass der IGA Park automatisch mit den Attributen einer Internationalen Gartenausstellung assoziiert wird. Ein überregionaler Ruf kann damit auf dieser Ebene aufrecht erhalten werden, ohne dass dafür spezifisch geworben werden müsste. Fast zwangsläufig muss der Park auf dieser Ebene aber enttäuschen, da natürlich der gärtnerische und gestalterische Standard nicht dauerhaft aufrecht erhalten werden kann.

Die überregionale Wahrnehmung ist also sehr gering bis kaum existent. Der Parkinhalt ist nicht konsequent weiterentwickelt bzw. nach dem Ende der IGA 2003 entsprechend konserviert und umgestaltet worden, um dem Ruf eines Parks von bundesweitem Interesse gerecht werden zu können. Die Museumsinhalte sind gleichfalls nicht darauf ausgerichtet, das Schiffahrtsmuseum zu einem überregionalen Besuchermagneten machen zu können. Dies liegt nur bedingt an der thematischen Ausrichtung, sondern auch an der Art der Präsentation. Eine Akzentuierung der Ausstellungsinhalte in Richtung eines prägnanten Alleinstellungsmerkmals ist kaum erkennbar.

Örtlich-regionale Wahrnehmung

Vor Ort ist der IGA Park eine feste Größe in der Wahrnehmung der Bevölkerung. Als Anwohnerpark, der den Bewohnern der umliegenden Quartiere zur Naherholung dient, ist er etabliert. Je weiter die Anreise für Rostocker aus anderen Stadtteilen wird, desto geringer ist die Bereitschaft, den Park zu besuchen. Zu gering erscheinen die Vorteile und Attraktionen im Vergleich zum Anreiseweg. Dennoch ist der IGA Park in der öffentlichen Wahrnehmung der Rostocker Bevölkerung präsent.

Innerhalb der öffentlichen Verwaltung der Stadt Rostock nimmt der IGA Park nach Ansicht der befragten Experten eine eher durchschnittliche Rolle ein. Hierin spiegelt sich womöglich der »Schwebezustand« des Parks seit dem Ende der IGA 2003, die unrealistischen Visionen oder fehlende

Zielrichtung, die dazu führen, dass dem Park eher abwartend begegnet wird. Ähnlich abwartende Einstellungen sind innerhalb der regionalen Bevölkerung als Grund für die mangelnde Anziehungskraft des Parks zu vermuten. Mit einer gezielten Profilierung und Schärfung der Parkinhalte könnte die örtliche Wahrnehmung verbessert werden. Und auch in der weiteren Umgebung der Hansestadt Rostock, wo der Park nicht als Attraktion gilt, könnte die Neugestaltung zu einer erheblich verbesserten öffentlichen Wahrnehmung führen.

Einzig die Veranstaltungen auf der Freilichtbühne schaffen es von Zeit zu Zeit, hohe Aufmerksamkeit zu erzielen – regional und überregional. Allerdings wird diese Publicity nur zu einem geringen Teil mit dem IGA Park gleichgesetzt. Die Konzerte finden zwar hier statt, aber in der Außendarstellung sind sie kaum an den Park gekoppelt, in dem sie stattfinden.

2.5 Eigentumsverhältnisse

Das Gelände des IGA Parks ist Eigentum der Stadt Rostock und wird der IGA Rostock 2003 GmbH zur Nutzung überlassen. Die Beibehaltung der Gesellschaft mit beschränkter Haftung zur Bewirtschaftung und Vermarktung des ehemaligen IGA-Geländes war sinnvoll und sollte fortgeschrieben werden.

Planungen zu Umstrukturierungen, Investitionen und auch Genehmigungen für Kooperationen mit Partnern auf dem Gelände sind auf diese Weise in Eigenverantwortung durchführbar. Auch die Pflege und Instandhaltung sind in Eigenregie organisierbar und von den Dienstwegen der kommunalen Grünverwaltung weitgehend losgelöst. Dies bringt Vorteile im Geschäftsbetrieb durch eine höhere Flexibilität und die Eigenständigkeit bei Planungsvorhaben.

Insbesondere auch hinsichtlich der Zielsetzung, den IGA Park gemeinsam mit dem Museumsangebot und dem Messestandort zu einer regional und überregional bedeutenden touristischen Attraktion zu machen, ist es ratsam, mit der GmbH-Organisation eine schlagkräftige Betriebsform vorzuhalten, die unabhängig – natürlich in Absprache mit der Stadt Rostock – handeln, planen und umsetzen kann.

⁴ Experteninterview Themenbereich Marketing, 02/2013

2.6 Wirtschaftlichkeit

Die Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) der IGA Rostock 2003 GmbH weist für das Jahr 2011 ein Ergebnis von -1.898.296 € aus, nach dem städtischen Zuschuss durch die Hansestadt Rostock in Höhe von 2.000.000 € lag das Ergebnis laut GuV bei 101.704 €. ⁵

Zwischen Ist, Soll und Realität

Die Stadt Rostock und die IGA Rostock 2003 GmbH waren sich bewusst, dass der Betrieb von IGA Park und Schiffahrtsmuseum mit dem Ende der IGA 2003 nicht kostendeckend erfolgen kann. Auch heute ist dieses Wissen präsent, es wird nicht erwartet, dass mit der Umsetzung eines Entwicklungskonzeptes das Ensemble aus IGA Park und Museum langfristig kostendeckend arbeiten kann. So ist eines der Ziele des Entwicklungskonzeptes die Reduzierung der notwendigen Bezuschussung durch die Stadt Rostock.

Diese Reduzierung kann auf verschiedenen Wegen erreicht werden:

- Einsparungen bei Parkunterhalt und -pflege
- Einsparungen durch Rückbau von pflegeintensiven Parkinhalten bzw. deren Konzentration auf kompaktere Areale
- Erhöhung der Einnahmen durch eine Steigerung der Besucherzahlen
- Erhöhung der Einnahmen durch die Erhöhung der Eintrittsgelder

Im Entwicklungskonzept wird es darauf ankommen, eine gesunde, funktionierende Mischung aus diesen Möglichkeiten zu schaffen.

Eintrittsgelder

Der kombinierte Eintritt in den IGA Park mit dem Schiffahrtsmuseum kostet zur Zeit 4,00 €. Wer nur den Park besuchen möchte, zahlt 1,00 €. IGA Park und Schiffahrtsmuseum haben ein ähnliches Problem: Sie sind allein nicht attraktiv genug, um höhere Eintritte verlangen zu können.

Eintritt IGA Park

Für einen Park von der Größe des IGA Parks sind eigentlich nur zu Großveranstaltungen wie einer Bundesgartenschau oder einer Internationalen Gartenausstellung hohe Eintritte zu rechtfertigen. Ist die organisatorische und gärtnerische Konzentration eines solchen Halbjahres vorüber, können die Frequenz an Eventhighlights und die erhebliche gärtnerische Intensität der Grünflächen nicht aufrechterhalten werden. Dies spiegelt sich im aktuellen Eintrittspreis zu Recht wider. Attraktive Parks oder Landschaftsgärten mit hohem Ansehen und überregionalem oder sogar bundesweitem Renommee sind rar. Und nur sie können Eintrittspreise in nennenswerter Höhe nehmen, weil sie als Attraktionen gelten: grüne, dauerhafte Kunstwerke, die nur an diesen Orten zu sehen sind und eine gesonderte Anreise rechtfertigen.

Park	Eintritt Normalpreis Erwachsene/r
Insel Mainau	17,50 €
Blühendes Barock Ludwigsburg	8,00 €
Schlossgarten Schwetzingen	4,00 €
Gärten der Welt, Berlin	4,00 €

Tabelle 5 Eintrittspreise ausgewählter Parks/Gärten

Viele andere Parks von bundesweitem oder internationalem Ansehen verfolgen andere Geschäfts-/Betriebsmodelle. Das Gartenreich Dessau-Wörlitz etwa ist stiftungsgetragen und der berühmte Park eintrittsfrei. Viele andere berühmte Parks wie Sanssouci in Potsdam, der Fürst-Pückler-Park in Bad Muskau oder Planten un Blomen, das grüne Herz Hamburgs, sind ebenfalls eintrittsfrei. In Potsdam und Bad Muskau ist die Besichtigung der Schlösser im Park kostenpflichtig, Hamburg hat den Standort verschiedener

Internationaler Gartenausstellungen zum öffentlichen Bürgerpark gemacht.

Die Unterschiede zum IGA Park sind also jeweils offensichtlich. Entweder die kostenpflichtigen Parks und Gärten werden intensiv und offensiv als Attraktion bewirtschaftet, gestaltet und vermarktet, oder aber die Parks locken mit einer echten Attraktion, meist einem Schloss, die Besucher an.

Eintritt Museum

Museum / Attraktion	Eintritt Normalpreis Erwachsene/r
Ozeaneum Stralsund	16,00 €
Müritzeum Waren	7,50 €
phanTechnikum Wismar	6,00 €
Internationales Maritimes Museum Hamburg	12,00 €
Überseemuseum Bremen	6,50 €
Universum Bremen	16,00 €

Tabelle 6 Eintrittspreise ausgewählter Museen

Es ist schwierig, eine tragbare Vergleichbarkeit mit anderen Museumseintritten herzustellen. Denn das Ensemble mit dem im IGA Park liegenden Schiffahrtsmuseum, das nur mit einer Durchquerung desselben erreichbar ist, stellt eine Besonderheit dar. Die meisten Museen sind ohne einen kostenpflichtigen, umgebenden Park erreichbar. Zwar ist es bisweilen möglich, auch für angegliederte Parks, Naturschutzgebiete, o. Ä. Kombitickets zu erwerben, dies ist dann aber Zusatzgeschäft und nicht Voraussetzung für das Erreichen des Museums selbst.

Aus diesen Gründen ist ein Vergleich mit den Eintrittspreisen anderer Museen, die thematisch oder geografisch relevant wären, nur bedingt aussagekräftig: Die Besucherstruktur hat verdeutlicht, dass der IGA Park vor allem örtlich für Anwohner und alle Rostocker attraktiv ist – als Naherholungsgebiet.

Dennoch ist es sinnvoll, den Eintrittspreis für das Schiffahrtsmuseum einmal in Relation zu vergleichbaren Einrichtungen zu stellen, auch wenn – oder gerade weil – es gestalterisch und inhaltlich einem Vergleich mit anderen Museen nicht standhält.

Die modernen Erlebnismuseen sind oft echte Besuchermagneten – wie das Ozeaneum in Stralsund. Besucher sind bereit, für eine solche Attraktion das Vielfache des Eintrittspreises zu zahlen, den das Schiffahrtsmuseum verlangt. Aber dies funktioniert nur mit erheblichen Investitionen in den Museumsbau und die Ausstellungsattraktivität, gepaart mit inhaltlicher Profilierung und massivem Marketing. Für das Schiffahrtsmuseum ist der Eintritt von 4,00 € ein angemessener Betrag, der den Erlebniswert widerspiegelt. Hier liegt auch eine Gefahr verborgen: der Rückschluss, dass ein billiges Museum in den Augen der Besucher eben auch nicht viel bietet. Eine Befürchtung, die im Vergleich zu manch anderen Attraktionen des Ostseeraums nicht von der Hand zu weisen ist.

Bewertung der Umsatzerlöse

Die Erlöse aus Kartenverkäufen für Park und Museum sind insgesamt eher gering. Gemessen an den Standards von IGA Park und Ausstellungsqualität sowie an den Dimensionen des Marketings und des Stellenwerts des Ensembles in der Park- und Museumslandschaft der Region sind sie aber nicht enttäuschend. Betrachtet man diese Zahlen gemeinsam mit dem Ergebnis von -1.898.296 € aus dem Jahr 2011, wird deutlich, dass selbst eine massive Steigerung von Besucherzahlen, kombiniert mit möglichen höheren Eintrittsentgelten nach Neustrukturierung von Park- und Museumsinhalten, nicht zu einer Kostendeckung führen wird.

	Eintrittsentgelt
IGA Park (mit Parkplatz)	72.474 €
Museum (mit Führungen)	66.135 €
Gesamt	138.609 €

Tabelle 7 Umsatzerlöse Eintrittsentgelte 2011

⁵ Wirtschaftsplan 2013, Rostock 2012, S.1



Abb. 11 Eingang Dorf Schmarl

3 Bestandsanalyse Umfeld und Verkehr

3.1 Beschreibung der großräumlichen Situation

Der IGA Park liegt im westlichen Stadtgebiet von Rostock, etwa neun Kilometer nördlich vom Stadtzentrum, auf halbem Weg nach Warnemünde. Östlich wird der Park von der Warnow und dem Dorf Schmarl begrenzt. Nördlich und westlich wird der Park auch von Wasser, der Kleinen Warnow, eingefasst und grenzt sich von den Stadtteilen Groß-Klein im Norden und Lütten-Klein im Westen ab. Im Süden wird der Park von der Hanse Messe und der Bundesstraße 105 eingesäumt, welche an dieser Stelle in den Warnowtunnel mündet.

Die historische Bebauung im Bereich der unteren Warnow bestand aus kleinen Fischerdörfern, wie es im Dorf Schmarl immer noch erkennbar ist. Mit der 1935 durchgeführten Eingemeindung der Dörfer Groß-Klein, Schmarl und Lütten-Klein wuchs Rostock «(...) unter den Bedingungen industrieller Produktionsverhältnisse über ihre mittelalterliche (...)»⁶ Stadtgrenze hinaus. Mit der dritten städtebaulichen Entwicklungsetappe wurden Wohnungen im sozialistischen, industriellen Maßstab entlang der Warnow erbaut. Heute prägen diese Großwohnsiedlungen neben maritimen Industrieanlagen noch immer das städtebauliche Bild. Die Bebauung der angrenzenden Stadtteile bietet Wohnraum für circa 100.000 Menschen.⁷ In den umliegenden Großwohnsiedlungen gab es in den Jahren nach der Wiedervereinigung Deutschlands eine verstärkte Abwanderung aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklung Rostocks.⁸ Für die angrenzenden Stadtteile wurden integrierte Stadtentwicklungskonzepte erarbeitet. Im Umfeld des IGA Parks nimmt man zudem die industriell genutzten Areale wahr. Meist bilden Kais und Anlegestellen den baulichen Abschluss zum Wasser. Südlich befindet sich das Industriegebiet Marienehe, mit den markanten Schornsteinen der Rostocker Stadtwerke. Auf der gegenüberliegenden Seite der Warnow liegen der Seehafen und Terminals der international tätigen Fährunternehmen im Sichtbereich des Parkbesuchers. Die Bereiche der hafenauffinen Wirtschaftsstandorte werden auch in Zukunft weiterentwickelt und prägen zunehmend die Umgebung des IGA Parks.⁹

6 Flächennutzungsplan der Hansestadt Rostock, 2005, S. 35

7 In deinen Mauern herrsche Eintracht und allgemeines Wohlergehen, 2003, S. 291

8 Vgl. auch: Stadttumbau Ost, Hamburg 2007

9 Vgl. auch: Aktualisierung und Konkretisierung des Regionalen Flächenkonzeptes Hafenauffine Wirtschaft Rostock (RFK), 2013

Durch die Industrialisierung und den Ausbau als maritimer Wirtschaftsstandort gewann Rostock zunehmend an Bedeutung und damit auch an Einwohnern. Die höchsten Einwohnerzahlen mit über 250.000 Bürgern hatte Rostock in den 1980er Jahren. Die Werften und der Überseehafen schufen Arbeitsplätze. Mit dem Bau der Großwohnsiedlung wurde die Westseite der Warnow zum bevorzugten Wohnstandort. Mehr als die Hälfte der Bevölkerung lebte in den Stadtteilen Lütten-Klein, Groß-Klein und Schmarl.¹⁰ Mit den wirtschaftsstrukturellen Veränderungen durch die Wiedervereinigung der beiden deutschen Staaten setzte eine ungünstige ökonomische Entwicklung ein, die bis heute die soziale Zusammensetzung der angrenzenden Stadtgebiete beeinflusst.

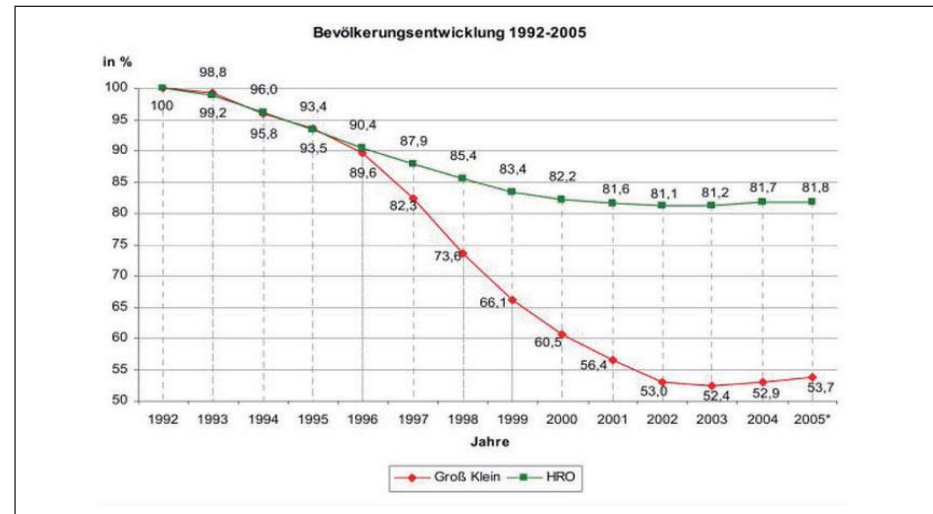


Tabelle 8 Bevölkerungsentwicklung 1992-2005 von Groß-Klein und Rostock im Vergleich

10 In deinen Mauern herrsche Eintracht und allgemeines Wohlergehen, 2003, S. 291

3.2 Grünraumversorgung

Rostock ist eine «Grüne» Stadt am Meer – sie gehört mit 6.000 Hektar zu den größten kommunalen Waldbesitzern in Deutschland.¹¹ Aber nicht nur die Waldgebiete machen Rostock zu einer grünen Stadt, sondern auch die urbanen Grünflächen, ausgehend von der ehemaligen Wallanlage vom Stadtzentrum in die umliegenden Stadtteile. Dabei spannen sich die Grünanlagen zwischen Rostock Stadtzentrum und Warnemünde wie an einer Perlschnur auf.

Im unmittelbaren Umfeld des IGA Parks stellt sich die Grünraumversorgung der Ortsteile (OT) Schmarl, Groß-Klein und Lütten-Klein wie folgt dar:

Ortsteil	Öffentliche Grünfläche (in m ²)	Einwohner (Anzahl)
	Stand 12/2012	Stand 09/2012
Schmarl	639.500	8.296
Groß-Klein	264.900	12.858
Lütten-Klein	585.000	16.952

Tabelle 9 Grünraumversorgung der angrenzenden Stadtteile

Es gibt in den angrenzenden Stadtteilen Lütten-Klein und Schmarl Wohngebietsparkanlagen, die einen erheblichen Anteil an der Gesamtversorgung ausmachen.

Ortsteil	Wohngebietspark	Größe (in m ²)
Lütten-Klein	Park am Fischerdorf	280.800
Schmarl	Park an der Hundsburg	302.400

Tabelle 10 Grünraumversorgung der angrenzenden Stadtteile

Diese Aufstellung zeigt, dass ein Defizit an öffentlichen Grünflächen in den «grün» wirkenden Stadtteilen der Umgebung besteht. Wenn man den gängigen Richtwert von 7 m²/Einwohner für wohnungsnahe Grünanlagen als Grundlage nimmt, fehlen den Anwohnern circa 50 Hektar Grünflächen.

11 Rostock 2025 – Leitlinien zur Stadtentwicklung der Hansestadt Rostock (Entwurf 13.06.2012), 2012

3.3 Verkehrsanbindung

Motorisierter Individualverkehr

In der Betrachtung des Umfelds am IGA Park ist zu erkennen, dass die westliche Uferseite der Warnow eine «(...) hervorragende Verkehrsanbindung an die umliegenden Städte und Gemeinden»¹² besitzt. Mit den Bundesstraßen 105 und 103 kommt man in die unmittelbare Nähe des IGA Parks. Vor Ort findet man größere Parkplätze für den MIV (motorisierter Individualverkehr) an der Messehalle, im öffentlichen Straßenraum von Dorf Schmarl und Groß-Klein. Dieses Angebot wird von Seiten der Stadt «(...) als ausreichend erachtet.»¹³

ÖPNV

Die Erreichbarkeit der Parkanlage über den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) erfolgt durch die Bahn, Straßenbahn und Bus. Der Haltepunkt für die Bahn ist in Lütten-Klein und damit in größerer Entfernung zum Park. In der Nähe des Parks sind drei Bushaltestellen vorhanden.

- Bushaltestelle Dorf Schmarl
- Bushaltestelle S-Bhf. Rostock – Lütten-Klein
- Bushaltestelle Blockmacherring

Die Buslinie Nr. 31 verkehrt aus Lütten-Klein kommend zwischen Haltepunkt Lütten-Klein und Blockmacherring tagsüber vier Mal stündlich und bindet damit den nördlichen Eingang zum Park an. Die Buslinie Nr. 35 verkehrt nur zwischen Haltepunkt Lütten-Klein und Schmarl-Dorf in einem stündlichen Takt und am Wochenende nur über eine telefonische Order. Die schnellste ÖPNV-Verbindung aus der Stadt in Parknähe hat man mit den Straßenbahnlinien 1, 4 und 5. Jedoch fahren diese Straßenbahnlinien nach Lütten-Klein und man muss dort in den Linienbus 31 umsteigen.

Fahrrad- und Fußgängerverkehr

Für Passanten zu Fuß oder auf dem Rad entlang des Warnowufers ist die Parkanlage gegenwärtig eine eintrittspflichtige Barriere. Zusammen mit den Bundesstraßen und der Bahntrasse gibt es nur wenige Möglichkeiten der Querung für Fußgänger und Radfahrer. Dazu kommt der Aspekt, dass diese unattraktiv sind. Ein Ausbau dieser Wegeverbindung entlang der Warnow und nah am Wasser wird in verschiedenen Entwicklungskonzeptionen als prioritär angesehen und existiert bereits in einem Abstand von

¹² Abschlussbericht IGA Rostock 2003, Januar 2006, S. 156

¹³ Warnowuferkonzept, März 2009, S. 24

«(...) 300 bis 800 m vom Ufer entlang des Straßenzuges Schmarler Damm – Groß-Kleiner Damm – Warnowdamm – Werftallee.»¹⁴

Wasserverkehr

Es gibt bereits eine regelmäßige Personenschiffahrt vom Stadthafen Rostock nach Warnemünde¹⁵ und zurück, diese sind jedoch in der Rubrik Hafenumrundfahrt einzuordnen und kosten im Schnitt 14,00 € für die Hin- und Rückfahrt. Die Fahrgastschiffahrt wird gegenwärtig von fünf Reedereien betrieben:

- Rostocker Personenschiffahrt Olaf Schütt
- Personenschiffahrt Dieter Schütt
- Fahrgastschiffahrt Thomas und Dieter Schütt OHG
- Warnow Personenschiffahrt (Inh. Reinhard Kammel)
- Fahrgastschiffahrt Käpp'n Brass GmbH (Inh. Rainer Möller)

Die vier modernen Schiffe der Familie Schütt fahren unter dem gemeinsamen Namen «Blaue Flotte».

In den Sommermonaten gibt es eine halbstündliche Taktzeit. In der Nebensaison verlängert sich die Taktung auf stündliche Abfahrten. In den Wintermonaten gibt es nur am Wochenende Fahrten. Die Fahrradmitnahme ist nur begrenzt möglich. Auf Nachfrage können bei den Reedereien Stopp am IGA Park gebucht werden, jedoch nur, wenn die Anzahl der aus- oder zusteigenden Passagiere groß genug ist. Ein regelmäßiger Halt am IGA Park fehlt.

3.4 Freizeitangebote im Umfeld

Einbettung in Kulturlandschaft Rostocks

Im «Integrierten Museumskonzept» für die Hansestadt Rostock ist die Kulturlandschaft Rostock gründlich untersucht worden. Positionierung und Entwicklungspotenzial wurden untersucht und in Zielen festgehalten. Die Übersicht zeigt die Schwerpunkte der verschiedenen Kulturinstitutionen Rostocks.

¹⁴ Warnowuferkonzept, März 2009, S.10 ff.

¹⁵ Vgl. auch: Abschlussbericht IGA Rostock 2003, Januar 2006, S. 156

Übersicht über die Kulturstätten in Rostock

Museen

Institution	Objekte und Schwerpunkte	Träger	Betreiber
Kulturhistorisches Museum	ca. 165.000 Objekte Kunst-, Kultur-, Stadtgeschichte M-V und Rostock	Hansestadt Rostock	Hansestadt Rostock
Kunsthalle Rostock	ca. 7.320 Objekte	Hansestadt Rostock Verein seit 01.03.2009	Zeitgenössische Kunst, Kunst 2. Hälfte 20. Jh.
Schiffahrts- und Schiffbaumuseum	ca. 35.000 Objekte Schiffbau- und Schiffahrtsgeschichte im Ostseeraum	IGA Rostock 2003 GmbH	IGA Rostock 2003 GmbH seit 01.09.2004
Heimatemuseum Warnemünde	ca. 11.000 Objekte Regionalgeschichte und Volkskunde	Hansestadt Rostock	Museumsverein Warnemünde e. V. seit 01.01.2005

Tabelle 11 Kulturstätten in Rostock-Museen

Weitere kulturelle Einrichtungen

Institution	Objekte und Schwerpunkte	Träger	Betreiber
Begegnungszentrum Kröpeliner Tor	Zeitgeschichte	Verein	Verein
Kempowski-Archiv	Werkarchiv des Schriftstellers Walter Kempowski, regionale Familiengeschichte	Kempowski-Stiftung	Verein
Wossidlo-Archiv	Volkskultur	Universität Rostock	Universität Rostock
Zoologische Sammlung	Tierpräparate / Lehr- und Schausammlung	Universität Rostock	Universität Rostock
Archäologische Sammlung	Ur- und Frühgeschichte, Klassische Archäologie, Lehr- und Schausammlung	Universität Rostock	Universität Rostock
«Stasi»-Gedenkstätte (Knast)	DDR-Geschichte, Struktur und Arbeitsweise MfS	Universität/BStU	Bund (BStU)
Köhlerhof Wiethagen	Volkskultur, Technikgeschichte	Verein	Verein
Darwineum	Evolutionspark	Zoologischer Garten GmbH	Zoologischer Garten GmbH

Tabelle 12 Kulturstätten in Rostock – Weitere kulturelle Einrichtungen

Regionale und überregionale Museumslandschaft

In der näheren und weiteren Umgebung Rostocks gibt es einige museale Institutionen, auf die es sich lohnt ein Blick zu werfen – sei es, um sich thematisch abzuheben¹⁶, sei es, um sich inspirieren zu lassen.



Abb. 12 Maritim Museum, Karlskrona

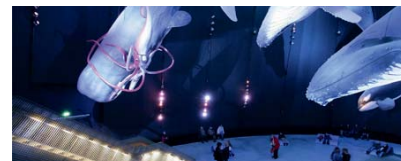


Abb. 13 Ozeaneum, Stralsund



Abb. 14 U-Boot U461 Peenemünde

Museum	Inhalt	Themen/Exponate	Bemerkungen
Technisches Landesmuseum PhanTECHNIKUM Wismar	Interaktive Experimente und Technik, Technikgeschichte Mecklenburg-Vorpommerns	<ul style="list-style-type: none"> Gliederung thematisch und räumlich in vier Elemente (Luft, Wasser, Feuer, Erde) Technische Nutzung derselben: Luftfahrt, Flugzeugtechnik, Windkraft, Dampfmaschinen, Schifffahrt, Wasserkraft, Hochwasserschutz, Bergbau, Straßenbau, Straßenfahrzeuge, Magnetismus, Schwerkraft, Verbrennungsmotoren, Gießerei- und Schweißtechnik, Feuer als Lichtquelle, Energieerzeugung Experimentierstationen, u. a.: Schweißstation, Station mit den Aggregatzuständen, Seifenblaseninsel 	<ul style="list-style-type: none"> Eröffnung Dezember 2012 Vermittlung: Führungen, Workshops, Kindergeburtstage und «Schule im Museum» Museumscafé, Museumsshop
Deutsches Schifffahrtsmuseum, Bremerhaven	Geschichte der deutschen Schifffahrt	<ul style="list-style-type: none"> Geschichten der Bootsflotten vom Mittelalter bis heute, mit Schiffsmodellen und Navigationsinstrumenten, Waffen, Gemälden Bootsbau, Industrieller Schiffbau, Dampfschifffahrt, Deutsche Marine, Gezeiten, Hansekogge, Hochseefischerei, Walfang, klassische und moderne Navigation Moderne Schifffahrt, Polar-/ Meeresforschung, Rettungswesen Schatzkammer, Schiffsarchäologie, Schiffsbrücke, Schiffsmaschinen, Wassersport, Windjammer Im Hafen zu sehen: originale alte Schiffe, Schiffsschrauben, Leuchtturm, Kräne, Hafen selbst als Relikt 	<ul style="list-style-type: none"> Originale Kogge als Informationsträger über Schiffstyp Koggenbau, das Leben an Bord, mittelalterlicher Seehandel in Nord- und Ostsee Etwas altmodisch und nicht sehr konzeptionell, viele verschiedene Themen, kein richtiger roter Faden
Ozeaneum, Stralsund	Biosphäre Wasser – Wasserkreislauf als Verbindung zwischen Meeren und Landmasse	<ul style="list-style-type: none"> Virtuell mit Fischen um die Wette schwimmen Forschungsschiff «Prof. Albrecht Penck» über Meeresforschung und maritime Berufe 	<ul style="list-style-type: none"> Größtes naturwissenschaftliches Museum an deutscher Nord- und Ostseeküste Auffällige Architektur
Schifffahrtsmuseum, Kiel	Maritime Geschichte der Hafen-, Marine- und Werftenstadt Kiel	<ul style="list-style-type: none"> Schiffsmodelle, nautische Instrumente, Galionsfiguren & weitere historische Objekte 	<ul style="list-style-type: none"> Befindet sich in der ehemaligen Fischhalle Drei Oldtimer-Schiffe zeigen Leben und Arbeiten auf einem Schiff
Maritim Museum, Peenemünde	Begehbare U-Boot	<ul style="list-style-type: none"> Begehbare U-Boot U-461 der Baltischen Flotte aus den 50ern am Pier des ehemaligen marinen Stützpunktes 	<ul style="list-style-type: none"> Größtes U-Boot-Museum der Welt
Maritim Museum, Karlskrona	Ganze Insel eine Art «lebendes Museum»	<ul style="list-style-type: none"> Hauptgebäude mit zwei Teilen: alte und neue Zeit, «echte» Schiffe im Hafen, temporäre Ausstellungen in den umliegenden Gebäuden Speziell: Unterwassertunnel zur Wrack-Besichtigung 	<ul style="list-style-type: none"> Marinestadt Stumholmen ist Weltkulturerbe Restaurant, Museumsshop, Kinderareal

Tabelle 13 Regionale und überregionale Museumslandschaft

¹⁶ Vgl. auch: Integriertes Museumskonzept für die Hansestadt Rostock, Endfassung 02/2011

Veranstaltungen in Rostock

In Rostock findet eine Vielzahl an Großveranstaltungen statt. Bedient werden die unterschiedlichsten Zielgruppen; die Besucherzahlen variieren stark.

Hanse Sail

Jedes Jahr im August ist die Hansestadt Rostock Austragungsort der Hanse Sail. Das viertägige Hafenfest, zu dem viele hundert Schiffe und Segler nach Rostock kommen, ist mit Abstand das größte Event der Region, und ähnlich wie die Kieler Woche mittlerweile eine bundesweite Attraktion.

Besucht wird die Hanse Sail von bis zu einer Million Menschen, genaue Zahlen sind schwierig zu ermitteln, da die Veranstaltung keine Eintrittsgelder generiert. Der finanzielle Nutzen für die Stadt Rostock liegt daher auch nicht primär im Bereich direkt generierter Einnahmen, auch wenn über Liegeplatzmieten oder Werbeeinnahmen Erlöse erzielt werden. Der Umsatz der beteiligten Unternehmen aus Gastronomie, Handwerk und Handel auf dem Hanse-Sail-Gelände liegt jedoch bei geschätzten 40 Millionen Euro, Hotellerie und Gastronomie erzielen weitere Umsätze von über 20 Millionen Euro. Die Hanse Sail ist also wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Stadt Rostock, der Imagegewinn durch die Veranstaltung ist von zusätzlichem, nicht monetärem Wert.

Warnemünder Woche

In der ersten Juliwoche veranstaltet das Seebad Warnemünde jährlich die Warnemünder Woche, bei der eine Vielzahl von Segelwettbewerben stattfinden, die von über 600.000 Besuchern verfolgt werden. Begleitet wird die Veranstaltung von zahlreichen Begleitevents an Land, die Warnemünde eine Woche lang einen Volksfestcharakter verleihen.

Rostocker Weihnachtsmarkt

Vier Wochen vor Weihnachten findet der größte Weihnachtsmarkt Norddeutschlands in Rostock statt. Flankiert von einem umfassenden Begleitprogramm mit Schaustellern, Handwerk und kulturellen Darbietungen wird der riesige Weihnachtsmarkt nach Schätzungen von bis zu 1,5 Millionen Menschen besucht, die überregional von weit her anreisen. Das Einzugsgebiet reicht im Süden bis nach Sachsen-Anhalt und Sachsen, im Westen bis Niedersachsen und Schleswig-Holstein, im Norden bis nach Schweden. Die Hotels der Hansestadt sind während der Marktzeit praktisch ausgebucht, die Veranstaltung ist ein Musterbeispiel für eine saisonverlängernde Touristenattraktion.

Rostocker Pfingstmarkt

Seit über 600 Jahren öffnet der Rostocker Pfingstmarkt für vier Tage seine Tore. Das Volksfest zählt zum festen Stamm der Großveranstaltungen in und um die Hansestadt. Mit etwa 10.000 Besuchern allerdings eine kleinere Veranstaltung.

Rostocker Ostermarkt

Um die 100.000 Besucher zieht jährlich der zwei Wochen dauernde Ostermarkt in der Rostocker Innenstadt an.

Kulturfestivals in Rostock

Rostock veranstaltet eine Vielzahl an größeren und kleineren Veranstaltungsreihen zu verschiedenen kulturellen Themen. Die Reihe «Rostocker Sommer» z. B. umfasst Theateraufführungen und Konzerte, weiterhin gibt es ein Kurzfilmfestival und das Festival Ostseejazz.

Konkrete Besucherzahlen sind für diese Festivals schwer ermittelbar. Sie gehören nicht zur Kategorie der Massenveranstaltungen, sondern sprechen gezielt kleinere Zielgruppen an. Dennoch sind sie wichtiger Bestandteil der Rostocker Kulturlandschaft und gerade für potenzielle Museumsbesucher im IGA Park in der Betrachtung nicht zu vernachlässigen.

Veranstaltungen in der Region

Die gesamte Ostseeregion versucht mit großen und kleinen Events und Veranstaltungsreihen, die vielen Besucher und Touristen anzulocken. Eine Auswahl von Veranstaltungen, die in der näheren Umgebung Rostocks stattfinden, zeigt im Folgenden, dass es viel Besucherpotenzial für den IGA Park gibt, aber auch viel Konkurrenz an Ausflugszielen und Attraktionen.

Veranstaltung	Art	Dauer
Festspiele Mecklenburg-Vorpommern	Musikfestival	4 Monate
Schwedenfest Wismar	Volksfest	4 Tage
Wismarer Hafentage	Volksfest	3 Tage
Kühlungsborner Sommerspektakel	Volksfest	3 Tage
Störtebeker Festspiele Rügen	Open-Air-Theater	10 Wochen

Tabelle 14 Veranstaltungen in der Region Rostock

Beispiele für Grünanlagen in der Umgebung des IGA Parks Rostock

Hundsburgpark

Der Hundsburgpark befindet sich südlich des IGA-Geländes an dem Ufer der Warnow. Er wird durch die Anwohner stark frequentiert. Er zeigt die Attraktivität eines extensiven Freiraums, aber auch den dringenden Bedarf nach mehr Naherholungsräumen.

Botanischer Garten

Der Botanische Garten in Rostock ist an die Universität angegliedert und einer der ältesten in Deutschland. Er bietet Information und Inspiration für fachlich interessiertes Publikum.

Rostocker Heide

Die Rostocker Heide ist ein Wald- und Heidegebiet. Es befindet sich östlich der Warnow und erstreckt sich vom Nord-Osten der Stadt bis zur Ostseeküste.

Barnstorfer Wald

Der Barnstorfer Wald ist ein urbanes Naherholungsgebiet im Südwesten von Rostock. In dieser Anlage befindet sich auch der Zoologische Garten Rostock.

Spiel- und Sportanlagen

Bei der Untersuchung der Spiel- und Sportanlagen in der Umgebung zeigt sich, dass die Angebote in den unterschiedlichen Altersgruppen stark variieren. Traditionelle Sportangebote sind in ausreichendem Maß vorhanden. In Groß-Klein ist die Qualität der 16 Spielanlagen überwiegend «gut» und nur in der Altersgruppe der Vierzehn- bis Neunzehnjährigen gibt es Defizite. Im Stadtteil Schmarl zeigt sich ein anderes Bild der vorhandenen neun Spielanlagen. Da liegen in der Altersgruppe der Sieben- bis Dreizehnjährigen die Defizite, auch wenn die Angebote für die anderen Altersklassen im Schnitt mit «gut» bewertet werden.¹⁷

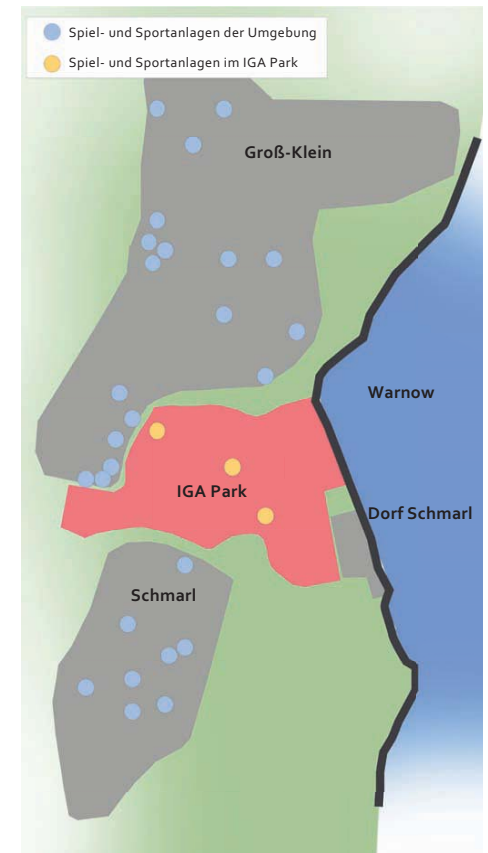


Abb. 15 Verteilung der Spiel- und Sportanlagen

¹⁷ Vgl. auch: Spielplatzkonzept der Hansestadt Rostock 2011, 04/2011

4 Bestandsanalyse Museum

4.1 Das Traditionsschiff als Museum

Das «Traditionsschiff Typ Frieden» gehört zur kollektiven Erinnerung einer ganzen Region. 1957 als fünftes Schiff einer Serie von 15 Hochsee-Frachtern auf der Rostocker Warnowwerft erbaut, fuhr es fortan als Frachtschiff unter dem Namen «Dresden» um die Welt. 1970 wurde die «Dresden» der Stadt Rostock übergeben und zum Kulturschiff umgebaut. Seither liegt sie als Traditionsschiff «Typ Frieden» am Ufer der Unterwarnow vor Anker.¹⁸ 100.000 Schülerinnen, Rostocker und Touristinnen haben das Schiff in dieser Zeit besucht.¹⁹ Nach einer Sanierung und Modernisierung durch die IGA Rostock 2003 GmbH liegt das Schiff seit 2003 wieder an seinem angestammten Liegeplatz in Rostock Schmarl. Seit 2004 ist das Traditionsschiff einziger Standort des Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums Rostock. Gemäß dem Entwicklungskonzept für das Museum soll es bis 2018 zu einem maritimen Museum weiterentwickelt werden.²⁰ Planerische Grundlagen sind mit dem rechtskräftigen B-Plan «Uferzone Schmarl» gegeben. Insgesamt 4.900 m² der Parkfläche stehen für das Schiff, die schwimmenden Objekte, ein Museumsgebäude und für die Freilandbereiche zur Verfügung.²¹



Abb. 16 Traditionsschiff «Typ Frieden»

18 Interessenbekundung für die Erstellung eines Entwicklungskonzeptes für den IGA Park, April 2012, S. 5, Integriertes Museumskonzept für die Hansestadt Rostock, Endfassung 02/2011, S. 21 und 22

19 Vgl. auch Experteninterviews Themenbereich Museum, 02/2013

Zustand und Infrastruktur

Verteilt auf einer Gesamtlänge von 158 Metern und fünf Ebenen beherbergt die «Frieden» derzeit das gesamte Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock. Das Schiff an sich ist in einem relativ gut erhaltenen Zustand, bedarf allerdings einer umfassenden Grundsanierung.²²

Seit der Sanierung 2003 ist das Traditionsschiff in großen Teilen rollstuhlgängig, allerdings können nicht alle Teile barrierefrei erschlossen werden.

Das Schiff ist klimatisiert. Der Innenbereich ist nur teilweise und zu wenig gedämmt. Im Sommer ist es zu heiß. Im Winter kann das Schiff zwar beheizt werden, allerdings nur in begrenztem Umfang. Durch die fehlende Dämmung entsteht ein massiver Heizaufwand, was sowohl ökologisch als auch wirtschaftlich fragwürdig ist. Diese klimatischen Bedingungen sind für eine museale Nutzung äußerst ungünstig und baulich nur teilweise zu beheben. Im Schiff sollten nur konservatorisch absolut unbedenkliche Exponate ausgestellt werden. Der Innenbereich ist teilweise massiv zugebaut und die vielen Einbauten führen zu einer Beeinträchtigung der räumlichen Qualität. Die Unterkünfte und Aufenthaltsräume für die Besatzung auf dem Hauptdeck sind in einem ursprünglichen Zustand gehalten; da bedarf es allenfalls konservatorischer Maßnahmen und einer Bereinigung von nachträglich eingebautem Mobiliar, um den tatsächlichen Originalzustand wieder herzustellen.

Das Schiff beherbergt neben dem Eingangsbereich mit Kasse und minimalem Museumsshopangebot einen Bereich für Seminare und einen Kaffeebereich mit einem Getränkeautomaten. Während der Saison gibt es eine Snackbewirtschaftung in der Offiziersmesse.

22 Vgl. auch Integriertes Museumskonzept für die Hansestadt Rostock, Endfassung 02/2011, S. 65

23 Interessenbekundung für die Erstellung eines Entwicklungskonzeptes für den IGA Park, April 2012, S. 5, Integriertes Museumskonzept für die Hansestadt Rostock, Endfassung 02/2011, S. 5

24 Beobachtungen: Ortsbegehungen Peterson



Abb. 17 Eingangsbereich



Abb. 18 Eingangssituation mit Tresen

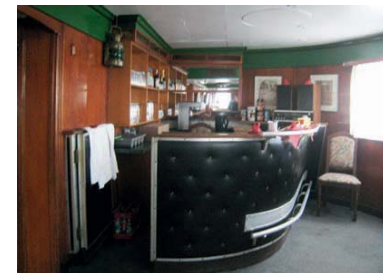


Abb. 19 Gaststätte Offiziersmesse



Abb. 20 Kaffeebereich mit Getränkeautomat Deck 3



Abb. 21 Ausstellungsbereich Navigation, Seefunk



Abb. 22 Magazin mit gelagerten Schiffsmodellen



Abb. 23 Seminarraum

4.2 Themen und Exponate

Die Themen der aktuellen Dauerausstellung sind sehr breit gestreut; sie reichen von der «Geschichte des Traditionsschiffes» über die «Geschichte des Seefunks in der DDR» bis hin zur «Meeresforschung im Ostseeraum». In der räumlichen Anordnung auf dem Schiff lässt sich der rote Faden nur schwer erkennen. So folgt beispielsweise auf das Flaggenspiel im dritten Deck die Seefliegerei, umgeben von der «Deutschen Seerederei» und anschließend dem «Schiffbau nach 1990».²³

Zwei bis drei Mal pro Jahr findet eine Sonderausstellung statt. Themen, die guten Besucheranklang gefunden haben, sind zum Beispiel: «Piraten» oder «Rundfunk in der DDR».²⁴ Ein eigentliches Konzept für die Sonderausstellungen gibt es nicht.²⁵

Besondere Attraktionen, wie sie auch im Museumskonzept analysiert wurden, sind die «Miniportanlage» mit ferngesteuerten Schiffsmodellen, der Nachbau einer historischen Bootswerft und eine Amateurfunk-Anlage, die aktiv betrieben wird.

Exponate

Rund 35.000 museale Objekte befinden sich laut Angabe des Museumskonzepts²⁶ in der Obhut des Schiffbaumuseums, unter anderem zahlreiche Modelle, Maschinen und Flaggen aus fast allen Ländern, die das Schiff Dresden angefahren hat (siehe Übersicht auf der nächsten Seite). Rund 80 % der Objekte sind in einer Datenbank inventarisiert. Allerdings ist die «Tiefe» der Dokumentation der Objekte oft unbefriedigend. Für weitere Konzeptionen im Bereich des Museums wird eine fundierte Auswertung des Bestandes unerlässlich sein.

Nur ein sehr geringer Teil der Exponate kann derzeit im Museum gezeigt werden, da sowohl die räumlichen Bedingungen wie auch die konservatorischen dies unterbinden.

²³ Themenverortung, Übersicht

²⁴ Experteninterview Themenbereich Museum, 02/2013

²⁵ Experteninterview Themenbereich Museum, 02/2013

²⁶ Integriertes Museumskonzept für die Hansestadt Rostock, Endfassung 02/2011, S. 32

Die Themenliste, in einer überarbeiteten Anordnung, gibt folgendes Bild:²⁷

- Geschichte des Traditionsschiffes
- Die Typ-IV-Schiffe
- Vorindustrieller Schiffbau und Holzschiffbau
- Die Seehäfen Rostock, Wismar und Stralsund
- Die Neptunwerft Rostock
- Aufbau einer Werftindustrie in der DDR
- Industrieller Schiffbau in der DDR
- Militärischer Schiffbau in der DDR
- Entwicklung der Schiffsantriebsmaschinen
- Entwicklung der Navigationsmittel/-methoden
- Geschichte des Seefunks
- Das Seeflugwesen in Warnemünde
- Utopien im Schiffbau – Schiffe der Zukunft
- Offshore Infocenter Rostock (Windenergiegewinnung)

²⁷ Grundlage: Themenliste Museumskonzept, Neuordnung HKA



Abb. 24 Diorama



Abb. 25 Wasserbecken mit ferngesteuerten Schiffen

Oberbegriff	Anzahl	Gruppen	Beurteilung	Empfehlung
Modelle	950 Stück	Schiffsmodelle Dioramen Flaschenschiffe	<ul style="list-style-type: none"> Profimodelle aus Schiffbau, sehr sehenswert, mit historischer und geschichtlicher Qualität Dioramen nicht professionell, höchstens im volkstümlichen Zusammenhang interessant Thema allenfalls für eine Wechselausstellung 	Konservatorische Bedingungen prüfen; ev. im Traditionsschiff teilweise ungeeignet
Schiffsteile und Ausrüstungsgegenstände	670 Stück	Galionsfiguren, Blöcke, Taljen, Schiffsglocken, Schiffslaternen, Anker, Antriebstechnik	Nur begrenzt verwendbar, Geschichte dazu fehlt, nur begrenzt verwendbar, Anker eher für Freiluftanlage	Muss ausgewertet und geschätzt werden
Nautische Elemente und Seefunktechnik	360 Stück	Fernrohre, Ferngläser, Kompass, Quadranten, Oktanten, Sextanten, Barometer, Schiffsuhren, Sonnenuhren, Chronometer, Funkgeräte, Radargeräte, Funk- und Nachrichtentechnik, Kommunikationsgeräte	Nur bei Bedarf an originaler Einrichtung des Schiffs; allenfalls in Zusammenhang mit nautischer Wechselausstellung	
Seenotrettungsmittel	100 Stück	Rettungsinsel, Rettungsfloß, Rettungsanzug, Rettungsmittel, Leinenwurfgerät, Rettungsringe, Rettungskragen etc.	Kann in thematischer Ausstellung untergebracht werden, außerdem als Teil des originalen Schiffsinventars	Überprüfen, was Teile des originalen Schiffsinventars sind
Maritime Volkskunde	500 Stück	Schiffsgeschirr, Reiseandenken, Mitbringsel, seemännische Freizeitarbeiten	Spannend in Verbindung mit persönlichen Schicksalen	Auf Geschichten untersuchen
Möbel und Einrichtungsgegenstände	80 Stück		In Zusammenhang mit Leben auf dem Schiff	Differenzierung vornehmen: Schiff in Originalzustand versetzen, «Nachträgliches» aussortieren
Sozialgeschichte der Schifffahrt	580 Stück		Sehr wertvoll zur Unterstützung und Untermauerung des «Geschichten-Erzählens»	Unbedingt auswerten auf Geschichten; sehr wichtiger Teil
Maritimes Handwerk	600 Stück	Schiffszimmermann, Segelmacher, Takler, Stauer, Seiler, Bootsbauer, Maschinenbauer, Schiffbauer	Gut für Kinder geeignet	Auf Geschichten prüfen
Orden, Ehrenzeichen, Münzen, Medaillen	500 Stück		Verwertbar in Zusammenhang mit Geschichte	Auf Geschichten prüfen
Kunstgegenstände	280 Stück	Schiffsporträtsammlung, Gemälde, Aquarelle, Grafik, Plastik, Plakatsammlung	Potenzial in Zusammenhang mit individuellen Geschichten, wer hat was gespendet, mitgebracht, gestohlen, verschenkt ...	Auf Geschichten prüfen
Meeresforschung, Meereskunde	40 Stück			
Tier- und Pflanzenpräparate	80 Stück			
Marine und Waffen	40 Stück			
Kleidung und Uniformen	140 Stück			
Fischerei und Walfang	25 Stück			
Industrieller Schiffbau	20 Stück	Stapellaufanker, Stapellaufwiege, Schiffsbleche, Kabelkrananlage		
Schiffskonstruktion, Zeichengeräte	100 Stück		Thema Schiffkonstruktion gut abgehandelt, kann man nutzen im Zusammenhang mit Schiffbau	
Schiffsarchäologie, Unterwasserarchäologie	50 Stück	Zum Beispiel Taucheranzug	Thema spannend, auch für Kinder, eher Gerätschaften, nur vereinzelte Funde	Exponate müssen ausgewertet werden
Flaggen, Wimpel	1.460 Stück		Hat Potenzial in Verbindung mit «Geschichte des Schiffs», wo war das Schiff überall	
Fotosammlung	12.000 Stück			Sichtung notwendig
Seekartensammlung	400 Stück		Spannend, Ausstellungskarten im Kartenraum, Grundstock und spezifische Karten im Archiv, ebenfalls in Kombination mit «Geschichte des Schiffs»	
Schriftgutarchiv inkl. Archiv des Medizinischen Dienstes des Seeverkehrswesen	3.500 Stück		Müsste auf Potenzial geprüft werden, Auswerten auf Geschichte	
Zeichnungen, Risse, Konstruktionsunterlagen	ca. 5.000 Stück		Interessant in Zusammenhang mit Schiffbau, könnte für digitale Medienstation verwendet werden	
Dienstbibliothek mit umfangreichen Fachperiodika	ca. 8.000 Bücher			Sichtung notwendig
Außenbereich		Ankersammlung (18), Schiffspropellersammlung (9 Stück). Werftkran der Neptunwerft, Dampfschlepper SATURN auf Betonpodest	Muss thematisch verortet werden, Kontext ist wichtig	Braucht ein neues Konzept
Schiffbauliche Produktion und schwimmende Objekte	30 Stück	Schwimmkran LANGER HEINRICH, Hebeschiff 1. MAI Betonschiff CAPELLA Sammlung von schwimmenden und landfesten Seezeichen (28 Objekte)	Zustand ok, müssen gepflegt werden, fester Bestandteil der Dauerausstellung	

Tabelle 15 Grundlage: Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock, Auflistung über die Sammlungen des Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums Rostock, Stand Dezember 2012



Abb. 26 Historisches Modellschiff



Abb. 27 Neuzzeitliches Modellschiff



Abb. 28 Flaschenschiff-Exponat horizontal



Abb. 29 Flaschenschiff-Exponat vertikal

4.3 Freilichtbereich

In der Umgebung des Traditionsschiffes sind schwimmende Exponate des Schifffahrtsmuseums vertäut: Der Schwimmkran «Langer Heinrich» zum Beispiel, das Hebeschiff «1. Mai» sowie das Betonschiff «Capella». Im Außenbereich sind außerdem traditionelle Seezeichen, Slip- und Ankerwinden, ein Dampfschmiedehammer der ehemaligen Neptunwerft in Rostock, eine Propeller- und Ankersammlung zu finden.

Für die Außenexponate ist zwar genügend Platz vorhanden, es fehlt allerdings ein Konzept, welches die Exponate thematisch und gestalterisch mit dem Museum verknüpft.

4.4 Kritikpunkte Workshop 2010

Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum haben keine guten Noten erhalten.²⁸ In der Auswertung heißt es unter anderem: «Das Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock hat in seiner Entwicklung einen deutlichen Rückstand gegenüber anderen Museumsstandorten in Mecklenburg-Vorpommern, in Deutschland und im Ostseeraum. Das unklare Profil zeigt sich in einem veralteten Ausstellungskonzept, einem unzureichenden Sammlungskonzept und einem unscharfen und zu breit angelegten thematischen Konzept. (...)» Und weiter: es fehle unter anderem die «Marke», die Emotionalität, und es gibt zu wenig interaktive Angebote. Inhaltlich würden diverse Themen und der zeitliche Bezug in die Gegenwart fehlen. Die Präsentation sei nicht zeitgemäß, der Museumsshop und Gastronomie fehlen, die Öffnungszeiten sind nicht besucherfreundlich, und vor allem fehle ein landseitiges Gebäude für die Präsentationen der umfangreichen Sammlungsteile.

²⁸ Auswertung: Workshop am 9. März 2010 im Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum auf dem Traditionsschiff, 03/2010

Interviews 2013

Auch in den qualitativen Antworten der Interviews 2013²⁹ ist viel Kritik zu hören: Die Ausstellung sei veraltet, schlecht aufbereitet, die Objekte sind nicht kontextualisiert, die Sammlung genüge nicht, die Exponate seien nicht attraktiv, es brauche mehr Vermittlungsangebote, bei den schwimmenden Objekten merke man gar nicht, dass man sich bereits in der Ausstellung befinde, es sei überhaupt nicht zeitgemäß, nicht interaktiv, zuviel hinter Glas und zu wenig berührbar, es habe keine Mitmach-Stationen, auch die Sonderausstellungen seien nicht spannend, ebenso wenig die Exponate im Park.

Dennoch sei an dieser Stelle festgehalten, dass sowohl die Workshopteilnehmer im Jahr 2010 als auch die Interviewten 2013 dem Museum grundsätzlich ein großes Potenzial zusprechen. Alle Befragten möchten das Thema Schiffbau in der Ausstellung haben, auch die Schifffahrt in der DDR ist ein oft gewünschtes Thema, ebenso die Hafen- und Werftgeschichte. Navigation scheint dagegen weniger zu interessieren. Zusätzliche «Themenwünsche» sind dafür die Hochseeschifffahrt, die moderne Schifffahrt allgemein, Alltagsthemen aus der DDR-Zeit und das Gleichgewicht zwischen Ökologie und Meeresnutzungen.

²⁹ Vgl. auch Experteninterview Themenbereich Museum, 02/2013



Abb. 30 Ankersammlung



Abb. 31 Betonschiff «Capella»

4-5 Fazit

Das Traditionsschiff ist ein sehr atmosphärischer Ort mit einer spannenden und stark regional verankerten Geschichte. Das Schiff befindet sich in einem relativ guten Zustand, muss allerdings für einen zeitgemäßen Museumsbetrieb angepasst werden.

Für das Schiff und die Exponate im Außenbereich stehen momentan rund 4.900 m² zur Verfügung.

Derzeit wird nur ein geringer Teil der Exponate des Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums im und ums Traditionsschiff gezeigt. Dies sowohl aus räumlichen wie auch aus konservatorischen Gründen.

Die Themen der aktuellen Dauerausstellung sind breit angelegt; sie reichen von der Geschichte des Traditionsschiffes, der Geschichte des Seefunks in der DDR bis hin zur Meeresforschung im Ostseeraum. Die Vielfalt der Themen lässt eine Fokussierung vermissen, auch wirkt die Dramaturgie zufällig, der rote Faden fehlt.

Das Museum verfügt über eine große Anzahl von Exponaten, wobei das Schiff selbst schon ein außergewöhnliches Objekt darstellt, vor allem die Bereiche im Originalzustand, in denen das Leben auf dem Schiff nachvollzogen werden kann.

Das Museum verfügt über eine außergewöhnliche Modellsammlung. Auf das Potenzial der Themen und Exponate im Hinblick auf eine Neukonzeption soll an späterer Stelle eingegangen werden; eine ausführliche Katalogisierung des vorhandenen Bestands ist jedoch unerlässlich.

In den Interviews mit weiteren Experten der regionalen Kulturszene zeigt sich, dass sich allgemein die DDR- Themen einer großen Beliebtheit erfreuen. Allerdings sind sich die Interviewten auch einig, dass eine Schärfung des Profils dringend notwendig ist; «beliebig», «70er-Jahre-Mief» oder «langweilig» sind nur einige der Prädikate, die verteilt wurden.

Im Außenbereich ist weder thematisch noch gestalterisch ein Zusammenhang zum Museum erkennbar. Außergewöhnlich sind hier sicherlich der historische Schwimmkran (1905) und das Betonschiff (1944).



Abb. 32 Blick über den Bug

5 Bestandsanalyse Marketing

Für Marketing wendete die IGA Rostock 2003 GmbH im Jahr 2012 111.000 € auf.³⁰ Mit diesen Mitteln werden verschiedene Maßnahmen betrieben, die von der Bereitstellung allgemeiner Informationsflyer zum Standort über Veranstaltungsflyer bis zur Homepage und der Anzeigenschaltung für bestimmte Events, wie die LichtKlangNacht, reichen.

Dieser Abschnitt nennt und analysiert die verschiedenen Maßnahmen, die gegenwärtig Teil des Marketings des IGA Parks sind und bewertet sie hinsichtlich ihrer Reichweite und Wirksamkeit.

5.1 Inhalte und Maßnahmen

Name und Logo

Name und Logo der Veranstaltung IGA Rostock 2003 sind nach wie vor im Gebrauch durch den IGA Park, der seit dem Ende der Veranstaltung 2003 auf dem Gelände der IGA seine Besucher erwartet.

Auf diese Weise wird bis heute eine Verbindung zur Veranstaltung IGA geschaffen, was vom Image und den Assoziationen her positiv zu bewerten ist. Allerdings ist es problematisch, diese inhaltliche und emotionale Nähe herzustellen, wenn die Standards einer Internationalen Gartenschau nicht aufrechterhalten werden können. Hier wird ein Name genutzt, der mit bestimmten Erwartungen gekoppelt ist und unter Umständen bei den Besuchern vor Ort Enttäuschung auslösen kann, wenn diese einen IGA-Veranstaltungsstandard erwarten.

Es ist jedoch angemessen, dass sich der Park noch als IGA Park bezeichnet, da eine inhaltlich-strategische Neuausrichtung bislang nicht erfolgt ist. Die IGA Rostock 2003 GmbH, die den Park verwaltet und bewirtschaftet, steht in direkter Nachfolge zur Veranstaltung von vor zehn Jahren und nutzt den Ruf der IGA zu Recht bis heute. Das Schifffahrtsmuseum tritt mit einem eigenen Logo auf, das zwar meist in räumlicher Nähe zum IGA-Park-Logo erscheint. Für die Besucher ist all dies irreführend bzw. rückwärtsgewandt, denn eine IGA zeigt das Gelände nicht mehr. Und die beiden eigenständigen Logos dienen auch nicht dem einfachen Verständnis der Verhältnisse vor Ort.

Es ist daher nötig, dem Park und Museum eine frische thematische Einheit zu verleihen und damit einhergehend auch zu überlegen, ob eine zukünftige Umbenennung sinnvoll ist.



Abb. 33 Logos der IGA Rostock 2003 GmbH

Printmaterial

Wichtige Säule des Marketings ist die Produktion und Bereitstellung von Druckerzeugnissen zu verschiedenen Werbe- und Kommunikationszwecken, die im Erscheinungsbild des IGA Parks gehalten sind.

Vor-Ort-Material

Ein DIN-A4-Blatt informiert direkt vor Ort mit einem Lageplan und generellen Parkinformationen die Besucher. Es wird mit dem Kauf einer Eintrittskarte ausgegeben und ist aus Marketingsicht eher unbedeutend, da es Besuchern zugutekommt, die bereits vor Ort sind.

Werbe- und Veranstaltungsflyer

Die IGA Rostock 2003 GmbH gibt verschiedene Flyer im DIN-lang-Format heraus, die herausragende Veranstaltungen im Jahresverlauf bewerben («Highlights 2012») oder Veranstaltungsreihen im Laufe eines Kalenderjahres zu Themen wie «Natur Umwelt Garten» oder «Grüne Klasse!» im Rahmen des Umweltbildungsprogramms. Wichtigstes Produkt ist hier sicherlich der kombinierte Flyer von IGA Park und Schifffahrtsmuseum, in dem sich beide touristischen Ziele gemeinsam präsentieren. Optisch ist nicht immer auf den ersten Blick erkennbar, dass die Produkte vom IGA Park Rostock stammen. Zwar werden wiederkehrende Gestaltungselemente wie die freigestellte Sonnenblume und natürlich das Logo verwendet. Es ist aber anzuzweifeln, dass diese Stilelemente überregionale Wirkung entfalten und auf den ersten Blick identifiziert werden können, wengleich die örtliche Wiedererkennung deutlich höher liegen dürfte.



Abb. 34 Werbeplakat City Light Plakate 2010

Homepage

Die Homepage www.iga-park-rostock.de präsentiert die aktuellen Parkinhalte und vertiefende Informationen zu Veranstaltungen. Weiterhin sind Hinweise zur Geschichte des Parks, zu den gastronomischen Einrichtungen und ein Geländeplan zu finden. Die Gestaltung hält sich an die allgemeine Erscheinung und bildet eine Einheit mit dem Erscheinungsbild des Printmaterials. Das Schifffahrtsmuseum wird an dieser Stelle unter der Rubrik «Attraktionen» genannt, tritt also nicht auf Augenhöhe mit dem IGA Park auf. Es hat eine eigene Homepage (www.schifffahrtsmuseum-rostock.de), auf der es sich präsentiert und vorstellt, und auf der wiederum der IGA Park nicht gleichberechtigt erscheint.

Dieser getrennte Webauftritt ist für ortsfremde Nutzer und Interessenten nicht auf den ersten Blick nachvollziehbar.

Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

Die Kontakte zu den regionalen Medien sind vorhanden und werden gemäß den Aufgaben genutzt. Der Presseverteiler, über den zu bestimmten Veranstaltungen oder Anlässen Informationen versendet werden, ist vorhanden und wird aktiv gepflegt. Klassische Werbung, etwa in Form von Anzeigenschaltungen, nutzt die IGA Rostock 2003 GmbH zu bestimmten Anlässen. Zur Bewerbung der LichtKlangNacht werden Anzeigen geschaltet, der IGA Park ist über Anzeigen präsent in Stadtführern und ähnlichen Publikationen.

³⁰ Wirtschaftsplan 2013, Rostock 2012, S. 1

5.2 Öffentlichkeitswirksamkeit

Die Marketingaktivitäten der IGA Rostock 2003 GmbH erreichen eine regional begrenzte Öffentlichkeit und sind auch nur auf eine solche ausgerichtet. Die Kommunikation von Veranstaltungen, eine im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten zufriedenstellende Präsenz in lokalen Medien und ein funktionierender Basisvertrieb über Auslagen und lokale Partnerschaften halten den IGA Park im Bewusstsein der Rostocker Bevölkerung und einiger Besucher der Stadt Rostock. Die Reichweite der Aufmerksamkeit ist lokal bis regional begrenzt und eher auf zufälligen Kontakt mit Informationen zum IGA Park ausgelegt. Auf diese Weise sind Anwohner in angrenzenden Wohngebieten und sonstige Bewohner von Rostock recht gut informiert. Touristen und Besucher der Stadt gelangen frühestens in Rostock selbst an Informationen zum IGA Park, ein überregionaler Kontakt am Heimatort mit den Marketingaktivitäten des IGA Parks ist außer über die gezielte Suche im Internet kaum möglich.

5.3 Medienwirksamkeit

Aufgrund der guten Netzwerkarbeit und der langjährigen Kooperationen vor Ort gelingt mit relativ geringem Aufwand eine gute Präsenz in den lokalen und regionalen Medien. Die Berichterstattung über Events im IGA Park erfolgt regelmäßig und wird als fester Bestandteil der Rostocker Kulturlandschaft verfolgt. Über die Presse der Region wird auf diese Weise ein etwas weiterer Wirkungskreis gezogen. Gezieltere, aktivere und themenbezogenere Pressearbeit könnte den Wirksamkeitsgrad allerdings deutlich erhöhen.

Das Marketing für den IGA Park bewegt sich inhaltlich und im Aufwand in Dimensionen, die zum Zustand des Parkes und zum Inhalt des Schifffahrts-museums passen. Beide sind gegenwärtig nicht geeignet, eine überregionale Rolle innerhalb der touristischen Angebote Mecklenburg-Vorpommerns zu spielen. Dies ist auch nicht intendiert, weshalb der Mitteleinsatz, der Personaleinsatz und die Maßnahmenwahl durchaus angemessen erscheinen.

5.4 Fazit Marketing

Der IGA Park hat lediglich örtlich-regionale Bedeutung, in erster Linie als Anwohnerpark, in geringerem Umfang auch als Ziel für Rostock-Besucher oder Ostseeeurlauber, die aber erst vor Ort bzw. in der Region auf den IGA Park als mögliche touristische Attraktion stoßen.

Hierzu passt die Ausrichtung des Marketings. Ein neu strukturierter Park mit thematisch geschärftem Schifffahrtsmuseum wird auch an das Marketing neue Aufgaben stellen. Oder, anders ausgedrückt, dem Marketing für den IGA Park werden mit einem neuen Entwicklungskonzept neue Möglichkeiten eröffnet.

Auch in grafisch-gestalterischer Hinsicht wird ein einheitliches, frisches Bild vermisst, das als Basis für ein überregionales Marketing zum Einsatz kommen kann. Die Dualität von Logos und Homepage sowie die grafische Anmutung sind weder zeitgemäß noch besucherfreundlich.

6 Entwicklungspotenziale

6.1 Parkanlage

Aus der Bestandsanalyse, den umfassenden Ortsbegehungen und der Einsichtnahme der vorliegenden Analysen und Stellungnahmen von Beteiligten und Experten zum Thema des Parks und der Museumslandschaft in Rostock werden vier Varianten von Entwicklungspotenzialen erarbeitet. Grundlage dieser Varianten sind die in der Aufgabenstellung definierten und aus der Analyse erarbeiteten Zielstellungen, die eine wirtschaftliche Entwicklung der Parkanlage im Einklang mit dem Museumsstandort ermöglichen. Diese Zielstellungen fassen den vorgegebenen und entwickelten Konzeptrahmen zusammen.

Zielstellungen der Potenzialentwicklung

- Reduzierung der laufenden Unterhaltungskosten und Bezuschussung durch die Stadt Rostock
- Erhöhung der Besucherzahlen für Park und Schifffahrtsmuseum
- Entwicklung einer langfristig tragfähigen Konzeption für den Park und den Standort des Schifffahrtsmuseums
- Einbindung eines Museumsneubaus
- Schaffung von Synergieeffekten zwischen Traditionsschiff, Museumsneubau, Parkanlage und Messe
- Erhalt von bestehenden Parkqualitäten mit Anziehungskraft für Anwohner und Touristen
- Wirtschaftlich sinnvolle Ergänzungen von Park- und musealen Angeboten im Sinne einer potenziell höheren Besucherzahl
- Berücksichtigung von Anwohnererwartungen an Park und Museum
- Berücksichtigung der naturräumlichen Parkqualität
- Berücksichtigung des Bürgerparkgedankens aus der Grundkonzeption zur IGA 2003
- Einbindung von Park und Museum im Gesamtkontext der Stadtentwicklung Rostocks
- Einbindung von Parkanlage und Museum an das übergeordnete Tourismuskonzept der Stadt Rostock
- Verbesserung der Erreichbarkeit von Park und Museum
- Verbesserung der Parkdurchquerung, speziell in Nord-Süd-Ausrichtung
- Verbesserung des Marketings
- Erhöhung der Gesamtattraktivität ohne die Großinvestition eines Freizeit- und Erlebnisparks

Ergebnis der Variantenbetrachtung ist es, eine Vorzugsvariante unter Berücksichtigung der Zielstellungen und Einschätzungen aus der Bestandsanalyse zu generieren. Diese Vorzugsvariante wird im Abschluss der Konzepterstellung umfassend im Hinblick auf deren Wirtschaftlichkeit, Vermarktbarkeit und Umsetzbarkeit untersucht und dargestellt.

Die im Rahmen der Entwicklungsvarianten definierten Parkbereiche werden gegenwärtig mit den Arbeitstiteln «Bürgerpark» und «Museumspark» bezeichnet.

Entwicklungsvariante 1

Die Entwicklungsvariante 1 wurde im ersten Parkgespräch am 22.02.2013 auf dem Traditionsschiff vorgestellt und geht grundsätzlich von der großräumlichen Differenzierung eines eintrittspflichtigen östlichen Parkteils von der Warnow bis zum Groß-Kleiner-Damm und einem öffentlich zugänglichen Parkteil im Westen aus. Der westliche Parkteil im Umfeld der Messe behält seine Umzäunung und schließt seine Tore nur nachts.

Vor- und Nachteile der Entwicklungsvariante 1

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> • Extensivierung von bisher pflegeintensiven Parkflächen auf der Westseite • Überwachbarkeit der intensiveren Parkinhalte auf der Ostseite durch Zaunanlagen • Schaffung von eintrittsfreien Naherholungsangeboten • Freimachung von Entwicklungsflächen für den Messestandort • Themensynergie Park und Museum großflächig möglich • Aufhebung der fehlenden Parkdurchquerung im westlichen Teil • Investitionskonzentration auf einer reduzierteren Fläche 	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlicher Parkteil unbewacht • Zugänglichkeit von Parkinhalten im Ostteil nur über Eintrittspflicht • Weitläufige Zugänglichkeit für Museum, Wasserkianlage o. Ä. • Parkquerung Nord-Süd im Ostteil nicht öffentlich, speziell Radwegverbindung • Hoher Investitionsbedarf im östlichen Parkteil zur Rechtfertigung der Eintrittspflicht • Kombiticketanfordernis für Drittanbieter (Wasserski) erforderlich • Naturräumliche Qualität der Niederung nur für zahlendes Publikum • Weitere bauliche Eingriffe in dem Naturraum Parkniederung erforderlich

Tabelle 16 Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 1

Kurzbeschreibung öffentlicher Park – Westseite

Der öffentliche Parkteil trägt dem ursprünglichen Konzeptgedanken der IGA-Park-Planung von 2003 Rechnung und übergibt einen Teil der Grünanlagen eintrittsfrei an die Bürger und Parkbesucher. Wesentliche Bestandteile im Sinne eines Bürgerparks wie Spiel, Sport und pflegearme Pflanzungen bleiben erhalten und werden gestärkt. Höherwertige Pflanzflächen, nicht mehr relevante Wegeverbindungen, Einbauten und Ausstattungselemente werden stufenweise entfernt bzw. nach Ausfall nicht mehr ersetzt. Je nach Umfang der Entwicklungskonzeption der Messe können Teile der Parkanlage für Messeerweiterungen genutzt, oder ebenfalls als extensive Parkflächen zurückgebaut werden. Auf der Platzfläche des Hamburger Tors sind Erweiterungen der Messe oder bauliche Ergänzungen, beispielsweise Hotelnutzung, betreutes Wohnen oder Generationenwohnen mit Kontakt zum Park entwickelbar.

Kurzbeschreibung eintrittspflichtiger Park – Ostseite

Intensive Parkinhalte werden in Kombination mit dem Traditionsschiff und dem Museumsneubau in Richtung Warnow verschoben. Der Synergieprozess zwischen Park und Museum vollstreckt sich auf der gesamten östlichen Parkseite und bezieht vor allem die Promenade als besondere Qualität ein. Nicht nutzbare solitäre Parkinhalte aus dem Bereich der Freilichtbühne (Miniaturlandschaft, Rest der Rosengärten) werden zugunsten einer weitflächigen Veranstaltungswiese vor der Bühne zurückgebaut. Vorhandene Sport- und Spielangebote werden durch moderne Freizeitsportangebote, wie beispielsweise Skate-, Kletter- und Bikeanlagen, ergänzt. Die naturräumliche Qualität der Niederung wird freigestellt von baulichen Eingriffen und nur durch schmale Pfade erlebbar gehalten. Die vorhandenen Pfadstrukturen sind dabei zu stärken und gehen einen Themenbezug zum Museum ein.

Der Parkteil der Nationengärten wird mit Ausnahme weniger Einzelangebote, wie beispielsweise der Japanische Garten, Fernsehgarten oder der Chinesische Garten, zurückgebaut. Die im B-Plan mit der Nummer o6.SO.48.2 festgesetzte Bebauung am Dorf Schmarl wird als «Wohnen am Park» entwickelt. Über den baumbestandenen Rhododendrongarten wird ein Vegetationsrücken mit Bäumen entlang der Neubebauung bis über die Böschung an der Straße Warnowallee als Sichtschutz und suggestiver Lärmschutz gepflanzt. Als Dependance des Traditionsschiffes entsteht ein Museumsergänzungsbau, welcher auf der Promenade als Bindeglied zwischen Warnow und Park platziert wird. Themen aus den dauerhaften Ausstellungen und Wechselausstellungen ziehen sich in den Park über die Senkgärten bis zu den Pfaden hinein. Entlang der Promenade wird mit dem Neubau und einer Vielzahl von Veranstaltungen die Belebung der Promenade bis hin zum Strand vollzogen. Um möglichst viele Zielgruppen an Museums- und Parkbesuchern zu generieren, ist ein Museumsshuttle mit regelmäßiger Verbindung zwischen Rostock – IGA Park und Warnemünde konzipiert. Dieser Shuttle stimmt den Besucher mit kleinen musealen Ausstellungsaspekten bereits auf der Fahrt thematisch ein.

Fazit Variante 1

Der Ansatz, einen Parkteil der Öffentlichkeit ohne Eintritt zur Verfügung zu stellen, wird durch Expertengespräche und die Resonanz aus dem 1. Parkgespräch positiv aufgenommen. Die Synergieoption zwischen Park und Messestandort ist gegeben. Gleichmaßen zeigen die

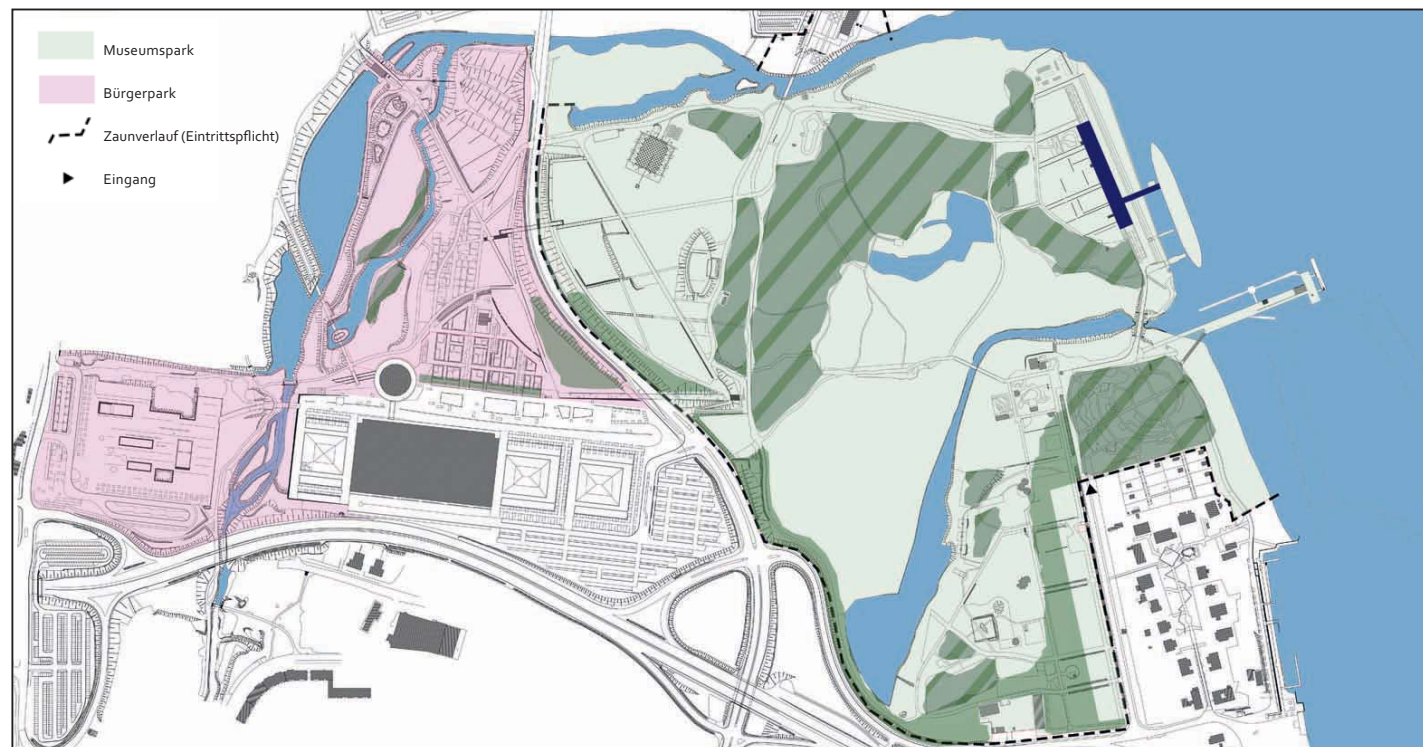


Abb. 35 Entwicklungsvariante 1

Diskussionen und Bewertungen, dass eine signifikante Erhöhung der Besucherzahl in dem eintrittspflichtigen Parkteil nur mit großen Investitionen zu erwarten ist. Der zahlende Museumsbesucher fordert bei einer großen Flächenausdehnung der Schaubereiche entsprechend hochwertige Inhalte und Einbauten. Das Verhältnis der flächenhaften Investition im Park zu dem wirtschaftlichen Vorteil einer Eintrittspflicht wird in Variante 1 als noch zu unausgewogen bewertet. Die unattraktive öffentliche Fuß- und Radwegverbindung entlang des Ufers widerspricht der Tourismuskonzeption und dem Warnowuferkonzept der Stadt Rostock, die die Radwegverbindung entlang der Warnow als Ziel definiert hat. Der Ansatz, Besucher über ein Museumsshuttle abzuholen und thematisch vorzubereiten, erscheint vielversprechend und ist mit genaueren Kosten zu belegen.

Zusammenfassung Entwicklungsvariante 1

- Öffentlicher Parkteil ohne Eintrittspflicht ist erstrebenswert.
- Option der Messeausweitung zum Park als Synergieaspekt ist beizubehalten.
- Reduzierung von Unterhaltungskosten und Zusammenführung von konzentrierten Parkinhalten ist sinnvoll und weiterzuverfolgen.
- Rückbau von nicht mehr attraktiven Inhalten im Park ist sinnvoll und weiterzuverfolgen.
- Nord-Süd-Querung ist in umfassender Ausdehnung erforderlich.
- Drittanbieter (z. B. Wasserskianlage) müssen direkter erreichbar sein.
- Die Reduzierung der Investitionsfläche im Park auf ein geschätztes refinanzierbares Maß ist weiterzuverfolgen.

Entwicklungsvariante 2

Die Entwicklungsvariante 2 greift die Ansätze aus der Variante 1 auf und führt diese ausschließlich im Bereich des östlichen Parkteils weiter. Somit wird darauf verwiesen, dass sämtliche Angaben zum westlichen Park denen der Variante 1 entsprechen.

Kurzbeschreibung eintrittspflichtiger Park – Ostseite

Die Weiterführung der Potenzialbetrachtung des östlichen Parkteils bezieht sich im Wesentlichen auf die Neuverortung des eintrittspflichtigen Bereiches. Der Zaunverlauf wird so verlegt bzw. ergänzt, dass der Strand mit seinen Freizeitangeboten (z.B. Wasserski) unentgeltlich erreicht wird. Im Süden verbleibt ein Parkkorridor, der Radfahrer und Fußgänger von Süden kommend durch den Hundsburgpark uneingeschränkt durch den Park Richtung Warnemünde führt.

Fazit Variante 2

Die aus Variante 1 positiv zu bewertenden Aspekte werden beibehalten und einige Nachteile können gemindert bzw. behoben werden. Hier ist speziell die Nord-West-Querung und die autarke Nutzung und Anbindung an Strandangeboten durch Drittbetreiber zu nennen. Gänzlich vermag die Variante gerade aus Gründen des konzentrierten Investitionsbedarfs auf einer großen Parkfläche, speziell im Bereich der ehemaligen Nationengärten, ohne Aussicht der Refinanzierung nicht vollständig überzeugen.

Zusammenfassung Entwicklungsvariante 2

- Vorteile aus Variante 1 bleiben erhalten.
- Einzelne Nachteile aus Variante 1 können gemindert bzw. behoben werden.
- Zusätzliche Nachteile entstehen bei der Erschließung um das Dorf Schmarl.
- Der grundlegende Nachteil des Investitionsvolumens in der Fläche im Abgleich der potenziellen Refinanzierung über Eintrittsgelder bleibt noch unausgewogen.

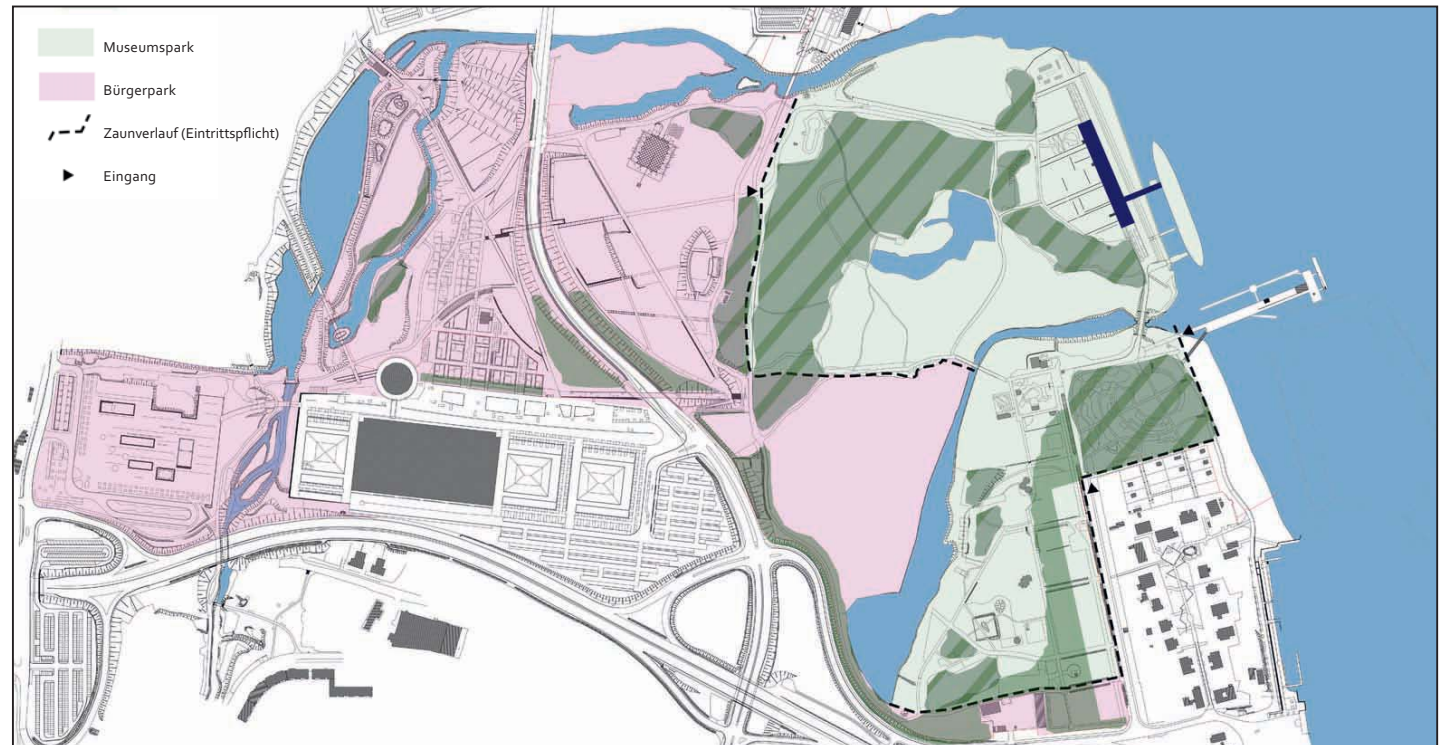


Abb. 36 Entwicklungsvariante 2

Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 2

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> • Extensivierung von bisher pflegeintensiven Parkflächen auf der Westseite • Überwachbarkeit der intensiveren Parkinhalte auf der Ostseite durch Zaunanlagen • Schaffung von eintrittsfreien Naherholungsangeboten • Freimachung von Entwicklungsflächen für den Messestandort • Themensynergie Park und Museum großflächig möglich • Aufhebung der fehlenden Parkdurchquerung im westlichen Teil • Investitionskonzentration auf einer reduzierteren Fläche • Eigenständige Erreichbarkeit und Ticketing für Angebote am Strand und Wasser (Drittanbieter) möglich • Größerer Niederungsbereich wird naturräumlich öffentlich zugänglich. • Fuß- und Radwegverbindung aus Hundsburgpark vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlicher Parkteil unbewacht • Zugänglichkeit von Parkinhalten im Ostteil nur über Eintrittspflicht • Weitläufige Zugänglichkeit für Museum, Wasserskianlage o. Ä. • Hoher Investitionsbedarf im östlichen Parkteil zur Rechtfertigung der Eintrittspflicht • Weitere bauliche Eingriffe in dem Naturraum Parkniederung erforderlich • Öffentliche Erschließung zum Strand und Wasserangeboten direkt am und um das Dorf Schmarl • Erforderliche Investition für zusätzliche Zaunanlagen und ggf. Eingänge • Langer Zugang zum Strand für Bewohner aus Groß-Klein <p>Blau: Vor- und Nachteile aus Entwicklungsvariante 1 Schwarz: Neue Vor- bzw. Nachteile</p>

Tabelle 17 Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 2

Entwicklungsvariante 3

Die Entwicklungsvariante 3 ist als Weiterentwicklung der Variante 1 und 2 zu verstehen und führt die Gedanken der optionalen Entwicklung im östlichen Bereich des Parks weiter. Sämtliche Angaben zum westlichen Park bleiben unverändert.

Kurzbeschreibung eintrittspflichtiger Park – Ostseite

Bei dieser Entwicklungsvariante wird die Parkfläche mit hohem Investitionsbedarf auf das direkte Umfeld des Museumsstandortes konzentriert. Die Variante vergrößert somit den öffentlich unentgeltlichen Parkteil um den fast vollständigen Niederungsbereich und die ehemaligen Nationengärten und reduziert dort auf Dauer die Unterhaltungskosten. Angebote können hindernisfrei in der Parkanlage einschließlich Strandbereich an Drittanbieter verpachtet werden. Sämtliche hochwertige und nutzbare Parkinhalte werden wie in Variante 1 beim westlichen Parkteil nach Eignung ergänzt oder sukzessive zurückgebaut. Der unentgeltliche Parkteil reduziert sein Angebot auf ein übliches Parkangebot mit Erholungs-, Aufenthalts-, Spiel- und

Sportflächen und gibt den Gedanken eines «Showparks» im Sinne einer einzigartigen Erlebniswelt vollständig auf. Durch den Einsatz von Parkbewachung, den Erhalt der Zaun- und Toranlagen, welche nur in der Nacht schließen, werden die Parkqualitäten erhalten und die Gefahr von Vandalismus deutlich reduziert. Die den Rostockern zur Verfügung gestellte Flächen von zusätzlichen 50 Hektar als wohngebietsnahe, öffentliche Grünanlagen reduzieren das Defizit in diesem Bereich. Intelligente Optionen ergänzender Einnahmequellen über freiwillige Spenden anhand deutlich markierter Parkautomaten oder Spenden mit der Gegenleistung von kleinen Aktivitäten, z. B. Wasserspiel, Nebelschau oder Lichtspiel nach Einwurf eines Geldbetrages, können gute Querfinanzierungsmodelle sein. Der eintrittspflichtige Bereich reduziert sich für Besucher nachvollziehbar auf das Areal der Museumsinhalte mit Neubau, historische Schiffs- werft, Promenade an der Warnow einschließlich Traditionsschiff und rechtfertigt einen entsprechenden Eintritt. Die Parkflächen fungieren hier als Museumsgärten und Investitionen zur synergetischen Verbindung zwischen Park und Museum können konzentriert eingebracht werden.

Fazit Variante 3

In Variante 3 können die wesentlichen Nachteile aller bisherigen Konzeptvarianten aufgelöst bzw. gemindert werden. Die Vorteile bleiben bestehen, werden gesteigert und ergänzt. Der öffentlich nutzbare Parkteil kann durch den Einsatz von Parkwächtern ausreichend überwacht werden. Aus den Erlösen von Spenden, Sponsoring und bezahlten Aktivitäten (Wasserspiel etc.) wird diese Parksicherung finanziert. Mit zunehmender Akzeptanz der Parkanlage mit erweitertem Spiel- und Sportangebot ist zukünftig zu bewerten, ob die Parkwacht gegebenenfalls langsam reduziert werden kann. Der Strandbereich erfährt über die bereits mit einer Genehmigung versehenen Anlage einer Wasserskianlage eine dauerhafte Aufwertung.

Die Besucherbindung, speziell von Touristen, erfolgt konzentriert über den Museumsstandort und sein einmaliges maritimes Angebot. Dieser museale Mehrklang wird über die Neuordnung der Museumsinhalte im Traditionsschiff, dem Museumshuttle, den Neubau und den thematisch dazugehörigen Museumsgärten geschaffen. Inhalte aus der Dauer- und Wechselausstellung des Museumsneubaues werden in den angrenzenden Freiflächen konzentriert und konsequent aufgegriffen. Hier sind interaktive Museumsangebote im Freien zielführend, die auch eine Themen-ergänzung aus dem Museumsgebäude darstellen.

Zusammenfassung Entwicklungsvariante 3

- Es verbleiben keine maßgeblichen Nachteile in dieser Konzeptvariante.
- Vorteile aus allen Varianten werden übernommen und erweitert.
- Der Einsatz von investiven Mitteln steht in einem gesunden Verhältnis zu den möglichen Erlösen aus Eintrittsgeldern und Gebühren von Drittnutzern.
- Die naturräumliche Qualität der Niederung wird gestärkt und erlebbar gemacht.
- Reduzierung von Unterhaltungskosten aufgrund Rückbau und Neusortierung von Parkinhalten
- Reduzierung von Unterhaltungskosten aufgrund weniger Eingänge
- Die Erwartung an den Park als Besuchermagnet wird auf ein ortsangemessenes Maß reduziert
- Querfinanzierungen über die Bebauung am Dorf Schmarl oder am Hamburger Tor mit der Qualität «Wohnen, Leben am Park» sind umsetzbar.

Die Konzeptvariante 3 wird aufgrund der Bewertungsabwägung zur Vorzugsvariante, welche Basis der weiteren genaueren Untersuchung wird.

Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 3

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> • Extensivierung von bisher pflegeintensiven Parkflächen auf der Westseite und Ostseite • Schaffung von eintrittsfreien Naherholungsangeboten • Freimachung von Entwicklungsflächen für den Messestandort • Themensynergie Park und Museum großflächig möglich • Aufhebung der fehlenden Parkdurchquerung im westlichen und östlichen Teil • Investitionskonzentration auf einer reduzierteren Fläche • Eigenständige Erreichbarkeit und Ticketing für Angebote am Strand und Wasser möglich • Größerer Niederungsbereich wird öffentlich zugänglich • Fuß- und Radwegverbindung entlang der Warnow vorhanden • Weniger Eingänge aufgrund konzentrierterer Flächen <p>Blau: Vor- und Nachteile aus Entwicklungsvariante 1 und 2 Schwarz: Neue Vor- bzw. Nachteile</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlicher Parkteil unbewacht • Erforderliche Investition für zusätzliche Zaunanlagen und ggf. Eingänge

Tabelle 18 Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 3

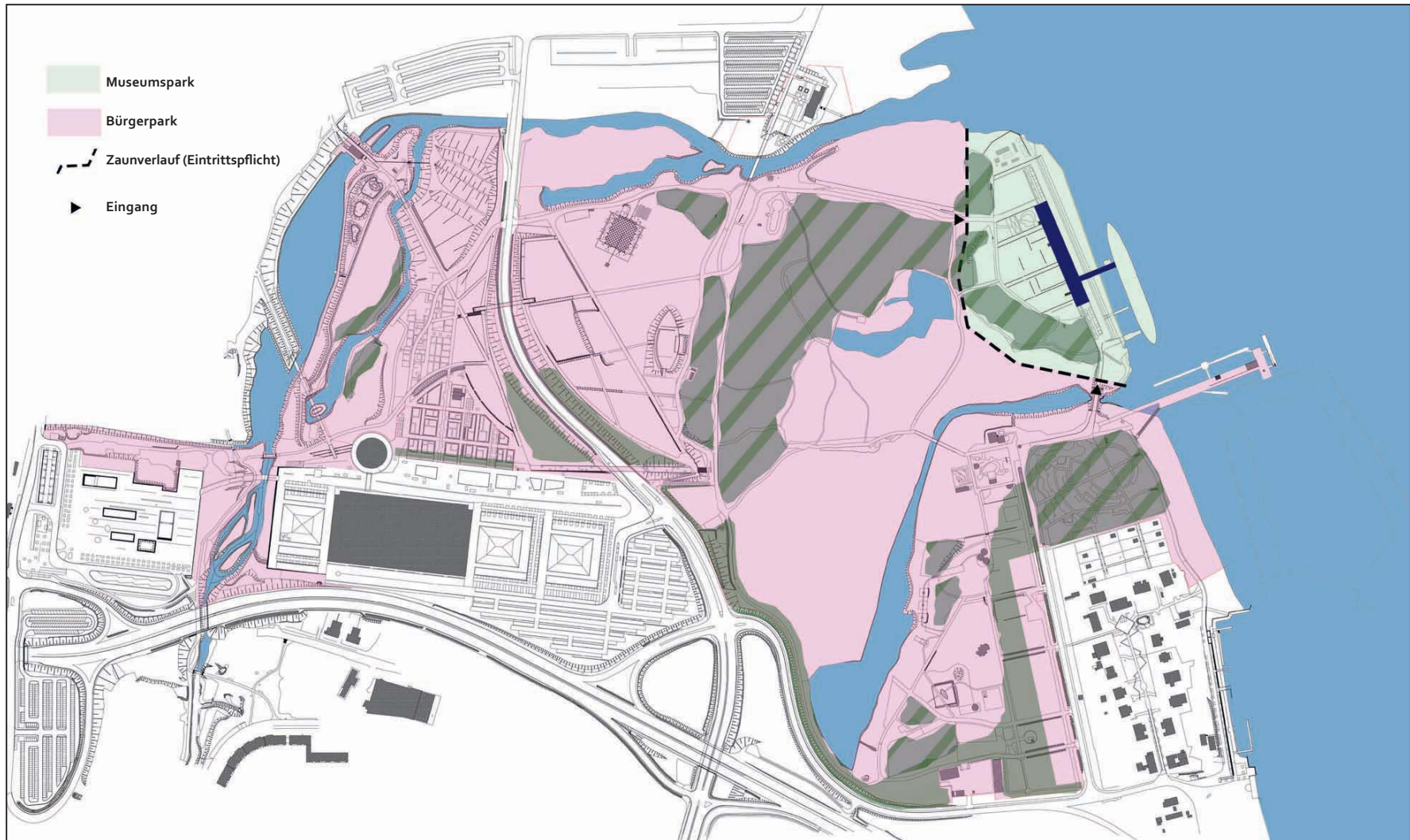


Abb. 37 Entwicklungsvariante 3

Entwicklungsvariante 4

Die Entwicklungsvariante 4 erweitert die Konzeptstrategie aus der Variante 3 mit der Option, den eintrittspflichtigen Teil nur noch auf das Museumsgebäude selbst auszurichten. Der Park steht dabei vollständig der Öffentlichkeit unentgeltlich zur Verfügung.

Kurzbeschreibung eintrittspflichtiger Park – Ostseite

Bei dieser Entwicklungsvariante wird auf größere Investitionen im Park, mit Ausnahme der angesprochenen Sport- und Spielergänzungen und erforderlichen Neusortierungen, verzichtet. Das Augenmerk der Hauptinvestition wird auf den musealen Ansatz mit Ausbau des Traditionsschiffs und Museumsneubau gelenkt.

Fazit Variante 4

Investiv betrachtet weist die Variante 4 Potenzial auf. Mit Ausnahme der Neuorganisation und Erweiterungen von Sport- und Spielflächen im Park stehen keine Investitionen im Park im erforderlichen Maße an. Dem Museumsbesucher wird allerdings ein musealer Ansatz präsentiert, welcher sich nur auf Gebäude ausrichtet und somit an einem beliebigen Ort stehen könnte. Der Bezug zum Park ist nur über die angrenzende Parkqualität, nicht aber über einen thematischen Ansatz gegeben. Im Sinne einer Alleinstellung gegenüber anderen Besucherorten erscheint dies nicht ausreichend und in der Tendenz der Variantenfindung überzogen.

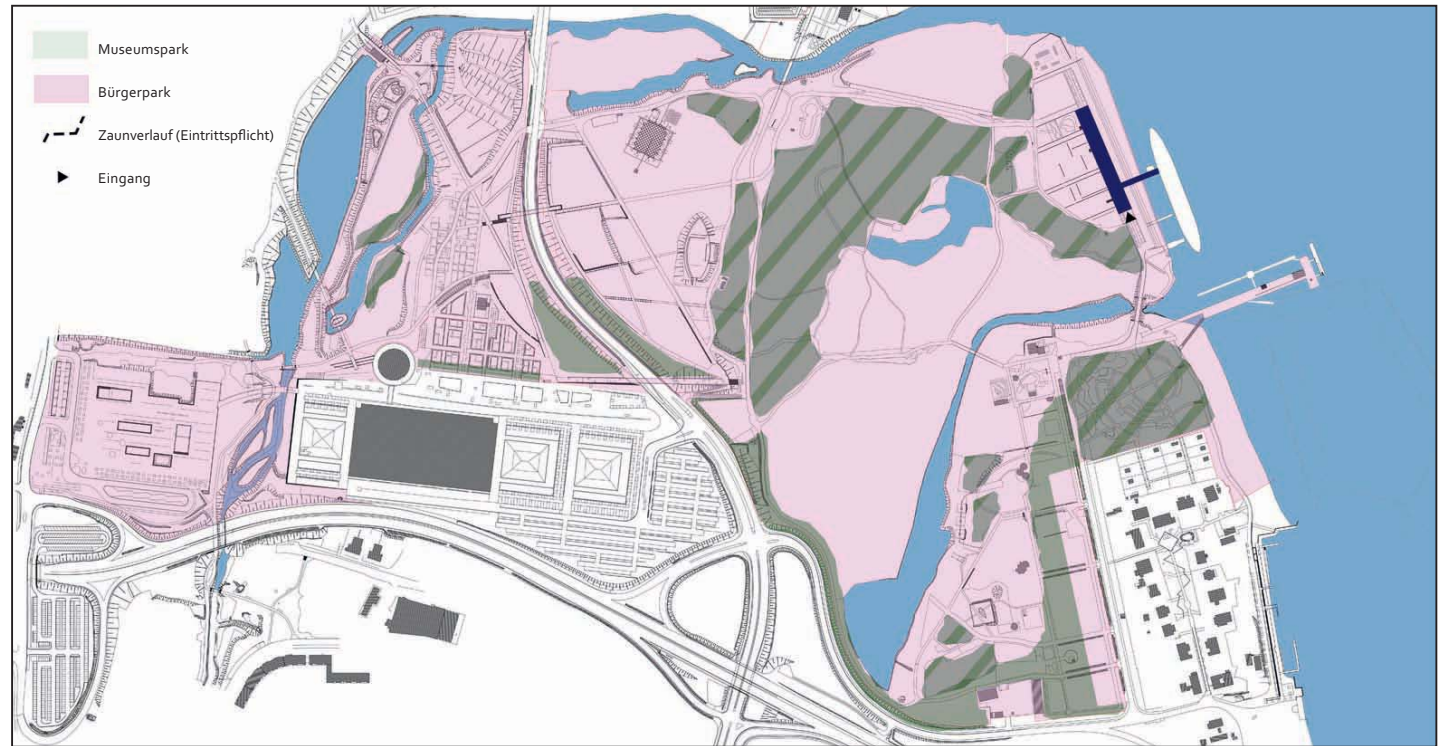


Abb. 38 Entwicklungsvariante 4

Zusammenfassung Entwicklungsvariante 4

- Die bestehenden Vorteile der Variante 3 werden durch den Entfall von Parkeingängen und die minimalste Form der Parkinvestition noch erweitert.
- Es entstehen neue Nachteile auf Kosten der Parkanlage und der Gesamtattraktivität in Bezug auf die Verbindung zwischen Park und Museum

Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 4

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> • Extensivierung von bisher pflegeintensiven Parkflächen auf der Westseite und Ostseite • Schaffung von eintrittsfreien Naherholungsangeboten • Freimachung von Entwicklungsflächen für den Messestandort • Themensynergie Park und Museum großflächig möglich • Aufhebung der fehlenden Parkdurchquerung im westlichen und östlichen Teil • Investitionskonzentration auf einer reduzierten Fläche – Minimalste Form der Parkinvestition • Eigenständige Erreichbarkeit und Ticketing für Angebote am Strand und Wasser möglich • Größerer Niederungsbereich wird öffentlich zugänglich • Fuß- und Radwegverbindung aus Hundsburgpark vorhanden • Keine personell besetzten Parkeingänge erforderlich 	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlicher Parkteil unbewacht • Keine intensive Themenverbindung zwischen Museum und Park • Park wird als positives Marketingmittel nicht genutzt <p>Blau: Vor- und Nachteile aus Entwicklungsvariante 1, 2 und 3 Schwarz: Neue Vor- bzw. Nachteile</p>

Tabelle 19 Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 4

6.2 Das Museum im Park

Grundsätzlich besitzt ein Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum im IGA Park ein großes Potenzial, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- wasserseitige Erschließung, gepaart mit allgemein verbesserter Erschließung und Signalwirkung
- die konzeptionelle Verknüpfung des IGA Parks mit dem Museum
- die Sanierung des Traditionsschiffes mitsamt der Neukonzeption und Neugestaltung der Ausstellung
- der Bau eines Museumsneubaus

Das Traditionsschiff als Exponat

Sowohl die umfassende Untersuchung der Museumslandschaft Rostock als auch die Auswertung des Workshops zur Entwicklung des Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums halten fest,³¹ dass das wichtigste Potenzial des Museums das «herausragende technische Einzeldenkmal (Ex-Dresden)» ist.

Das Traditionsschiff im IGA Park ist ein Alleinstellungsmerkmal und ist sowohl von außen als auch von innen ein Erlebnis. Die einmalige räumliche Atmosphäre hat ein großes Potenzial, um zu einem unvergesslichen Erlebnis für die Besucher zu werden.

Die Gestaltung sollte entsprechend darauf reagieren, indem sie die Atmosphäre des Ortes ins Zentrum stellt, störende Elemente reduziert und das Schiff selbst als Exponat inszeniert.

Die starke Verbindung des Traditionsschiffs mit dem Ort und der Geschichte Rostocks, der DDR-Vergangenheit, und die kollektive Erinnerung ergeben eine einzigartige Setzung. Das Schiff besitzt bereits eine emotionale, mythenbehaftete und historische Aufladung, die für eine starke gestalterische und inhaltliche Konzeption nutzbar gemacht werden kann.

Zustand, Infrastruktur und Neubau

Das Schiff ist weder räumlich noch klimatisch geeignet, das gesamte maritime Museum aufzunehmen; ein Museumsneubau mit überregionaler Ausstrahlung ist unabdingbar. Hier ein erstes Raumprogramm für den Neubau:

Ausstellungsflächen	1.000 m ²
Archiv- und Magazinräume	300 m ²
Bibliothek	200 m ²
Café	130 m ²
Küche	50 m ²
Shop, Kasse, Foyer	120 m ²
Gastronomie	300 m ²
Museumpädagogik	100 m ²
Total	2.300 m ²

Tabelle 20 Mögliches Raumprogramm Museumsneubau

Sämtliche bisherigen Berichte wie auch die Interviewten sehen erhebliches Potenzial in einer funktionierenden Museumsgastronomie, animiert sie doch die Besucher, länger zu verweilen; außerdem zieht sie auch Parkbesucherinnen an. Potenzial steckt auch in der Entwicklung eines Museumsshops.

Inhaltliche Ausrichtung und Exponate

In der Sammlung des Museums mit seinen 35.000 Objekten sind bereits «alle maritim-technischen Themen angelegt und belegbar, beziehungsweise lassen sich über Sammlungserweiterungen anlegen»³². Die Vorarbeiten kommen deshalb allesamt zum Schluss, dass das Museum sich eigne, zu einem sogenannten «Marineum», einem maritimen Museum, entwickelt zu werden. Dafür ist es allerdings unabdingbar, dass das Museum ein «zeitgemäßes besucherorientiertes Konzept erhält, das die Stärken der Sammlung am Standort Rostock herausstellt, zugleich aber auch inhaltlich stark fokussiert ist.»³³

In der regionalen Kulturlandschaft lässt sich ein maritimes Museum gut verankern; es ist das einzige seiner Art in Rostock, und sowohl Geografie als auch die Geschichte des Ortes bilden dafür die ideale Basis.

Geringe thematische Überschneidungen mit den anderen vier größeren Kulturinstitutionen – dem Kulturhistorischen Museum, der Kunsthalle, dem Heimatmuseum und dem Darwineum – sind möglich, im größeren Stil sollten sie jedoch vermieden werden.

Themen wie die «Geschichte Rostocks» und «Hansestadt» sind hauptsächlich vom Kulturhistorischen Museum besetzt, die lokale Fischerei wird im Heimatmuseum behandelt. Eine inhaltliche Abgrenzung ist von beiden gut möglich.

Wie das Entwicklungskonzept für das maritime Museum vorsieht, soll die große Breite an Einzelthemen in der Dauerausstellung zugunsten einer inhaltlichen Präzisierung aus drei Profillinien umgestaltet werden. Als drei Profillinien werden vorgeschlagen: Meeresnutzung, Hafenerlebnis, Schifffahlerlebnis.

Diese Profillinien sind gut geeignet, eine thematische Struktur in die Sammlung zu bringen, und sie werden bei der Konzeption entsprechend berücksichtigt. Außerdem muss nebst der thematischen auch eine dramaturgische Gestaltung gefunden werden; dem inhaltlichen Konzept sollte eine Erzählung zugrunde liegen.

Dabei ist darauf zu achten, dass sich die inhaltliche Ausrichtung stark vom überregionalen Angebot unterscheidet (siehe auch Kapitel 3.4).

Kurzübersicht maritimer Museen und ihrer Ausrichtung

- **Bremerhaven, Schifffahrtsmuseum:** Leben auf Schiff, mittelalterlicher Seehandel, Navigation, Geschichten über Bootsfлотten, alte Relikte und Schiffsschrauben etc., ebenfalls kein roter Faden, sondern Sammelsurium
- **Kiel, Schifffahrtsmuseum:** maritime Geschichte, Schiffsmodelle, nautische Instrumente, Galionsfiguren
- **Wismar, PhanTechnikum:** Eher technisch-experimentell, Erzählung anhand der vier Elemente
- **Stralsund, Ozeaneum:** Naturwissenschaftlich, Wasserkreislauf, Biosphäre, spezielle Architektur
- **Karlskrona, Schwedisches Marinemuseum:** Ganze Halbinsel Stumholmen wird als Erlebnispark mit Museumsareal im Zentrum präsentiert – als Inspiration gut geeignet

Sowohl das Deutsche Schifffahrtsmuseum Bremerhaven als auch das Schifffahrtsmuseum in Kiel sind thematisch der derzeitigen Ausrichtung des Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums sehr ähnlich. Technisch-experimentelle und naturwissenschaftliche Ausrichtungen sind mit Stralsund und Wismar bereits abgedeckt. Das Schwedische Marinemuseum in Karlskrona ist zwar keine direkte Konkurrenz, eignet sich jedoch gut als Inspiration, weil auch die Umgebung miteingebunden ist und verschiedene Erlebnismöglichkeiten verbunden werden.

Bei der Sichtung der bisherigen Unterlagen und auch beim Führen der Interviews hat sich gezeigt, dass das Thema Schifffahrt in der DDR ein großes Potenzial besitzt, zumal derzeit auch eine entsprechende wissenschaftliche Aufarbeitung stattfindet.³⁴ Auch der Schiffbau, gerade in der Hansestadt Rostock mit all ihren Werften und ihrer geografischen Lage, besitzt ein hohes Potenzial, verfügt doch das Museum über eine einzigartige Sammlung im Bereich des Schiffbaus in der Ostsee. Weiter gibt es ein großes Potenzial an verborgenen Geschichten, die sich in der Sammlung wiederfinden dürften. Da das Schiff in seiner Zeit als Frachtschiff viele Teile der Welt bereist hat, lässt sich eine Verbindung mit den Geschichten und Objekten aus aller Welt herstellen. Es ist allerdings unerlässlich, eine gründliche Aufarbeitung des Museumsbestands vorzunehmen, einen umfassenden Katalog zu erstellen und die Sammlung gegebenenfalls partiell zu erweitern. Eine ausführliche Sammlung an potenziellen Themen findet sich im «Entwicklungskonzept Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum bis 2018», außerdem in der «Ausstellungskonzeption für das Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum – Stand 2010». Im Rahmen der Neukonzeption soll darauf vertieft eingegangen werden.

Entsprechend der inhaltlichen und gestalterischen Setzung des Museums hat der Außenraum, die direkte Umgebung, ein umfangreiches Potenzial, um mit Großobjekten und schwimmenden Exponaten bestückt zu werden. Die spezielle Atmosphäre des Traditionsschiffes eignet sich außerdem gut, mit zeitgenössischen Kunstpositionen in einen Dialog zu treten und so einen Perspektivwechsel zu ermöglichen.

Das Potenzial für das Museum ist also insgesamt sehr hoch, oder, wie es in der Workshop-Auswertung steht: «In seiner Außenwirkung kann es als einer der entscheidenden weichen Standortfaktoren Rostocks wirken».³⁵

31 Auswertung: Workshop am 9. März 2010 im Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum auf dem Traditionsschiff, 03/2010

32 Experteninterview Themenbereich Museum, 02/2013

33 Workshop am 9. März 2010 im Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum auf dem Traditionsschiff, 03/2010, S. 5

34 Vgl. auch: Der Überseehafen Rostock unter Kontrolle der Staatssicherheit, 2012

35 Auswertung: Workshop am 9. März 2010 im Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum auf dem Traditionsschiff, 03/2010, S. 5

Kooperationen

Das Potenzial in Bezug auf Kooperationen ist sehr umfangreich. So haben viele Interviewte angegeben, sich eine Kooperation mit Tourismusveranstaltern vorstellen zu können; sehr viele halten eine Zusammenarbeit mit anderen Museen oder Umweltorganisationen für denkbar, ebenso mit Forschungseinrichtungen, der Deutschen Marine oder mit der Schiffbauindustrie.

Auch im Workshop 2010 wurde dieses Thema ausführlich behandelt und folgende potenzielle Partner aufgelistet:³⁶

- Netzwerk Universität, wissenschaftliche Einrichtungen (TH Wismar, FB Nautik Warnemünde; Leibniz-Institut für Ostseeforschung)
- Industrie (Technologiepark Warnemünde; Nordex; Caterpillar; ...)
- Reedereien (AIDA Cruises; DSR)
- Werften (Nordic Yards Warnemünde GmbH; Neptunwerft Rostock GmbH)
- Maritime Vereine und Fans

Eine konkrete Zusammenarbeit muss im Verlaufe der Neukonzeption mitgedacht werden. Das Gespräch mit der entsprechenden Institution sollte möglichst früh gesucht werden, um das Potenzial abzuklären, das spezifische Know-how für die Konzeption fruchtbar zu machen und den Rahmen einer guten Zusammenarbeit abzustecken.

³⁶ Auswertung: Workshop am 9. März 2010 im Schiffbau- und Schiffahrtsmuseum auf dem Traditionsschiff, 03/2010, S. 3

6.3 Messe

Die Potenziale, die eine verstärkte Kooperation mit der Messe Rostock haben könnte, hängen von zu vielen Faktoren ab, als dass eine konkrete Prognose an dieser Stelle angebracht wäre. Hierzu gehört die abschließende Definition der möglichen Expansionspläne der Messe und deren Auswirkung auf sein Umfeld. Weiterhin stehen Entwicklungsvarianten wie der Bau eines Hotels, Einrichtungen für betreutes Wohnen oder Generationenwohnen am Hamburger Tor im Raum, welche näher zu untersuchen sind.

Diese Faktoren beeinflussen die Potenziale der Kooperation von IGA Park und Messe. Generell kann aber konstatiert werden, dass eine Zusammenarbeit zwischen Messe und Park von allen Seiten positiv bewertet wird. Nicht immer sind die Rahmenbedingungen dabei von diesen beiden Seiten allein bestimmbar, wie die genannten Entwicklungsoptionen zeigen.

Seitens der Messe Rostock wurde ausdrücklich gewünscht, dass für die über 200.000 Menschen, die jährlich eine Messe in Rostock besuchen, und für die vielen Gäste der Kongresse und Konferenzen die Nutzung des IGA Parks vereinfacht wird.³⁷ Das ist auch im Interesse des IGA Parks, denn auch dieses Besucherpotenzial, und sei es im Rahmen von Konferenzen oder Tagungen, die in den Räumen des Museums abgehalten werden könnten, sollte keinesfalls vernachlässigt werden.

³⁷ Experteninterview Themenbereich Messe, 02/2013

6.4 Marketing

Das Marketing für den IGA Park mit dem Schifffahrtsmuseum kann dazu beitragen, die Besucherzahlen deutlich zu erhöhen – im Einklang mit der Neustrukturierung des Parkgeländes und der inhaltlichen und gestalterischen Profilierung des Museums. Zeitgemäße Parkgestaltung mit moderner Museumsarchitektur und frischer Ausstellungsdidaktik sollte sich im Marketing wiederfinden.

Die Voraussetzungen

Das Potenzial dafür ist vorhanden, denn die Bestandsanalyse hat es bereits gezeigt: Die Besucherzahlen sind zu gering für die Möglichkeiten, die sich am Standort bieten. Durchschnittlich 38.000 Menschen besuchen Rostock täglich.³⁸ Da diese Zahl nicht saisonbereinigt ist, liegt dieser Wert im Sommer um ein Vielfaches höher. Dennoch: Für den Monat August 2010 bedeutete dies eine Besucherzahl von 1.178.000. Nur 14.438 Menschen besuchten in diesem Monat den IGA Park, und davon war ein nicht geringer Anteil den Anwohnern zuzurechnen (vgl. Punkt 2). Nutzt man diesen Wert dennoch als Berechnungsbasis, sind es trotzdem nur 1,2 Prozent der Rostock-Besucher, die auch ihren Weg in den IGA Park finden.

Noch erstaunlicher wird diese Zahl, wenn man bedenkt, dass 69 % der Rostocker Übernachtungsgäste angeben, dass sie gern spazieren gehen, 43 % gern Schiffe besichtigen und 51 % gern Sehenswürdigkeiten besuchen. In Ergänzung dazu herrscht die höchste Unzufriedenheit bei Rostock-Besuchern über das Schlechtwetterangebot. Viele Anhaltspunkte also, die anzeigen, dass die Angebote des IGA Parks mit dem Museum gegenwärtig nicht ausreichen, um die vorhandenen Besucher zu interessieren und zu erreichen.

Beste Voraussetzungen aber, um über das Entwicklungskonzept und ein verbessertes Marketing all diese Fäden am Standort IGA Park zusammenzuführen. Denn es ist alles vorhanden: die Touristen, die Anknüpfungspunkte zu deren Lieblingstätigkeiten und der Ort, an dem diese Bedürfnisse bedient werden können.

³⁸ Vgl. auch: Tourismuskonzeption 2022, 2012

Sponsoring und Kooperationen

Kooperationsmarketing ist abhängig von der Attraktivität der Einrichtung, welche die Kooperationen sucht. Mit einer Verbesserung der Anziehungskraft des IGA Parks und des Museums wird auch die Attraktivität von Kooperationsvereinbarungen steigen.

Für das Sponsoring ist ebenfalls Potenzial erkennbar. Sei es für einzelne Attraktionen im Museums- oder Bürgerpark, oder auch als Partner für bestimmte Ausstellungen im Museumsbau – der Anreiz für Unternehmen, sich als Sponsor des zukünftigen IGA Parks präsentieren zu wollen, kann erheblich verbessert werden mit der Umsetzung des neuen Entwicklungskonzepts.

Marketing zu den Entwicklungsvarianten 1-4

Marketing kommuniziert die vorhandenen Vorteile eines Produktes. Der neu zu entwickelnde IGA Park wird viele solcher Vorteile aufweisen und in Kombination mit dem Schifffahrtsmuseum zu einer Attraktion werden.

Im Folgenden werden die vier Entwicklungsvarianten, die unter Punkt 6.1 dargestellt wurden, auf ihre Vermarktbarkeit hin geprüft und bewertet. Als Faustregel hinsichtlich des zukünftigen IGA Parks kann gelten: je größer die Fläche der kostenpflichtigen Nutzungsbereiche, desto höher müssen die Investitionen sein, um aus dieser Fläche einen attraktiven Park zu machen. Dies hat direkten Einfluss auf die Vermarktbarkeit, denn Besucher sind nur zu entsprechenden Eintrittsgeldern bereit, wenn sie dafür auch etwas zu sehen bekommen.

Alle vier Varianten schließen gemäß dem Museumskonzept den Neubau eines Ergänzungsbaus zum Traditionsschiff entlang dem Warnowufer ein.

Entwicklungsvariante 1

Analog zu den Investitionskosten, die sich mit zunehmender eintrittspflichtiger Fläche erhöhten, wenn ein zugkräftiger Park entstehen soll, kann das Marketing besser kommunizieren und vermarkten, je kleiner die intensiv genutzte Fläche ist. In Variante 1 wird der westliche Parkteil in Messenähe in einen Bürgerpark umgewandelt, der gesamte Teil östlich des Groß-Kleiner Dammes bleibt eintrittspflichtiger Parkbereich.

Der Vorteil aus Marketingsicht wäre die Möglichkeit, großflächig Attraktionen und Einbauten – unter entsprechend hohen Investitionen – in den Park einzubringen. Es ist jedoch anzuzweifeln, dass die Höhe der erforderlichen Investitionen, die zu nennenswerter Erhöhung der Besucherzahlen auf diesem Wege führen kann, durch die Erlöse auch nur annähernd gerechtfertigt werden könnte. Denn es genügt nicht, hier und da ein Exponat in den Park auszubringen. Die Besucher müssten mit einem umfangreichen Unterhaltungskonzept in den Park gelockt werden. Zu denken wäre hier an Größenordnungen wie ein kleiner Vergnügungspark, was weder vom Konzept her passend noch von Auftraggeberseite her gewünscht wäre.

Ebenfalls schwer kommunizierbar wäre die fehlende Durchlässigkeit für den Radverkehr und Radwanderer, ohne dass diese Eintritt für den Park bezahlen müssten.

Entwicklungsvariante 2

Die Tendenz ist richtig und schlägt sich in den Potenzialen für das Marketing nieder: Eine Erweiterung des eintrittsfreien Areals um den Eventbereich östlich des Groß-Kleiner Dammes und den Niederungsbereich südöstlich davon sowie die Freihaltung des Strandes sind zu begrüßen. Denn dies ließe in der Konsequenz die kostenpflichtigen Parkbereiche deutlich kleiner und damit in der Bespielung intensiver werden, wenn die gleichen Investitionsanstrengungen vorgenommen würden wie in Variante 1.

Zusätzliche Vorteile ergeben sich bei der Aussparung des Spiel- und Eventbereiches und des Strandes von der Eintrittspflicht für potenzielles Sponsoring bzw. Kooperationsmarketing. Es ist einfacher, Fremdunternehmen für Kooperationen zu gewinnen, wenn die Orte, an denen diese sich engagieren, nicht erst durch die Zahlung von Eintritt erreicht werden können. Eine „Zahlungsbarriere“ wird häufig als Vorauswahl verstanden, die potenzielle Kunden abschreckt. Weiterhin ist die Durchlässigkeit des Radverkehrs in dieser Variante gegeben.

Entwicklungsvariante 3

Variante 3 ist der vorteilhafteste Mix aus der Reduzierung intensiv zu bewirtschaftender und zu bespielender Flächen und der gleichzeitigen Schaffung einer echten Touristenattraktion: Die Konzentration der gestalteten Parkelemente auf der kleinen Fläche um den Museumsneubau herum garantiert ein intensives Besuchererlebnis. Die Museums-gärten haben das Potenzial, mit angemessenen Mitteln eine thematische Ergänzung zum Museum zu werden – eines der Ziele der Ausschreibung und wichtiger Ansatzpunkt für Marketing- und Kommunikationsstrategie.

Die Möglichkeiten für Kooperationen und Sponsoringvereinbarungen mit Dritten sind sowohl innerhalb des Museumsareals gegeben als auch außerhalb im kostenfreien Bürgerpark. In der Kommunikation ist ein kleiner, kompakter Museumsgarten mit hochwertigem, modernem Museum gut zu verwenden. Auch die Verweildauer im kostenpflichtigen Bereich ist überschaubar und damit gut kommunizierbar. Am wichtigsten ist jedoch die Möglichkeit, hier plausibel eine wirkliche Besonderheit zu schaffen, einen Museumsgarten mit Charakter, etwas Außergewöhnliches.

Entwicklungsvariante 4

Die Umwandlung des IGA Parks in einen komplett kostenfreien Bürgerpark, in dem ein eintrittspflichtiges Museum steht, ändert die Voraussetzungen für das Marketing grundsätzlich. Bei dieser Variante ist für den IGA Park kein Marketing mehr erforderlich.

Für das neue Schifffahrtsmuseum mit Neubau ist dann wiederum kein Standortmarketing im eigentlichen Sinne mehr nötig, da das Museum seine Attraktivität nicht mehr aus dem Standort zieht und mit dem Park keine Einheit bildet. Hier wird stattdessen verstärkt Themenmarketing betrieben werden müssen, was zwar auch über die Ansprache neuer Zielgruppen erfolgen kann, jedoch weniger Erfolg verspricht, weil die Herausstellung durch die Unverwechselbarkeit des Standortes nicht mehr gegeben ist. Das Marketing hätte das Schifffahrtsmuseum Rostock zu vermarkten und nicht mehr den IGA Park mit Schifffahrtsmuseum.

Fazit

Klein, intensiv und attraktiv – das sind die Attribute, mit denen in der Entwicklungsvariante 3 auch das Marketing Anhaltspunkte findet. Das Verhältnis zwischen Investitionshöhe, langfristige Pflegeaufwand und Attraktivität der intensiven Gartenteile ist hier ausgewogen und für die Besucher einfach und direkt nachvollziehbar. Die Anhaltspunkte für ein intensives Marketing sind in Variante 3 am größten. Inhalte von Park und Museum sind optimal kommunizierbar, weil die Einheit zwischen beiden Elementen auf dieser Fläche herstellbar ist und damit erlebbar wird. Hier kann auch ein gemeinsames Erscheinungsbild mit einem neuen Namen funktionieren, was wichtige Auswirkungen auf die grafische und kommunikative Außendarstellung hat – der Erläuterungsbedarf verringert sich, Kommunikation und Marketing werden direkter und damit einfacher.

Für Kooperations- und Sponsoringpartner finden sich innerhalb des Museumsbereiches mit den Flächen für Wechsellausstellungen Möglichkeiten zur Kooperation. Aber vor allem auch im großen öffentlichen Bürgerpark wird es bei Variante 3 einfacher möglich sein, Partner zu finden, die gemeinsam mit der IGA Rostock 2003 GmbH einen attraktiven Park präsentieren möchten.

Perspektivisch wird der Standort der Faktor sein, der diesen Ort und diese Attraktion von anderen abhebt: Das Schiff mit Garten, das Museumsschiff im Park – das sind Ansätze, die aufhorchen lassen und von denen sich das Standortmarketing inspirieren lassen kann. Dies ist auch der Grund, aus dem Variante 4 abzulehnen ist: Die Alleinstellung müsste ausschließlich über die Museumsinhalte erfolgen. Das kann zum Fluch werden, da es an hervorragenden Museumsneubauten mit modernen Konzepten im Ostseeraum nicht mangelt.

Und Variante 3 ist auch diejenige, die bezüglich der Steuerung der Besucher über die Eintrittspflicht am vielversprechendsten ist. Denn die Besucher können unmittelbar erleben, wofür sie Eintritt zahlen. Hinter den Eingängen wartet direkt ein gestalteter Museumsgarten, der vom Bürgerpark sofort zu unterscheiden ist. Außerdem sind Traditionsschiff und Neubau in Sicht: Die Attraktion ist erkennbar und präsent, was durchaus Potenzial für die Gestaltung der Eintrittspreise hat. Gäste zahlen lieber für etwas, was sie sofort verstehen und sehen können.

Marketing und Museumskonzept

Das Museum ist der Star, und der Museumspark unterstützt dieses Highlight. Eine Aussage in diesem Duktus verdeutlicht, welche Vorteile ein Entwicklungskonzept gemäß Variante 3 für das Marketing hat: Die Vermarktung eines hochwertigen Museums, einer greifbaren touristischen Attraktion, die eine Vielzahl an Zielgruppen interessiert, ist einfacher und vor allem vielfältiger als die Vermarktung eines reinen Parks es sein könnte.

Aus diesem Grund ist das Museumskonzept aus Marketing-sicht zu begrüßen. Insbesondere die Ergänzung des Schifffahrtsmuseums um den Museumsneubau birgt gute Chancen, das Museumspark-Ensemble öffentlichkeits- und zielgruppenwirksam darzustellen. Das Museumskonzept bietet eine erheblich breitere Basis an Zielgruppen, die über gezielte Marketingmaßnahmen angesprochen werden können.

Zielgruppendefinition

Die Analyse der Besucherstruktur unter Punkt 2 hat gezeigt, dass vor allem Anwohner den IGA Park gegenwärtig nutzen. In der Sommersaison kommen auch Touristen hinzu, allerdings in erheblich geringerem Ausmaß als die jährlich 14 Millionen Aufenthaltstage in der Hansestadt Rostock vermuten ließen. Wie in der Bestandsanalyse aufgezeigt wurde, wird der IGA Park aus verschiedenen Gründen in erster Linie als Anwohnerpark genutzt. Das soll sich ändern mit der neuen Entwicklungskonzeption und der Konzentration der intensiven Parkinhalte in unmittelbarer Nähe zum Museumsschiff und dem zukünftigen Museumsneubau. Natürlich bleibt mit der Öffnung des weitaus größten Teils der Geländefläche als kostenfreier Bürgerpark die Anziehungskraft des Areals für Anwohner und Bewohner der Stadt Rostock erhalten. Zukünftig wird es eine Vielfalt an Zielgruppen geben, die neu oder besser angesprochen werden können. Das Entwicklungskonzept verleiht dem IGA Park eine Vielzahl der genannten Interessen. Die jungen Familien, älteren Gäste und aktive Paare müssen vom Schlechtwetterangebot des Museumsschiffs bzw. des Museumsneubaus erfahren, gleichzeitig freuen sich junge Familien, Radwanderer oder Kreuzfahrtgäste über die Freizeitangebote im Bürgerpark, über den sie sich dann dem Museum mit Museumspark annähern können. Die Schiffsbeobachter und maritim Interessierten unter den Touristen werden mit der attraktiven Anfahrt an den Park über das Wasser und die Museumsinhalte angesprochen.

Eine ganz neue Basis an anzusprechenden Zielgruppen in erheblicher Breite bietet für das Marketing völlig neue Ansatzpunkte. So wie Museum und Museumspark sich überregional und modern ausrichten, werden die Marketingaktivitäten sich anstrengen, die vielfältigen Zielgruppen an ihrem Wohn- und Urlaubsort gleichermaßen zu erreichen.

Besuchersteuerung

IGA Park und Museum haben mit der Neuausrichtung die Möglichkeit, Besucher gezielt anzusprechen. Das gilt sowohl inhaltlich für das Museum, als auch gestalterisch für den Museumspark und zielgruppengerichtet für das Marketing. Die von Besuchern und Touristen stark frequentierten Orte in Rostock sind die Innenstadt und das Seebad Warnemünde. Mit gezielten Marketingmaßnahmen vor Ort in Warnemünde und durch Kooperationen mit Kreuzfahrtanbietern, Hafenbetrieb oder der Deutschen Bahn, die viele Urlauber direkt ins Seebad bringt, können die Besucher und Touristen vor Ort erreicht werden. Ähnliches gilt für das Zentrum der Hansestadt. Park und Museum müssen hier präsent und wahrnehmbar werden.

An beiden Standorten kann das Museumsshuttle einen entscheidenden Beitrag dazu leisten, die Besucher in die richtige Richtung zu lenken: hin zum IGA Park. Es gilt, die Besucher abzuholen, wo sie sich aufhalten. Die Erreichbarkeit des Standortes ist per Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln nicht optimal bzw. wenig attraktiv – die Anreise mit der Fähre über die Warnow ist maritimes Erlebnis und alternatives Museumsfoyer zugleich, ein echter Mehrwert und für das Marketing von unschätzbarem Wert. Denn die Anfahrt kann als Teil des Erlebnisses präsentiert werden. Außerdem sind Eintrittsmodelle denkbar, die Überfahrt und Museums-/Parkeintritt von vornherein kombinieren. Im Ergebnis werden sich die Besucher im wahrsten Sinne des Wortes «abgeholt» fühlen, und sie werden auch nicht nach der Ankunft am Standort noch darüber nachdenken müssen, ob sie nun den Eintritt bezahlen sollen oder nicht, da er ja schon mit der Überfahrt abgegolten ist. Ein zusätzlicher Anreiz wäre also nicht nötig; die Schaffung von Maßnahmen zum Abholen der Gäste muss hohe Priorität besitzen.

Zielgruppe	Herkunft	Interessen
Junge Familien	Urlaubsgäste der Region	Baden, Schlechtwetteraktivität, Gastronomie, Spiel und Freizeit
Kreuzfahrtgäste	Kreuzfahrtanleger in Warnemünde	Landgang, Information, «3-Stunden-Trip», Abwechslung
Maritim Interessierte, Schiffsbeobachter	Urlaubsgäste und Bewohner der Region	Schiffbau, Meeresthemen, Schiffstechnik, Hafengeschichte, Wasser als Wirtschafts- und Lebensraum, DDR-Flotte
Ältere Gäste	Urlaubsgäste der Region	Restaurant, Gastronomie, Einkaufen, Ausflüge, Schlechtwetteraktivität
Radwanderer	Durchreisende Gäste	Rast-Infrastruktur, Attraktion am Streckenrand, Erholung
Aktive Paare	Urlaubsgäste der Region	Wissen, Bildung, Lust auf Besonderes, Schlechtwetteraktivität, Museumsbesuche
Rostocker und Mecklenburger	Bewohner der Region	Neue Museumsinhalte, Themenaffinität zur maritimen Schiffstechnik

Tabelle 21 Zielgruppen und ihre Interessen (Auswahl)

Abgesehen von Maßnahmen vor Ort kann das Marketing für den IGA Park besonders über kluge Online- und Pressearbeit auch die Zielgruppen dort erreichen, wo sie herkommen – an ihren Wohnorten.

Ein großer Teil der Besucher der Stadt und der Ostseeküste informiert sich im Vorfeld des Urlaubs über Unterkünfte im Internet und bucht auch online. Andere bestellen sich im Internet Prospekte oder schauen vor ihrem Tagesausflug nach Rostock auf die Homepage der Stadt, um sich über Attraktionen und touristische Besonderheiten wie Feste, Konzerte usw. zu informieren. Diese Portale und Seiten können gezielt genutzt werden, um auch den IGA Park ins Bewusstsein der zukünftigen Besucher zu rücken. Die Urlauber von heute und morgen werden immer flexibler und mobiler, im Informationsverhalten ebenso wie in der räumlichen Bewegung. Kaum noch jemand, der kein Smartphone hat, mit dem beim Herannahen einer Schlechtwetterfront nicht spontan nach Alternativen gesucht werden kann. Eine Online-Präsenz des IGA Parks ist unerlässlich, um Besucher auch spontan ansprechen zu können.

6.5 Alleinstellungsmerkmale, Vorzugsvariante, Synergien

Vorzugsvariante

Nach der erfolgten Bestandsanalyse und den ermittelten und beschriebenen Potenzialen zeigt sich deutlich, dass die Entwicklungsvariante 3 in allen Bereichen überzeugen kann und nach gründlicher Abwägung die besten Chancen besitzt, den Park und das Museum nachhaltig zu entwickeln und zu beleben.

Durch die Öffnung und Extensivierung des westlichen IGA Parks werden nicht nur Kosten gespart und eine im Park gelegene Radwegeverbindung möglich. Es wird durch die Schaffung von eintrittsfreien Naherholungsangeboten umfänglich zur Sicherung der angrenzenden Quartiere beigetragen, was für die Belebung des gesamten Parks von großer Wichtigkeit ist. Die Nähe zum Messestandort und die enormen ungenutzten Flächenpotenziale bieten vielfältige Möglichkeiten, das Netzwerk zwischen Park, Museum und Messe zu verdichten. Die Verbindung von Museum und Museumsgarten bietet die Chance, durch einen kleineren Investitionsbereich den Ort neu zu denken und mit einer heute unvorstellbaren Intensität zu bespielen.

Mit der Entwicklungsvariante 3 entsteht die Möglichkeit, ein Alleinstellungsmerkmal für den IGA Park zu definieren und auf diesem ein klares Kommunikations- und Marketingkonzept aufzubauen. Wie aufgezeigt wurde, ist dies dringend erforderlich bei der großen, gut aufgestellten Konkurrenz in Rostock und der Ostseeregion. Für die Kommunikation stellt das Ensemble aus intensivem Museumsgarten, Museumsneubau und Traditionsschiff eine Alleinstellung dar.

Kein Freiluftmuseum, aber ein Museum mit Parkanteil. Kein Schiffsmuseum, aber ein Museum auf einem Schiff. Kein moderner Neubau, aber mit einem modernen Neubau – die Geschichte, die sich um dieses Entwicklungskonzept herum erzählen lässt, ist eine neue Geschichte.

Für das Marketing bietet dieser Ansatz die Möglichkeit einer wettbewerbsfähigen Eintrittsgeldstaffelung. Weiterhin ist die grafische Neuausrichtung, inklusive einer Umbenennung des Ensembles, vielversprechend, weil die verschiedenen Aspekte des Ensembles gebündelt werden können.

Zusatzfaktoren sind die außergewöhnliche Anreise über die Wasserseite und die Anbindung an den großen Bürgerpark mit vielen Freizeit- und Spielmöglichkeiten.

Die Bandbreite an Zielgruppen, die mit diesem Konzept ansprechbar werden, ist größer als bei allen anderen Varianten.

Das wichtigste «Argument clé de vente» der Sammlung des Schiffbau- und Schifffahrtmuseums stellt das «herausragende technische Einzeldenkmal», das Traditionsschiff dar. Bereits jetzt ist es «das größte schwimmende Museum Deutschlands». Die starke Verbindung des Traditionsschiffs mit dem Ort und der Geschichte Rostocks, der DDR-Vergangenheit, und die kollektive Erinnerung ergeben eine starke Setzung. Das Schiff ist emotional, mythenbehaftet und besitzt eine historische Aufladung, die für eine starke gestalterische und inhaltliche Konzeption nutzbar gemacht werden kann. In Verbindung mit einer Fokussierung auf wenige, starke und unbesetzte Themen kann ein inhaltliches Alleinstellungsmerkmal hergestellt werden.

In Verbindung mit der einmaligen Umgebung, einem außergewöhnlichen Museumsneubau, dem Park, zu dem mit bewussten Interventionen im Museumsgarten eine architektonische und inhaltliche Verbindung hergestellt wird, und mit klugen verkehrstechnischen Erschließungsstrategien entsteht ein einmaliger Museumskomplex mit überregionaler Ausstrahlung.

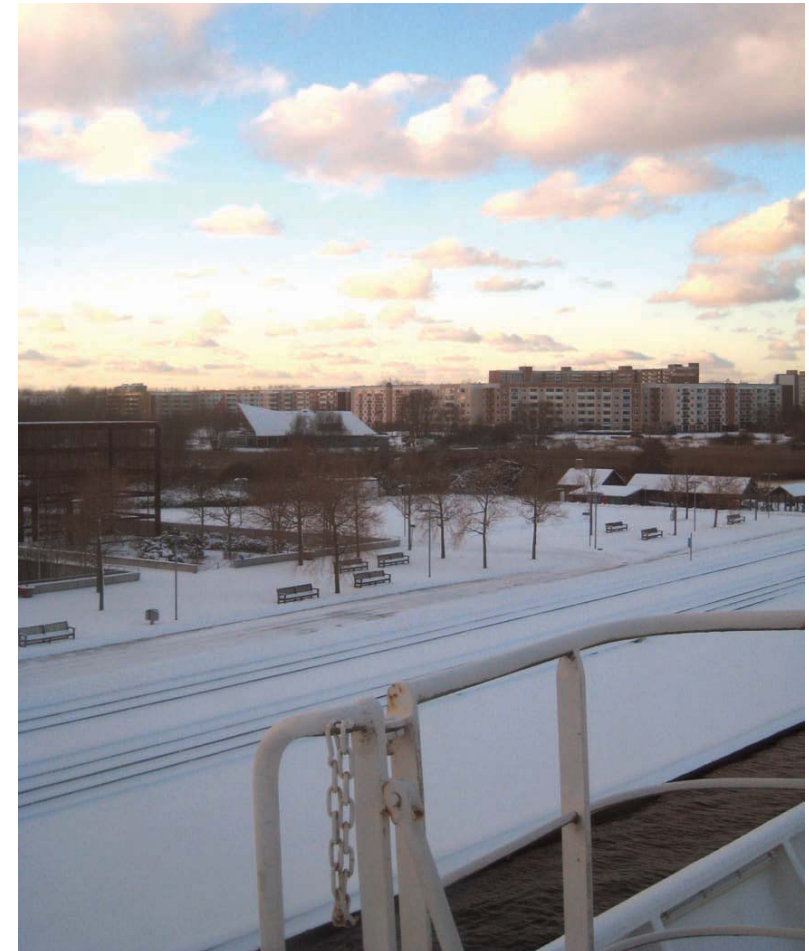


Abb. 39 Blick vom Traditionsschiff

7 Entwicklungskonzept «Vorzugsvariante»

7.1 Konzept Bürgerpark

Zielstellung der Entwicklung

- Reduzierung der laufenden Unterhaltungskosten und Bezuschussung durch die Stadt Rostock
- Erhöhung der Besucherzahlen für diesen Parkbereich
- Entwicklung einer langfristig tragfähigen Konzeption für den Park
- Schaffung von Synergieeffekten zwischen Traditionsschiff, Museumsneubau, Parkanlage und Messe
- Erhalt von bestehenden Parkqualitäten mit Anziehungskraft für Anwohner und Touristen
- Berücksichtigung von Anwohnererwartungen an Park
- Berücksichtigung der naturräumlichen Parkqualität
- Einbindung des Parks im Gesamtkontext der Stadtentwicklung Rostock
- Einbindung der Parkanlage und des Museums in das übergeordnete Tourismuskonzept der Stadt Rostock
- Verbesserung der Erreichbarkeit
- Verbesserung der Parkdurchquerung
- Erhöhung der Gesamtattraktivität ohne die Großinvestition eines Freizeit- und Erlebnisparks



Abb. 40 Vorzugsvariante

Die zu Beginn der Bearbeitung definierten Zielstellungen finden sich im Konzept eines Bürgerparks wieder und machen diese zur logischen Konsequenz. Durch die Öffnung der weitläufigen Parkbereiche als eintrittsfreie Zone wird ein erster Schritt unternommen, einen Bürgerpark für die Stadtteile Groß-Klein, Lütten-Klein und Schmarl zu schaffen. Diese Entwicklung findet in den Umfragen aus der Internetbefragung deutliche Unterstützung.

Die Parkinhalte werden in ihrer Gestaltintensität sukzessive zurückgenommen und auf das Niveau einer öffentlichen Parkanlage in Rostock geführt. Zudem werden neue Angebote im Park initiiert, die zusätzliche Besucher als Synergieträger für das Museum und die Messe generieren.

Verkehrliche Neuordnung

Der Park ist gegenwärtig mit dem PKW gut angebunden. Die hohe Zahl an Touristen in Warnemünde und Rostock haben gegenwärtig allerdings keine ausreichend gute verkehrliche Anbindung an den Park. Die Anbindung über den ÖPNV sollte durch eine engere Taktung der Linienbusse verbessert werden. Speziell aus der Innenstadt Rostock ist eine direktere und häufigere Verbindung erforderlich.

Ein wesentlicher Verbesserungspunkt wird in der verkehrlichen Anbindung durch die Fährschiffahrt und durch Reisebusse gesehen.

Für Reisebusse von Veranstaltern ist ein ausreichendes Platzangebot auf bestehenden Parkplätzen im Norden und ggf. in Abstimmung mit der Messeleitung an der Messe vorhanden. Im Bereich der geplanten Bebauung am Dorf Schmarl kann eine geringräumige Ergänzung nach Bedarf stattfinden. Mit der Erhöhung der Gesamtattraktivität der Park- und Museumslandschaft sind Busreiseveranstalter ein adäquates Mittel zur Erhöhung der Besucherfrequenz.

Mit potenziellen Schifffahrtsbetreibern wurden im Rahmen des Entwicklungskonzeptes Vorgespräche geführt, die eine Schiffsanbindung über eine regelmäßige Taktung oder für Sonderfahrten möglich erscheinen lässt. Die Wassertiefe und die technischen Voraussetzungen zum Anlegen sind am vorhandenen Anlegesteg gegeben. Hier gilt es alle Möglichkeiten auszuschöpfen, um das hohe Potenzial an Touristen abzuschöpfen, die zwischen Warnemünde und Rostock am Park bisher vorbeifahren.

Zur Stärkung dieser Wasseranbindung ist im Entwicklungskonzept eine Startsubventionierung von ansässigen Fährunternehmen vorgesehen. Aus dieser Kooperation können auch individuelle Fahrten, beispielsweise in Form von Museumsshuttles, etabliert werden.

Basis aller verkehrlicher Neuordnungen ist die Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Park- und Museumsangebote über eine qualitätsvolle und koordinierte Marketingstrategie und eine im weiteren Umfeld beginnende Vereinheitlichung und Stärkung des Beschilderungssystems.

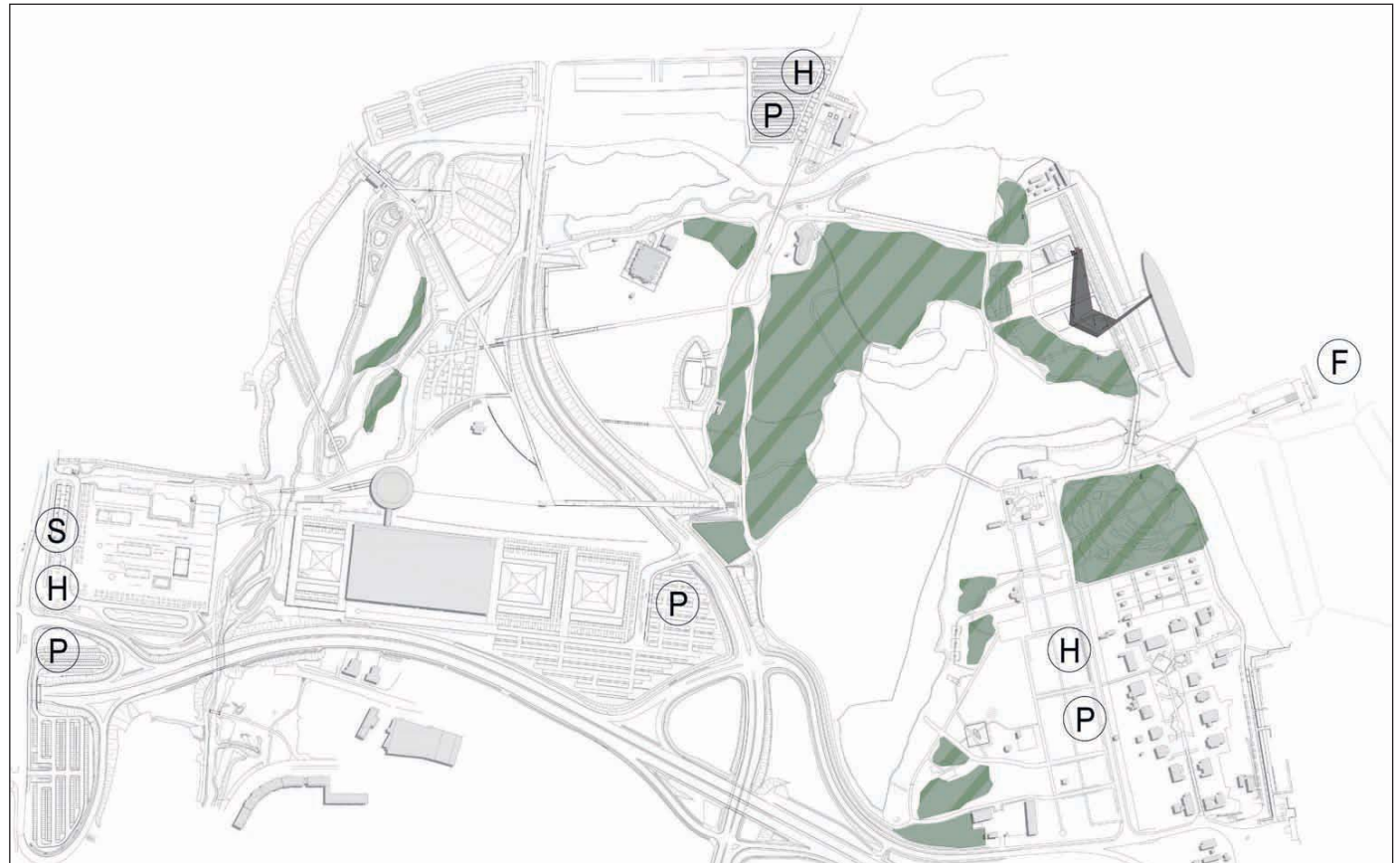


Abb. 41 Verkehrliche Neuordnung

- ⓕ Haltepunkt der Fähren
- ⓓ Haltepunkt der Linienbusse des ÖPNV
- ⓐ Parkplatz für PKW und Reisebusse
- Ⓢ Haltepunkt S-Bahn Rostock-Warnemünde

Räumliche Gesamtneuordnung

Die Zielstellung, einen Bürgerpark herzustellen, wird durch die Umsetzung einer räumlichen Neuordnung der Parkanlage erreicht. Diese Parkneuordnung greift die vorhandenen Strukturen auf und wird anhand von nummerierten Parkbereichen nachfolgend im Einzelnen erläutert.

Ein wesentlicher Aspekt bei der Umsetzung ist die Notwendigkeit der regelmäßigen Kontrolle und Bewertung der einzelnen Umsetzungsschritte. Speziell im Bereich nördlich der Messe sind stufenweise Realisierungsschritte anhand der Akzeptanz der Maßnahmen und Aktualität der möglichen Umplanungen im Messebereich zu berücksichtigen.



Abb. 42 Übersicht Entwicklungsmaßnahmen

1 Inselspielplatz

Der Inselspielplatz wird durch Öffnung des Parkteils für eine breitere Öffentlichkeit nutzbar und verliert die bisherige Randlage, da er nun an einer nutzbaren Wegeverbindung zwischen Wohnquartier und der großen Parkwiese liegt. Die Instandhaltung und Pflege sollten hier beibehalten werden und nach Bedarf und vorliegenden Finanzmitteln sollte das Spielangebot geringfügig erweitert werden.

Der festgestellte Gesamtzustand des Spielplatzes erfordert in naher Zukunft keinen Handlungsbedarf.

- Entwicklungsziel:** Spielerhalt mit Ausbauoption
Besucherbindung, -synergien
- Zielgruppe:** 7-13-Jährige (Defizit speziell im Bereich Schmarl)
Familien, Kitas, Schulen



Abb. 43 Inselspielplatz



Abb. 44 Spielplatz



Abb. 45 Spielplatz



Abb. 46 Luftbild Inselspielplatz

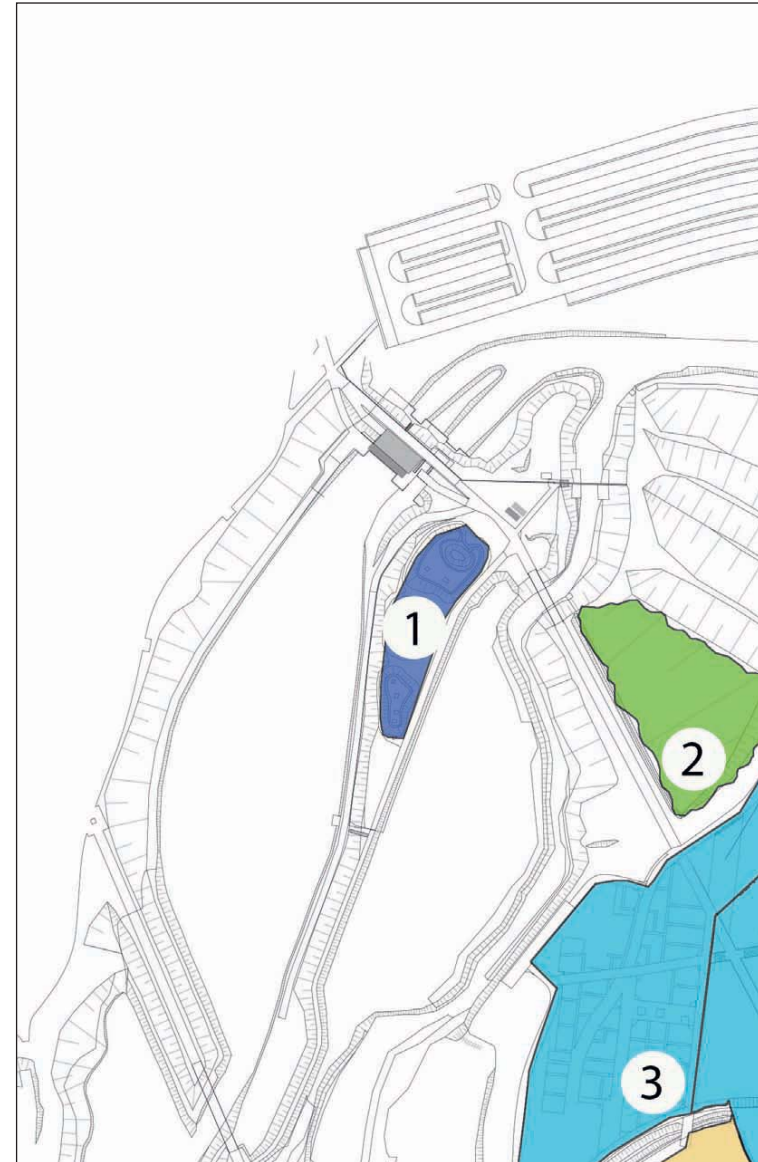


Abb. 47 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

2 Familienstammbäume

Das Areal der Familienstammbäume findet sich östlich des Inselfieldplatzes am sogenannten «Kamelhöcker». Interessierte Personen können hier ihren Familienstammbaum pflanzen. Die Bäume werden günstig über Baumschulen geordert und vom Nutzer bezahlt. Kleine Hinweisschilder zeigen die Zugehörigkeit. Pflanzaktionen werden zu gegebenem Anlass durch Feste, gemeinsame Schnittaktionen etc. inszeniert. Langfristig erhalten die bestehenden Erdhügel ein lockeres Blätterdach und bilden als räumliches Pendant zum Rhododendronhain einen durch Gehölze betonten Raum der Ruhe und Kontemplation. Die Pflege wird über Patenschaften, durch Vereine und Einzelpersonen geleistet.



Abb. 48 Familienstammbäume

Entwicklungsziel: Bürgerengagement zur örtlichen Bindung

Besuchersynergien

Zielgruppe: Alle Altersgruppen, Anwohner, Hochzeitspaare, Familien und Besucher



Abb. 49 Luftbild Kamelhöcker

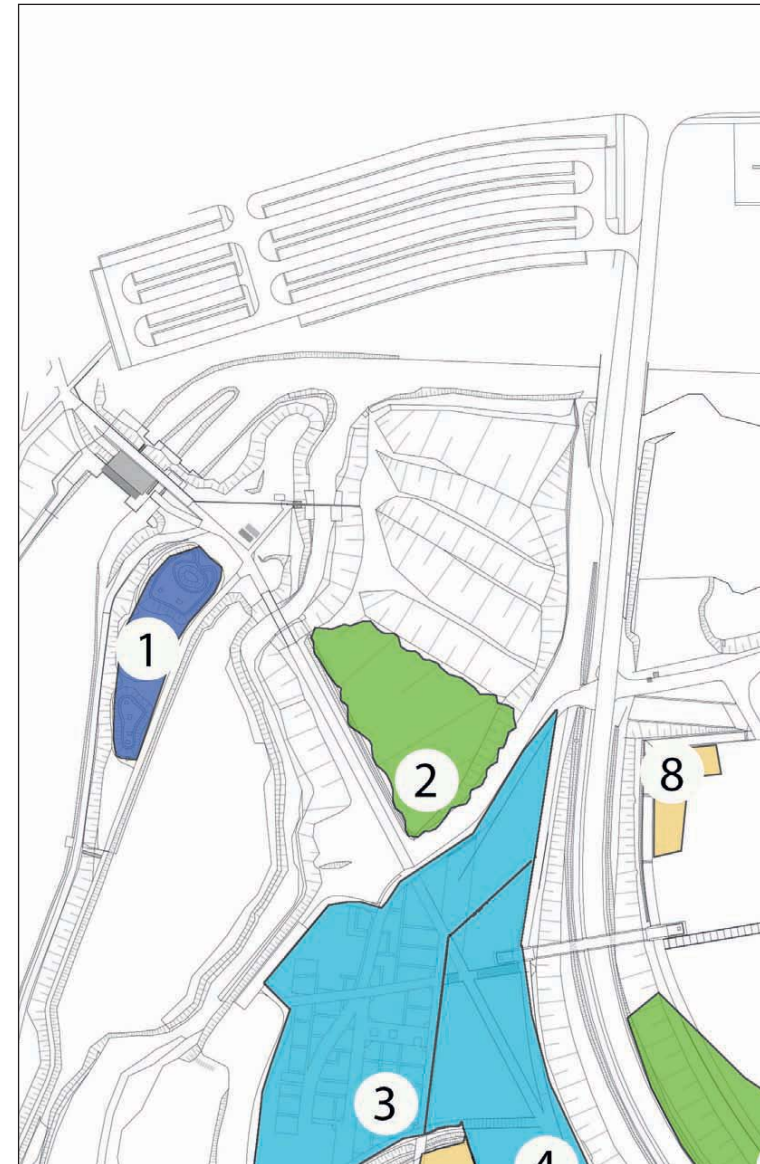


Abb. 50 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

3 Urban Gardening

Das Urban Gardening ist ein experimenteller Baustein in der Entwicklung des Bürgerparks. Für das Urban Gardening wird die vorhandene Parzellenstruktur mit Heckeneinfassung genutzt, um bewirtschaftbare Pflanzflächen zu bekommen. In Kooperation mit örtlichen Kleingartenverbänden, Vereinen, Seniorenheimen, Schulen, Universitäten, Hochschulen, Baumschulen und vor allem Privatpersonen wird eine moderne und offene Form des Gärtnerns angeboten. Mit der Etablierung von Wochenmärkten, Pflanzenverkauf und Workshops zur Pflanzenverwendung wird das Projekt öffentlichkeitswirksam. Der räumliche Umfang ist regelmäßig zu prüfen – ein Teilrückbau der vorhandenen Strukturen ist je nach Interessenlage am Projekt stufenweise möglich.

Entwicklungsziel: Bürgerengagement zur örtlichen Bindung, Umweltbildung

Besuchersynergien

Kostenreduzierung

Zielgruppe: Alle Altersgruppen, Anwohner, Institutionen



Abb. 51 Wochenmarkt



Abb. 52 Urban Gardening



Abb. 53 Wochenmarkt



Abb. 54 Luftbild Urban Gardening

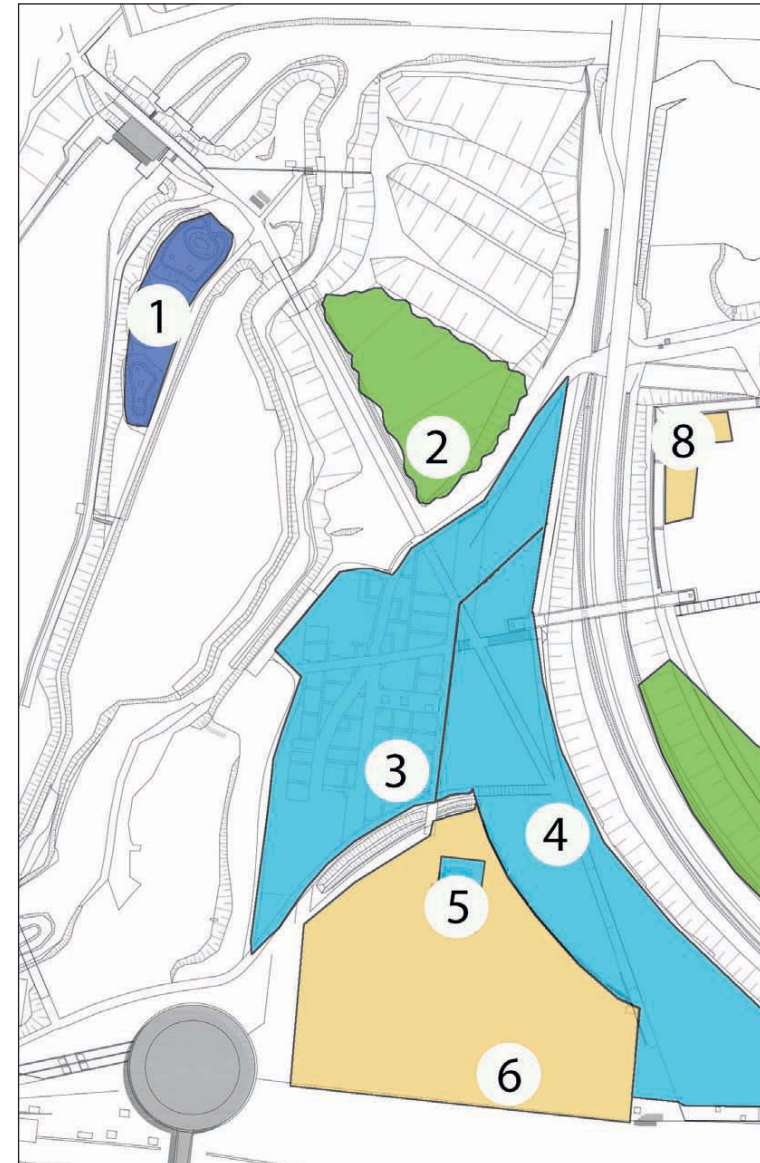


Abb. 55 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

4 und 5 Rosengarten mit Rosencafé

Die Grundstrukturen der Rosenfelder bleiben erhalten und sind weiterhin als Basis für bestehende Rosenveranstaltungen zu pflegen. Zur Reduzierung der Pflegeaufwendungen und für eine ergänzende Besucherbindung sollten Kooperationen mit Rosenzuchtvereinen, interessierten Bürgern und Kleingärtnern im Zusammenhang mit dem Urban Gardening vereinbart werden. Mit Darstellung von essbaren Rosen – Kitchen-gardening, Rosenverwendung als Düfte, Rosenhistorie (Ausgangsrosen für alle Züchtungen etc.) und regelmäßigen Fachveranstaltungen einschl. Rosenverkauf ist eine Belebung des Bereichs zu erzielen. Nicht nutzbare und im weiteren Entwicklungsverlauf nicht angenommene Flächen sind nach regelmäßiger Abwägung sukzessive zurückzubauen, um Pflegeaufwendungen weiter zu minimieren. Ein entsprechender Teilrückbau von Rosenflächen ist vor allem in aufwändig erreichbarer Hanglage anzudenken.

Das Rosencafé ist aufgrund seiner baulichen Defizite und dem gegebenen Sanierungsstau mittel- bis langfristig zurückzubauen. Bis zum Rückbau ist eine Nutzung als Lagerstätte und überdachte Arbeits- und Verkaufsfläche für Urban Gardening und Rosenmarkt möglich. Es ist baulich zu klären, ob mit dem Rückbau ein Erhalt der Toiletten im Café für Besucher des Urban Gardening und der Rosengärten einschl. der Veranstaltungen in diesem Bereich sinnvoll sein kann. Die Entwicklung dieses Bereichs ist auch eng mit der Entwicklung des Messestandortes verbunden und entsprechend zu koordinieren.

Entwicklungsziel:	Bürgerengagement zur örtlichen Bindung, Umweltbildung Besuchersynergien Kostenreduzierung
Zielgruppe:	Besucher aller Altersgruppen Anwohner, Synergienutzer des Urban Gardening



Abb. 56 Rosen



Abb. 57 Gartenwerkzeuge



Abb. 58 Luftbild Rosenhang

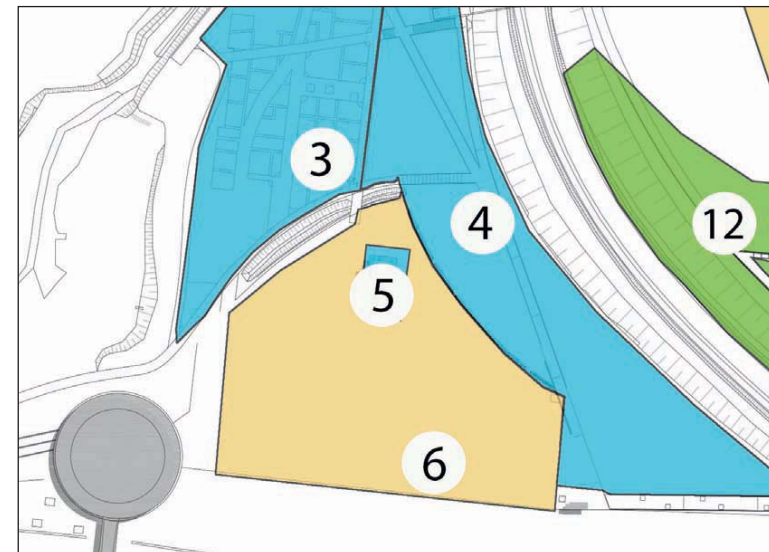


Abb. 59 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

6 Entwicklungsfeld Messe

Für die Entwicklung des Bereichs nördlich der Messe ergeben sich grundsätzlich zwei Optionen. Eine Option erfasst die mögliche Erweiterung des Messestandortes und eine zweite Option geht vom Gegenteil aus. Beide Möglichkeiten setzen weiterführende Gespräche zwischen der IGA Rostock 2003 GmbH, der Messe und den politischen Entscheidungsträgern voraus. In Vorgesprächen wurde von allen Seiten entsprechendes Interesse signalisiert.

Das von der Stadtplanung beauftragte Freiflächenkonzept des Büros Plan Akzent über das im nördlichen Umfeld der Messe liegende Areal wird bis zur Klärung der möglichen Optionen nicht umgesetzt. Das Konzept sieht ohne Einbeziehung der beiden Optionen eine Neuorganisation von Freiflächen in Messenähe vor.

Messeerweiterung

Zur Stärkung des Messestandortes und zur weiteren Attraktivitätssteigerung des Gesamtareals sollten konkrete Untersuchungen zur Erweiterung des Messeangebotes durchgeführt werden. Diese Untersuchungen sollten konzeptionell und wirtschaftlich definierte Ziele bewerten.

Entwicklungsziele:

- Ausbau der allgemeinen räumlichen Messekapazitäten
- Erweiterung des Ausstellungssegmentes Messe
- Erweiterung des Kongresswesens
- Einbindung von synergetischen Angeboten aus dem Rostocker Stadtraum
- Erweiterung der Messeangebote unter freiem Himmel
- Nutzungsvorschläge von messefremden, aber synergetischen Angeboten
- Neuordnung der Freiflächen unter Beachtung der aktuellen und künftigen Messebedürfnisse

Ziel der Messeerweiterung ist in der Hauptsache die bessere Nutzung des gegenwärtig brachliegenden Freiraumes, gekoppelt mit der Deckung eines eventuell bestehenden Bedarfs. Weiterhin sollen damit wiederum Zielgruppen in den Park- und Messebereich gezogen werden, die synergetisch auf das Gesamtareal einschließlich Museum wirken können.

Zielgruppe:

- Messebesucher
- Parkbesucher, Bewohner und Touristen



Abb. 61 Erweiterung der Messe



Abb. 60 Luftbild Bereich Messe

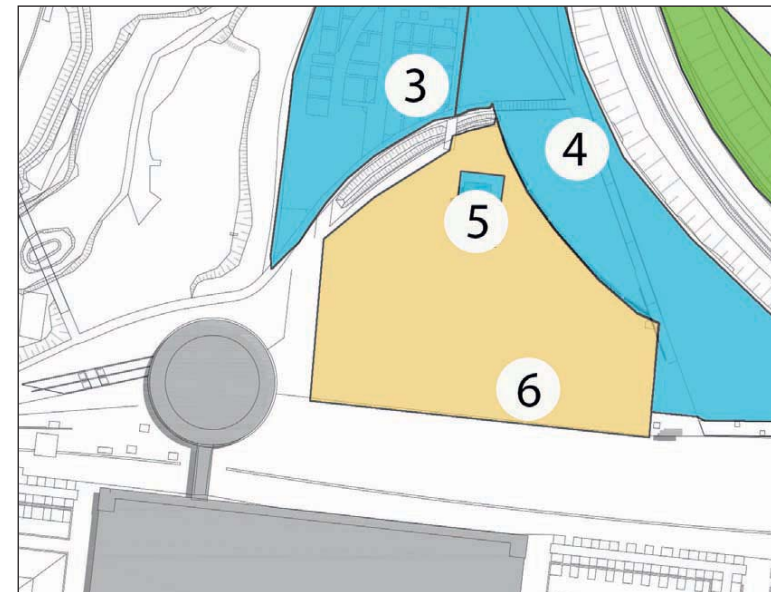


Abb. 62 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

Keine Messeerweiterung – Parkausbau

In der zweiten Option findet keine bauliche Messeerweiterung statt. In diesem Fall wird die Entsiegelung des gesamten Bereichs vorgeschlagen, um die Parkfläche bis an die Nutzungskante der Messereiflächen heranzuführen. Die Etablierung einer schlichten Rasenfläche mit lockerer Baumverteilung erweitert den Erholungsraum Park und bildet zum einen den räumlichen Übergang zwischen Nutzgärten und Messe. Eine Baumverdichtung im Nordteil fungiert dabei als Raumkante. Im Zentrum der neuen Parkwiese verbleiben großzügige Freiflächen, die optional für temporäre Messeveranstaltungen oder ähnliche messekompatible Angebote genutzt werden können.

Im Rahmen der offenen Parknutzung ist von einer erhöhten Frequenz der vorhandenen Wegstruktur auszugehen. Um die Veranstaltungsräume der Rotunde davon zu entlasten, ist eine alternative Wegeführung in diesem Bereich zu prüfen.³⁹

Mit dem Parkausbau ist in Konkretisierung der bestehenden Freiraumkonzeption vom Büro Plan Akzent der Außenraum der angrenzenden Messereiflächen neu zu organisieren. Speziell die inaktiven Wasserbecken, der übergroße Stellplatz für Fahrräder und die großen versiegelten Bereiche sind aktuell in enger Abstimmung mit der Messe zu bewerten.

Entwicklungsziele:	Erweiterung der Parkfläche Schaffung einer Übergangszone Park – Messe Bedarfsgerechte Organisation der Messereiflächen
Zielgruppe:	Park- und Messebesucher Anwohner, Touristen



³⁹ Vgl. auch: Konzept Wegeführung S. 64

Abb. 63 Detailbereich Entwicklungsmaßnahmen Messe

7 Hamburger Tor – Entwicklung für Bebauung

Nach der IGA blieb das Areal um das sogenannte Hamburger Tor in seiner Dimension ungenutzt. Gemäß vorliegender Überlegungen im Amt für Stadtplanung und Stadtentwicklung in Rostock sollte die bestehende Platzfläche zur Bebauung in Abstimmung mit der Messenutzung beplant werden. Hierfür sind entsprechende städtebauliche Wettbewerbe, Investorenwettbewerbe oder Entwicklungskonzepte auszuschreiben.

Entwicklungsziele:

- Betreutes Wohnen
- Generationenwohnen
- Themenhotel
- Messeerweiterung
- Wohnungsbau

Zielgruppe:

- Investoren, Neue Bewohner, neue Nutzergruppen
- Synergienutzer



Abb. 64, Generationenwohnen



Abb. 65 Luftbild Hamburger Tor

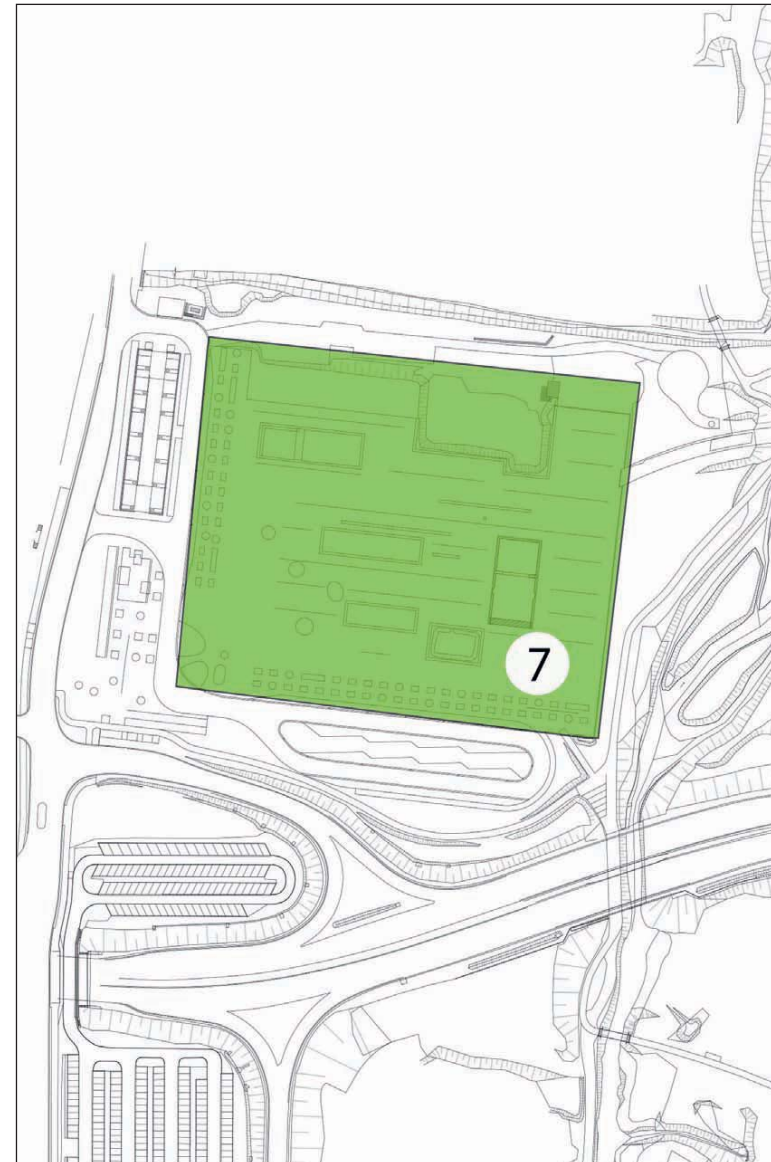


Abb. 66 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

8 und 10 Rosenbeete im Eventbereich

Die singular verteilt, pflegeaufwendigen Beetflächen werden zur besseren Bespielung der großen Bühnenfläche zum Rückbau vorgeschlagen. Anstelle beider Flächen werden strapazierfähige multifunktional nutzbare Rasenflächen angelegt. Die in der Beetfläche 10 bisher angesiedelte Miniaturhäuserausstellung soll in reduzierter Anzahl in den Staudengarten vor dem Mecklenburger Hallenhaus gestellt werden. Die soziale Kontrolle dieses Ortes ist mit den Betreibern des Hallenhauses abzustimmen.

Außerhalb der Veranstaltungsnutzung wird die Umsetzung eines Discgolf-Parcours⁴⁰ vorgeschlagen, welcher die Fläche in Kombination mit den nahen Sportfelder belebt.

Entwicklungsziel: Reduzierung Pflegeaufwand
Raumerweiterung
Veranstaltungswiese
Neugestaltung von Parkräumen,
Etablierung Discgolf-Parcours

Zielgruppe: Veranstaltungsbesucher,
Parkbesucher

⁴⁰ Discgolf ist ein Frisbeesportspiel, bei dem versucht wird, von einem festgelegten Abwurfpunkt mit möglichst wenigen Würfeln eines Frisbees Körbe zu treffen.



Abb. 69 Luftbild Eventbereich



Abb. 67 Parkbesuch am Wochenende



Abb. 68 Discgolf

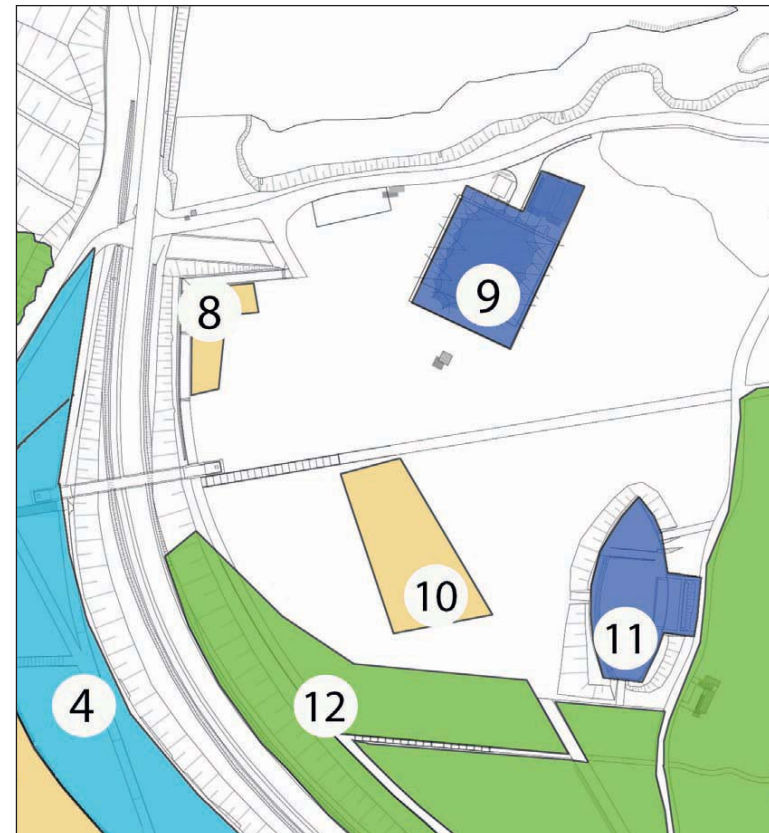


Abb. 70 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

9 Freilichtbühne

Die Freilichtbühne ist gut erhalten und regelmäßig gebucht. Langfristig ist zu klären, ob die mangelhafte Sichtbeziehung der Besucher in zunehmender Entfernung zur Bühne aufgrund der niedrigen Zeltkonstruktion behoben werden kann. Diese Bewertung setzt ein fachliches Gutachten einschl. Kostenermittlung voraus.

Die Bandbreite der Veranstaltungen sollte weiter intensiviert werden, wobei aufgrund der Personalkapazitäten der IGA ein Schwerpunkt auf eigenverantwortlich agierende und finanzierte Veranstalter zu legen ist. Neben Großveranstaltungen sollte dabei auch ein Mix an kleineren Vorstellungen mit unterschiedlichen Zielgruppen umgesetzt werden.

Die Etablierung zusätzlicher Bühnengebote ist unter Einbindung von Bürgern, Vereinen, Schulen, Laiengruppen etc. vorzusehen. Dies soll zusätzliche Synergieträger generieren, die den Park als Bürgerpark wahrnehmbar und erlebbar machen und ein hohes Maß an örtlicher Identität ermöglichen.

Bei Großveranstaltungen wird weiterhin das Stellen von bedarfsgerechten Zusatzumzäunungen erforderlich bleiben. Dies sollte üblicherweise durch den Veranstalter getragen werden.

Entwicklungsziel:

Stärkung vorhandener Veranstaltungen

Etablierung von zusätzlicher Kleinkunst, z.B. Gartentheater, Kindertheater, Laienveranstaltungen, Lesungen.

Mehrung von Eintrittsgeldern oder Kostentlastungen

Zielgruppe:

Veranstaltungsbesucher, engagierte Bürger und Gruppen



Abb. 72 Luftbild Parkbühne und Eventbereich



Abb. 71 Veranstaltung im IGA Park Rostock

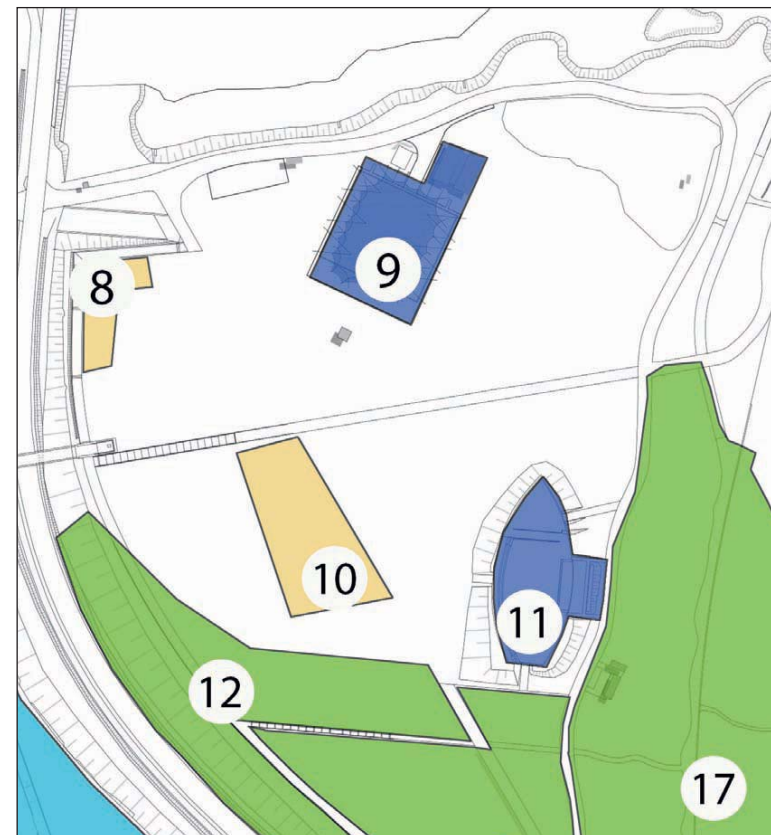


Abb. 73 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

11 und 13 Sport-/Spielanlagen

11 – Sportarena/Schiffsarena

Die vorhandene Sport- und Spielanlage ist in gutem Gesamtzustand und sollte in ihrem Bestand gesichert werden. Das bestehende Angebot am Mehrzweckplatz für Basketball, Kleinfeldfußball etc. wird als Basis einer sportlichen Erweiterung im Bürgerpark aufgegriffen.

Die in den nächsten Jahren erforderliche Belagssanierung sollte nur auf dem direkten Mehrzweckplatz erfolgen. Die Randbereiche mit Spielelementen aus Edelstahl können kostengünstiger mit Sand/Fallschutzkies belegt und die Zugangswege mit Pflaster- oder Tennenbelägen teilversiegelt werden.

Südlich der Schiffsarena wird ein sportliches Erweiterungsfeld definiert. Mit dem Neubau einer besonderen Skate- und Poolanlage für Biker, Boarder, geeignet für internationale Eventveranstaltungen, aber auch für den Freizeitgebrauch soll ein Kernelement des Bürgerparks entstehen. In Kombination mit Beachvolleyball am Strand, Discgolf auf der Veranstaltungswiese und Bouldern an der Schiffsarena können junge Zielgruppen an den Park gebunden werden.

Die Nähe zur Freilichtbühne und der großzügigen Veranstaltungswiese ermöglicht die kombinierte Ausrichtung großer Sportevents. Bei der Planung und Errichtung der Skate- und Poolanlage ist das Einbeziehen der regionalen Skaterszene, von möglichen Veranstaltern und Fachfirmen mit eigener Sportererfahrung wegweisend.



Abb. 76 Luftbild Spiel- und Sportbereich

Im südlichen Bereich der Sportererweiterung sind eine temporäre Gastronomie, ein Snackpavillon oder ein mobiler Eisverkauf denkbar, die je nach Dimension ergänzend Spiel- und Sportgeräte verleihen könnten. Dabei sind Nutzungsvereinbarungen mit der bestehenden Gastronomie anzustreben. Dieses lokale saisonale Angebot stärkt das Gesamtangebot und fördert den Schutz vor Vandalismus.

Mit der Sport- und Spielerweiterung soll auch das fest-gestellte Defizit für die 14–19-Jährigen im Bereich Groß-Klein aufgehoben werden.

Entwicklungsziel:

- Entwicklung eines Sportzentrums mit Eventoption
- Bindung junger Zielgruppen
- Mehrung von Eintrittsgeldern oder Kostenentlastungen
- Stärkung der vorh. Anlagen
- Reduzierung von Spieldefiziten in der Umgebung

Zielgruppe:

- Veranstaltungsbesucher, Parkbesucher, Touristen
- Jugendliche und Erwachsene
- Synergieträger



Abb. 74 Skateboardevents



Abb. 75 Vorhandene Sportanlage

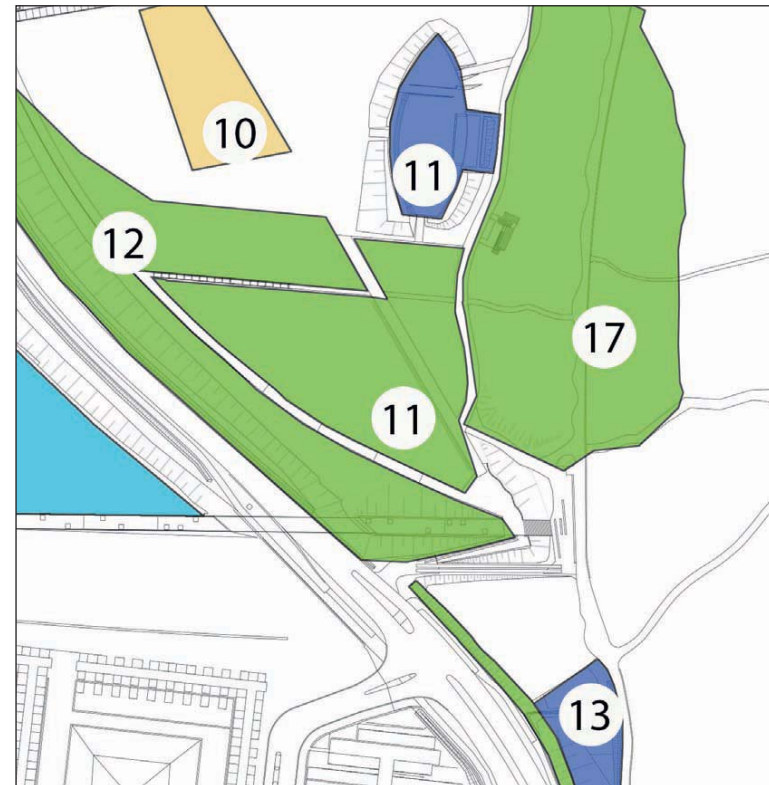


Abb. 77 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

13 – Spielerganzung südl. der Brücke

Der vorhandene kleine Spielplatz südlich der Brücke weist vorwiegend Angebote zum Klettern ohne Sandflächen auf.

Zur Minderung des Spielplatzdefizites für die Altersgruppe der 7–13-Jahrig⁴¹ speziell für die Region Schmarl wird eine punktuelle Erweiterung des Spielangebotes am vorhandenen Standort vorgeschlagen.

Diese Erweiterung soll im Wesentlichen Spielelemente für 7–13-jährige Kinder enthalten:

- Angebot Sandspiel
- Angebotserweiterung Rutschen
- Angebotserweiterung Schaukeln
- Angebotserweiterung Sitzgelegenheiten

Entwicklungsziel: Erweiterung Spielangebot
Reduzierung von Spielflächen-
defiziten in der Umgebung
Besucherbindung

Zielgruppe: Anwohnerfamilien
Schulen, Kitas

⁴¹ Vgl. auch: Spielplatzkonzept der Hansestadt Rostock, 2011



Abb. 80 Luftbild Spielbereich



Abb. 78 Spielplatz



Abb. 79 Spielplatz

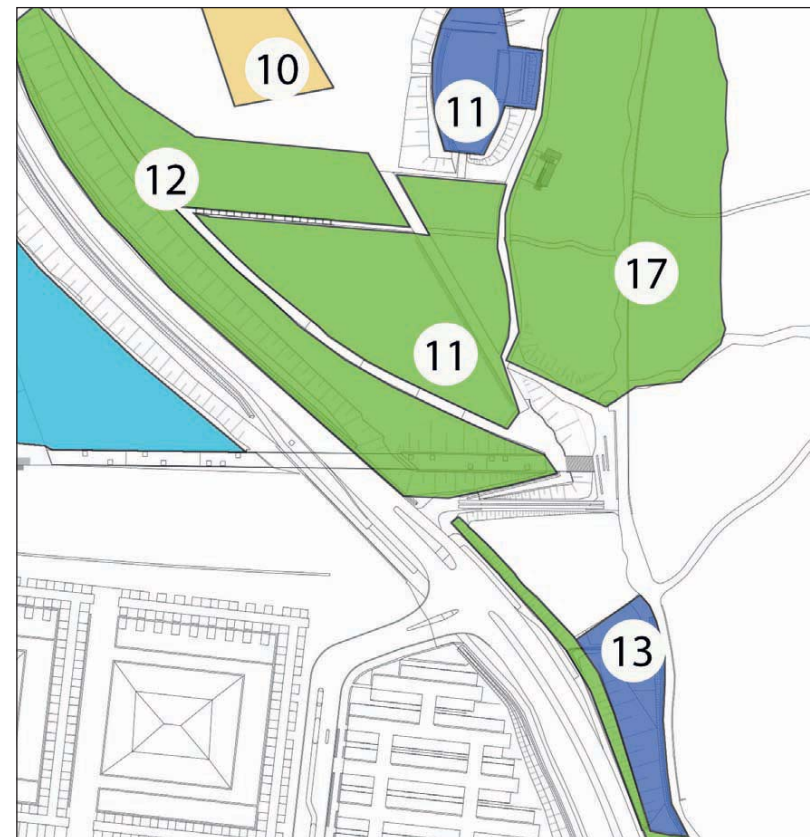


Abb. 81 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

12 Entwicklung Gehölzsaum

Der Park weist in räumlichen Bezügen innerhalb und zur Umgebung Defizite auf. Als Beispiel werden die sicht- und hörbare Verbindung zur südlich angrenzenden Straßenerschließung und die dominante angrenzende Bebauung genannt.⁴² Um eine parkräumliche Raumkante zu definieren und damit eine naturräumliche Aufwertung der Parkanlage zu erhalten, wird die Entwicklung eines Gehölzsaumes vorgeschlagen.

Dieser Gehölzsaum aus Strauchwerk mit locker verteilten Baumgruppen verläuft von der neuen Sportfläche südlich der Freilichtbühne bis an das Dorf Schmarl und weiter nach Norden, bis er in den vorhandenen Waldsaum des Rhododendrongartens übergeht. Dabei kann er auch die optionalen Bebauungsflächen am Dorf Schmarl räumlich vom Park abgrenzen und somit Funktionsbereiche gliedern. Die Umsetzung des Gehölzsaumes bewirkt dabei auch einen subjektiven Lärmschutz gegenüber den angrenzenden Bewohnern.

⁴² Quelle: Eigene Begehungen



Abb. 83 Luftbild Niederung

Entwicklungsziel:

Sichtschutzpflanzung, Herstellung eines vegetativen Parkrahmens

Stärkung des optischen Parkraumes und Gliederung von Parkfunktionen

Zielgruppe:

Parkbesucher

Anwohner



Abb. 82 Gehölzrand

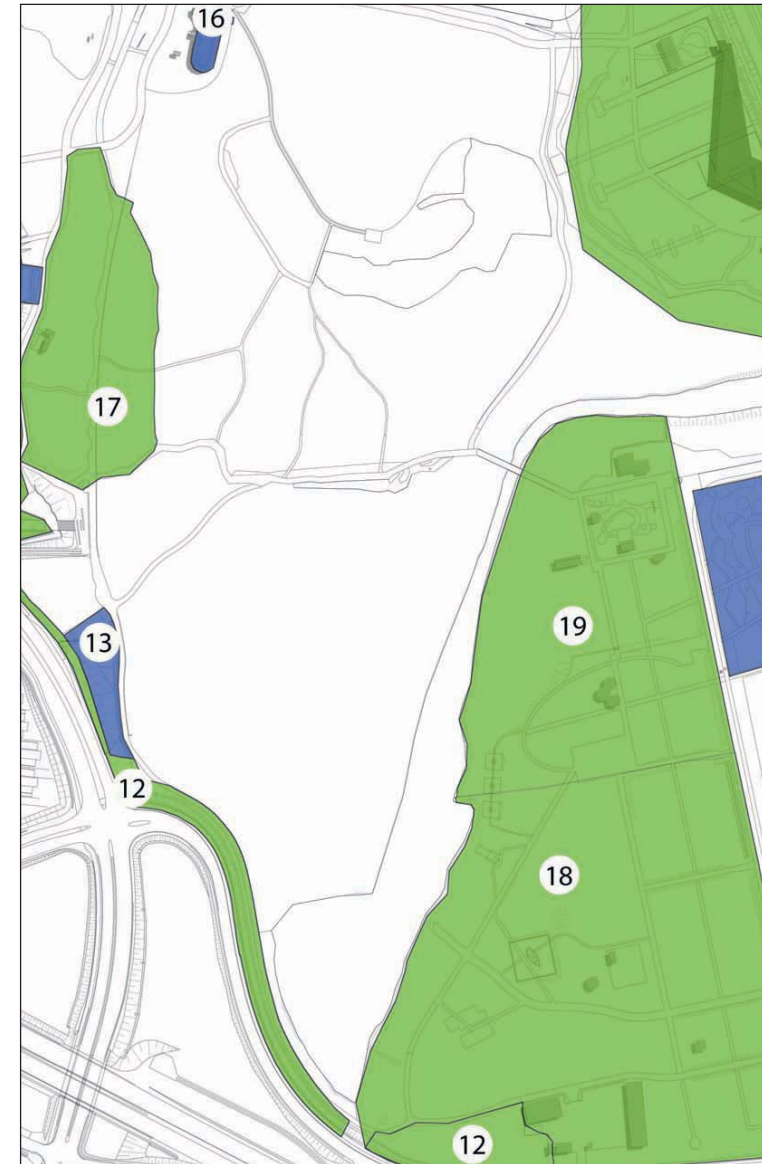


Abb. 84 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

14 Minigolf

Das Grundangebot einer Minigolfanlage in Eingangsnähe wird positiv bewertet. Jedoch ist zur Besucherannahme eine Aufwertung und Ergänzung des Angebotes erforderlich. Hierbei ist eine detaillierte Planung empfehlenswert, welche die räumliche Ordnung und Ausstattung zeitgemäß betrachtet. Insbesondere ist der Besucher in eine Anlage zu führen, welche Überraschungen, Attraktionen und Aktivitäten aufnimmt, die nicht auf einen Blick von außen vollständig zu erfassen sind.

Idealerweise sollte der Betreiber eigenständig eine Aufwertung als Investition durchführen. Eine Anschubfinanzierung oder ähnliche Unterstützung durch die IGA Rostock 2003 GmbH ist über erste Verhandlungsgespräche abzuwägen.

Potenzielle Ergänzungen/Aufwertungen:

- Nachminigolf mit Phosphorbällen
- Thementurniere für spezielle Zielgruppen
- Pflanzliche Ergänzungen zur räumlichen Gliederung
- Topografische Überhöhungen zur Spielaufwertung
- Speedminigolf mit Messplatte zur Feststellung der Abschlaggeschwindigkeit etc.

Entwicklungsziel: Aufwertung des Spielangebotes

Belebung und Aufwertung des Eingangsbereichs

Erhöhung der Eintrittsgelder

Besucherbindung

Zielgruppe:

Anwohner, Parkbesucher

Gastronomiebesucher

Touristen

Synergiebesucher



Abb. 85 Nachtgolf



Abb. 86 Luftbild Eingang Nord



Abb. 87 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

15 Mecklenburger Hallenhaus

Die Räumlichkeiten einschl. Gastronomie des Mecklenburger Hallenhauses weisen Nutzungspotenziale auf. Die Gastronomie wird unzureichend frequentiert und sollte mittels einer Nutzungserweiterung im Gebäude synergetische Vorteile erhalten.

Als Ausgleich der entfallenden Gebäude in den Nationengärten sollen sämtliche Raumpotenziale im Hallenhaus für die Umweltbildung genutzt werden. Diese Belegung des Gebäudes ist zusätzlich mit dem Ausbau von weiteren Nutzungsangeboten für Vereine, Privatveranstaltungen und Gruppen zu ergänzen.

Im Vorgarten ist die Neuplatzierung der Ausstellung der Miniaturhäuser in reduzierter Anzahl angedacht. Entsprechende Modellbaukurse im Gebäude können eine sinnvolle Ergänzung dazu sein.

Beispiele zum Nutzungsausbau:

- Bastel- und Handwerksgruppen
- Nachbarschaftstreffs
- Vereinstreffen für Sport, Theater, Musik
- Eventkochen für Firmen, Kochkurse, Kochshows
- Talentveranstaltungen

Entwicklungsziel:

Verbesserung der Gebäudenutzung durch Umzug der Umweltbildung und Verbreiterung der Nutzergruppen
Erweiterung der Besuchergruppe
Verbesserung der Gastronomieauslastung

Zielgruppe:

Anwohner, Vereine, Privatgruppen
Nutzer Umweltbildung
Synergiebesucher



Abb. 88 Miniaturgebäude im IGA Park Rostock



Abb. 89 Bastelgruppe



Abb. 90 Luftbild Niederung



Abb. 91 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

16 Weidendom

Der Weidendom erfordert zwar regelmäßige Pflegeaufwendungen und Unterstützung, ist aber ein etablierter Bestandteil der Parkanlage und sollte somit im Bürgerpark erhalten bleiben. Als etablierter Veranstaltungsort ist die Kooperation mit dem Freundeskreis Weidendom e. V. weiter auszubauen. In Kombination der Veranstaltungen der großen Freiluftbühne können hier wie bisher kleinräumige Treffen, Gottesdienste und Lesungen durchgeführt werden, die eine spezielle Nutzergruppe an den Park bindet. Eine koordinierte Veranstaltungsplanung ist hierbei erforderlich, um den unterschiedlichen Ansprüchen der Bühnenpräsenz gerecht zu werden.

Durch eine Intensivierung einer gemeinschaftlich koordinierten Vermarktung als größtes lebendes Bauwerk der WELT sollten mehr zahlende Besuchergruppen und Sponsoren generiert werden.

Entwicklungsziele: Stärkung der vorliegenden Nutzung

Stärkung der Parkidentität

Zielgruppe:

Anwohner, Kirchgemeinden und Touristen



Abb. 92 Luftbild Weidendom



Abb. 93 Gottesdienst im Weidendom



Abb. 94 Luftbild Weidendom

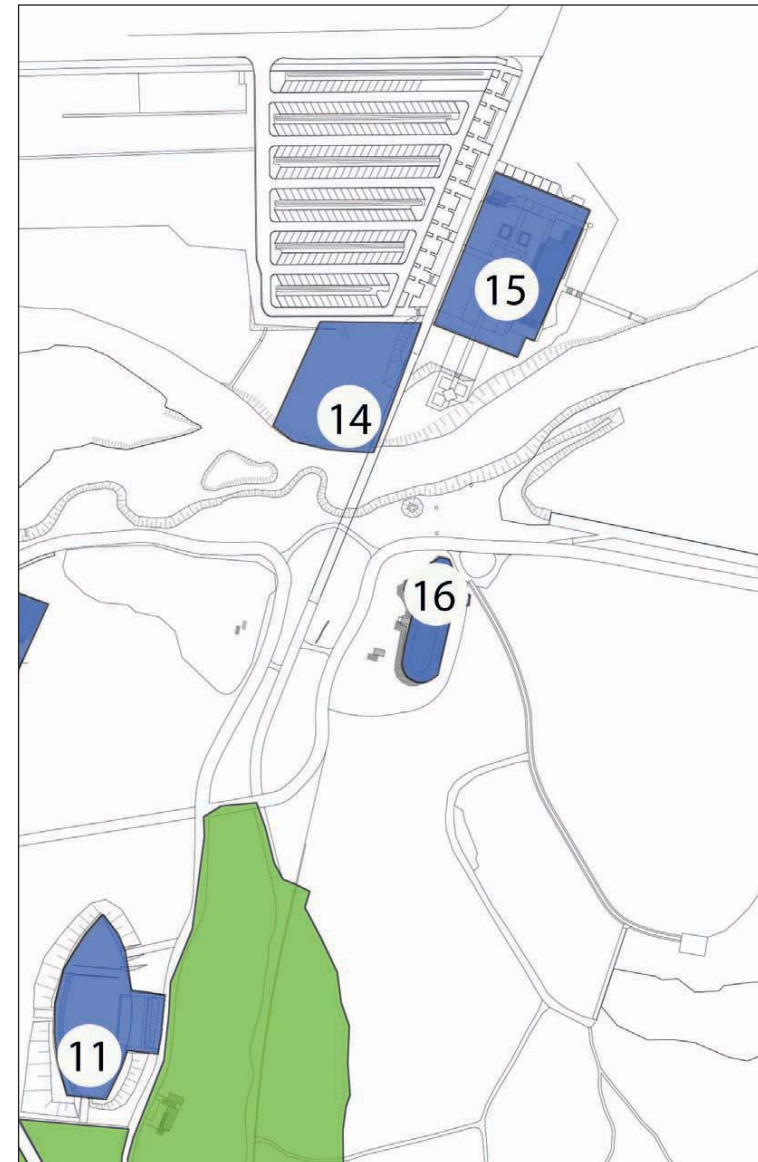


Abb. 95 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

18 und 19 Nationengärten

Die ehemaligen Nationengärten sind nur noch in Teilsätzen vorhanden und müssen entsprechend neu organisiert werden.⁴³

Dies erfordert den Rückbau nicht mehr nutzbarer, pflegeintensiver Inhalte und Bauten und die gezielte Erweiterung und Ergänzung von Parkangeboten im Sinne eines Bürgerparks. Besonders wertvolle vorhandene Parkinhalte wie der japanische oder chinesische Garten werden als Besonderheit eines Bürgerparks und «Besucherlockmittel» beibehalten.

Als rahmende Struktur unterstützt der angedachte Gehölzsaum eine räumliche Neuorganisation und fungiert zusätzlich als Sichtschutz zur angrenzenden Straße und Bebauung und als subjektiver Lärmschutz gegenüber dem Dorf Schmarl.

Konzeptansatz im Bereich ehemalige Nationengärten

Die im B-Plan festgesetzte Bebauung im Übergang zum Dorf Schmarl wird als positives Signal zur Parkbelebung und Refinanzierung gesehen. Notwendige Parkplätze werden auf diesem potenziellen Baufeld temporär angelegt und können sukzessive überbaut werden. In Abänderung des B-Plans o6.SO.48.2 wird eine schmalere Bauflucht vorgeschlagen, die ausreichend Landschaftsraum im Park belässt. In Bauungsfucht verbleibt zwischen den Baufeldern und evtl. nördlich und südlich ausreichend Fläche für Besucherparkplätze auch nach der vollständigen Bebauung. Mit der Bebauung ist ein Wohnen am Park gut vermarktbar. Mit dem Umbau der Freifläche «Dream of little Smutje» in einen Spielplatz für Kleinkinder soll ergänzend das Spielplatzdefizit aus der Spielplatzkonzeption der Stadt Rostock behoben werden und eine dezentrale Verteilung von Spielangeboten im Park entstehen. Als ergänzende Attraktion wird ein Streichelzoo mit außergewöhnlichen Tieren in Kooperation eines eigenständigen Trägers angedacht. Eine Umsetzung sollte von optionalen Vorgesprächen bezüglich der Finanzierbarkeit abhängig gemacht werden. Die ehemalige Vogelvoliere des Keniagartens wird im Streichelzoobereich als offener Pavillon umgesetzt.

⁴³ Vgl. auch: 2.1 Beschreibung der Parkinhalte, S. 6



Abb. 98 Luftbild Nationengärten



Abb. 96 Fernsehgarten



Abb. 97 Seltene Tiere

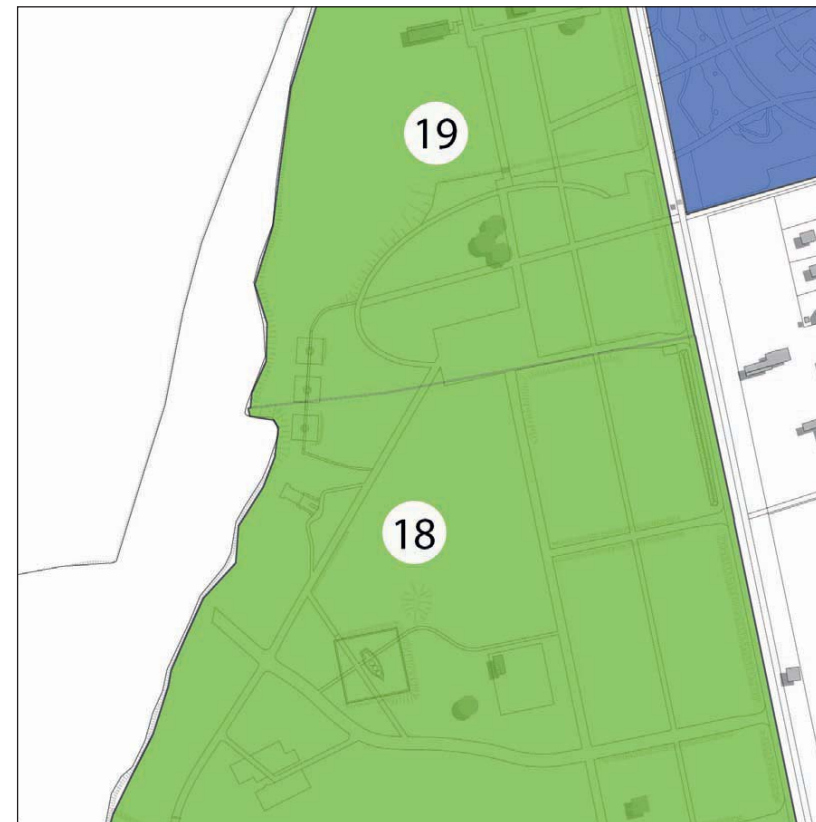


Abb. 99 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

Nicht mehr erforderliche Wege werden zurückgebaut. In Teilbereichen sind Wegeergänzungen zur besseren Anbindung geplant.⁴⁴

Die naturräumliche Qualität des Parks an der Niederung bleibt erhalten und besondere Angebote bewirken die Alleinstellungsmerkmale gegenüber üblichen Parkflächen. Dabei sind wieder einzelne Komponenten der Parkentwicklung experimentell und optional zu verstehen. Dies betrifft den Streichelzoo mit der Voraussetzung einer tragfähigen Organisation und der Kosten-Nutzenabgleich bei verbliebenen Anlagen, wie beispielsweise den Weidenkugeln. Grundsätzlich können Parkkomponenten dieser Art bei zu großen Sanierungsaufwendungen im Laufe der Zeit zurückgebaut werden.

Zusammenfassung der zu erhaltenden, etablierten und besucherrelevanten Parkeinheiten:

- Fernsehgarten
- Weidenkugeln
- Japanischer Garten
- Chinesischer Garten
- Leuchtturm
- Der südliche Abschnitt des Seezeichenweg (mit Ergänzungen)
- Trimm-Dich- und Barfußpfad

44 Vgl. auch: Konzept Wegeführung S.64



Abb. 100 Streichelzoo

Zusammenfassung der umzubauenden, neu zu planenden Inhalte:

- Dream of little Smutje in einen Spielplatz für 0–7 Jahre
- Grünes Klassenzimmer als Streichelzoo für außergewöhnliche Tiere (z. B. chinesische und japanische Tierarten) einschl. Verlegung ehemaliger Vogelvolière
- Integration der Einzelbaumstellungen in ein Baumkonzept als Parkrücken und Sichtschutz
- Herstellung Parkplatz als linearer Parkeintritt
- Wegeergänzungen zur Vereinfachung der Nutzung
- Sukzessive Bebauung als Wohnen am Park

Zusammenfassung der zurückzubauenden Inhalte:

- Sämtliche verbliebenen Reste der Nationengärten
- Gebäude, z. B. Infopavillon, gläsernes Studio
- Garten des Poseidon
- Pflegeintensive Staudenflächen
- Ungenutzte Wege und Flächen

Entwicklungsziel: Konzentration der Attraktionen
Reduktion der Pflegekosten
Entwicklung der Bebauung

Zielgruppe: Neue Anwohner, Bewohner
Besucher aller Altersgruppen
Synergienutzer



Abb. 101 Wohnen am Park



Abb. 102 Entwicklungsmaßnahmen Nationengärten

Maßstab 1:2.500

20 Rhododendrongarten

Der Rhododendrongarten und sein waldartiger Baumcharakter präsentieren sich in einem attraktiven Zustand und sollen als Besonderheit eines Bürgerparks erhalten bleiben.

Zur Aufrechterhaltung der Qualität sind die fachlich versierte regelmäßige Pflege (extern oder intern) und eine Verbesserung der Beschilderung erforderlich. Die Hinweisschilder sollten dabei nicht nur mit deutschen und botanischen Namensgebungen versehen sein, sondern auch Pflanzengeschichte, Informationen zur Anzucht und Vermehrung und regionalen Verwendung aufweisen. Pflanzliche Ergänzungen sollten nur bei Ausfällen und thematischer Pflanzenerweiterung, beispielsweise durch historische Rhododendronarten, durchgeführt werden.

Diese Maßnahmen sollen interessierte Besucher privat oder über botanische Führungen an den Park binden und weitere Synergien hervorrufen.

Entwicklungsziel: Besucherbindung

Zielgruppe: Anwohner, Fachgruppen, Touristen



Abb. 103 Lehrpfad Rhododendrongarten



Abb. 104 Blühender Rhododendronhain



Abb. 105 Luftbild Rhododendrongarten

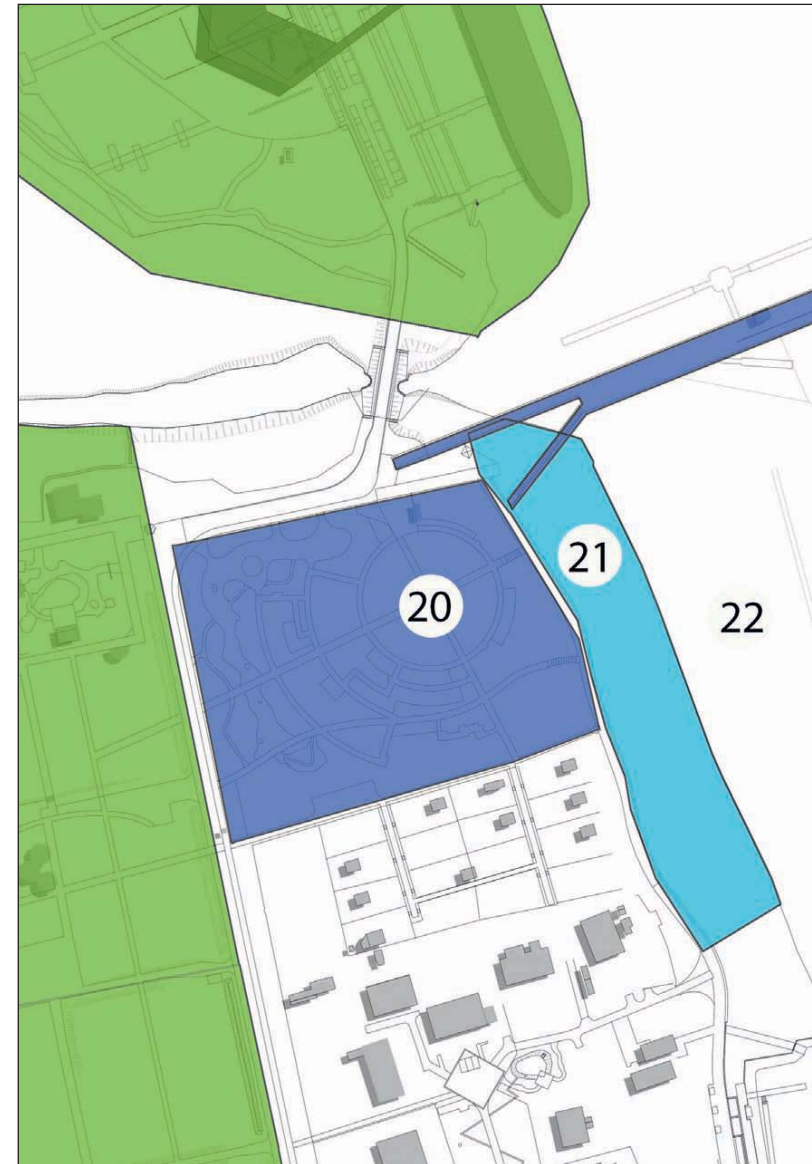


Abb. 106 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

21 und 22 Strand und Warnowufer

Der Strandbereich bleibt mit der neuen Parkorganisation öffentlich erreichbar und nutzbar. Bestehende Strandangebote einschl. Grillplatz und Spielelemente sind im Sinne einer Strand- und Uferbelebung mit regelmäßigen Veranstaltungen und Dauereinrichtungen zu ergänzen. Weitere Angebote sollen dabei über Fremdbetreiber organisiert werden und sind im Regelfall angebotsbezogen für den Nutzer gebührenpflichtig. Es besteht für den Besucher die freie Angebotsauswahl, der Strand selbst bleibt gebührenfrei.

Die Realisierung der bereits genehmigungsreifen Wasserskianlage wird im Konzept ausdrücklich begrüßt und sollte kurzfristig wie vorgesehen umgesetzt werden. Im Gebäudeteil der Wasserskianlage oder am bestehenden Strandbistro Kaptn's Corner sollte der Verleih von Wasserspielelementen vorgesehen werden.

Ergänzende Bespielungen und Freizeitangebote am Strand haben den Zweck der Besucherbindung und sollen über die bisherige Menge an Strandnutzern hinausgehend weitere Zielgruppen anlocken und synergetische Wirkung auf den Museumsgarten erzielen.

Angebotsbeispiele:

- Wasserskianlage (in Planung), Kiten
- Drachensteigwettbewerbe
- Beachvolleyballturniere, Netze stehen immer zur Verfügung
- Wasserspiele
- Sandskulpturenausstellung mit Mitmachaktionen
- Strandschatzsuche mit Detektorenverleih
- Wasserhüpfburgen und Strandkorbverleih
- Dinner am Strand bei Kerzenschein, Nachtaktivitäten

Entwicklungsziel: Besucherbindung, Erweiterung der Zielgruppenansprache

Ausbau der Strandattraktivität

Zielgruppe: Parkbesucher, Familien

Jugendliche

Synergiebesucher



Abb. 107 Wassersport



Abb. 108 Sandburgenausstellung



Abb. 109 Luftbild Warnowstrand Dorf Schmarl

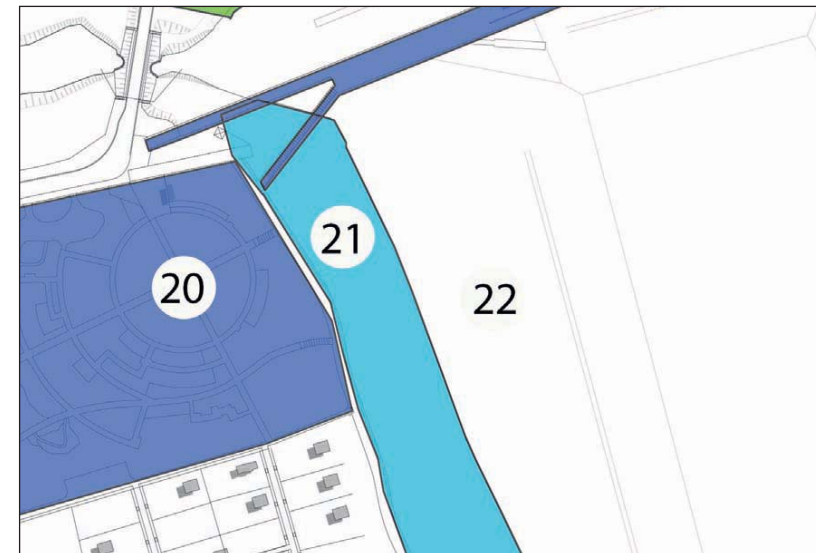


Abb. 110 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

23 Anlegesteg

Der vorhandene Anlegesteg wird Basis der Wasserskianlage und Bindeglied zur Fahrgastschiffahrt und somit zur überregionalen Verbindung. Der Park befindet sich auf halbem Weg zwischen Rostock und Warnemünde und ist als attraktiver Anlegeort zu etablieren.

Mit Steigerung der Attraktivität der Angebote im Parkumfeld, Strand und vor allem im Museum sind regelmäßige Schiffsverbindungen mit den örtlichen Unternehmen zu vereinbaren. Mitnahme von Fahrrädern ist erlaubt, um eine Einbindung in das regionale und überregionale Radwegenetz anzubieten. Diese Wasseranbindung der Parkanlage ist ein elementares Konzeptelement, welches für den Erfolg der Entwicklungskonzeption maßgeblichen Anteil hat. Für die Umsetzung ist neben den engagierten Verhandlungen mit den Schiffsfahrtsbetreibern eine breite politische Unterstützung nötig. In Vorgesprächen wurde von den Betreibern entsprechende Bereitschaft signalisiert. Das Entwicklungskonzept sieht eine entsprechende Anreizfinanzierung vor.

Als Alleinstellungsmerkmal wird ein **Museumsshuttle** themenbezogen in Eintrittskombination mit dem Museum den Anleger anfahren. Hierbei ist die Bindung eines Betreibers für beide Angebote, Shuttle und Fahrgastschiffahrt anzustreben.

Entwicklungsziel: Anbindung Park an das Schiffsfahrtsnetz
Etablierung einer Sonderfahrt Museumsshuttle
Erhöhung der Besucherfrequenz

Zielgruppe: Anwohner, Bewohner und Touristen aus Rostock und Warnemünde
Radfahrer, Park- und Museumsbesucher
Synergiebesucher



Abb. 111 Ankunft Anlegesteg



Abb. 112 Radfahranbindung Schiffsanleger



Abb. 113 Luftbild Anleger im IGA Park

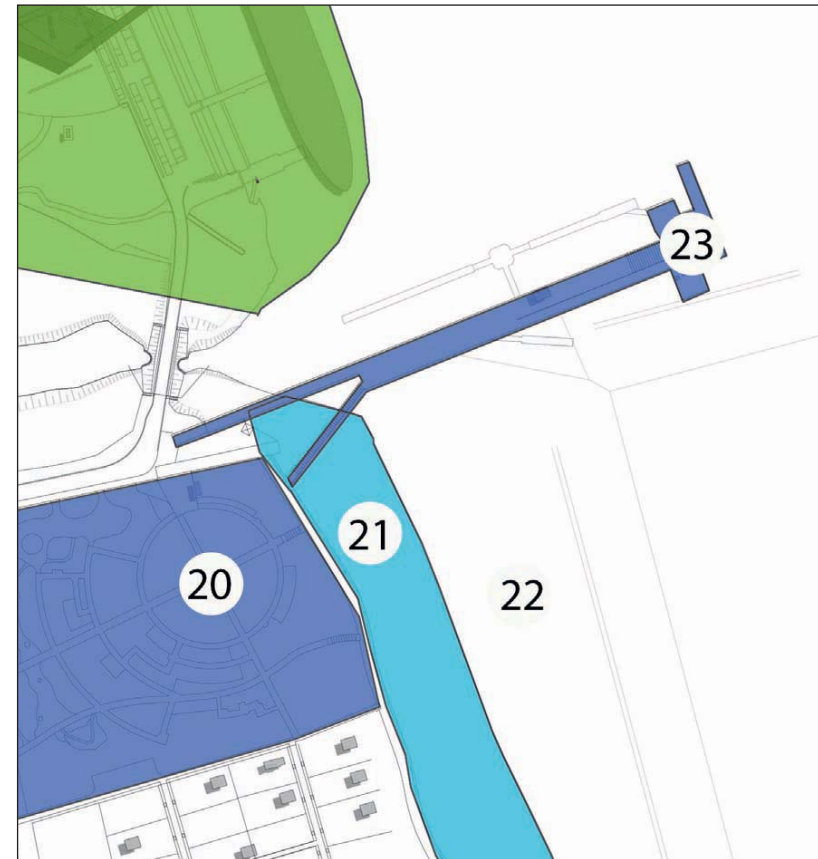


Abb. 114 Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen

Auflösung von Parkinhalten

Um die neue Parkdefinition des öffentlich zugänglichen Bürgerparks umzusetzen wird es erforderlich, nicht mehr benötigte und ungenutzte Parkinhalte aufzulösen.

Ergänzend zu den räumlich einzeln aufgeführten Parkneuordnungen geht das Konzept grundsätzlich von zwei Arten der Parkauflösung aus. Neben sofortigen Rückbaumaßnahmen wird auch der stufenweise Rückbau von Parkinhalten vorgeschlagen. Dabei gilt es, durch regelmäßige Überprüfung der angedachten Effekte den Rückbau in Etappen und sinnvollen Teilabschnitten auszuführen oder gegebenenfalls einen Etappenzustand nach Eignung beizubehalten. Im Übersichtsplan ist der Umfang der Parkauflösungen dargestellt und in der Räumlichen Gesamtneuordnung (Pkt. 7.1) einzeln zusammenfassend erläutert.

Beispiele des sofortigen Parkrückbaus:

- Rosenbeete im Eventbereich (Bereiche 8+10)
- Wesentliche Elemente der Nationengärten (Bereiche 18+19)
- Toilettenhäuser (außer im Veranstaltungsbereich)

Beispiele des stufenweisen Parkrückbaus:

- Staudenflächen, Rosengärten nördl. Messe (Bereiche 3+4)
- Entwicklungsfeld Messe (Bereich 6)

Beispiele des optionalen Parkrückbaus:

- Holzstege parallel zum Hauptweg oder mit Wegealternative im Schilfbereich



Abb. 115 Entwicklungsmaßnahmen: Rückbau von Parkinhalten

- Rückbau
- optionaler Rückbau
- sukzessiver Rückbau

Entwicklung von bestehenden Parkinhalten – Neubau

Im Sinne einer synergetischen Weiterentwicklung von Parkinhalten werden Teilbereiche im Bestand durch gezielte Ergänzung weiterentwickelt. Dies geschieht an Orten und Parkinhalten, die in sich bereits funktionieren und vom Besucher angenommen werden. Diese Angebote gilt es in Form von besserer Erschließung, Parkeinbindung und gezielten Neubaumaßnahmen zu stärken und als Attraktionen auszubauen.

Beispiele von Entwicklungsbereichen:

- Entwicklungsfeld Messe (Bereich 6, wenn Rückbau umgesetzt wurde)
- Sport- und Spielanlagen (Bereiche 11+13)
- Teilbereiche ehemalige Nationengärten (Bereiche 18+19)
- Rhododendrongärten (Bereich 20)
- Strand und Warnowufer (Bereiche 21+22)
- Barfußpfad

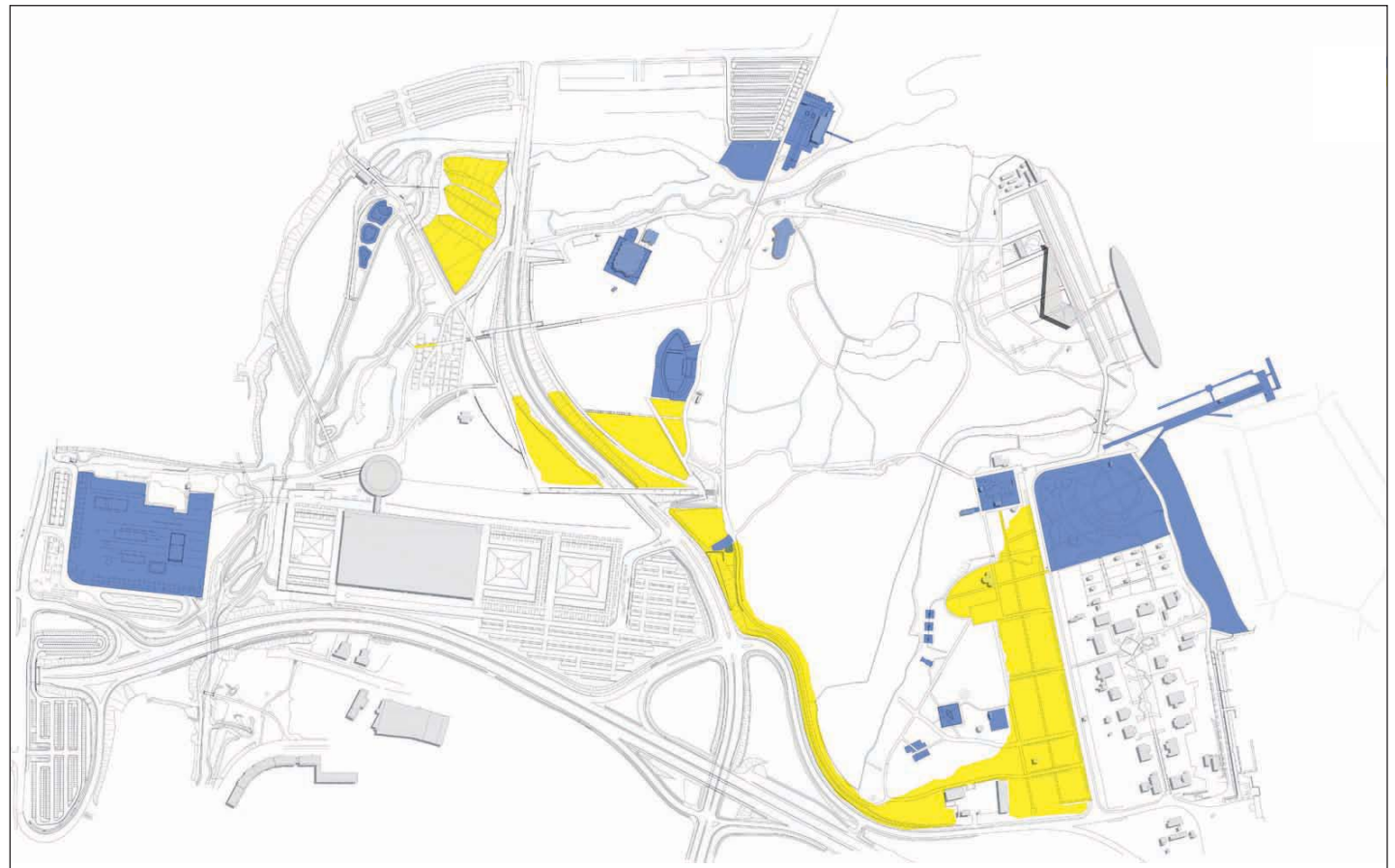


Abb. 116 Entwicklungsmaßnahmen Ausbau und Neubau

- Ausbau und Entwicklung des Bestands
- Herstellung und Initiierung neuer Parkinhalte

Zaunverlauf, Eingänge und Tore

Gemäß Vorzugsvariante 3 bleibt der bestehende Zaun einschließlich der Toranlagen um den gesamten Park erhalten. Die Tore an den Eingängen werden über Tage für alle Parkbesucher geöffnet und über Nacht wieder geschlossen. Diese Maßnahme soll möglichen Vandalismus-schäden vorbeugen.

Im Übergang zur Messe können sich neue Zaun- und Eingangskonstellationen ergeben, wenn das Entwicklungsgebiet Messe näher definiert wurde.

Um den neu geschaffenen Museumsgarten wird ein Zaun mit einem Zugang für Publikumsverkehr (Kasse) im Süden und einem Zugang als Revisionserschließung und Fahrzeugzufahrt im Norden definiert. Die Reduzierung der Zugänglichkeit über nur einen Personenein- und -ausgang wird mit der Flächengröße und der Wirtschaftlichkeit gerechtfertigt.

Für Großveranstaltungen werden ergänzende mobile Zaunanlagen erforderlich werden, die im Regelfall vom Veranstalter aufzustellen und zu finanzieren sind. Bei eigenständigen Leistungen durch die IGA Rostock 2003 GmbH sind entsprechende Verrechnungen der Aufwendungen mit den Veranstaltungsgebühren vorzunehmen.



Abb. 117 Zaunverlauf und Eingänge

- - - Zaunverlauf Bürgerpark
- - - Zaunverlauf Schiffsgarten
- ▶ Eingang Bürgerpark
- ▶ Eingang Schiffsgarten

Wegeführung

Das Wegekonzept sieht eine Reduzierung auf und Ergänzung des Erschließungsnetzes für Bedürfnisse des Bürgerparks unter Berücksichtigung der Rückbau- und Neubaumaßnahmen vor. Gestrichelte Wege zeigen Potenziale für eine alternative Wegeführung, die sich im Messebereich aufzeigen könnten.

Mit dem Wegehierarchieplan werden vor allem die Vernetzungen mit dem näheren Umfeld des Parks aufgezeigt. Alle im Plan rot bezeichneten Wege sollen in der künftigen Weiterentwicklung bei Sanierung oder Ersatz in gebundene witterungsunabhängige Bodenbeläge (Asphalt o. Ä.) umgewandelt werden und zeigen gleichzeitig die übergeordnete Radwegeverbindung durch den Park auf.

Blau markierte Wege sind in aller Regel wie vorhanden in ungebundener Bauweise erstellt und zu entwickeln und weitgehend in Nutzung von Fußgängern und Pflegefahrzeugen.

Für alle Wegeformen, auch für die Sonderwege wie beispielsweise den Barfußpfad, Trimmichpfad oder den Seezeichenweg, sind aus einer Gestaltungsfamilie heraus ein Beschilderungsleitsystem zu entwickeln und umzusetzen. An den Parkzugängen sind neben den Parkregeln die ergänzenden Wegehinweise entsprechend darzustellen.

Die vorhandenen Holzstege im Gelände sollten so lange erhalten bleiben, wie die Unterkonstruktionen verkehrssicher bleiben. Für Teilreparaturen am Oberflächenbelag sind Kosten in der Wirtschaftlichkeitsberechnung aufgenommen worden. Als Einsparpotenziale werden der nördliche Stegweg (parallel zur Wegeerschließung) und Teilbereiche der Schilfstegwege ausgemacht.

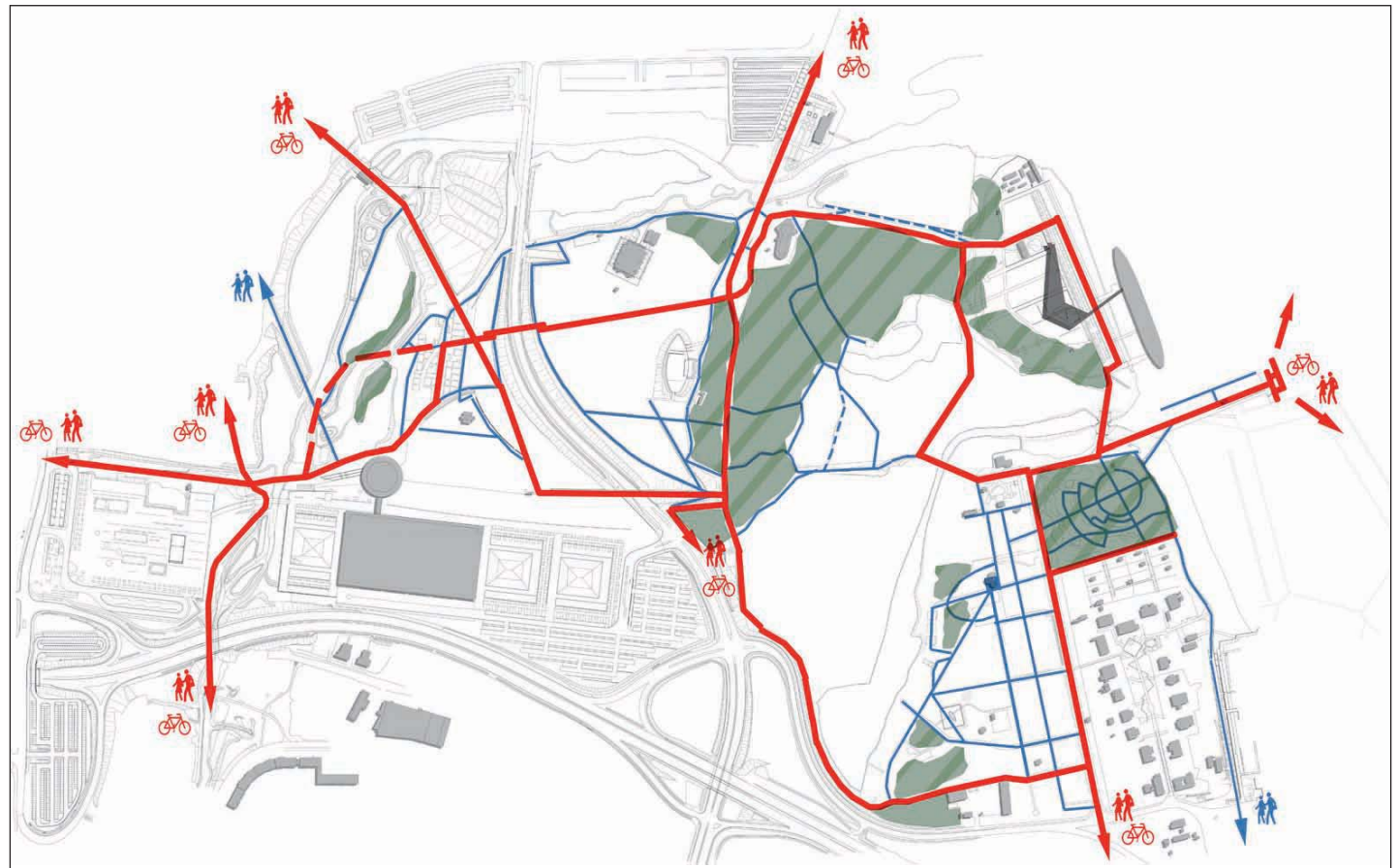


Abb. 118 Konzept Wegeführung im Park

Leitbilder zur Parknutzung

Die Konzeptdefinition, einen offenen Bürgerpark zu entwickeln, findet in dem deutlichen Zuspruch aus der Bürgerbefragung der Internetplattform klare Unterstützung. Im Anschluss sollen wesentliche Leitbilder der daraus resultierenden Parknutzung angesprochen werden, die ebenfalls bei der Bürgerbeteiligung starke Resonanz erkennen ließen.

Privatwirtschaftliche Nutzung im Park

Als Ergänzung und zusätzliche Attraktion des Bürgerparks sind neben den Erholungs-, Veranstaltungs-, Sport- und Spielflächen auch punktuelle privatwirtschaftlich definierte Nutzungen angedacht.

Dabei steht immer die Verträglichkeit mit dem Parkcharakter und dem angrenzenden Museumsgarten im Vordergrund. Die Realisierung dieser Zusatzangebote setzt klare vertragliche Vereinbarungen mit dem Ziel, Einnahmen zu erzielen oder zumindest laufende Kosten zu senken, voraus. Bei temporären oder regelmäßig angelegten Veranstaltungen sind Kooperationen und unterstützende Maßnahmen der IGA-Verwaltung zu prüfen. Beispielhaft sind folgende privatwirtschaftliche Nutzungen/Trägerschaften denkbar:

- Wasserskianlage (in Planung), Kiteanlage
- Veranstaltung Sandskulpturen, Beachevents
- Gastronomie im Museum/Park
- Urban Gardening über Vereine, Trägerschaften, Hochschulen oder Fachverbände
- Pflanzenverkauf
- Imkerstation
- Baumwipfelpfad oder Klettergarten
- Streichelzoo (mit Futterautomaten)

Als fremdbetriebenes Nutzungsbeispiel in einem städtischen, öffentlichen Park ist in Berlin-Jungfernheide der gut frequentierte Klettergarten zu nennen.

Hunde im Park

Die überwiegende Mehrheit der Bürgermeinung aus der Internetbefragung spricht sich für ein klares Hundeverbot im Park aus. Hauptargument dabei ist die ungestörte Möglichkeit der Wiesen- und Parknutzung ohne Einschränkung von freilaufenden Hunden und möglichen Exkrementen.

Die Erfahrung in öffentlichen Parkanlagen zeigt, dass trotz Leinenzwang, Hinweisschildern und Stellen von Hundetüten kein entsprechender Schutz vor den Auswirkungen der Hundennutzung erkennbar ist. In Anbetracht der Tatsache, dass auf dem Gelände des südlich angrenzenden Hundsburgparks ausreichend Auslauf für Hunde vorhanden ist, schließt sich der Konzeptverfasser der Bürgermeinung an und schlägt ein gänzlich Hundeverbot vor.

Fahrräder im Park

Das Warnowuferkonzept der Stadt Rostock sieht entlang der westlichen Warnowseite eine überregionale Radwegverbindung vor. Diese Verbindung soll auch durch den ehemaligen IGA Park verlaufen. Mit der Vorzugsvariante der Parkkonzeption ist diese Radwegverbindung durch den Park umsetzbar und wird als positiver Effekt der Besucherführung aufgenommen. Zum Schutz des fußläufigen Verkehrs gilt ein Radfahrgebot nur auf den Hauptwegen.

In der Reaktion auf die Internetbefragung wurden unterschiedliche Hinweise zur Radfahrradnutzung im Park festgestellt. Eine direkte Meinungsmehrheit in Pro oder Contra ist nicht feststellbar.

Veranstaltungen im Park

Der zugängliche Bürgerpark soll durch regelmäßige Veranstaltungen an verschiedenen Orten und in verschiedenen Dimensionen Belebung erfahren. Diese Veranstaltungsqualität stellt bereits heute eine Besonderheit unter Parkanlagen dar und wird durch die Etablierung eines Bürgerparks im Effekt verstärkt. Neben den Großveranstaltungen (Lichtklangnacht, Konzerte) gilt es, eine Vielzahl von wechselnden und regelmäßigen Events zu etablieren. Dabei sollen verschiedenste Zielgruppen angesprochen werden, die bei jedem Besuch Synergieträger für weitere Besucher sein können. Der Fokus des erweiterten Angebotes liegt auf der eigenständigen Organisation der Veranstalter zur Entlastung der IGA-Verwaltung und auf dem Bereich der neuen Museumsgärten.

Als Veranstaltungsbeispiele sind denkbar:

- Konzerte und Theatervorführungen an Großbühne
- Freiluftkino
- Feuerwerk
- Laientheater
- Kunstplattform für Amateure mit Fachkritik
- Sonderveranstaltungen (Lichtklangnacht, Skateparkevent, Pflanzenbasar, Imkervorträge etc.)
- Schiffsbaukurse und -präsentationen
- Kletter- und Skatekurse (Beschilderung Skaterrundkurs)
- Drachensteigen einschl. Selbstbauanleitungen
- Wassersportevents
- Nachtessen im Park, am Ufer
- Geocaching mit «Schatztruhen» der Schifffahrtsgeschichte
- Schatzsuche am Strand für Kinder
- Nachtminigolfturnier
- Wassertage, Umwelttage, Naturtage
- Obstbaumschnittkurse
- Blütenfeste
- Präsentation Schokoladenproduktion in Kooperation mit der Schokoladerie de Prie
- Discgolf im Bereich Freilichtwiese
- Freiluftjoga etc.

Öffnungszeiten/Schließzeiten

Mit der Schließung der Parkanlage über Nacht können mögliche Vandalismusschäden minimiert oder vermieden werden. Die entsprechenden Öffnungszeiten sind den Jahreszeiten anzupassen und sollten sich den Belangen der Anwohner, Besucher und regelmäßigen Parkdurchquerer (z. B. Schüler, Pendler) orientieren. Bei Sonderveranstaltungen, beispielsweise der Lichtklangnacht, gelten Sonderöffnungszeiten.

Als grundsätzliche Öffnungszeiten werden vorgeschlagen:

- Sommermonate: 6:30 Uhr bis 22:00 Uhr
- Wintermonate: 7:00 Uhr bis 17:00 Uhr

Im Rahmen der Öffnungszeiten im Winter sind die vorhandenen Beleuchtungsanlagen abschließend zu bewerten und gegebenenfalls zu ergänzen.

Parkwächter

Als weitere Maßnahme zur Vorbeugung von Vandalismus nach Öffnung der Parkanlage und zur Einhaltung der Parkverordnung sollen Parkwächter eingesetzt werden. Diese täglich regelmäßig durchgeführte Parkbestreifung wird aus dem anteiligen Personalkostenrahmen definiert und sollte mit Kontrollbegehungen, internen Pflegegängen etc. kombiniert werden.

Ziel ist in erster Linie, durch erkennbare Präsenz eine soziale Kontrolle zu initiieren und für Fragen und Anregungen der Parkbesucher zur Verfügung zu stehen. Die Bestreifungsfrequenz ist bedarfsabhängig und sollte zu Beginn eine drei- bis fünfmalige Begehung durch den Park umfassen.

Baustein Kunst in Rostock

Kunstwerke im Park haben zur Gartenschauzeit eine große Rolle gespielt. Einzelne Kunstwerke sind im Park ohne weiteren Kontext noch vorhanden.⁴⁵ Im Rahmen der Entwicklungskonzeption werden zwei Umgangsformen mit der verbliebenen Kunst im Park vorgeschlagen, die im Rahmen eines überörtlichen Kunstkonzeptes näher untersucht werden müssten.

Dezentrale Kunstausrichtung

Die verbliebene Kunst im Park wird als ein Baustein im Gesamtkontext des Rostocker Stadtgebietes gesehen. Eine ganzheitliche Kunstdefinition definiert eine Kunstmeile unter Einbezug der vorhandenen und künftigen Kunststandorte durch das Stadtgebiet, welche im Park eine Station aufweist. Nutzer der Kunstmeile würden somit als weitere Zielgruppe mit Synergieoption eines Museumsbesuchs erreicht.

Zentrale Kunstausrichtung im Park

Die vorhandenen Kunstobjekte werden als «Kunst im Park» gebündelt und über ein noch näher zu definierendes Gesamthema ergänzt. Hierfür könnten Flächen nördlich der Messe zur Ausstellung der Objekte, Kunsterstellung unter Anleitung oder Ausstellung von Laienkunst (mit fachlicher Kritik an Aktionstagen), Kunstlesungen etc. etabliert werden.

⁴⁵ Vgl. auch: Abb. 3 Kunst im Park, S. 8

Umweltbildung im Park

Das vorhandene naturräumliche Potenzial des Parks soll auch nach Öffnung für die Nutzer im Vordergrund stehen bleiben können. Durch den Erhalt der Wege im Niederungsteil des Parks bleiben diese Qualitäten erlebbar und sollten künftig durch umweltbildende Maßnahmen (Schulführungen, Vogelbeobachtung) wie bisher greifbar bleiben.

7.2 Museumsgarten Rostock

Zielstellung der Entwicklung

In Umsetzung der Konzeptzielstellung, einen frei zugänglichen Bürgerpark und einen eintrittspflichtigen Teilbereich mit musealem Schwerpunkt zu generieren, entsteht ein im Arbeitstitel bezeichneter Museumsgarten. Dieses Areal nimmt die Konzeptvorgabe zum Erhalt des Traditionsschiffes am Standort und den vorgesehenen Museumsneubau auf und legt diesem eine hochwertig gestaltete Freifläche zugrunde. Es gilt dabei, die Attraktivität der gesamt-musealen Darstellung im Freiraum weiterzuführen und zu ergänzen, um eine Eintrittspflicht des Areals zu rechtfertigen.

Zusammenfassung der Zielstellung:

- Integration des Traditionsschiffes und Museumsneubaus als gesamt-museale Attraktion
- Herausarbeitung der örtlichen Besonderheit
- Aufnahme und Stärkung der vorhandenen Potenziale im Freiraum
- Aufnahme und Stärkung der musealen Inhalte
- Herausarbeitung des Areals als Alleinstellungsmerkmal
- Steigerung der Gesamtqualität des umzäunten Areals zur Rechtfertigung einer Eintrittspflicht

Grüngürtel – Parkübergang

Im westlichen Bereich bleibt die landschaftliche Qualität des Naturraumes erhalten und wird durch Verlängerung der linearen Wege aus den abgesenkten Gartenflächen erlebbar gemacht.

Entlang der extensiven Wege präsentieren sich ehemalige Frachtcontainer als Symbol für Seefahrt und Seehandel. Diese Container werden im Gehölzsaum zu Aussichtsplattformen und ausgelagerten, versteckten Ausstellungsboxen, die in enger Kopplung des Neubaus museale Themen aufnehmen. Innerhalb der Container können ergänzende Wechselausstellungen durchgeführt werden.

Denkbar sind beispielsweise Dokumentationen zum weltweiten Frachtwesen über Containerschiffe oder die Nachzeichnung der Frachtwege des Traditionsschiffes.

Die Aussichtsplattform ist dabei zusätzlich ein Blickturm in den Landschaftsraum. Ein Weg durch den Grüngürtel von Süd nach Nord ermöglicht eine Umrundung des eingezäunten Areals.



Abb. 119 Container in Baumkronen

Kaianlage – Historische Bootswerft

Prägende Elemente der Kaianlage sind das vorliegende Traditionsschiff und der Museumsneubau. Der Kai, die Stufenanlagen und Senkgärten bilden die architektonische Antwort auf den landschaftlichen Grüngürtel im direkten Gegenüber. Sämtliche Inhalte bleiben erhalten. Beschädigte Bodenbeläge werden erneuert. Die bestehende Baumallee wird zugunsten des Neubaus unterbrochen und in Randbereichen ergänzt.

Die gesamte Kaianlage einschließlich des nördlichen Vorplatzes oberhalb der historischen Bootswerft sind als multifunktionale Bewegungsfläche angedacht. Hier finden alle räumlichen Erschließungen, Veranstaltungen und Events statt.

Die tieferliegende historische Bootswerft ist in ihrer Erschließung aufzuwerten und räumlich in das Gesamtareal einzubeziehen. Dies soll vor allem über wiederkehrende Aktionen und Veranstaltungen im Kontext der historischen Präsenz umgesetzt werden. Zur Verbesserung der Funktionalität der Bootswerft ist eine Slipanlage unabdingbar.

Senkbereiche

Die abgesenkten Flächen neben dem Kai werden als Gestaltungselemente aufgegriffen und thematisch neu belegt. Dabei bleibt die räumliche Struktur weitgehend erhalten und durch ergänzende Wegestrukturen mit dem Vorplatz der historischen Bootswerft und der Werft selbst verbunden. Das hier befindliche Teilstück des Seezeichens sollte außerhalb der Umzäunung versetzt werden, um eine Nutzung ohne Eintrittspflicht zu ermöglichen.

Die Senkbereiche sind intensive Zonen, die eine wesentliche Erhöhung der Attraktivität und Alleinstellung des Areals darstellen und die Eintrittspflicht durch ein hohes Qualitätsmaß rechtfertigen.

Senkbereich Spiel

Direkt neben der Cafétterasse des Museumsneubaus entsteht ein Themenspielbereich für Kinder bis 14 Jahre. Unter dem Motto Seefahrtsspiele baden und waten Kinder in Bällebecken und klettern an Seilen und Wanten Schiffsmasten bis an die Unterseite des Museums empor. Krähenester, Mastenlabyrinth und hohe Uferpflanzen an Spielinseln ermöglichen vielfältiges Verstecken und Entdecken.

Durch die Installationsmöglichkeiten von Spielelementen an der Unterseite des Gebäudes wird auch die vertikale Ebene bespielt.



Abb. 120 Senkbereich Spiel



Abb. 121 Senkbereich Spieltaue



Abb. 122 Senkbereich Wasserwellenanlage

Senkbereich Wasser

Die größte Senke wird mit Wasser gefüllt und durch einen Weg aus Glaswänden durchschnitten. Im südlichen Wasserbecken kann man die Unterwasserwelt der Ostsee beobachten (Flora/Fauna). Wracks, Schatzkisten und Anker, die vom Museumsgebäude herabhängen, schaffen ein belebtes Bild. Mit Wasser gefüllte Glassäulen, die bis in das Gebäude reichen, machen dieses Thema auch im Museum erlebbar.

Im nördlichen Wasserbecken wird ein Wellenkanal eingebaut. Man kann durch die Glaswand den Aufbau und Lauf der Welle verfolgen und am auslaufenden Strand die Kraft an den eigenen Füßen spüren. Wellenbrecher und ein Wrack sorgen für eine authentische Stimmung. Interaktive Angebote präsentieren die Kraft und Faszination des Wassers für alle Altersgruppen.

Durch gezielte Beleuchtung wird dieser Wassergarten auch bei Dunkelheit zu einer außergewöhnlichen Attraktion.



Abb. 123 Strandgutpräsentation

Senkbereich Kelpwald

Der ehemalige Hollandgarten behält seine innere räumliche Ordnung und wird gezielt mit exotischen Pflanzen ergänzt. Die Pflanzenauswahl bezieht ihre Vielfalt aus Ostasien, Indonesien, Afrika, Indien und Lateinamerika, die vom Traditionsschiff Dresden bis 1969 im Liniendienst angefahren wurden.

Die auffällige Metallkonstruktion wird zu einem stilisierten Kelpwald umgebaut. Die Decke der Konstruktion wird mit einem transluzenten, reflektierenden aber wasserdurchlässigen Material überspannt. Damit wird der Blick auf eine Wasseroberfläche von unten, wie bei einem Tauchgang, simuliert. Künstliche Wasserpflanzen in großer Zahl und Vielfalt, Nebel-, Klang- und Lichtinstallationen vermitteln den Besuchern den «Gang» durch einen Kelpwald, der üblicherweise sonst nur Tauchern vorbehalten ist.



Abb. 124 Stahlkonstruktion ehemaliger Hollandgarten

Verbindung von Museum und Garten

Sämtliche Freiflächen im eintrittspflichtigen Areal werden als thematische Ergänzung und Unterstützung der musealen Präsentation des Traditionsschiffes und des Museumsneubaus gesehen. Dies findet sich auch in der Namensfindung und der gemeinsamen Verwaltung und Ausstellungsplanung wieder.

Räumlich konzeptionell wird diese Verbindung durch die Gebäudestellung ausgedrückt. Der Neubau schwebt über intensiv gestalteten Senkgärten und vielseitige Elemente verbinden sich miteinander. Der haptische Bodenkontakt des Neubaus findet seinen Anfang, sein Ende und seinen Übergang zum Schiff auf der Kaianlage.

Einzelelemente wie die Frachtcontainer im Grüngürtel fungieren als Symbol für Seefahrt und Seehandel und bewirken eine zusätzliche Verknüpfung zum Schiff.

Thematisch bauen die Wechselausstellungen, Museumspräsentationen und Veranstaltungen eine enge Bindung zwischen Freiraum und Museumsbauwerken auf. Der Freiraum mit seinen definierten Inhalten und seinen multifunktionalen Flächen ermöglicht eine flexible museale, veranstaltungstechnische und pädagogische Präsentation.



Abb. 125 Senkbereich Kelpwald



Abb. 126 Luftbild Schiffsgarten

Veranstaltungen im Museumsgarten

Der Schwerpunkt der Veranstaltungen und Events im Museumsgarten richtet sich nach den musealen und historischen Gegebenheiten. Wie im Park sind künftige Vereinbarungen mit Veranstaltern möglichst ohne große Verwaltungsaufwendungen und Unterstützung, also möglichst über eigenständig agierende Betreiber anzustreben. Eine kombinierte Veranstaltungsplanung mit dem Museumsbetreiber ist dabei zwingend. Mit der Fremdorganisation soll die Variabilität der Veranstaltungsinhalte und Themen zusätzlich befördert werden.

Beispiele von Veranstaltungsthemen:

- Historienmärkte
- Historienevents zum Thema Schiffsbau, Seefahrt
- Wikingertreffen
- Freiluftvorträge mit Projektionsfläche am Schiff
- Tanz im Kelpwald bei Nacht
- Wassereperimente im Wellenbecken für Familien
- Fachvorträge und Freiluftdiskussionen
- Filmvorführungen (historische Aufnahmen)
- Audioboxen (Klangkulisse von Häfen ferner Länder oder Sturm auf offener See)
- Bildungsveranstaltungen zur Strömungslehre, Wasserkraft, Windkraft etc.
- Schiffsmodellbau leicht gemacht



Abb. 127 Entwicklungsmaßnahmen Schiffsgarten Rostock

Maßstab 1:2.500

7.3 Museum

Das Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock hat mit dem Großexponat Traditionsschiff Frieden und dem Neubau im IGA-Park attraktive Räumlichkeiten. Der Neubau formt mit seinem rund sechzig Meter hohen Aussichtsturm eine Landmarke zum Wasser und zum Land.



Abb. 128 Ansicht Neubau und Traditionsschiff vom Hafen

Zielstellung

Ziel der Untersuchung ist es, Raumbedürfnisse und konservatorische Bedingungen für die Exponate an die eines modernen Museumsbetriebes anzupassen. Die Anforderungen an Unterhaltung des Publikums sollen mit den Botschaften der Vermittlung von zusammengebracht und das Potenzial der Verbindung von Museum und Park als Standortvorteil genutzt werden. Zusätzlichen Raum bietet die Möglichkeit, die Sammlung des Museums ganzheitlich zur Geltung zu bringen und aktuelle Themen mit Breitenwirkung miteinzubeziehen. Das Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum soll ein Publikumsmagnet werden und international Beachtung finden. Rostock ist mit der Schifffahrt eng verbunden. Das zeigen u. a. Hanse Sail und Werften. Diese Werte der Schifffahrt und des Schiffbaus und die enge Bindung von Rostock dazu gilt es dem Publikum zu vermitteln und zugänglich machen.

Einzigartige Atmosphäre im Schiff stärken



Abb. 129 Motorraum Traditionsschiff

Raum für sach- und fachgerechte Lagerung, Sammlung, Forschung



Abb. 130 Magazin/Lager

Spannende Geschichten erzählen



Abb. 131 Fahnenlager

Ort für Spiel, Spaß und Inspiration



Abb. 132 Kinder & Spiel

Entwicklungskonzept für das Schifffahrtsmuseum

Das Traditionsschiff Frieden beeindruckt durch Größe, aber auch durch die Geschichte des Schiffes. Die einzigartige Atmosphäre des ehemaligen Handelsschiffes und des späteren Ausstellungsschiffes wird durch das Hervorheben von Originalsubstanz aus der Handelszeit und durch eine moderne zeitgemäße und unterhaltsame Ausstellung gestärkt. Konservatorisch heikle Objekte und Themen, die keine Verbindung zur Geschichte des Schiffes haben, können in einem Neubau unter idealen Bedingungen und mit geeigneten Inszenierungen gezeigt werden. Die Räume und die Atmosphäre des Schiffes werden wieder erlebbar, was die Authentizität des Schiffes steigert.

- In der Ausstellung auf dem Schiff und im Neubau lassen sich die Inhalte fehlender Exponate anhand spannender Geschichten erzählen. Originaldokumente und Zeitzeugen erzählen vom Leben auf dem Schiff und von Abenteuern auf den Reisen.
- Durch zusätzliche Räume lässt sich ein lebendiger Wechelausstellungsbetrieb unter guten betrieblichen und räumlichen Bedingungen ermöglichen. Dies schafft einen direkteren Interaktion mit dem Publikum wie auch einen direkteren Austausch von Ausstellungen mit anderen verwandten Institutionen. Die Sammlungen erhalten mehr

Platz in klimatisch besseren Ausstellungs- und Lager- räumen. Der Wechselausstellungsraum im Neubau wird leichter zu bespielen sein. Die Bedingungen der konservatorischen Anforderungen erleichtern den Austausch mit anderen Museen. Dies stärkt die Möglichkeiten für die Forschung, die Themen als Wechselausstellungen und Wanderausstellungen einfacher umsetzen kann.

c. Das Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum wird durch Attraktionen und thematische Hotspots im Außenbereich mit dem Wasser und dem Park verzahnt. Museum und Cafeteria in Verbindung mit dem außen liegenden Spielplatz schaffen einen Treffpunkt, der auch für das unmittelbare Umfeld eine Bereicherung bildet. Museum und Umgebung formen einen Treffpunkt und Ort für Spiel, Spaß und Inspiration.

Gebäude als Landmark

Schiff und Museumsneubau bilden ein Ensemble, das sich mit dem Wasser und dem Land verzahnt. Um das Museum auch von Wasser und vom Messegelände aus sichtbar zu machen, braucht es ein architektonisches Zeichen, das den öffentlichen Charakter ablesbar macht. Der Neubau wird mit einem rund 60 Meter hohen Aussichtsturm markiert. Dieser Aussichtsturm ist für die weitere Umgebung und die Kursschiffe ein Wahrzeichen, das aus der Landschaft herausragt – ein Aussichts- und Leuchtturm für das Schifffahrtsmuseum, der Park und Stadt mit dem Meer verknüpft. Der Blick von oben reicht über die Werften, zur Altstadt von Rostock und bis zum Meer.



Abb. 133 Karte Warnemünde-Museum-Altstadt

Verzahnung mit Umgebung und Park

Turm: Der Aussichtsturm ist eine transparente, 60 Meter hohe begehbare Konstruktion, die von weitem sichtbar ist und Weitsicht erlaubt. Auf dem Aufstieg könnten zum Beispiel Schiffsglocken zu einem Klangteppich installiert werden.

Senkgärten: Das Gebäude erhebt sich über die Senkgärten. Der Raum darunter ist durchlässig und verbindet das Schiff mit dem dahinter liegenden Park und den thematisch bespielten Containern.

Aussichtsturm: Der Aussichtsturm bietet Weitblick in Richtung Meer, Altstadt, Hafen und Werften. Als Landmarke markiert er den Standort von Schifffahrtsmuseum und Park im urbanen Gefüge von Rostock.



Abb. 134 Weitblick in Richtung Meer



Abb. 135 Blick zum Hafen



Abb. 136 Blick zum Hafen mit 24-Stunden-Geräuschkulisse



Abb. 137 Blick in Richtung Altstadt



Abb. 138 Lageplan

Rundgang

Eingang und Restaurant: Der Eingang im Erdgeschoss liegt zwischen dem Schiff und dem Museum. Die Gastronomie befindet sich gut sichtbar im südlichen Gebäudeteil und hat eine Außenterrasse auf gleichem Niveau. Ein maritim inspirierter Kinderspielplatz liegt in unmittelbarer Nähe zu den Außensitzplätzen der Gastronomie.

Zugang zum Schiff: Der Zugang zum Traditionsschiff Frieden führt über den Besucherrundgang des Neubaus. Ein direkter Zugang vom Außenraum ermöglicht es, auf dem Schiff Veranstaltungen – unabhängig von den Öffnungszeiten des Museums – zu organisieren.

Besuchführung: Die Besucher betreten das Gebäude ebenerdig. Das obere Geschoss mit Wechsel- und Dauerexposition ist mit Treppe und Lift behindertengerecht erreichbar. Höhepunkt des Rundgangs ist das Traditionsschiff.

Neben den Ausstellungsräumen werden im Traditionsschiff Bereiche für die Museumspädagogik, die Bibliothek mit einem Arbeitsraum, Büroräume, Sozialräume sowie Personaltoiletten vorgesehen.



Abb. 139 Ansicht Neubau und Traditionsschiff vom Hafen

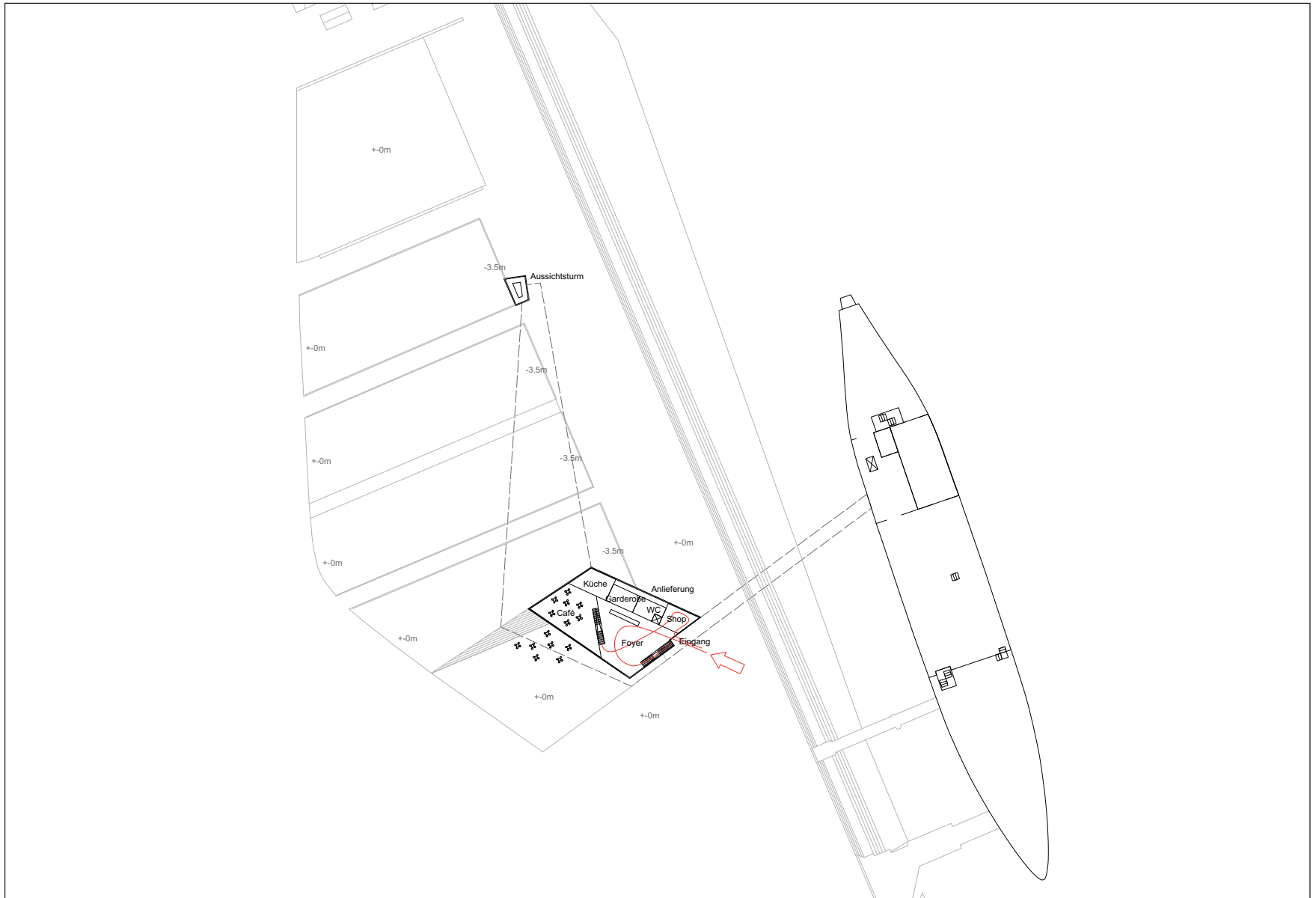


Abb. 140 Grundriss Neubau EG

Maßstab 1:1.000

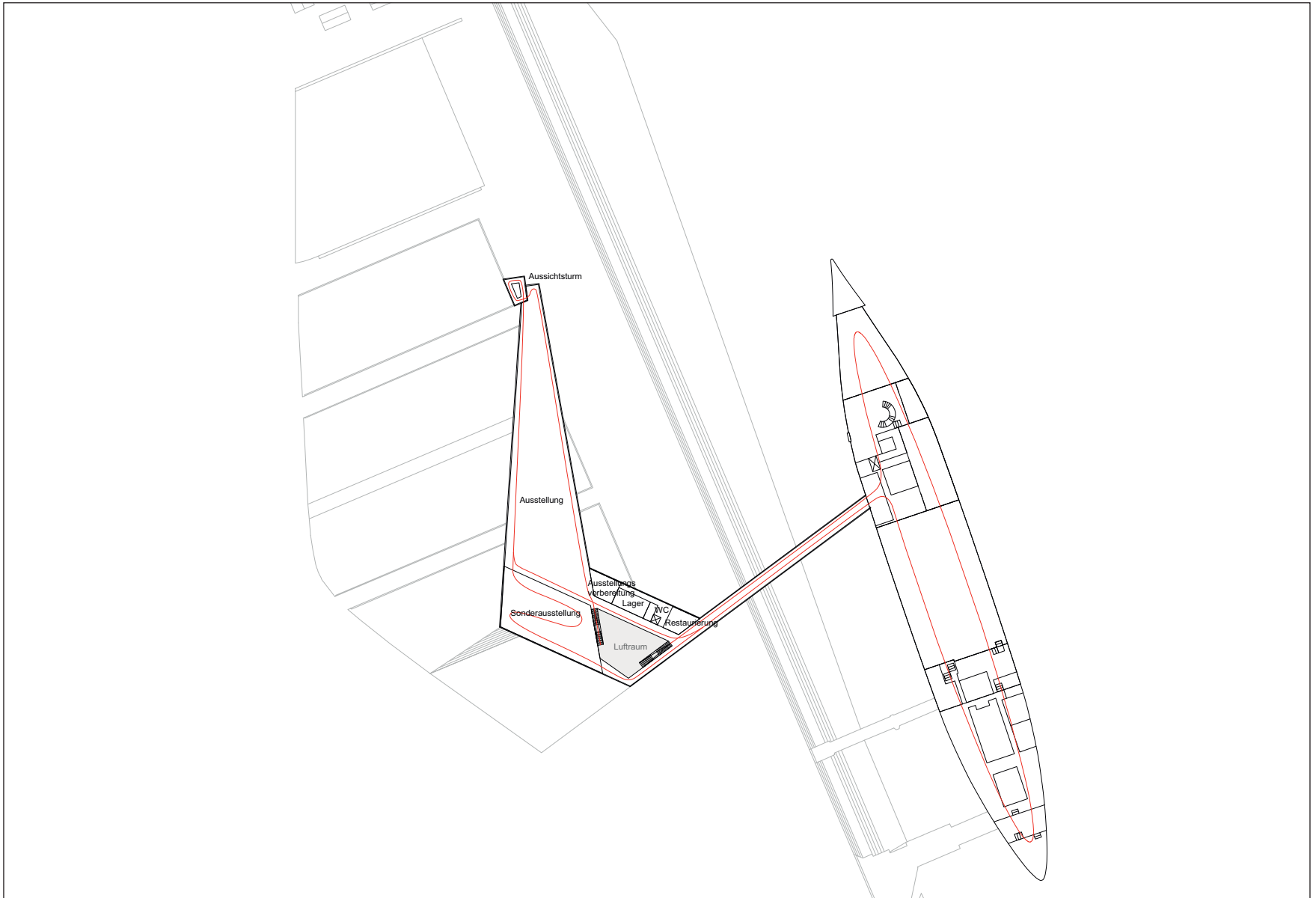


Abb. 141 Grundriss Neubau 1.OG

Maßstab 1:1.000

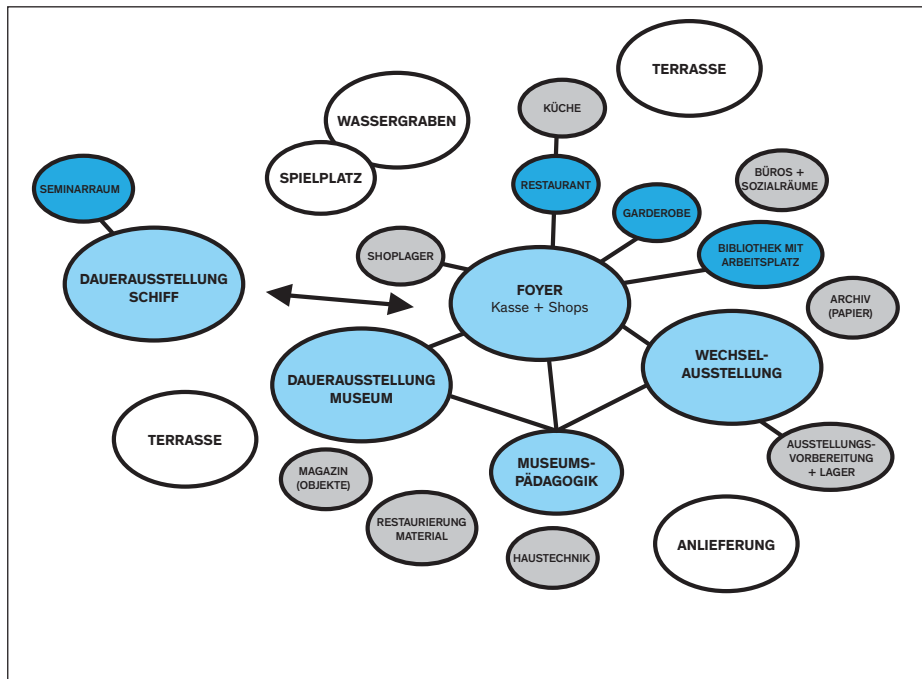


Abb. 142 Funktionsdiagramm

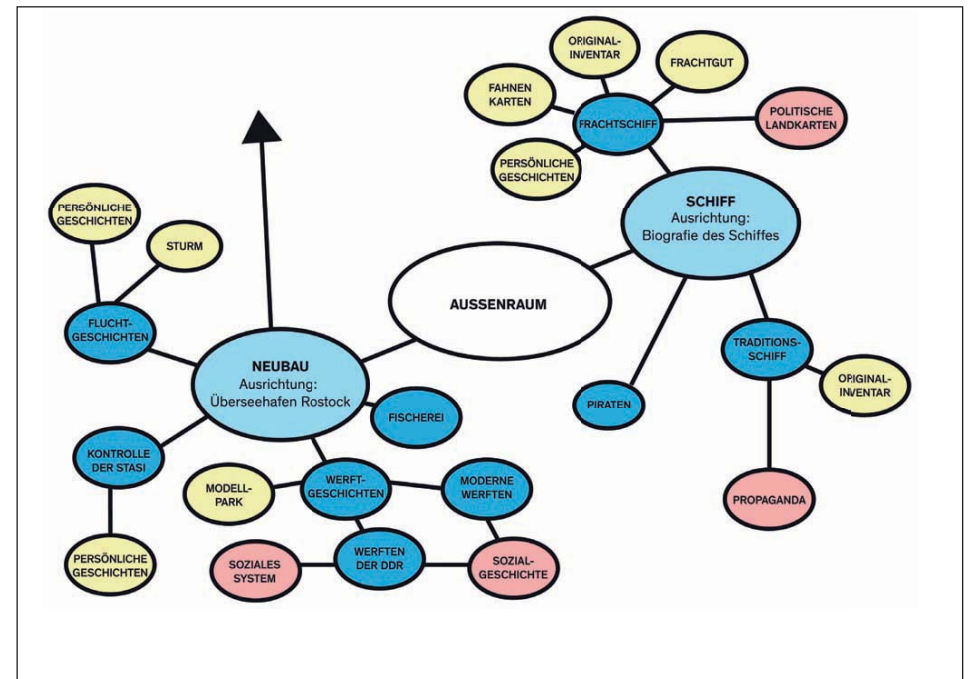


Abb. 143 Diagramm Thematische Ausrichtung

Die thematische Ausrichtung

Neubau: Die Themen im Neubau fokussieren sich auf den Überseehafen Rostock in all seinen Facetten. Der Hafen – sowohl ein Tor zur Welt als auch ein Ort der kompletten Überwachung – verbindet auf einzigartige Weise die Sozial- und Wirtschaftsgeschichte Rostocks im letzten Jahrhundert. Als stark aufgeladener Symbolort verknüpft der Hafen auf ganz unterschiedliche Weise die Schicksale der Besucherinnen und Besucher aus Ost und West.

Im Neubau werden die Themen, die sich direkt oder indirekt mit der Biografie des Traditionsschiffes verbinden, kontextualisiert und reflektiert. Die historischen, gesellschaftlichen und sozialen Zusammenhänge in der Schifffahrt und im Schiffbau in Rostock zu DDR Zeiten werden aufgezeigt, ohne sie zu werten. Beispielhafte Themen sind u. a. der Überseehafen Rostock, Werftgeschichte und der Schiffsbau. Ein besonderes Highlight bildet die einzigartige Sammlung von Schiffsmoellen aus der Zeit der DDR.

Einzelne spielerische und interaktive Stationen – die Wunschvorstellung wäre eine Sturmsimulation oder ein Schiffssimulator – runden den Besuch ab.



Abb. 144 Überseehafen Rostock



Abb. 145 Werftgeschichte



Abb. 146 Schiffsbau in der DDR

Raumprogramm Neubau

Ausstellungsflächen	1.000 m ²
Sonderausstellung	400 m ²
Museumshop, Kasse, Foyer (inkl. Shoplager)	250 m ²
Ausstellungsvorbereitung	40 m ²
Lagerraum	40 m ²
Toiletten	30 m ²
Garderobe	33 m ²
Restaurant inkl Küche	210 m ²
(Aussenbereich Restaurant 200 m ²)	
Restaurierungsraum inkl Materiallager	34 m ²
Haustechnik UG	200 m ²
Lift	

Reine Nutzflächen ohne Erschliessung	2637 m²
BGF Neubau (= NF * 1,25)	3300 m²

Raumprogramm Traditionsschiff

Ausstellungsflächen	2000 m ²
Museumpädagogik (2x 50 m ²)	180 m ²
Bibliothek mit Arbeitsraum	250 m ²
Büroräume (6 x 15 EB, 1 x 25 DB, 1 x 25 SZ)	230 m ²
Personaltoilette	25 m ²
Sozialräume (Teeküche etc.)	90 m ²

Reine Nutzflächen ohne Erschliessung	2775 m²
---	---------------------------

Traditionsschiff: Das Traditionsschiff in seiner Rolle als technisches Denkmal ist selbst das wichtigste Exponat. Aufgrund seiner Geschichte ist es ein einzigartiges Zeitdokument, mit dem sich politische Geschichte, persönliche Geschichten und Industriegeschichte erzählen lassen. Das Schiff wird so weit wie möglich in den Originalzustand zurückgesetzt und ausgleichet, um die einzigartige Atmosphäre zu stärken. Dabei werden insbesondere zwei Abschnitte in der Biografie fokussiert: die Zeit als Frachtschiff und die Zeit als Traditionsschiff.

Die Geschichte des Schiffes wird zum Anlass genommen, Reise- und Handelsrouten, Gütertausch und Erlebnisse auf den Reisen erlebnisnah zu inszenieren.

Persönliche Geschichten dahinter werden punktuell thematisiert. In Interviews wird der Alltag an Bord erlebnisreich und über Personen direkt und glaubwürdig vermittelt.

Die atmosphärischen Räume im Schiff und die Art der Inszenierung lassen die Besucher emotional in die Themen eintauchen.

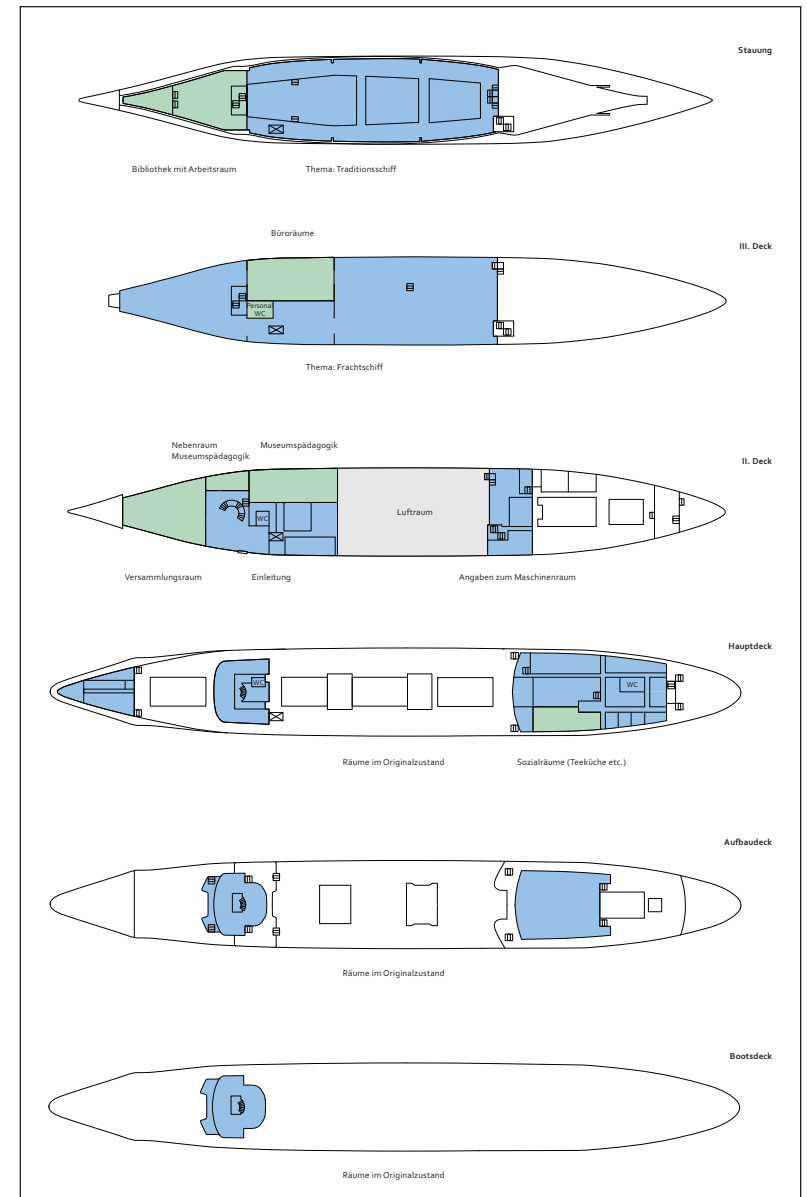


Abb. 147 Schematische Grundrisse Traditionsschiff

Highlights



Abb. 148 Weltkarte



Abb. 150 Blick in die Brücke



Abb. 153 Schnittmodell eines Schiffs



Abb. 149 Biografie des Schiffes: Handelsgüter



Abb. 151 Blick ins Originalschiff



Abb. 154 Schiffsmodell



Abb. 152 Beispiel für Handelswege (Referenz: UNH, HK(A))



Abb. 155 Schiffsmodell



Abb. 156 Ansicht Neubau und Traditionsschiff vom Neptunsteg

Umsetzung

Umbaumaßnahmen Schiff: Im Inneren soll das Schiff in seinem Zustand als Handelsschiff von 1958 bis 1969 erlebbar sein. Vorhandene Originalsubstanz aus dieser Zeit wird nicht verändert. Spätere unqualifizierte Einbauten werden entfernt und die Räume nötigenfalls gestrichen. Allerdings wird auch ein Teil des Schiffes die Zeit des Traditionsschiffes nach 1970 aufzeigen. Räume und Einbauten, die diese Zeit exemplarisch darstellen, werden erhalten oder im Ausstellungsraum sogar in Teilbereichen exemplarisch rekonstruiert. Die zwei Zustände werden je nach Qualität der Einbauten und Art der Räume situativ gezeigt und für den Besucher nachvollziehbar vermittelt.

Neue Einbauten werden in Kontrast zur Schiffsarchitektur eigenständig und kraftvoll gestaltet, sie sollten aber nie eine geschichtliche Authentizität suggerieren. Einige Räume werden gedämmt, um einen angenehmeren und ökologischeren Ganzjahresbetrieb zu ermöglichen oder den kuratorischen Anforderungen an die Exponate gerecht zu werden.

Neubau: Analog zum Schiffsbau wird eine Stahlkonstruktion vorgeschlagen mit einer metallischen Fassade. Eine Zusammenarbeit mit Werften könnte sich dafür anbieten.

Ausstellung: Die Neustrukturierung der Ausstellungen im Neubau und Schiff erfordern ein Gesamtkonzept, das eine hohe Flexibilität in der zeitlichen Umsetzung in Etappen ermöglicht. Die zwei Dauerausstellungen im Schiff können

zeitlich verschoben eingebaut werden, was den Vorteil hat, dass für die Neugestaltung immer ein Ausstellungs geschoss im Schiff geöffnet bleibt. Zudem lässt sich die inhaltliche Aufarbeitung der Themen über einen längeren Zeitraum und damit solider aufteilen. Die Eröffnung in Etappen ermöglicht mehrere publikumsträchtige Anlässe mit entsprechender medialer Präsenz.

Neue Themen der Dauer- und die Wechselausstellung, die bisher nicht oder marginal gezeigt werden konnten, werden im Neubau untergebracht. Der neu gewonnene Platz ermöglicht auch, weite Teile der Sammlung, die in Depots lagern, angemessen zu präsentieren.



Abb. 157 Luftbild

7.4. Marketing

Das Marketing für den Schiffsgarten Rostock sorgt dafür, dass die neue Attraktion ihren Platz in der touristischen Infrastruktur der Region findet und die angestrebten Besucherzahlen erlangt. Dieser Abschnitt beschäftigt sich mit der Kommunikation, mit den Ansätzen für eine Marketingstrategie inkl. der Preisgestaltung und schließlich mit den Möglichkeiten für Kooperationsmaßnahmen und Sponsoring zur Generierung weiterer Einnahmen.

Vorbemerkung

Eine Marketingstrategie für ein Produkt, einen Standort oder eine Veranstaltung ist in der konkreten Planung abhängig von verschiedenen Faktoren, wie Produktions- und Druckkosten, Anzeigenpreisen oder Schedulingzeiten. Und vor allem von einem fest definierten Produkt, das beworben und vermarktet werden soll.

Im Falle der Neukonzeptionierung des IGA Parks ist davon auszugehen, dass die Umsetzung der beschriebenen Entwicklung eine gewisse Zeit in Anspruch nehmen wird. Ein Museumsneubau erfordert lange Vorläufe und Bauphasen und die Neustrukturierung der Parkinhalte wird gleichfalls einige Zeit in Anspruch nehmen.

Weiterhin wird auch erst mit der Beauftragung erster baulicher und gärtnerischer Maßnahmen ein greifbares, reales Konzept vorliegen. Wie also beispielsweise die Deckgestaltung auf dem Traditionsschiff nach der Neugestaltung sich präsentiert, ist mit diesem Konzept zu erahnen, aber noch nicht konkret zu sehen.

Die nachfolgend vorgestellten Ideen, Namen, Marken und Gedanken zur Marketingstrategie sind daher als Vorschlag zu verstehen, der zum dargestellten Entwicklungskonzept passt. Wie der Name impliziert, ist ein Konzept noch keine konkrete Planung, und ebenso wie Park und Museum müssen auch Marketing, Kommunikation und Wort-Bild-Marke nach Verabschiedung des Konzepts ins Leben gerufen werden. Dann erfolgt die Ausarbeitung eines Corporate Designs, das dann mit dem konkreten Aussehen des Schiffsgartens in eine Marketingstrategie überführt werden kann.

Das Ergebnis des Entwicklungskonzeptes ist eine ganzheitliche Lösung, die touristischen, wirtschaftlichen und praktischen Aspekten gerecht wird und die Aufgaben des Schiffbau- und Schiffahrtsmuseums aufgreift und fortführt. Sollte die Realisierung nicht in einer einzigen Planungs- und Bauphase stattfinden können, ist auch das Marketing an die

Umsetzungsrealitäten anzupassen. Kommunikation und Marketing in möglichen Umsetzungsetappen werden zwar Aufgaben erfüllen müssen, wie z. B. für den fertiggestellten Schiffsgarten Rostock – aber auch andere Inhalte abdecken müssen. Dabei ist zum Beispiel an Baustellenmarketing ebenso zu denken wie an die unterschiedlichen Inhalte der Kommunikationskampagnen.

Für das komplett umgesetzte Konzept schließt sich dann eine Maßnahmenplanung an. Aus den genannten Gründen wird auch dargestellt, welche Marketingansätze in den ersten Etappen relevant sein können, und wie eine Maßnahmenplanung dazu aussehen sollte.

Der folgende Abschnitt beginnt mit einigen Überlegungen zur kommunikativen Begleitung der Umsetzungsphase. Die Ausführungen zum Alleinstellungsmerkmal und der Entwicklung einer Wort-Bild-Marke basieren dann auf der Annahme, dass die Parkentwicklung abgeschlossen und der Schiffsgarten Rostock wie ausgeführt entstanden ist.

Kommunikation

Basis für eine sinnvolle Preisgestaltung und ein zielgerichtetes Marketing ist die Schaffung kommunikativer Grundlagen, die Beantwortung der Frage: Wie soll sich der IGA Park zukünftig präsentieren, wie soll die Geschichte des Parks erzählt werden?

Zunächst wird das Alleinstellungsmerkmal aus der Neugestaltung herausgearbeitet. Die Ausführungen dazu beziehen sich auf die Annahme, dass das Entwicklungskonzept umgesetzt worden ist.

Neugestaltung und Alleinstellungsmerkmal

Die Ausrichtung und das Inventar des Schiffahrtsmuseums gestalten keine «Kreation aus dem Nichts» für das Museum, wie es etwa beim Ozeaneum geschehen konnte, wo Inhalt und Museum gemeinsam geplant werden konnten. Beim vorhandenen Museum ist nach der Analyse große Exponatsvielfalt zu konstatieren, so dass eine inhaltliche Einengung der Ausstellung nicht möglich ist. Ein Alleinstellungsmerkmal ist aus dem Thema des Museums heraus daher kaum zu erarbeiten. Die Lösung liegt in der bereits beschriebenen Neugestaltung von Park und Museum im Zusammenhang.

Die Kombination aus der Dauerausstellungsfläche auf dem Traditionsschiff, den festen und Sonderausstellungen im Museumsneubau und der Herausführung der Ausstellungs-themen in den Garten hinein, der zu diesem Zweck die beschriebenen Aufwertungen erfahren wird, ist das Alleinstellungsmerkmal der Neugestaltung. Ein Museum mit Garten, der thematisch Teil des Museumskonzepts und gleichzeitig eine Attraktion für sich wird, ist in dieser Form einzigartig.

Identität

Die neue Attraktion muss verschiedene Aspekte in der Kommunikation berücksichtigen und daher einen Namen erhalten, der schnell, direkt und einfach wirksam werden kann.

Es muss Folgendes transportiert werden:

- Es gibt ein Museum zu entdecken.
- Es gibt einen Park/Garten zu besuchen.
- Die Attraktion liegt in Rostock.

Der IGA Park arbeitet bereits mit verschiedenen Teilen dieser Aspekte, ohne sie jedoch in einem passenden Namen oder einem geeigneten Symbol zu vereinen. Die Existenz der beiden verschiedenen Logos verdeutlicht, dass Park und Museum gegenwärtig keine kommunikative Einheit bilden.

Um eine Identität zu schaffen, die klar beschreibbar in eine Kommunikations- und Marketingstrategie übernommen werden kann, müssen die drei Aspekte vereint und in geeignete Bild- und Schriftformen gebracht werden.

Inhalte und Symbole – die Namensgebung

Aufgrund der großen Präsenz in jüngerer Zeit entstandener Museen mit einer Namensgebung, die auf «-eum» endet, einerseits, und aufgrund der Tatsache, dass die Ausstellungs-inhalte in diesem Fall nicht in einem einzelnen Wort zusammenzufassen sind, ist es hier nicht angebracht, ein weiteres «-eum» zu schaffen. Die inhaltliche Vielfalt des Museums ist aber gleichzeitig auch für eine andere Namensgebung eine Schwierigkeit. Hinzu kommt der Museumsgarten als Alleinstellungsmerkmal.

Beide Punkte sprechen dafür, sich bei der Namensgebung nicht auf die Inhalte des Museums zu konzentrieren, sondern einen Überbegriff zu schaffen, der die Besonderheit des Ortes in aller Deutlichkeit bezeichnet, ihn geografisch definiert und Ansätze dazu bietet, die Kommunikation um ihn herum aufzubauen:

«Schiffsgarten Rostock»

Dieser Name schafft Außergewöhnliches, denn die Reaktionsfolge des Betrachters/Lesers ist wie folgt:

- 1. Geografie: Verortung
- 2. Überraschung
- 3. Neugier

Ist dieser Effekt erreicht, gilt es, entweder über das Hauptlogo der Attraktion in Kombination mit geeigneten Kommunikationsmitteln weitere Information zu verleihen, oder aber über die Ergänzung einer Unterzeile die Wahrnehmung fortzuführen:

«Schiffsgarten Rostock Museum für Seefahrt»

Hier wird die Teilattraktion «Museum» in den Fokus gestellt.

«Schiffsgarten Rostock Garten der Seefahrt»

Diese Subline betont die Besonderheit der Gartenergänzung.

Wort-Bild-Marke/Logo



Abb. 158 Logo

Die komplette Wort-Bild-Marke ergänzt die Wahrnehmungsumgebung um die Assoziationen, die beim Betrachten der Windrose ausgelöst werden.

- 1. Geografie: Verortung
- 2. Seefahrt, Schiffe
- 3. Überraschung
- 4. Neugier

Das fertige Logo kann einfach wiedererkannt werden, transportiert das Alleinstellungsmerkmal auf optimale Weise – einen Schiffsgarten kennt man noch nicht –, und verbindet das neue Ensemble sofort mit der Hansestadt Rostock.

Reaktionsrecherchen auf den Namen deuten darauf hin, dass das Wort «Schiffsgarten» nicht immer klare Assoziationen hervorruft – eine große Chance für die Marke und die Attraktion, denn sie haben dadurch die Möglichkeit, sich selbst in die Wahrnehmung einzubringen. Eine Marke, die ihre eigenen Assoziationen definieren kann, nutzt mit einem geeigneten Kommunikationskonzept ihre Möglichkeiten optimal aus.

Es ist wichtig, dass das zentrale Logo möglichst häufig verwendet wird, da es die Zusammengehörigkeit von Garten und Museum symbolisiert. «Schiffsgarten Rostock» wird so zu einer Marke, die für diese Gemeinsamkeit ebenso steht wie für den Ort selbst.

Dennoch wird es in manchen Fällen aufgrund der gestalterischen Besonderheit des Schiffsgartens Rostock erforderlich sein, in der Kommunikation Wege zu schaffen, die jeden Aspekt einzeln erzählbar machen. Daher wird für diesen Zweck eine zweite Ebene eingeführt, die in der Lage ist, die einzelnen Aspekte des Schiffsgartens Rostock zu kommunizieren.



Abb. 159 Logos mit Subtext

Die Dachmarke bleibt jeweils unverändert und symbolisiert die Einheit des Ortes, die gleichzeitig sein Alleinstellungsmerkmal ist. Dennoch werden etwa Sonderausstellungen thematisch beworben werden müssen, wofür die Submarke «Museum für Seefahrt» genutzt werden kann. Auf der anderen Seite ist es denkbar, dass eine Veranstaltung im Garten der Seefahrt stattfindet, die über die Subline entsprechend beworben werden kann.

Dabei wird bewusst in Kauf genommen, dass die Subline «Museum für Seefahrt» nicht alle inhaltlichen Aspekte des Museums abbilden kann. Das war auch beim «Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock» nicht der Fall. Es geht hier darum, eine inhaltliche Verbindung vor allem zum Ort zu schaffen: WO findet hier etwas statt, im Museum für Seefahrt oder im Garten der Seefahrt?

Ergänzend ist es wünschenswert, dass auch der von der Eintrittspflicht für den Schiffsgarten Rostock ausgenommene Bürgerpark sich unter dem neuen Namen präsentiert. Selbst wenn der neugestaltete größere Teil des ehemaligen IGA Parks nicht unmittelbar zum Schiffsgarten Rostock gehört, bringt die Nutzung des Namens einen Tandemeffekt in der Wahrnehmung: Erhöhte Nutzung des Begriffs und vermehrte Identifikation mit dem Begriff «Schiffsgarten» erhöhen die Chancen des Ensembles, möglichst rasch im öffentlichen Bewusstsein unter neuem Namen bekannt zu werden.

Ansätze einer Kommunikationsstrategie

Die Geografie des Ortes und der Inhalt des Museums definieren sich auch über das Thema «Aussichten» und «Einblicke». Beide Begriffe finden sich in der Landschaftsgestaltung und der Architektur wieder. Der Schiffsgarten Rostock wird durch den Turm des Neubaus eine Landmarke erhalten, die weithin sichtbar sein wird und Ausblicke ermöglicht: über den Hafen, über die Warnow und in den Park hinein. Im Garten der Seefahrt haben die Besucher die Möglichkeit, über neu gestaltete Pfade und erhöhte Plattformen gleichfalls ihre Sicht und ihre Blicke zu verändern. Die Sicht wird zur Einsicht, Blicke werden zu Einblicken. Sinneserfahrungen bringen den Besuchern die Museumsinhalte näher, erweitern aber auch direkt erfahrbar Horizonte.

Dies findet sich auch in der visuellen und sprachlichen Kommunikation wieder. Die Publikationen des Schiffsgartens sollten an der Bildauswahl und der Gestaltung erkennbar werden.

Bildsprache

Es ist anzustreben, die Besonderheiten von Ort und Entwicklungskonzept visuell einzufangen und für Publikationen und visuelle Kommunikationen zu verwenden. Zu denken ist an Aufnahmen von den neuen Attraktionen Garten und Museumsneubau mit Turm, aber auch an Aufnahmen des Traditionsschiffes, die unter diesem thematischen Aspekt neu entstehen. Dies ist auch erforderlich, um die neue Architektur von Museum und Park bekannt und vertraut zu machen.

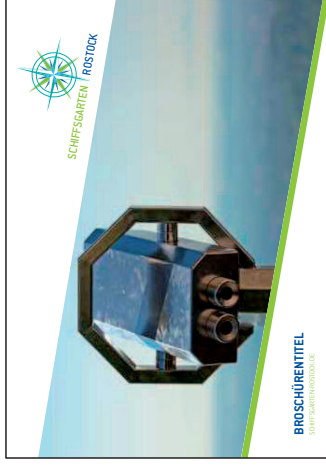


Abb. 160 a Broschürentitel



Abb. 160 b Broschüreninnenseite



Abb. 160 c Broschüreninnenseite



Abb. 161. Beispiel Flyer

Text

Mindestens für die Phase unmittelbar nach Fertigstellung der Entwicklungsmaßnahmen können die genannten Aspekte der Bildsprache auch in die Sprache des Schiffsgarten einbezogen. Ein Kanon aus Headlines kann zur Verfügung gestellt werden, der Events oder Ausstellungen mit dem entsprechenden Wording begleitet und gleichzeitig auch als Imagetextbaustein dienen kann.

Weiterer Aspekt der Textprägung sollte eine möglichst direkte Ansprache der Besucher sein, um sich von undifferenzierten Kommunikationswegen zu lösen. Neben der Vermittlung von Inhalten und Informationen wird Text auch dazu verwendet, eine persönliche Bindung an den Leser zu schaffen, Neugier hervorzurufen und vor allem zu vermitteln, dass man etwas verpasst, wenn diese Attraktion nicht besucht wird. Gleichzeitig stellt Text auf diese Weise den Besucher ins Zentrum der Aufmerksamkeit und macht ihn zum zentralen Dreh- und Angelpunkt der Kommunikation. Dies funktioniert über Headlines:

Schiffsgarten Rostock

Hast du sowas schon mal gesehen?

Sieh mal einer an ...

Du siehst ja toll aus!

Ausblick voraus!

Dies ist natürlich auch die Ebene, auf der die Informationen zu vermitteln sind, die für den Nutzer elementar wichtig sind. Die persönliche Ansprache wird also mit den Inhalten der Textinformation verknüpft.

Schiffsgarten Rostock

Ausstellung Schiffspopeller:

Hast du sowas schon mal gesehen?

Schiffsgarten Rostock

Sieh mal einer an ...

Das Grüne Klassenzimmer

Schiffsgarten Rostock

LichtKlangNacht – Du siehst ja toll aus!

Schiffsgarten Rostock

Der Museumsturm: Ausblick voraus

Für Copytexte wird die persönliche Ansprache beibehalten, ohne durch eine übermäßige Verwendung textlicher Formulierungen rund um das «Sicht/Aussichts»-Thema eine Überfrachtung zu riskieren.

Die drei Ebenen der Kommunikation

Die Kommunikation wird auf somit auf drei Ebenen erfolgen.

- 1.Ebene:** Das Logo definiert Alleinstellungsmerkmal, Geografie und, falls erforderlich, den hervorzuhebenden Teil der Attraktion.
- 2.Ebene:** Die Bildsprache greift die Architektur von Museum und Park auf.
- 3.Ebene:** Die Texte sprechen die Besucher direkt an und machen sie zu einem aktiven Teil der Attraktion.

Kommunikation bei Umsetzung in Etappen

Bei einer Etappierung in Entwicklungsstufen wird der abschließende Status Quo nicht sofort erreicht werden. Die kommunikative Begleitung muss daher auf andere Weise erfolgen. Die Logoentwicklung ist davon nicht betroffen, da das fertige Logo sich als Symbol für das abschließende Ziel eignet. Auf der anderen Seite ist es natürlich nicht sinnvoll, die Kommunikation für einen «fertigen» Standort auf die Umsetzungsphase anzuwenden.

In Etappe 1 und 2 wird es vor allem auf professionelle und umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit ankommen. Der Prozess der Parkneugestaltung und der Umstrukturierung des Museums muss der Öffentlichkeit unmittelbar und direkt erläutert werden. Die Umbauten vor Ort müssen begründet werden und nachvollziehbar sein. Dies kann über die Homepage des Parks geschehen, die gleich zu Beginn ins Homepage des Parks überführt wird. Enge Kontakte zur Presse und zu Radio- und Fernsehsendern garantieren eine öffentliche Präsenz und die positive Anerkennung der Anstrengungen. Dies ist flankierbar mit digitalen Maßnahmen wie Webcams zum Baufortschritt, einer Schaustelle oder Baustellenführungen, einem Online-Blog zum gleichen Thema und einer intensiven Betreuung einer Social-Media-Verbindung zum Parkumbau.

Es ist eine gute Möglichkeit, Bindung und Identifikation zu schaffen, indem ein sich verändernder Ort mit passender Dynamik öffentlich präsentiert wird. Bürger und Touristen stehen Entwicklungsprojekten für gewöhnlich positiv gegenüber, sie sind neugierig und nutzen gern die Gelegenheit, schon in der Entstehungsphase nah am Projekt sein zu können. Dies fördert bei geschickter Steuerung die Identifizierung und das Interesse – und macht natürlich praktisch «nebenbei» gute Werbung für das Objekt.

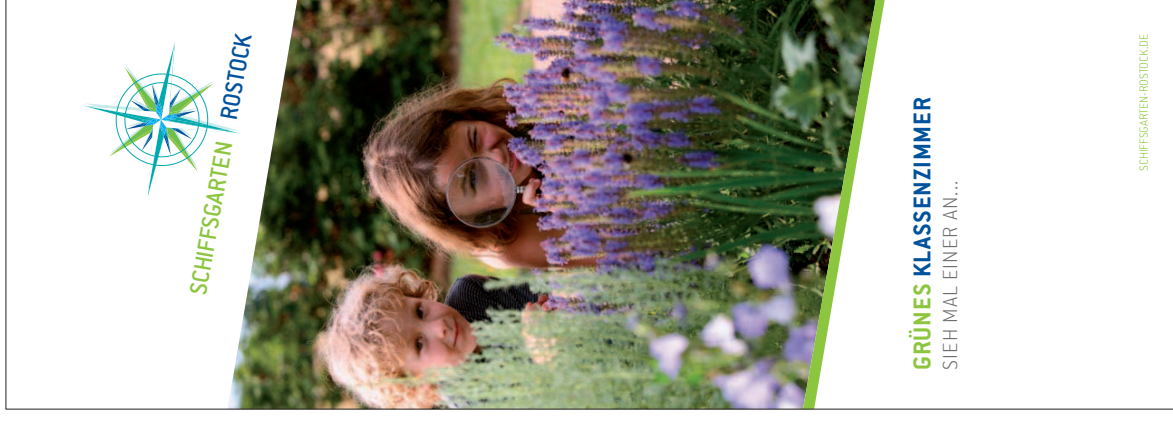


Abb. 162. Beispiel Flyer

Marketingstrategie

Sowohl die thematische als auch die regional-räumliche Konkurrenz ist durchaus vielfältig. Preislich liegen die meisten Museen und Einrichtungen recht nah beieinander, das Mittelfeld ist am stärksten ausgeprägt.

Aufsetzend auf die Kommunikation entwickelt das Marketing eine geeignete Preispolitik, trägt dafür Sorge, die potenziellen Besucher über das Angebot zu informieren und ihnen den Weg zum Schiffsgarten Rostock aufzuzeigen.

c. *Qualitätsvergleich*

Aus diesem Grund ist der Marketingetat zu diesem Zeitpunkt in gleicher Höhe gehalten wie der für das abschließend entwickelte Objekt, obwohl dieses inhaltlich viel mehr zeigen wird als die ersten Etappen. Umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit ist zeitaufwändig und gerade in möglichen ersten Etappen von elementarer Bedeutung für die Akzeptanz von Objekt und Standort.

Preisgestaltung

Der zukünftigen Preisgestaltung liegen verschiedene Analysen und Überlegungen zugrunde.

a. *Organisatorische Basis*

Wichtige Investitionen und Organisationsstrukturen haben die bisherige Preispolitik bestimmt. Dazu gehörte die infrastrukturelle Anbindung des Traditionsschiffes an den Kai, vor allem aber die Aufrechterhaltung eines Eintrittes zum IGA Park bis ins Jahr 2013. Die Aufhebung letzterer Bindung ermöglichte neue Freiheiten in den Überlegungen zur zukünftigen Parkgestaltung.

Der Eintritt von einem Euro zum IGA Park und die Beibehaltung der Umzäunung haben aber auch den Effekt, Vandalismus zu reduzieren und die Einhaltung der Parkordnung erheblich besser kontrollieren zu können.

Das Entwicklungskonzept sieht aus diesen und auch aus steuerlichen Gründen vor, den Eintritt zum Bürgerpark weiterhin bei einem Euro zu belassen. Der Eintritt wird über Kassenautomaten erhoben, die an den Eingängen des Parks platziert sind. Ein Wachdienst wird weiterhin die Einhaltung der Parkordnung kontrollieren.

Für Besucher, die den Schiffsgarten besuchen möchten, fällt kein zusätzlicher Euro Eintrittsgeld an, dieser ist im Eintritt zum Schiffsgarten integriert. Andersherum wird auch der eine Euro für Besucher angerechnet, die sich erst im Bürgerpark nach Zahlung dazu entschließen, auch den Schiffsgarten anzusehen.

b. *Preisvergleich*

Wichtiger Schritt in der Ermittlung eines geeigneten Eintrittsentgeltes ist immer auch ein Vergleich mit ähnlichen Einrichtungen. Was gibt es an thematisch ähnlichen Attraktionen und sind diese vom strukturellen Umfeld her mit der Hansestadt Rostock vergleichbar (Einzugsgebiet, Anzahl der Attraktionen in geografischer Nähe)?

In der Bestandsanalyse (vgl. S. 14) ist eine Übersicht über die Eintrittspreise vergleichbarer Institutionen enthalten.

Langfristig wird der Schiffsgarten Rostock zu einem Aushängeschild der Stadt, die sich glücklich schätzt, diese Attraktionen zu beherbergen. Für Touristen der Hansestadt Rostock wird ein Besuch des Schiffsgartens ebenso selbstverständlich wie für Hamburg-Besucher eine Hafenrundfahrt.

9,00 €

für eine Eintrittskarte Erwachsene zum Normaltarif angemessen.

Erwachsen	9,00 €	(7,50 €)
Gruppen (ab 15 Pers., p. P.)	7,20 €	(6,00 €)

Ermäßig	6,00 €	(5,00 €)
----------------	--------	----------

Ermäßig-Gruppen (Schulklassen)	4,50 €	(4,00 €)
--	--------	----------

Familienkarte I (2 Erw. mit 1 Kind bis 18)	18,00 €	(15,00 €)
--	---------	-----------

Familienkarte II (2 Erw. mit 2 Kindern bis 18)	19,50 €	(17,50 €)
--	---------	-----------

Dauerkarten	45,00 €	(40,00 €)
--------------------	---------	-----------

Die in Klammern angegebenen Preise sind die empfohlenen Preise für die Übergangszeit, falls die Realisierung der Neustrukturierung in Etappen erfolgt. Da dann noch nicht alle Attraktionen und der Museumsneubau realisiert sind, kann über den Eintrittspreis signalisiert werden, dass Spammendes passiert, die Besucher werden neugierig gemacht. Die vorläufig – bis zur Fertigstellung des Entwicklungskonzepts – noch reduzierten Preise passen sich also der Kommunikation der Entwicklungsphase an.

Zielgruppen

Der Tourismus ist natürlich einer der stärksten Wirtschaftsfaktoren der Ostseeregion und damit auch für die Hansestadt Rostock. Übernachtungen und Gastronomie sind entscheidend abhängig von den Touristen, die in der Saison die Region besuchen.

Für touristische Attraktionen wie Freizeitparks gilt dies auch – viele solcher Einrichtungen schließen gar im Winter.

Anders verhält es sich mit Museen. Diese sind zwar auch angewiesen auf Touristen und können sich sogar im Idealfall (vgl. Ozeaneum) als echter Touristenmagnet etablieren. Im Normalfall sind jedoch bei Museen im Ostseeraum bis zu 2/3 der Besucher Wohnortstarter, also entweder Bewohner der Standorte selbst oder aus dem Einzugsbereich von bis zu 90 Minuten Anfahrtszeit.

Die Besucherprognose für den zukünftigen Schiffsgarten Rostock bestätigt dies. Knapp 60 % der zu erwartenden Besucher sind Wohnortstarter aus Rostock und Umgebung.

Für die Zielgruppenansprache hat dies zwei wichtige Konsequenzen:

- Der Schiffsgarten Rostock muss mit einem attraktiven Programm die Bewohner der Region ansprechen. Regelmäßige Wechselausstellungen sind ein probates Mittel, um die Bewohner der Region zu häufigeren Besuchen zu animieren.
- Der Schiffsgarten Rostock muss an geeigneten Stellen und mit passenden Mitteln in der Saison die Besucher der Region ansprechen und zu einem Besuch animieren.

Folgende Zielgruppen lassen sich für den Schiffsgarten Rostock identifizieren:

Regional aufgeschlüsselt:

- Bewohner der Hansestadt Rostock und angrenzender Gemeinden

Wohnortstarter im Anfahrtsradius bis 30 Minuten

Wohnortstarter im Anfahrtsradius von 30–60 Minuten

Wohnortstarter im Anfahrtsradius von 60–90 Minuten

- Urlauber und Übernachtungsgäste der Hansestadt Rostock und angrenzender Gemeinden

Urlauber im Anfahrtsradius bis 30 Minuten

Urlauber im Anfahrtsradius von 30–60 Minuten

Urlauber im Anfahrtsradius von 60–90 Minuten

- Besucher von Warnemünde

Thematisch aufgeschlüsselt:

- Familien mit Kindern
- Seefahrtfreunde und Schiffbaufans
- Technik- und Wissensinteressierte
- Erlebnissuchende
- Kreuzfahrttouristen aus Warnemünde
- Radwanderer

Zusammengefasst und nach der potenziellen Besucherzahl gewichtet, definieren sich folgende Kernzielgruppen:

- Familien mit Kindern
- Reisegruppen
- Schulklassen

Kernzielgruppen, bezogen auf die Besucherquellmärkte:

- Bevölkerung von Rostock und Umgebung
- Bevölkerung im Radius 30–90 Minuten Anfahrtszeit
- Touristen/Besucher von Rostock und Umgebung
- Touristen/Besucher im Radius 30–90 Minuten Anfahrtszeit

Zusätzliche Zielgruppen

Diese Zielgruppen sind von der Anzahl der potenziellen Besucher her deutlich kleiner als die Kernzielgruppen.

- Seefahrtfreunde und Schiffbaufans
- Technik- und Wissensinteressierte
- Erlebnissuchende
- Radwanderer

Zielgruppen für den Bürgerpark

Auch wenn das Marketing natürlich nur für den Schiffsgarten Rostock steht, bleibt mit dem Areal des IGA-Park-Geländes eine Fläche, die nach der Umstrukturierung eine Anziehungskraft auf verschiedene weitere Zielgruppen ausübt:

- Eventbesucher
- Junge Sportler (Skater, Basketballer, etc.)
- Radfahrer
- Spaziergänger

Für den Schiffsgarten Rostock sind diese Zielgruppen keine primären Ansprechpartner und für die Marketingstrategie kaum relevant. Dennoch sollte natürlich darauf geachtet werden, auch im Bürgerpark Informationen zur angrenzenden Attraktion zu platzieren, um Laufkundschaft und Neugierige auf den Schiffsgarten aufmerksam zu machen. Hinzu kommt der Synergieeffekt, auch den Bürgerpark unter dem Namen «Schiffsgarten» zu fassen. Bei Veranstaltungen vor Ort, etwa auf der Freilichtbühne oder im Weidendorf, kann dies entsprechend kommuniziert werden.

Maßnahmen – Marketing in Etappe 1

Das Entwicklungskonzept für den IGA Park beinhaltet auf dem Weg zum neuen Schiffsgarten Rostock einige umfangreiche, aufwändige Planungs- und Bauprozesse. Der Schiffsgarten Rostock wird womöglich nicht von heute auf morgen entstehen können, sondern über einige Jahre hinweg entwickelt werden. Die Etappierung in verschiedene Umsetzungsphasen wurde bereits erwähnt und in die Überlegungen einbezogen. Sie hat auch Auswirkungen auf das Marketing, das prozessbegleitend wirken sollte in dieser Zeit.

Öffentlichkeit und Transparenz

Mit der Einbindung der Öffentlichkeit bereits in der Entstehungsphase des Entwicklungskonzeptes wurde der Grundstein gelegt für eine transparente Marketingstrategie in der Umsetzungsphase. Hier wird es darum gehen, die Vorhaben zunächst darzulegen und zu begründen, im folgenden Schritt dann zu dokumentieren und zu begleiten und schließlich die Ergebnisse zu präsentieren und zu erklären.

Geeignetes Instrument ist in erster Linie eine aktive Öffentlichkeitsarbeit, die über regelmäßige mediale Berichterstattung in Wort und Bild vor allem auf Onlinemedien setzen sollte. Jeder Schritt kann auf diese Weise wirksam dokumentiert und begleitet, die Fertigstellung einzelner Teile vorgestellt werden, immer vor dem Hintergrund, dass ca. drei von fünf Besuchern Wohnortstarter aus der Stadt oder der Region sind, die sich für die Fortschritte und Veränderungen interessieren.

Maßnahmen für die Umsetzungsphase:

- Ein Schiffsgarten-Blog erzählt auf der Homepage von den baulichen und organisatorischen Fortschritten.
- Die Installation einer oder mehrerer Webcams gestattet online Einblicke in die Arbeiten.
- Regelmäßige «Fertigstellungs- oder Etappenfesten» feiern die Vollendung wichtiger Baumaßnahmen.
- Führungen zu den Umgestaltungsmaßnahmen informieren vor Ort über das zukünftige Aussehen.
- Eine Sonderausstellung im Traditionsschiff könnte sich mit dem Schiffsgarten selbst beschäftigen. Was geschieht hier, in welchem Zeitraum und aus welchen Gründen?

Maßnahmen – Marketing für den fertigen Schiffsgarten Rostock

Der Schiffsgarten Rostock in seiner fertigen Form wird mit seinem Alleinstellungsmerkmal zu einer unverwechselbaren Attraktion. Regional und bei geschicktem Marketing und langfristiger Mund-zu-Mund-Propaganda auch bundesweit. Dies kann gelingen, wenn folgende Maßnahmen umgesetzt werden.

- Verkehrsleitsystem, das jeden Besucher und Bewohner Rostocks zuverlässig zum Schiffsgarten bringt
- Homepage, im CD gestaltet, basierend auf den Themen Einblicke/Ausblicke, Einsichten/Aussichten
- Printprodukte, die die neu gestaltete Attraktion beschreiben und bewerben:
- Infoflyer zur Geschichte des Ortes und des Traditionsschiffes
- Museumsführer zur Dauerausstellung im Traditionsschiff und im Neubau
- Postkartenserie

- Werbemittel, die auf unterschiedlichen Wegen den Schiffsgarten bewerben:

Plakatserie (A2, A1, A0/A1-Großflächen)

Aufkleber

Bahnhofsbanner, digitale Plakate

Verkehrsmittelwerbung in Rostock

Anzeigenschaltungen Image und Events/

Ausstellungen

- Besondere Aktionen, themenbezogen auf Einblicke/Ausblicke, Einsichten/Aussichten

Geschichten- und/oder Fotowettbewerb:

Die besten Entdeckungen im Schiffsgarten Rostock: Was habe ich gesehen? Mein schönster Einblick.

Schiffsgarten-App, mit aktuellen Updates,

Ausstellungstipps, Eventkalender, Schiffsrundgang,

Livebilder von den Aussichtspunkten über

Kamerakopplung

- PR und Öffentlichkeitsarbeit

- Medienpräsenz Print, TV, Radio

- Thematische Aufbereitung passender Bereiche des Fahrbüchlers – eine multimediale «Einstimmung» auf die zu erwartenden Inhalte und Ausstellungen, z. B. Filmform.

- Themenmarketing für die jährlichen Wechselausstellungen



Abb. 163 Beispiel Plakat



Abb. 164 Beispiel Plakat

Anpassungsfähige Markenentwicklung

Die Windrose in Kombination mit der Wortmarke symbolisiert das Alleinstellungsmerkmal von Ort und Raum auf optimale Weise – zum gegenwärtigen Wissensstand.

Verändert sich dieser Wissensstand, z. B. durch die konkrete Ausgestaltung der Museumsinhalte oder die Realisierung erster Attraktionen im Schiffsgarten, können Alternativen zur grafischen Ausarbeitung denkbar werden.

Wichtigster Grundsatz ist daher der ganzheitliche Ansatz der Umsetzung. Mit dem Beginn der Umsetzung in Park, Schiffsgarten und Museum wird der Prozess der Markenentwicklung angestoßen.

Logoalternativen

Ein Beispiel für flexible Wort-Bild-Marken-Entwicklung ist die Variation grafischer Elemente. Denkbar wäre das Aufgreifen des Meer-/Seefahrt-Themas unter anderen Blickwinkeln.



Aussage und Wirkung bleiben dabei ebenso unangestastet wie Wahrnehmungserfolge und Emotionalität. Inhalt und Attraktivität des Schiffsgartens sprechen für sich und werden die Marke tragen, unterstützt von der grafischen Richtung, die sie begleiten wird.

Ausblick

Sobald dem Entwicklungskonzept zugestimmt ist, sollte parallel zu ersten Schritten baulicher und organisatorischer Art auch der Prozess der abschließenden Markenbildung angestoßen werden. Wie eingangs erläutert, passen die vorgelegten Ausführungen natürlich nur zu dieser speziellen Umsetzung. Erst wenn die Inhalte des Museums und das Aussehen von Museum und Schiffsgarten greifbar und definiert sind, macht die Ausarbeitung von Namen und Wort-Bild-Marke in ein Corporate Design und die Erstellung einer konkreten Marketingstrategie in konkreter Form Sinn.

Zusammenfassung

Eine stringente, zeitlich und finanziell durchgeplante Marketingstrategie kann erst erstellt werden, wenn reale Budgets und Möglichkeiten absehbar sind. Außerdem ist es von großer Wichtigkeit, in welchem Zeitrahmen der Schiffsgarten Rostock tatsächlich entstehen wird. Angepasst an diese realen Rahmenbedingungen können sinnvolle, begleitende Marketingmaßnahmen aus dem vorgestellten Katalog konkretisiert und ausgewählt werden.

Auf dem Weg zur Umsetzung des Entwicklungskonzeptes sind mögliche Etappen mit geschicktem Marketing und einer offensiven Öffentlichkeitsarbeit sehr wirksam zu begleiten. Der Zeitraum bis zur Fertigstellung kann auf diese Weise sogar günstig dazu genutzt werden, den Schiffsgarten über eine lange Zeit hinweg immer wieder mit aktuellen Entwicklungen in den Medien zu platzieren, während vor Ort stets neue, an die Situation angepasste Angebote präsentiert werden. Das ist vor allem wichtig auf dem Weg zum Leitbild – die Bewohner Rostocks und der Region müssen sich mit dem Schiffsgarten identifizieren, um ihn langfristig zu einer optischen und ideellen Attraktion der Stadt zu machen.

Kooperationen und Sponsoring

Marketingbudgets sind begrenzt. Nur mit sinnvoller Maßnahmenwahl können die Mittel optimal eingesetzt werden.

In Ergänzung zu den beschriebenen Marketingmaßnahmen sind Kooperationen und Sponsoring nutzbare Wege, um sinnvolle Kommunikation zu betreiben und um weitere Finanzquellen zu erschließen.

Kooperationsmarketing

Ein wichtiger Bestandteil eines modernen Marketingmixes ist das Kooperationsmarketing, dessen wichtigstes Ziel es ist, alle relevanten lokalen und regionalen Akteure in die Kommunikation einzubinden. Auf diese Weise können starke Partner für den Vertrieb gewonnen werden, wie etwa die regionalen oder landesweiten Tourismusvermarkter.

- Tourismusverband Rostock
- TMV, Tourismusmarketing Mecklenburg-Vorpommern
- Verkehrsverbände und Schifffahrtsunternehmen

Thematisch müssen weiterhin regionale Netzwerke, Vereine und Unternehmensverbände ins Marketing integriert werden. Wer mitredet und sich einbringt, verbreitet damit die Nachrichten der neu entstehenden Attraktion Schiffsgarten Rostock.

Berücksichtigt werden sollten dabei:

- Vereinigungen der Seeleute
- Rostocker Werften
- Handwerksverbände
- Lokale und regionale Medien

Hinzu kommen vergleichbare Einrichtungen aus dem Tourismusbereich. Kooperationen mit diesen bieten drei zentrale Vorteile:

- 1) Kooperationsmarketing ist finanziell unaufwändig, da es zu großen Teilen auf Tauschgeschäften basiert.
- 2) Aufgrund der einfachen Beschaffenheit von Tauschgeschäften und gegenseitigen Partnerpräsentationen ist eine hohe Reichweite zu erzielen – mit verhältnismäßig geringen Mitteln.
- 3) Kooperationsmarketing ist eine sehr zielgruppen-genaue Marketingmaßnahme, weil die Partnerinsti-tutionen in aller Regel ähnliche inhaltliche Ausrich-tungen haben und die Informationen direkt bei interessierten Besuchern ankommen.

Es ist daher anzustreben, mit allen vergleichbaren Einrichtungen ähnlicher Art Kooperationen einzugehen. Die zu treffenden Vereinbarungen sollten umfassen:

- gegenseitige Flyerauslage
- Logoplatzierung auf den Homepages
- Schulung des Informationspersonals zu den Partnerreichtungen
- Evtl gemeinsame Aktionen/Ausstellungen

Rabattpartnerschaften

Ein wirksames Kundenbindungsinstrument sind Rabattpartnerschaften, mit denen sich die Partner verpflichten, dem Käufer einer Eintrittskarte der Partner-einrichtung im eigenen Haus einen Rabatt zu gewähren. Solche Partnerschaften sind direkt über die Eintritts-karten selbst zu ver-markten und ein sehr greifbares Incentive für den Besuch der Partnereinrichtung.

Funktionierende Rabattpartnerschaften tragen unmit-telbar zur Erhöhung der Besucherzahlen bei und machen oben-dreien fast nebenbei Werbung. Denn selbst wenn die Rabatte nicht wahrgenommen werden, verleiten solche Rabatte doch immer dazu, das Angebot sehr bewusst wahrzunehmen und sich zumindest damit zu beschäftigen – sie machen den Betrachter wach und aufmerksam.

Der Anreiz, Rabatte tatsächlich wahrzunehmen, steigt natürlich mit räumlicher Nähe. Es sollte daher angestrebt werden, dass mit allen wichtigen Attraktionen der Hansestadt Rostock und der Region solche Partner-schaften erzielt werden.

Aber auch thematisch passende Partner, die sich in großer Entfernung befinden, können sinnvolle Ergän-zungen sein. Allein aus dem Grund, den Schiffsgarten Rostock auch überregional bekannt zu machen, sind solche Partnerschaften wünschenswert.

Mögliche Rabattpartner:

- Zoo Rostock mit Darwineum
- Murtzeum Waren
- Ozeaneum Stralsund
- Deutsches Schifffahrtsmuseum Bremerhaven
- Deutsches Marinemuseum Wilhelmshaven
- Internationales Maritimes Museum Hamburg

Sponsoringpotenziale

Sponsoringgeschäfte beruhen auf der Vereinbarung von Gegenseitigkeiten, in ähnlichem Sinne wie Kooperationen. Da der Sponsor konkrete Geldleistungen erbringt, erwartet er dafür entsprechende, klar definierte Gegenleistungen.

Im Museumsbetrieb bieten sich einige direkte Ansätze. Denkbar sind Themensponsoren für bestimmte Sonder- oder Wechselausstellungen, die nach Vereinbarung von einem Sponsor mitinitiiert werden können.

Ansatzpunkte für Sponsoring bietet das Entwicklungs-konzept außerdem im Außenbereich, im Garten der Seefahrt. Hier wären folgende Aktionen denkbar:

- Namensvergabe der Aussichtsplattformen an Sponsoren, z. B. Unternehmen des Holzingenieurbaus oder der optischen Industrie
- Sponsoring für die Senkbereiche durch beteiligte Bauunternehmen (Wasserbau)
- Temporäre Vergabe von Pflanzflächen (unter Einhaltung von Qualitätsstandards) an Gartenbauunternehmen, die diese Flächen mitgestalten und/oder präsentieren können.

Im Gastronomiebereich ist im Rahmen von Lizenzvergaben die Gewinnung von Brauereien, Eislieferanten oder auch die Kooperation mit regionalen Lebensmittelherzeugern erfolgversprechend.

Für im Museum stattfindende Events wie Lesungen, Konzerte oder Veranstaltungsreihen können Namens-sponsoren oder Organisationspartner gewonnen werden, denen vor Ort Präsentationsmöglichkeiten gegeben werden.

7.5 Wirtschaftlichkeitsberechnung

Eines der Ziele des Entwicklungskonzeptes für den IGA Park Rostock ist die langfristige Verringerung des gegenwärtigen Zuschusses der Hansestadt Rostock in Höhe von 2 Mio. Euro jährlich. Dies kann erreicht werden, indem höhere Erlöse aufgrund besserer Besucherzahlen und höherer Eintrittspreise erzielt werden. Gleichzeitig verringert sich der Pflegebedarf im Parkbereich aufgrund der Umstrukturierung und Neugestaltung deutlich und trägt so zu einer Entlastung des Budgets bei.

Die Besucherprognose (s. Dokument im Anhang) berechnet bei optimistischer Aussicht eine zu erwartende Besucherzahl von 75.000 pro Jahr. Das sind mehr als dreimal so viel wie gegenwärtig.

Die Wirtschaftlichkeitsberechnung stellt in einem ersten Schritt die zu erwartenden Erlöse den Ausgaben für den Betrieb des neuen Schiffgartens gegenüber. Dabei wird zunächst von der vollständigen Umsetzung des Entwicklungskonzeptes ausgegangen. Die erforderlichen Investitionen belaufen sich dabei auf insgesamt etwas mehr als 21 Millionen Euro.

Im Ergebnis ist bei einem Eintrittspreis von neun Euro für eine Erwachsenenkarte für den laufenden Betrieb mit einer Entlastung des Budgets in Höhe von fast 500.000 Euro jährlich zu rechnen.

Wirtschaftlichkeitsberechnung

Komplettes Entwicklungskonzept Schiffgarten und Museum, inkl. Bürgerpark	
Investitionen	21.143.349,28
Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Komplettes Entwicklungskonzept Schiffgarten	
75.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	911.250,00
Betriebskosten Schiffgarten zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Umsetzung	2.429.290,63
Saldo	-1.516.000,00

Aufgeteilt in die verschiedenen Entwicklungsbereiche Schiffgarten/Museum sowie Bürgerpark, verteilen sich Investitionen, Erlöse und Betriebskosten wie folgt.

Entwicklungskonzept Schiffgarten und Museum	
Investitionen	18.094.006,28
Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Erlöse	740.250,00
75.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	1.532.836,28
Saldo	-792.586,28

Entwicklungskonzept Bürgerpark	
Investitionen	3.049.343,72
Erlöse Bürgerpark	
ca. 100.000 Besucher/Jahr zzgl. Veranstaltungen	171.000,00
Betriebskosten Schiffgarten zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Umsetzung	886.454,40
Saldo	-715.454,40

Erlöse

Die ermittelten Erlöse setzen sich zusammen aus dem Ticketverkauf für den neuen Schiffgarten Rostock, Einkünften aus dem Museumsshop, Erlösen aus dem Bürgerpark und sonstigen Erlösen.

Ticketverkauf

Ticketkategorie	Besucheranteil für diese Kategorie	Preis je Kategorie
Erwachsene	25 %	9,00 €
Gruppen	10 %	7,20 €
Ermäßig	20 %	6,00 €
Ermäßig Gruppen (Schulklassen)	20 %	4,50 €
Familienkarte I (2 Erw. mit 1 Kind)	10 %	18,00 €
Familienkarte II (2 Erw. mit 2 Kindern)	5 %	19,50 €
Dauerkarte*	5 %	4,50 €

* Der Erlös je Dauerkarte errechnet sich aus einem Verkaufspreis von 45,00 € und einem Schätzwert von ca. 10 Besuchen pro Jahr je Karteninhaber.

Der Einzelpreis von neun Euro für einen erwachsenen Besucher bildet die Basis für die Berechnungen, denn natürlich zahlt nicht jeder der potenziellen Besucher den vollen Eintrittspreis. Erfahrungswerte aus vergleichbaren Museen zeigen, dass im Verkauf mit folgender Verteilung der Kartenkategorien gerechnet werden kann.

Auf diese Weise errechnet sich ein Erlös aus dem Ticketverkauf bei angenommenen 75.000 Besuchern von jährlich etwas über 600.000 Euro.

Museumsshop

Für den neu einzurichtenden Museumsshop sind gleichfalls Erfahrungswerte aus vergleichbaren Museumsbetrieben herangezogen worden. Ausgehend von zwei Euro, die Besucher durchschnittlich in einem Museumsshop ausgeben, ergibt sich abzüglich der Einkaufs- und Bereitstellungskosten ein Erlös von ca. 75.000 Euro im Jahr.

Bürgerpark/Veranstaltungen

Auch in Zukunft, nach der Umsetzung des Entwicklungskonzeptes, werden Veranstaltungen auf dem Gelände des Schiffgartens Rostock und des Bürgerparks eine weitere Einnahmequelle sein. Erlöse aus Ticketverkäufen, z. B. für die LichtKlangnacht, oder aus der Vermietung der Freiluftbühne sind hier zu nennen. Die Erlöse sind in die Wirtschaftlichkeitsberechnung in gleicher Höhe eingeflossen, wie sie derzeit anfallen.

Sonstige Erlöse

Weitere Posten ergeben sich in geringerem Umfang z. B. aus Gastronomiepacht und dem Sponsoring.

Betriebskosten

Eines der wichtigsten Ziele des Entwicklungskonzeptes ist die Senkung der Betriebsausgaben, was durch die Umstrukturierung großer Bereiche des Bürgerparks erreicht wird. Im Ergebnis werden viele Flächen in der Unterhaltung deutlich günstiger als zum heutigen Zeitpunkt.

In der Summe wird der Betrieb und die Unterhaltung des gesamten Areals inkl. Museumsneubau und Museumsschiff jährlich ca. 2,4 Millionen Euro erfordern. Werden diesem Posten die Erlöse von über 900.000 Euro gegenüber gestellt, reduziert das Entwicklungskonzept nach der Umsetzung eine Reduzierung der erforderlichen öffentlichen Zuschüsse um fast eine halbe Million Euro jährlich.

Die Besucherprognose

Im Anhang findet sich die Besucherprognose in voller Länge. Die Analyse beinhaltet detaillierte Untersuchungen zur potenziellen Besucherstruktur, eine Einschätzung der Attraktivität des Schiffgartens und des Standorts sowie eine Einordnung im Vergleich zu anderen Museen ähnlicher Ausrichtung in der Region und an Nord- und Ostseeküste.

Festzuhalten ist die Bedeutung der Bewohner der Region und der Hansestadt Rostock für den Erfolg des Schiffgartens. Natürlich spielen Touristen in den Sommermonaten eine wichtige Rolle und gerade für den Schiffgarten Rostock liegen hier noch viele verborgene Potenziale. Immens wichtig ist ebenso die Verankerung im Bewusstsein der Bewohner, die Überzeugung, dass hier etwas Spannendes und Attraktives entsteht. Denn bis zu 60 % der Museumsbesucher sind sogenannte Wohnortstarter, also Menschen, die von ihrem Zuhause aus zum Museumsbesuch aufbrechen – Bewohner der Region und der Hansestadt Rostock.

Der Bericht thematisiert weiterhin die Lage des Schiffgartens, die zur Folge hat, dass ein hoher Aufwand erforderlich ist, um die Besucher zum Standort zu bringen. Dieverkehrliche Anbindung wird eine wichtige Rolle spielen, auch und vor allem hinsichtlich der Generierung besserer Besucherzahlen. Die Notwendigkeit einer wasserseitigen Anbindung in ansprechender Form und Taktung ist im Konzept bereits dargelegt worden.

Schließlich ist davon auszugehen, dass es der Schiffgarten Rostock schwer haben wird, ähnliche Besucherzahlen wie etwa vergleichbare Häuser in Bremerhaven oder Hamburg zu erreichen. Der Grund hierfür ist das kleinere Einzugsgebiet der Hansestadt.

Ergebnis

Mit der Zugkraft der gesteigerten Attraktivität des Schiffgartens Rostock, einer Verbesserung der infrastrukturellen Erschließung des Areals, mit dem neuen Ausstattungskonzept und der Anziehungskraft der architektonischen Landmarke sowie mit einem stringenten, zielgerichteten und erfolgreichen Marketing sind bis zu 75.000 Besucher für den Schiffgarten Rostock zu erwarten. Hierfür ist erforderlich, dass nicht nur all diese Faktoren optimal bedient und umgesetzt werden, sondern auch die Identifikation der Hansestadt Rostock mit der Attraktion und dem Standort muss erfolgen. Handelnde Akteure wie auch Anwohner sollten sich zum Schiffgarten bekennen und damit Rostock und der Region zeigen, dass an attraktivem Standort ein spannendes Ensemble für Jedermann entstanden ist.

Normale Berechnungen, im Falle von Startschwierigkeiten oder längerer Umsetzungsphase, gehen von mindestens 55.000 Besuchern aus, was mehr als eine Verdopplung der gegenwärtigen Zahlen bedeuten würde.

Wirtschaftlichkeit und Umsetzungszenarien

Während die bisherigen Ausführungen sich auf die Umsetzung des Entwicklungskonzeptes in einem umfassenden Schritt beziehen, ist bereits an anderer Stelle die Möglichkeit vorgeschlagen worden, die massiven Veränderungen in Etappen zu realisieren.

Neben den veränderten organisatorischen und finanziellen Rahmenbedingungen hätte dies auch Folgen für die Wirtschaftlichkeit des Schiffgartens. Dem vorliegenden Konzept gelingt es dennoch, auch für diese Möglichkeit ein Vorgehen vorzuschlagen, das einen wirtschaftlich sinnvollen Betrieb beinhaltet.

Attraktivität in Etappen

Die zeitliche Streckung der Umsetzung auf mehrere Jahre bringt auch eine Verlangsamung im Entstehungsprozess der Anziehungskraft mit sich.

Dies berücksichtigt die Wirtschaftlichkeitsberechnung in zweierlei Hinsicht. Einerseits wird für die Übergangszeit ein geringerer Eintrittspreis vorgeschlagen. Anstatt neun kostete eine Eintrittskarte für einen Erwachsenen während der Etappen 1 und 2 nur 7,50 Euro. Andererseits ist eine etwas pessimistischere Besucherzahl zugrunde gelegt. Denn eine nur teilweise Umsetzung der Maßnahmen zu Beginn birgt das Risiko, dass noch nicht gleich zu Beginn des Prozesses die später erwarteten 55.000–75.000 Besucher kommen.

Dennoch enthält die Berechnung auch eine Variante für 40.000 Besucher im Schiffgarten Rostock in den Etappen 1 und 2. (siehe rechts)

Die Übersicht verdeutlicht, dass in allen denkbaren Umsetzungszenarien eine Verringerung der Betriebskosten gegenüber der gegenwärtigen Situation zu erwarten ist. Und zwar unabhängig davon, ob gleich zu Beginn des Prozesses neben den Investitionen in Schiff und Schiffgarten auch die Umstrukturierung des Bürgerparks erfolgt.

Mögliche Entwicklung in Etappen Schiffgarten/Museum ohne Bürgerpark	
Etappe 1	
Schiffgarten und Museum	
Investitionen Schiffgarten/Museum	2.139.791,88
Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Etappe 1 - vorsichtige Besucherberechnung	
40.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	535.000,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 1 zgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	2.410.233,33
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.875.233,33
Schiffgarten und Museum	
Investitionen Schiffgarten/Museum	2.139.791,88
Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Etappe 1 - optimistische Besucherberechnung	
55.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
Erlöse Bürgerpark	649.000,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 1 zgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	2.410.233,33
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.761.233,33
Etappe 2	
Schiffgarten und Museum	
Investitionen	3.411.254,00
Etappe 2 - vorsichtige Besucherberechnung	
40.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	535.000,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 2 zgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	2.410.233,33
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.875.233,33
Schiffgarten und Museum	
Investitionen	3.411.254,00
Etappe 1 - optimistische Besucherberechnung	
55.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	649.000,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 2 zgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	2.410.233,33
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.761.233,33
Etappe 3 - Vollausbau	
Schiffgarten und Museum	
Investitionen	12.542.960,33
Erlöse bei vorsichtiger Besucherberechnung	
55.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	729.850,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 3/Vollausbau zgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	2.578.236,23
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.848.386,23
Schiffgarten und Museum	
Investitionen	12.542.960,33
Vollausbau - optimistische Besucherberechnung	
75.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	911.250,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 3/Vollausbau zgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	2.578.236,23
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.666.986,23

Mögliche Entwicklung in Etappen Schiffgarten/Museum mit Bürgerpark	
Etappe 1	
Schiffgarten und Museum	
Investitionen Schiffgarten/Museum	2.139.791,88
Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Etappe 1 - vorsichtige Besucherberechnung	
40.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	535.000,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 1 zgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	2.410.233,33
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.726.237,73
Schiffgarten und Museum	
Investitionen Schiffgarten/Museum	2.139.791,88
Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Etappe 1 - optimistische Besucherberechnung	
55.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	649.000,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 1 zgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	2.410.233,33
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.612.237,73
Etappe 2	
Schiffgarten und Museum	
Investitionen	3.411.254,00
Etappe 2 - vorsichtige Besucherberechnung	
40.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	535.000,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 2 zgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	2.410.233,33
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.726.237,73
Schiffgarten und Museum	
Investitionen	3.411.254,00
Etappe 1 - optimistische Besucherberechnung	
55.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	649.000,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 2 zgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	2.410.233,33
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.612.237,73
Etappe 3 - Vollausbau	
Schiffgarten und Museum	
Investitionen	12.542.960,33
Erlöse bei vorsichtiger Besucherberechnung	
55.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	729.850,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 3/Vollausbau zgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	2.429.290,63
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.699.440,63
Schiffgarten und Museum	
Investitionen	12.542.960,33
Vollausbau - optimistische Besucherberechnung	
75.000 Besucher/Jahr im Schiffgarten	
zgl. Erlöse Bürgerpark	911.250,00
Betriebskosten Schiffgarten nach Umsetzung	
Etappe 3/Vollausbau zgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	2.429.290,63
Betrieb/Jahr	
Saldo	-1.518.040,63

7.6 Kostenbetrachtung Bürgerpark

Für die Kostenermittlung des Entwicklungskonzeptes wurden die Vermessungsgrundlagen des Büros Hansch und Bernau als Grundlage der Massenermittlung verwendet. Neu geplante und abzubrechende Parkinhalte wurden massenrecht erfasst und zur Ermittlung der Investitions- und Unterhaltungskosten herangezogen. Grundlagen der Kostenermittlung sind in der Gesamtübersicht der Kostenermittlung aufgeführt.

Sämtliche Kosten wurden auf Plausibilität und Aktualität mit der Geschäftsführung der IGA Rostock 2003 GmbH geprüft. Gemäß Vorgabe der IGA Rostock 2003 GmbH werden bei einer eintrittsfreien Parkvariante für die Wirtschaftlichkeitsprüfung anhand der nicht verrechenbaren Umsatzsteueranteile nur Bruttokosten verwendet.

Investition Bürgerpark

Als Investitionskosten im Bürgerpark werden Rückbaukosten einschl. Entsorgung und sämtliche Neubauminvestitionen erfasst. Die Investition wird als Gesamteinheit dargestellt und kann nach Bedarf auch in Etappen umgesetzt werden. Bei etappenweiser Umsetzung der Investition werden entsprechend auch die Unterhaltungs- und Pflegekosten des Bürgerparks beeinflusst. Beispiele einer etappenweisen Realisierung sind unter 8.1 Handlungsempfehlungen zur Umsetzung dargestellt.

Die Bauminvestition im Bürgerpark beläuft sich auf netto rd. 2.620.000,00 Euro und einschl. Baunebenkosten auf netto rd. 3.000.000,00 Euro. Dabei sind rd. 145.500,00 Euro netto an Rückbaukosten ermittelt.

Eine detaillierte Erfassung ist der anschließenden Tabelle 22 zu entnehmen. Zur Umsetzung der Investitionen im Bürgerpark ist eine dezidierte Einzelbetrachtung in Abhängigkeit von

- Entwicklung Messebereich
- Entwicklung Initiativinvestitionen / Trägerschaften (Urban Gardening, Baumpatenschaften, Streichelzoo etc.)
- Entwicklung Baugebiet am Dorf Schmarl und Hamburger Tor
- politischer Grundsatzentscheidung

vorzunehmen.

Investitionen Bürgerpark

Beschreibung	Verortung	Fläche (m²)	EP - netto (in Euro)	GP Rückbau - netto (in Euro)
Rückbau				
Beschreibung	Verortung	Fläche (m²)	EP - netto (in Euro)	GP Rückbau - netto (in Euro)
Nationengärten (ohne Gebäude)	Garten des Poetelion	686,92	2,50 €	1.724,80 €
Nationengärten Kenta	Nationengärten Kenta	250,00	5,00 €	1.250,00 €
Nationengärten Österreich	Nationengärten Österreich	85,75	30,00 €	8.575,90 €
Nationengärten Tunesien	Nationengärten Tunesien	295,96	6,00 €	1.776,76 €
Nationengärten Luxemburg	Nationengärten Luxemburg	591,50	5,00 €	2.957,50 €
Nationengärten Ungarn	Nationengärten Ungarn	340,20	5,00 €	1.701,00 €
Wiese Asphalt	Bereich Urban Gardening	1.090,24	6,00 €	6.540,48 €
Wiese Betonpflaster	Bereich Urban Gardening	790,15	6,00 €	3.540,90 €
Wiese Naturpflaster	Bereich Urban Gardening	39,12	6,00 €	2.347,20 €
Wiese WG/W	Bereich Urban Gardening	6.372,00	4,00 €	1.431,80 €
Staudenflächen	Staudenflächen	6.372,00	2,50 €	15.932,50 €
Rasen	Rasenflächen	1.128,20	1,50 €	1.692,30 €
Rosencafé	Bereich Veranstaltungswiese	5.828,90	2,50 €	34.526,25 €
Gebäude	Bereich Urban Gardening	pauschal	pauschal	10.000,00 €
Pavillon	Nationengärten Mauretanien	pauschal	pauschal	9.000,00 €
Gebäude	Bereich Umweltbildung	pauschal	pauschal	2.500,00 €
Pavillon	Nationengärten Luxemburg	pauschal	pauschal	10.500,00 €
Toilettencontainer****	nördlich des Chinagartens	pauschal 8.000 €/Stück	pauschal	40.000,00 €
Einbauten/Ausstattung	variiert	pauschal	pauschal	2.000,00 €
Zwischensumme Rückbau			145.500,60 €	

Beschreibung	Verortung	Fläche (m²)	EP - netto (in Euro)	GP Pflege - netto (in Euro)
Neubau/Investition				
Beschreibung <th>Verortung</th> <th>Fläche (m²)</th> <th>EP - netto (in Euro)</th> <th>GP Pflege - netto (in Euro)</th>	Verortung	Fläche (m²)	EP - netto (in Euro)	GP Pflege - netto (in Euro)
Gehölze	Bereich Groß-Meiose-Damm	4.370,00		
Bäume 500 Stück	Bereich Veranstaltungswiese	3.720,00		
Sträucher/Sträucher 90 % Deckung	Unterbereich Forstgarten	9.570,00		
Wiese (ohne Umwandlung/Bereich Wiese/Einschl. Oberboden)	Bereich Nationengärten	36.250,00	300,00 €	150.000,00 €
Parkplatz (Schotterfläche)	Gesamtes Areal	34.687,00	14,00 €	392.809,00 €
Spielplatz	Bereich Urban Gardening	2.701,27		12.205,00 €
Sportplatz	Bereich Nationengärten	5.714,32	5,00 €	26.520,65 €
Wiese WG/W	Bereich Urban Gardening	4.642,00		339.245,00 €
Sportplatz	Erweiterung im Bereich Groß-Meiose-Damm	405,00	30,00 €	
Sportplatz	Bereich Nationengärten	405,00		
Wiese WG/W	Gesamtes Areal	982,80	250,00 €	147.420,00 €
Wiese WG/W	Veranstaltungswiese	6.733,90		
Wiese WG/W	Gesamtes Areal	6.733,90	250,00 €	1.680.976,00 €
Wiese WG/W	Bereich Urban Gardening	36,00		
Wiese WG/W	Gesamtes Areal	946,00	55,00 €	5.370,00 €
Wiese WG/W	Bereich Nationengärten	779,98	30,00 €	233.854,00 €
Wiese WG/W	Bereich Veranstaltungswiese	1.203,00		
Wiese WG/W	Gesamtes Areal	1.809,50	5,00 €	9.047,50 €
Aufwertung Minipfiff	Bereich Mecklenburger Hallenhaus	pauschal	pauschal	8.000,00 €
Aufwertung Rhododendronarten**	Bereich Werraufer	pauschal	pauschal	5.000,00 €
Vorbereitung zur Aufstellung der Miniaturgebäude im Stadteck	Bereich Mecklenburger Hallenhaus	pauschal	pauschal	8.000,00 €
Streichelzoo ohne Tiere***	Bereich Mecklenburger Hallenhaus	pauschal	pauschal	35.000,00 €
Umsetzung Vogelhöhle als Unterstand für Streichelzoo	Bereich Mecklenburger Hallenhaus	pauschal	pauschal	5.000,00 €
Initiierung Familienstämme**	Bereich Mecklenburger Hallenhaus	pauschal	pauschal	5.000,00 €
Aufstellung zusätzlicher Kasenautomaten, 3 Stück	Bereich Mecklenburger Hallenhaus	pauschal	pauschal	5.000,00 €
**** Materialkosten, Grundausstattung Werkzeug, Antriebsmechanik, Durchführung über Fremdförderung				
***** Holzbelegungs, Verkleinerung Mobiliar				
***** Toilettencontainer für Veranstaltungen bei Kostenerhöhung des Veranstalters belassen				
***** Abschließend im Hinblick auf ext. Vandalismus bzw. Kontrollmöglichkeit über Hallenhaus zu bewerten				
***** für die Beschäftigten, Bodenunterstützung, sonstige Ergänzungen, Netzgestaltung etc.				
Investitionssumme netto			2.620.574,27 €	
Baunebenkosten 16 %*****			420.574,27 €	
Investitionssumme netto inkl. BNK			3.049.148,72 €	
MWST 19 %			579.337,33 €	
Investitionssumme brutto			3.628.486,05 €	

Tabelle 22: Größtkosten Investition Bürgerpark

Unterhaltung Bürgerpark

Die Unterhaltungskosten im Bürgerpark sind im Bestand (Unterhaltung ALT) und nach Durchführung der Investition (Unterhaltung NEU) erfasst worden. In Abstimmung mit der IGA Rostock 2003 GmbH wurden dabei auch die Belange der steuerlichen Abzugsmöglichkeiten in die Bewertung aufgenommen. Nach Klärung der IGA Rostock 2003 GmbH mit einem Steuerberater ergibt sich die Notwendigkeit, sämtliche umsatzsteuerpflichtigen neuen Unterhaltungskosten als Bruttokosten zu bewerten, wenn der Park als offener Bürgerpark definiert wird. Da die entsprechenden Kosten im bisher eingezählten Fall vorsteuerabzugsfähig waren, ergibt sich ein ungünstiger Kostenvergleich zwischen den alten Unterhaltungskosten (Unterhaltung ALT) und den neuen Unterhaltungskosten (Unterhaltung NEU).

Diese Betrachtungsweise ergibt im Abgleich beim bisherigen Unterhalt des Bürgerparks (Unterhaltung ALT) gemäß Tab. 27 eine Differenz von rd. 100.000,00 Euro. Theoretisch ist dieser Effekt steuerrechtlich nur durch den Erhalt der geschlossenen Parkanlage zu verhindern. Eine genauere diesbezügliche steuerrechtliche Aussage erfolgte im vorliegenden Nachnutzungs-konzept nicht und wird sicherheitshalber abschließend von Umsetzung der Maßnahmen in enger Zusammenarbeit mit einem Steuerberater empfohlen.

Die neuen Unterhaltungskosten resultieren aus dem Rückbau von pflegeintensiven Parkelementen, der Öffnung der Parkflächen (Reduzierung von Kassenpersonal) und den Neuinvestitionen. Daher hat der abschließend umgesetzte Investitionsrahmen unmittelbaren Einfluss auf die Unterhaltungskosten. Um die gegenwärtigen Unterhaltungskosten unmittelbar zu minimieren, sind kurzfristige Rückbauinvestitionen erstrebenswert.

Beispiele von Rückbauinvestitionen mit signifikanter Unterhaltungsrelevanz:

- Umwandlung von Rasen- zu Wiesenflächen
- Teilkückbau Nationengärten
- Rückbau Wechselflächen
- Rückbau und Fremdfinanzierung vorhandener Toilettencontainer

7.7 Kostenbetrachtung Schiffsgarten

Investition Schiffsgarten

Die Investitionen im Schiffsgarten haben in erster Linie das Ziel, die Gesamtattraktivität des neuen eintrittspflichtigen Areals um das Traditionsschiff und den Museumsneubau zu stärken. Dabei soll die vorhandene Bau- und Pflanzsubstanz weitgehend erhalten und aufgefunden werden.

Unter dem Berichtsteil 8.1 sind speziell für die Realisierung des Schiffgartens mögliche Bauetappen aufgeführt, die die anfänglichen Investitionskosten reduzieren können. Dabei ist stets darauf zu achten, dass der Zweck der Besucher-gewinnung und damit einhergehend die Attraktivität des gesamten eintrittspflichtigen Areals erhalten bleiben.

Investitionen Schiffsgarten

Beschreibung	Verortung	Fläche (m²)	EP - netto (in Euro)	GP Rückbau - netto (in Euro)
Natursteinpflaster	mittige Querverbindung	342,85	3,00 €	428,55 €
WGW	Senkbereiche	3952,06	1,50 €	5.928,09 €
Rasen	Rundweg	885,93	3,00 €	2.657,79 €
Rodung	Senkbereiche	2925,00	3,00 €	8.775,00 €
	Rundweg	400,00	2,50 €	1.000,00 €
Seezeichen umsetzen	Rundweg	pauschal		5.000,00 €
Ausstellungselemente Senkgärten	pauschal			10.000,00 €
Einbauten/Ausstattung	pauschal			2.000,00 €

Beschreibung	Verortung	Fläche (m²)	EP - netto (in Euro)	GP Pflege - netto (in Euro)
Holzstege	Steg ebenerdig	91,24	200,00 €	
	Wipfelweg	191,61	300,00 €	
	Gesamtes Areal	283		75.751,00 €
Spisensgarten	Senkbereich	1.299		
	Gesamtes Areal	1.299,24	150,00 €	194.886,00 €
Wege Betonpflaster	Bereich Wassersekte	37		
	Gesamtes Areal	237,47	55,00 €	13.044,35 €
Wege GWG	Bereich Rundweg	2.226		
	Gesamtes Areal	1126,39	30,00 €	33.791,70 €
Container einschl. Umbau und Montage	Stück	24,00		
	Gesamtes Areal	24,00	5.000,00 €	120.000,00 €
Wasserbecken einschl. Trennwände	Senkbereich	2.935		
	Gesamtes Areal	2.935	17,00 €	
Abdichtung (Fliese und Folie 1000 g/m²)	pauschal		80.000,00 €	
Wassertechnik (einschließlich Erdarbeiten)	pauschal		350.000,00 €	
Wellengenerator mit Einbauten	pauschal		200.000,00 €	
Ausstattung	pauschal		2.925,00 €	679.725,00 €
Auffüllbereich Museumscafe (rd. 1500 m²) einschl. GWG	Senkbereich	1.027		
	Gesamtes Areal	1.027,00	72,00 €	73.944,00 €
Aufwertung historische Bootswerft	pauschal			15.000,00 €
Umbau Hollandgarten (Stahlkäfig und Pflanzen, Nebelgarten)	pauschal			160.000,00 €
Ausstattung Container	pauschal	1.251,30		50.000,00 €
Herstellung Zaunanlage mit Toren	pauschal			55.000,00 €
Ertüchtigung, Teilersatz Bäume am Kai	pauschal	485,63 m		25.000,00 €
	Uferpromenade	1		

Investitionssumme netto 1.531.931,48 €

Baunebenkosten 16 % * 245.109,04 €

* Baunebenkosten Planung Landschaftsarchitektur, ohne BNK für evtl. Bodenuntersuchung, sonstige Ingenieurleistungen, Notargebühren etc.

Investitionssumme netto inkl. BNK 1.777.040,52 €

MWST 19 %

Investitionssumme brutto 337.637,70 €

Investitionssumme brutto 2.114.678,21 €

Tabelle 24, Grobkosten Investition Schiffsgarten

Kostenbetrachtung Museum und Traditionsschiff

Investitionen Schiff und Neubau

Die Investitionen im Traditionsschiff dienen der Instandhaltung des Innenraums und der Aufwertung des Schiffes für einen zeitgemäßen Museumsbetrieb. Ziel ist es, das Traditionsschiff mit qualitativollen Ausstellungen und als Gesamtexponat aufzuwerten.

Mit der Erweiterung um den Neubau erhöhen sich die Kosten für den Betrieb des Museum prozentual, aufgrund des höheren Personalaufwands und zusätzlicher Betriebskosten.

Unter Berichtsteil 8.1 sind die Investitions- und Unterhaltskosten für eine Etablierung des Museums aufgeführt, bei der zunächst nur das Schiff betrieben wird.

	Fläche, Volumen	Euro/m ²	Bauten	Innenausbau	Total
Baukosten Zusammenfassung Schiff und Neubau					
Schiff 1. und 2. Etappe					
Umbau Schiff, Abricht/Ausstellung*	2.000	80	160.000 €		
Neueinrichtung Dauerausstellung*	2.000	1.200		2.400.000 €	
Zusätzliche Umfläche: Museumspädagogik, Archiv- und Magazinaräume, Bibliothek mit Arbeitsraum, Personaltoilette, Sozialräume	1.070	1.000		1.070.000 €	
			160.000 €	3.470.000 €	3.630.000 €
Neubau Museum					
Gesamtfäche mit Innenausbau, inkl. Turm	3.300	2.140	7.062.000 €		
Neueinrichtung Dauerausstellung, inkl. Medien	1.000	1.500		1.500.000 €	
			7.062.000 €	1.500.000 €	8.562.000 €
Kosten Bauten und Dauerausstellungen					
Baunebenkosten 10 %			722.200 €	497.000 €	1.219.200 €
Kosten Bauten und Dauerausstellungen netto			7.944.200 €	5.467.000 €	13.411.200 €
Umsatzsteuer 19 %			1.509.398 €	1.038.730 €	2.548.128 €
GESAMT inkl. Umsatzsteuer			9.453.598 €	6.505.730 €	15.959.328 €
Bemerkungen:					
Cafeteria/Restaurant evtl. im Betrieb ausgelagert: ca. 140.000 € im Jahr					
Bauland nicht gerechnet					
Eigenmiete nicht gerechnet					
* Ausstellungsfläche aus: Integriertes Museumskonzept Rostock					

	Fläche, Volumen	Euro/m ²	Bauten	Innenausbau	Total
Baukosten Neubau					
Neubau Museum					
Gesamtfäche mit Innenausbau, inkl. Turm	3.300	2.140	7.062.000 €		
Neueinrichtung Dauerausstellung, inkl. Medien	1.000	1.500		1.500.000 €	
			7.062.000 €	1.500.000 €	8.562.000 €
Kosten Bauten und Dauerausstellungen					
Baunebenkosten 10 %			706.200 €	456.200 €	1.162.400 €
Kosten Bauten und Dauerausstellungen netto			7.768.200 €	1.650.000 €	9.418.200 €
Umsatzsteuer 19 %			1.475.958 €	313.500 €	1.789.458 €
GESAMT inkl. Umsatzsteuer			9.244.158 €	1.963.500 €	11.207.658 €
Bemerkungen:					
Cafeteria/Restaurant evtl. im Betrieb ausgelagert: ca. 140.000 € im Jahr					
Bauland nicht gerechnet					
Eigenmiete nicht gerechnet					
* Ausstellungsfläche aus: Integriertes Museumskonzept Rostock					

Tabelle 25 Grobkosten Schiff und Neubau

Unterhaltung Schiffsgarten

Die Unterhaltungskosten im Schiffsgarten sind wie beim Bürgerpark in Bestand (Unterhaltung ALT) und nach Durchführung der Investition in Unterhaltung NEU erfasst worden. In Abstimmung mit der IGA Rostock 2003 GmbH werden dabei auch die steuerrechtlichen Belange, nämlich der Bewertung von Bruttokosten in die Untersuchung aufgenommen.

Eine genauere diesbezügliche steuerrechtliche Aussage erfolgte im vorliegenden Nachnutzungskonzept nicht und wird sicherheitshalber abschließend vor Umsetzung der Maßnahmen in enger Zusammenarbeit mit einem Steuerberater empfohlen.

Das Nutzungskonzept empfiehlt, die bestehenden Pflegeverträge mit Fremdfirmen nach Trennung der Pflegeflächenanteile aus dem Bürgerpark und Schiffsgarten neu zu verhandeln. Um die Qualität des Areals sicherzustellen, ist neben der neu zu verhandelnden Pflegeleistung externer Firmen zwingend ein Pflegeanteil des eigenen Personals der IGA Rostock 2003 GmbH zu berücksichtigen.

Empfehlung Unterhaltungsleistungen an externe Firmen:

- Rasenmäh, Wiesenmäh, Schifffmäh
- Pflege Wegeflächen
- Winterdienst
- Pflege extensiver Pflanzflächen (Gehölzflächen im Umfeld, Baumschnitt)
- Pflege Holzstege
- Überwinterung von Pflanzung
- Pflege intensiver Pflanzflächen in Senkgarten (abhängig von fachlicher Eignung und Erfahrung - ggf. Eigenleistung)
- Abfallentsorgung

Das eigene Personal der IGA Rostock 2003 GmbH steht zur Erfüllung der besonderen Bedürfnisse aus den Veranstaltungen in diesem Bereich und den Ausstellungsflächen zur Verfügung. Speziell bei Veranstaltungen sind nicht immer wiederkehrende Dienstleistungen zur Sicherstellung einer optimalen Abwicklung vorzuziehen. Eine Fremdvergabe ist daher für diese Fälle nicht zweckdienlich und wirtschaftlich.

Empfehlungen Unterhaltungsleistungen mit eigenem Personal:

- An- und Abbauhilfen bei Veranstaltungen
- Sonderbeschwerden
- Organisation und Controlling der extern vergebenen Dienstleistungen
- Organisation und Controlling der durchzuführenden Veranstaltungen
- Organisation und Kooperation mit der Leitung
- Museumsneubau und Traditionsschiff
- Pflege intensiver Pflanzflächen in Senkgärten (wenn nicht extern vergeben)
- Regelmäßige Sichtbegehungen zur Kontrolle der Sicherheit von Einbauten und Einrichtungen
- Kassenpersonal in Abstimmung mit Museumspersonal

Die neuen Unterhaltungskosten resultieren auch aus den Neuinvestitionen. Daher hat der abschließend umgesetzte Investitionsrahmen unmittelbaren Einfluss auf die Unterhaltungskosten.

Unter dem Berichtsteil 8.1 Handlungsempfehlungen zum Entwicklungskonzept wird eine mögliche Etablierung der Investitionen dargestellt, die beispielhaft auch die Relevanz der Unterhaltungskosten darstellt.

Pflege/Unterhaltung Schiffsgarten

Beschreibung	Menge	Einheit	Flächenkategorie		Flächenkategorie		Flächenkategorie		Flächenkategorie	
			Grünfläche	Wegefläche	Grünfläche	Wegefläche	Grünfläche	Wegefläche	Grünfläche	Wegefläche
			(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)
Besuchen	3.867,88									
Wiese	33,82									
Asphaltflächen (Wegepflanze)	183,53									
Wassergebundene Vegetationsfläche (Wegepflanze)	31.362,27									
Spielbereich	1.259,00									
Wegefläche	2.924,00									
Bereitstellung (Wegepflanze)	1.136,98									
Grünfläche (Wegepflanze)	8.864,56									
Grünfläche	10.046,53									
Grünfläche	1.394,46									
Grünfläche	794,98									
Sand	668,43									
Schiff	3.754,12									
Planflächen	686,96									
Ausbaufeld Kosten:										
Widerrahmen										
Überwinterung Pflanzen										
Einrichtung, Umgang, Anbau										
Beschneidung, Beschneidung										
Beschneidung Park										
Winterdienst										
Anwässerung, Kalmersuchen										
Überschneidung, befestigung										
Pflegekosten										
MWST 19 %										
Pflegekosten ALT netto										
MWST 19 %										
Pflegekosten ALT brutto										
MWST 19 %										
Pflegekosten NEU netto										
MWST 19 %										
Pflegekosten NEU brutto										
Pflegekosten (NEU) brutto										
Personal, Unterhaltung ALT										
Personal, Unterhaltung NEU										

Personal- und Unterhaltungskosten *

- * Personal der IGA
- ist in Kostenverteilung Museum erfasst
- Personal, Pflege, intern
- Personal, Pflege, extern (ca. 1,20%)
- Personal, Pflege, extern (ca. 1,20%)
- Personal, Pflege, extern (ca. 1,20%)
- Personal, Pflege, extern (ca. 1,20%)
- Personal, Pflege, extern (ca. 1,20%)
- Personal, Pflege, extern (ca. 1,20%)
- Personal, Pflege, extern (ca. 1,20%)

Total Pflegekosten inkl. Personal- und Unterhaltungskosten

Total ALT Brutto	53.498,50 €
Total ALT (Pflege alt netto (Steueranteil) + Personal alt brutto)	51.950,00 €
Total NEU Brutto	63.669,56 €

Tabelle 26 Grobkosten Pflege / Unterhaltung Schiffsgarten

Übersicht Gesamtkostendarstellung Freiflächen

In der Gesamtkostenübersicht sind die Investitionskosten und Unterhaltungskosten des Bürgerparks und Schiffsgartens im Abgleich zum bisherigen Bestand (Total ALT) und der aus den Maßnahmen resultierenden neuen Pflegekosten (Total NEU) gegenübergestellt.

Die Kostenermittlung stellt eine grobe Kostenschätzung dar, die nach genauerer Definition der Einzelmaßnahmen durch eine genauere Kostenkalkulation auf Basis einer Entwurfsplanung abgelöst werden muß.

In der Gegenüberstellung ist erkennbar, dass bei der Variante des offenen Bürgerparks ein Kostenvorteil im Unterhalt aufgrund der steuerlich abzugsfähigen Umsatzsteuer von rd. 100.000,00 Euro vorliegt.

Dieser wirtschaftliche Vorteil steht im Gegensatz zu dem Konzeptansatz, den Park ohne Eintrittspflicht der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen.

Aus der Bürgerbeteiligung (siehe externe Anlage) kam zur vorgesehenen Öffnung der Parkanlage positive Resonanz. Gleichzeitig wurde auch verstärkt der Wunsch nach einer hundefreien und fahrradfreien Zone geäußert. Aus dem Feedback der Öffentlichkeit ist somit kein eindeutiges Votum zur Parköffnung zu entnehmen. In Anbetracht des wirtschaftlichen Vorteils einer weiterführenden Eintrittspflicht schlägt das Entwicklungskonzept Folgendes vor:

- Beibehaltung Eintrittspflicht mit geringer Gebühr von 1,00 Euro
- Maximale «Öffnung» der Parkanlage durch Aufstellen von Ticketautomaten und Kontrolle durch regelmäßige Parkbegehung (Parkwächter)

Die Gebühren aus dem Eintritt können für die Finanzierung der Kassenautomaten und des Parkwächterpersonals verwendet werden.

Sicherheitshalber wird vor Umsetzung eine abschließende steuerrechtliche Beratung und entsprechende schriftliche Stellungnahme empfohlen.

Kostenübersicht

	Variante Offener Park		Variante Park mit Eintrittspflicht über Kassenautomaten und Parkstreifen		Variante Park mit Eintrittspflicht Investition Total inkl. BNK
	Total Pflege-/ Unterhaltungskosten NEU / Jahr	Differenz Pflege- und Unterhaltungskosten ALT/NEU / Jahr	Total Pflege-/ Unterhaltungskosten NEU / Jahr	Differenz Pflege- und Unterhaltungskosten ALT/NEU / Jahr	
Schiffsgarten	51.920,00 € *	-	63.669,56 €	-	2.114.678,21 €
Bürgerpark	937.400,00 € *	893.097,74 €	788.454,40 €	148.945,60 €	3.049.143,72 €
Total Schiffsgarten + Bürgerpark	989.320,00 €	956.689,30 €	852.123,96 €	337.226,04 €	5.163.821,93 €

Grundlagen der Kostenermittlung

Abweichung der Flächen: ca. + 4000 m² von Hansch und Bernau, Lageplan Freianlagen zu Pflegehandbuch IGA Park 2013

Flächengrößen aus: dvg Grundlagentheorie Hansch und Bernau Vermessungsbüro, Lageplan Freianlagen, 09.05.2012, Pflegehandbuch IGA Park 2013

Bestandskosten aus: Pflegekostenplanung IGA Rostock 2003 GmbH, LW: 2010 Los 1-3

Kostenannahmen aus: Pflegekostenplanung IGA Rostock 2003 GmbH (2012), Ermittlung von voraussichtlichen Pflegekosten des IGA Parks aus der KLAR 2009 des Amtes für Stadtgrün, Naturschutz und Landschaftspflege, Pflegehandbuch IGA Park 2013, 60. Aufsichtsratsitzung vom 14.10.2010 – Konzepte zur Betreuung des IGA Parks und Erfahrungswerte

Personalkosten für Parkpflege und Bewirtschaftung des Veranstaltungsgeländes sind aufgrund überschneidender Betätigungsfelder mit vergebenen Pflegeleistungen an Fremdfirmen und Veranstaltern nur geschätzt aufgenommen.

Einzelne Kostenanteile bei der Pflege alt (*) wurden aufgrund abzugsfähiger Umsatzsteuer netto betrachtet.

(Angabe IGA Rostock 2003 GmbH nach steuerlicher Beratung), siehe Einzelkostenermittlungen

Variante Offener Park: Umsatzsteuerpflichtige Inhalte müssen lt. steuerlicher Beratung der IGA Rostock 2003 GmbH bei Neuansetzung brutto gerechnet werden.

Variante Eintrittspflicht über Kassenautomaten: Umsatzsteuerpflichtige Inhalte können lt. steuerlicher Beratung der IGA Rostock 2003 GmbH wie bisher in Abzug gebracht werden und mindern somit die Unterhaltungskosten.

Kostendarstellung ohne Marketing/Eigenveranstaltungen

Tabelle 27 Grobkosten Übersicht Freiflächen

8 Gesamtentwicklungskonzept

8.1 Handlungsempfehlungen zur Konzeptumsetzung

Realisierung des Entwicklungskonzeptes

Vor Umsetzung des Entwicklungskonzeptes sind noch viele Klärungen zu wichtigen Einzelheiten der Entwicklung im Umfeld (Messe, Baufeld etc.) zu berücksichtigen und zu klären. In den vorliegenden Textpassagen sind Beispiele dazu genannt. Allem voran stehen ein breiter politischer Wille zur Standortentwicklung und die Grundsatzentscheidung zur Öffnung des Bürgerparks im Abgleich mit der steuerlich vorteilhaften Variante eines Parks mit verbleibendem Eintritt (vgl. Tabelle 27).

Neben diesen beiden Parametern gibt es weitere Komponenten, die es zu organisieren und zu definieren gilt. Hinzu kommt die mögliche Expandierung oder Neuorganisation der Messflächen und der möglichen externen Anbieter von Nutzungsangeboten wie beim Wasserski, Hochseilgarten, Betreiber Urban Gardening oder dem angedachten Streichelzoo. Diese Vielzahl von Einheiten bedürften einer einheitlichen Organisation, eines zentralen Ansprechpartners, um alle Belange im Sinne einer Einheit sicherzustellen.

Das Entwicklungskonzept schlägt für diese Gesamtkoordination die IGA Rostock 2003 GmbH mit ihrem entsprechend erfahrenen Personal vor. Abschließend ist steuerrechtlich zu prüfen, ob die bestehende Rechtsform beibehalten werden kann. Diese Empfehlung stützt sich auf die Tatsache, dass von der IGA Rostock 2003 GmbH gegenwärtig eine Vielzahl von Tätigkeiten ausgeübt werden (Brückenwartung, Veranstaltungorganisation etc.), die beispielsweise bei einer Bewirtschaftung der Parkanlage durch die Stadtverwaltung kaum zu bewerkstelligen sein wird.

Als Vorteile einer einheitlichen Koordinations- und Organisationsstelle durch die IGA Rostock 2003 GmbH werden gesehen:

- Ein Ansprechpartner für Veranstalter, Museumsleitung und externe Betreiber und Träger
- Einheitliche Park- und Schiffsgartenunterhaltung
- Sicherstellung einheitlicher Benutzungs- und Organisationsstandards
- Vereinfachte Abrechnung und Buchhaltung
- Steuerrechtliche Vorteile
- Einheitlicher Ansprechpartner für Stadt und Bürger
- Vereinfachte Bewerbung und Marketing auf einer koordinierten Plattform

- Flexibilität bei Personaleinsatz über die Einheiten hinweg
- Zentrale Steuerung aller Investitionen, Pflegeleistungen und Veranstaltungen
- Einheitlicher Ansprechpartner für alle weiteren Planungs- und Entwicklungsschritte
- Nutzung des bestehenden Know-hows aus der Zeit der Parkbetreuung

Bürgerpark

Voraussetzungen zur Umsetzung

Zusammenfassend werden die wesentlichen Voraussetzungen zur Umsetzung des Entwicklungskonzeptes für den Bürgerpark dargestellt.

- Steuerrechtliche Prüfung der Umsatzsteuerrelevanz bei Öffnung der Parkanlage als Bürgerpark. Damit einhergehende Grundsatzentscheidung zur Parköffnung oder zum Beibehalt der Park- eintrittspflicht
- Klärung der Entwicklungs- und Expansionsziele der Messgesellschaft
- Grundsatzvereinbarungen mit externen Trägern, Vereinen oder Partnern beim Urban Gardening, Baumpatenschaften, Rosengärten, Umweltbildung, Streichelzoo, Wasserkanlage und möglichem Hochseilgarten
- Politische Grundsatzentscheidung zur langfristigen Umsetzung der Konzeptinhalte
- Definition der Koordinationseinheit aller Maßnahmen
- Finanzierung

Mögliche Etappen der Umsetzung im Bürgerpark

Grundsätzlich können die Investitionen im Bürgerpark in Etappen und sinnvollen Teilabschnitten durchgeführt werden. Vordringlich sind Maßnahmen zur Reduzierung der laufenden Pflegekosten sinnvoll.

In den Tabellen 28/29 sind zwei Beispiele der Etappierung einschl. Baubenekosten dargestellt.

Investitionen Bürgerpark

Beschreibung	IGP Rückbau - netto (in Euro)
Nationengarten (ohne Gebäude)	1.774,80 €
	1.250,00 €
	8.537,50 €
	1.775,76 €
	2.957,50 €
	1.705,00 €
	5.393,44 €
Wiese Asphalt	3.543,25 €
Wiese Betonpflaster	1.052,52 €
Wiese Natursteinpflaster	1.426,88 €
Staudengärten	15.924,50 €
Rosenflächen	1.592,50 €
Bäume	14.046,25 €
Sträucher	10.000,00 €
Pavillon	9.000,00 €
Gebäude	10.500,00 €
Pavillon	10.500,00 €
Toilettencontainer****	40.000,00 €
Einbauort/Ausstattung	2.000,00 €

Beschreibung	IGP Pflege - netto (in Euro)
Gehölze	26.520,55 €
Bäume 500 Stück	339.245,00 €
Sträucher/Pflanzen 50 % Deckung pauschal	392.809,00 €
Wiese (ohne Umwandlung in einen zultweij einrichtl. Oberboden)	26.520,55 €
Parkplatz (Schotterfläche)	339.245,00 €
Spielplatz	347.420,00 €
Sportplatz	1.680.975,00 €
Weg/Betonpflaster	5.370,00 €
Weg/GWV	23.384,40 €
Rasen neu einrichtl. Oberboden	9.047,50 €
Aufwertung Mini Golf	8.000,00 €
Aufwertung Rhododendrogarten**	5.000,00 €
Vorbereitung zur Aufstellung der Miniaturgebäude im Staudengarten des MHH in reduzierter Menge. ***	8.000,00 €
Streichelzoo ohne Tiere****	15.000,00 €
Umsetzung Vogelvoliere als Unterstand für Streichelzoo	5.000,00 €
Initiierung Urban Gardening*	5.000,00 €
Initiierung Familienstammblume*	5.000,00 €
Aufstellung zusätzlicher Kassenautomaten, 3 Stück	7.500,00 €
Materialeinstellung Grundausstattung Werkzeug, Anschubkoordinat., Durchführung über Fremdtätigkeit	2.688.572,37 €
Pflanzentbeschädigung, Verbesserung Mobilar	420.571,55 €
Müll, Gitter, Infoleiste	3.048.143,72 €
Wasserleitungen, Abwasserleitungen, Kanalisation, Entwässerung für Veranstaltungen bei Kostenübernahme des Vorkaufers	579.332,31 €
Kontrollmöglichkeit über Hallenhaus zu bewerten	3.658.481,02 €
Baunebenkosten Planung Landschaftsarchitektur, ohne BNK für evtl. Bodenuntersuchung, sonstige Ingenieure/Leistungen, Notargebühren etc.	

Tabelle 28 Grobkosten Investition Bürgerpark Realisierungsetappen

Beschreibung	IGP Rückbau - netto (in Euro)	IGP Pflege - netto (in Euro)	Realisierungsetappen
Etappe Reduzierung Pflegeaufwand, Initialinvestitionen	1.774,80 €	26.520,55 €	Etappe Realisierung Sport- und Spielplatzangebot, Restruktur, Parkplatz
	1.250,00 €	339.245,00 €	
	8.537,50 €	392.809,00 €	
	1.775,76 €	26.520,55 €	
	2.957,50 €	339.245,00 €	
	1.705,00 €	347.420,00 €	
	5.393,44 €	1.680.975,00 €	
	3.543,25 €	5.370,00 €	
	1.052,52 €	23.384,40 €	
	1.426,88 €	9.047,50 €	
	15.924,50 €	8.000,00 €	
	1.592,50 €	5.000,00 €	
	14.046,25 €	8.000,00 €	
	10.000,00 €	15.000,00 €	
	9.000,00 €	5.000,00 €	
	10.500,00 €	5.000,00 €	
	10.500,00 €	7.500,00 €	
	40.000,00 €	- €	
	2.000,00 €	- €	
	- €	2.688.572,37 €	
	- €	420.571,55 €	
	- €	3.048.143,72 €	
	- €	579.332,31 €	
	- €	3.658.481,02 €	

Tabelle 29 Grobkosten Investition Bürgerpark Realisierungsetappen

1. Etappe Realisierung Schiffsgarten

Freiflächen

Die 1. Etappe (Variante 1) geht davon aus, alle Freiflächeninhalte des Entwicklungskonzeptes außerhalb der Senkgründen im Einzugsgebiet des späteren Museumsneubaus umzusetzen. Diese Herangehensweise soll die bauplanerische Relevanz beim Hochbau berücksichtigen, ohne zugleich die wesentlichen Attraktionen des Freiraums auf später zu verschieben. Die Realisierung der 1. Etappe im Freiraum wird mit rd. 780.000,00 Euro brutto einschließlich Baunebenkosten kalkuliert.

In Variante II könnten zwar geringere Investitionskosten generiert werden, jedoch würden dabei relevante und attraktive Inhalte (Kelpwald im ehemaligen Holländischen Garten, Ertüchtigung historische Bootswerft) entfallen. Es ist zu befürchten, dass mit Variante II die Eintrittspflicht nicht ausreichend gerechtfertigt wird. Das Konzept empfiehlt somit die Realisierung der Variante I.

Realisierungsteile 1. Etappe/Variante 1:

- Freiflächen im Umfeld
- Rückbau und Neubau von Wegen und Flächen
- Ertüchtigung der historischen Bootswerft
- Realisierung der Ausstellungs- und Aussichtscontainer
- Realisierung des Kelpgartens einschließlich Nebelgarten (ehemaliger Holländischer Garten)

Traditionsschiff

Als erste Etappe der Realisierung würde sich eine Dauerausstellung über 800 m² zum Thema «Frachtschiff» im Deck «Stauung» eignen. Damit könnte deckweise eine erste Attraktion und Neuerung im Schiff dargestellt werden.



Abb. 165 Etappenplan

2. Etappe Realisierung Schiffsgarten

Freiflächen

In der 2. Etappe bleiben die Freiflächen unverändert wie in der 1. Etappe hergestellt.

Traditionsschiff

Nach Etablierung und Prüfung der Resonanz der ersten Etappe erfolgt die deckweisse Realisierung der restlichen Ausstellungsfläche im Schiff. Die 2. Etappe mit 1.200 m² im III. Deck behandelt die Zeit des Traditionsschiffes. Die Geschichte der DDR-Schiffahrt könnte je nach Finanzierungsmöglichkeiten in einer dieser zwei Etappen untergebracht werden. In Verbindung des Themas mit den herausragenden Modellschiffen würde aber auch eine prominente Platzierung im Neubau bessere konservatorische Ausstellungsbedingungen ermöglichen.

3. Etappe Realisierung Schiffsgarten

Freiflächen

Die dritte Etappe im Schiffsgarten realisiert die Spiel- und Wasserparkanlagen einschließlich der aufgefüllten Terrasse am Museumscafé und würde zeitlich mit der baulichen Realisierung des Museumsneubaus ausgeführt werden.

Damit können mögliche Beschädigungen der Freiflächeninhalte bei den Hochbaumaßnahmen minimiert werden.

Museumsneubau

Vor Herstellung der Freiflächen findet die vollständige Realisierung des Museumsneubaus statt. Mit dem Neubau werden die logistischen Zusammenhänge zwischen Museum und Traditionsschiff abgeschlossen.

Es wird eine Realisierung des gesamten Schiffgartens bestehend aus Traditionsschiff, Museumsneubau und Außenanlagen zum Stadtjubiläum im Jahre 2018 angestrebt.

In Summe kann die 1. Etappe der Realisierung der Konzeptinhalte aus dem Schiffsgarten eine Investitionssumme von rd. 2,13 Mio. Euro brutto einschli. Baunebenkosten ausweisen. Diese setzt sich aus der Ausstellungenkonzeption über rd. 800 m² des Traditionsschiffes und der Teilrealisierung der Freiflächen zusammen.

Die Erlöse aus dem Grundstücksverkauf des Bebauungsgebietes am Dorf Schmarl über rd. 1,66 Mio. Euro würden demnach die zu finanzierende Restsumme auf rd. 0,47 Mio. Euro reduzieren. Genauere Angaben können den einzelnen Kostentabellen und der Wirtschaftlichkeitsberechnung entnommen werden.

Mit der Realisierung der 1. Etappe im Schiffsgarten, begleitet durch ein intensives Marketing (Schaustelle) kann ein Impuls gesetzt werden.

Gemäß den Erfahrungswerten aus der Teilrealisierung können weiterführende Aspekte im laufenden Prozess betrachtet, regelmäßig reflektiert und der Zeitpunkt der abschließenden Umsetzung der weiteren Etappen abgewogen werden.

Besonders wichtig ist hierbei, nach außen die Realisierung als schrittweise Umsetzung darzustellen, die ohne zeitliche Unterbrechung erfolgt.

Beim Verkauf der Grundstücke am Dorf Schmarl könnten neben der Startfinanzierung auch richtungweisende Ansätze verfolgt werden. Die Entwicklung der Baufläche schafft einen Mehrwert für den Park. Hierfür sind vorerst zwei mögliche Szenarien denkbar:

- 1.) Das Grundstück wird zum üblichen Marktpreis veräußert. So wird ein geringer aber sicherer Ertrag erzielt, allerdings ohne die Qualität der Entwicklung beeinflussen zu können.
- 2.) Eine durch die IGA Rostock 2003 GmbH gesteuerte Grundstücksentwicklung würde sowohl die Chance bieten, den Park aufzuwerten als auch die Möglichkeit, eine einmalige Architektur zu schaffen. Beispielsweise könnte hier eine nachhaltige und zukunftsweisende Wohnbebauung entlang der Hauptzufahrt zum Park und zum Museum entstehen, in der Tradition von renommierten Wohntypologien wie der Weißenhofsiedlung in Stuttgart oder der Halensiedlung in Bern.

Gegenüber dem einfachen Grundstücksverkauf beinhaltet der Verkauf eines entwickelten Grundstücks oder sogar eines realisierten Projekts zwar zunächst höhere Investitionen, aber ermöglicht gleichzeitig einen höheren Ertrag, der wiederum in die Refinanzierung von mehreren Realisierungsetappen der Park- und Museumsentwicklung fließen kann.

Bei der Suche nach einem geeigneten Investor sollten beide Möglichkeiten untersucht werden, um die für die Gesamtfinanzierung der Entwicklung von Park und Museum beste Lösung zu finden.

	Fläche, Volumen	Euro/m ²	Bauten	Innenausbau	Total
Baukosten Schiff 1. Etappe					
Schiff					
Umbau Schiff, Abbruch Ausstellung	800	80	64.000 €		
Neueinrichtung Dauerausstellung	800	1.200		960.000 €	
Zusätzliche Umbaufläche: Museumspädagogik, Archiv- und Magazinräume, Bibliothek mit Arbeitsraum, Personaltoilette, Sozialräume	0	1.000			
			64.000 €	960.000 €	1.024.000 €
Kosten Bauten und Dauerausstellungen			64.000 €	960.000 €	1.024.000 €
Baunebenkosten 10 %			6.400 €	96.000 €	102.400 €
Kosten Bauten und Dauerausstellungen netto			70.400 €	1.056.000 €	1.126.400 €
Umsatzsteuer 19 %			13.376 €	200.640 €	214.016 €
GESAMT inkl. Umsatzsteuer			83.776 €	1.256.640 €	1.340.416 €
Bemerkungen:					
Caifetaria/Restaurant evtl. im Betrieb ausgelagert: ca. 140.000 € im Jahr					
Bauland nicht gerechnet					
Eigenmiete nicht gerechnet					
* Ausstellungsfläche aus: Integriertes Museumskonzept Rostock					

Tabelle 31. Grobkosten Investition Schiff - 1. Etappe

	Fläche, Volumen	Euro/m ²	Bauten	Innenausbau	Total
Baukosten Schiff 2. Etappe					
Schiff					
Umbau Schiff, Abbruch Ausstellung	1.200	80	96.000 €		
Neueinrichtung Dauerausstellung	1.200	1.200		1.440.000 €	
Zusätzliche Umbaufläche: Museumspädagogik, Archiv- und Magazinräume, Bibliothek mit Arbeitsraum, Personaltoilette, Sozialräume	1.070	1.000			
			96.000 €	1.070.000 €	2.510.000 €
Kosten Bauten und Dauerausstellungen			96.000 €	2.510.000 €	2.606.000 €
Baunebenkosten 10 %			9.600 €	251.000 €	260.600 €
Kosten Bauten und Dauerausstellungen netto			105.600 €	2.761.000 €	2.866.600 €
Umsatzsteuer 19 %			20.064 €	524.590 €	544.654 €
GESAMT inkl. Umsatzsteuer			125.664 €	3.285.590 €	3.411.254 €
Bemerkungen:					
Caifetaria/Restaurant evtl. im Betrieb ausgelagert: ca. 140.000 € im Jahr					
Bauland nicht gerechnet					
Eigenmiete nicht gerechnet					
* Ausstellungsfläche aus: Integriertes Museumskonzept Rostock					

Tabelle 32. Grobkosten Investition Schiff - 2. Etappe

Unterhaltungskosten Museumsneubau und Schiff

Eine gute räumliche Organisation des Museumsneubaus und des umgestalteten Schiffahrtsmuseums im Traditionsschiff ermöglicht es, den laufenden Betrieb mit einem geringen Personalaufwand durchzuführen. Mit Ausnahme der Wochenenden können der Empfang und der Shop von einer Person betreut werden.

Während der Umsetzung der Phasen 1. und 2. sollte die Kuratorenstelle doppelt besetzt werden. Nach Abschluss des Vollaubsbaus einschließlich Konzeption und Realisierung der Dauerausstellung wäre für den weiteren laufenden Betrieb eine Kuratorenposition ausreichend.

Die Anzahl der jährlich realisierbaren Wechselausstellungen sind auf Grundlage einer Wirtschaftlichkeitsberechnung zu definieren. Für die dauerhafte Anziehungskraft des Museums sind mindestens zwei Wechselausstellungen im Jahr zu empfehlen, über die neue Besucherzielgruppen erschlossen werden und das Publikum aus der Region zum mehrmaligen Besuch des Museums angeregt wird.

Unterhaltungskosten

	1. und 2. Etappe		Vollaubau
Schiff und Neubau			
Direktor/Leitung Museum	1,0	70.000 €	1,0
Kuratoren: Wissenschaftliche Recherche, Leitung Sammlung (Ist-Zustand)	1,0	60.000 €	1,0
	1,0	55.000 €	0,0
Museumpädagogik	1,0	30.000 €	1,0
Projektleiter Bootswert/Schmiede	1,0	30.000 €	1,0
Empfang und Shop	1,5	45.000 €	1,5
Kasse und Informationszentrum	1,5	45.000 €	1,5
Schiffstechniker/Hausmeister	1,5	54.000 €	1,5
Konservation Schiffskörper	1,5	45.000 €	1,5
Mitarbeiter auf Basis geringfügiger Beschäftigung	1,0	30.000 €	1,0
Aufsichtskräfte	3,0	90.000 €	4,0
Versicherungen Schiff		30.000 €	
Arbeitsmaterial Personal, Informatik, Spesen		100.000 €	
	15,0	664.000 €	15,0
Ausstellungsbetrieb Schiff und Neubau			
Wechselausstellungen			
Inkl. Publikationen, Flyer, Plakate und Veranstaltungen	1,0	45.000 €	1,0
		45.000 €	
Museumsteil Schiff mit Dauerausstellung			
Reinigungsarbeiten		22.000 €	
Strom, Wasser, Abwasser, Heizen		110.000 €	
Unterhaltsarbeiten Schiff		50.000 €	
Unterhaltsarbeiten Ausstellung		20.000 €	
Reparaturen, diverse Kleinarbeiten		30.000 €	
		232.000 €	
Museumsteil Neubau mit Dauer- und Wechselausstellung			
Reinigungsarbeiten		12.000 €	
Strom, Wasser, Abwasser, Heizen		60.000 €	
Unterhaltsarbeiten Gebäude		30.000 €	
Unterhaltsarbeiten Ausstellung		20.000 €	
Reparaturen, diverse Kleinarbeiten		35.000 €	
		137.000 €	
TOTAL Kosten Personal, Betrieb und Unterhalt		941.000	
		1.068.000	1.068.000 €
Bemerkungen:			
Cafeteria/Restaurant evtl. im Betrieb ausgelagert; ca. 4,0.000 € im Jahr			
Bauzins nicht gerechnet			
Eigenmiete nicht gerechnet			
* Ausstellungsfläche aus: Integriertes Museumskonzept Bontock			

Tabelle 333 Grobkosten Unterhaltungskosten Schiff und Neubau

Folgende Zeitachse ist bei einer Etappenumsetzung vorgesehen:

1. Etappe: Teilausstellung Schiff und Teilrealisierung Freiflächen

- Planung 2014,
- Realisierung 2015

2. Etappe: Ergänzende Ausstellungen im Schiff

- Planung 2015
- Realisierung 2016

3. Etappe: Museumsneubau, Zusammenführung Schiff-Museum, Freiflächen Senkgärten

- Planung 2014-15
- Realisierung 2016-2018

Einweihung zum 80-jährigen Stadtjubiläum am **24.06.2018**

8.2 Zusammenfassung der Handlungsempfehlung

Die Verfasser des Entwicklungskonzeptes sehen die komplette Realisierung der vorgeschlagenen Maßnahmen im Bürgerpark und Schiffgarten als vorrangiges Ziel an. Die zeitnahe Umsetzung wird im Besonderen für den Schiffgarten mit dem Museumsneubau empfohlen. Mit kurzfristig sichtbaren Ergebnissen können die Erwartungshaltungen der Bürger und Besucher über 10 Jahre nach Durchführung der IGA erfüllt und zeitnah die prognostizierten positiven Signale gesetzt werden.

Aus förderrechtlichen, politischen oder finanziellen Gründen kann eine etappenweise Umsetzung der Realisierung denkbar werden. In beiden genannten Fällen wird eine

Fertigstellung aller Inhalte zum 800-jährigen Stadtjubiläum am 24.06.2018 angestrebt.

Dieses besondere Jubiläum ist ein angemessener und gut vermarktbarer Rahmen, um die neuen Impulse im ehemaligen IGA-Park darzustellen. Das durchaus ambitionierte Zeitfenster der Realisierung ist nur durch eine sofortige und stringente Umsetzung aller erforderlichen Schritte möglich und erfordert eine klare Organisationsstruktur und Projektleitung.

Bei der Konzepterstellung wurden direkte und ermittelbare Kosten mit Erlösen abgeglichen. Weiche, nicht eindeutig monetär quantifizierbare Impulse, die aus einer entsprechenden Realisierung für das Umfeld, die lokale Wirtschaft, Übernachtungszahlen und dem touristischen Gesamtbild der Stadt Rostock zu erwarten sind, wurden nicht dargestellt. Weiterhin ist zu beachten, dass die betrieblichen Vergleichskosten weitgehend aus dem Jahr 2009 resultieren und mit aktuellen Kalkulationskosten aus dem Jahre 2013 ohne Berücksichtigung weiterer Preissteigerungen verglichen wurden.

Touristische Impulse für eine Stadt gehen häufig von besonderen Orten und Attraktionen aus. Mit Realisierung des Entwicklungskonzeptes erhält die Stadt Rostock eine entsprechende Destination, die vor allem mit dem Schiffgarten einen lokalen und überregionalen Imagegewinn und damit einhergehend eine Erhöhung der touristischen Gesamtattraktivität erwarten lässt.



Abb. 166 Übersichtsplan Neuentwicklung

9 Anlagen

9.1 Literaturverzeichnis

- Deutsches Schifffahrtsmuseum, Bermerhaven, Text: www.dsm.museum/, Berlin, Zugriff 03/2013
- dwiif Consulting (2012), Die Hansestadt Rostock mit dem Seebad Warnemünde, Tourismuskonzeption 2022, Rostock-Warnemünde, 2012
- Hansestadt Rostock, Aktualisierung und Konkretisierung des Regionalen Flächenkonzeptes hafennaher Wirtschaft Rostock (RFK), Rostock, 2013
- Hansestadt Rostock, Amt für Stadtplanung und Stadtentwicklung, Rostock 2025 – Leitlinien zur Stadtentwicklung der Hansestadt Rostock (Entwurf 13.06.2012), Rostock 2012
- Hansestadt Rostock, Amt für Stadtgrün, Naturschutz und Landschaftspflege, Spielplatzkonzept der Hansestadt Rostock 2011, 04/2011
- Hansestadt Rostock, Amt für Stadtplanung und Stadtentwicklung, Warnowuferkonzept, Analyse und Leitbilder, Rostock, März 2009, S.10 ff., S.24
- Hansestadt Rostock, Amt für Stadtplanung und Stadtentwicklung, Flächennutzungsplan der Hansestadt Rostock, Erläuterungsbericht, Rostock 2005, S. 35
- Hansestadt Rostock, Bürgerantrag Dr. Ulrich Seidel, Positive Entwicklung des IGA Parks in Verbindung mit einem maritimen Museum, Rostock, 09. 06.2011
- Museumslandschaft Rostock – Integriertes Entwicklungskonzept bis 2018, Zusammenfassung Anlage B2, Rostock, 2009
- IGA Rostock 2003 GmbH, Entwicklungskonzept IGA Park Rostock, Anlage zum Vertrag, Leistungsbeschreibung, Rostock, 04.01.2013
- IGA Rostock 2003 GmbH, Wirtschaftsplan 2013, Rostock
- IGA Rostock 2003 GmbH, Interessenbekundung für die Erstellung eines Entwicklungskonzeptes für den IGA Park, Rostock, April 2012
- IGA Rostock 2003 GmbH, Internationale Gartenbauausstellung Rostock 2003, Jahresabschluss- und Lagebericht, Rostock, Dezember 2011
- IGA Rostock 2003 GmbH, Workshop am 9. März 2010 im Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum auf dem Traditionsschiff, Thema: «Museumskonzept der Hansestadt Rostock, Entwicklung des Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums bis 2018», Rostock, 03/2010, S. 3 und S. 5
- IGA Rostock 2003 GmbH, Abschlussbericht IGA Rostock 2003, Rostock, Januar 2006, S. 156
- Die Landesbeauftragte für die Stasi-Unterlagen (Hrsg.), Siegfried Köhler: Der Überseehafen Rostock unter Kontrolle der Staatssicherheit, Schwerin, 2012
- Ulrike Neubauer, Stadtbau Ost, Großwohnsiedlungen als stadtentwicklungspolitische Herausforderung für die Hansestadt Rostock, Diplomica GmbH Hamburg, Hamburg 2007
- Konzeption zum Freilichtbereich des Schifffahrtsmuseums Rostock, Rostock-Schmarl (Traditionsschiff), unfertiger Entwurf, Unterlagen durch IGA Rostock 2003 GmbH zur Verfügung gestellt
- Maritimuseum Karlskrona, Text:www.maritimuseum.se/de/, Berlin, Zugriff 03/2013
- Maritim Museum Peenemünde Text: www.peenemuende-info.de/lu-boot.html, Berlin, Zugriff: 19.12.12
- Museumsschiff «Luise», Göhren Text: www.wikipedia.org/wiki/Luise_%28Schiff%29, Berlin, Zugriff 03/2013
- Mürtzeum, Waren, Text: www.muertzeum.de/de/natur_erleben/tiere_pflanzen_und_natur, Zugriff 19.12.12
- Nachnutzungskonzeption für den Bereich der Freilichtausstellung des Schifffahrtsmuseums am Standort Rostock-Schmarl (Traditionsschiff), Stand: 09-2003, Unterlagen durch IGA Rostock 2003 GmbH zur Verfügung gestellt
- Prof. Dr. rer. hort. K. Neumann, Empfehlung für ein Nutzungs- und Organisationskonzept, Nachnutzung des IGA-Geländes Rostock Warnow-Niederungspark, Berlin, Juli und August 2001
- Ozeaneum Stralsund, Text: www.ozeaneum.de/ueber-uns.html, Berlin, Zugriff: 19.12.12
- Potenzialanalyse Maritimes Museum Rostock, Kurzfassung, Unterlagen durch IGA Rostock 2003 GmbH zur Verfügung gestellt
- Potenzialanalyse für ein Maritimes Museum Rostock, animare – projektmanagement tourismus, Unterlagen durch IGA Rostock 2003 GmbH zur Verfügung gestellt
- Karsten Schröder, In deinen Mauern herrsche Eintracht und allgemeines Wohlergehen, Rostock 2003, S. 291
- Standortbetrachtungen für ein künftiges Maritimes Museum Rostock, Maßnahmenkatalog je Standort (Übersicht), Unterlagen durch IGA Rostock 2003 GmbH zur Verfügung gestellt
- Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock, Entwicklungskonzeption – Fortschreibung und Konkretisierung, Rostock, Stand Februar 2002
- Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock, Auflistung über die Sammlungen des Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums Rostock, Rostock, Stand Dezember 2012
- Schifffahrtsmuseum Kiel, Text: www.schleswig-holstein.de/MWAVT/DE/Service/Presse/PI/2012_neu/220615_HistorischeFischhalle.html, Berlin, Zugriff 19.12.12 15:34
- Mittelfristiges Entwicklungskonzept bis 2018, Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock als Museum für maritime Geschichte, Technik und Meeresnutzung (Marineum), Unterlagen durch IGA Rostock 2003 GmbH zur Verfügung gestellt
- U-Boot Museum Sassnitz, Text:www.hms-otus.com/germanpage/technik.php Berlin, Zugriff 19.12.12; 15:48
- IGA 2003 – Bestand Konzeption Umsetzung, Gedanken Skizzen Planungen Thesen zur IGA Entstehung 1997– 2003, WES & Partner Landschaftsarchitekten, Hamburg, 2003

9.2 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Aufstellung der Pflegefremdkosten, IGA 2003 GmbH, Rostock, 12/2012	Tabelle 19	Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 4, Hager Partner AG, Berlin 03/2013
Tabelle 2	Bewertung der Parkinhalte des IGA Parks, Hager Partner AG, Berlin 12/2012	Tabelle 20	Mögliches Raumprogramm Museumsneubau, Holzer Kobler Architekturen, Berlin 03/2013
Tabelle 3	Besucherzahlen der vergangenen fünf Jahre im Überblick, Besucherzahlen im Jahresvergleich, IGA Rostock 2003 GmbH, Rostock	Tabelle 21	Zielgruppen und ihre Interessen (Auswahl), Eigene Daten und: dwif Consulting (2012), Die Hansestadt Rostock mit dem Seebad Warnemünde, Tourismuskonzeption 2022, Rostock-Warnemünde, 2012
Tabelle 4	Beispielrechnung Besuchertypen, Besucherzahlen im Jahresvergleich, IGA Rostock 2003 GmbH und eigene Schätzung, Berlin 03/2013	Tabelle 22	Grobkosten Investition Bürgerpark, Hager Partner AG, Berlin 08/2013
Tabelle 5	Eintrittspreise ausgewählter Parks/Gärten, Eigene Recherchen, Stand 03/2013, Änderungen vorbehalten	Tabelle 23	Grobkosten Pflege / Bewirtschaftung Bürgerpark, Hager Partner AG, Berlin 08/2013
Tabelle 6	Eintrittspreise verschiedener Museen, Eigene Recherchen, Stand 03/2013, Änderungen vorbehalten	Tabelle 24	Grobkosten Investition Schiffsgarten, Hager Partner AG, Berlin 08/2013
Tabelle 7	Umsatzerlöse Eintrittsentgelte 2011, Wirtschaftsplan 2013, IGA Rostock 2003 GmbH, Rostock, 2012	Tabelle 25	Grobkosten Schiff und Neubau, Holzer Kobler Architekturen, Berlin 09/2013
Tabelle 8	Bevölkerungsentwicklung 1992-2005 von Groß-Klein und Rostock im Vergleich, Ulrike Neubauer, Stadumbau Ost, Großwohnsiedlungen als stadtentwicklungspolitische Herausforderung für die Hansestadt Rostock, Diplomica GmbH Hamburg, Hamburg 2007	Tabelle 26	Grobkosten Pflege / Unterhaltung Schiffsgarten, Hager Partner AG, Berlin 08/2013
Tabelle 9	Grünraumversorgung der angrenzenden Stadtteile, Flächenstatistik des Amtes für Stadtgrün, Naturschutz und Landschaftspflege, Rostock, 12/2012	Tabelle 27	Grobkosten Übersicht Freiflächen, Hager Partner AG, Berlin 08/2013
Tabelle 10	Grünraumversorgung der angrenzenden Stadtteile, Flächenstatistik des Amtes für Stadtgrün, Naturschutz und Landschaftspflege, Rostock, 12/2012	Tabelle 28	Grobkosten Investition Bürgerpark Realisierungsetappen, Teil 1, Hager Partner AG, Berlin 08/2013
Tabelle 11	Kulturstätten in Rostock – Museen, Hansestadt Rostock, Integriertes Museumskonzept für die Hansestadt Rostock, Erläuterungen zum Museumskonzept der Hansestadt Rostock, Rostock, Endfassung 09.02.2011, S. 11	Tabelle 29	Grobkosten Investition Bürgerpark Realisierungsetappen, Teil 2, Hager Partner AG, Berlin 08/2013
Tabelle 12	Kulturstätten in Rostock - Weitere kulturelle Einrichtungen, Hansestadt Rostock, Integriertes Museumskonzept für die Hansestadt Rostock, Erläuterungen zum Museumskonzept der Hansestadt Rostock, Rostock, Endfassung 09.02.2011, S. 12	Tabelle 30	Grobkosten Investition Schiffsgarten Realisierungsetappen, Hager Partner AG, Berlin 08/2013
Tabelle 13	Regionale und überregionale Museumslandschaft, Deutsches Schifffahrtsmuseum, Bermerhaven, Text: www.dsm-museum, Berlin, Zugriff 03/2013, phanTECHNIKUM Wismar (Technisches Landesmuseum), Wismar, Text: http://www.phantechnikum.de/de/startseite.html , Berlin, Zugriff 03/2013	Tabelle 31	Grobkosten Investition Schiff – 1. Etappe, Holzer Kobler Architekturen, Berlin 09/2013
Tabelle 14	Veranstaltungen in der Region Rostock, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, Berlin, 03/2013	Tabelle 32	Grobkosten Investition Schiff – 2. Etappe, Holzer Kobler Architekturen, Berlin 09/2013
Tabelle 15	Grundlage: Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock, Auflistung über die Sammlungen des Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums Rostock, Rostock, Stand Dezember 2012	Tabelle 33	Grobkosten Unterhaltungskosten Schiff und Neubau, Holzer Kobler Architekturen, Berlin 09/2013
Tabelle 16	Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 1, Hager Partner AG, Berlin 03/2013		
Tabelle 17	Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 2, Hager Partner AG, Berlin 03/2013		
Tabelle 18	Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen der Entwicklungsvariante 3, Hager Partner AG, Berlin 03/2013		

9-3 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Blick in die Niederung, Hager Partner AG, Rostock 02/2013	Abb. 31	Betonschiff «Capella», Dr. Peter Danker-Carstensen, Rostock, 05/2007
Abb. 2	Gliederung der Parklandschaft, Hager Partner AG, Berlin, 03/2013	Abb. 32	Blick über den Bug, Phil Norman Peterson, 2012/2013
Abb. 3	Kunst im Park, Hager Partner AG, Berlin, 03/2013	Abb. 33	Logos der IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 4	Parkbeleuchtung, Hager Partner AG, Berlin, 03/2013	Abb. 34	Werbeplakat City-Light-Plakate 2010, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 5	Waschplatz am Barfußpfad, IGA Rostock 2003 GmbH, Rostock, 08/2010	Abb. 35	Entwicklungsvariante 1, Hager Partner AG, Berlin, 03/2013
Abb. 6	Weidendom, IGA Rostock 2003 GmbH, Rostock, 07/2003	Abb. 36	Entwicklungsvariante 2, Hager Partner AG, Berlin, 03/2013
Abb. 7	Japanischer Garten, IGA Rostock 2003 GmbH, Rostock, 09/2004	Abb. 37	Entwicklungsvariante 3, Hager Partner AG, Berlin, 03/2013
Abb. 8	Rosengarten ohne Miniaturgebäude auf der Festwiese, Hager Partner AG, Rostock 12/2012	Abb. 38	Entwicklungsvariante 4, Hager Partner AG, Berlin, 03/2013
Abb. 9	Fernsehgarten, IGA Rostock 2003 GmbH, Rostock, 06/2007	Abb. 39	Blick vom Traditionsschiff, Holzer Kobler Architekturen, 03/2013
Abb. 10	Veranstaltung im IGA Park, IGA Rostock 2003 GmbH, Rostock, 08/2003	Abb. 40	Vorzugsvariante, Hager Partner AG, Berlin, 03/2013
Abb. 11	Eingang Dorf Schmarl, Hager Partner AG, Rostock 02/2013	Abb. 41	Verkehrliche Neuordnung, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 12	Maritim Museum, Karlskrona, www.maritimuseum.se/sv/Utstallningar/Undervattenstunnen/, Berlin, Zugriff 03/2013, Holzer Kobler Architekturen	Abb. 42	Übersicht Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 13	Ozeaneum, Stralsund, www.k-hti.de/website/index.php/leistungen/gesellschaftsbau/8-ozeane umstralsund, Berlin Zugriff 03/2013, Holzer Kobler Architekturen	Abb. 43	Inspielsplatz, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 14	Uboot U461 Peenemünde, http://home.fotocommunity.de/umtreiber52/index.php?id=1518755&id=22296980, Berlin, Zugriff 03/2013, Holzer Kobler Architekturen	Abb. 44	Spielsplatz, Hager Partner AG
Abb. 15	Verteilung der Spiel- und Sportanlagen, Hager Partner AG, Rostock 03/2013	Abb. 45	Spielsplatz, Hager Partner AG
Abb. 16	Traditionsschiff Typ «Frieden», Phil Norman Peterson, 2012/2013	Abb. 46	Luftbild Inspielsplatz, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 17	Eingangsbereich, Phil Norman Peterson, 2012/2013	Abb. 47	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 18	Eingangssituation mit Tresen, Phil Norman Peterson, 2012/2013	Abb. 48	Familienstammbäume, Fotolia 42902802 XS Copyright
Abb. 19	Gaststätte Offiziersmesse, Phil Norman Peterson, 2012/2013	Abb. 49	Luftbild, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 20	Kaffeebereich mit Getränkeautomat Deck 3, Phil Norman Peterson, 2012/2013	Abb. 50	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 21	Ausstellungsbereich Navigation, Seefunk, Phil Norman Peterson, 2012/2013	Abb. 51	Wochenmarkt, Hager Partner AG
Abb. 22	Magazin mit gelagerten Schiffsmodellen, Phil Norman Peterson, 2012/2013	Abb. 52	Urban Gardening, Hager Partner AG
Abb. 23	Seminarraum, Phil Norman Peterson, 2012/2013	Abb. 53	Wochenmarkt, Hager Partner AG
Abb. 24	Diorama, Dr. Peter Danker-Carstensen, Schifffahrtsmuseum, Inventargut, 1999	Abb. 54	Luftbild Urban Gardening, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 25	Wasserbecken mit ferngesteuerten Schiffen, Phil Norman Peterson, 2012/2013	Abb. 55	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 26	Historisches Modellschiff, Schifffahrtsmuseum, Inventargut, 1999	Abb. 56	Rosen, Hager Partner AG
Abb. 27	Neuzeitliches Modellschiff, Schifffahrtsmuseum, Inventargut, 1999	Abb. 57	Gartenwerkzeuge, Fotolia 41822495 XS Copyright
Abb. 28	Flaschenschiff-Exponat horizontal, Schifffahrtsmuseum, Inventargut, 1999	Abb. 58	Luftbild Rosenhang, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 29	Flaschenschiff-Exponat vertikal, Schifffahrtsmuseum, Inventargut, 1999	Abb. 59	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 30	Ankersammlung, Dr. Peter Danker-Carstensen, Rostock, 05/2007	Abb. 60	Luftbild Bereich Messe, IGA Rostock 2003 GmbH
		Abb. 61	Erweiterung der Messe, Hager Partner AG
		Abb. 62	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
		Abb. 63	Detailbereich Entwicklungsmaßnahmen Messe, Hager Partner AG

Abb. 64	Generationenwohnen, Fotolia 23083989 XS Copyright	Abb. 97	Seltende Tiere, Fotolia 532216680 XS Copyright
Abb. 65	Luftbild Hamburger Tor, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 98	Luftbild Nationengärten, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 66	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013	Abb. 99	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 67	Parkbesuch am Wochenende, Hager Partner AG	Abb. 100	Streichelzoo, Fotolia 13510191 XS Copyright
Abb. 68	Discgolf, Fotolia 17441679 XS Copyright	Abb. 101	Wohnen am Park, Hager Partner AG
Abb. 69	Luftbild Eventbereich, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 102	Entwicklungsmaßnahmen Nationengärten, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 70	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013	Abb. 103	Lehrpfad Rhododendronhain, Fotolia 25265398 XS Copyright
Abb. 71	Veranstaltung im IGA Park Rostock, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 104	Blühender Rhododendronhain, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 72	Luftbild Parkbühne und Eventbereich, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 105	Luftbild Rhododendrongarten
Abb. 73	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013	Abb. 106	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 74	Skateboardevents, Fotolia 22833368 XS Copyright	Abb. 107	Wassersport, Fotolia 49940906 XS Copyright
Abb. 75	Vorhandene Sportanlage, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 108	Sandburgenausstellung, Fotolia 50239599 XS Copyright
Abb. 76	Luftbild Spiel- und Sportbereich, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 109	Luftbild Warnowstrand Dorf Schmarl, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 77	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013	Abb. 110	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 78	Spielplatz, Hager Partner AG	Abb. 111	Ankunft Anlegesteg, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 79	Spielplatz, Hager Partner AG	Abb. 112	Radfahranbindung Schiffsanleger, Fotolia 35787716 XS Copyright
Abb. 80	Luftbild Spielbereich, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 113	Luftbild Anleger im IGA Park, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 81	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013	Abb. 114	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 82	Gehölzrand, Hager Partner AG	Abb. 115	Entwicklungsmaßnahmen: Rückbau von Parkinhalten, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 83	Luftbild Niederung, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 116	Entwicklungsmaßnahmen Ausbau und Neubau, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 84	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013	Abb. 117	Zaunverlauf und Eingänge, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 85	Nachtminigolf, Fotolia 51200717 XS Copyright	Abb. 118	Konzept Wegeführung im Park, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013
Abb. 86	Luftbild Eingang Nord, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 119	Container in Baumkronen, Fotolia 54597539 XS Copyright
Abb. 87	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013	Abb. 120	Senkbereich Spiel, Hager Partner AG
Abb. 88	Miniaturgebäude im IGA Park Rostock, Hager Partner AG	Abb. 121	Senkbereich Spieltaue, Hager Partner AG
Abb. 89	Bastelgruppe, Fotolia 49609481 XS Copyright	Abb. 122	Senkbereich Wasserwellenanlage, Fotolia 47669324 XS Copyright
Abb. 90	Luftbild Niederung, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 123	Strandgutpräsentation, Fotolia 53314116 XS Copyright
Abb. 91	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013	Abb. 124	Stahlkonstruktion ehemaliger Hollandgarten, Hager Partner AG 08/2013
Abb. 92	Luftbild Weidendom, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 125	Senkbereich Kelpwald, Fotolia 59793443 XS Copyright
Abb. 93	Gottesdienst im Weidendom, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 126	Luftbild Schiffsgarten, IGA Rostock 2003 GmbH
Abb. 94	Luftbild Weidendom, IGA Rostock 2003 GmbH	Abb. 127	Entwicklungsmaßnahmen Schiffsgarten Rostock, Hager Partner AG 08/2013
Abb. 95	Ausschnitt Entwicklungsmaßnahmen, Hager Partner AG, Berlin, 07/2013	Abb. 128	Ansicht Neubau und Traditionsschiff vom Hafen, Holzer Kobler Architekturen
Abb. 96	Fernsehgarten, IGA Rostock 2003 GmbH		

- Abb. 129 Motorraum Traditionsschiff, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 130 Magazin/Lager, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 131 Fahnenlager, Holzer Kobler Architekturen
- Abb. 132 Kinder & Spiel, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 133 Karte Warmemünde-Museum-Altstadt, Holzer Kobler Architekturen, 05/2013
- Abb. 134 Weitblick in Richtung Meer, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 135 Blick zum Hafen, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 136 Blick zum Hafen mit 24-Stunden-Geräuschkulisse, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 137 Blick in Richtung Altstadt, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 138 Lageplan, Hager Partner AG, 08/2013
- Abb. 139 Ansicht Neubau und Traditionsschiff vom Hafen, Holzer Kobler Architekturen, 08/2013
- Abb. 140 Grundriss Neubau EG, Holzer Kobler Architekturen, 08/2013
- Abb. 141 Grundriss Neubau 1. OG, Holzer Kobler Architekturen, 08/2013
- Abb. 142 Funktionsdiagramm, Holzer Kobler Architekturen, 05/2013
- Abb. 143 Diagramm Thematische Ausrichtung, Holzer Kobler Architekturen, 05/2013
- Abb. 144 Überseehafen Rostock, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 145 Wertgeschichte, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 146 Schiffsbau in der DDR, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 147 Schematische Grundrisse Traditionsschiff, Holzer Kobler Architekturen, 08/2013
- Abb. 148 Weltkarte, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 149 Handelsgüter, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 150 Blick in die Brücke, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 151 Blick ins Originalschiff, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 152 Beispiel für Handelswege (Referenz: UNH, HKA), Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 153 Schnittmodell eines Schiffs, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 154 Schiffsmodell, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 155 Schiffsmodell, Holzer Kobler Architekturen, 12/2012
- Abb. 156 Ansicht Neubau und Traditionsschiff vom Neptunsteg, Holzer Kobler Architekturen, 08/2013
- Abb. 157 Luftbild, Holzer Kobler Architekturen, 08/2013
- Abb. 158 Logo, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, 08/2013
- Abb. 159 Logo mit Subtext, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, 08/2013
- Abb. 160 Broschürenittel, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, 08/2013
- Abb. 161 Beispiel Flyer, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, 08/2013
- Abb. 162 Beispiel Flyer, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, 08/2013
- Abb. 163 Beispiel Flyer, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, 08/2013
- Abb. 164 Beispiel Flyer, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, 08/2013
- Abb. 165 Etappenplan, Hager Partner AG, 09/2013
- Abb. 166 Übersichtsplan Neuentwicklung, Hager Partner AG, 09/2013
- 9-4 Verzeichnis externer Anlagen**
- Wirtschaftlichkeitsberechnung, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, 09/2013
- Auswertung Interviewbefragung, Hager Partner AG, 01/2013
- Feedback der Öffentlichkeit, Runze & Casper Werbeagentur GmbH, 09/2013
- Besucherprognose IGA-Park Rostock, Ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, 06/2013

9.4 Externe Anlagen

zum Entwicklungskonzept für den IGA Park Rostock



Inhalt

Wirtschaftlichkeitsberechnung, 09/2013	S.1
Auswertung Interviewbefragung, 01/2013	S.20
Feedback der Öffentlichkeit, 09/2013	S.28
Besucherprognose IGA-Park Rostock, 06/2013	S.91

Wirtschaftlichkeitsberechnung

Komplettes Entwicklungskonzept		
Schiffsgarten und Museum, inkl. Bürgerpark	Investitionen	21.143.149,93
	Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Komplettes Entwicklungskonzept 75.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	911.250,00
Betriebskosten Schiffsgarten zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Umsetzung Entwicklungskonzept	Betrieb/Jahr	2.429.290,63
Saldo		-1.518.040,63

Entwicklungskonzept Schiffsgarten und Museum		
Schiffsgarten und Museum	Investitionen	18.094.006,21
	Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Erlöse 75.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten	Erlöse Betrieb/Jahr	740.250,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Entwicklungskonzept	Betrieb/Jahr	1.532.836,23
Saldo		-792.586,23

Entwicklungskonzept Bürgerpark		
Bürgerpark	Investitionen	3.049.143,72
Erlöse Bürgerpark ca. 100.000 Besucher/Jahr zzgl. Veranstaltungen	Erlöse Betrieb/Jahr	171.000,00
Betriebskosten Schiffsgarten zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Umsetzung Entwicklungskonzept	Betrieb/Jahr	896.454,40
Saldo		-725.454,40

Mögliche Entwicklung in Etappen Schiffsgarten/Museum ohne Bürgerpark		
Etappe 1		
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen Schiffsgarten/Museum	2.139.791,88
	Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Etappe 1 - vorsichtige Besucherberechnung 40.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	535.000,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 1 zzgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	Betrieb/Jahr	2.410.233,33
Saldo		-1.875.233,33
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen Schiffsgarten/Museum	2.139.791,88
	Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Etappe 1 - optimistische Besucherberechnung 55.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	649.000,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 1 zzgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	Betrieb/Jahr	2.410.233,33
Saldo		-1.761.233,33
Etappe 2		
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen	3.411.254,00
Etappe 2 - vorsichtige Besucherberechnung 40.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	535.000,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 2 zzgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	Betrieb/Jahr	2.410.233,33
Saldo		-1.875.233,33
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen	3.411.254,00
Etappe 1 - optimistische Besucherberechnung 55.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	649.000,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 2 zzgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	Betrieb/Jahr	2.410.233,33
Saldo		-1.761.233,33
Etappe 3 - Vollausbau		
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen	12.542.960,33
Erlöse bei vorsichtiger Besucherberechnung 55.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	729.850,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 3/Vollausbau zzgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	Betrieb/Jahr	2.578.236,23
Saldo		-1.848.386,23
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen	12.542.960,33
Vollausbau - optimistische Besucherberechnung 75.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	911.250,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 3/Vollausbau zzgl. Betriebskosten Bürgerpark OHNE Investition	Betrieb/Jahr	2.578.236,23
Saldo		-1.666.986,23

Mögliche Entwicklung in Etappen Schiffsgarten/Museum mit Bürgerpark		
Etappe 1		
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen Schiffsgarten/Museum	2.139.791,88
	Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Etappe 1 - vorsichtige Besucherberechnung 40.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Investitionen Bürgerpark	3.049.143,72
Erlöse Betrieb/Jahr		535.000,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 1 zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	Betrieb/Jahr	2.261.287,73
Saldo		-1.726.287,73
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen Schiffsgarten/Museum	2.139.791,88
	Erlöse aus Grundstücksverkauf	1.664.000,00
Etappe 1 - optimistische Besucherberechnung 55.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Investitionen Bürgerpark	3.049.143,72
Erlöse Betrieb/Jahr		649.000,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 1 zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	Betrieb/Jahr	2.261.287,73
Saldo		-1.612.287,73
Etappe 2		
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen	3.411.254,00
Etappe 2 - vorsichtige Besucherberechnung 40.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	535.000,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 2 zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	Betrieb/Jahr	2.261.287,73
Saldo		-1.726.287,73
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen	3.411.254,00
Etappe 1 - optimistische Besucherberechnung 55.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	649.000,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 2 zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	Betrieb/Jahr	2.261.287,73
Saldo		-1.612.287,73
Etappe 3 - Vollausbau		
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen	12.542.960,33
Erlöse bei vorsichtiger Besucherberechnung 55.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	729.850,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 3/Vollausbau zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	Betrieb/Jahr	2.429.290,63
Saldo		-1.699.440,63
Schiffsgarten und Museum		
	Investitionen	12.542.960,33
Vollausbau - optimistische Besucherberechnung 75.000 Besucher/Jahr im Schiffsgarten zzgl. Erlöse Bürgerpark	Erlöse Betrieb/Jahr	911.250,00
Betriebskosten Schiffsgarten nach Umsetzung Etappe 3/Vollausbau zzgl. Betriebskosten Bürgerpark nach Investition	Betrieb/Jahr	2.429.290,63
Saldo		-1.518.040,63

Blatt 1

Erlöse aus Ticketverkauf	nach Fertigstellung Gesamtkonzept		Preis	Besucheranteil in % *	Besucherzahl bei 55000	Erlöse bei 55000 Besuchern	Besucherzahl bei 75000	Erlöse bei 75000 Besuchern
	Ticketkategorie	Erwachsene						
	Erwachsene		9	25	13750	123750	18750	168750
	Gruppen		7,2	10	5500	39600	7500	54000
	Ermäßigt		6	20	11000	66000	15000	90000
	Ermäßigt Gruppen (Schulklassen)		4,5	20	11000	49500	15000	67500
	Familienkarte I		18	10	5500	99000	7500	135000
	Familienkarte II		19,5	5	2750	53625	3750	73125
	Dauerkarte**		4,5	5	2750	12375	3750	16875
	Summe Erlöse					443850		605250

Erlöse aus Ticketverkauf	nach Fertigstellung Etappe 1		Preis	Besucheranteil in % *	Besucherzahl bei 40000	Erlöse bei 40000 Besuchern	Besucherzahl bei 55000	Erlöse bei 55000 Besuchern
	Ticketkategorie	Erwachsene						
	Erwachsene		7,5	25	10000	75000	13750	103125
	Gruppen		6	10	4000	24000	5500	33000
	Ermäßigt		5	20	8000	40000	11000	55000
	Ermäßigt Gruppen (Schulklassen)		4	20	8000	32000	11000	44000
	Familienkarte I		15	10	4000	60000	5500	82500
	Familienkarte II		17,5	5	2000	35000	2750	48125
	Dauerkarte**		4	5	2000	8000	2750	11000
	Summe Erlöse					274000		376750

* Prozentzahlen geschätzt, nach der Besucherstruktur im Klimahaus Bremerhaven, vergleichbare Institution

** bei Preis 45/40 € und durchschnittlich 10 Besuchern pro Jahr = Erlös von 4,5/4 € je Besuch

Blatt 2

Bürgerpark
Investitionen

Rückbau	netto	netto inkl. BNK 16 %	Gesamt/brutto
Nationengärten (ohne Gebäude)			
Garten des Poseidon	1.714,80	1.989,17	2.367,11
Kenia	1.250,00	1.450,00	1.725,50
Österreich	8.517,50	9.880,30	11.757,56
Tunesien	1.775,76	2.059,88	2.451,26
Luxemburg	2.957,50	3.430,70	4.082,53
Ungarn	1.701,00	1.973,16	2.348,06
Wege			
Asphalt	6.301,44	7.309,67	8.698,51
Betonpflaster	3.543,25	4.110,17	4.891,10
Natursteinpflaster	1.052,52	1.220,92	1.452,90
WGW	1.418,80	1.645,81	1.958,51
Staudenfläche	15.932,50	18.481,70	21.993,22
Rosenflächen	1.692,30	1.963,07	2.336,05
Rasen	14.646,25	16.989,65	20.217,68
Rosencafé	10.000,00	11.600,00	13.804,00
Gebäude	9.000,00	10.440,00	12.423,60
Pavillon	9.000,00	10.440,00	12.423,60
Gebäude	2.500,00	2.900,00	3.451,00
Pavillon	10.500,00	12.180,00	14.494,20
Toilettencontainer	40.000,00	46.400,00	55.216,00
Einbauten/Ausstattung	2.000,00	2.320,00	2.760,80
Summe Rückbau	145.503,62	168.784,20	200.853,20

II.	Neubau/Investition	netto	netto inkl. BNK 16 %	Blatt 3
				Gesamt/brutto
	Gehölze			
	Bäume 500 Stück	150.000,00	174.000,00	207.060,00
	Sträucher Stauden	242.809,00	281.658,44	335.173,54
	Wiese	26.520,65	30.763,95	36.609,11
	Parkplatz (Schotterfläche)	139.245,00	161.524,20	192.213,80
	Spielplatz	147.420,00	171.007,20	203.498,57
	Sportplatz	1.680.975,00	1.949.931,00	2.320.417,89
	Wege			
	Betonpflaster	5.170,00	5.997,20	7.136,67
	WGW	23.381,40	27.122,42	32.275,68
	Rasen	9.047,50	10.495,10	12.489,17
	Aufwertung Minigolf	8.000,00	9.280,00	11.043,20
	Aufwertung Rhododendrongarten	5.000,00	5.800,00	6.902,00
	Umsetzung Miniaturen	8.000,00	9.280,00	11.043,20
	Streichelzoo	15.000,00	17.400,00	20.706,00
	Umsetzung Vogelvoliere	5.000,00	5.800,00	6.902,00
	Initiierung Urban Gardening	5.000,00	5.800,00	6.902,00
	Initiierung Familienstammäume	5.000,00	5.800,00	6.902,00
	Aufstellung Kassenautomaten 3 Stück	7.500,00	8.700,00	10.353,00
	Summe Neubau/Investition	2.483.068,55	2.880.359,52	3.427.627,83
	Summe Investition Bürgerpark	2.628.572,17	3.049.143,72	3.628.481,02

Bürgerpark Erlöse Betrieb			
I.	Umsatzerlöse		Gesamt
	Eintrittserlöse Bürgerpark über Automaten		65.000,00
II.	Veranstaltungen		
	Miete Freilichtbühne, Eintritte, Sponsoring etc.		90.000,00
	Erträge Strom, Wasser, Gas		10.000,00
	Vermietung Hallenhaus		6.000,00
Summe Erlöse Betrieb			171.000,00

**Bürgerpark
Aufwendungen**

Blatt 5

Pflege/Bewirtschaftung	netto	Gesamt/brutto
1. Rasen	35.812,64	42.617,04
2. Wiese	15.598,16	18.561,81
3. Asphaltflächen	1.647,01	1.959,94
4. Wassergebundene Wegedecke	15.717,79	18.704,17
5. Betonpflaster	7.405,90	8.813,02
6. Gehölzer	26.387,57	31.401,21
7. Holzstege	13.683,36	16.283,20
8. Mulchflächen	8.497,80	10.112,38
9. Natursteinpflaster	2.347,69	2.793,75
10. Rhododendron	12.611,70	15.007,92
11. Rosen	12.128,84	14.433,32
12. Rostocker und Nationengärten	10.030,00	11.935,70
13. Sand	34.405,92	40.943,04
14. Schilf	6.500,00	7.735,00
15. Staudenflächen	2.280,02	2.713,22
16. Wildschäden	4.000,00	4.760,00
17. Überwinterung Pflanzen	1.000,00	1.190,00
18. Saatgut, Dünger, Material	1.000,00	1.190,00
19. Pflanzenschutz, Schädlingsbekämpfung	3.000,00	3.570,00
20. Beschilderung Park	1.000,00	1.190,00
21. Winterdienst	3.000,00	3.570,00
22. Arbeitsschutz	500,00	595,00
23. Abfallentsorgung, Kehrmaschine	2.000,00	2.380,00

Summe Pflege/Bewirtschaftung	220.554,40	262.459,74
------------------------------	------------	------------

Blatt 6

II.	Personal- u Unterhaltungskosten		
	Unterhalt Veranstaltungsbereich (Zelt/Container)		16.000,00
	PK Veranstaltung, Organisation u Sonderaufgaben anteilig, geschätzt ca. 45 %		45.000,00
	Unterhalt Brücken und Türme		74.000,00
	Unterhalt Weidendom inkl. Dach		20.000,00
	Unterhalt Meckl. Hallenhaus		31.000,00
	Kassenhäuser Instandhaltung, Versicherung		400,00
	Wasser, Strom		20.000,00
	Gebäudeversicherung		3.500,00
	PK Prüfung Brücken, Bauwerke, Pier...		26.000,00
	Umweltbildung		35.000,00
	Allg. Verwaltung		155.000,00
	Allg. Verwaltung, PK-Anteil		65.000,00
	Bestreifung (3/Nacht)		21.000,00
	Bestreifung Tag, 1 Stelle		45.000,00
	Pflegefahrzeuge		11.000,00
	Summe Personal- u Unterhaltungskosten		567.900,00

III.	Veranstaltungen		
	1. Gagen, Honorare		75.600,00
	2. sonst. Dienstleistungen		32.400,00
	Summe Veranstaltungen		108.000,00

Summe Aufwendungen Betrieb Bürgerpark 896.454,40

Summe Aufwendungen Betrieb Bürgerpark OHNE INVESTITION (alt)
(aus: 937.400 € Pflege/Bewirtschaftung zzgl. 108.000 Veranstaltungen) 1.045.400,00

Schiffsgarten/Museum

Investitionen Etappe 1		netto	netto inkl. Baunebenkosten 16 %	Gesamt/brutto
I.	Investition Schiffsgarten			
1.	Rückbau	428,55	497,12	591,57
	Natursteinpflaster mittige Querverbindung	5.928,09	6.876,58	8.183,14
	WGW	2.657,79	3.083,04	3.668,81
	Rasen Rundweg	1.000,00	1.160,00	1.380,40
	Rodung Rundweg	5.000,00	5.800,00	6.902,00
	Seezeichen Rundweg	2.000,00	2.320,00	2.760,80
	Einbauten/Ausstattung			
2.	Neubau/Investition			
	Holzstege	75.751,00	87.871,16	104.566,68
	Wege Betonpflaster	13.044,35	15.131,45	18.006,42
	Wege WGW	33.791,70	39.198,37	46.646,06
	Container	120.000,00	139.200,00	165.648,00
	Aufwertung historische Bootswerft	15.000,00	17.400,00	20.706,00
	Umbau Hollandgarten	160.000,00	185.600,00	220.864,00
	Ausstattung Container	50.000,00	58.000,00	69.020,00
	Herstellung Zaunanlage mit Toren	55.000,00	63.800,00	75.922,00
	Bäume am Kai	25.000,00	29.000,00	34.510,00
	Summe Investition Schiffsgarten	564.601,48	654.937,72	779.375,88
II	Investitionen Museum/Schiff			
1.	Umbau Schiff, Abbruch Ausstellung	64.000,00	70.400,00	83.776,00
2.	Neueinrichtung Dauerausstellung	960.000,00	1.056.000,00	1.256.640,00
	Summe Investition Museum	1.024.000,00	1.126.400,00	1.340.416,00
III	Kosten Marketing			
	Erstellung eines Corporate Designs, inkl. Abstimmung zur endgültigen Wort-Bild- Marke u. Rechte-Buy-Out			20.000,00
	Summe Kosten Marketing			20.000,00
	Summe Investitionen Etappe 1	1.588.601,48	1.781.337,72	2.139.791,88

Investitionen Etappe 2		netto	netto inkl. Baunebenkosten 10 %	Gesamt/brutto
II	Investitionen Museum/Schiff			
1.	Umbau Schiff, Abbruch Ausstellung	96.000,00	105.600,00	125.664,00
2.	Neueinrichtung Dauerausstellung	1.440.000,00	1.584.000,00	1.884.960,00
3.	Bibliothek mit Arbeitsraum, Personaltoilette, Sozialräume	1.070.000,00	1.177.000,00	1.400.630,00
Summe Investitionen Etappe 2		2.606.000,00	2.866.600,00	3.411.254,00

Schiffgarten/Museum

Betrieb Erlöse Etappe 1 + 2		Gesamt/brutto
I.	Umsatzerlöse	
	Eintrittserlöse Schiffgarten bei 40000 Besuchern/Jahr, Etappe 1 vgl. Blatt "Erlöse Eintritte"	274.000,00
1.	Erlöse Museumsshop bei 40.000 Besuchern, Etappe 1	30.000,00
2.	Eintrittserlöse Schiffgarten bei 50000 Besuchern/Jahr, Etappe 2 vgl. Blatt "Erlöse Eintritte"	376.750,00
3.	Erlöse Museumsshop bei 55.000 Besuchern, Etappe 2	41.250,00
4.		
II.	Sonstige betriebliche Erträge	
1.	Fördermittel Museum	25.000,00
2.	Gastronomiepacht	5.000,00
4.	Sonstige Erlöse	10.000,00
5.	Sponsoring	20.000,00
Summe Erlöse Betrieb Etappe 1 40000 Besucher		364.000,00
Summe Erlöse Betrieb Etappe 2 55000 Besucher		478.000,00

Aufwendungen Betrieb Etappe 1 + 2		netto	Gesamt/brutto
I.	Pflege/Unterhalt Schiffsgarten		
1.	Rasen	1.899,27	2.260,13
2.	Wiese	2,08	2,48
3.	Asphaltflächen	18,15	21,60
4.	Wassergebundene Wegedecke	6.562,13	7.808,93
5.	Betonpflaster	3.625,53	4.314,38
6.	Gehölzer	2.511,59	2.988,79
7.	Holzstege	2.956,78	3.518,57
8.	Natursteinpflaster	223,49	265,95
9.	Schilf	250,00	297,50
10.	Pflanzflächen	1.000,00	1.190,00
11.	Saatgut, Dünger, Material	100,00	119,00
12.	Pflanzenschutz, Schädlingsbekämpfung	1.000,00	1.190,00
13.	Beschilderung Park	500,00	595,00
14.	Winterdienst	400,00	476,00
15.	Arbeitsschutz	1.000,00	1.190,00
16.	Abfallentsorgung, Kehrmaschine	500,00	595,00
	Summe Pflege Unterhalt	22.549,02	26.833,33
II.	Personal- u Unterhaltungskosten Schiffsgarten		
1.	Wartung und Pflege Container		8.000,00
2.	Personalkosten Organisation u Sonderaufgaben anteilig, geschätzt ca. 20 %		7.000,00
	Summe Personal- u Unterhaltungskosten		15.000,00
	Summe Schiffsgarten Etappe 1 + 2	22.549,02	41.833,33

III.	Schiff und Museum		Gesamt/brutto
1.	Personalkosten		
	Museumsleitung 1 Stelle		70.000,00
	Kuratoren/Museologen 2 Stellen		115.000,00
	Museumspädagoge 1 Stelle		30.000,00
	Projektleiter Bootswerft/Schmiede 1 Stelle		30.000,00
	Empfang und Shop 1,5 Stellen		45.000,00
	Kasse, Informationszentrum 1,5 Stellen		45.000,00
	Schiffstechniker/Hausmeister 1,5 Stellen		54.000,00
	Konservation Schiffskörper 1,5 Stellen		45.000,00
	Mitarbeiter geringfügig beschäftigt 1/4 Stelle		10.000,00
	Aufsichtskräfte 3 Stellen		90.000,00
	Marketing/ÖA, 1 Stelle		40.000,00
	Summe Personal		574.000,00
2.	Unterhalt		
	Versicherung		30.000,00
	Arbeitsmaterial		100.000,00
	Summe Unterhalt		130.000,00
3.	Wechsellasstellungsbetrieb		
	Schiff: 1 Wechsellasstellung pro Jahr, inkl. Marketingkosten		45.000,00
	Summe Wechsellasstellungen		45.000,00
4.	Betriebskosten Schiff mit Dauerausstellung		
	Reinigung		22.000,00
	Strom, Wasser, Abwasser, Heizung		110.000,00
	Unterhalt Schiff		50.000,00
	Unterhalt Ausstellung		20.000,00
	Reparaturen, diverses		30.000,00
	Summe Betriebskosten Schiff		232.000,00
	Summe Schiff und Museum Etappe 1 + 2		981.000,00

Blatt 12

IV.	Sonstige Kosten Etappe 1	brutto/Gesamt
1.	Marketingetat	120.000,00
2.	Abschreibungen	50.000,00
3.	Zinsen Altlasten	39.000,00
4.	Weiteres	
	Mieten	22.000,00
	Reisen, Bewirtung, Geschenke, Werbung	10.000,00
	KFZ-Kosten	8.000,00
	Kooperation	
	Schiffahrtbetriebe	20.000,00
	Prüfungs- Rechts- und Beratungskosten	45.000,00
	Fördermittel Museum, zweckgebundene Ausgaben	25.000,00
	Transport und Fracht	3.000,00
	Summe Sonstige Kosten Etappe 1 + 2	342.000,00

Summe Betriebsaufwendungen Etappe 1+2	1.364.833,33
--	---------------------

Schiffsgarten/Museum

Investitionen Vollausbau		netto	netto inkl. Baunebenkosten 16 %	Gesamt/brutto
I.	Investition Schiffsgarten			
1.	Rückbau			
	Rodung Senkbereiche	8.775,00	10.179,00	12.113,01
	Ausstellungselemente Senkgärten	10.000,00	11.600,00	13.804,00
2.	Neubau/Investition			
	Spilsenkgarten	194.886,00	226.067,76	269.020,63
	Wasserbecken	679.725,00	788.481,00	938.292,39
	Auffüllungsbereich Museumscafé	73.944,00	85.775,04	102.072,30
	Summe Investition Schiffsgarten	967.330,00	1.122.102,80	1.335.302,33
II	Baukosten Neubau			
1.	Gesamtflächen mit Innenausbau	7.062.000,00	7.768.200,00	9.244.158,00
2.	Neueinrichtung Dauerausstellung	1.500.000,00	1.650.000,00	1.963.500,00
	Summe Investition Museum	8.562.000,00	9.418.200,00	11.207.658,00
	Summe Investitionen Vollausbau	9.529.330,00	10.540.302,80	12.542.960,33

Schiffgarten/Museum

Betrieb Erlöse Vollausbau		Gesamt/brutto
I.	Umsatzerlöse	
1.	Eintrittserlöse Schiffgarten bei 55000 Besuchern/Jahr vgl. Blatt "Erlöse Eintritte"	443.850,00
2.	Erlöse Museumsshop Vollausbau, 55.000 Besucher/Jahr	55.000,00
3.	Eintrittserlöse Schiffgarten bei 75000 Besuchern/Jahr vgl. Blatt "Erlöse Eintritte"	605.250,00
4.	Erlöse Museumsshop Vollausbau, 75.000 Besucher/Jahr	75.000,00

II.	Sonstige betriebliche Erträge	
1.	Fördermittel Museum	25.000,00
2.	Gastronomiepacht	5.000,00
4.	Sonstige Erlöse	10.000,00
5.	Sponsoring	20.000,00

Summe Erlöse Betrieb Vollausbau	55000 Besucher	558.850,00
---------------------------------	----------------	------------

Summe Erlöse Betrieb Vollausbau	75000 Besucher	740.250,00
---------------------------------	----------------	------------

Aufwendungen Betrieb Vollausbau		netto	Gesamt/brutto
I.	Pflege/Unterhalt Schiffsgarten		
1.	Sand	2.673,72	3.181,73
2.	Wildschäden	500,00	595,00
3.	Saatgut, Dünger, Material	50,00	59,50
	Summe Pflege Unterhalt	3.223,72	3.836,23
II.	Personal- u Unterhaltungskosten Schiffsgarten		
1.	Wartung und Pflege Wasserbecken Personalkosten Organisation u Sonderaufgaben anteilig, geschätzt ca. 20 %		15.000,00
2.			3.000,00
	Summe Personal- u Unterhaltungskosten		18.000,00
	Summe Schiffsgarten Vollausbau	3.223,72	21.836,23

III. Schiff und Museum		Gesamt/brutto
1.	Personalkosten	
	Museumsleitung 1 Stelle	70.000,00
	Kurator/Museologe 1 Stelle	60.000,00
	Museumspädagoge 1 Stelle	30.000,00
	Projektleiter Bootswerft/Schmiede 1 Stelle	30.000,00
	Empfang und Shop 1,5 Stellen	45.000,00
	Kasse, Informationszentrum 1,5 Stellen	45.000,00
	Schiffstechniker/Hausmeister 1,5 Stellen	54.000,00
	Konservation Schiffskörper 1,5 Stellen	45.000,00
	Mitarbeiter geringfügig beschäftigt 1/4 Stelle	10.000,00
	Aufsichtskräfte 4 Stellen	120.000,00
	Marketing/ÖA, 1 Stelle	40.000,00
	Summe Personal	549.000,00
2.	Unterhalt	
	Versicherung	30.000,00
	Arbeitsmaterial	100.000,00
	Summe Unterhalt	130.000,00
3.	Ausstellungsbetrieb	
	1 Wechsellausstellung pro Jahr, inkl. Marketing	60.000,00
	Summe Wechsellausstellungen	60.000,00
4.	Betriebskosten Schiff und Neubau mit Dauerausstellung	
	Reinigung	34.000,00
	Strom, Wasser, Abwasser, Heizung	170.000,00
	Unterhalt Schiff und Gebäude	80.000,00
	Unterhalt Ausstellungen	40.000,00
	Reparaturen, diverses	45.000,00
	Summe Betriebskosten Schiff	369.000,00
	Summe Schiff und Museum Vollausbau	1.108.000,00

IV.	Sonstige Kosten Vollausbau	brutto/Gesamt
1.	Marketing	120.000,00
2.	Abschreibungen	50.000,00
3.	Zinsen Altlasten	39.000,00
4.	Weiteres	
	Mieten	22.000,00
	Sonstige Raumkosten	26.000,00
	Reisen, Bewirtung, Geschenke, Werbung	10.000,00
	KFZ-Kosten	8.000,00
	Kooperation	
	Schiffahrtsbetriebe	20.000,00
	Prüfungs- Rechts- und Beratungskosten	80.000,00
	Fördermittel Museum, zweckgebundene Ausgaben	25.000,00
	Transport und Fracht	3.000,00
	Summe Sonstige Kosten Vollausbau	403.000,00
	Summe Betriebsaufwendungen Vollausbau	1.532.836,23

Fragebogen/Interviewleitfaden

Entwicklung des IGA-Parks Rostock

Die Kurzinterviews sollen dazu beitragen, von den Leistungsträgern der jeweiligen Gebiete aktuelle Einschätzungen zu bestimmten Aspekten rund um den IGA-Park zu erhalten.

Aufgrund der zeitlichen und budgetären Beschränkungen sind repräsentative Umfragen sowie umfangreiche qualitative Interviews vor Ort, die in voller Länge mitgeschnitten und transkribiert werden, nicht durchführbar.

Das Fragedesign nimmt hierauf Rücksicht: Die Antworten müssen am Telefon protokollierbar sein und direkten Bezug zum Themengebiet aufweisen. Die Antwortmöglichkeiten sollen einfach und schnell nachvollziehbar sein. Bei offenen Fragen wird darauf hingearbeitet, Stichwortantworten zu erhalten.

Das Fragedesign ist außerdem danach ausgerichtet, die Stimmungen in den Themenfeldern zu eruieren, um einen konkreten Beitrag zur Entwicklung von Lösungen zu leisten. Bewusst wird auf konkrete Fragen im Sinne von „Wie sollte der Park aussehen?“ verzichtet, da das letztlich die Frage ist, die von unserem Team beantwortet werden muss.

Den Themenfeldern werden Personen zugeordnet, denen die Fragen des jeweiligen Feldes gestellt werden. Mit Ausnahme der Aufsichtsratsvorsitzenden des IGA-Parks und des Geschäftsführers der IGA Rostock GmbH werden also keiner Person alle Fragen gestellt, sondern nur diejenigen ihres Gebietes.

Im **Bereich Marketing** werden Informationen erhoben, die das Image des IGA-Parks, seine wichtigsten Merkmale und die bisherige Bewerbung beschreiben und charakterisieren.

Zu Befragende:

- AR-Vorsitzende IGA-Park, Präsidentin der Bürgerschaft, Karina Jens
- Geschäftsführung IGA Rostock GmbH, Jörg Voigt
- Deutsche Bundesgartenschau-Gesellschaft, Jochen Sandner
- Tourismus-Verband Mecklenburg-Vorpommern, Bernd Fischer
- Tourismus-Zentrale Rostock und Warnemünde, Matthias Fromm
- Stadtamt, Ortsamt 2, Uwe Michaelis (Vors. Ortsbeirat Groß Klein)
- Stadtamt, Ortsamt Nordwest 2, Gabriele Bolz (Vors. Ortsbeirat Lütten Klein)
- Messe, Geschäftsführung Messe Rostock, Frau Burmeister

Für den **Bereich Museum** liegt der Schwerpunkt im Ausstellungsdesign, der Ermittlung des Status Quo und den technisch-organisatorischen Voraussetzungen.

Zu Befragende:

- AR-Vorsitzende IGA-Park, Präsidentin der Bürgerschaft, Karina Jens
- Geschäftsführung IGA Rostock GmbH, Jörg Voigt

- Technisches Landesmuseum, Dr. Katrin Möller
- IGA Rostock GmbH, Dr. Peter Danker-Carstensen (Leiter Museum)
- Hansestadt Rostock, Kulturausschuss der Bürgerschaft, Susan Schulz
- Hansestadt Rostock, Städtische Museen, Dr. Michaela Selling

Im **Bereich Park/Infrastruktur/Pflege** sollen Daten zu Gestalt und Aussehen der Parkanlagen, sowie Daten zu Erhalt, Pflegeaufwand und zu den Erwartungen für die Zukunft des Parks erhoben werden.

Zu Befragende:

- AR-Vorsitzende IGA-Park, Präsidentin der Bürgerschaft, Karina Jens
- Geschäftsführung IGA Rostock GmbH, Jörg Voigt
- Hansestadt Rostock, Amt für Stadtplanung, Ralph Müller
- Hansestadt Rostock, Amt für Stadtgrün, Naturschutz und Landschaftspflege, Dr. Stefan Neubauer
- Fachverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Mecklenburg-Vorpommern, Gerald Jungjohann
- Tourismus-Zentrale Rostock und Warnemünde, Matthias Fromm
- Fachverband GalaBau Mecklenburg-Vorpommern, Meike Stelter
- Messe, Geschäftsführung Messe Rostock, Frau Burmeister
- Deutsche Bundesgartenschau-Gesellschaft, Jochen Sandner

Fragenkatalog

Teil 1: Marketing, Image

1. Was fällt Ihnen spontan zum IGA-Park ein?
(Lage, Ausstattung, Museum, Schiff, Kosten, Attraktivität...?)
2. Was ist die prägnanteste Landmarke des IGA-Parks?
(spontane Assoziation: Schiff, Kran, Wasser, Park/Landschaft...?)
3. Was hat Ihrer Meinung nach die Messe für ein Image, was sagt der Rostocker Bürger über die Messe und seinen Standort?
sehr gut 1, gut 2, durchschnittlich 3, schlecht 4, sehr schlecht 5
4. Welchen Stellenwert haben Park und Museum für die Messe?
sehr hoch 1, hoch 2, durchschnittlich 3, niedrig 4, sehr niedrig 5
5. Welches Image hat der IGA-Park bei den Bewohnern der Stadt Rostock?
sehr gut 1, gut 2, durchschnittlich 3, schlecht 4, sehr schlecht 5
6. Und überregional bzw. bei Touristen?
sehr gut 1, gut 2, durchschnittlich 3, schlecht 4, sehr schlecht 5

7. Hat der IGA-Park das Image der Stadt Rostock positiv geprägt?
ja/nein
8. Ist der Name „IGA-Park“ zugkräftig?
sehr 1, eher ja 2, durchschnittlich 3, eher nicht 4, gar nicht 5
9. Wie gut werden die Events (Konzerte, Feste,...) im IGA-Park kommuniziert/beworben?
sehr gut 1, gut 2, durchschnittlich 3, schlecht 4, sehr schlecht 5
10. Wie präsent sind die sonstigen Angebote des IGA-Parks (Grünes Klassenzimmer, Führungen, Workshops, Ausstellungen)?
sehr hoch 1, hoch 2, durchschnittlich 3, niedrig 4, sehr niedrig 5

Teil 2: Museum

1. Wie bewerten Sie die Attraktivität der Exponate des Museums?
sehr gut 1, gut 2, durchschnittlich 3, schlecht 4, sehr schlecht 5
2. Sollte der Museumsneubau selbst als Attraktion gedacht und ausgerichtet werden (etwa wie Jüdisches Museum Berlin, Ozeaneum Stralsund...)?
Ja/nein
3. Welche Themenbereiche sollen den Museumsschwerpunkt bilden?
Schiffbau: ja/nein
Schifffahrt in der DDR: ja/nein
Meeresforschung: ja/nein
Schiffsantriebe/Schiffstechnik: ja/nein
Hafen/Hafengeschichte/Werften in Rostock: ja/nein
Handel im Ostseeraum: ja/nein
Navigation: ja/nein
Schiff DRESDEN selbst: ja/nein
4. Welche räumlichen oder architektonischen Komponenten sind für den Träger eines Museumsneubaus wünschenswert?
5. Welche inhaltliche Ausrichtung hielten Sie für sinnvoll, insbesondere in Abgrenzung zur kommunalen Konkurrenz in Rostock und den regionalen Wettbewerbern im deutschen Ostseeraum?
(Schiffahrtsmuseum, Ostseemuseum, Handelsmuseum, Rostockmuseum, Ozeaneum, Meeresmuseum, Historisch-Technisches Museum Peenemünde...)

6. Welche bestehenden museumpädagogischen Programme sind ergänzenswert und ausbaufähig, um kommunale Besucher an das Haus zu binden?
7. Welche ausbaufähigen oder neuen Kooperationen wären mit anderen Institutionen der Region denkbar (Tourismusveranstalter, Schiffsbauindustrie, Messe Rostock, Museen, Reedereien, Deutsche Marine, Umweltorganisationen, Vereine, Ostseeanrainer)?
8. Welchen Stellenwert soll eine neue, ständige Ausstellung gegenüber temporären Expositionen haben?
sehr hoch 1, hoch 2, durchschnittlich 3, niedrig 4, sehr niedrig 5
9. Kann langfristig ein inhaltliches Konzept temporärer Ausstellungen durchgeführt und finanziert werden?
Ja/nein
10. Könnten Exponate des Museums auch dezentral im Park als Weg/Ortsmarken ausgestellt werden?
Ja/nein
11. Welche verkehrstechnischen Anbindungen zum Park bzw. zum Museum wären sinnvoll ausbaufähig?
12. Mit welchen Maßnahmen wird derzeit das Museum und dessen Veranstaltungen beworben?

Teil 3: Park, Infrastruktur, Pflege

1. Halten Sie es für sinnvoll, einen großen Teil des Parks auf extensive Pflege auszulegen?
auf jeden Fall 1, gut möglich 2, schwer zu sagen 3, eher nicht 4, auf keinen Fall 5
2. Halten Sie es für sinnvoll, den Park oder Teilflächen des Parks ohne Zaunanlage öffentlich zugänglich zu machen?
auf jeden Fall 1, gut möglich 2, schwer zu sagen 3, eher nicht 4, auf keinen Fall 5
3. Welche Rolle spielt der IGA-Park innerhalb der städtischen Parkanlagen?
(z. B. internes Image, interne Akzeptanz im Grünflächenamt...)
herausragende Rolle 1, wichtige Rolle 2, durchschnittliche Rolle 3, eher unwichtige Rolle 4, bedeutungslos 5
4. Der Zutritt zum Park ist kostenlos, das Museum ist eintrittspflichtig, finden Sie diesen Kostenansatz sinnvoll?
auf jeden Fall 1, gut möglich 2, schwer zu sagen 3, eher nicht 4, auf keinen Fall 5

5. Welche verbliebenen Parkinhalte (Weidendom, Spielanlagen etc.) sollten in Ihren Augen erhalten und ausgebaut werden? (Mehrfachnennung)?
6. Wie sehen Sie die vorhandene Einbindung des Hamburger Tors zum Park?
sehr gut 1, gut 2, durchschnittlich 3, schlecht 4, sehr schlecht 5
7. Würden Sie es begrüßen, den sog. Südpark in eine Parkkonzeption einzubeziehen?
ja/nein
8. Können Sie sich bauliche Potentiale (Betreutes Wohnen, Einzel- und Mehrfamilienhäuser) im Randbereich des Parks vorstellen?
ja/nein
9. Welche Wohnqualität liegt Ihrer Meinung nach im direkten Parkumfeld (Groß-Klein, Lütten-Klein) vor?
sehr gut 1, gut 2, durchschnittlich 3, schlecht 4, sehr schlecht 5
10. Wie würden Sie eine regelmäßig verkehrende Schifffahrtslinie durch den Verkehrsverbund Rostock zwischen Rostock Hafen und Warnemünde mit Halt am Schifffahrtsmuseum bewerten?
Höchste Priorität 1, wäre schön 2, schwer zu sagen 3, eher unwichtig 4, abzulehnen 5
11. Welchen Stellenwert hat das Hamburger Tor für die Messe?
sehr hoch 1, hoch 2, durchschnittlich 3, niedrig 4, sehr niedrig 5
12. Können Sie sich vorstellen, dass die Messe Veranstaltungen, gemeinsame Aktivitäten in Synergie mit Park und Museum durchführt?
auf jeden Fall 1, gut möglich 2, schwer zu sagen 3, eher nicht 4, auf keinen Fall 5

Auswertung Fragebogen/Interviewleitfaden Entwicklung des IGA.Parks Rostock

Teil 1: Marketing, Image

1 Was fällt Ihnen spontan zum IGA-Park ein?	Textantwort	
2 Was ist die prägnanteste Landmarke des IGA-Parks?	Textantwort	
3 Was hat Ihrer Meinung nach die Messehalle am IGA-Park (Hansemesse) für ein Image, wie bewertet der Rostocker Bürger die Messe und ihren Standort?	sehr gut	1
	gut	3
	durchschnittlich	4
	schlecht	
	sehr schlecht	
4 Welchen Stellenwert haben Park und Museum für die die Messehalle am IGA-Park (Hansemesse)?	sehr hoch	
	hoch	
	durchschnittlich	2
	niedrig	4
	sehr niedrig	2
5 Welches Image hat der IGA-Park bei den Bewohnern der Stadt Rostock?	sehr gut	
	gut	2
	durchschnittlich	6
	schlecht	
	sehr schlecht	
6 Welches Image hat der IGA-Park überregional bzw. bei Touristen?	sehr gut	
	gut	1
	durchschnittlich	3
	schlecht	3
	sehr schlecht	1
7 Hat der IGA-Park das Image der Stadt Rostock positiv geprägt?	ja	5
	nein	1
	neutral	2
8 Ist der Name „IGA-Park“ zugkräftig?	sehr	
	eher ja	1
	durchschnittlich	6
	eher nicht	1
	gar nicht	
9 Wie gut werden Ihrer Meinung nach die Events (Konzerte, Feste,...) im IGA-Park kommuniziert/beworben?	sehr gut	
	gut	6
	durchschnittlich	1
	schlecht	1
	sehr schlecht	
10 Wie bekannt sind Ihnen die sonstigen Angebote des IGA-Parks (Grünes Klassenzimmer, Führungen, Workshops, Ausstellungen)?	sehr hoch	1
	hoch	
	durchschnittlich	3
	niedrig	3
	sehr niedrig	1

Teil 2: Museum

1 Wie bewerten Sie die Attraktivität der Exponate des Museums?	sehr gut	1
	gut	3
	durchschnittlich	3
	schlecht	2
	sehr schlecht	
2 Für wie wichtig halten Sie einen Museumsneubau?	sehr wichtig	4
	wichtig	2
	durchschnittlich	1

	eher unwichtig	1	
	unwichtig		
3 Sollte der Museumsneubau selbst als Attraktion gedacht und ausgerichtet werden (etwa wie Jüdisches Museum Berlin, Ozeaneum Stralsund...)?	ja	6	
	nein	2	
	neutral		
4 Welche Themenbereiche sollen den inhaltlichen Schwerpunkt des Museums bilden? (Mehrfachnennung möglich)		ja	nein
	Schiffbau	8	
	Schifffahrtin der DDR	5	3
	Meeresforschung	5	3
	Schiffantriebe/ Schiffstechnik	3	3
	Hafen/Hafengeschichte/We rft in Rostock	7	1
	Handel im Ostseeraum	5	4
	Navigation	2	6
	Schiff DRESDEN (Traditionsschiff) selbst	5	3
5 Welche Raumkomponenten oder Exponatinszenierungen sollten in einen Museumsneubau wünschenswerterweise integriert werden? (z. B. Mit-Mach-Stationen/Laborraum, Kinderwerft als Werkstatt)			
	Textantwort		
6 Halten Sie die derzeitige inhaltliche Ausrichtung des Schifffahrtsmuseums für sinnvoll, um ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber der kommunalen Konkurrenz in Rostock und den regionalen Wettbewerbern im deutschen Ostseeraum zu definieren?	ja	1	
	nein	7	
	neutral	1	
7 Welche Angebote für Schulklassen, Kinder- und Jugendgruppen sollte das Museum Ihrer Meinung nach vorhalten?	Textantwort		
8 Welche ausbaufähigen oder neuen Kooperationen wären mit anderen Institutionen der Region denkbar?	Tourismusveranstalter	9	
	Schiffbauindustrie	5	
	Messe Rostock	2	
	Museen	7	
	Reedereien	5	
	Umweltorganisationen	7	
	Vereine	1	
	Ostseeanrainer	3	
	Windindustrie	5	
	Deutsche Marine	6	
	Forschungseinrichtungen	6	
Sonstige	4		
9 Welchen Stellenwert soll eine neue, ständige Ausstellung gegenüber temporären Expositionen haben?	sehr hoch	4	
	hoch	2	
	durchschnittlich	1	
	niedrig		
	sehr niedrig		
10 Könnten Exponate des Museums auch dezentral im Park als Weg/Ortsmarken ausgestellt werden?	ja	8	
	nein		
	neutral	1	
11 Welche verkehrstechnischen Anbindungen zum Park bzw. zum Museum wären sinnvoll ausbaufähig?	Textantwort		
12 Mit welchen Maßnahmen wird derzeit das Museum und dessen Veranstaltungen Ihrer Kenntnis nach beworben?	Textantwort		

Teil 3: Park, Infrastruktur, Pflege

1 Halten Sie es für sinnvoll, einen großen Teil des Parks auf extensive Pflege auszulegen?	auf jeden Fall	1
	eher ja	3
	schwer zu sagen	2

	eher nicht	2
	auf keinen Fall	1
2 Halten Sie es für sinnvoll, den Park oder Teilflächen des Parks ohne Zaunanlage öffentlich zugänglich zu machen?	auf jeden Fall	2
	eher ja	2
	schwer zu sagen	1
	eher nicht	3
	auf keinen Fall	
3 Welche Rolle spielt der IGA-Park innerhalb der städtischen Parkanlagen?	herausragende Rolle	1
	wichtige Rolle	
	durchschnittliche Rolle	6
	eher unwichtige Rolle	2
	bedeutungslos	
4 Der Zutritt zum Park ist kostenlos, das Museum ist eintrittspflichtig, finden Sie diesen Ansatz sinnvoll?	auf jeden Fall	1
	eher ja	4
	schwer zu sagen	
	eher nicht	3
	auf keinen Fall	1
5 Welche verbliebenen Parkinhalte (Weidendom, Spielanlagen etc.) sollten in Ihren Augen erhalten und ausgebaut werden (Mehrfachnennung)?	Textantwort	
6 Wie sehen Sie die vorhandene Einbindung des Hamburger Tors (Bereich Eingang Messe/S-Bhf. Lütten Klein) zum Park?	sehr gut	
	gut	2
	durchschnittlich	3
	schlecht	1
	sehr schlecht	3
7 Können Sie sich bauliche Potentiale (Betreutes Wohnen, Einzel- und Mehrfamilienhäuser) im Randbereich des Parks vorstellen?	ja	6
	nein	2
	neutral	1
8 Welche Wohnqualität liegt Ihrer Meinung nach im direkten Parkumfeld (Groß-Klein, Lütten-Klein) vor?	sehr gut	
	gut	2
	durchschnittlich	6
	schlecht	
	sehr schlecht	
9 Wie würden Sie eine regelmäßig verkehrende Schifffahrtslinie durch den Verkehrsverbund Warnow zwischen Rostock Hafen und Warnemünde mit Halt am Schifffahrtsmuseum bewerten?	Höchste Priorität	6
	wäre schön	2
	schwer zu sagen	1
	eher unwichtig	
	abzulehnen	1
10 Welchen Stellenwert hat das Hamburger Tor (Bereich Eingang Messe/S-Bhf. Lütten Klein) für die Messehalle am IGA-Park (Hansemesse)?	sehr hoch	4
	hoch	2
	durchschnittlich	1
	niedrig	
	sehr niedrig	1
11 Können Sie sich vorstellen, dass die Messehalle am IGA-Park (Hansemesse) Veranstaltungen und gemeinsame Aktivitäten in Synergie mit Park und Museum durchführt?	auf jeden Fall	3
	gut möglich	4
	schwer zu sagen	2
	eher nicht	
	auf keinen Fall	

Feedback der Öffentlichkeit zum Entwicklungskonzept IGA-Park Rostock

(Kanäle: direkte Mails an Team, Kontaktformular Park-Homepage)

1

Eingegangen am 13. März

Eingegangen aus Schliemannstr. 35, 18059 Rostock

Einen Rodelberg fände ich schön. Und man könnte dort herrlich Hochzeiten/Geburtstage o. ä. feiern, auch ohne den kirchlichen Hintergrund im Weidendom. Dafür wäre aber ein geeignetes Dach überm Kopf sinnvoll - die Kneipe im Hallenhaus, die sowieso nie offen ist, wenn wir da sind, scheint mir nicht den geeigneten Rahmen zu bilden. Zumal sie meist zu ist, wenn wir das sind :-). Ein schönes Café täte unbedingt Not, am liebsten mit Wasserblick. Die Brücken über die Straße zur Messehalle hin halte ich für völlig ausreichend.

2

Eingegangen am 13. März

Eingegangen aus Wolfgang-Borchert-Weg 18B , 18069 Rostock

Hallo an die Verantwortlichen der "Parkentwicklung",
erstmal möchte ich dringend los werden, dass ich es eine absolut klasse Idee finde sich Anregungen der Leute zu öffnen! Da ich seit meiner Kindheit die Ecken des Parks kennen gelernt habe, kamen mir natürlich hin und wieder ein paar zu wünschende Inhalte in den Sinn. Ich hatte immer an dem kleinen See bei den Rostock - und Nationalgärten gespielt und auch meine Angelleidenschaft dort ausgelebt. Als der Park dann zur IGA ausgebaut wurde, fand ich es extrem schade das dieser doch etwas außer acht gelassen wurde. Man stelle sich am Ende des schönen Uferweges eine Aussichtsplattform vor , mit einen Gebäude ähnlich dem Müritzeum (http://www.ndr.de/media/mueritzeum6_v-contentgross.jpg) Das besondere dabei soll natürlich ebenfalls der freie Blick auf die Unterwasserwelt des Sees sein. Da das Thema Schifffahrtsmuseum umgesetzt werden soll, stellt dies sicher eine optimale Ergänzung dazu da, wertet das grüne Klassenzimmer um vielfaches auf, und belebt vor allem den Bereich der verfallenen Nationalgärten. Zum anderen wäre es sehr gut kombinierbar mit eine dann ohnehin notwendigen Versorgungseinrichtung für sanitäre Anlagen und Café/Imbiss. Ich hoffe einen umsetzbaren Anreiz gegeben zu haben.

3

Eingegangen am 14. März
Eingegangen aus Beethovenstr. 2, 18119 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
 ich möchte einen Anlaufpunkt für anspruchsvolle Kunden etablieren, in einen Verkaufsshop in Form eines Leuchtturms - siehe Website: www.hgserviceagency.de werden hier Spezialitäten aus M-V offeriert. Einheimische und Urlauber sollen unsere erlesenen Produkte, vorwiegend in Handarbeit aus Manufakturen gefertigt, kennenlernen, kaufen, in guter Erinnerung behalten und natürlich weiterempfehlen. Das Angebot wird sehr hochwertig sein, von verpackten Lebensmitteln bis Kunsthandwerk wird eine Vielfalt angeboten. Die Einbindung in den IGA-Park Konzept, wäre ein Highlight.
 Über eine persönliche Vorstellung, wäre ich Ihnen sehr dankbar.

4

Eingegangen am 14. März
Eingegangen aus Giordano-Bruno-Weg 42, 18069 Rostock

Vorschläge zur weiteren Gestaltung des Schiffbau- und Schifffahrts-Museums (SSM) im Bereich des jetzigen IGA-Parks:

1. Das SSM muss trotz einiger Nachteile am gegenwärtigen Standort verbleiben, da Veränderungen auf dem Gebiet politisch und finanziell in HRO nicht umsetzbar sind.
2. Das SSM ist aus der Verbindung mit der IGA GmbH herauszulösen und mit anderen kulturellen Einrichtungen in eine Form zu bringen, die zur Einwerbung von Fördermitteln berechtigt ist.
3. Das wissenschaftliche Potenzial des SSM muss durch Wiederherstellung des ehemaligen Personalbestandes wieder auf ein Niveau angehoben werden, so dass die anstehenden Aufgaben eines publikumswirksamen Museums auch erfüllt werden können.
4. Der bereits von der Bürgerschaft beschlossene Bau eines Museumsgebäudes muss in absehbarer Zeit erfolgen, damit die Exponate "Schifffahrt", die sich z.Z. ungenutzt im Haus August-Bebel-Str.1 befinden, im Museum eingesetzt werden können und das Haus August-Bebel-Str.1 saniert werden kann, ebenfalls lt. Beschluss der Bürgerschaft.
5. Ein generell neues und publikumswirksames Verkehrskonzept für den Straßenverkehr/Busverkehr und für die Fahrgastschifffahrt/Shuttleverkehr auf dem Wasser für An- und Abreise von Touristen, einschl. Kreuzfahrttouristen zum und vom SSM ist dringend erforderlich.

Gründungsmitglied und langjähriger Vorsitzender des Vorstandes des Vereins
"Förderkreis für das Schiffbau- und SchifffahrtsMuseum" Rostock

5

Eingegangen am 14. März

Eingegangen aus Ferdinandstr. 11, 18055 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich bin sehr enttäuscht über die Inhalte, die hier zur Parkentwicklung aus der Sicht der Stadt beschrieben sind. Dabei beziehe ich mich auf die Zielstellung der Parkentwicklung. Mir scheint, dass wieder (Nachnutzung des iga-Geländes) von überdimensionierten Vorstellungen ausgegangen wird. Ich habe, als maritim interessierter Bürger der Stadt, mehrfach das Areal besucht und war immer enttäuscht. Es kommt doch auf die Inhalte an und wie sie attraktiv vermittelt werden. Das Schifffahrtsmuseum ist nur langweilig, das Areal weitläufig und selbst in der Stadt weit entfernt.

Es wäre dringend hanseatische Tugend anzuraten, bescheiden und betriebswirtschaftlich gerechtfertigt das Gebiet zu entwickeln. Das Entwicklungsteam (Berlin und Zürich) sollte schon erfolgsabhängig vergütet werden. Warum ist kein hiesiges Unternehmen oder der Museumsverein MV dabei, dass sich nach Beendigung der Entwicklungsarbeit hier noch rechtfertigen muss? Vorschlag: GLC, Vorstandssitz Rostock, Prof. Romeike mit touristischem und betriebswirtschaftlichem Sachverstand?

Die Konzentration auf den Uferbereich ist m.E. richtig, notwendig und ausreichend. Was ist dann aber auf dem Wasser geplant? Wie will man dort selbsttragende Aktivitäten entwickeln, die die Bürger der Stadt kein Geld kosten, sondern ihnen zugute kommen? Wie kann das Museum mit neuen hanseatische Aktivitäten im Ostseeraum verbunden werden?

Meine maritimen Interessen befriedige ich heute in erster Linie im Internet (z.B. die Reise des Jules Verne per Schiff nach Deutschland) oder in Flensburg, Lauenburg, Marstall u.v.a. Damit ist auch die benötigte Größenordnung beschrieben. Maritime Tradition ist m.E. nur attraktiv durch Inhalte und gelebtes Gedankengut! Der Artikel in der OZ könnte ein guter Anfang sein.

Der Gedankenaustausch und die Einbeziehung der vielen Inhalte stiftenden Vereine und Interessierten der Hansestadt (z.B. Museumshäfen, Wassersportvereine, Werften, Marine, maritimes Handwerk u.v.a. ist sehr wichtig, um kein schön designtes aber Geld verschlingendes Projekt zu konzipieren. Nur wenn es den Rostockern gefällt, gefällt es auch den Touristen!

6

Eingegangen am 14. März
Eingegangen aus Groß Klein

Ich hoffe, dass Regelungen getroffen werden, dass der neu gestaltete Park nicht zum Hundeklo verkommt, wie die meisten anderen Grünanlagen und Spielplätze in den angrenzenden Wohngebieten.

7

Eingegangen am 14. März
Eingegangen aus Stephan-Jantzen-Ring 43, 18106 Rostock

Guten Tag!

Ich wünsche mir im Park einen trimm-dich-Pfad, da ich so etwas in der Stadt vermisse und eine derartige Szene von neuen Freiturnern weltweit in Entstehung ist. Basierend auf alten Turnübungen an Reck und Barren wird hierbei zur Muskelkräftigung beigetragen ohne teure Fitnessstudios besuchen zu müssen. Der Sport an frischer Luft ist vorzuziehen. Geräte dieser Art waren früher weit verbreitet auf Spielplätzen, wurden aber wegrationalisiert, wohl wegen Gefährlichkeit. Daher fehlen solche Geräte zum Hangeln, Barrenstütz oder Klimmziehen.

8

Eingegangen am 15. März
Eingegangen aus keine Angabe

Geben Sie Hunden eine Chance und lassen Sie diese in dem tollen IGA Park toben.

9

Eingegangen am 15. März
Eingegangen aus Stephan-Jantzen-Ring 43, 18106 Rostock

Ich wäre dafür, das der Park für Hunde frei gegeben wird.

10

Eingegangen am 16. März
Eingegangen aus Wolfgang-Borchert-Weg 18B, 18069 Rostock

Hallo ans Parkentwicklungsteam,
 wie ich finde, fehlte dem Park schon immer ein wichtiger Anziehungsfaktor, der die

einheimischen zum flanieren und verweilen einlädt. Es ist der Mittelpunkt eines jeden Stadtparks und der IGA Park verschwendet leider die perfekten Voraussetzungen dafür. 2 Seen liegen im Park doch niemand nimmt sie wirklich wahr. Das ist echt traurig und verschwenderisch. Ich könnte mir dort sehr gut vorstellen, eine groß angelegte Rasenfläche direkt zum Seeufer ran gezogen. Der Strand am Warnowufer zeigt regelmäßig wie gern so etwas angenommen wird sobald die Sonne scheint. Jedoch Sand und Wasser gibt's nun mal genug bei uns, und auch umsonst. Allerdings ein Platz zum verweilen oder zur Freizeitgestaltung ohne Sand bzw. betonierter Kaje ist eher selten. Der Platz würde sicher auch zu sportlichen Aktivitäten einladen, Volleyball, schwedisches Schach usw. Ich hoffe umsetzbare Anreize gegeben zu haben.

11

Eingegangen am **16. März**
Eingegangen aus **Wolfgang-Borchert-Weg 18B, 18069 Rostock**

Hallo mal wieder ans Parkentwicklungsteam, nachdem ich Zeitungsartikel der vergangenen Tage dem IGA Park betreffend mir nochmal angesehen habe, und ich mit Freunden darüber gesprochen habe, ist uns mal wieder eine Idee gekommen. Tragischerweise musste ja nun mal das Konzept der Wasserskianlage auf Eis gelegt werden.

Laut Planungsstand sollte ein Versorgungsgebäude dazu errichtet werden, der Steg samt Neptun spielte ebenfalls im Vorhaben eine wichtige Rolle, und sogar die Anschaffung eines U-Bootes war im Gespräch um die Attraktivität zu erhöhen. In dem Zusammenhang stellten wir uns die Frage, warum bezieht man nicht einfach die Likedeeler mit hinein ins Konzept? An der Spitze des Steges könnte das Schiff zum einen als Startpunkt der Skianlage dienen und einen Neubau überflüssig machen. Das Marineum könnte sich dann als ganzen Museumshafen verkaufen. Kein Mensch würde dann noch ein U-Boot brauchen. Das Schiff würde weiteren Platz für Veranstaltungen oder Ausstellungen mitbringen, vielleicht sogar eine prima Aussichtsplattform mit Potenzial als Café. Der Verein der Likedeeler würde anders rum betrachtet auch Zulauf zum Park bringen indem er seine Anstrengungen für Veranstaltungen und Jugendarbeit weiter fortsetzt. Vielleicht auch zum Vorteil des Parks direkt. Ich hoffe mal wieder umsetzbare Anreize gegeben haben zu können.

12

Eingegangen am **17. März**
Eingegangen aus **Tschaikowskistr. 21, 18069 Rostock**

Ich habe eine Idee zur Verkehrsanbindung aller Warnemünder und Innerstädter. Es könnte der Anlieger am IGA Park aufgearbeitet werden, damit dort die

Fahrgastschiffe dort wieder anliegen können. Vielleicht sogar als extra Anlegestelle der Hafенrundfahrt.

13

Eingegangen am **17. März**
Eingegangen aus **Neue Bleicherstr. 17, 18055 Rostock**

Sehr geehrte Damen und Herren,
in Bezug auf ihre Arbeit, die sie seit Dez 2012 begonnen haben, und die Möglichkeit, sich hier kurz zu äußern, möchte ich dieses auch wahrnehmen! Seit Jahren bzw. von Anfang an wurden Bürger mit Hunden der Zutritt verwehrt! Wobei man sagen muss, dieses geschah immer sehr, sehr unfreundlich! Angebote an der Kasse für meinen Hund 15 Eintritt zu bezahlen hat mir und meiner Familie nichts genützt, ebenso das Vorzeigen von mindestens 20 Kotbeuteln half nichts! Wir mussten leider immer wieder den Heimweg als schlechte Menschen antreten und haben den IGA Park bis zum heutigen Tag nicht betreten! Der Hund ist ein gleichwertiges Mitglied unserer Familie und wir sind froh diesen in fast allen, ähnlichen Anlagen bis hin zum Zoo in ganz Deutschland mitnehmen zu dürfen! Somit würden wir uns freuen, wenn in diese Richtung auch in Umgestaltung des IGA Parks sich was ändern würde!

14

Eingegangen am **17. März**
Eingegangen aus **Jung-Jochen-Weg 16, 18069 Rostock**

Meine Vorstellung von der zukünftigen, publikumswirksameren Gestaltung des IGA Parks:

1. Den Park großflächig parzellieren und einzelne Parzellen an Gärtnereien des Landes, als Schauplätze und Kundenberatung, Blumenkaufmöglichkeit etc. verpachten. Vorteil:
 - Die Stadtkasse wird entlastet.
 - Die Gärtnereien präsentieren ihr Bestes und entwickeln so allmählich einen Rostocker Blumenmarkt/ Blumenzentrum, der im Nordosten zum attraktiven Magneten für Blumenfreunde und Kleingärtner werden kann (und wer ist das nicht?).
 - Der Erholungseffekt für Besucher bleibt durch den Garten-Parkcharakter erhalten.

2. Ein Teil des Geländes bleibt den Bienenzüchtern vorbehalten. Vorteil:
 - Die Bestäubung der Pflanzen findet statt.
 - Jugendnachwuchsarbeit bzw. Biunterricht im Freien wird hier auch für Schulklassen anschaulich möglich.

3. Ein weiterer Teil steht zur kontrollierten Bepflanzung mit Bäumen zur Verfügung. Rostocker, oder auch Gäste haben hier die Möglichkeit, ihren Baum zu pflanzen und durch Täfelchen kennzeichnen zu lassen
Vorteil:
 - Es entsteht ein „Park der Rostocker für die Ewigkeit“, die garantiert immer wieder kommen, um ihr Jubiläums- oder Erinnerungsbäumchen zu besuchen oder zu zeigen.

Der ganze Park wird durch Wege durchzogen, die mit Infotafeln auf- und erklären.

Spielplätze, ein Strandabschnitt und Grillplätze bieten den Rahmen für einen längeren Aufenthalt im IGA Park, z.B. für Familien, oder Schulklassen auf Klassenausflug.

4. Durch die Einbindung in eine Maritime Meile, die die Innenstadt bis Warnemünde für Radfahrer und Wanderer entlang der Uferzone verbindet, besteht durchgängige Begehbarkeit, die lediglich durch Schließzeiten unterbrochen wird.

Aber bleibt die Frage, wer wirbt eigentlich für wen - Schiff für Blume, oder Blume für Schiff? Die Verbindung Garten und Maritimes Museum halte ich jedoch im IGA Park als völlig deplatziert, denn was soll wofür werben, Schiff für Blumen, oder Blume für Schiff? Außerdem gibt es weder für die Stadtteile Groß Klein, oder für Schmarl Bezüge zum Schiffbau, oder zur Seefahrt, die die Ortsbeiräte berechtigen, von ihrem Schiff zu sprechen (tv-rostock 13.03.) Die Schiffe gehören zum maritimen Erbe aller Rostocker und haben deshalb einen öffentlichkeitswirksameren Platz verdient als hinterm Gartenzaun der IGA, wie übrigens die kurze Liegezeit des Langen Heinrich, 2012 im Stadthafen deutlich zeigte. Aber das ist ja allen bekannt.

15

Eingegangen am 17. März
Eingegangen aus Helsinkier Str. 91, 18107 Rostock

Wir (eine Gruppe älterer Leute) gehen gern im IGA Park spazieren. Leider vermissen wir besonders im Sommer eine ordentliche Gastronomie. Das Mecklenburger Haus ist nicht ausreichend und auch ein bisschen zu abseits gelegen, wenn man schon ein bisschen fußlahm ist.

16

Eingegangen am 21. März
Eingegangen aus Wiesenweg 16, 18211 Admannshagen-Bargeshagen

Sehr geehrte Damen und Herren,
 zum Neuausrichtung des IGA Parks Rostock möchte ich folgenden Vorschläge unterbreiten: Der Name "Marineum" wie er zurzeit gehandelt wird, halte ich nicht für besonders gut, weil unter dem Begriff "Marine" versteht man die Gesamtheit der zur See fahrenden Flotte eines Staates, wie Schiffe, Boote und Wasserflugzeuge, welche an Manövern und Einsätzen zur Kontrolle der Sicherheit und Hilfsmaßnahmen in internationalen Gewässern eingesetzt werden. Das Rostocker maritime Museum hat damit nichts zu tun. Der Name IGA könnte weggestrichen werden und der Name "Rostocker Schifffahrtsmuseum" zur Geltung kommen. Das Parkgelände würde dann einen großen Teil einnehmen, welches als Museumspark zu den regulären Öffnungszeiten kostenlos den Besuchern in einem eingezäunten Gelände zugänglich wäre. Nur bei kostenpflichtigen Veranstaltungen wäre ein Eintritt erforderlich.

Das Rostocker Traditionsschiff würde das Hauptobjekt als Teil des Rostocker Schifffahrtsmuseums" sein. Der Schiffbau muss nicht auch im Namen verankert sein, weil dies das Museum als ein Teilbereich beinhaltet. Das Marketing könnte so eindeutig auf das Gelände im Rostocker Nordwesten zwischen den Stadtteilen Schmarl und Groß Klein ausgerichtet werden. Die Veranstaltungen im Gelände auf oder/und neben der Parkbühne auf der Festwiese würden im Museumspark des Rostocker Schifffahrtsmuseums" stattfinden. Der Namen IGA würde nicht mehr vorhanden sein.

Der Name Rostocker Schifffahrtsmuseum" wäre in der See-, Hafen- und Hansestadt mit maritimer Tradition Programm. Touristen, Urlauber, Kur-, Übernachtungs- und Tagesgäste in der Region Rostock würden aufgrund des Namens besser auf das Gelände aufmerksam gemacht werden. Die Beschilderung an den Hauptverkehrsstraßen, wie die Autobahnen A 19 und A 20, die Stadtautobahn B 103n und die Bundesstraße 105 müssten eine auffällige touristische Hinweisschilder, den braunen Tafeln, erhalten. Auf der Abbildung wäre das Rostocker Traditionsschiff abzubilden und weitere Attraktionen, wie der Schwimmkran Langer Heinrich", die grüne Kirche der Weidendom", die Parkbühne und Blumen und Pflanzen zusammen mit Ankern, Schiffspropellern und Seetonnen. Das ergäbe ein wunderbares Bild, welches den neugierigen Besuchern das Gelände bereits bei der Anreise schmackhaft macht.

Der Stadtfernsehsender TV Rostock hat Sendungen, wie Talkregion Rostock" in der Ausstellungsgestalter, Landschaftsarchitekten, Museologen, Touristiker, Unternehmer und andere Fachleute in einer Gesprächsrunde zusammensitzen und ein Thema besprechen. Ein Moderator leitet die Gesprächsrunde, gibt Anleitungen

und stellt Fragen. Das Thema Neuausrichtung des IGA Parks Rostock“ könnte ein Thema der Sendung sein, in der Fachleute vom IGA Park Rostock teilnehmen. Aber auch Reeder von Fahrgastschiffen und Verkehrsplaner des Verkehrsunternehmens des öffentlichen Personennahverkehrs in Rostock der RSAG(Rostocker Straßenbahn Aktiengesellschaft) sollten daran teilnehmen, damit auch die Anbindung des IGA Parks Rostock mittels Fahrgastschiffen und Linienbussen diskutiert wird. Zusammengefasst möchte ich sagen, dass der neue Name Rostocker Schifffahrtsmuseum“ passen würde, auch wenn die Blumen und Pflanzen das Parkareal in diesem Namen nicht vorkommen. Im Wort Museumspark“ als Teil des Rostocker Schifffahrtsmuseums“ würde die Natur allerdings im Namen enthalten sein. Denn ein Park hat immer etwas mit der Flora zu tun. Wer am S-Bahnhof Lütten Klein aussteigt, kann mit der Buslinie 31 oder 35 bis vor die Eingänge des Geländes im Norden mit der Buslinie 31 und im Süden mit der Buslinie 35 fahren oder geht über das Gelände der Hanse Messe durch den Museumspark des Rostocker Schifffahrtsmuseums“ zum Rostocker Traditionsschiff.

17

Eingegangen am **21. März**
Eingegangen aus **keine Angaben**

Nach Studium der dargelegten Thesen favorisiere ich Nr. 4. Das Traditionsschiff fände sicher seinen besten Platz im Stadthafen. Da dies jedoch offenbar nicht gewünscht wird, ist eine Revitalisierung und engere Verzahnung von Schiff und Park angeraten. Die weiten offenen Flächen des Parks fand ich bei meinen Besuchen außerhalb von Veranstaltungen grundsätzlich verlassen. Eine aktive, junge Belebung ist mit Sicherheit die Wasserskianlage. Um junges Publikum anzuziehen wäre z. B. auch ein Skater Bowl denkbar. Die nächsten Anlagen lägen in Berlin und Hamburg. Wobei nicht einmal Leipzig, als ostdeut. Skaterzentrum, eine derartige Anlage besitzt. Immer integrierbar und vernachlässigbar gering im Platzverbrauch ist ein Disk Golf Parcours, vergleichbar der Anlage im Barnstorfer Wald. Weitere alternativ-sportliche "Highlights" gibt es jedenfalls zuhauf wie Beachvolleyballfelder oder ein Bike Dirt Track.

18

Eingegangen am **25. März**
Eingegangen aus **Landreiterstr. 10a, 18147 Rostock**

Rostocks Attraktionen für Touristen gehören gebündelt in das Stadtgebiet, das Traditionsschiff an die Ladebrücke im Museumshafen. Am jetzigen Liegeplatz im Landschaftspark sollte eine große Wasserskianlage ausgeschrieben werden. Diese Sportler sind gewohnt, längere Strecken anzureisen und würden ständig auch

Zuschauer anziehen. Ein Marineum im Parkgelände würde keinen Besucherzuwachs bringen und weitere öffentliche Gelder verschleudern!

19

Eingegangen am 25. März
Eingegangen aus Wiesenweg 16, 18211 Admannshagen-Bargeshagen

Da im Kontaktformular des Rostocker IGA Parks keine Anhänge möglich sind, hochzuladen, schreibe ich Ihnen diese E-Mail. Im Anhang ist ein Bilddokument beigefügt, welches ein mögliches touristisches Hinweisschild bzw. braune Tafel für das Rostocker Schifffahrtmuseum zeigt. So könnten die interessierten Besucher an der Autobahnen A 19, A 20, auf den Bundesstraßen 103 n auf der Stadtautobahn zwischen der Anschlussstelle Rostock West und B 105 im Rostocker Stadtzentrum auf das überregional bedeutende Museum aufmerksam gemacht werden.

Anlage aus Mail vom 27.3.2013:



20

Eingegangen am 31. März
Eingegangen aus Aleksis-Kivi-Straße 12, 18106 Rostock

Ich würde mir die Seilbahn und die ausländischen Gärten wieder wünschen. Die Seilbahn bot nämlich einen wunderbaren Blick über die IGA und die ausländischen Gärten mit ihren Souvenirshops und Imbissständen machten die IGA erst richtig aus.

21

Eingegangen am **31. März**
Eingegangen aus **keine Angaben**

Die Entwicklung des IGA-Parkes ist wichtig und richtig, aber bisher sind nicht viele Bewohner aus den umliegenden Ortsteilen gekommen und so wird es auch in Zukunft sein. Wenn man den Park entwickeln will, so ist zuerst eine bessere Ausschilderung zum Park und Museum zu installieren. Ansonsten finden ortsunkundige diesen Ort nicht, siehe Frau Jens. Das Museum als mittelmäßig hinstellen und keine Weiterentwicklung zu wollen ist kontraproduktiv. Mit dieser Aussage von Frau Jens ist alles gesagt, dass man sich in Rostock mit Mittelmäßigkeit zufrieden geben will. Rostock will einerseits ein Oberzentrum sein und gibt sich mit Mittelmäßigkeit zufrieden, das passt doch irgendwie nicht zusammen. Das Museum muss weiter entwickelt werden, dazu muss es an einem Ort kommen, wo die Besucher keine langen Wege haben und auch Uninteressierte etwas anderes unternehmen können. Dieses ist nur in Stadtnähe möglich, darum sollte das Museum, mit allen seine Bestandteilen einen anderen Platz bekommen. Dann ist der Park ein Park und wird vielleicht von der umliegenden Bevölkerung besser angenommen. Mit den Eintrittspreisen wird man den Vandalismus begegnen können, nicht aber die Besucherzahl erhöhen. Hören Sie auf die maritim interessierten Mitbürger, die etwas für ihre Heimatstadt tun möchten. Wie wollen wir mehr Touristen nach Rostock holen, wenn die Attraktionen der Stadt für viele Touristen nicht erreichbar sind? Haben Sie sich darüber auch Gedanken gemacht? Warum will man viel Geld in diesen Standpunkt investieren, wenn die Besucher ausbleiben und man der Meinung ist, dass 25000 Besucher ausreichend sind für eine mittelmäßiges Museum sind. Das kann doch nicht das Ziel für eine Umgestaltung sein ode ? Ziel wäre mindestens die doppelte Anzahl an Besucher anzulocken, um die Kosten für die Stadt Rostock zusenken. Warum setzen sich die Bürgerschaftsmitglieder nicht dafür ein? Das Geld für diese Zwecke wird in den nächsten Jahren auch nicht mehr, da die pflichtigen Aufgaben für die Stadt immer teurer werden. Bedenken Sie auch diesen Aspekt bei der Neugestaltung des Parkes. Es war schön und gut, das Sie aus einer Kiesgrube einen solchen Park geschaffen haben, aber mehr ist leider nicht mehr drin.

22

Eingegangen am **1. April**
Eingegangen aus **18106 Rostock**

Würde es prima finden, wenn entlang der Zufahrtsstraße zum Museum bei Dorf - Schmarl noch einige Reihenhäuser gebaut werden.

23

Eingegangen am **2. April**
Eingegangen aus **Wiesenweg 16, 18211 Admannshagen-
Bargeshagen**

Ich möchte Ihnen noch einmal ein Dokument in einer Bild-Datei vorstellen. Diese enthält ein Variante zur Busverbindung zwischen der Rostocker Innenstadt und dem Rostocker Traditionsschiff, welche eine hervorragende Möglichkeit böte, um beide touristische Standorte zu verbinden. Dazu gäbe es noch in verschiedenen Sprachen die Erläuterungen zu den Sehenswürdigkeiten entlang der Busstrecke über Tonband durch die Lautsprecher im Bus auf der Hinfahrt vom Rostocker Stadtzentrum zum Rostocker Schifffahrtsmuseum. Auf der Rückfahrt würden die Fahrgäste über weitere touristische Angebote der Hansestadt Rostock insbesondere zu den sehenswerten Einrichtungen und Objekten im Rostocker Stadtzentrum, wie das Rostocker Rathaus, die Marienkirche, das Kulturhistorischen Museum, die Wallanlagen mit der historischen Stadtmauer u. s. w. ebenfalls über Tonband durch die Lautsprecher im Bus erfahren und sich für den Besuch gedankt und verabschiedet werden. Dadurch würde die Fahrt mit dem Shuttlebus zum ÖPNV-Tarif für die Besucher interessant und würde schon zum Museumsangebot des Rostocker Schifffahrtsmuseums dazugehören. Ein Shuttlezuschlag sollte nicht erhoben werden.

Eine ÖPNV-Fähre parallel zu den Fahrgastschiffen auf der Warnow zwischen den touristischen Standorten Ostseebad Warnemünde und Rostocker Stadthafen mit dem Rostocker Stadtzentrum wäre zu viel Angebot. Die Passagiere würden sich dann auf die verschiedenen Schiffe verteilen und der eine Reeder hätte mehr Fahrgäste an Bord, der Andere weniger. Viele würde mit der ÖPNV-Fähren fahren, weil diese kostengünstiger wären als die Fahrgastschiffe und dann würden die Fahrgastschiffsunternehmen geringere Einnahmen haben, weil weniger Passagiere mit ihren Fahrgastschiffen mitfahren. Dies wäre nicht zu empfehlen.

Eine Busverbindung nach Warnemünde ist nicht zwingend erforderlich, da das Rostocker Schifffahrtsmuseum zur Hansestadt Rostock gehört und nicht zum Ostseebad Warnemünde. Außerdem soll es keine Parallelverbindung zur Straßen- und S-Bahn zwischen der Rostocker Innenstadt und dem Ostseebad Warnemünde geben.

Anlage aus Mail vom 2. April 2013:



Hinfahrt:

Während der Fahrt vom Rostocker Stadtzentrum Haltestelle "Kropeliner Tor" zum Rostocker Schiffahrtsmuseum gibt es über Tonband durch Lautsprecher im Bus Erläuterungen zu den Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke. Die Erklärungen finden abwechselnd in deutscher, englischer und schwedischer Sprache statt.

Angefangen vom Rostocker Stadthafen mit dem Hafenflair des früheren Hafenumschlages, der Veranstaltungsfläche heute mit dem Volkstheater und die Hafenterrassen mit den kleinen Geschäften, wie z.B. die Schokoladene.

Weiter führt die Route über das Gelände der ehemaligen Neptunwerft vorbei am Matrosendenkmal, dem Neptuninkaufscenter, der früheren Montagehalle, den heutigen Bürobauten und Wohnungsgebäuden direkt am Wasser.

Im Stadtteil Marienehe liegt der Rostocker Fracht- und Fischereihafen. Früher war dort das Fischkombinat Rostock, der die gesamte Hochseefischerei der DDR betrieb. Im Kombinat waren zahlreiche Fischfang-, Verarbeitungs- und Handelsbetriebe zusammengefasst. Der Heimathafen der Hochseefischereiflotte der DDR lag im Rostocker Stadtteil Marienehe. Zeitweilig gehörten zum Fischkombinat über 8000 Beschäftigte, davon über 4000 beim fahrenden Personal. Die Strecke führt weiter durch das Gewerbegebiet Rostock-Scharf. Dort gibt es Bürohäuser, Großhandelsmärkte, Fabriken, den Einkaufsmarkt "City" und das Busdepot der Rostocker Straßenbahn Aktiengesellschaft (RSAG).

Vorbei am Wohngebiet Rostock-Scharf führt die Strecke zur Siedlung Scharf-Dorf und schließlich dort zum Gelände der ehemaligen Internationalen Gartenbauausstellung (IGA Rostock 2003). Das gesamte Hochseefischerei wurde in Vorbereitung der grünen Weltausstellung am Meer landschaftspflegerisch umgestaltet. Entstanden ist ein beliebtes Naherholungsgebiet mit vielen kulturellen Angeboten. Das Rostocker Schiffahrtsmuseum gab es schon lange vor der IGA. Seit dem Jahr 1970 befindet es sich an diesem Standort. Heute können die Besucher auf dem ehemaligen 10.000 Tonnen Frachtschiff die Geschichte des Schiffbaus und der Schifffahrt in Rostock und im gesamten Ostseeraum erleben. Auch draußen gibt es jede Menge an Land und auf dem Meer zu entdecken und zu erleben. Die Freilichtausstellung präsentiert viele Exponate der großen maritimen Sammlung.

Rückfahrt:

Die Rückfahrt vom Rostocker Schiffahrtsmuseum zum Rostocker Traditionsschiff führt dieselbe Strecke zurück. Auf der Fahrt werden über Tonband durch Lautsprecher weitere touristische Angebote der Hansestadt Rostock angesprochen und sich von den Besuchern des Rostocker Schiffahrtsmuseums verabschiedet.



24

Eingegangen am
Eingegangen aus

2. April
Ahlbecker Str. 6, 18107 Rostock

Auch ich möchte mich an der Diskussion um die künftige Nutzung des IGA Parks beteiligen. Eine Aufteilung in Gartenparzellen halte ich für nicht sehr sinnvoll, da in absehbarer Zeit viele Gartenbesitzer ihre Parzellen aus Altersgründen abgeben werden und somit sicher genug Potenzial für zukünftige Kleingärtner vorhanden sein wird.

Mein Vorschlag wäre, den Modell- und Landschaftspark "SehLand" auf dem IGA-Gelände zu integrieren. Da ich selbst an der Herstellung einiger Modelle beteiligt war, finde ich es bedauerlich, dass an einem so abgelegenen Ort für das "SehLand" festgehalten wird. Andere Städte sind uns da weit voraus, zum Beispiel "Das kleine Erzgebirge" u. ä.

Es wäre doch sicher auch möglich, auf dem Traditionsschiff einen Werkstattraum einzurichten, womit kurze Wege für Reparatur und Neubau von Modellen garantiert wären und sich ein Modellbauclub fest etablieren könnte.

Dank des Wassers im IGA Park könnte auch der Fährverkehr über die Warnow im Modell nachgestellt werden.

Ein weiteres Highlight könnte eine "Gartenbahn" sein, wie sie zum Beispiel in Gingst auf Rügen vorhanden ist.

Was mich betrifft, würde ich meine Erfahrungen im Modellbau sowie meine Arbeitskraft zur Verwirklichung meiner Vorschläge gern zur Verfügung stellen.

Sicher ist es wie in vielen Dingen eine Geldfrage. Vielleicht findet sich ja ein Investor, der sich mit meinen Ideen anfreunden kann. Vorausgesetzt, Sie als Gesellschafter würden meinen Vorschlägen überhaupt zustimmen.

25

Eingegangen am 5. April

Eingegangen aus Gerüstbauerring 51, 18109 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
auf dem IGA Gelände könnte man eine Skaterbahn errichten. Es müsste ein Rundkurs geschaffen werden, der von Fußgängern nicht betreten werden darf. An der Strecke könnten ein bis zwei Restaurants entstehen, mit Terrasse oder man nutzt die noch vorhandenen Pavillons (wo man Platz nehmen kann, ohne seine Skater ausziehen zu müssen) Tageseintrittspreise könnten so um 5,-Euro liegen. Es gibt in Rostock und Umgebung sehr viele Leute, die gerne skaten, die legen dann teilweise größere Entfernungen zurück um geeignete Stecken zu finden (z. B. auf dem Darß/Deich, ist nicht ungefährlich und es gibt kaum Parkplätze) In Brandenburg gibt es einen großen Skaterpark, der sich großer Beliebtheit erfreut. Man könnte hier vielleicht mal den Karls Erdbeerhof ansprechen, der ist doch immer für neue Geschäftsideen offen und hat das Kapital. Mit freundlichen Grüßen aus Groß Klein.

26

Eingegangen am 5. April

Eingegangen aus Wiesenweg 16, 18211 Admannshagen-Bargeshagen

Sehr geehrte Damen und Herren,
das Mecklenburger Hallenhaus vor dem eingezäunten Gelände des Rostocker IGA Parks ist eine Einrichtung für Ausstellungen und kleine Veranstaltungen des IGA Parks. Hier finden Aktionen zum Basteln, Werkeln, Filzen und Flechten statt. Das soll auch so bleiben. Dort kann man auch die dazugehörige 18-Loch-Minigolf-Anlage nutzen. Das Angebot „Grünes Klassenzimmer“ des Rostocker IGA Parks könnte in diesem Gebäude offeriert werden. Die Räumlichkeiten ständen zur Verfügung und kleine Veranstaltungen, wie ornithologische Rundgänge und botanische Spaziergänge und andere Aktivitäten würden von dort aus durchgeführt werden können. Die gastronomische Einrichtung mit der Gaststätte „Freibeuter“ könnte aus dem Gebäude ausziehen und in das geplante neue Museumsgebäude für das maritime Museum im möglichen zukünftig zu regulären Öffnungszeiten des Rostocker IGA Parks und des Rostocker Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums kostenfrei zugänglichen IGA-Gelände einziehen. Dann würden nicht zwei gastronomische Einrichtungen auf kurzer Distanz von 300 Metern im und am IGA-

Gelände vorhanden sein. Die gastronomische Einrichtung Wirtshaus „Flade“ in Schmarl Dorf bietet rustikales Essen mit Wildgerichten und Steaks an. Diese Einrichtung bleibt ebenso wie die Schokoladenproduktionshalle in Schmarl Dorf der Schokoladerie DePrié. Die Schokoladerie könnte auch ein Café dort eröffnen. Dann ist noch der Imbissstand des Weidendoms im IGA-Gelände zu erwähnen, welcher bei Veranstaltungen der grünen Kirche Essen und Trinken anbietet. Das Café am Rosenhang im westlichen Bereich des IGA-Geländes ist seit 2004 nach der IGA Rostock 2003 nicht mehr als Café genutzt worden. Es ist nur noch bei Veranstaltungen, wie dem Rosenfest als Künstlergarderobe und für Pflanzenausstellungen und -verkäufen genutzt worden. Ansonsten steht das Gebäude leer. Weitere gastronomische Einrichtungen, wie die Strandeisdielen und ein Verkaufskiosk an der möglichen Wasserskiseilbahn am Strand sind nur in Buden und in keinem festen Gebäude eingerichtet. Im Ergebnis ist festzustellen, dass die gastronomische Einrichtung im Rostocker IGA Park im neuen Museumsgebäude im IGA-Gelände die Hauptgastronomie darstellen würde. Nicht jeder Besucher kommt regelmäßig wegen dem Museum in das IGA-Gelände. Das Restaurant würde die Besucher auch ohne einen regelmäßigen Besuch ins IGA-Gelände locken und hätte dadurch mehr Zuspruch.

27

Eingegangen am 6. April
Eingegangen aus Wiesenweg 16, 18211 Admannshagen-
Bargeshagen

Sehr geehrte Damen und Herren,
 ich möchte Ihnen noch einmal Dokumente vorstellen. Diese enthalten zwei Bilder mit dem Riesenrad "Liberty Wheel" im Rostocker IGA Park zur Fußball-Europameisterschaft der Herren 2008 und dem Kindertag am 1. Juni 2008. In der Word-Datei sind die Flops des IGA Parks Rostock seit der Zeit nach der IGA 2003 ab 2004 aufgeführt. Damit sind Veranstaltungen und Attraktionen im IGA-Gelände gemeint, die nur wenige Besucher in das Gelände gelockt haben bzw. der Aufwand, finanziell und flächenmäßig mit den Equipments, viel zu groß war.

Flops des Parkgeländes Rostock

Jahr	Was?	Wo?
2009	Rostocker Musical Festspiele: „Zauberer von OS“ und „Jesus Chist Superstar“	Seebühne zwischen „Historischer Bootswerft“ und „Traditionsschiff“
2009	VIVA Touristika mit Außenstandort Marina Schmarl und Tukki-Bahn und Pferdekutsche zwischen Messehalle Rostock/Schmarl und Schmarl Dorf Wendesleife	OZ Hafenparty am IGA Fährhaus und Besichtigung „Likedeeler“/ Ausfahrten des dreimastschoners „Albert Johannes“
2009	Rundflüge mit Seefliegern während der Hanse Sail Rostock vom 06. bis 09.08.2009	Dorf Schmarl; Anleger am IGA Park
2009	Circus „Fantasia“2009	am Eingang Seezeichenweg vor dem Nationengarten Ungarn
ab 2010	Wasserskiseilbahn Rostock - in Planung bisher nicht realisiert	vor dem Strand zwischen „Traditionsschiff“ und „Likedeeler“
ab 2011	Vergnügungspark mit Dinosaurier- und Sandskulpturen	auf der Wiese vor der Parkbühne von Harms und Steder Gruppe
ab 2011	Hafenmeile am Schmarler Ufer mit Gastronomie, Unterhaltung, Handel und Freizeit - bisher nur zeitweise provisorisch realisiert	Warnowuferpromenade am Strand und Steganlagen der Marina Schmarl zwischen „Traditionsschiff“ und „IGA Fährhaus“

- ⇒ OZ (Ostsee-Zeitung) Pressefest in den Jahren 2005 und 2006 = wird nicht mehr durchgeführt
- ⇒ WIRO Stadtfest in den Jahren 2005 und 2006 = wird nicht mehr durchgeführt
- ⇒ Tukki-Bahn während des Rosenfestes seit 2007 während der Veranstaltung VIVA Touristika 2009
- ⇒ Pferdekutsche mit Akkordeonspieler während der Veranstaltung VIVA Touristika 2009



HANSESTADT ROSTOCK

OZ



Heute gibt's Freifahrten

Ab heute dreht sich erstmals im IGA-Park ein Riesenrad und bietet aus 38 Metern Höhe einen Traum-Blick über das Parkgelände und die Stadtteile bis hin nach Warnemünde. Seit 15 Jahren ist das Riesenrad der Familie Gormann mit seinen 26 Gongeln u.a. bei Hanse Sail und Pfingst- und Weihnachtsmärkten dabei. Bis Ende Juni gehört es zum Programm des Public Viewing zur Fußball-EM. Dafür bieten Gormanns den reduzierten Fahrpreis von zwei Euro für Erwachsene und 1,50 Euro für Kinder an. Beim Kinderfest am 1. Juni wird das Riesenrad die Attraktion sein. Das IGA-Gelände ist täglich von 9 bis 18 Uhr geöffnet. Der Eintritt beträgt 1 Euro. Auf dem Foto: Axel Buhr vom IGA-Eventmanagement bei einer Proberunde. Die OZ verschenkt um 11 Uhr heute Freifahrten unter ☎ 0381 / 36 53 28. Foto: Hartmut Klonowski

28

Eingegangen am 7. April
Eingegangen aus Wiesenweg 16, 18211 Admannshagen-
Bargeshagen

Sehr geehrte Damen und Herren,
ich möchte Ihnen noch einmal ein Dokument vorstellen. Diese enthält zwei Dokumente, in denen von der Ostsee-Zeitung 2009 ein Choreograph und Regisseur Stephan Breuer Musical Festspiele im IGA Park veranstalten wollte. 2010 hat Herr Dahl, Geschäftsführer von Karl's Erlebnisdorf, und Herr Henrik-Brincker, der Geschäftsführer der Harms und Steder Gruppe, haben der Ostsee-Zeitung 2010 ihre Konzepte vorgestellt. Alles ist gescheitert. Die geplante Wasserskianlage zwischen dem Rostocker Traditionsschiff und dem Jugendschiff "Likedeeler" ist genehmigt, aber immer noch nicht entstanden.

Zur Fußball-Europameisterschaft der Herren im Jahr 2008 wurde das Liberty Wheel, das Riesenrad, welches auf der Hanse Sail in Rostock auf der Headgehalbinsel und während des Rostocker Oster- und Weihnachtsmarktes auf dem Neuen Markt, im Rostocker IGA Park aufgestellt. Der genaue Standort war zwischen der Messebrücke und der Sportarena vor der Festwiese im Gelände. Dieses wurde bereits vor dem Ende der Public-Viewing-Übertragung der Fußball-EM 2008 abgebaut, weil zu wenig Personen mit dem Riesenrad fahren. Es waren zeitweise keine Fahrgäste in den Gondeln während des laufenden Betriebes. Die Kooperation mit einer Aktion "Käpp`n" ist von der IGA-Geschäftsführung nicht zustande gekommen. Ein Bild vom Liberty Wheel im Rostocker IGA Park zur Fußball-Europameisterschaft der Herren 2008 ist ebenfalls als Bild-Datei im Anhang beigefügt.



OZLOKALHRO vom 20.03.2010 13:00

Ziehen Dinos in Rostocker IGA-Park?



Ungeahnte Nutzung: Wird aus dem Rostocker IGA-Gelände ein Vergnügungspark mit Dinosaurierskulpturen?

Foto: Archiv / Montage: Haberer



Fotos >>



Zwei Unternehmer wollen das Gelände in Groß Klein beleben. Der eine plant einen Vergnügungspark, der andere eine Art Hafenmeile. Beide Konzepte werden geprüft.

Rostock (OZ) – Dinosaurier oder Hafenflair? Zwei Unternehmer aus der Region wollen mit unterschiedlichen Konzepten den IGA-Park beleben. Jan-Hendrik Brincker, Geschäftsführer der Rostocker Harms & Steder Gruppe plant nach OZ-Informationen einen Vergnügungspark mit Dinosaurier- und Sandskulpturen, einer Kletterwand, einem Ruhebereich und einer maritimen Meile. Einen ersten Entwurf für das Millionenprojekt hat Brincker bereits dem IGA-Aufsichtsrat vorgestellt und Interesse geweckt.

Unternehmer Robert Dahl, Inhaber von Karl's Erdbeerhof, will eine maritime Erlebnismeile entlang der Uferzone entwickeln. Den Schwerpunkt setzt er auf Gastronomie, Unterhaltung, Handel und Freizeit.

Konkreteres möchte Dahl noch nicht verraten. Am Ufer entsteht bis Juni zwar eine große Wasserskianlage. „Aber es bleiben noch etliche Meter Uferzone“, sagt Dahl. Er möchte auch den Bootsanleger am Schmarler IGA-Ufer wiederbeleben, so dass von hier aus Schiffe zu Hafenausfahrten ablegen können.

Dahl räumt ein, dass Jan-Hendrik Brincker weiter sei mit seinem Konzept. „Wir stehen dagegen erst am Anfang“. Für ihn sei aber wichtig, dass wieder Menschen in den IGA-Park kommen. Er überlege deshalb, wie seine Besucher von den Standorten Rövershagen und Wamemünde für den Park zu begeistern sind. Auch das soll Inhalt seines Konzeptes werden. Brincker will in den nächsten Woche bereits Ämter und Ortsbeirat über sein Projekt informieren, das er „behutsam“ auf dem Parkareal integrieren möchte. „Wir sind bei der Grobplanung, die sich am von der Bürgerschaft beschlossenen Nachnutzungskonzept für den Park orientiert“, betont Brincker. Für IGA-Geschäftsführer Jörg Vogt ist dieses Projekt „sehr interessant.“ Und IGA-Aufsichtsratsvorsitzende Karina Jens kommentiert: „Das Projekt regt die Diskussion an, wie Rostock künftig mit dem IGA-Gelände umgehen sollte.“ Laut Förderrichtlinien muss der Park ab 2013 wirtschaftlich sein. Bis dahin müsse ein kleines Eintrittsgeld von einem Euro kassiert werden.

Der IGA-Park ist eines der Sorgenkinder der Hansestadt. 50 Millionen Euro butterte Rostock einst für die Internationale Gartenausstellung im Jahr 2003 zu, und noch immer kosten die Grünanlagen die hoch verschuldete Hansestadt eine Menge Geld.

Jährlich verschluckt der Park mit Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum etwa 1,9 Millionen Euro, allein 500 000 Euro fallen für die Pflege der Grünanlagen an. Waren es 2006 rund 79 000 Gäste in den Grünanlagen, konnte das IGA-Team 2009 bereits mehr als 90 000 Gartenfans anlocken. Zusammen mit den Gästen der Sonderveranstaltungen sind es rund 200 000 Park-Besucher im Jahr.



Kennst dich aus im Geschäft: Choreograph und Regisseur Stephan Brauer stellt die 1. Rostocker Musical Festspiele auf die Beine.

Foto: Söllner

Rostocker IGA-Park zeigt sechs Wochen Musicals

Choreograph und Regisseur Stephan Brauer hat seine eigene Entertainment-Firma gegründet. Ab 31. Juli bietet er „Jesus Christ Superstar“ und „Der Zauberer von Oz“ an.

Von DIETRICH PÄTZOLD

Rostock (OZ) Lango Zeit war Rostock ein Ort, der eher wegen des fehlens großer Open-Air-Theaterangebote im Sommer von sich reden machte. Mit Volkstheaterchef Stefan Piontek ging die Hansestadt erste vorsichtige Schritte zur Behebung dieses Mangels. Doch in diesem Sommer könnte die größte Stadt des Landes plötzlich die pulsierendste hier werden, was kulturelle Sommerangebote betrifft. Und das liegt nicht nur daran, dass das Volkstheater unter seinem neuen Chef Peter Leonard für die kommenden Monate in der ehemaligen Neptunwerfthalle 207 das Motto „Broadway“ ausruft und ein Programm, so umfangreich wie noch nie in Rostock, anbietet.

Vielmehr tritt unabhängig davon in wenigen Wochen zusätzlich ein Konkurrenzunternehmen auf den Plan. Der Choreograph und Regisseur Stephan Brauer, der seit etwa fünf Jahren in Rostock wirkt, hat seine eigene Firma Masterpiece Entertainment GmbH gegründet und bereitet die 1. „Rostocker Musical Festspiele“ vor. Mit der Rockoper

„Jesus Christ Superstar“ ab 31. Juli und dem „Zauberer von Oz“ ab 1. August will er den IGA-Park, genauer dessen Nordost-Spitze, für sechs Wochen zum Mekka für Freunde berühmter Musicals machen – und gestaltet sich da durchaus einen Gedanken an die Bregenzer Opernbühne im Bodensee.

„Ich habe selbst viel Musical gespielt, habe choreographiert und Regie geführt“, sagt der aus Verden (bei Bremen) stammende Künstler. „Und ich habe gemerkt, ich bin jetzt reif für diesen Schritt.“ In der Tat stand Brauer in zahlreichen Musicalproduktionen in Kassel oder Braunschweig, Köln oder Bremen, Berlin, Basel oder Düsseldorf auf der Bühne und hat an vielen Theatern als Choreograph gewirkt. Auch dem hiesigen Publikum ist er als Regisseur der Freilicht-Inszenierungen „Anything Goes“ und „Die drei Musketiere“ im Rostocker Stadthafen bekannt. Und bevor die Rostocker Stadtverwaltung im vergangenen Jahr Hals über Kopf Theaterchef Piontek gegen Leonard ausgewechselt und der dann sein neues „Broadway“-Programm für 2009 auf die

Beine gestellt hatte, war Brauer beim Volkstheater für diesen Sommer eingepflanzt. Da nun alles anders ist, stellte sich der 37-Jährige auf eigene Fülle: „Ich habe das Know-how, und habe das oft für andere gemacht. Jetzt mache ich es eben selbst“, betont der Alleingesellschafter der Masterpiece Entertainment GmbH selbstbewusst. Und so kommt das Volkstheater-Angebot zu seiner Konkurrenz, die ja bekanntlich das Geschäft belebt.

Bei genauerem Hinsehen erweist sie sich als gute Ergänzung zu den „Broadway“-Angeboten in der Werfthalle 207. Denn Brauers Produktionen starten just an jenem Wochenende, an dem dort die Musicalrevue „That's Broadway“ zum letzten Mal läuft. Danach folgt in der Werfthalle der Tanzabend „Tango“, dazwischen gibt es Schauspiel und Klassik-Konzerte. Und wer Musical erleben will, fährt zum IGA-Gelände. Dort plant Brauer bis zum 13. September mit rund 850 Sitzplätzen fast ein Nonstop-Programm. „Jesus Christ Superstar“ und „Der Zauberer von Oz“ sollen im Wechsel laufen, beide nachmittags und abends.

Täglich außer montags soll es pro Woche acht Vorstellungen geben, weil sonnabends und sonntags zweimal gespielt wird, kündigt Brauer an. Die Musik für beide Stücke lässt der rührige Kulturunternehmer vom Deutschen Filmorchester Babelsberg aufnehmen und dann aus der Konserve einspielen.

Einige bekannte Musicaldarsteller wie Anne Wette, John Wiseman, Monica Julia Freeman oder Franziska Schuster hat Brauer schon fest, andere wie Dirk Zöllner, Carsten Lepper oder Elhan Freeman sind angefragt. Am 8. Juni macht er noch ein Casting in Berlin, am 6. Juli beginnen die Proben. Auch einige Statisten werden noch gesucht, die sich mit Foto und Vila per Mail an masterpiecegmbh@aol.com wenden können.

Im IGA-Park freut man sich über Brauers Aktivitäten, bestätigt Mitarbeiterin Heike Merlen. Alle Seiten seien sich darin einig – „wohl wissend, dass alles sehr kurzfristig ist“. Aber der schöne Ort, an dem die Bühne dem Zuschauer nach drei Seiten malerische Ausblicke in Richtung Groß-Klein und zum Überseehafen bietet, sei einfach ideal. Und jetzt überlegt man, wie durch Werbekampagnen das Projekt bekannt und dann durch Verkehrsideen (einschließlich Wassershuttles) bequem erreichbar gemacht werden kann. Viel Zeit ist nicht mehr bis zum 31. Juli. Doch das Tempo, mit dem hier Neues entsteht, ist schon für sich genommen sehr sympathisch.

29

Eingegangen am 8. April
Eingegangen aus Bertolt-Brecht-Str. 8, 18106 Rostock

Im Blitz vom 31.03.2013 las ich, daß jemand für eine Skaterbahn im IGA Park ist. Blumen und ein kleines Café ja, aber keine Skaterbahn. Es muß ja nicht überall ein Tummelplatz sein.

30

Eingegangen am 10. April
Eingegangen aus Wiesenweg 16, 18211 Admannshagen-Bargeshagen

Die Idee, mit der Buslinie 37 der RSAG, die das IGA-Gelände umzingeln kann und zwischen den großen Stadtgebieten im Rostocker Nordwesten, Lütten Klein, Schmarl und Groß Klein und dem Ostseebad Warnemünde und dem Ort Diedrichshagen verkehren würde, hätte in Bezug zur Parallelführung einen Aspekt, der die Rostocker S-Bahn weiterhin attraktiv bleiben ließe. Die Buslinie 37 verkehrt zurzeit zwischen dem Ostseebad Warnemünde und dem Ort Diedrichshagen in der Regel im 30-Minutentakt. Wenn das nach der möglichen Erweiterung so bliebe, würde die Rostocker S-Bahn in der Regel täglich alle 15 Minuten verkehren. Zeitweise verkehrt die S-Bahn in Spitzenzeiten im 7,5 Minuten- und 10 Minutentakt. Damit wäre die S-Bahn weiterhin attraktiver als die Buslinie 37, weil sie in einer kürzeren Fahrzeit die Strecke zwischen dem Ostseebad Warnemünde und den Stadtteilen im Rostocker Nordwesten bewältigt und weiter zum Rostocker Hauptbahnhof verkehrt. Ins Rostocker Stadtzentrum fährt man weiter mit der S-Bahn am schnellsten. Dadurch sollte sich eine Parallelführung zwischen der Buslinie 37 der RSAG und der Rostocker S-Bahn rentieren.

31

Eingegangen am 14. April
Eingegangen aus Am Beistensoll 42, 18184 Pastow

Sehr geehrte Damen und Herren,
 ich bin seit den 90er Jahren durch eine Ausstellung auf dem Traditionsschiff mit dem Liegeplatz des Schiffes verbunden und habe die nachlassende Besucherzahl nach der IGA mit Bedauern beobachtet. Einige Gedanken zur Neugestaltung des IGA-Park-Geländes. Die Idee aus dem IGA-Gelände einen Volkspark zu entwickeln begrüße ich sehr, da das große Areal zur Zeit nur wenig Anziehungskraft besitzt. Eine Zweiteilung in einen kleinen Bürgerpark (kostenfrei) und einen großen

Museumspark (eintrittspflichtig) halte ich jedoch für den falschen Ansatz. Ein Volkspark sollte der Bevölkerung nicht nur das Spaziergehen durch gepflegte Gartenanlagen ermöglichen, sondern auch das Bedürfnis nach Spiel- und Sport befriedigen. Dazu gehören große Sport- und Spielflächen (Tennis, Volleyball, Federball, Freiluftschach, Skateranlage, eine Wasserskianlage, der kleine Badestrand und dergleichen mehr). Für Jogger sollte eine Laufstrecke geschaffen werden, welche mit Fitnessgeräten ausgestattet ist. Nordic-Walker nutzen schon heute den IGA-Park für ihre Fitness. Mehrgenerationengeräte könnten zum Ausprobieren und Fitbleiben einladen. Eine Minigolfanlage ist nicht genug. Für Kinder sollten außerdem mehrere "normale Spielplätze" angelegt werden. Auch Fahrgeschäfte und gastronomische Versorgung wären in der Sommersaison begrüßenswert. So könnte der Volkspark für die Anrainer des Parks ein Highlight werden. Dafür reichen allerdings die Bereiche jenseits des Groß-Kleiner-Damms nicht. Dazu wird der gesamte IGA-Park benötigt. Werfen Sie einmal einen Blick auf Karls Erlebnishof bei Rövershagen. Dort kann man sich vor Besuchern kaum retten.

Außerdem sollte noch häufiger als schon jetzt die vorhandene Bühne für Auftritte bekannter Künstler genutzt werden.

Den Thesen 2 und 4 kann ich nicht zustimmen. Die Rostocker und ihre Verwandten haben das Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum sicher schon besucht und werden diese Besuche nicht ständig wiederholen. Ein Museum ist auf die Dauer hauptsächlich etwas für Touristen, aber die vergangenen 10 Jahre haben gezeigt, dass das Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum im IGA-Park fehl am Platz ist, weil es abseits der Touristenwege liegt.

Die wasserseitige Erreichbarkeit durch die Rundfahrtschiffe würde für die Besucher zusätzliche Kosten mit sich bringen: Fahrpreis für das Boot plus Eintritt in das Museum werden für eine Familie zur Belastung und die Schifffahrtsbetriebe werden es wegen des Mehraufwands und Mangels an Interesse der Passagiere ablehnen. Auf diesem Wege werden die niedrigen Besucherzahlen noch weiter gesenkt.

Die Erreichbarkeit per Fahrradweg ist für auswärtige Tagestouristen und Busreisende keine Lösung und bei den Rostocker Geldproblemen utopisch.

Busgesellschaften, die Rostock anfahren, parken vorwiegend in der Nähe des Stadthafens, auf dem großen Parkplatz am Kanonsberg. Sie fahren nicht extra zum IGA-Park hinaus, wie die Erfahrung zeigt. Das kostet Zeit und außerdem können dort Reisebusse, mit denen in der Regel ältere Menschen unterwegs sind, nicht direkt vor dem Traditionsschiff parken. Anstatt Geld für einen Radweg auszugeben, sollte es lieber für die o.a. Einrichtung des Parks eingesetzt werden, um diesen für die Rostocker als Volkspark attraktiv zu gestalten.

Das Traditionsschiff und die anderen dort liegenden maritimen Ausstellungsstücke sind dort fehl am Platz und gehören zu den Touristen, in den Rostocker Stadthafen. Dort muss eine „Maritime Meile“ errichtet werden, die eine Attraktion für die Touristen, die Besucher des Weihnachts- und des Pfingstmarktes und auch der Hanse-Sail darstellen wird. An diesem Standort werden die Einnahmen des Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums steigen und die Ausgaben der Stadt dadurch

sinken. Der Bau eines festen Museumsgebäudes im jetzigen IGA-Park wird wohl am Geldmangel der Stadt scheitern. Im Stadthafen dagegen könnte eventuell übergangsweise eines der dort befindlichen Gebäude genutzt werden, um die aus der Sozietät demnächst ausgelagerten Museumsstücke unterzubringen. Zu einem späteren Zeitpunkt könnte dort über einen Neubau nachgedacht werden.

Mein Fazit: Die Zweiteilung des IGA-Parks, wie vorgesehen, wird die derzeitige sehr unbefriedigende Situation nicht verbessern. Nur die Umgestaltung des gesamten IGA-Geländes zu einem attraktiven Volkspark und die Errichtung einer Maritimen Meile im Rostocker Stadthafen wird zum Erfolg führen. Auch eine Bürgerschaft kann sich irren und einen Beschluss zurücknehmen.

32

Eingegangen am 24. April

Eingegangen aus Gerüstbauerring 19, 18109 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
meiner Meinung nach sollte der Eintritt von 1 Euro bleiben. Ich finde es auch gut, dass kein Fahrrad fahren erlaubt ist. Ich bin dagegen, dass Hunde erlaubt werden, schon garnicht freilaufend. Machen Sie einen Spaziergang durch Groß-Klein und begehen Sie Rasenflächen und Spielplätze. Sie werden keine Freude haben. Meine Enkelin ist 2 1/2. Ich kann Sie nicht allein auf Rasenflächen lassen, weil überall Hundekot liegt. Und der IGA-Park ist sauber. Das soll so bleiben.

33

Eingegangen am 24. April

Eingegangen aus Roald-Amundsen-Str. 4, 18106 Rostock

Hallo, Sie könnten Hundebesitzern erlauben mit angeleinten Hunden den Park zu betreten. Was im Zoo zusätzliche Einnahmen bringt, sollte doch auch hier möglich sein! Ein Seniorensplatz (leichte Sportanlage) würde sicher gut angenommen. Vom Eingang zur "Dresden" dürfen Autos fahren - warum nicht auch Radfahrer? (außer bei großen Veranstaltungen).

34

Eingegangen am 24. April

Eingegangen aus 18106 Rostock

1. Umzäunung lassen ggf. ergänzen mit Trennungsaun zwischen zwei getrennten grundsätzlich unterschiedlichen Themenbereichen

2. Errichtung von zwei Themenarealen: a) Ruhige Zone ohne Hunde und Radfahrer für Wandern, Spaziergänge, Sitzen, Naturbeobachtungen; b) Aktive Erlebnisspaßzone (um das Traditionsschiff als Zentrum) für Kulturveranstaltungen, Essen, Trinken, Sondersportarten, Traditionsschiffsbesuche
3. Keinsfalls Hunde, Radfahrer und PKWs in der ruhigen Zone; ggf. überhaupt nicht im gesamten IGA-Gelände.

35

Eingegangen am 24. April

Eingegangen aus Kolumbusring 56, 18106 Rostock

Wir sind der Meinung, Hunde gehören nicht in den Park, denn sie hinterlassen viel Dreck und die Besitzer haben kaum einmal eine Tüte für den Kot mit. Sie sind der Meinung, dafür zahle ich ja Hundesteuern und dann ist es mir egal, wer den Dreck wegmacht. Wir gehen jede Woche im IGA-Park walken und erfreuen uns an der schönen Landschaft und den jetzt schon sehr schön blühenden Narzissen - einfach eine Augenweide. Gegen gewisse Sportaktivitäten hätten wir nichts, wenn damit keine Verwüstungen und Verunstaltungen des Rasens sind.

36

Eingegangen am 24. April

Eingegangen aus Alte Warnemünder Chaussee 36, 18109 Rostock

Hallo, mein Wunsch und der Wunsch aller Hundehalter in der Umgebung wäre natürlich mit unseren Hunden in den Park gehen zu können. Uns ist natürlich auch klar dass Hunde auch unschöne hinterlassenschaften verursachen aber alle Hunde Halter mit denen ich über den Zutritt gesprochen habe sagen sie würden diese Hinterlassenschaften auch entfernen und sogar in regelmäßigen Abständen den Park von häufchen reinigen. wir würden uns auch sehr über einen kleinen Teil des Geländes freuen. und wir würden Eintritt für Hunde zahlen.

37

Eingegangen am 24. April

Eingegangen aus Kolumbusring 46, 18106 Rostock

ich möchte Ihnen heute auch einige Überlegungen mitteilen. 1. Park mit Zaun und Eintrittsgeld oder für alle offen In Schmarl gibt es einen St. Jansen Park, dort sitzen hauptsächlich Menschen die unter sich sein wollen (Alkohol). Früher war dort gleich ein Norma und man konnte nicht mit seiner Einkaufstasche durch den Park gehen. Die Gelder die jetzt an die Sicherheitsfirma fließen, werden dann in die Reinigung des Parks und der Reparatur der Toiletten und Strandkörbe fließen. Bevor

Menschen 1,- Euro Eintritt zahlen, investieren sie lieber das Geld in z.B. drei Bier und somit kommen wir schon zu dem nächsten Problem. Sehr viele Frauen nutzen diesen Park um Sport zu treiben und warum?...weil "Frau" sich sicher fühlt, da solche Menschen wie schon erwähnt ihr Bier dann lieber an der Kaufhalle trinken. (und das ist schon eklig) Hund im Park...ja oder nein? Haben wir nicht genug Grünflächen im Neubaugebiet damit die Hunde ihr Haufen legen können? Wenn dann eine Veranstaltung ist, möchte man sich nicht mehr ins Gras setzen. Die ganzen kleinen Kinder die den Park besuchen, sollen dann plötzlich vor so einem großen Hund erschrecken? So können die Muttis entspannt auf der Bank sitzen, weil keine Gefahr...Hunde, Autos lauern und abgesehen von den Sportlern. Nicht alle Menschen lieben Hunde und fragen sie einmal Leute die im Lindenpark Sport treiben, alle haben Angst vor Hunden. Da der IGA Park über viele Parkplätze verfügt und die Bevölkerung immer älter wird, könnte ich mir ein Saunadorf, wie in Wismar...mit direkten Zugang (als Tauchbecken) in die Warnow vorstellen. Weiterhin Veranstaltungen, Skaterbahn super und Erholung!!!! Denken Sie bitte daran, wie es dort vor der IGA ausgesehen hat und so wird es dann ohne Zaun bald wieder aussehen. Besten BeispielS Bahn Bhf nach 10 Jahren...ich schäme mich! Mit freundlichen Grüßen.

38

Eingegangen am 24. April

Eingegangen aus Doberaner Straße 59, 18057 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
 von meinen Kunden im Fitnessstudio bin ich mehrfach darauf angesprochen worden, dass mein Sportgartenkonzept für das LIX-Sportstudio in der KTV bestens in größerem Rahmen für den IGA Park geeignet wäre. Hierbei handelt es sich um eine Vielzahl von Fitnessgeräten speziell für den Außenbereich. Da ich diese Geräte auch vertreibe, kann ich einige davon auf meiner Homepage www.LIX-PIX.de/sportgarten.htm <<http://www.LIX-PIX.de/sportgarten.htm>> vorstellen und würde mich freuen, auch ihr Interesse zu wecken. Der Sport im Freien, ganz besonders in grünem Parkambiente, stößt auf große Resonanz und Freude. Gern stehe ich Ihnen für ein Gespräch hinsichtlich meiner konkreten Ideen zu Verfügung.

39

Eingegangen am 24. April

Eingegangen aus Alte Warnemünder Chaussee 27, 18109 Rostock

Ich bin seit 2003 Dauerkarten-Besitzerin, weil ich das wunderschöne Areal im IGA-Park gern nutze.

Es wurden ja etliche Vorschläge unterbreitet, die nun geprüft werden müssen. Auf der Ostsee-Messe wurde der Wunsch an den OG herangetragen, dass Rostock

Mitglied der "Märchenstraße" werden sollte. Wer schon einmal den Köhlerhof in Wiethagen besucht hat, konnte sich davon überzeugen, dass die liebevoll geschnitzten Holzfiguren auf dem dortigen Märchenpfad großen Anklang finden. So einen Märchenpfad könnte ich mir auch für den IGA Park vorstellen. In den Sommerferien, wenn viele Bedegäste das Areal am Warnow-Ufer nutzen, ist der IGA Park immer sehr belebt. Dann sieht man auch viele Kinder. Die Älteren besuchen gern die Veranstaltungen im Weidendom, der ja eine Besonderheit darstellt. Für Kinder könnten Nachtwanderungen durchgeführt werden. Ich finde, dass das Gelände auch für Schnitzeljagden und Wanderungen mit dem Förster gut geeignet ist. In den langen Sommerferien könnte man auch auf der Parkbühne einen Mister IGA und eine Miss IGA wählen. Das interessiert dann die Jugendlichen. Besonders die Sportplätze und -anlagen sind beliebt. Man könnte noch mehr Wettbewerbe dort austragen. Z. B. könnten die in Rostock ansässigen Wohnungsunternehmen miteinander spielen. Gern wurde bisher immer die Pappboote-Weltmeisterschaft, die die WIRO sonst im Stadthafen veranstaltet, von den Gästen besucht. So etwas könnte man doch auch einmal in den IGA Park verlegen. Als die IGA 2003 die Besucher anzog, gab es auf dem Areal am Warnowufer auch eine Grabsteinausstellung. Ich fand sie gelungen. Man könnte so eine Ausstellung wiederholen, denn Ältere interessieren sich schon dafür. Das "Tradi" ist natürlich ein Anziehungsmagnet. Die Vorlesungen und Veranstaltungen, die es im Winter/Frühjahr 2013 dort gab, waren sehr interessant. Auch das Herbstsemester hatte viele spannende Höhepunkte zu bieten. Da in den Sommermonaten besonders viele Besucher die Hansestadt besuchen, sollte man mal überlegen, ob man auch von Juni-Mitte September eine Veranstaltungsreihe auf dem Tradi planen kann. Dann könnte man auch ein wenig auf die Interessen der Kinder eingehen, die dann Ferien haben. Solche lustigen Veranstaltungen, die der ehemalige Seemann Stephan Bohnsack anbietet, kommen auch bei jüngeren Menschen gut an. Gut ankommen würde auch ein Ruderbootverleih in den Sommermonaten. Sehr romantisch finde ich den IGA Park für Verliebte. Könnte man nicht auch im Weidendom Trauungen anbieten?

Ganz spannend würde ich es finden, wenn ein Mutiger vom Nabu oder von einer anderen Organisation sich mit interessierten Besuchern auf eine Wildschweinwanderung begibt. In Berlin gibt es so etwas schon, da kann man die Tiere dann beobachten.

Am Konzept des IGA Parks werden noch viele Beteiligte arbeiten. Ich hoffe sehr, dass man diplomatisch und feinfühlig dabei vorgeht. Vielleicht kann sich die WIRO, die ja bekanntlich die meisten Wohnungen in Groß Klein und Schmarl hat, als Sponsor für den IGA Park einbringen.

Freundliche Grüße aus der schönsten Stadt an der Ostsee.

40

Eingegangen am 26. April
Eingegangen aus Usedomer Straße 42, 18107 Rostock

Sehr geehrte Frau Doktor Jens,
 ich wende mich an Sie als Präsidentin der Bürgerschaft, wie auch als IGA-Aufsichtsratsvorsitzende und als vormalige Senatorin. Es sind ja mittlerweile gut 16 Jahre ins Land gegangen, dass die IGA 2003 in Rostock als Weltausstellung registriert wurde. Ein Fakt, der ja auf Ihrer Initiative, die IGA nach Rostock zu holen, basiert.

Jenes Datum wäre m. E. DER Zeitpunkt gewesen, Gedanken zu einem Nachnutzungskonzept zu entwickeln. Aber Bürgerschaft wie Senat oder auch Senat wie Bürgerschaft ließen die Zeit rinnen. Und sie zerrann konzeptionslos bis dato. Nehmen wir den Fakt hinzu, dass auch in punkto konzeptioneller Entwicklung des Museumswesens seit 1990 Zeit vertan wurde, weil eben nichts in dieser Richtung getan wurde - das heiße Eisen Theater will ich nicht mal mit wärmeisolierter Zange anfassen - so wird deutlich, welche Misere in Sachen Kultur die Stadt - Parlament und Verwaltung - sich bereitet hat (ich habe über Jahre - bis dato - für die Öffentlichkeitsarbeit der Hanse Sail gewirkt und ebenso eine ganze Reihe von Jahren im Förderkreis für das Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum. Ich weiß also, wovon ich rede.)

Aus alledem sind inzwischen so viele Kuriosa geworden, dass es einen dauern könnte: Die Stadt hat im Grunde genommen direkt nur noch ein einziges Museum - das kulturhistorische (das räumlich aus allen Nähten platzt und sich nach der Bebelstraße "sehnt") mit einem fachlich kompetenten Leiter (kommissarisch) über dem noch eine hochdotierte städtische Direktorin "thront"!

Dann hat die Stadt einen Park mit Museumsschiff, mit dem sie - de facto - so recht auch nichts anzufangen weiß. Das Schiff bleibt auf jeden Fall am Warnowufer (das ist ja recht lang und reicht in beide Richtungen bis an die Stadtgrenze).

Man möge doch mal aufhören, mit dem Gelaber "kleineres Museum im oberen Drittel". Es ist in seiner Art das einzige und damit größte deutsche Museum, das Schiffbau UND Schifffahrt in sich vereint! Aber: Statt auf "Schiffbau und Schifffahrt" zu setzen, geistert "Maritimes" und "Technisches" (ein technisches Museum gibt es 60 km weiter in Wismar) herum; obwohl einerseits ungezählte Exponate aus den Bereichen Schiffbau/Schifffahrt anderswo und nicht immer unter guten Bedingungen eingelagert und so für niemanden sichtbar sind. Und das Problem rückt immer näher: Wohin mit den Exponaten aus der Bebelstraße 1, wenn das Haus renoviert, saniert und dann dem kultursistorischen Museum zugeschlagen wird? Platz für ein Haus am Schmarler Warnowufer wäre genügend vorhanden (ob aber auch baugrundmäßig bebaubar?).

Man sollte auch ganz schnell das Wort "eventuell" aus dem Vorhaben eines "neuen landseitigen Baus zum Museum" streichen. Ich weiß, dass es vor Jahren mal einen

Vorschlag der WIRO (noch als Herr Küper gleichfalls IGA Park Geschäftsführer war) gab, solch einen Bau zu errichten und ihn der Stadt zu vermieten. Die damalige Bürgerschaft hat das abgeschmettert! Warum, weiß ich nicht! Aber ich meine, Garagenhäuser zu bauen, Turnhallen, Schwimm- und Schießhallen, Tennisanlagen, Sportparks und manch andere WIRO-Aktivität wären doch für eine Wohnungsverwaltungs- und Baugesellschaft eigentlich genauso artfremd wie ein Museumshaus oder genauso passgerecht - von beidem profitiert letztendlich das Stadtvolk. Ob der IGA Park ein neuer Wohngebietsstandort sein sollt (?) - ich meine nicht. rund um den Pakr wohnen genügend Leute und man muss nicht die ganze Stadt zubauen.

Viel wichtiger wäre es, den Park verkehrsmäßig besser anzubinden. Die RSAG ist ja über die Holding mit der Stadt verflochten und so sollte die Stadt hier kräftiger Einfluss nehmen!

Nicht vom Tisch zu weisen sind natürlich Herrn Vogts finanzielle Erwägungen. Ich habe ihn aus meiner Tätigkeit im Förderverein wie auch bei der Hanse Sail als nüchtern und sachlich rechnenden Mann kennen- und schätzen gelernt. Seinen Sachverstand sollte man nicht beiseite tun.

Es wäre auch sehr nützlich, würde man die nunmehrige Stadt/IGA/Jury in ihrer personellen Zusammensetzung coram publico kennenlernen. Hoffentlich hat man bei dieser Jury-Zusammensetzung nicht auf den Sachverstand der maritimen Vereine und auch adäquater kultureller Institutionen verzichtet?!?

Übrigens, warum eigentlich wird wieder einmal eine "Fremdfirma", die sicherlich viel Geld kostet, beauftragt, Probleme der Stadt - Sprich "IGA Nachnutzungskonzept" zu lösen??? Das wäre doch Sache der Bereiche "Kultur" (Senatorin Dr. Melzer) und "Natur/Umwelt" (Senator Matthäus)! Und: Wenn es schon eine Konzeption gibt, wozu dann eigentlich noch der Aufruf zur Bürgermitarbeit und dann noch mit der (krampfhaften) Bemerkung: Es wird nicht alles zu realisieren sein!

Summa summarum müsste aber ein "Konzept IGA 2018" in etwas mindestens das beinhalten:

- Es wird ein eigenständiges städtisches Unternehmen "IGA 2003 Rostock" (ohne juristische oder personelle Kopplung an ein anderes Unternehmen gegründet.
- Das "Deutsche Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock" wird wieder ein städtisches, der Kultursenatorin direkt unterstelltes Museum.
- Die RSAG - als der Kommune verflochtenes Unternehmen - hat ein Konzept für die günstigste saisonale Verkehrsanbindung zu entwickeln.
- Mit den Fahrgastschiffsreedereien sollte über ein Anlegen im IGA Park vertragsorientiert verhandelt werden.
- Mit Hilfe von IHK und HwK sowie nationaler Ausschreibung sind gastronomische Unternehmen für die Ansiedlung im IGA Park und auch an Bord des Traditionsschiffes zu animieren und zu gewinnen.

- Durch nationale Ausschreibung ist für die Ansiedlung von Einrichtungen für Erwachsene sowie Jugendliche und Kinder aus den Bereichen Sport und Entertainment zu werben.
- Den maritimen, kulturellen und touristischen Vereinen und Vereinigungen der Stadt wird anheim gestellt, sich in das künftige IGA Programm- Garten am Meer einzubringen (wer das grundlos oder gegenhältig ablehnt, sollte öffentlich genannt werden, damit jeder weiß, woran er ist und die "Meckerer-im-Nachhinein" dann auch erkennbar sind).
- Partner- wie befreundete Städte Rostocks sollten für Veranstaltungen und/oder Präsentationen gewonnen werden: "Partnerwochen im Garten am Meer"
- Es könnten sich auch Gartenbau-Unternehmen und entspr. Bau-/Gartenmärkte dauerhaft auf dem IGA-Gelände präsentieren.
- Es sollte untersucht werden, ob der Lange Heinrich zur Sommersaison eine Personen-Aussichtsplattform bekommen kann - also eine Attraktion, die den IGA Park Besuchern ihre Sicht aus der Höhe vergrößern/erweitern könnte (es gibt dazu schon feste Projektideen). In Memoriam: Ich bin in IGA-Zeiten immer mal gern übers Gelände "gegendelt", habe mir das Treiben aus luftiger Höhe genossen!!

Wie gesagt, ein paar unvollständige Gedanken - auch unter dem Gesichtspunkt, "...dass nicht alles realisierbar sein wird...!"

41

Eingegangen am 27. April
Eingegangen aus Husumer Str. 5, 18109 Rostock

Ich finde auch, dass das Iga-Gelände "kräftiger" genutzt werden sollte. Es ist so eine schöne Anlage, die man mit dem Schiff von Rostock und von Warnemünde aus ansteuern können sollte.

Wenn da Buden stehen könnten, die Kunstgewerbe oder ähnliches anbieten würden, dann käme das der Sache bestimmt gut zu Gesicht. Auch ein Kinderkarussell würde die Sache bereichern und ob auf der Bühne Nachwuchskünstler auftreten sollten, das wäre zu überlegen.

42

Eingegangen am 28. April
Eingegangen aus Kolumbusring 22, 18106 Rostock

Bitte keine Hunde im IGA Park !!!

Es ist schön, daß es wenigstens eine hundehaufenfreie Zone in Rostock gibt. Wie soll man bei einer Veranstaltung vor der Bühne auf einer zugekackten Wiese stehen oder sitzen?

An das Gewissen der Hundehalter zu appellieren, ist sinnlos.

43

Eingegangen am 28. April

Eingegangen aus Joliot-Curie-Allee 592, 18147 Rostock

Betreff - Rostocker Blitz - Sich einbringen & mitgestalten:

Habe mit freude gelesen das man den Iga-Park noch Atraktiver machen möchte doch auf keinen fall darf er für Fahrräder geöffnet werden und schon gar nicht für Hunde es ist ein Park! Bis jetzt der einzige Ort in Rostock wo man sich unbeschwert auf eine Wiese setzen kann ohne sich nach Hundehaufen umsehn zu müssen um dann mit mehreren "kilo Glüc\" am Schuh weiterzugehn. Noch können Kinder unbesorgt rumtoben und die Natur geniessen. Einige Bänke mehr, ein grosser Spielplatz (der ja heil und unbeschmiert bleibt da bewacht) und eine Wassrstrassenanbindung sind wirklich gute Gestaltungsmöglichkeiten.

44

Eingegangen am 28. April

Eingegangen aus keine Angaben

Hallo und guten Tag, ich bin der Meinung, dass dem IGA-Park ein umfangreicher Kinder-Spielplatz fehlt. Es sollte mehr Tische mit Bänken geben als Picknickmöglichkeit. Ich bin auf jeden Fall dagegen, auch Hunden den Zugang zum Park zu erlauben, weil es der einzige Ort in Rostock ist, wo man (und vor allem die Kinder) nicht Gefahr läuft in Hundehaufen zu treten. Denn leider sind fast alle Hundebesitzer in dieser Hinsicht unzuverlässig, was die Entfernung der Hinterlassenschaften angeht. Und die ständige Kontrolle eines so großen Areals ist praktisch unmöglich und auch unbezahlbar. Ich jedenfalls genieße es, nicht bei jedem Schritt darauf zu achten, wo ich hintrete bzw. worein. Gut würde ich es auch finden, einen Teil des Parks als "Gemeinschaftsgarten" zu verwenden, so a la "stadtacker.net"

45

Eingegangen am 28. April

Eingegangen aus keine Angaben

Der Park sollte eine Hunde- und Fahrrad freie Zone bleiben. Gerade heute haben wir die Ruhe und Sauberkeit geniessen dürfen. Da die Hundebesitzer nicht auf ihre Tiere

achten, wäre es schade, wenn die Wiesen bald verdreckt wären. Das Parkpersonal hat leider schon genug mit dem Zivilisationsmüll zu tun.

46

Eingegangen am 28. April
Eingegangen aus Kolumbusring 33, 18106 Rostock

Bitte auf keinen Fall den Park für Hunde und Radfahrer öffnen, damit man auch in Zukunft noch mit Kindern auf den Wegen spazieren gehen und auf den Wiesen mal sitzen oder liegen kann!!!! Deswegen macht es Sinn einen geringen Eintrittspreis weiter zu erheben. Es wäre auch schön, über eine Beschränkung der lautstarken Freiluftkonzerte nachzudenken. (z.B. : 4 pro Jahr und ab 22.00 wirklich Ruhe) Wir wohnen in Schmarl und die Lärmbelästigung ist teilweise enorm. Das Traditionsschiff gehört nach Schmarl und nirgendwo anders hin. Vielleicht wäre es möglich, die noch erhaltenen Pavillons für ein geringes Endgeld oder unter der Auflage die Gebäude zu erhalten an kleine Sportgruppen oder Vereine (z.B. Modellbau oder Tai Chi) zu vermieten.

47

Eingegangen am 28. April
Eingegangen aus keine Angaben

Sehr geehrte Damen und Herren,
 meiner Meinung nach unverzichtbare Forderungen an die zukünftige Parkgestaltung sind:

1. Die Benutzung muss kostenpflichtig bleiben (Sobald er zur kostenlosen Nutzung freigegeben wird, ist seine Verwahrlosung nicht mehr aufzuhalten und alle weiteren Konzepte erledigen sich von selbst.)
2. Hunde dürfen nicht in den Park (der Park ist eine der ganz wenigen Orte in der Stadt, an denen man kleine Kinder ohne Bedenken auf der Wiese spielen lassen kann. Auch die Erwachsenen könne dann nicht mehr unbesorgt auf den wunderschönen Freiflächen lagern. Auf die Vernunft der Hundebesitzer zu hoffen, ist töricht, wie die Erfahrung allerorten lehrt.)

48

Eingegangen am 28. April
Eingegangen aus keine Angaben

Der IGA Park bietet bereits so viele Mit Mach Aktionen (Trimm Dich Pfad usw.) Das sollte mehr bekannt gemacht werden, bieten diese Dinge doch Spaß und Bewegung für die ganze Familie, Klasse ja sogar Firmenfeiern könnten das mit einbinden. Das

wichtigste was es zu verbessern gilt, ist die Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Es fehlt eine Buslinie von Warnemünde über IGA Park, Messe, Neptuncenter, Stadthafen- evtl. bis ZOO. Die würde nicht nur den Touristen die Möglichkeit geben viel erlebenswertes in Rostock mit einander zu verbinden, auch die Einheimischen würden dann bestimmt öfters in den IGA Park gehen. Im Stadthafen und stadtzentrum, woie auch in Warnemünde sollte es dann eine sichtbaren Hinweis geben.

49

Eingegangen am 28. April
Eingegangen aus Kolumbusring 46, 18106 Rostock

Guten Abend! Wer die vergangene Woche aufmerksam die OZ gelesen hat "Groß Klein", konnte lesen, dass alle sich über die Hundehaufen beschwert haben. Also warum, nun auch noch den IGA Park verschmutzen? Ich habe Angst vor Hunden und habe mich bei Ihnen immer sehr sicher gefühlt.

50

Eingegangen am 28. April
Eingegangen aus keine Angaben

Sehr geehrte Damen und Herren,
 der Park müsste als Familienpark mehr Einrichtungen/Attraktionen für Jugendliche bieten. Es könnten auch sportliche oder kulturelle Wettstreite organisiert werden oder Laien bzw. jungen Künstlern Möglichkeiten für Darbietungen gegeben werden und so die Attraktivität erhöht werden. Gelegenheiten für unterschiedliche sportliche Betätigungen fehlen. Die Vermittlung von Wissenswerten über die regionale Natur und Tiere sollte weiter ausgebaut werden. Es müsste beim Parkbesucher mehr Neugier auf die ständigen und Sonderausstellungen auf dem Traditionsschiff geweckt werden. Am wichtigsten für uns als Jahreskarteninhaber ist aber, dass der Park (zumindest der warnowseitige Teil) nicht für Hunde geöffnet wird (die Folgen sind auf den Grünflächen und Wegen in allen Stadtteilen sichtbar)!!! Auch die Freigabe für Radfahrer lehnen wir ab, denn wir wollen den Park in aller Ruhe genießen. Wenn man den jeweils richtigen Eingang wählt, ist man zu Fuß in 10 Minuten an jeder beliebigen Stelle des Parks.
 Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der weiteren und besucheranziehenden Gestaltung des Parks.

51

Eingegangen am 28. April
Eingegangen aus Karlstraße 47, 18055 Rostock

Erfreut nehme ich zur Kenntnis, dass die Stadt an neuer "bürgernaher" Parkgestaltung und Zugangswegen des schönen IGA Parkes arbeiten will. Ich selbst nutzte bisher regelmäßig in der freundlichen Jahreszeit das schöne Gelände zum Spazieren und Erholen für 1 €. Würde aber der Park künftig zum Radfahren freigegeben, fehlte den Spaziergängern das nötige Sicherheitsgefühl zum erholsamen Spaziergang. Es wäre wie auf öffentlichen Wanderwegen, auf denen man immer achtgeben muss.

52

Eingegangen am 29. April
Eingegangen aus Segelmacherweg 5, 18109 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren, seit es das IGA - Gelände gibt, kaufen wir Jahreskarten. Meine Tochter und ich lieben das Gelände. Sport, Spaziergänge und spielen kann man hier sehr gut. Jetzt lese ich, dass evtl. Hunde auf das Gelände dürfen? Da sind wir sehr dagegen! Die IGA ist das einzige hundefreie Grün weit und breit! Soll es jetzt auch zu einer Hundetoilette verkommen?! Wir können Ihnen nur soviel sagen: Kommen Hunde, gehen wir. Dann kaufen wir keine Jahreskarten mehr, denn dann können wir nicht mehr barfuß über den Rasen laufen oder darauf sitzen.

53

Eingegangen am 29. April
Eingegangen aus keine Angaben

Hallo Liebes Team,
 vor Jahren habe ich die Mitteilung über einer neuen Wasserskianlage, mit Freude gelesen. Leider musste ich immer wieder feststellen, dass sich dahingehend einfach nichts tut. Informationen dazu musste man auch gezielt suchen. Erst fehlten Unterschriften, dann war die Neptun Statue im Weg. Und bis heute ist nichts passiert. Der Betreiber wollte sogar eine Weltmeisterschaft auf dieser Anlage austragen. Das ist zwar nicht zu vergleichen mit einer Weltmeisterschaft im Segeln. Aber es wäre eine Werbung für viele junge Leute gewesen. Die die große Stadt zwischen Rügen und Hamburg kennengelernt hätten. Zumal die nächsten Anlagen erst bei Lübeck, Wustrow bzw. Neubrandenburg sind. Und wenn man sich die Kennzeichen auf dem Parkplatz in Wustrow anschaut, sieht man, dass viele Menschen aus HRO und dem ehemaligen Landkreis DBR dahin fahren müssen, das es eben die dichteste Anlage ist. Und im Sommer über die B105 dahin zu fahren,

macht auch unbedingt Spaß. Lange Rede kurzer Sinn. Ich als Bürger der Hansestadt Rostock würde Vorschlagen, dass man diese Idee weiter verfolgt. Und Rostock damit um eine Sport Attraktion reicher macht.

54

Eingegangen am 29. April

Eingegangen aus Vitus-Behring-Str. 20, 18106 Rostock

Auch ich möchte mich einbringen, als Dauerbesucher fast täglich seit Bestehen der IGA am 25. April 2003. Der IGA Park soll so bleiben, wie er jetzt ist, so sauber und gepflegt, herrliche Wanderwege und die beste Erholung, Freude und Entspannung. Kein Stadtteil hat so einen schönen großen Park (70 ha) mit so viel Grün wie der Stadtteil Schmarl.

Auch mit dem Traditionsschiff fühle ich mich sehr verbunden als Dauerbesucher, das seit 1970 hier in Schmarl seinen Standort hat und für die Besucher hier im Nordwesten eine besondere Attraktion ist mit seinen vielen Ausstellungen. Ich habe für alle 15 Typ IV Schiffe gezeichnet und das Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum muss hierbleiben in Schmarl.

Was ich im IGA Park vermisse sind Koniferen, die auf geeignete Freiflächen gepflanzt werden könnten. Davon haben wir im IGA Park ganz wenige Nadelbäume. Die heimischen Vögel, die hier überwintern, würden sich freuen. Mein nächster Vorschlag wäre, dass unbedingt die Gastronomie verbessert wird, besonders im Winter ist alles zu. Nur auf dem Traditionsschiff sind zwei Automaten. Das Rosencafé müsste an einen privaten Betreiber vergeben werden. Bestimmt würden viele Besucher und Bürger dort mit Blick zum herrlichen, gepflegten Rosenhang den Kaffee und Kuchen genießen.

Eine seeseitige Anbindung zum Traditionsschiff wäre notwendig.

Meine Familienangehörigen sind für alle meine Ideen gleicher Meinung.

55

Eingegangen am 30. April

Eingegangen aus Segelmacherweg 8, 18109 Rostock

Hallo zusammen, ich bin eine der Glücklichen, die sehr oft mit Freunden und Kindern auf die IGA geht. Für unsere Kinder (die Eigenen und die der Freunde) ist es ein idealer Ort- Entdeckungstouren, Tiere beobachten, Spielen, Fahrrad fahren lernen und und und. Was uns jedoch traurig stimmt, ist, dass der ein oder andere Hund mit auf die IGA darf. Wir haben nichts gegen Hunde, jedoch ist es nicht schön, dass Hunde in verschiedenen Größen/ Rassen unangeleint über das Gelände laufen und auch dort auf Weg- und Rasenflächen ihre Häufchen lassen. Wenn ein Hund auf einen zugelaufen kommt, wissen auch Sie das man erschrocken ist. Reagiert ein Kind dann schreckhaft, brauchen wir nicht darüber reden was passieren kann. Leider ist

auch nicht jeder Hundebesitzer einsichtig, wenn man etwas sagt. Bislang war es immer schön, dass auch die ganz kleinen Kinder frei laufen und krabbeln konnten, jedoch ist das nicht mehr möglich, wenn Hunde zugelassen werden. Daher wenn es möglich ist, bitten wir Sie daran zu denken, dass Hunde nicht auf die IGA sollten. Es gibt sehr viele IGA-Besucher, egal welches Alter, die es begrüßen, dass die IGA eine Hunde freie Zone ist. Vielen Dank für Ihr Verständnis.

56

Eingegangen am 30. April

Eingegangen aus Hermann-Flach-Str. 2, 18109 Rostock

Sehr geehrte Frau Jens,

bezugnehmend auf den Artikel in der Rostocker Zeitung Blitz vom Sonntag, den 28. April 2013 möchte ich meine Gedanken zur Entwicklung des IGA Parks mitteilen. Die IGA ist vorbei, aber der Park hat seit 2003 keine wesentlichen Veränderungen weder in der Gestaltung von in der Erweiterung des Inhalts erfahren. Vielleicht ist auch eine Rückbesinnung wertvoll, denn die Anlage sollte für die Neubaugebiete Schmarl und Groß Klein als verbindendes Element und damit als Erholungspark angelegt werden.

Als die Zeitung darüber ausführlich berichtete, wohnten wir in Schmarl. Für diesen Bericht hatten wir ein offenes Ohr, da unser Spaziergang oft am alten Bach zum aufgestellten Leuchtturm führte. Mit der IGA veränderte sich vieles zum Guten. Die Renaturierung des gesamten Geländes war gelungen. Die Anlagen und Bepflanzungen bildeten eine Einheit. Der Ort Schmarl erhielt ein neues Gesicht und die Gärten erhielten ein schickes Aussehen. Neue Gebäude entstanden am Ufer der Warnow und das gesamte Areal wurde damit aufgewertet. Der Anleger neben dem Traditionsschiff war eine Anlegestelle mit Zukunft.

Wie ist der Zustand heute?

Alles zu einem Ganzen gefügte Areal wurde nach der IGA als Gesamtkonzeption vergessen. Der eigentliche IGA Park wurde seit 2003 als Privatgarten betrachtet, der zu Events geöffnet wird, aber ansonsten abgesperrt bleibt. Da meine Frau und ich seit 2010 wöchentlich einmal den IGA Park besuchen, möchte ich die vorbildliche Pflege nicht unerwähnt lassen, aber gleichzeitig die mangelnden Besucherzahlen bedauern.

Als das Konzept der IGA vorgestellt wurde und die Absperrung durch den Leiter des Grünamtes vehement vertreten wurde, habe ich meine Bedenken vorgetragen, da dieses Konzept den Ankündigungen widersprach und wir Abschottungen gerade überwunden hatten. Ich war damals Leiter der Verwaltung und verantwortlich für die Vermietung im Warnow-Geschäftszentrum.

Zur Erinnerung: Parkanlagen in London, St. Petersburg, Berlin, Dresden, München usw haben keine Absperrungen.

Die Umänderung der IGA-Anlage zu einem Erholungspark im weitesten Sinn erfolgte nicht. Die Absperrungen wurden nicht entfernt. Dabei sind nicht die zur Straße aufgestellten Zäune gemeint, sondern die Schlagbäume und die Einlasshäuschen und sonstigen Absperrungen besonders am Ufer der Warnow vom ehem. Anleger zum Traditionsschiff und damit der Uferweg, die Absperrungen vom Parkgelände zum Messegelände und die Zäune am Hallenhaus. Jeder Besucher muss sich fühlen wie auf einem Militärgelände und das schon seit 10 Jahren.

Meine Gedanken zur Veränderung der gegenwärtigen Situation:

Grundlage einer Veränderung ist die Anbindung an den ÖPNV mit einer Haltestelle im IGA-Gelände. Besonders wichtig ist die Anbindung an den Schiffsverkehr von Rostock und von Warnemünde. Die Ausreden der Betreiber, es gibt kein Interesse, darf nicht gelten. Wer die Konditionen vorgibt, legt die Bedingungen fest. In Rostock und Warnemünde muss gezielt geworben werden. Auch die Kreuzfahrtschiffe bilden ein Potenzial. Ein Ausflug mit einem Schiff nach Rostock mit einem Zwischenaufenthalt im IGA Park wäre interessant, wenn die Bedingungen stimmen würden. So ein Ausflug sollte mit einer Begleitung erfolgen, die auf der Überfahrt schon die Besucher auf den Besuch des Traditionsschiff einstimmt (ohne Geld). Entscheidend ist nach meiner Auffassung, dass der ehemalige Grundgedanke wieder zum Leben erweckt wird. Das gesamte Areal beginnt für mich am Hafenhaus, jetzt benutzt von der Schokoladerie. Eine beste Voraussetzung zur Terrassennutzung. Es gibt in Rostock wenig Orte, die so dicht am Wasser mit so einer Aussicht präsent sind (ohne Geld).

Das ehem. Pionierschiff mit seinen Aktivitäten sollte in das Gesamtkonzept mit eingebaut werden, zum gegenseitigen Vorteil (ohne Geld).

Die Wassersporteinrichtung kann mit besonderen Aktivitäten für ein interessiertes Publikum wirksam werden (ohne Geld).

Ein Bootsanleger für die Vermietung von Ruderbooten kann geschaffen werden. Einen interessierten Investor wird man finden. Ein Problem ist die Absperrung mit Bojen zur Fahrwasserseite zum Saisonbeginn und Saisonende. Vielleicht gibt es Patenschaften mit Firmen, die das übernehmen. Früher hat so etwas die Marine gemacht (ohne Geld?).

Die Einbeziehung der Gartenanlage, in Absprache mit dem Vorstand, zur Besichtigung einiger Gärten oder der gesamten Anlage zu bestimmten Zeiten (ohne Geld).

Das Traditionsschiff

Das Traditionsschiff ist der wichtigste Teil für Besucher. Auswärtige Besucher wollen das Traditionsschiff sehen. Hier muss das Gesamtbild wesentlich verändert werden.

Einige Beispiele:

Die gastronomische Betreuung muss grundlegend verändert werden. Am Eingang wird entweder gar nicht auf das Angebot hingewiesen, oder das Schild steht so, dass es nicht gesehen wird, oder es ist verschmiert.

Wiederholt habe ich beim Besuch mit meinen Enkelkindern erlebt, dass die Bedienung an Oberdeck unpünktlich den Stand eröffnet oder vorzeitig den Stand verlässt, bzw kein Kleingeld zum Wechseln hat. Von der Freundlichkeit will ich gar nicht sprechen.

Wenn man 10:00 Uhr die Brücke betreten möchte, habe ich erlebt, dass erst 15 Minuten nach 10:00 Uhr ein Mitarbeiter die Türen öffnet. Und wenn der Besucher dann noch 20 cm hohes Gras in der Nock sieht, darf er auf keinen Fall auf einem Schiff der Marine zur See gefahren sein.

Wenn man das Vorschiff betritt, ist Rost ein Allgemeinzustand. Welche Beziehungen gibt es zum Arbeitsamt, um diesen Zustand zu beseitigen?

Die Offiziersmesse ist geschlossen, aber gerade hier einen Kaffee zu trinken, wäre für manchen Besucher ein besonderes Erlebnis.

Die Ausstellung im seemännischen Teil hat sich positiv verändert. Vielleicht ein Hinweis, Besucher werden die ausführlichen Schrifftafeln meiden, sie interessieren sich mehr für die Ausstellungsstücke mit kurzen

Beschreibungen. Testen Sie bitte, wieviel Zeit ein Besucher benötigt, um alle Tafeln zu lesen. Beachten Sie, dass viele Besucher gerade mit Kindern das Traditionsschiff besuchen.

Für all diese Fragen gibt es einen Verantwortlichen!?

Bisher wurde im IGA Park wenig verändert. Aber der Charakter des Geländes muss sich ändern hin zu einem Erholungs- und Freizeitpark. Das Gelände für die Events sollte den Charakter einer geschlossenen Anlage erhalten. Siehe z. B. die „Junge Garde“ im „Großen Garten“ in Dresden, vorbehalten für besondere Veranstaltungen. Das kostet Geld, würde aber eine positive Veränderung erwirken.

Es sollte geprüft werden, ob auf dem Freigelände am Traditionsschiff, Sanitäranlagen stehen schon, ein Freilichttheater für die Sommermonate aufgebaut werden kann. Es gab solche Anlagen schon im „Alten Hafen“. Vielleicht gibt es sie noch? Entweder das Volkstheater spielt oder, das würde ich noch besser finden, Theatergruppen der Schulen zeigen dort, was sie können. Dazu kommen Musikgruppen, die ihr Können zeigen wollen. Meine Erfahrungen zeigen, dass in allen Schulen besonders in den höheren Klassen Potenzial anzutreffen ist. Um die Werbung muss man sich keine Sorgen machen. Die Informationsstrecken funktionieren zwischen den Jugendlichen über Internet.

Zur Erweiterung der Angebote mit einer ständigen Präsentation sehe ich auch die Einbeziehung von Karls Erdbeerhof in das Gesamtkonzept. Vielleicht muss man da über seinen eigenen Schatten springen. Die gesammelten Erfahrungen sollten auf jeden Fall berücksichtigt werden, besonders, was die Kinderbetreuung betrifft.

Wie schön war doch das Fischerdorf zwischen Lütten Klein und Evershagen. So etwas oder Ähnliches sollte es wieder geben.

Die jetzigen Veranstaltungen, abgesehen von den Events, haben teilweise ein geringes Niveau. Der Anbieter darf nicht von der Straße kommen und ihm muss das Niveau vorgeschrieben werden.

Eine Reserve bildeten auch die Häuschen der ehem. Nationengärten. Besonders scheint mir der Chinesische Pavillon dafür geeignet zu sein, als kleines Café genutzt zu werden. Ein Interessent wird sich finden. Aber bitte keine Pappbecher und Pötte, sondern Tischdecken mit weißem Geschirr. Das Gesamtniveau muss gehoben werden. Die Bedingungen stellt das Management.

Zum Management:

Die gewollten Veränderungen verlangen das Arrangement einer Person, die Organisation beherrscht, sich für die Einbeziehung aller genannten Komponenten und weiterer einsetzt und persönliche Kontakte knüpfen kann. Dazu wird eine Sekretärin benötigt, die perfekt alle Aufgaben erfasst und geräuschlos umsetzen kann. Es ist kein Posten, der von einer Partei bestimmt wird. Siehe IGA, Ergebnis 20 Mio Verlust.

Mehr ist nicht notwendig. Er hat nur einen Vorgesetzten, dem er Bericht erstatten muss. Seine Aufgabe ist nicht in erster Linie die Geldbeschaffung, sondern die Koordinierung und Abstimmung aller Maßnahmen, und dafür zu sorgen, dass die Besucher zufrieden sind.

Die Verträge mit den Betreibern dürfen nicht auf max. Gewinn der Stadt ausgerichtet sein, sondern sollten sozialen Charakter tragen, aber ein ganz bestimmtes Niveau fordern. Ich befürworte nur deshalb einen Manager, weil ich weiß, dass zu viele Beauftragte oft persönliche Interessen mit einbringen wollen und dazu noch parteipolitisch agieren sollen.

Um meine Befürchtungen zu unterlegen, gestatten Sie mir einige Bemerkungen. Ich habe nun die DDR miterlebt und weiß, dass die Meinung der einen Partei oft sehr falsch lag. Aber was erlebe ich jetzt mit vielen Parteien? Im Ergebnis falsche Entscheidungen oder gar keine.

SAMOA-Bad in Warnemünde

Bezeichnung einer „Deutschen Kaiser Kolonie“

Kein Schwimmbecken, damit war die Grundlage für die Einnahmen der notwendigen Betriebskosten durch Schulschwimmen, Vereine und interessierte Schwimmer nicht gegeben. Ein funktionierendes Bad wurde vernichtet. Keinen Aufstand der Warnemünder für ihre Kinder! Zwei Jahre Bestand, dann insolvent. Wer hat beraten, wer hat unterschrieben?

Messehalle

Vielleicht können Sie sich an die Präsentation auf dem Portcenter erinnern?
Drei Hallen sollten es werden, für Fußball, Handball, Boxen und

Pferderennen. Konzerte sollte es geben und vieles mehr. Eine Halle wurde gebaut, der finanziellen Lage geschuldet, das war einzusehen. Aber in der Halle kann außer Messen nichts veranstaltet werden. Grund: mangelhafte Akustik. Wer hat diese Halle so abgenommen, wer hat unterschrieben?

Theaterneubau

Seit Jahren gibt es keine Entscheidung über den Standort. Warum einigt man sich nicht? Es ist ein Trauerspiel und ein ganz schlechtes Aushängeschild für die Bürgerschaft. Eigentlich regelt sich der Standort von selbst. Rosengarten sehr schön, aber die Bäume und was sagen die Naturschützer? Bußebart ist für den Weihnachtsmarkt reserviert. Bei einer Veranstaltung im Rathaus, Frau Jens moderierte, war das Geld da, das Vierspartentheater stand außer Frage und alle waren zuversichtlich. Nun wird wieder alles angezweifelt und zerredet. Wenn es ums Geld geht, sollte man sich doch folgende Frage stellen:

Wie hat Prof. Perten seine 700 Mitarbeiter bezahlt, bei 5,- bis 12,- Mark Eintrittspreisen? Antwort: die großen VEB mussten eine Kulturabgabe entrichten. Frage: Hat Rostock Großbetriebe, die viele Mitarbeiter beschäftigen und den Standort an der Küste benötigen? Welche Fördermittel haben diese Betriebe erhalten und zu welchen Bedingungen? Es wird Zeit, an ihre Verantwortung zu erinnern, zumindest an die Fördermittel. Viele Fragen, wenig Antworten.

Rostock und seine Häfen

Rostock hat nach meiner Kenntnis folgende Häfen: Alter Hafen, ehem. Fischereihafen, Überseehafen, Marinehafen und Anleger in Warnemünde. Trotzdem kommen die Schiffe nach Rostock und nicht nach Warnemünde, dort legen sie an. Die Ausländer auf den Schiffen wissen gar nicht, dass es Rostock gibt. Herr Prof. Klinkmann sagte einmal auf einer Unternehmertagung, Rostock verkauft sich im Ausland wie ein Bauchladenhändler. Die Spitze dieser Verdrehung der Tatsachen ist das Schild am Eingang von Warnemünde. Ein gelbes Schild als selbstständiger Ort. Wer verantwortet diese Entscheidung? Wieso lässt das Ordnungsamt das zu? Wer gab die Weisung und von wem, dass Warnemünde ein selbstständiger Ort ist? Man kann nur hoffen, dass kein Parteifreund aus Warnemünde hier bedient wurde.

Zumindest auf diese Frage bitte ich um eine Antwort, da Sie, Frau Jens, Bürgerschaftspräsidentin von Rostock sind, und davon Kenntnis haben müssten.

57

Eingegangen am **1. Mai**
Eingegangen aus **Neptunallee 7a, 18057 Rostock**

Guten Abend, als Jahreskarteninhaber besuche ich oft den IGA-Park. Ich komme meist per Fahrrad und vermisse einen ruhigen, schnellen Radweg aus der Innenstadt kommend. Dazu mein Vorschlag: Wenn man in die Industriestraße Richtung HCC fährt, wäre am Ende der Straße eine Überquerung des Grabens/kleinen Flusses Gold wert. Unmittelbar dahinter befindet sich ein gut ausgebauter Fuß-/Radweg, der auf direkten Weg über den Tunnel zum IGA-Park führt. Mit entsprechender Beschilderung würde diese Abkürzung sicher noch mehr (Fahrrad-) Gäste in den Park locken.

58

Eingegangen am **1. Mai**
Eingegangen aus **Albert-Einstein-Str. 19, 18059 Rostock**

Der IGA-Park suchte Ideen.
 Da antworte ich: es wäre schön
 an Schwerbeschädigte zu denken,
 die gerne ihre Schritte lenken
 in die Natur, so gut es geht.
 Wenn eine Möglichkeit besteht,
 ein kleines Fahrzeug pendeln lassen.
 Sollte die Kraft einen verlassen,
 ist kein Verlaß auf den Rollator.
 Doch hilft ein Zurückpendeln ans Tor.

59

Eingegangen am **3. Mai**
Eingegangen aus **Kleiner Warnowdamm 16, 18109 Rostock**

Meine Vorschläge zur Parkentwicklung:

1. Beibehaltung der Umzäunung !!!
2. Öffnung zusätzlicher Tore (z.B. Tor 3 und 4) zur besseren Erreichbarkeit einzelner Parkareale. Eintritt über Drehkreuze mit Eintrittsgeldautomaten (siehe auch Besucherpark Airport München)
3. Ganz wichtig: Spielplätze für Kleinkinder (bis 6 Jahre) mit Sandkasten, Rutsche, Schaukel... (mein Enkel ist 2 und für die vorhandenen Plätze zu klein)
4. Radfahren nur auf ausgewiesenen Wegen

5. Keine Hunde !!!
6. Mehr Plätze mit Bänken und Tischen für Picknick etc.
7. Jährlich wiederkehrende Veranstaltungen zu gleichen Terminen (Ostern, 1. Mai etc.) als feste Zielplanung für Ausflüge
8. Gastronomie (wird übers Jahr sicher schwierig)
9. Bessere Anbindung übers Wasser mit Privatbooten, Ausflugschiffen, Wassertaxi
10. Die in der Presse genannten Besucherzahlen von ca. 22 000 im Jahr auf dem Traditionsschiff sind ein Witz und Wunschdenken. Ich bin 2 mal die Woche im Park zum Walking und oft auch am Wochenende - vor dem Schiff meistens gähnende Leere. Ich hoffe, dass der IGA-Park so gepflegt wie bisher und weiterhin ein besuchenswertes Kleinod bleibt!

60

Eingegangen am 3. Mai

Eingegangen aus Stephan-Jantzen-Ring 48, 18106 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,

ohne Einleitung möchte ich gleich meine Standpunkte darlegen:

Warum soll es eine neue Parkgestaltung geben? Die IGA war so komplett und wenn alles so weiter gepflegt wird, wäre meiner Meinung nach ein neues Konzept nicht nötig.

Das Team arbeitet doch sicher nicht ehrenamtlich, sondern erhält hohe Honorare für das Konzept, zu dem die Bürger „Zuarbeit“ leisten?

Warum sollen Besitzer von Hunden die Tiere im IGA Park ausführen dürfen? Es gibt doch wirklich schon genügend „Haufen“ im Stadtteil Schmarl und auf dem Spazierweg vom Ortsteil zur Warnow, wo die meisten Hunde nicht angeleint werden. Leider kassieren die Hostessen vom Ordnungsamt wohl nur die Auto-Parksünder ab.

Mir würde gefallen, wenn im Sommer ein kleiner Eis- bzw. Kaffeeverkauf „auf die Hand“ am ehemaligen Fähranleger Dorf Schmarl durchgeführt werden könnte. Die Produktionsstätte der Schokoladerie hat wohl keine Kapazitäten dafür?

Wer das Schifffahrtsmuseum besucht, bekommt den Eintrittspreis zum IGA Park zurück, um hauptsächlich denen gerecht zu werden, die nur den Museumsbesuch wünschen, z. B. fremde Besucher (aus Zeitmangel).

Anliegend sende ich Ihnen 3 Zeitungsartikel zur Info, falls Frau Jens bis jetzt noch nicht die Möglichkeit hatte, sie zu lesen:

OZ LESERBRIEFE

27./28.04.13

Rostock voll von Müll

Zu „Dreck an allen Ecken“ (OZ, 15. April):

Ich bin seit anderthalb Jahren hier in Rostock und finde eine „vermüllte Stadt“ vor. Keiner vom Ordnungsamt wurde je gesehen. Dabei können Sie mit der Zeitung doch gut den Zusammenhang zwischen Schmutz und der Gesundheit herstellen. Die Gesundheit wird auch stark von den Radfahrern mit ihrem chaotischen Verkehrsverhalten beeinträchtigt. Einen Polizisten habe ich in dieser Sache noch nie handeln sehen – in der schönen Stadt Rostock.

Reinhard Völke, Rostock

Schluss mit freier Sicht

Zu „Neues Wohngebiet sorgt für Ärger“ (OZ, 25. April):

Das Baugelände „Auf dem Kalver-

der B-Plan wurde später geändert, ohne zu informieren.

Rolf Dubois, Rostock

Iga-Park als Standort für Märkte

Zu „Schausteller kämpfen um Platz für Weihnachtsmarkt“ (OZ, 6. April):

Die Schausteller wollen mit dramatischen, aber stark übertriebenen Appellen einen Theaterneubau in diesem Bereich verhindern. Die Aufsichtsratschefin des Iga-Parks Karina Jens, der Chef des Großmarkts und des Iga-Parks, Jörg Vogt, sowie Peter Danker-Carstensen, Direktor des Schifffahrts- und Schiffbaumuseums, offerieren den Iga-Park als einen der attraktivsten Punkte unserer Stadt. Wenn das so ist, dann wäre dieses große Areal der beste Standort für die Schaustellermärkte. Endlich würde der Iga-Park rappeldicke voll.

Klaus Armbröster, Rostock

150 000 Besucher zählt die grüne Oase jedes Jahr. Auch für die Scharmler ist sie mit Abstand beliebtestes Ausflugsziel.

Auch die Scharmler seien „stolz auf ihren Park“, sagt Quartiermanager Jörg Overschmidt. Die letzte Bürgerumfrage habe ergeben, dass das Iga-Gelände „mit großem Abstand“ beliebtestes Ausflugsziel im Stadtteil sei. Dass der Park trotzdem manchmal verlassen werde, liege vor allem an der Größe, meint Buhr. „100 Hektar – da fallen auch 5000 Leute nicht groß auf.“

„Den Eintritt zahlen wir gerne“, sagt Gisela Reinecke (63), die mit ihrer Nordic-Walking-Gruppe zweimal die Woche im Laufschrift durch den Park eilt. Ohne Angst, dabei etwa in Hundekot zu treten. „Das ist so gepflegt hier, wunderbar“, bestätigt Beate Krüger (64). Jede Laufrunde endet im Pavillon, der vom ungarischen Nationengarten übrig blieb, bei „Käffchen“ und gemütlichem Plausch.

02 02.05.13

radd“ in Lichtenhagen ist Stein gewordener Ausdruck dieses neuen Zeitgeistes. Als Altanwohner mit ehemals freier Sicht haben jetzt vier „Stadtwillen“ den vollen Überblick auf unser Anwesen. Mit normalen Einfamilienhäusern hätten wir kein Problem, aber zwei Vollgeschosse mit 10,5 Metern Firsthöhe sind eine stadtplanerische Meisterleistung in direkter Nachbarschaft zu normaler Altbauung. Ich frag, war von diesem Bauwerk zu erkennen,

Dem Piepmatz geht es gut

Zu „Sittich Josy: Neuer Käfig nicht mal geschenkt“ (OZ, 23. April):

Unsere Beamten haben wohl Langeweile? Diesem Piepmatz geht es gut, ansonsten würde der Vogel sich selbst sichtbaren Schäden zufügen. Aber man könnte denken, dass es vorrangig um Strafgeder geht. Geld kann jede Gemeinde gebrauchen.

Michael Günther, Rostock

ROSTOCKER BLITZ am SONNTAG

28. April 2013 Nr. 17/24. Jahrgang

Lesung

Rostock/rb. Zu einer Lesung am 30. April um 17 Uhr im Treffpunkt.LESEN, Friedhofsweg 41 in 18057 Rostock, sind alle eingeladen, die eine »Reise um die Welt in Märchen und Sagen Australiens« mitmachen möchten. Der große Urah Känguru peltscht den Boden mit seinem Schwanz, wenn er ein Zeichen geben will und die Erumänner laufen über die Berge. Die Traumzeit mit den Ahnengeistern ist das Zentrum des spirituellen Denkens der Ureinwohner. Wunderwolf erzählt von Inge Dury. Die Veranstaltung ist kostenlos.

Maritimes

Rostock. Die maritime Bibliothek in der August-Sebel-Str. 1 in Rostock umfasst inzwischen über 2.800 Bücher, diverse Dias, Videos und CDs, sowie See- und Landkarten. Es können u.a. Romane, Sachbücher, Fachbücher und Kinderbücher zu maritimen und anderen Themen gelesen und ausgeliehen werden. Die maritime Bibliothek ist von Montag bis Freitag zwischen 10 und 15 Uhr geöffnet. Societät Rostock maritim e.V.

Sich einbringen und mitgestalten

Zahlreiche Ideen von Rostocker/-innen für künftige Gestaltung des IGA-Parks eingegangen



Gelände aus der Vogelperspektive sichtbar machte. Foto: Joachim Kloock

Hinweise doch Realität werden könnten. »Die Einrichtung einer Fläche, auf der interessierte Parkliebhaber eigene »Familienstammbäume« pflanzen können, und die sich so zu einer Art »Rostocker Garten« entwickeln wird, hat uns inspiriert. Möglich, dass wir dies ins Konzept aufnehmen«, sagt Andreas Kotlan von Hager Partner. Neben der Kontaktmöglichkeit im Internet können Anregungen auf normalem Postweg an IGA Rostock 2003 GmbH, Mari-Dorf 40, 18106 Rostock, geschickt werden. Aufsichtsratsvorsitzende, Marina Jens, legt großen Wert auf eine möglichst breite Basis aus Meinungen und Ideen: »Nur wenn wir allen Beteiligten zuhören, wird es gelingen, den IGA-Park zu einem weiterhin akzeptierten und beliebten Ziel für Anwohner und Touristen gleichermaßen zu machen.« Die IGA GmbH wünscht sich, dass alle Interessierten Bürgerinnen auch weiterhin Hinweise und Ideen einreichen, sei es per Homepage oder per Post.

61

Eingegangen am
Eingegangen aus

4. Mai
Groß Klein, 18109 Rostock

Hallo, ich würde mich freuen, wenn es im Park eine Möglichkeit gäbe Inliner auf einer langen Strecke fahren zu können. Die Eintrittspreise sind in Ordnung. 10 Euro für eine Jahreskarte hat doch jeder übrig, wenn der Park gepflegt wird.

62

Eingegangen am
Eingegangen aus

5. Mai
keine Angaben

Sehr geehrte Damen und Herren,
steigende Einwohnerzahlen und zunehmende Touristenzahlen sollten Anlaß sein, die Attraktivität unserer Hansestadt zu erhöhen. Dazu gehört auch ein wirkliches Spaßbad, wie das "Wonnemar" in der Hansestadt Wismar oder "Aquadrom" in Graal-Müritz. Der neugeschaffene Spa -Bereich im A-ja Resort ist doch eher ein

Planschbecken und besonders für die jüngere Generation völlig unattraktiv. Es ist schon immer etwas seltsam wenn man als Warnemünder Bürger besonders in der kalten Jahreszeit die nach einem Bad suchenden Touristen nach Wismar oder Graal-Müritz verweisen muß. Ein Spaßbad im Bereich des IGA Parks würde den Reiz des Parks entscheidend erhöhen und eine neue Attraktion in HRO darstellen. Interessierte Investoren könnten den Baugrund doch auch zu ähnlichen Konditionen wie das A-ja Resort erhalten

63

Eingegangen am 6. Mai
Eingegangen aus Kolumbusring 40a, 18106 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
mit erschrecken habe ich in der Tagespresse gelesen das Sie überlegen den Park für Fahrräder und Hunde freizugeben. Ich selbst habe auch einen Hund und würde gerne mit ihm im Park spazieren gehen aber ich alleine geht nicht und das sollte auch so bleiben. Kinder haben nicht viel Plätze wo sie sich so Frei bewegen können wie in ihren Park. Es gibt auch nicht viele Radfahrer und Hundebesitzer die sich so verhalten würden das sich keiner belästigt fühlt. Meine Vorstellung zum Park sieht anders aus, ein Erholungszentrum in der Stadt ohne Stress und Lärm. Aber es wird nicht viel gemacht um den Park Urlaubern schmackhaft zu machen. Alleine die Wege zum Park, viel zu lang, ohne Auto und dann die Parkplatzgebühren die müssten für Parkbesucher kostenlos sein. Auch die Sauberkeit (Glas) ist nicht ansprechend. Auch das Angebot an Aktivitäten ist nicht gegeben. Es gibt soviel Ratschläge, dass die nicht alle umsetzbar sind ist Logisch. Wir Schmarler, die im Kolumbusring wohnen, sind sicherlich nicht die Personengruppe mit der man den Park am Leben halten könnte aber die Urlauber schon. Danke für das lesen.

64

Eingegangen am 6. Mai
Eingegangen aus Taklerring 28, 18109 Rostock

Hallo liebes IGA-Park-Team

In ganz Rostock gibt es keine Grünfläche mehr, die nicht von Hundekot kontaminiert ist. Gott sei Dank gibt es eine Ausnahme: Der wunderschöne IGA Park. Nicht nur diese Hundefreiheit war uns allen bisher immer eine Jahreskarte wert. Uns ist nicht klar, was die Leitung des IGA Parks sich davon erhofft, Hunden Zugang zu gewähren. Viele Herrchen und Frauchen werden mit ihren Lieblingen kommen und auch Eintritt bezahlen. Diese Mehreinnahmen werden aber mit Sicherheit wieder ausgegeben werden müssen, um die ekelhaften Hinterlassenschaften zu beseitigen. Unsere Familie und Freundeskreis ist insgesamt dagegen, dass Hunde eingelassen werden sollen. Wie wäre es mit:

1. Neben der Stadtmauer von Andernach liegt ein kleines Paradies. Anders als im Märchen vom Schlaraffenland wächst den Bürgern Obst und Gemüse nicht direkt in den Mund - doch wer hier herkommt, darf alles ernten, ohne zu zahlen. wir könnten dieses gute Beispiel auch für unsere schöne Stadt nachahmen.
2. Insektenhotels und andere Naturnahe-Gartenideen aufbauen aber auch z.B. als Bastel-/Bauangebot anbieten.
3. Barfußpfad erweitern und interessanter gestalten
4. mehr für Kinder
5. Heilkräutergarten anlegen

65

Eingegangen am 6. Mai
Eingegangen aus Borwinstr. 15, 18057 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
für die Gestaltung des IGA-Parks möchte ich Ihnen folgende Ideen mitteilen:
Attraktionen für Kinder:

- Wasserspielplatz
- Abenteuerspielplatz
- Streichelzoo

Angebote, die auch im Winter nutzbar sind:

- tropisches Gewächshaus
- Schmetterlingshaus
- Kooperationen mit Schulen/der Universität für die Pflege der Pflanzen (Patenschaften?)
- "Bio-Ecke"
- Anbau von Obst, Gemüse und Kräutern
- Workshops und Kochkurse zur Verwendung dieser Kräuter bzw. Obst- und Gemüsearten
- Verkauf des angebauten Obst, Gemüses und der Kräuter
- Projektarbeit in Kooperation mit Schulen und Kindergärten zum Thema "gesunde Ernährung"
- Café/Restaurant, das Speisen mit diesen angebauten Pflanzen verkauft (mit Sonntagsbrunch)

Ansonsten finde ich es sehr wichtig, dass viele Blumen und Pflanzen angebaut werden um den Charakter des IGA-Parks hervorzuheben.

66

Eingegangen am **7. Mai**
Eingegangen aus **Adam-J.-Krusenstern-Str. 8, 18106 Rostock**

Sehr geehrte Damen und Herren,

vorab möchte ich einiege Vorbemerkungen zum IGA Park machen.

Als ich nach Rostock kam, war die IGA leider schon gelaufen, aber der wunderschöne Park faszinierte mich damals wie heute. Ich finde ihn einzigartig schön mit seinen verschiedenen Zonen vom Naturschutzgebiet über Sport- und Spielmöglichkeiten, den gepflegten Flächen und Pflanzungen. Einfach ein Kleinod, worum die Rostocker von Stadtmenschen in ganz Deutschland und anderswo beneidet werden.

Hier findet jeder Erholungssuchende seinen Platz abseits des Getümmels und der Touristenströme. Und gerade auch für Menschen in großen Plattenbausiedlungen, wie sie ringsum gebaut wurden, ist ein solcher Ort von großer Bedeutung.

Ich selbst wohnte fast 30 Jahre in Berlin und weiß deshlab sehr zu schätzen, wie ruhig und ordentlich hier alles ist, ohne wilde Griller, ohne Müll und ohne unangeleint umherirrende Hunde. Auch schätzen gerade ältere und behinderte Menschen solch eine Ruhe, ohne Angst haben zu müssen, von Fahrradfahrern angefahren oder von tobenden Hunden angesprungen zu werden.

Und hier noch ein riesiges Lob an die wenigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Parkpflege, die sich super engagieren und den Park pflegen und instand halten. Auch das ist etwas Besonderes hie im IGA Park.

Wie sagte doch der Vorsitzende des Zentralverbandes Gartenbau e. V. Deutschland anlässlich der IGA 2003 so treffend: „Der IGA Park Rostock ist der schönste Park, der in der 50-jährigen Geschichte der BUGA und IGA in Deutschland jemals errichtet wurde.“ Recht hat er, da kann ich mich nur anschließen.

Nun zu meinen Vorschlägen:

Aus den Erfahrungen, die es mit solch großen Parks gibt, finde ich, sollte er weiterhin gut beaufsichtigt werden, damit er nicht verwildert, vermüllt oder durch Vandalismus zerstört wird. Wenn Radfahrer zugelassen werden sollten, dann wäre es sinnvoll, eine konkrete Route vorzugeben, damit die Ruhebereiche und die Tierwelt nicht zurückgedrängt werden.

Wenn Hunde zugelassen werden sollen, so bedarf dieses zum Einen geeigneter Kotplätze (Hundetoiletten) und weiterer Hilfsmittel, um die Verschmutzung der Park- Rasen und Spielflächen zu vermeiden. Des Weiteren wäre es sinnvoll, Parkwächter zu beschäftigen, die für die Einhaltung der Parkordnung sorgen. Dies war ja zum Glück bisher nicht nötig, denn durch die Toreinlasse und die Beschränkungen haben sich die Nutzer sehr positiv verhalten und kaum Unrat und Beschädigungen verursacht. Wenn sich aber alle zukünftigen Nutzerinnen hier noch wohlfühlen sollen, dann bedarf es eben einer angepassten Kontrolle, sollten geplante Veränderungen zum Tragen kommen.

Auch möchte ich anregen einmal zu prüfen, ob es für die vorhandenen Pavillons nicht bessere Nutzungsmöglichkeiten gibt. Hier könnte ich mir eine Vermietung an Künstler und Vereine gut vorstellen, was ja auch ein wenig Geld in die Kasse bringen könnte.

Auch finde ich, in den Sommermonaten könnte überlegt werden, ob es auf der Parkbühne neben den wenigen Großveranstaltungen nicht auch Open-Air-Theater und ähnliches geben könnte, wo auch für die Bewirtschaftung des Parks Einkünfte generiert werden.

Ebenfalls wäre es doch schön, wenn als Beispiel solch schöne Veranstaltungen wie die Klassiknacht im Rostocker Zoo, in Form von Benefizkonzerten der Norddeutschen Philharmonie auch hier im IGA Park stattfinden könnten. Das würde das Ansehen und die Beliebtheit des Parks sicher nachhaltig positiv verbessern und dazu auch noch dringend benötigte Finanzmittel beschaffen.

Das waren nur einige Gedanken, die ich angesprochen habe. Im Gespräch mit vielen Besuchern, die ich hier im Park regelmäßig treffe, kamen noch so manche guten Vorschläge, die es zu bewerten gäbe.

Ich denke aber, der IGA-Park wird damit stehen und fallen, wie sich die Politik in Rostock und im Land MV positioniert, ob sie sich zu dem bekennen, was vor dem Bau dazu verkündet wurde, oder ob aus Kostengründen das langsame Sterben auf Raten eingeleitet wird. Ich hoffe jedenfalls, dass diese sich für die Ideen und Intentionen der Erbauer entscheiden und Ja sagen zu diesem einzigartigen Kleinod in Rostock.

Ich jedenfalls werde gern mithelfen bei der Ausgestaltung und dem Erhalt, so gut ich es als EWU-Rentner kann. Das tue ich übrigens bereits seit drei Jahren im Verbund mit dem Freundeskreis Weidendom e. V.

67

Eingegangen am 7. Mai
Eingegangen aus keine Angaben

Resolution

Mit Empörung haben wir die Diskussionen in der Presse über die geplanten Veränderungen im IGA Park verfolgt.

Wir, die Mitglieder der WIRO-Walkinggruppe fordern mit aller Entschiedenheit:

1. Der Zaun um das IGA Gelände muss bleiben, denn sonst sind dem Vandalismus und dem Diebstahl von Blumen und Bänken Tür und Tor geöffnet.
2. Der Vorschlag, im Park frei laufende Hunde zuzulassen, ist schon fast kriminell. Abgesehen davon, dass es zu nicht hinnehmbaren Verschmutzungen kommt, wäre eine absolute Gefährdung gegeben, weil sich im Park häufig Gruppen von Kindergartenkindern aufhalten. Bei

Großveranstaltungen sitzen viele Besucher auf der Rasenfläche, was dann durch Hundekot wohl nicht mehr zumutbar wäre. Zu glauben, die Hundehalter würden die Hintelassenschaften ihrer Hunde beseitigen, widerspricht jeglicher Erfahrung in der Stadt Rostock. Durch die Hunde würden die wild lebenden Tiere im Park erheblich gestört. Hunde haben im Park absolut nichts zu suchen. Im Vorgelände des Parks zwischen Schmarl und Groß Klein ist genug Platz für Hundehalter.

3. Eine Skaterbahn im Park ist nicht notwendig, da Am Dänenberg bereits eine vorhanden ist.
4. Radfahren sollte als Ausnahme der Weg vom Eingang Schmarl-Dorf zum Traditionsschiff gestattet sein. Fußgänger sollten im Park absolute Priorität genießen.

(Es folgt eine Liste mit 43 Unterzeichnern der Resolution)

68

Eingegangen am 10. Mai
Eingegangen aus keine Angaben

Werte Frau Jens und werter Herr Vogt,
 ich hoffe, meine Gedanken und Vorschläge zur IGA-Parknutzung kommen noch rechtzeitig an, um beachtet zu werden. Mein Mann und ich zeigen sehr viel Interesse an der Nutzung des IGA Parks. Wir haben das große Glück, seit 2003 direkt am IGA Park zu wohnen und die dortige Natur zu allen Jahreszeiten beobachten und erleben zu können. Das wünschen wir vielen Besuchern.

Unsere persönlichen Wünsche:

- Fortführung der bisherigen Gestaltung
- das Traditionsschiff als Attraktion an der Kaikante liegen zu lassen
- kein Radfahren zu dulden
- auf keinen Fall Hunde im Park zuzulassen, weder an der Leine noch freilaufend

Es soll ein sauberer Park bleiben und die Besucher sollen weiterhin Ruhe und Erholung finden. Parkeintrittsgeld auch weiterhin erheben, um Vandalismusschäden zu verhindern. Im vergangenen Winter konnte ich mühelos die vom Schnee geräumten Wege bzw. gestreuten Wege passieren. Dafür ein ganz großes Lob.

69

Eingegangen am 10. Mai
Eingegangen aus Mendelejewstr. 13, 18059 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
 wenn dem so ist, dass die IGA Rostock GmbH sich als Betreiber einer Einheit von IGA Park und Schiffbaumuseum versteht, wie es in vergangenen Presseartikeln immer wieder betont wurde, das Traditionsschiff also dort bleiben soll, wo es sich zur Zeit befindet, das vorhergesagte erhöhte Besucherpotenzial des Stadthafens also ausschlägt, wären einige Maßnahmen nach meinem Eindruck bezüglich der Lenkung von angestrebten Besucherströmen zum Schiff hilfreich, wenn nicht angeraten.

1. Eine feste Ausschilderung (Metallguss-Wegweiser) zum Traditionsschiff (s. Skizze) an allen City-Fußweg-Kreuzungen: Neuer Markt, Uni-Platz, Lange Str., Schnickmannstr., Kröpeliner Tor, Doberaner Platz, Hafen-Terrassen, Kabutzenhof-Anleger, Gehlsdorf, Stadthafen, Hbf-Fußgängerebene, Südblick (Linie 2), etc. Begründung: Wenn jemand an einem beliebigen Standort in der Innenstadt entscheidet, er will zum Schiff, dann darf er vom ersten Schiffswegweiser an nicht mehr die Route verlieren. Er muss an jeder Ecke wieder auf diesen gleich aussehenden Wegweiser stoßen, der allerdings in jedem Fall richtig ausgerichtet sein muss.



2. Schnellbus-Linie zum Traditionsschiff: der "Schiff-Bus" (mit Vollwerbung) verkehrt von Fischerbastion (Start) über Hafenterrassen/Kabutzenhof (Haltestelle), Werftstr., Carl-Hopp-Str., Haltepunkt Marienehe (Bedarfshalt), Schmarler Damm zur Endstation Schiff (direkt zum Anleger, nicht Haltepunkt IGA Park), oder
3. RSAG-Netzerweiterung: Straßenbahn von Warnowallee zum Traditionsschiff-Anleger, d. h. mit anderen Worten: vom Hbf zum Traditionsschiff.
4. das Faltblatt IGA Park Rostock: Von I wie Immergrün bis A wie Abenteuer, willkommen im größten schwimmenden Museum Deutschlands würde ich gern grafisch überarbeitet sehen: Auf der Seite "Entdeckungen und Attraktionen auf 5 Decks" fehlen Farbfotos, die Markantes der 5 Decks aufzeigen. Kinderunterhaltung mag ein wichtiger Aspekt sein, die technische Faszination sollte auch "transportiert" werden.

70

Eingegangen am 10. Mai
Eingegangen aus Schmarl

Ich und viele Bekannte sind sehr traurig, wenn der IGA Park für Fahrräder und vor allem für Hunde geöffnet werden soll, was es in anderen Städten auch nicht gibt. Der IGA Park ist die einzige schön Oase in Rostock, wo die Wege frei von Hundekot sind, wo die Kinder auf dem Rasen tummeln können ohne sich mit Hundedreck die Sachen zu beschmutzen. Da die Hundebesitzer nicht mit einer Tüte den Hundedreck entfernen. Die Radfahrer werden Wettfahrten machen und die Spaziergänger müssen zur Seite springen oder werden angefahren.

Warum werden dort keine Schulgärten angelegt, um den Kindern die Natur nahe zu bringen. Es könnten doch auch noch mehr Sportanlagen, Schach, Minigolf, Tennis usw geschaffen werden. Konzerte am Nachmittag könnte es auch mehr geben. Ein kleines Café oder Kiosk mit Tischen und Stühlen für eine kleine Ruhepause mit Kaffee, Kuchen und Eis. Warum wird auf dem Traditionsschiff kein kleiner Imbiss oder Kaffee und Kuchen angeboten?

Aber bitte keine Hunde in den schönen Park. Leinenzwang wird ja leider auch nicht von den Hundehalten eingehalten. Ich denke Rostock hat schon genug zu tun um die Stadt mit Stadtteilen wieder sauber zu halten, was leider nicht geschafft wird. Die Sauberkeit in unserem schönen Rostock könnte auch besser sein. Warum muß nun noch der letzte saubere IGA Park auch noch verdreckt werden?

Den Vorschlag, das Pflanzen von verschiedenen Bäumen und Sträuchern finde ich sehr gut, da ja leider in der Stadt Kahlschlag mit den Bäumen und Sträuchern gemacht wird. Siehe Kröpeliner Tor, Kanonenberg, Wall und in Warnemünde. Wir brauchen die Natur, die Bäume, Sträucher, Rasen und Blumen zum Leben und sollten die Natur schützen und hegen, damit auch die Vögel uns mit ihrem Gesang

erfreuen können und einen Strauch oder Baum finden, wo sie ein Nest bauen können.

Erhalten Sie den IGA Park so schön sauber, wie er jetzt ist, allen Spaziergängern zur Freude.

71

Eingegangen am **10. Mai**
Eingegangen aus **keine Angaben**

Parkentwicklung: Fahrräder und Hunde sollten NICHT auf dem Gelände zugelassen werden, damit der Parkcharakter und die Sauberkeit (Hundesch...) besser erhalten bleiben, und man als Fußgänger ungestört flanieren kann. Das Traditionsschiff sollte an Ort und Stelle bleiben. Die landseitigen Exponate wirken sonst verloren. Eine bessere Anbindung an ÖPNV und Fahrgastschiffahrt ist eine gute Idee. Allgemein sollte für das IGA-Gelände mehr Werbung gemacht werden. Gerade für junge Familien ist es eine, von uns gern genutzte, Oase. Die 10 Euro für die Jahreskarte ist dafür schon fast zu günstig. Eines noch: für die Veranstaltungen am Strand sollte ein DJ engagiert werden, der einfach mal Musik spielt und nicht so viel quasselt.

72

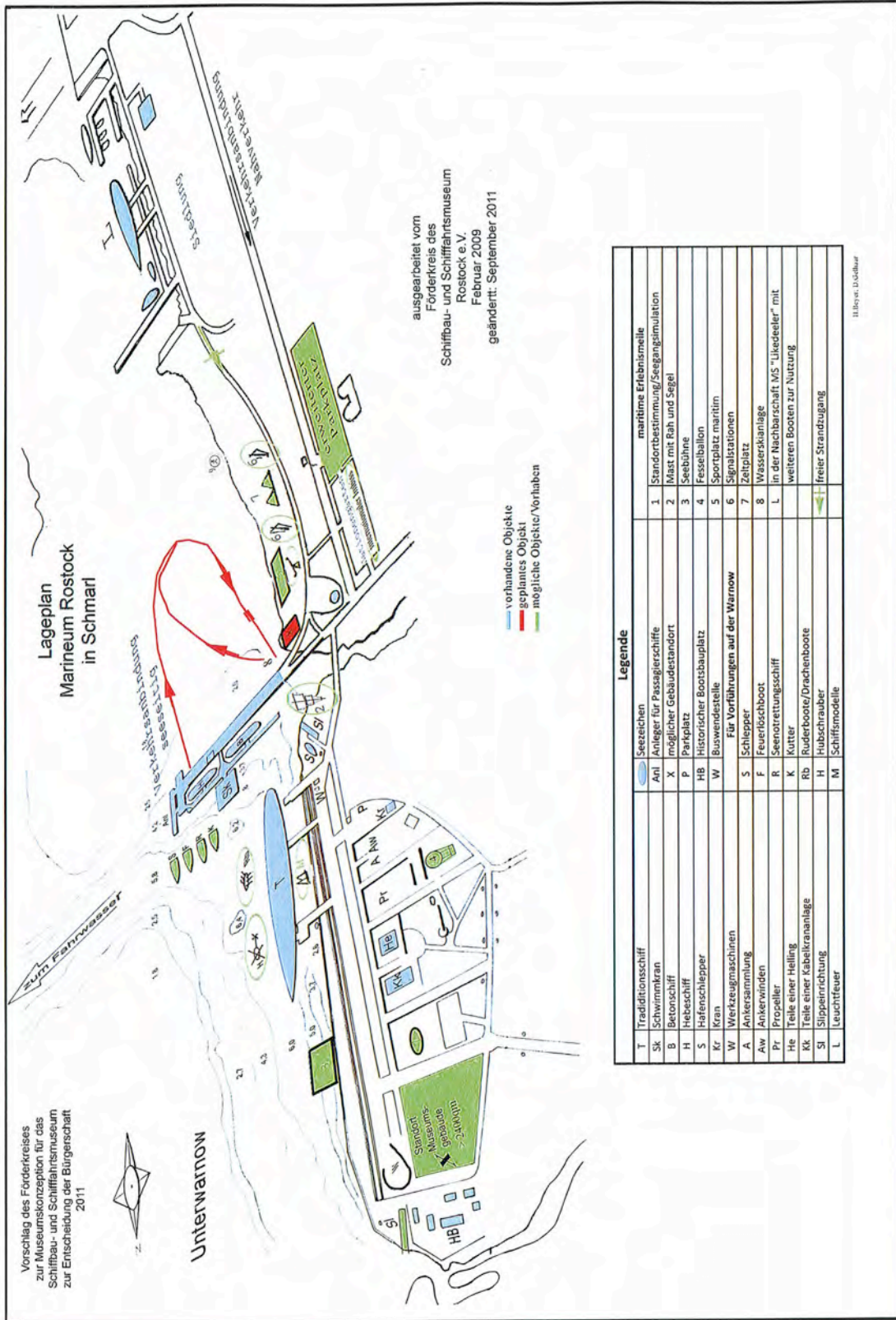
Eingegangen am **10. Mai**
Eingegangen aus **Kolumbusring 13, 18106 Rostock**

Grundsätzlich sind alle Ideen gut, die Besucher in das Gelände locken. Das Argument, das Areal sei zu abgelegen, zieht nicht in unserer mobilen Zeit. Es gilt, mittels geeigneter Maßnahmen, den Weg auf das Gelände aufzuzeigen. Dabei ist der "weite Weg" vom S-Bahnhaltepunkt Lütten-Klein zum Eingang Rotunde nicht attraktiv genug. Das Anlaufen per Schiff gilt es als "Event" zu vermarkten. Gleichzeitig ist es wichtig, auf dem Gelände weitere Angebote - zunächst allgemein kulinarischer Art - zu etablieren.

Das Gelände schätze ich als naturnahen Raum mit vielen schönen und ruhige Plätzen. Auf keinen Fall sollten Hunde zugelassen werden (Verbote müssen aber auch durchgesetzt werden!). Damit will ich nichts gegen Hunde, sondern nur etwas gegen leider viel zu viele Hundehalter sagen. Im Park an der Hundsburg (nebenan) haben die frei laufenden Hunde dazu geführt, dass es kaum noch bodenbrütenden Vögel und Kleinwild gibt. Auch auf Radfahrer kann ich verzichten - es soll ein Park zum Spaziergehen sein und ein Park in dem Kinder sorgen - und gefahrlos umher laufen können.

73**Eingegangen am 11. Mai****Eingegangen aus Hannes-Meyer-Platz 10, 18146 Rostock**

Für die Entwicklung des Strandbereiches des Traditionsschiffes habe ich mit Herrn Hans Beyer eine Skizze mit Vorschlägen angefertigt und gleichzeitig mit dieser Kontakt-eMail an die Kontaktadresse IGA-Park verschickt. Jede "Attraktivität" steht und fällt heute mit dem Parkplatzangebot, deshalb schlage ich den Bau eines Parkdecks über dem Freigelände vor dem Schiff (Anker, Schrauben u.a.) vor. Die Seitenwand zum Schiff kann dann mit Wechselbildern der Küste MV eingerichtet werden, was eine Standortbestimmung vom und des Schiffes ermöglicht. Auf eine Ausgestaltung von Spielplätzen mit Piratencharakter sollte verzichtet werden (Piraten haben immer ungesetzlich gehandelt). Dafür sollten für die Kinder Plätze unter dem Motto "Wir entdecken die Welt" mit Einbeziehung der Nationengärten geschaffen werden.



18.05.09, U. Köhler

74

Eingegangen am 11. Mai
Eingegangen aus Kleiner Warnowdamm 29, 18109 Rostock

Vorschlag für die Wintersaison: eine Freifläche zum Schlittschuh laufen, Rodelberg
 Vorschlag für die Sommersaison: mehr Grillplätze bessere Verteilung der
 Verkaufsstände auf dem Gelände Bimmelbahn zum Erkunden des IGA-Parks mit
 Haltestellen Ganzjährig: Landwirtschaftliche Projekte für Schulklassen (1-4.Klasse),
 um z.B.: die Gärten der Nationen wieder etwas zu beleben.
 Hunde angeleint ja, Fahrräder nein.

75

Eingegangen am 14. Mai
Eingegangen aus Kleiner Warnowdamm 32, 18109 Rostock

Der IGA-Park kann nur an Attraktivität gewinnen, wenn der Park zu einem echten
 Freizeitpark umgestaltet wird. Die Möglichkeiten dafür sind gegeben. Es sollte keine
 Nachahmung anderer Freizeitparks angestrebt werden sondern einige
 Besonderheiten, die dem Standort entsprechen.

Die Hundelobby muss draußen bleiben, um auch damit eine Besonderheit zu
 garantieren. Es reicht schon, dass die Hunde innerstädtische Parks und Straßen mit
 Kot verdrecken. Mit dem Traditionsschiff im IGA-Park wird man keinen Erfolg
 erreichen, ganz gleich wie man es anlegt.

Das Schiff sollte endlich in den Stadthafen verlegt werden, um daneben ein
 Schifffahrtsmuseum zu errichten. Somit könnte im Stadthafen ein maritimes
 Zentrum entstehen, dass die Attraktivität des Stadthafens erhöhen würde. An
 diesem Standort würden auch wesentlich mehr Besucher angelockt werden. Für
 auswärtige Besucher wird der Standort im IGA-Park nicht wirklich attraktiv werden.
 Am Standort des Traditionsschiffes im IGA-Park festzuhalten ist unrealistisch, wie
 die Besucherzahlen eindeutig zeigen.

Deutlich muss man auch sagen, es wurde leider versäumt mit der Planung für die
 IGA 2003 auch an die weitere Entwicklung zu denken. Leider verkommt das damals
 mit viel Erfolg gestaltete Gelände immer mehr, da jegliche Attraktivität fehlt. Ein
 paar Highlights im Jahr werden hier auch nichts ändern.

Unklar bleibt die Auffassung des Ortsbeirates in Schmarl, dass das Traditionsschiff
 unbedingt im IGA-Park verbleiben soll. Um als Kulisse zu dienen ist dieses
 Museumsstück doch wohl zu wertvoll. Der Ortsbeirat sollte doch einmal
 untersuchen, wie viele Besucher des Schiffes jährlich aus Schmarl kommen.

Ich erwarte, dass neben einem ansprechendem Theaterkonzept auch ein ordentliches
 Museumskonzept für Rostock erstellt wird. Im Moment ist außer dem Dauerstreit
 zwischen Bürgerschaft und Oberbürgermeister keine Linie zu erkennen.

76

Eingegangen am 18. Mai
Eingegangen aus Ostseeallee 10, 18107 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
 wir, die Einwohner der näheren Umgebung, haben große Interesse an der Entwicklung von IGA- Park. Damit der IGA-Park noch attraktiver wird haben wir folgende Vorschläge:

1. Da IGA- Park von Eltern mit Kinder sehr beliebt ist, folgende Vorschläge:
 - a) Kinderlabyrinth mit Rutsche,
 - b) Streichelzoo,
 - c) Wasserwelt ,Hüpfburgen für Kinder, Sommertheater für Kinder (Märchenaufführungen, Puppentheater
2. Sportaktivitäten: im Sommer Öffnungszeiten zu verlängern und Tennisplätze mit Licht gegen Gebühr einzurichten
3. Um IGA- Park für Touristen atraktiv zu machen:
 - a) leerstehende Gebäude für die Blümenausstellungen, Schmetterlingshaus, kleine Kunstaussstellungen anzubieten.

AUF KEINEN FALL!!!! :Offnung des Parks für Hunde und Fahrräder. Für Familien mit Kindern ist es ein besonders beliebter Ort, weil auf dem gesamten Gelände kein Straßenverkehr statt findet und die Eltern nicht ständig in Sorge sein müssen, ihre Kinder im Hundekot wieder zu finden oder Angst haben zu müssen, von fremden Hunden angegriffen zu werden. Wir hoffen auf eure Unterstützung.

77

Eingegangen am 24. Mai
Eingegangen aus Wiesenweg 16, 18211 Admannshagen-Bollmannshagen

Sehr geehrte Herr Kotlan,
 Atrium-TV berichtet seit vergangenem Jahr auch über die maritimen Dinge in der Hanse- und Hafenstadt Rostock. Das Video "Schrottmeile Rostock" vom 23.05.2013 zeigt die gesamten Museumsgüter der Stadt auf der Warnow und ihren Verfall bzw. deren aktuellen Zustand nach der Sanierung. Das Video ist unter dem folgenden Link bzw. Namen im Internet zu sehen:

http://www.mmv-mediathek.de/sendungen/rok-tv/8783-schrottmeile_rostock.html

Schrottmeile Rostock Der Inhalt der Präsentation spricht für sich. Hier wird einmal mehr das schlechte Image der Stadt in der maritimen Szene verdeutlicht. Ich denke,

dass das Rostocker Stadtbild sich unbedingt ändern muss. Eine maritime Schrottmeile Rostock darf nicht sein. Das muss sich ändern.

Der Schwimmkran "Langer Heinrich" ist dabei ein positives Beispiel. Er ist restauriert worden, weil sonst der Unterteil mit der Maschinenanlage abgetrennt werden müssen und der Oberteil mit den Aufbauten an Land zur Freilichtausstellung des Rostocker Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums gekommen wäre. Das ist für ein Schwimmkran aber unverständlich und würde an Land nicht mehr richtig wahrgenommen werden.

Ich denke, dass es auch für Sie interessant ist, sich diesen Beitrag anzusehen. Schrottmeile Rostock darf nicht sein, finde ich. Es muss eine maritime Erlebnismeile her. Das Museumsgebäude für das maritime Museum der Hansestadt Rostock sollte aber schon groß sein, um alle maritimen Exponate präsentieren zu können. Im Beitrag wurde erzählt, dass nur ein kleines Gebäude entstehen soll, dass wäre nicht so gut.

78

Eingegangen am 26. Mai
Eingegangen aus Wiesenweg 16, 18211 Admannshagen-
Bollmannshagen

Sehr geehrter Herr Kotlan,
 ein regulärer Schiffsverkehr mit Barkassen wäre wirklich ideal, weil diese den Touristen, Urlauber, Kurgästen und Einheimischen einen perfekten Eindruck über die See- und Hafenstadt Rostock auf dem Weg vom Rostocker Stadthafen oder dem Ostseebad Warnemünde zum IGA Park bieten. Da diese kleinen motorisierten Schiffe schnell fahren und nicht als ÖPNV-Verkehr fungieren würden, wäre ein Parallelverkehr zu den Fahrgastschiffen auf der Warnow zwischen dem Ostseebad Warnemünde und dem Rostocker Stadthafen kein Problem. Die Straßen- und S-Bahnen in Rostock hätten keine Konkurrenz auf der Warnow. Die Fahrgastschiffe würden nur ein zusätzliches Angebot fahren und Hafenrundfahrten anbieten. Fahrräder, Kinderwagen und Rollstühle sollte man mitnehmen können und die Fahrausweise flexibel sein.

Also man sollte auswählen können, ob man von den drei Abfahrtsstellen Warnemünde, IGA Park und Rostocker Stadthafen eine Fahrt, eine Hin- und Rückfahrt oder andere Kombinationen als Einzelperson oder zwei Personen, Familie usw. machen möchte und nur den dafür vorgesehenen Fahrpreis inklusive IGA Park mit dem Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum oder nicht bezahlt. Von Mai bis September könnte alle 15 Minuten, in den Monaten Oktober, November, März und April alle 30 Minuten und in den Monaten Dezember, Januar und Februar alle 60 Minuten während den regulären Öffnungszeiten des IGA Parks und Schiffbau- und Schifffahrtsmuseums gefahren werden.

Dazu würden schätzungsweise 8 Barkassen benötigt werden. Aber für die Besucher der Hansestadt Rostock wäre es so eine tolle Sache.

Als gutes Beispiel ist der Barkassenverkehr zwischen dem Alten Strom im Ostseebad Warnemünde und der Yachthafenresidenz Hohe Düne zu nennen. Dort verkehrt eine der Form der Barkassen in Hamburg ähnliche Barkasse namens "Sylvia".

Allerdings ist sie nur in der Sommersaison im Einsatz. Außerhalb der Verkehrszeit müssen die Besucher der Yachthafenresidenz die Autofähre zwischen Warnemünde und Hohe Düne nutzen.

79

Eingegangen am 4. Juni

Eingegangen aus Albrecht-Tischbein-Str. 48, 18109 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren, wir arbeiten im Seminar für die Freiwilligendienstler des IB nun bereits seit einem Durchgang (=1 Jahr) mit dem IGA Park sehr gut zusammen. So ist es nicht nur der Seminarraum, den wir nutzen, sondern auch die Möglichkeit, die Seminare mit Angeboten aus dem Umweltbildungsprojekt aktiv aufzuwerten. Bspw. waren wir zur Einstimmung auf die Woche "Leben mit Unterschieden" barfuß im Park unterwegs. Eine tolle Erfahrung, v.a., weil die Flächen in Stand gehalten und dafür gesorgt wird, dass kein Müll auf dem Pfad liegt. Weiterhin nutzen wir den Park gern gemeinsam mit unseren Seminarpartnern für Projektstage. Z.B. haben wir, gemeinsam mit einer Erlebnispädagogin, mittels Gruppendynamischer Übungen im Oktober einen festen Gruppenzusammenhalt erhalten und sind im Mai-Seminar mit dem Verband für Behinderten- und Rehasport M-V mit Rollstühlen im Park unterwegs gewesen. Gerade die Rollstuhlsportler waren sehr begeistert von den tollen Wegen und Möglichkeiten, die der Park, z.B. in Form der Schiffsarena, für sportliche Aktivitäten, bietet. Wir wollen die Freiräume im Park gern weiterhin so unkompliziert und verlässlich nutzen können. Uns ist es auch wichtig, dass die Grundlagen der Bildung für nachhaltige Entwicklung vertreten werden und neben der Wirtschaftlichkeit des Parkes, auch Wert auf Sozialgerechtigkeit, sowie Umweltverträglichkeit.

80

Eingegangen am 7. Juni

Eingegangen aus Bertolt Brecht -Str. 8, 18106 Rostock

Wir besuchen gernimmer wieder den Park. Aber dennoch eine vielleicht ungewöhnliche Frage.. Gibt es Ueberlegungen eien Teil des Strand es oder irgendeinen Bereich imPark fuer Besucherfreizugeben, die gerade in dieser Jahreszeit lieber textilfrei baden wuerden... Ich koennte wetten,dass sich die Besucherzahlen erheblich erhoehen wuerden. Ich wuerdesogar seit langem wieder eine Jahreskarte

kaufen. Wenn vielleicht nicht am Strand, so waere ev. eine der Wiesen dafuer nutzbar...

81

Eingegangen am 25. Juni
Eingegangen aus Segelmacherweg 20, 18109 Rostock

Der IGA-Park tut gut! Gerade weil keine Hunde und Fahrräder zugelassen sind!! Man muss nicht ständig schauen wohin man tritt. In letzter Zeit sind allerdings vermehrt Fahrradfahrer zu beobachten! Muss das denn sein? Schließlich ist der Park doch wirklich nicht groß. Ich fände es ganz toll, wenn es möglich wäre, den Lärm von der Straße durch Bäume oder andere landschaftsplanerische Eingriffe einzugrenzen. Gerade an der Straße sind sehr wenig Bäume gesetzt, so dass der Strassenlärm sehr weit zu hören ist. Ansonsten sollte der Park meiner Meinung nach vorrangig als Erholungsbereich erhalten bleiben.

82

Eingegangen am 26. Juni
Eingegangen aus Groß Klein, Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren

wir sind seit Jahren Dauerkartenehaber im wunderbaren IGA Park und wir sind es gerne. Dank der... guten Anbindung nutzen auch unsere Kinder und Enkelkinder den Park häufig. Mit wie viel Geschick und Liebe die Pflanzungen gepflegt werden und auch der Natur Raum gelassen wurde, ist immer wieder erfreulich! Es ist schön zu sehen, wie Kinder über die Rasenflächen tollen können und Erwachsene darauf picknicken, ohne Gefahr zu laufen, sich mit Hundekot zu beschmieren. Auch erstaunt uns der niedrige Eintrittspreis. Damit kann man sicher nicht viele Kosten decken.

Das Traditionsschiff kennen und besuchen wir schon seit DDR-Zeiten, gehen gern in die Ausstellungen oder zu Vorträgen,

die Exkursionen und die Vorträge im Mecklenburger Hallenhaus schätzen wir sehr.

Sehr gelungen sind auch die Festveranstaltungen zur Kirsch- und Rosenblüte, zur Apfelernte und die Lichtklangnacht. Im letzten Jahr überredete uns einer unserer Enkel, den Barfußpfad mit ihm zu gehen. Seine Klasse hatte zuvor eine Bildungsveranstaltung im Grünen Klassenzimmer des Parks besucht und nun gab er sein Wissen an uns weiter.

Was wünschen wir uns für den zukünftigen Park?

- weiterhin keine Hunde im Park
- Zaun und ein Eintrittspreis sollten bleiben, er hält Vandalen fern (und Hunde)
- eine kleine Gastronomie im Park und auf dem Schiff
- vielleicht ein Kleinkunstfestival

Als uns neulich eine Briefmarke vom Darwineum in die Hände fiel, überlegten wir, ob es auch bereits Briefmarken mit dem IGA Park als Motiv gibt ...

83

Eingegangen am 28. Juni
Eingegangen aus Schmarl, 18106 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
 wie Ihrer Internetpräsenz zu entnehmen ist, können auch weiterhin Vorschläge für die Entwicklung des Parks eingereicht werden. Diese möchte ich heute nutzen. Ich selbst bin regelmäßige Nutzerin des Parks (jeden Tag oder jeden 2. Tag), da ich hier gerne mit meinen Zwillingen spazieren fahre. Dabei sind mir ein paar Dinge aufgefallen: 1. Ein- und Ausgänge Da es nur 3 Ein- und Ausgänge gibt, "landet" man automatisch immer wieder auf den gleichen Wegen und es schränkt die Benutzung des Parks ein. Es wäre schön, wenn es wenigstens noch weitere kinderwagen- und behindertengerechte Ausgänge gäbe. 2. Hunde im Park Ich gehe besonders gerne in den IGA-Park, da es hier keine Hunde gibt. Dies bedeutet, dass es keinen Hundekot gibt und viel wichtiger: keine Hunde können meine Kleinen angreifen! Auch wenn meine Kinder älter sind, möchte ich gerne Spielplätze ohne Hundedreck und -gefahr haben. 3. Kassen An manchen Wochentagen habe ich das Gefühl, dass mehr Beschäftigte als Besucher im Park sind. Da stellt sich mir die Frage, ob dies wirtschaftlich rentabel ist und ob der Park ohne Eintrittsgeld nicht evtl. stärker frequentiert würde. (Die Höhe des Eintrittsgeldes finde ich persönlich angemessen, doch gibt es Menschen, die das Eintrittszahlen "abschreckt".) 4. Nutzung als Hochzeitsort Wurden bereits Hochzeiten auf dem Gelände des IGA-Parks durchgeführt? Gerade der ökumenische Weidendom ist für eine kirchliche Trauung im Sommer eine traumhafte Kulisse. Auch die Möglichkeit eine standesamtliche Trauung im Park durchzuführen, ist meines Erachtens nicht ohne Reiz. Könnten die vorhandenen Pavillone dann nicht als "Schlecht-Wetter-Variante" dienen? 5. Aufstellen von Getränkeautomaten Außer bei Veranstaltungen gibt es im Park keine Möglichkeit ein Getränk zu erwerben. Ähnlich der DB-Automaten könnte dies geregelt werden.

84

Eingegangen am 03. August
Eingegangen aus Am Dorfteich 15G, 18059 Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,
 da ich fest davon ausgehe, dass das Traditionsschiff in den Stadthafen verholt wird, stellt sich die Frage, wie der IGA-Park weiter an Attraktion gewinnen kann. Als erstes schlage ich vor, den sperrigen Namen "IGA" zu entfernen. Die IGA steht rückblickend betrachtet auch für die Finanzmisere der Hansestadt Rostock. Ausserdem können die wenigsten Urlauber mit diesem Begriff etwas anfangen. IGA, BUGA, DIGA Ziemlich verwirrend diese ganzen Gartenausstellungsbezeichnungen. Warum nicht einfach "Stadtpark". Desweiteren,

und das ist die eigentliche Kernidee, würde ich einen Teil des Parks als Campingplatz umnutzen. Jeden morgen auf dem Weg zur Arbeit, fallen mir die Wohnmobile im Rostocker Stadthafen auf. Natürlich ist das für die Wohnmobilurlauber schön, aber in anderen südlichen Ländern wäre das undenkbar. Allein weil die Parkplätze in südlichen Ländern "höhenbegrenzt" sind. Warum nicht im IGA-Park einen Wohnmobil- und Campingplatz errichten. Blick auf das Wasser und den Hafen, Strand, Natur, zentral in der Mitte von Rostock und Warnemünde verkehrsgünstig gelegen. Falls Sie diesbezüglich an weiteren Gedanken interessiert sein sollten und Sie wissen möchten, wo ein ähnliches Konzept umgesetzt wurde wäre es schön, wenn Sie mir eine Antwort zukommen lassen würden. Danke.

85

Eingegangen am 06. August

Eingegangen aus Johann-Christian-Wilken-Str. 4, 18059 Rostock

Der IGA Park sollte nach meiner Ansicht nach folgendem Motto gestaltet werden: Wo Kinder Spaß haben, fühlen sich auch die Eltern wohl. Kinder fahren auf einem Schiff, das mit Fußbewegung betrieben wird und auf einer Schiene durch den Park führt. (Festgelegte Zwischenstationen zum Aussteigen und Einsteigen schaffen.) Errichtung einer Helikopterbahn, die durch einen bestimmten Bereich im Park führt. Schaffung einer seemännisch gestalteten Achterbahn für Kinder und Erwachsene. Großangelegte Klettergerüste mit einer Seilburg. Am richtigen Ort ein Kleinkinderkarussell. Eine größere Spielfläche wo man Indianer oder Pirat spielen kann. Schaffung einer Möglichkeit damit Behinderte durch den Park gefahren werden können, oder im Rollstuhl den einen oder anderen Anlaufpunkt anfahren können.

86

Eingegangen am 12. August

Eingegangen aus keine Angaben

Sehr geehrte Damen und Herren, ich hab schon oft gedacht, dass der IGA-Park ein schönes Gelände für eine weitere Disc-Golfanlage ist, wie es sie bereits im Barnstorfer Wald gibt. Der IGA-Park ist viel weitläufiger, sodass interessantere Bahnen entworfen werden können. Im Volkspark Potsdam wurde das sehr gut umgesetzt. Der IGA-Park würde so meiner Meinung nach stark an Attraktivität gerade für die junge Generation wie Studenten gewinnen. Vielleicht ist es ja umsetzbar, sicherlich wären auch alle bereit, für eine gepflegte Anlage einen kleinen Beitrag zu zahlen.

87

Eingegangen am 22. August
Eingegangen aus Heinrich-Vogeler-Weg 21, 18059 Rostock

Zur zukünftigen Gestaltung des Iga-Parks möchte ich den folgenden Vorschlag einbringen. Das Traditionsschiff gehört in den Stadthafen um einen Zuschussfreien Betrieb zu ermöglichen. Der Park selbst sollte nach dem Vorbild von Klein Welka ein Skulpturenpark mit maritimen Charakter werden. Ein Lehrpfad vom kleinen Schweinswal bis zum Blauwal in Originalgröße nachgebaut mit entsprechenden Informationstafeln dürften den Park für Familien und Gruppen auch ohne die "Dresden" zu einem Anziehungspunkt werden lassen, der sich finanziell selbst trägt.

88

Eingegangen am 22. August
Eingegangen aus 18109 Rostock

Iga Park ist hervorragender Standort für Schiffahrtsmuseum - Tradition und vis a vis heutige Schifffahrt ist lebendige "Geschichte". Das Schiff wäre nie im kleinen Stadthafen und passt in der Größe auch nicht dahin. Einbeziehung in das Angebot der Stadtführung, Werbung im Stadtmarketing, Anbindung auch an Hafenerundfahrten/Schiffahrtsanbindung vom Stadthafen und Warnemünde. Zusammen mit einem Erlebnispark ist Ideal und bietet auch für die Zukunft ausreichend Platz für Erweiterungen!

89

Eingegangen am 22. August
Eingegangen aus Sternberger Str. 11, 18109 Rostock

Liebe IGA Park Betreiber,
 der Park ist ein Kleinod, insbesondere wenn man den vorherigen (Nicht)Zustand des gesamten Areals noch in Erinnerung hat. Er sollte im bisherigen Rahmen mit kleinen und kostengünstigen Erweiterungen ausgebaut werden, die im bisherigen Rahmen eingebettet sind. Ideal Trimm-Dich Pfad, Barfußwege, Strandkörbe an der Warnow etc. Absolute wichtig & Highlight: - eine der ganz wenigen Stellen in der Stadt wo keine Hundehinterlassenschaften auf den Wegen & Wiesen sind (gibts sonst nirgends in Rostock) - fast Fahrradfreie Zone Das im Park integrierte und dort schon immer liegende Traditionsschiff sollte besser vermarktet werden. Wünschenswert wäre noch, das etwas mehr in den Unterhalt investiert wird und z.B. defekte Holzschwellen oder auch im Bereich der Nationengärten wieder Ausbesserungen & Neuanlagen mgl sind, derzeit sieht man leider oft, dass das Geld wohl doch etwas ist. Für Anwohner Gold wert, die Jahreskarte. Kurz & Gut: Weitermachen mit

leichten AUsbaumassnahmen. Sollte sich in der gut geführten Hansestadt doch mal jemand über angeblich zu hohe Kosten des Parkes monieren, kann das eigentlich nur ein humorvolles Scheinargument sein. Das Geld ist gut angelegt und man kann es täglich "wachsen" sehen. Fazit: Danke für die gute Arbeit & Weiter so, Budget im Haushalt bis 2100 einstellen und etwas besser vermarkten. Für einen Mecklenburger ungewöhnlich, mal nichts zu meckern.

90

Eingegangen am 22. August

Eingegangen aus Streuwiesenweg 62, 18119 Rostock

Traditionsschiff, Schiffahrtsmuseum und alle maritimen Ausstellungsstücke in den Stadthafen Schaffung einer Skaterbahn, eines Wasserskibereiches ausserhalb des Badestrandes, einer Fahrradcrossstrecke und eines großen Jugend-Diskoklubs. Anlegestelle Fahrgastschiffe und Sportboote sowie Landfläche für Wasserflugzeuge. Erschließung für ÖPNR und Radfernwege. Anbauflächen für mehrere Schulen im Nw/HRO als Obst- und Gemüsegarten zur Verbesserung des Schulessens (Frische Vitamine aus eigener Ernte) pro Schule einen grossen Garten mit Geräteschuppen und Wetterschutz die untereinander in Wettbewerb treten sollten.

91

Eingegangen am 22. August

Eingegangen aus Baggermeisterring 5a, 18109 Rostock

Ich würde es begrüßen wenn künftig auch Hundebesitzer in den IGA-Park dürften. Es müsste doch möglich sein am Eingang Kottüten abzugeben, auch gegen ein Entgelt und dann die Hunde anzuleihen und durch den Park zu laufen, wir in Groß-Klein würden auch mehr Eintritt bezahlen, wenn wir mit unserem Hund reindürften. Ich bitte sie diesen Aspekt in Ihren Überlegungen mit einfließen zu lassen. Die Raucher mit ihren Zigarettenkippen machen mehr Schmutz, als ein Hund mit Halter und Tüte!

92

Eingegangen am 22. August

Eingegangen aus keine Angaben

Hallo, das wichtigste ist, dass der IGA Park weiterhin Hundefrei bleibt. Wir können unsere Kinder ohne Bedenken frei laufen können. Vielen Dank.

93**Eingegangen am 22. August****Eingegangen aus Graf-Stauffenberg-Str. 20, 18147 Rostock**

Hallo,

heute soll der letzte Tag sein, wo noch Vorschläge gemacht werden können für den IGA-Park:

folgendes würde ich dazu beitragen wollen:

1. Umzäunung sollte unbedingt erhalten werden, da diese sicherstellt, dass Vandalismus eingeschränkt wird.
2. 1 Euro pro Gast sollte auch behalten werden, ist eine finanzielle Unterstützung für den Park.
3. Warum nicht einmal im Jahr eine Gartenmesse auf dem IGA-Gelände durchführen (kleine Gartenausstellung)?
4. Karls Erlebnishof macht es vor - einen stillen Vergnügungspark aufzubauen - Parks mit lauten Fahrgeschäften gibt es genug.
5. Bootsverleih, Wasserskianlage
6. Wie im HH-Park-einrichten von Wasserspielen-die als Event in den Sommermonaten abgespielt werden können, im Zusammenwirken mit Licht.
7. Anbindung an die weiße Flotte Mann sollte den park verstärkt wieder als Garten Ausstellung nutzen, dafür ist er ausgelegt und muss in Teilbereichen ja nur wieder belebt werden - auch die Nationengärten.

Köln, Potsdam 26.6.2013

Besucherprognose Schiffsgarten Rostock

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

Bearbeitung: Christoph Schrahe, André Rosinski (Projektmanagement)

Benkertstraße 13

14467 Potsdam

Tel.: 0331 – 2008342

rosinski@ift-consulting.de

www.ift-consulting.de

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	2
1. Kernergebnisse	3
2. Marktpotenzial	4
3. Besuchsprognose	6
3.1 Methodik	6
3.2 Besucherpotenzial für den Schiffsgarten Rostock	8
3.2.1 Alleinstellung	9
3.2.2 Bedeutung der Einrichtung am Standort	9
3.2.3 Architektur	11
3.2.4 Standortqualität	12
3.2.5 Attraktivität der Einrichtung	13
3.2.6 Zusammenfassende Bewertung	15
3.3 Überlegungen zur Besucherstruktur	16
4. Plausibilitätsprüfungen	19
4.1 Prüfung auf Basis von Referenzanlagen	19
4.1.1 Deutsches Schiffahrtsmuseum, Bremerhaven	19
4.1.2 Internationales Maritimes Museum, Hamburg	21
4.1.3 Deutsches Marinemuseum, Wilhelmshaven	22
4.1.4 Fazit	24
5. Grundlagen für die Erstellung einer Besucherprognose	25
5.1 Museumsbesuche in Deutschland	25
5.1.1 Aktivitätsquotienten	25
5.1.2 Durchschnittliches Besucherpotenzial	26
5.1.3 Distanzüberwindungsbereitschaft	28
6. Anhang	34

▶ 1. Kernergebnisse

Besucherprognose

Grundlage der Besuchsprognose ist eine Abschätzung der zu erwartenden Frequenzen im „Schiffsgarten Rostock“ (eintrittspflichtiges Areal mit Schiffsmuseum) am Standort Rostock, bei der wir neben Erfahrungswerten zusätzliche empirisch ermittelte Grundlagen in die Berechnungen einbeziehen, um so die Aussagekraft der Ergebnisse abzusichern.

Die dargestellte Prognose der potenziellen Besuche im neuen „Schiffsgarten“ basiert auf verschiedenen Annahmen hinsichtlich der Qualität des Standortes und der Attraktivität der Einrichtung. Determinanten für die zu erwartende Besucherzahl eines Museums sind:

- ▶ die Merkmale des Einzugsgebiets (Bevölkerung, Kaufkraft, Tourismusintensität),
- ▶ die Standortqualität,
- ▶ die Attraktivität der Einrichtung selbst (erwartete Anmutung, Qualität der Präsentation – dazu gibt es Hinweise über die beabsichtigte Höhe der Investitionen sowie die Kenntnis der Planungen),
- ▶ die Bedeutung im Gefüge der Besucherattraktionen am Standort und
- ▶ die Architektur.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Kriterien ist auf Basis unseres Berechnungsansatzes mit einer Besuchszahl von jährlich rund 55.000 Besuchen in einem durchschnittlichen Betriebsjahr zu rechnen. Neben dieser aus ift Sicht realistischen Prognose, ergibt ein offensives Szenario eine Besuchszahl von bis zu 75.000 Besuchen in einem Betriebsjahr. Die Annahmen für das offensive Szenario: Überdurchschnittliche Attraktionswirkung des Schiffsgarten Rostock auf die Besucher, überdurchschnittlich hohe Quote von Wiederholungsbesuchern (u.a. hohe Attraktivität von Veranstaltungen), professionelle Betriebsführung und erfolgreiches Marketing (u.a. Einhaltung von notwendigen Marketingetats, umfassende Unterstützung von Kooperationspartnern aus der Region), günstige Wettersituation.

Besucherstruktur

Ausgehend von den prognostizierten 55.000 Gesamtbesuchern im Schiffsgarten Rostock und den dargestellten Anteilen ergibt sich folgende Besucherstruktur. Die Abschöpfung wurde ermittelt, indem die Besuchszahlen den Volumina der jeweiligen Marktsegmente gegenübergestellt wurden.

- ▶ Einwohner Standort: 28,3 Prozent / 15.584 Besuche
- ▶ Übernachtungsgäste Standort: 32,7 Prozent / 17.974 Besuche
- ▶ Sonstige Wohnortstarter: 29,2 Prozent / 16.061 Besucher
- ▶ Sonstige Urlaubsstarter: 9,8 Prozent / 5.381 Besuche

Plausibilitätsüberprüfung

Durch den Vergleich mit den Referenzanlagen (Deutsches Schiffahrtsmuseum, Bremerhaven, Internationales Maritimes Museum, Hamburg, Deutsches Marinemuseum, Wilhelmshaven) bewerten wir die prognostizierten rund 55.000 Besucher für den Schiffsgarten Rostock als plausibel.

▶ 2. Marktpotenzial

Für das Marktgebiet wurden folgende Kennziffern ermittelt.

Tabelle 1: Einwohner im Einzugsgebiet

Zone	Einzugsgebietsradien		Isochronen der Fahrzeit	
	Radius ¹	Einwohner	Fahrzeit	Einwohner
Zone 1	0-25 km	277.822	0-30 Min.	315.504
Zone 2	26-50 km	152.731	31-45 Min.	152.865
Zone 3	51-75 km	189.305	46-60 Min.	164.671
Zone 4	76-100 km	409.695	61-90 Min.	772.325
Summe		1.029.553		1.405.365

Eigene Darstellung ift GmbH 2013 auf Basis von Einwohnerdaten der GfK.

Von den Einwohnern in der Zone 1 entfallen 204.260 auf die Stadt Rostock. Zu den größeren Städten in der Zone bis 45 Minuten Fahrzeit zählen Wismar und Güstrow. In der Zone bis 60 Minuten liegen keine weiteren größeren Städte, Schwerin, Stralsund und Greifswald liegen jeweils etwas außerhalb der 60 Minuten-Isochrone im Bereich bis 90 Minuten Fahrzeit. In diesem Bereich liegt auch die Hansestadt Lübeck.

Potenzielle Besucher stellen auch die in Rostock und an der mecklenburgischen Ostseeküste verweilenden Urlauber dar. Die folgende Tabelle stellt Kennziffern zum Potenzial der vom Urlaubsort startenden Besucher dar.

Tabelle 2: Übernachtungen in meldepflichtigen Betrieben

Zone	Einzugsgebietsradien	
	Radius	Übernachtungen
Zone 1	0-25 km	5.000.000
Zone 2	26-50 km	3.500.000
Zone 3	51-75 km	7.000.000
Zone 4	76-100 km	10.500.000
Summe		26.000.000

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

¹ Es handelt sich um die Fahrtstrecke, nicht um die Luftlinie. Die effektive Fahrtstrecke beträgt ca. 130% der Luftlinienentfernung.

In der Zone 1 liegen u.a. Rostock und Warnemünde mit zusammen 1,7 Mio. amtlich registrierten Übernachtungen in 2013². Darüber hinaus Nienhagen (79.857 Übernachtungen), Lambrechtshagen (26.137), Graal-Müritz (807.662), Börgerende-Rethwisch (139.665) und Bad Doberan (139.219) sowie weitere kleine Orte. Insgesamt bedeutet dies rund 2,95 Mio. amtlich registrierte Übernachtungen. Auf jede amtlich registrierte Übernachtung entfallen in Mecklenburg-Vorpommern außerdem³:

- ▶ 0,16 Übernachtungen in Privatquartieren
- ▶ 0,15 Übernachtungen durch nicht registrierte Touristikcamper
- ▶ 0,07 Übernachtungen durch Wohnmobilisten außerhalb von Campingplätzen
- ▶ 0,08 Übernachtungen in selbst genutzten Freizeitwohnsitzen
- ▶ 0,25 Übernachtungen durch Freunde und Verwandte

In Summe ergibt dies 0,7 zusätzliche Übernachtungen pro amtlich registrierter Übernachtung, für die Zone 1 demzufolge 2,07 Mio., zusätzliche Übernachtungen. Insgesamt kann für die Zone 1 daher von rund 5,0 Mio. Übernachtungen ausgegangen werden.

Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet bis 100 km Fahrtstreckenradius mit 26 Mio. Übernachtungen rund 55% der gesamten Übernachtungen in Mecklenburg-Vorpommern einschließlich der zuvor genannten, nicht amtlich registrierten Segmente. Rügen, Usedom die Müritz und Ostmecklenburg liegen außerhalb des Einzugsgebiets.

² Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Statistische Berichte, „Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern, Dezember 2012, Jahr 2012“, Schwerin, 2013

³ Quellen: Eigene Berechnungen auf Basis Tourismusbarometer der OSGV, Campingstudie des BMWI 2010, DTV-Campingstudie 2004.

▶ 3. Besuchsprognose

Grundlage der Besuchsprognose ist eine von Grund auf gerechnete Abschätzung der zu erwartenden Frequenzen in einem neuen Schifffahrtsmuseum am Standort Rostock, bei der wir neben Erfahrungswerten zusätzliche empirisch ermittelte Grundlagen in die Berechnungen einbeziehen, um so die Aussagekraft der Ergebnisse abzusichern.

3.1 Methodik

Die dargestellte Prognose der potenziellen Besuche im neuen Schifffahrtsmuseum basiert auf verschiedenen Annahmen hinsichtlich der Qualität des Standortes und der Attraktivität der Einrichtung.

Determinanten für die zu erwartende Besucherzahl eines Museums sind:

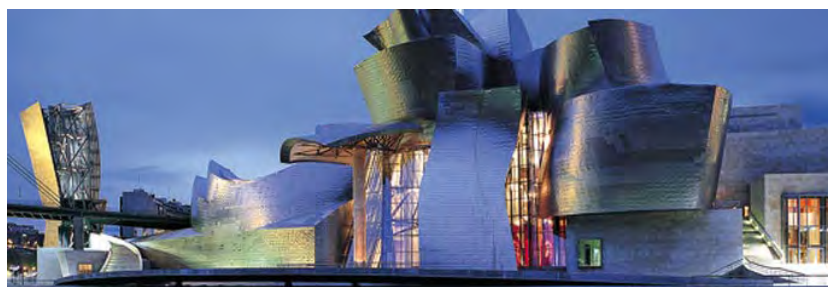
- ▶ die Merkmale des Einzugsgebiets (Bevölkerung, Kaufkraft, Tourismusintensität),
- ▶ die Standortqualität,
- ▶ die Attraktivität der Einrichtung selbst (erwartete Anmutung, Qualität der Präsentation – dazu gibt es Hinweise über die beabsichtigte Höhe der Investitionen sowie die Kenntnis der Planungen),
- ▶ die Bedeutung im Gefüge der Besucherattraktionen am Standort und
- ▶ die Architektur.

Auf Basis der Erkenntnisse einer Benchmarkanalyse wurde für ein anderes Segment der Freizeitimmobilien ein Rechenmodell entwickelt, das die tatsächlichen Besucherzahlen bestehender Einrichtungen ausgehend von den genannten Faktoren mit hoher Genauigkeit wiedergab⁴. Wir gehen davon aus, dass diese Faktoren bei vergleichbaren Besucherattraktionen, zu denen wir ein Technikmuseum rechnen, in ähnlicher Weise zutreffen, die Grundannahmen des Modells demzufolge gut übertragbar sind.

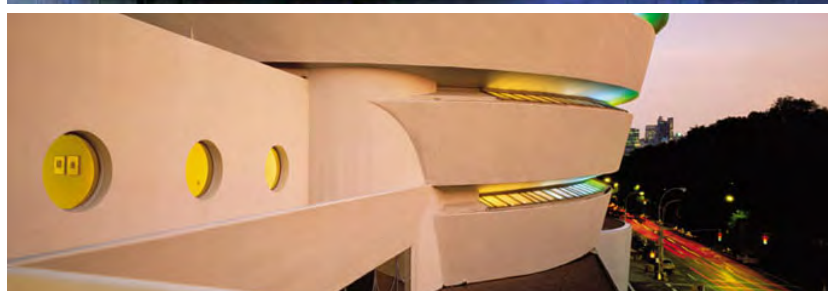
Handelt es sich bei einem Museum also um die Top-Attraktion einer Destination, so wirkt sich das positiv auf die Besucherzahlen aus. Ein Beispiel dafür sind die Guggenheim Museen in New York und Bilbao. Obwohl New York mit 8,2 Mio. Einwohnern (Metropolregion 18,9 Mio. Einwohner) die 23-fache Einwohnerzahl Bilbaos hat, haben die beiden Museen eine fast identische Besucherzahl: 1,1 Mio. in New York und 1,0 Mio. in Bilbao. Während das Guggenheim in Bilbao die unangefochtene Top-Attraktion ist (der Grund, warum man nach Bilbao reist), ist das Guggenheim in New York zwar eine bedeutende, aber letztlich nur eine von vielen Attraktionen – neben Empire State Building, Freiheitsstatue, American Museum of Natural History usw.

⁴ Besuchsprognose BGKuZ Hanau, ift GmbH 2012, unveröffentlicht

Abbildung 1: Die Guggenheim Museen - architektonische Ikonen



Bilbao



New York

 Quelle: www.guggenheim.org

Auch für die These, dass eine herausragende Architektur die Nachfrage stimuliert, ist das durch Frank O. Gehry gestaltete Guggenheim in Bilbao ein herausragendes Beispiel, denn es war namensgebend für den „Bilbao-Effekt“. Dieser bezeichnet die gezielte Aufwertung von Orten durch spektakuläre Bauten. Neuere Museumsbauten (vor allem im Bereich Kunstmuseen) sind fast immer architektonische Aushängeschilder ihrer Standorte, Gegenbeispiele lassen sich im Bereich der Technikmuseen bzw. Science Center finden:

- ▶ Das Odysseum in Köln zählt bei einer mindestens ebenso guten Wettbewerbsposition im Bereich der Science-Center und einer mindestens vergleichbaren Dimension und Attraktivität des Innenlebens wie das Universum in Bremen trotz seines wesentlich bevölkerungsreicheren Einzugsgebiets nicht mehr Besucher als das Bremer Science-Center. Als Erklärungsansatz dienen die genannten Faktoren: Der Kölner Dom mit sechs Millionen Besuchern sowie das Schokoladenmuseum mit mehr als 600.000 Besuchern sind die unangefochtenen Top-Attraktionen Kölns, die Architektur des Odysseum ist verglichen mit dem Universum unauffällig.
- ▶ Auch das spektakuläre, von Zaha Hadid gestaltete Phaeno in Wolfsburg zieht aus einem vergleichsweise dünn bevölkerten Einzugsgebiet fast ebenso viele Besucher wie das Kölner Science-Center. Es ist zwar nicht die Top-Attraktion in Wolfsburg (das ist die Autostadt), gleicht diesen Mangel aber durch die direkte Nachbarschaft zu dieser aus.

Um die seitens ift entwickelte Methode auf den Bereich der Museen im Allgemeinen sowie der Technikmuseen im Speziellen zu übertragen, haben wir zunächst umfangreiche Grundlagendaten erhoben und ausgewertet werden. Diese Grundlagen sind im Anhang dargestellt.

3.2 Besucherpotenzial für den Schiffsgarten Rostock

Auf Basis der ermittelten durchschnittlichen Aktivitätsquotienten (siehe dazu die Erläuterung der Grundlagen im Anhang) und dem in Kapitel 2 dargestellten Potenzial im Primär- und Sekundärmarkt lässt sich das Besucherpotenzial für das neue Schiffahrtsmuseum in Rostock ermitteln.

Abbildung 2: Besucherpotenzial Schiffsgarten Rostock - Schiffahrtsmuseum

	25 km-Radius		50 km-Radius		75 km-Radius		100 km-Radius	
Einzugsgebiet	277.822 Einwohner	5.000.000 Nächtigungen	152.731 Einwohner	3.500.000 Nächtigungen	189.305 Einwohner	7.000.000 Nächtigungen	409.695 Einwohner	10.500.000 Nächtigungen
Aktivitätsquotient								
Besuche/1.000	38,7	0,571	7,0	0,103	2,3	0,034	1,1	0,015
Besucherpotenzial								
	10.743	2.853	1.065	360	442	237	430	162
	16.292							

Eigene Berechnungen ift GmbH 2013 auf Basis der in den Tabellen im Anhang dargestellten Quotienten⁵ sowie der in Tabelle 1 dargestellten Kennziffern der Zonen des Marktgebietes.

Das bedeutet, dass der Schiffsgarten Rostock ein Potenzial von rund:

- ▶ 12.700 Besuchen aus dem Primärmarkt (Tagesausflüge durch Einwohner) und
- ▶ 3.600 Besuchen aus dem Sekundärmarkt

hätten.

Als jene weiteren Aspekte, die Einfluss auf die tatsächlichen Besucherzahlen haben dürften (vergleiche dazu die Ausführungen in Kapitel 3.1), wurden in einem weiteren Schritt folgende Aspekte in das Prognosemodell integriert:

- ▶ die Alleinstellung,
- ▶ die Bedeutung der Einrichtung am Standort (handelt es sich um die TOP-Besucherattraktion?),
- ▶ die Architektur,
- ▶ die Standortqualität (Würdigung von Mikro- und Makrostandort),
- ▶ die Attraktivität der Einrichtung (Größe, Konzept, Thema, Preis, Öffnungszeiten).

Die genannten Aspekte wurden wie folgt operationalisiert.

⁵ Die dargestellten Quotienten von Besuchen je 1.000 Übernachtungen beziehen sich auf die durchschnittliche Zusammensetzung der Übernachtungstouristen in Deutschland, da sie von sämtlichen Übernachtungen abgeleitet wurden. Von den Übernachtungstouristen treten jedoch fast ausschließlich aus privaten Motiven Reisende als Besucher von Museen in Erscheinung, während am Gesamtvolumen der Nachfrage in Deutschland Geschäftsreisende einen hohen Anteil haben, die i.d.R. keine Museumsbesuche unternehmen. Vor diesem Hintergrund ließe sich argumentieren, dass im 25 km-Radius um Rostock mit einem überdurchschnittlichen Quotienten zu rechnen wäre, da Geschäftsreisende hier eine unterdurchschnittliche Bedeutung haben. Allerdings entfallen viele Übernachtungen in Rostock auf Nutzer der Fähren nach Skandinavien und der Städtetourismus hat nicht die Bedeutung wie in vielen anderen deutschen Großstädten. Daher nehmen wir in diesem ersten Analyseschritt keine Modifikation des Quotienten vor.

3.2.1 Alleinstellung

Für die Zonen des Einzugsgebiets wurde die Anzahl der naturwissenschaftlich-technischen Museen ermittelt. Diese wurde der auf Basis der Gesamtzahl der Museen zu erwartenden Anzahl in diesen Zonen gegenübergestellt. Aus dem Verhältnis zwischen tatsächlicher und (bei Gleichverteilung) zu erwartender Anzahl an Museen wurde der Grad der Alleinstellung je Zone des Marktgebiets ermittelt.

Tabelle 3: Ermittlung Besucherpotenzial unter Berücksichtigung Alleinstellung

Zone	naturwissenschaftlich-technische Museen		Verhältnis (erwartet/ tatsächlich)	Besucherpotenzial	
	erwartet	tatsächlich ⁶		auf Basis 3.2	unter Berücksichtigung Alleinstellung
0-25 km	2,5	2	125%	13.600	17.000
26-50 km	7,4	7	106,0%	1.400	1.500
51-75 km	12,3	17	72,4%	700	500
76-100 km	17,2	28	61,4%	600	400
Gesamt				16.300	19.400

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Für den Schiffsgarten Rostock ergibt sich also unter Berücksichtigung der Anzahl der Wettbewerber ein Besucherpotenzial von 19.400 pro Jahr.

3.2.2 Bedeutung der Einrichtung am Standort

Für die Bedeutung einer Einrichtung am Standort wurden fünf Kategorien gebildet. Abhängig von der Einstufung werden auf das Besuchspotenzial nach Berücksichtigung der Bedeutung Zu- oder Abschläge vorgenommen. Dabei ist nicht nur von Belang, welche Bedeutung einem neuen Museum im Kontext der vorhandenen Museumslandschaft am Standort zukommt, sondern welche Bedeutung es innerhalb der gesamten Palette an Attraktionen hat.

⁶ Die Liste der erfassten Museen in Mecklenburg-Vorpommern befindet sich im Anhang. Die Zahl berücksichtigt auch die geplanten Museen.

Tabelle 4: Kategorien für die Einordnung der Bedeutung einer Einrichtung

Kategorie	Beschreibung	Beispiele entsprechender Museen	Zu- /Ab-schlag
1	Klare Top-Besucherattraktion am Standort	Guggenheim, Bilbao	+100%
2	Sehr bedeutende Besucherattraktion, jedoch nicht auf Rang 1 bei den Besucherzahlen	Deutsches Auswandererhaus, Bremerhaven	+50%
3	Bedeutende Attraktion, etwa in den Top 5 des Standortes	Albertina, Wien	+0%
4	Weniger wichtige Attraktion etwa in den Top 10 des Standortes	Internationales Maritimes Museum Hamburg	-25%
5	Wegen geringer Größe und/oder geringer Attraktivität nur nachrangige Attraktion für den Standort	Freilichtmuseum Speckenbüttel, Bremerhaven	-50%

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Rostock und Warnemünde bieten aktuell folgende Attraktionen:

- ▶ Zoo Rostock (größter Zoo an der deutschen Ostseeküste mit 4.500 Tieren in 320 Arten, Darwineum – einzigartige Naturerlebnis- und Wissenswelt auf 20.000 m² mit 40 spektakulären Tierarten (Galapagosriesenschildkröten und Deutschlands größtem Quallenkiesel), 4.000 m² Tropenhalle)
- ▶ Hafen Rostock-Warnemünde (Deutschlands beliebtester und bedeutendster Kreuzschiffahrtshafen, Hafenrundfahrten)
- ▶ Historisches Zentrum Rostock: St. Marien (Hauptwerk der norddeutschen Backsteingotik), Heiligen-Geist-Kirche, Rostocker Stadtbefestigung (drei mittelalterliche Stadttore, Nikolaikirche, Rathaus)
- ▶ „Teepott“ und Leuchtturm Warnemünde (Wahrzeichen des Stadtteils)
- ▶ Bedeutende Veranstaltungen: Warnemünder Woche und Hanse Sail

Die besucherstärkste eintrittspflichtige Attraktion in Rostock ist der Zoo mit 627.696 Besuchern in 2012.

Vor diesem Hintergrund und in Anbetracht ihrer Lage ist es nicht selbstverständlich, dass der Schiffsgarten Rostock als Top-Besucherattraktion von Rostock wahrgenommen werden würden. Im Sinne einer vorsichtigen Kalkulation ordnen wir sie daher der Kategorie 2 „sehr bedeutende Besucherattraktion, jedoch nicht auf Rang 1 bei den Besucherzahlen“ zu, was mit einem Aufschlag von 50% auf die in Kapitel 3.2.1 ermittelten Werte verbunden ist.

3.2.3 Architektur

Bereits für Science Center konnte in der zuvor zitierten Grundlagenuntersuchung ein starker Zusammenhang zwischen Architektur und Besucherzahl festgestellt werden. Wir gehen davon aus, dass dieser Zusammenhang für ein Technikmuseum ebenfalls besteht

Die Architektur der Einrichtung kann daher ebenfalls zu Zu- oder Abschlägen führen und zwar im Bereich von -30% bis +50% Die folgende Tabelle erläutert die Einordnung.

Tabelle 5: Kategorien für die Einordnung der Bedeutung einer Einrichtung

Kategorie	Beschreibung	Beispiele entsprechender Museen	Zu-/Abschlag
1	Herausragende, internationales Aufsehen erregende Architektur	Phaeno, Wolfsburg	+50%
2	Auf nationaler Ebene für Beachtung sorgende Architektur	Deutsches Auswandererhaus, Bremerhaven	+25%
3	Zeitgemäße, aber nicht herausragende Architektur	Odysseum, Köln	+0%
4	Eher konventionelle, aber funktionsorientierte Architektur	Dynamikum, Pirmasens	-10%
5	Wenig ansprechende Architektur mit eingeschränkter Funktionalität	Phänomena, Peenemünde	-20%

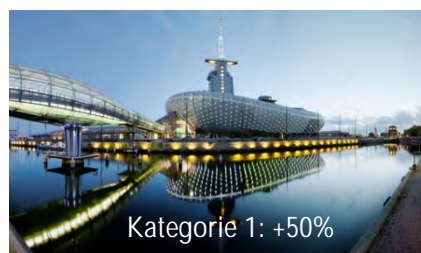
Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Die folgenden Abbildungen illustrieren die Einordnung anhand verschiedener Beispiele.

Abbildung 3: Architekturbeispiele Museen⁷



Phaeno, Wolfsburg (Quelle: phaeno.de)



Klimahaus, Bremerhaven (Quelle: Klimahaus)

⁷ Die dargestellten prozentualen Zu- oder Abschläge beziehen sich auf Kunstmuseen.



Kategorie 2: +25%

Arche Nebra (Quelle: saalekreis.de)



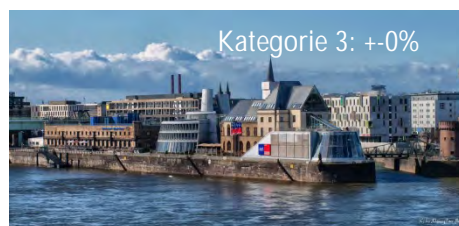
Kategorie 2: +25%

Deutsches Auswandererhaus, Bremerhaven (Quelle: www.dah-bremerhaven.de)



Kategorie 3: +-0%

Odysseum, Köln (Quelle: www.bilderbuch-koeln.de)



Kategorie 3: +-0%

Schokoladenmuseum, Köln (Quelle: www.fotocommunity.de, Klaus-Peter Beck)



Kategorie 4: +-10%

Dynamikum, Pirmasens
(Quelle: www.pfaelzerwald.de)

Kategorie 5: -20%

Phänomena, Peenemünde (Quelle: www.phaenomena-peenemuende.de)

Die Entwürfe für das Museumsgebäude werden unter Würdigung der Gestaltung des Außenbereichs der Kategorie 2 zugeordnet.

3.2.4 Standortqualität

In punkto Standortqualität wird der Standort im Hinblick auf seine touristische Frequenz und der Mikrostandort im Hinblick auf seine Anbindung an die touristische Kernzone des Standortes, seine Sichtbarkeit (z.B. von wichtigen Einfallstraßen aus) und sein Erreichbarkeit (u.a. per ÖPNV) bewertet. Auch hier erfolgte eine Einordnung in fünf Kategorien, die mit entsprechenden Zu- oder Abschlägen versehen wurden.

Tabelle 6: Kategorien für die Einordnung der Standortqualität

Kategorie	Beschreibung	Beispiel	Zu-/ Ab- schlag
1	Standort mit bereits vorhandener hoher touristischer Frequenz, Mikrostandort in zentraler Lage (touristisches Kerngebiet)	Deutsches Schifffahrtsmuseum, Bremerhaven	+50%
2	Standort mit hoher touristischer Frequenz, Mikrostandort nicht im touristischen Zentrum aber mit hoher Sichtbarkeit bzw. guter Erreichbarkeit	Universum, Bremen	+25%
3	Standort mit hoher touristischer Frequenz, Mikrostandort in peripherer Lage mit geringer Sichtbarkeit	Phänomenta, Bremerhaven	+0%
4	Standort mit geringer touristischer Frequenz	Mathematikum, Gießen	-25%
5	Standort mit geringer touristischer Frequenz, Mikrostandort in peripherer Lage	Neanderthal-Museum, Mettmann	-50%

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Rostock und Warnemünde haben als Standort eine hohe touristische Frequenz (1,7 Mio. Übernachtungen). Der geplante Mikrostandort liegt zwar in einem von Touristen kaum frequentierten Stadtteil, soll jedoch über kurz getaktete Schiffsverbindungen an die Häfen in Warnemünde und Rostock angebunden werden. Wir ordnen den Standort daher in die Kategorie 2 ein, woraus sich ein Zuschlag von 25% ergibt.

3.2.5 Attraktivität der Einrichtung

Zu guter Letzt spielt selbstverständlich die Attraktivität der Einrichtung selbst eine wesentliche Rolle. Qualitative Aspekte gehen zwar auch in die Bewertung der Bedeutung der Einrichtung für den Standort und in die Bewertung der Architektur ein, die tatsächliche Bedeutung dessen, was inhaltlich präsentiert wird, wird dadurch aber noch nicht ausreichend gewürdigt. Die Attraktivität setzt sich zusammen aus zahlreichen Aspekten von der Größe der Besucherflächen, der Anzahl, Art und Qualität der Exponate, dem Preis-/Leistungsverhältnis über die Professionalität der Betriebsführung, dem Service für die Besucher bis hin zum Speisenangebot der Gastronomie zusammen. Da die flächenmäßige Größe eines Museums auch in ganz praktischer Hinsicht determinierend bezüglich der möglichen Besucherzahlen wirkt, hat sie bei der Bewertung der Attraktivität ein hohes Gewicht.

Die Frage der Attraktivität des Schiffgartens Rostock kann zwar noch nicht abschließend beantwortet werden, aber es kann ausgehend von den vorhandenen Informationen eine Abschätzungen vorgenommen werden. Die dazu vorliegenden wesentlichen Informationen sind:

- ▶ die Höhe der geplanten Investitionen (brutto 20,3 Mio. Euro, davon netto 2,0 Mio. Euro für die neue Dauerausstellung),
- ▶ die zur Verfügung gestellten Entwurfszeichnungen,
- ▶ Dauerausstellung mit 1.000 m² im neuen Gebäude,
- ▶ Sonderausstellungsfläche 400 m²,
- ▶ Museumsshop,
- ▶ zwei Räume für Museumspädagogik,
- ▶ Restaurant mit Außenbereich,
- ▶ geplante Attraktionen im Außenbereich gemäß Entwicklungskonzept IGA Park Rostock vom 7. Mai 2013.

Die folgende Tabelle illustriert, woran sich die Einstufung der Attraktivität orientiert.

Tabelle 7: Besucherpotenzial in Abhängigkeit von der erreichten Attraktivität

Attraktivität	Kategorie 1	Kategorie 2	Kategorie 3	Kategorie 4
Zu-/Abschlag	+50%	+25%	+0%	-15%
Voraussetzung	Sehr große Ausstellungsfläche (>4.000 m ²), sehr große Vielfalt an Exponaten, herausragende Inszenierung und Szenografie, Erlebbarkeit, Interaktivität	große Ausstellungsfläche (2.000 bis 4.000 m ²), große Vielfalt an Exponaten, gute Inszenierung, ansprechende Szenografie	mittelgroße Ausstellungsfläche (1.000 bis 2.000 m ²), gewisse Vielfalt an Exponaten, zurückhaltende Inszenierung	Weniger große Ausstellungsfläche (<1.000 m ²), geringe Vielfalt an Exponaten, kaum Inszenierung, keine Szenografie

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Für den Schiffgarten Rostock sehen wir ausgehend von dieser Kategorisierung eine Einstufung in der Kategorie 2. Bei dieser Einstufung findet auch eine Analyse vorhandener Schifffahrtsmuseen Berücksichtigung (vgl. dazu Kapitel 4.1), auf deren Basis wir trotz der zahlreichen geplanten Attraktionen im Außenbereich eine Einstufung in Kategorie 1 für nicht vertretbar halten.

3.2.6 Zusammenfassende Bewertung

Die in den vorangegangenen Kapiteln vorgenommenen Einschätzungen werden in der folgenden Tabelle zusammenfassend dargestellt. Außerdem werden die sich daraus ergebenden Besucherpotenziale abgeleitet.

Tabelle 8: Ermittlung der möglichen Besuchszahlen

Weitere Kriterien		Besucherpotenzial unter Berücksichtigung Alleinstellung
		19.400
Bedeutung für Standort	Zu-/Abschlag	+50%
	resultierendes Potenzial	29.100
Architektur	Zu-/Abschlag	+25%
	resultierendes Potenzial	36.375
Standortqualität	Zu-/Abschlag	+25%
	resultierendes Potenzial	45.469
Attraktivität der Ausstellung	Zu-/Abschlag	+25%
	resultierendes Potenzial	56.836

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Das bedeutet, dass gerundet mit folgenden potenziellen Besuchszahlen zu rechnen wäre:

- ▶ rund 55.000 Besuche in einem durchschnittlichen Betriebsjahr.

Für das erste Jahr ist auf Grund des Neugier-Effektes mit höheren Besuchszahlen zu rechnen. Die folgende Tabelle stellt einen modellhaften Verlauf der Besuchszahlen dar.

Tabelle 9: Entwicklung der Besuchszahlen

Betriebsjahr	1	2	3	4	5
Besuche p.a.	62.500	57.500	52.500	55.000	55.000

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

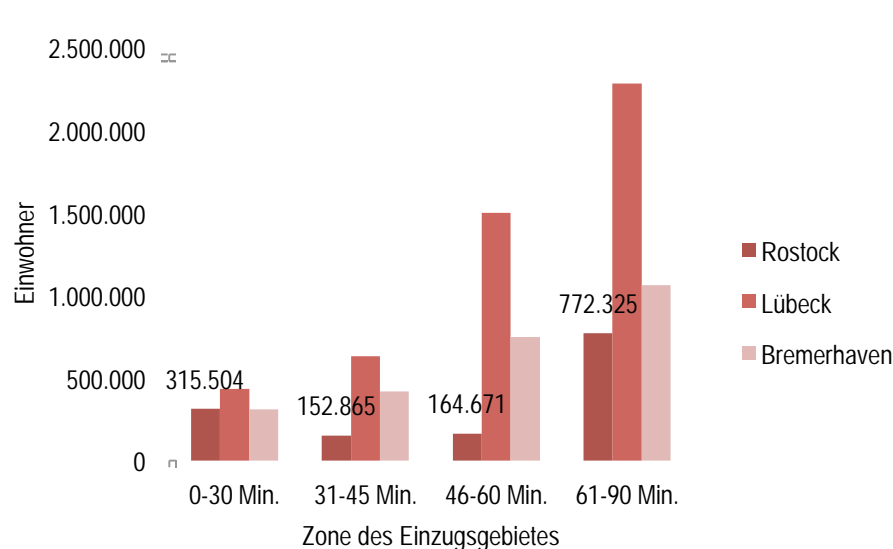
Neben dieser aus ift Sicht realistischen Prognose, ergibt ein offensives Szenario ein Besucherpotenzial von bis zu 75.000 Besuchen in einem Betriebsjahr. Die Annahmen für das offensive Szenario: Überdurchschnittliche Attraktionswirkung des Schiffsgarten Rostock auf die Besucher, überdurchschnittlich hohe Quote von Wiederholungsbesuchern (u. a. hohe Attraktivität von Veranstaltungen), professionelle Betriebsführung und erfolgreiches Marketing (u. a. Einhaltung von notwendigen Marketingetats, umfassende Unterstützung von Kooperationspartnern aus der Region), günstige Wettersituation.

3.3 Überlegungen zur Besucherstruktur

Für Überlegungen zur Besucherstruktur ziehen wir einen Vergleich mit Kennziffern der Küstenstädte Lübeck und Bremerhaven heran. Beides Küstenstädte in deren Umfeld sich zahlreiche übernachtungsstarke Ferienorte befinden. Sowohl Bremerhaven als auch Lübeck stellen für die im jeweiligen Umfeld logierenden Touristen ein beliebtes Ausflugsziel dar. Insofern kann ein Vergleich der Potenziale dieser beiden Städte zur Generierung von Besuchern für eine erlebnisorientierte museale Einrichtung im Verbund mit der Betrachtung der in den dortigen Museen bzw. Besucherattraktionen zu beobachtenden Besucherstruktur Anhaltspunkte für die Besucherstruktur für die Gärten der Seefahrt in Rostock liefern.

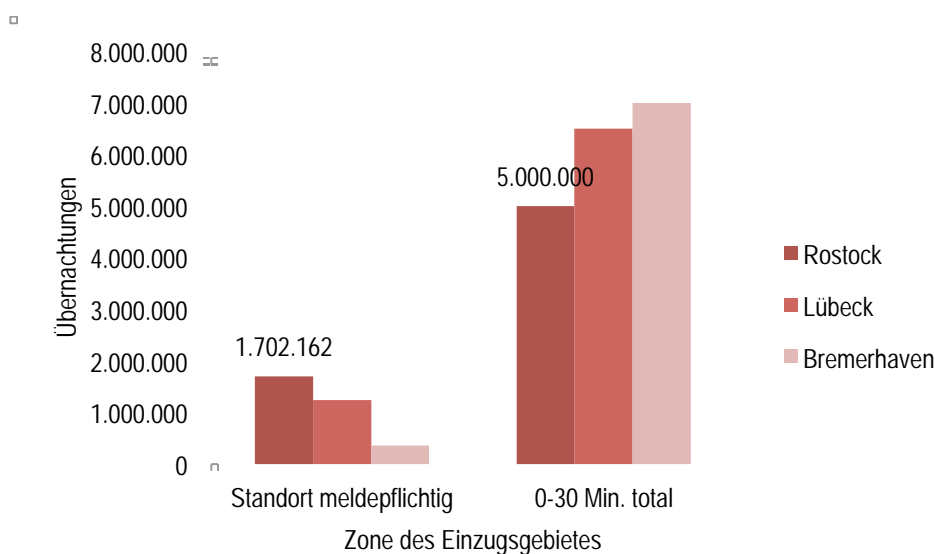
Die folgende Abbildung zeigt eine Gegenüberstellung der Einzugsgebietsdaten der Städte Rostock, Lübeck und Bremerhaven. Es zeigt sich, dass Rostock in allen Zonen des Einzugsgebiets ein (teils wesentlich) geringeres Bevölkerungspotenzial hat. Kumuliert leben in der 90 Minuten-Isochrone um Rostock lediglich 29% der Bevölkerung im entsprechenden Einzugsgebiet Lübecks und 55% im Vergleich zu Bremerhaven.

Abbildung 4: Einwohnerzahlen in verschiedenen Einzugsgebieten



Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Eine Gegenüberstellung der Übernachtungszahlen der jeweiligen Städte sowie der Übernachtungen im Umfeld bis 30 Minuten Fahrzeit zeigt, dass Rostock selbst zwar mehr Übernachtungen als Lübeck und deutlich mehr als Bremerhaven zählt, dass aber die beiden Vergleichsstädte im Verbund mit ihrem Hinterland insgesamt ein noch etwas größeres touristisches Potenzial haben. Bei der Betrachtung des Hinterlandes wurden auch Übernachtungen in nicht meldepflichtigen Betrieben berücksichtigt. Diese haben im Hinterland von Lübeck und Bremerhaven ein sehr großes Volumen.

Abbildung 5: Übernachtungen in verschiedenen Einzugsgebieten⁸

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Für die beiden Vergleichsstädte liegen Angaben aus Besucherbefragungen zur Besucherstruktur von Museen bzw. Besucherattraktionen vor.

Tabelle 10: Besucherstruktur in Museen von Vergleichsstädten

Besucherguppen	Besucheranteile	
	Bremerhaven	Lübeck
Einwohner Standort	15,1%	33,0%
Übernachtungsgäste Standort	6,8%	26,0%
Sonstige Wohnortstarter	53,5%	27,0%
Sonstige Urlaubsortstarter	24,6%	13,0%
Summe Urlaubsortstarter	31,4%	39,0%

Eigene Darstellung ift GmbH 2013 basierend auf Besucherbefragungen entsprechender Einrichtungen.

Auf Basis dieser Besucherstrukturen sowie der Potenziale der dargestellten Marktsegmente, lässt sich eine gewichtete Abschöpfung für die unterschiedlichen Marktsegmente ableiten. Setzt man die Abschöpfung bei den Einwohnern der Standortkommune auf 100%, dann ergeben sich für die anderen Segmente folgende relative Abschöpfungen:

⁸ Rostock inkl. Warnemünde, Lübeck inkl. Travemünde.

- ▶ Übernachtungsgäste Standort 13,8%
- ▶ Sonstige Wohnortstarter 17,5%
- ▶ Sonstige Urlaubsortstarter 2,1%.

Wendet man diese relativen Abschöpfungsquoten auf die Kennwerte des Marktgebietes von Rostock an, dann ergeben sich die zu erwartenden Besucheranteile im Schiffsgarten Rostock.

Tabelle 11: Ermittlung der Besucheranteile nach Marktsegmenten

Marktsegment	Marktvolumen Rostock	Relative Abschöpfung	Potenzial	Anteil
Einwohner Rostock	204.260	100,0%	204.260	28,3%
Übernachtungsgäste Rostock/Warnemünde	1.702.162	13,8%	235.581	32,7%
Sonstige Wohnortstarter	1.201.105	17,5%	210.506	29,2%
Sonstige Urlaubsortstarter	3.297.838	2,1%	70.522	9,8%

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Ausgehend von den prognostizierten 55.000 Gesamtbesuchern im Schiffsgarten Rostock und den dargestellten Anteilen ergibt sich folgende Besucherstruktur. Die Abschöpfung wurde ermittelt, indem die Besuchszahlen den Volumina der jeweiligen Marktsegmente gegenübergestellt wurden.

Tabelle 12: Ermittlung der Besuchszahlen nach Marktsegmenten und der Abschöpfung

Marktsegment	Anteil	Besuche	Abschöpfung
Einwohner Standort	28,3%	15.584	7,6% ⁹
Übernachtungsgäste Standort	32,7%	17.974	1,1%
Sonstige Wohnortstarter	29,2%	16.061	1,3%
Sonstige Urlaubsortstarter	9,8%	5.381	0,2%
Summe	100,0%	55.000	
Summe Urlaubsortstarter	42,5%	23.355	

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

⁹ Zum Vergleich: Die Abschöpfung aller zehn Lübecker Museen beträgt 41,2%, durchschnittlich pro Museum also 4,1%, das bei den Lübeckern populärste Museum kommt auf 6,55%.

▶ 4. Plausibilitätsprüfungen

Die prognostizierte Besucherzahl von rund 55.000 in einem durchschnittlich zu erwartenden Betriebsjahr soll in der Folge auf Basis verschiedener Methoden auf ihre Plausibilität überprüft werden.

- ▶ Prüfung auf Basis von Referenzanlagen
- ▶ Prüfung auf Basis einer Kapazitätsbetrachtung.

4.1 Prüfung auf Basis von Referenzanlagen

In der Folge wird die Plausibilität der für den Schiffsgarten Rostock ermittelten Besucherzahlen auf Basis eines Vergleichs mit Referenzanlagen überprüft.

4.1.1 Deutsches Schifffahrtsmuseum, Bremerhaven

Das Deutsche Schifffahrtsmuseum ist Bestandteil der Bremerhavener Havenwelten, die rund um den Alten und Neuen Hafen Bremerhavens eine starke Bündelung verschiedener Besucherattraktionen vom Klimahaus über das Deutsche Auswandererhaus, den Zoo am Meer und das begehbare U-Boot Wilhelm Bauer bis zum Schifffahrtsmuseum mit Museumshafen bieten. Es bietet wesentlich mehr Ausstellungsfläche als das in Rostock geplante Museum, insgesamt zehn zu besichtigende Schiffe und liegt mitten in einem touristischen Brennpunkt mit einer Frequenz jenseits von einer Million Passanten pro Jahr. Die Besucherzahl beträgt jedoch nur etwas über 100.000 pro Jahr.

Tabelle 13: Steckbrief Deutsches Schifffahrtsmuseum

Deutsches Schifffahrtsmuseum	
Ort	Havenwelten, Alter Hafen, Bremerhaven
Schwerpunkte	Nationales Schifffahrtsmuseum in Deutschland. Als eines von acht Forschungsmuseen vereinigt es Ausstellungs- und Forschungstätigkeiten
Aktuelle Ausstellungen	In den Ausstellungsräumen befinden sich Schaustücke zu verschiedenen Schifffahrtsepochen und zu den Themen Handelsschifffahrt, Fischerei und Walfang, Polarforschung, Militär und mehr. Ausgestellt sind unter anderem Modelle von Segelschiffen, Containerschiffen, Passagierschiffen und Öltankern, sowie technische Bedienelemente und Ausrüstungsgegenstände. Im Museumshafen liegen die folgenden Schiffe zur Besichtigung: <ul style="list-style-type: none"> ▶ die Bark Seute Deern ▶ der Hochseeschlepper Seefalke

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ der Walfangdampfer RAU IX der Walter-Rau-Walfangflotte ▶ der Haffkahn Emma ▶ der Binnenschlepper Helmut ▶ das Feuerschiff Elbe 3 <p>Auf dem Außengelände können vier Schiffe besichtigt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ das Betonschiff Paul Kossel ▶ der Hafenschlepper Stier mit Voith-Schneider-Antrieb ▶ die Segelyacht Diva ▶ das Tragflügelboot WSS 10
Ausstellungsfläche	8.000 m ² im Museum, zzgl. Freigelände und Museumsschiffe
Eintritt	6,00 Euro für Erwachsene, zzgl. 1,00 Euro je besuchtem Museumsschiff
Öffnungszeiten	In der Saison (März bis Oktober) täglich von 10-18 geöffnet Außerhalb der Saison: Dienstag bis Sonntag 10-18 (Montags geschlossen)
Besucherzahlen	109.582 in 2010
Architektur	Von November 1969 bis 1972/75 wurde der Museumsbau nach Entwürfen des Architekten Hans Scharoun in Arbeitsgemeinschaft mit den Bremerhavener Architekten Helmut Bohnsack und Peter Fromlowitz, geplant und errichtet. Scharoun ist mit Bauten wie dieses Museum oder der Berliner Philharmonie einer der bedeutendsten Vertreter der organischen Architektur. Die Gesamtanlage mit Gebäuden und Museumsflotte steht seit 2005 unter Denkmalschutz.



Quelle: Eigene Recherche ift GmbH 2013, www.wikipedia.de

4.1.2 Internationales Maritimes Museum, Hamburg

Das Museum befindet sich nur jeweils rund 700 m entfernt von der besucherstärksten Attraktion Hamburgs, dem Miniatur-Wunderland (> 1,0 Mio. Besucher p.a.) sowie dem Hamburg Cruise Terminal. Mit 1,6 Mio. Einwohnern, hoher Kaufkraft und rund 10 Mio. Übernachtungen ist Hamburg einer der potenzialreichsten Standorte Deutschlands. Trotz dieser Rahmenbedingungen und einer wesentlich größeren Ausstellungsfläche als derjenigen des in Rostock geplanten Museums, registriert das IMMH lediglich 110.000 Besucher im Jahr. Bei der Bewertung der im Vergleich mit den in Rostock geplanten Preisen hohen Eintrittspreise des IMMH ist zu berücksichtigen, dass die Kaufkraft in Hamburg weitaus höher ist und dass auch Städtetouristen in Hamburg über ein wesentlich höheres Budget verfügen, als der durchschnittliche Urlaubsgast in Mecklenburg-Vorpommern.

Internationales Maritimes Museum	
Standort	Hamburg, Speicherstadt
Schwerpunkte	Auf neun Ausstellungsdecks werden 3000 Jahre Schifffahrtsgeschichte mit wertvollen Exponaten, Schiffsmodellen und Gemälden gezeigt. Der Meeresforschung ist ein eigenes Deck gewidmet.
Aktuelle Ausstellungen	Gezeigt werden die Bestände des ehemaligen Instituts für Schifffahrts- und Marinegeschichte von Peter Tamm, einer umfangreichen Sammlung von Schiffsmodellen, Schiffsminiaturen, Konstruktionsplänen, Gemälden, Aquarellen, Grafiken, Uniformen und Waffen. Zusammen zählt die Sammlung über 40.000 Einzelstücke, dazu mehr als eine Million Fotos. Der Bereich der historischen Marineuniformen und -auszeichnungen gilt als der historisch bedeutendste weltweit.
Ausstellungsfläche	11.000 m ²
Eintritt	12,50 Euro für Erwachsene
Öffnungszeiten	Di. - So. 10-18 Uhr
Besucherdahlen	110.000 in 2012
Architektur	Das Museum wurde im denkmalgeschützten historischen Kaispeicher B eingerichtet, der in den Jahren 1878/79, noch vor der Einrichtung des Freihafens und etwa 10 Jahre vor dem Bau der Speicherstadt, nach Plänen der Architekten Wilhelm Emil Meerwein und Bernhard Hanssen im Stil der Backsteingotik entstand und das älteste erhaltene Speicherbauwerk Hamburgs ist. Das Gebäude bietet mehr als 12.000 m ² Ausstellungsfläche. Die Pläne für den Um- und Ausbau stammen von der Hamburger Architektin Mirjana Markovic



Quelle: Eigene Recherche ift GmbH 2013, www.wikipedia.de

4.1.3 Deutsches Marinemuseum, Wilhelmshaven

Das Museum liegt in unmittelbarer Nachbarschaft zur Südstrand-Promenade, dem Freizeit- und Tourismusschwerpunkt Wilhelmshavens mit dem Wattenmeerhaus (Nationalparkzentrum) und dem Aquarium Wilhelmshaven. Die Stadt ist ein beliebter Anlaufpunkt für Touristen an der Ostfriesischen Küste, die hier eine Bündelung von wetterunabhängigen Angeboten als Alternative für Schlechtwettertage vorfinden. Bezogen auf die Qualität des Makrostandortes erreicht das Marinemuseum im Vergleich zu den beiden zuvor dargestellten Museen eine hohe Besucherzahl. Der Mikrostandort ist jedoch ebenfalls wesentlich potenzialreicher einzustufen, als der Standort des Rostocker Museums. Auch der Umfang der Ausstellung reicht über das in Rostock geplante Angebot deutlich hinaus.

Deutsches Marinemuseum	
Ort	Wilhelmshaven, Südstrand, Museumsmeile am Marinehafen
Schwerpunkte	Das Deutsche Marinemuseum in Wilhelmshaven stellt die Entwicklung der deutschen Militärseefahrt seit 1848 dar. Der Schwerpunkt des Museums liegt auf der Darstellung der Bundesmarine/Deutschen Marine. Es besteht seit 1998 und befindet sich in privater Trägerschaft.
Aktuelle Ausstellungen	Das Museum bietet drei Ausstellungsbereiche: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Dauerausstellung mit dem Motto „Menschen, Zeiten, Schiffe“. Sie zeigt die Entwicklung der deutschen Marinegeschichte. Neben Militaria, wie Uniformen, Schiffsglocken, Flaggen, Brückenausrüstung und Gemälden wird auch eine umfangreiche Sammlung von Modellen verschiedener deutscher Marineschiffe gezeigt.

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Freigelände: Darauf sind an Land ausgestellt, neben kleineren Exponaten wie mehreren Geschützen, Minen und Torpedos, ein Jagdbomber F-104 „Starfighter“ , ein restauriertes Kleinst-Uboot Seehund des Zweiten Weltkrieges, ein Schnellboot der Libelle-Klasse der Volksmarine der DDR, ein Schlepper mit Voith-Schneider-Antrieb und ein U-Boot der Klasse-205. Letzteres ist begehbar. Außerdem liegen im Hafenbecken die „Weilheim“, ein Minenjagdboot der Lindau-Klasse, und der Lenkwaffenzerstörer Mölders, der dem Museum als Dauerleihgabe der Wehrtechnischen Studiensammlung der Bundeswehr überlassen wurde. Auch diese Exponate sind begehbar. Das im Oktober 2008 erworbene ehemalige Segelschulboot Nordwind soll als fahrfähiges Museumsschiff erhalten werden. ▶ Sonderausstellungen zu wechselnden maritimen und Marinethemen.
Ausstellungsfläche	1400 m ² zzgl. 3.000 m ² großes Freigelände
Eintritt	9,50 Euro für Erwachsene
Öffnungszeiten	April – Okt. tägl. 10.00 – 18.00 Uhr Nov. – März tägl. 10.00 – 17.00 Uhr
Besucherdahlen	> 100.000
Architektur	Das Museum ist im Gebäude der ehemaligen „Scheibenhofwerkstatt“ am Südstrand 125 untergebracht. Die Scheibenhofwerkstatt ist ein unter Denkmalschutz stehender Rest des um 1888 erbauten Torpedohofes der Kaiserlichen Werft.



Quelle: Eigene Recherche ift GmbH 2013, www.wikipedia.de, www.marinemuseum.de

4.1.4 Fazit

Die betrachteten Referenzanlagen registrieren jeweils rund das Doppelte der für Rostock prognostizierten Besuchszahl. Dazu ist folgendes anzumerken:

- ▶ Die Standorte der Referenzanlagen verfügen über das zwei bis dreifache Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet bis 60 Minuten Fahrzeit, der für museale Einrichtungen als Kerneinzugsbereich angesehen werden kann. Angesichts dessen, dass Wohnortstarter auch an touristisch exponierten Standorten 60-70% der Besucher ausmachen, ist es also durchaus plausibel, dass die Referenzanlagen höhere Besuchszahlen aufweisen.
- ▶ Beim touristischen Potenzial ist vor allem der Standort Hamburg dem in Rostock auch was den Nahbereich betrifft, weit voraus. Bremerhaven und Wilhelmshaven registrieren zwar in der Standortkommune selbst weitaus weniger Übernachtungen als Rostock, gleichen dies aber durch ein Plus an Übernachtungen im Bereich bis 30 Minuten Fahrzeit mehr als (Bremerhaven) bzw. weitgehend (Wilhelmshaven) aus. Zudem sind die dortigen Museen in der touristischen Kernzone des Standortes positioniert und können Laufkundschaft generieren – beides gilt für den Standort des Schiffgartens nicht.
- ▶ Die Referenzanlagen verfügen über eine wesentlich umfangreichere Ausstellungsfläche bzw. im Gegensatz zu Rostock über eine Vielzahl begehbarer Exponate. Zwar beschränkt sich das Angebot des Schiffgartens nicht auf den Museumsneubau und das Traditionsschiff. Wir gehen jedoch davon aus, dass potenzielle Gäste den Schiffgarten Rostock primär als Schifffahrtsmuseum wahrnehmen werden und als solches böte er im Kern eben kein so attraktives, weil wesentlich schmaleres Angebot, als die Referenzanlagen.

Insgesamt sehen wir die Plausibilität der prognostizierten rund 55.000 Besucher für den Schiffgarten Rostock daher durch den Vergleich mit den Referenzanlagen gestützt.

▶ 5. Grundlagen für die Erstellung einer Besucherprognose

Bei dem Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum im Traditionsschiff und beim geplanten Neubau handelt es sich nach Definition des Instituts für Museumsforschung um ein Technikmuseum.

5.1 Museumsbesuche in Deutschland

Das Gesamtvolumen der Museumsbesuche in Deutschland sowie in naturwissenschaftlich-technischen Museen ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

Tabelle 14: Museumsbesuche in Deutschland

	Besuche in Mio. ¹⁰
Museen gesamt	133,5
naturwissenschaftlich, technische Museen	20,3

Eigene Darstellung ift GmbH 2013 auf Basis der angegebenen Quellen

5.1.1 Aktivitätsquotienten

Durch eine Verschneidung mit der Einwohnerzahl lässt sich die sogenannte Aktivitätsquote ermitteln, also die Anzahl der Besuche je Einwohner.

Tabelle 15: Museumsbesuche je Einwohner¹¹

Land	Museen gesamt	Naturwissenschaftlich-technische Museen
Deutschland	1,63	0,25

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

¹⁰ Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis Institut für Museumsforschung (IMF), Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2010, Berlin 2011. In der Gesamterhebung werden 109,2 Mio. Museumsbesuche ausgewiesen. Diese beziehen sich jedoch lediglich auf die 76,8% der Museen, zu denen Angaben zu den Besuchszahlen vorlagen (4.823 Museen, entspricht einem Durchschnitt von 22.640 Besuchen). Die Besuchszahlen für die übrigen 23,2% der deutschen Museen (1.458 Häuser) wurden auf 16,5 Mio. geschätzt (durchschnittlich 11.300 Besuche). Dabei wurde berücksichtigt, dass in der Stichprobe die besucherstarken Museen zu einem höheren Anteil vertreten sind. Dazu kommen 6,2 Mio. Besuche in 314 der 484 Ausstellungshäuser (19.750 pro Haus). Die Besuche in den übrigen Ausstellungshäusern wurden auf 1,6 Mio. geschätzt (9.400 pro Haus). Die Besuche in Kunst- und Naturmuseen wurde auf entsprechendem Weg geschätzt.

¹¹ Grundlage der Berechnungen ist eine Einwohnerzahl von 82,0 Mio.

Auf Basis eines Vergleichs der Besuchszahlen von Museen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie touristischer Kennziffern und Einwohnerzahlen der genannten Länder, lässt sich folgende Verteilung der Nachfrage in Museen auf Wohnortstarter bzw. Urlaubsortstarter ableiten.

Tabelle 16: Aktivitätsquotienten in Abhängigkeit vom Besucher- und Museumstyp

Besuchertyp	Museen gesamt	Naturwissenschaftlich-technische Museen
Wohnortstarter	1,5 pro Einwohner	0,23 pro Einwohner
Urlaubsortstarter	0,025 pro Übernachtung	0,0038 pro Übernachtung

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

5.1.2 Durchschnittliches Besucherpotenzial

Damit aus den Aktivitätsquotienten potenzielle Besuchszahlen hergeleitet werden können, bedürfen diese einer Bezugsbasis. Im Falle der Gesamtnachfrage der Museen in einem Land stellen die Gesamteinwohnerzahl und die Übernachtungen diese Bezugsbasis dar. Für ein einzelnes Museum fällt die Bezugsbasis jedoch aus naheliegenden Gründen geringer aus, insbesondere wegen der eingeschränkten Distanzüberwindungsbereitschaft der potenziellen Besucher (mehr dazu im Kapitel 5.1.3). Ausgehend von der Gesamtzahl der Museen lassen sich jedoch die durchschnittliche Besuchszahl und die durchschnittlichen Einzugsgebietsmerkmale ableiten.

Tabelle 17: Anzahl der Museen (inkl. Ausstellungshäuser)

Museen gesamt	Naturwissenschaftlich-technische Museen
6.765	757

Eigene Darstellung ift GmbH 2013 auf Basis IMF

Tabelle 18: Durchschnittliche Besucherzahlen von Museen

Museen gesamt	Naturwissenschaftlich-technische Museen
19.734	26.816

Eigene Darstellung ift GmbH 2013 auf Basis IMF

Um Einzugsgebietsmerkmale abzuleiten, bedarf es zunächst der Darstellung grundlegender Kennziffern des Einzugsgebiets.

Tabelle 19: Kennziffern des Quellmarkts Deutschland¹²

Land	Einwohner	Übernach- tungen	Fläche in km ²	EW/km ²	Übernach- tungen /km ²
Deutschland	82,00 Mio.	407 Mio.	357.121	229,6	1.140

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Aus den dargestellten Kennziffern lassen sich die folgenden Charakteristika durchschnittlicher Einzugsgebiete durchschnittlicher Museen ableiten.

Tabelle 20: Charakteristika durchschnittlicher Einzugsgebiete von Museen

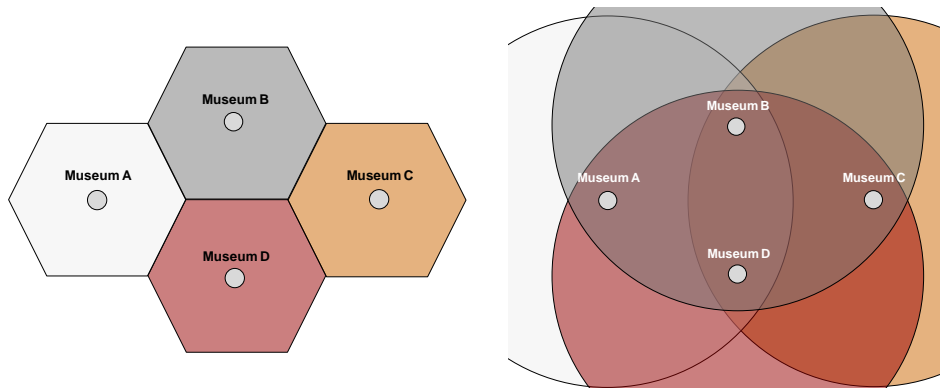
Museumstyp	Fläche pro Museum in km ²	Einwohner / Museum	Übernach- tungen / Museum	Ø Besuchs- zahl
Gesamt	52,8	12.121	60.163	19.734
Naturwissenschaftlich- technische Museen	471,8	108.322	537.649	26.816

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

Die Tabelle ist folgendermaßen zu lesen: Ein durchschnittliches Museum zieht aus einem Einzugsgebiet von 52,8 km², in dem 12.121 Menschen leben und pro Jahr 60.163 Übernachtungen in meldepflichtigen Betrieben registriert werden, 19.734 Besuche. Dies entspricht Aktivitätsquotienten von 0,025 Besuchen pro Übernachtung (=1.500 Besuche durch Touristen) und 1,5 pro Einwohner (=18.200 Besuche durch Einwohner).

Selbstverständlich überlappen sich Einzugsgebiete in der Praxis und ein Museum zieht Besucher aus einem größerem als lediglich 7,3 x 7,3 km messenden Areal (7,3 ist die Wurzel von 52,8). Die folgende Abbildung stellt die theoretische räumliche Gleichverteilung ohne Überlappung von Einzugsgebieten der praktischen Realität größerer, sich überlappenden und konzentrisch angelegter Einzugsgebiete gegenüber.

¹² Quelle: DESTATIS

Abbildung 6: Theoretische¹³ und praktische Struktur von Einzugsgebieten


Eigene Darstellung ift GmbH 2012

Wenn nun aber die tatsächlichen Einzugsgebiete größer sind als die durchschnittlich zu erwartenden, dann bedeutet das, dass die Aktivitätsquoten bezogen auf das gesamte Einzugsgebiet geringer ausfallen müssen (beispielsweise statt 1,5 Besuche/Einwohner aus einem 53 km² großen Einzugsgebiet 0,75 Besuche/Einwohner aus einem 106 km² großen Gebiet).

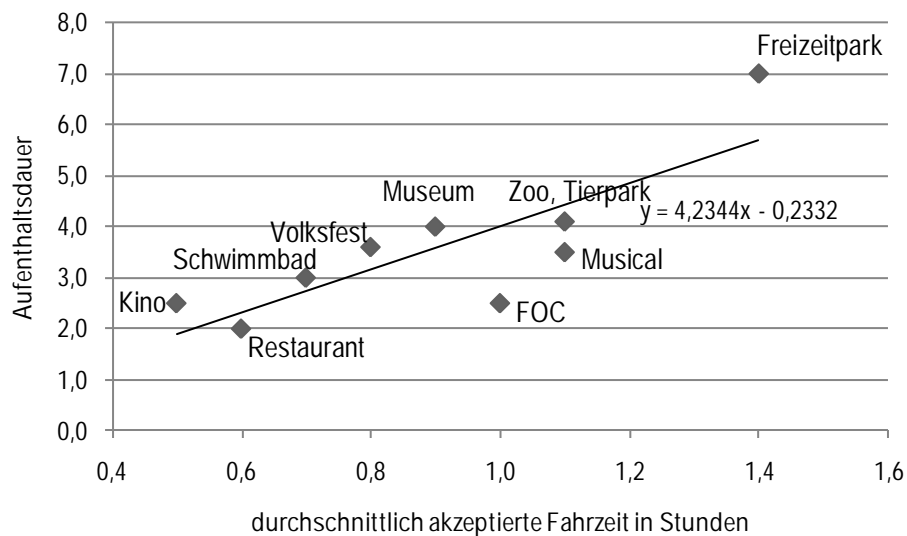
Um Aussagen dazu treffen zu können, wie groß diese konzentrischen Einzugsgebiete tatsächlich sind und ob der Aktivitätsquotient in diesen größeren Einzugsgebieten konstant niedriger ist oder von der Distanz abhängig ist und von der Mitte zu den Rändern abnimmt, bedarf es einer näheren Betrachtung der Distanzüberwindungsbereitschaft der potenziellen Besucher aus dem Einwohner- (Primär) und Touristen- (Sekundär-)Markt. Diese wird im folgenden Kapitel vorgenommen.

5.1.3 Distanzüberwindungsbereitschaft

Das Einzugsgebiet und die daraus resultierende An- und Abreisezeit hängt von verschiedenen Einflussfaktoren ab, u.a. von der Aufenthaltsdauer in einer Einrichtung, die abhängig ist von deren Attraktivität und Konzeption sowie der Möglichkeit, diesen Besuch mit dem Besuch anderer Museen, Attraktionen etc. zu kombinieren. Je länger sich der Gast an seinem Ausflugsziel aufhält, desto größer ist seine Bereitschaft, längere Anreisezeiten in Kauf zu nehmen, da in der Regel Attraktivität und Aufenthaltsdauer in einem direkten Verhältnis zueinander stehen. Die folgende Abbildung illustriert diesen Zusammenhang.

¹³ Vergleiche dazu „Das System der zentralen Orte nach Walter Christaller (http://de.wikipedia.org/wiki/System_der_zentralen_Orte)

Abbildung 7: Zusammenhang zwischen Aufenthaltsdauer und Anreisezeit



Eigene Darstellung ift GmbH 2013, basierend auf eigenen empirischen Studien, Wenzel & Partner, Ecostra

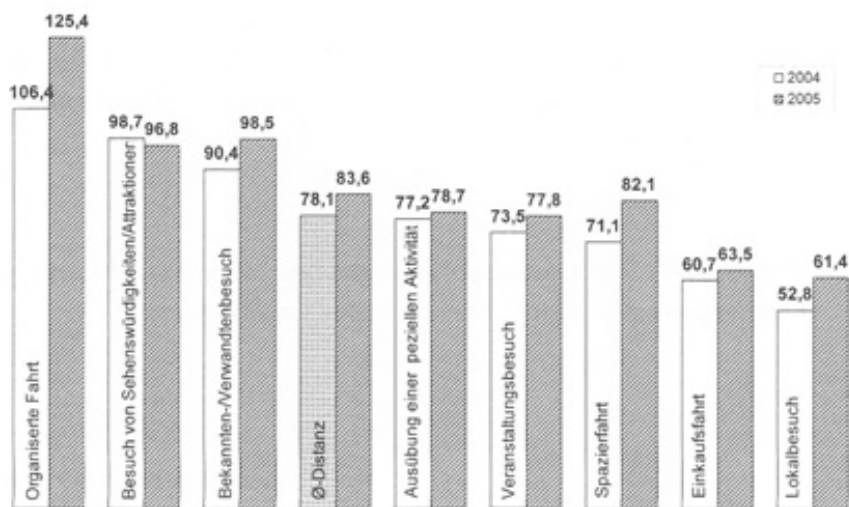
Für Museen ergeben sich eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von vier Stunden und eine durchschnittlich akzeptierte Fahrzeit von 54 Minuten (0,9 Stunden). Geht man davon aus, dass in dieser Zeit eine Strecke von rund 80 km überwunden werden kann, so ergibt sich für Museen ein Einzugsgebiet von rund 20.000 km² (mindestens, denn es handelt sich um die „durchschnittlich“ und nicht die maximal akzeptierte Fahrzeit).

5.1.3.1 Verhalten der Wohnortausflügler (Primärmarkt)

Im Rahmen von Untersuchungen des DWIF (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V.) zum Ausflugsverhalten der deutschen Bevölkerung wurden zwischen 2004 und 2006 jährlich 36.000 bevölkerungsrepräsentative Interviews durchgeführt. Die durchschnittlich zurückgelegte Entfernung für einen Tagesausflug lag demnach bei 83,7 km (einfache Wegstrecke, vgl.

Abbildung 8 auf der folgenden Seite), beim Besuch einer Sehenswürdigkeit/Attraktion waren es durchschnittlich 96,8 km, was je nach Verkehrsinfrastruktur in etwa einer Fahrzeit von durchschnittlich 60 bis 90 Minuten entspricht.

Abbildung 8: Einfache Entfernungen bei Tagesausflügen nach Ausflugsart

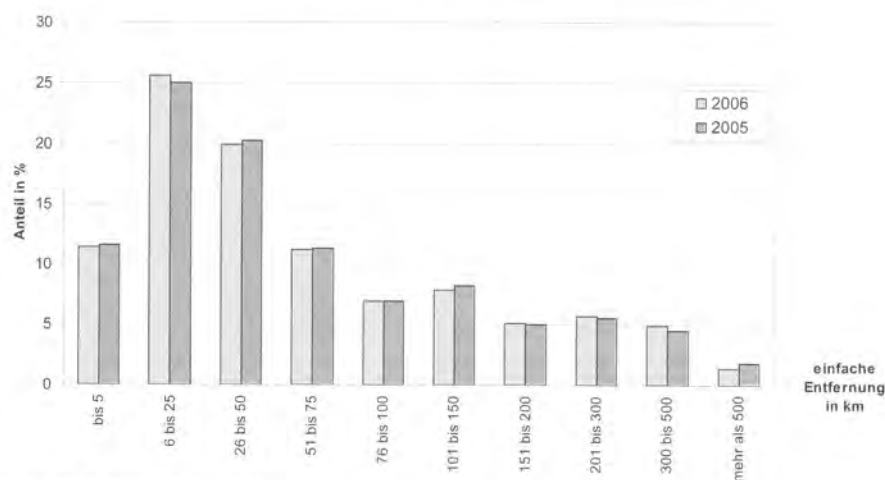


Quelle: Maschke, Dr. Joachim, „Tagesreisen der Deutschen“, DWIF Schriftenreihe Nr. 51, München 2006, S. 45

Nach Berechnungen des DWIF nehmen jedoch rund 30% aller Tagesausflügler überdurchschnittliche Entfernungen in Kauf, rund 15% Entfernungen von 76 bis 150 Kilometer und rund 11% Entfernungen von 151 bis 300 Kilometer (siehe Abbildung 9).

Selbst bei einer reinen Autobahnfahrt ist bei einer Strecke von 300 Kilometern und der Berücksichtigung der Strecken vom Wohnort bis zur nächstgelegenen Anschlussstelle sowie von der Autobahn bis zum endgültigen Zielort von einer Fahrzeit von rund 180 Minuten auszugehen.

Abbildung 9: Streuung der Tagesausflugsentfernungen (einfache Wegstrecke)



Quelle: Maschke, Dr. Joachim, „Tagesreisen der Deutschen“, DWIF Schriftenreihe Nr. 52, München 2007, S. 51

Auf Basis dieser Werte lässt sich nun ermitteln, wie sich die Aktivitätsquotienten in Abhängigkeit von der Distanz innerhalb eines homogenen (gleiche Bevölkerungsdichte, Gleichverteilung sämtlicher Museen, einheitliche Attraktivität der Museen) Einzugsgebiets verändern.

Tabelle 21: Ermittlung distanzabhängiger Aktivitätsquotienten für ein Technikmuseum

Distanz in km	Akzeptanz ¹⁴	Besuche	Radius ¹⁵ in km	Fläche in km ²	Einwohner	Aktivitätsquotient
Spalte 1	Spalte 2	Spalte 3	Spalte 4	Spalte 5	Spalte 6	/ 1.000 EW
	vgl. dazu Abbildung 9	= Spalte 2 x Besuche ges.	= Spalte 1 / Faktor 1,3	= (Spalte 4) ² x π (3,14159)	= Spalte 5 x Ø Bevölkerungsdichte	= Spalte 3 / Spalte 6 x 1.000
0-25	37%	9.166	19,2	1.162	237.013	38,67
26-50	20%	4.955	38,5	3.485	711.040	6,97
51-75	11%	2.725	57,7	5.809	1.185.067	2,30
76-100	7%	1.734	76,9	8.133	1.659.094	1,05
101-150	8%	1.982	115,4	23.237	4.740.269	0,418
151-200	5%	1.239	153,8	32.531	6.636.377	0,187
201-300	6%	1.486	230,8	92.946	18.961.076	0,078
301-500	5%	1.239	384,6	297.429	60.675.442	0,020
>500	1%	247	391,8	17.553	3.607.611	-
Gesamt	100%	24.773 ¹⁶		482.285	98.412.990	-

Eigene Darstellung ift GmbH 2012

¹⁴ Vergleiche dazu Abbildung 9

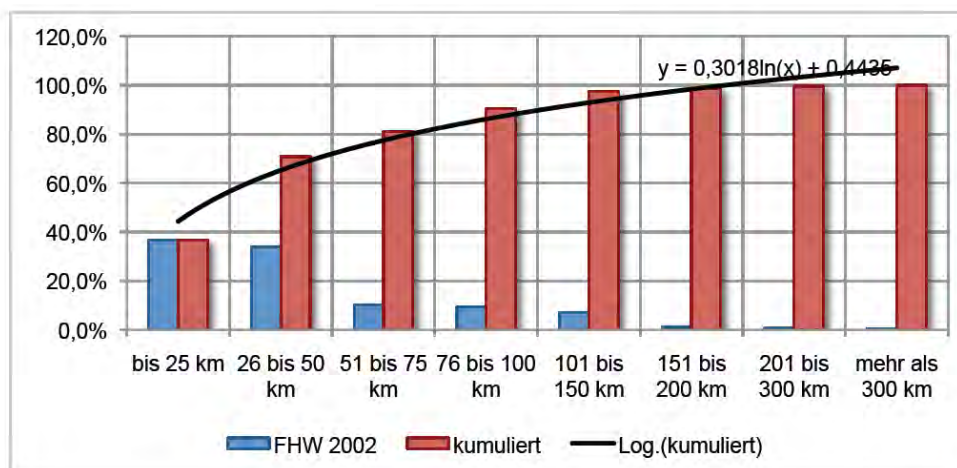
¹⁵ Gerechnet wurde hier mit einem Faktor von 1,3 um den die tatsächlich gefahrene Strecke länger ist, als die Luftlinie. Dies ist ein Erfahrungswert aus der Entwicklung von Fahrzeugnavigationssystemen bzw. den dazugehörigen Routenberechnungsprogrammen.

¹⁶ Vergleiche dazu Tabelle 20, von der dort angegebenen durchschnittlichen Gesamtbesucherzahl von naturwissenschaftlich-technischen Museen (26.816) entfallen 92,4% auf Besuche aus dem Primärmarkt.

5.1.3.2 Verhalten der Übernachtungstouristen (Sekundärmarkt)

Gegenüber Ausflüglern, die von ihrem Wohnort aus zu einer Tagesreise starten, haben Urlaubsreisende, die von ihrem Übernachtungsort zu einem Tagesausflug starten (Urlaubsortstarter), einen wesentlich geringeren Aktionsradius. Die durchschnittlich bei einem Tagesausflug vom Urlaubsort zurückgelegte Strecke beträgt nur rund 30 Kilometer.

Abbildung 10: Streuung der Tagesausflugsentfernungen (einfache Wegstrecke)



Quelle: Fachhochschule Westküste 2002

Als Faustformel gilt branchenüblich, dass durch Urlaubsortstarter maximal rund $\frac{1}{4}$ der Aufenthaltsdauer in der besuchten Einrichtung als Anreise in Kauf genommen wird. Bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in einem Museum von vier Stunden wären dies 60 Minuten.

Auf Basis der in Abbildung 10 angegebenen Werte können analog zur Vorgehensweise im Kapitel 5.1.3.1 die distanzabhängigen Aktivitätsquotienten ermittelt werden. Die Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

Tabelle 22: Aktivitätsquotienten (Besuche/1.000 Übernachtungen) im Sekundärmarkt

Museumstyp	Distanz in km					
	0-25	26-50	51-75	76-100	101-150	151-200
Technikmuseum	0,5706	0,1028	0,0339	0,0154	0,0062	0,0028

Eigene Darstellung ift GmbH 2013

▶ 6. Anhang

Tabelle 23: Liste der berücksichtigten technischen Museen¹⁷

Name	PLZ, Ort	Entfernung	Besucher
Aeronauticon	17389, Anklam	130 km	
Altlandtechnik-Museum Klein Upahl	18267, Klein Upahl	11 km	
Bahnhofsmuseum Röbel	17207, Röbel	111 km	
Deutsches Meeresmuseum - Nautineum	18439, Stralsund	110 km	über 1 Million (jährlich)
Dunkelkammer Rastow	19077, Rastow	120 km	
Eisenbahn- und Technikmuseum Rügen	18609, Prora	153 km	
Erlebnisswelt U-Boot GmbH	18546, Sassnitz	162 km	
Erstes Buchdruckmuseum Mecklenburg-Vorpommern	18292, Krakow am See	77 km	
Eisenbahndampffährschiff „Stralsund“	17438, Wolgast	140 km	
Flippermuseum Schwerin	19059, Schwerin	93 km	
Forst- und Köhlerhof Rostock-Wiethagen e.V.	18182, Rostock- Wiethagen	22 km	
Freilichtmuseum Klo- ckenhagen e.V.	18311, Klocken- hagen	31 km	
Greifswalder Museums- werft e.V.	17489, Greifswald	105 km	
Heimatmuseum Stern- berg	19406, Sternberg	75 km	
Erdölmuseum Reinken- hagen mit Heimatstube	18519, Reinken- hagen	98 km	
Historisch-Technisches	17449, Peenemün-	160 km	zwischen

¹⁷ Quelle: http://museen.kulturportal-mv.de/de/museen_nach_kategorie/technische_museen/

Name	PLZ, Ort	Entfernung	Besucher
Museum Peenemünde	de		1991 bis 2011 über 4,6 Mio. Besucher
Historische Druckwerk- statt Rügenhof am Kap Arkona	18556, Putgarten	183 km	
Historische Handwerk- stuben Gingst	18569, Gingst/Rügen	142 km	
Historisches Uhren- und Musikgerätemuseum	18581, Putbus	111 km	
Internationale Feuer- wehrmuseum Schwerin	19063, Schwerin	98 km	
Kreisagrarmuseum Dorf Mecklenburg	23972, Dorf Meck- lenburg	66 km	
Landesfeuerwehrmuseum Mecklenburg- Vorpommern Meetzen	19205, Meetzen	113 km	
Luftfahrttechnisches Mu- seum Rechlin	17248, Rechlin	121 km	
Mecklenburgisches Ei- senbahn- und Technik- museum	19053, Schwerin	93 km	
Mecklenburgisches Or- gelmuseum	17213, Malchow	89 km	
Mecklenburgisches Volkskundemuseum/ Freilichtmuseum Schwe- rin Mueß	19063, Schwerin	98 km	
Militärhistorisches und technisches Museum Eggesin e.V.	17367, Eggesin	180 km	
Mönchguter Museen – Lotsenturm und - wacheMuseumsschiff „Luise“	18586, Ostseebad Thiessow	167 km	
Mönchguter Museen – Museumsschiff „Luise“	18586, Ostseebad Göhren	166 km	
Motorradmuseum Du-	17398, Ducherow	151 km	

Name	PLZ, Ort	Entfernung	Besucher
cherow e.V.			
Mühlenhof Altkalen e.V.	17179, Altkalen	65 km	
Mühlenmuseum Patzig	18582, Patzig	146 km	
Museum „Altes Küsterhaus“	19249, Lübbtheen	160 km	
Museum für Blechspielzeug und mechanische Musikinstrumente in der „Villa Pustebume“	17255, Wesenberg	140 km	
Museum für Unterwasserarchäologie, Archäologisches Landesmuseum Mecklenburg-Vorpommern	18546, Sassnitz	162 km	
Technik- und Zweiradmuseum Dargen/ Usedom e.V.	17419, Dargen	163 km	
Museum im Leuchtturm Putgarten (Kap Arkona)	18556, Putgarten/ Kap Arkona	185 km	
Museum in der Mühle zu Malchin	17139, Malchin	75 km	
Museum in der „Lassaner Mühle“	17440, Lassan	145 km	
Museum Putbus	18581, Putbus	111 km	
Museum „Societät Rostock maritim e.V.“	18055, Rostock	11 km	
Museumsdorf Kobrow/ Mecklenburgisches Kutschmuseum	19406, Kobrow II	77 km	
Museumsmühle Woldegk	17348, Woldegk	175 km	
Oldtimermuseum Groß Raden	19406, Groß Raden	60 km	
Otto-Lilienthal-Museum	17389, Anklam	130 km	
Phänomena Peenemünde	17449, Peenemünde	160 km	
Salzmuseum	18334, Bad Sülze	45 km	

Name	PLZ, Ort	Entfernung	Besucher
Sassnitzer Fischerei- und Hafenumuseum	18546, Sassnitz	162 km	
Schiffbau- und Schifffahrtsmuseum Rostock	18106, Rostock	0 km	
Schleifmühle Schwerin	19061, Schwerin	101 km	
Technik-Modell-Museum Rügen e.V.	18573, Samtens	97 km	
Technik-Museum Pütnitz	18311, Ribnitz-Damgarten	33 km	
Technikschau Wismar im Glashaus des Bürgerparks	23951, Wismar	68 km	
Technisches Landesmuseum Mecklenburg-Vorpommern	23951, Wismar	68 km	
Teerschelergehöft	17214, Sparow	91 km	
Wassermühle Kuchelmiß	18292, Kuchelmiß	62 km	
Windmühle/ Dorfmuseum Stove	23974, Stove	45 km	
Ziegelei Benzin	19386, Benzin	115 km	