

Touristisches Netzwerk Industriekultur in Brandenburg

Kooperationsvereinbarung vom 17.07.2017

Der

Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V.
vertreten durch den Vorstand,
dieser vertreten durch die Geschäftsführerin, Kathrin Winkler
Steindamm 22, 01968 Senftenberg
nachfolgend „TV LSL“ oder „Kordinierungsstelle“ genannt,

und

die Unterzeichnenden der Beitrittserklärung gem. § 3 dieser
Kooperationsvereinbarung
nachfolgend „Mitglieder“ genannt

schließen die folgende Kooperationsvereinbarung über die Bildung eines
Touristischen Netzwerks Industriekultur in Brandenburg („Touristisches Netzwerk IK
BB“ oder „Netzwerk“ genannt):

...

Präambel

Die Aktivierung von Bauten der Industriekultur für kulturelle Nutzungen hat in Deutschland seit einigen Jahrzehnten Konjunktur, allerdings mit großen Unterschieden in den zeitlichen Entwicklungen. Nahm schon die industrielle Entwicklung regional sehr unterschiedliche Wege, so gilt dies auch für die Kommunikation der als Sehenswürdigkeit erschlossenen Originalschauplätze der Industriekultur.

In Brandenburg ist sowohl der image- und identitätsbildende Wert als auch der Erlebniswert von touristisch professionell erschlossenen Industrieschauplätzen anerkannt. Doch in der touristischen Kommunikation hat die Industriekultur noch nicht immer ihren festen Platz. Dabei gibt es in diesen Sehenswürdigkeiten viel zu entdecken: Die Orte erzählen einen prägenden Teil der Regionalgeschichte. Diese Geschichte ist eng mit der Entwicklung Berlins zur Metropole verbunden. So wurden etwa im Ziegeleipark Mildenberg Ziegel für den Bau der Berliner Wohnhäuser hergestellt und in der Brikettfabrik LOUISE die Briketts für deren Beheizung produziert. Diese historische Verknüpfung soll auch für die touristische Kommunikation genutzt werden.

Wenn die brandenburgische Industriekultur zusammen mit der industriell geprägten Entwicklung Berlins kommuniziert wird, können spannende Geschichten erzählt werden, die eine überregionale Strahlkraft haben. Und werden diese geschichtsträchtigen Orte mit anderen touristischen Angeboten wie Radfahren, wasserorientierter Erholung und Städtetourismus verknüpft, so kann eine sehr breite Zielgruppe angesprochen werden. Die neuen Angebote zur Entdeckung der Industriekultur werden entsprechend dem touristischen Markenprozess, der von der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH umgesetzt wird, entwickelt und in der Urlaubswelt „Kultur erleben“ kommuniziert. Damit wird ein Beitrag zur Umsetzung der Landestourismuskonzeption geleistet.

Für den Aufbau des Touristischen Netzwerks IK BB werden die Erfahrungen und die Struktur der „ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur“ (ENERGIE-Route) genutzt, damit die positiven Entwicklungen der ENERGIE-Route auf das ganze Land ausgedehnt werden. Die ENERGIE-Route ist ein touristisches Marketingnetzwerk, das im Jahr 2007 gegründet wurde. Derzeit elf Originalschauplätze der Lausitzer Industriekultur bündeln ihre Kommunikationsaktivitäten unter einem Dach und tauschen sich regelmäßig untereinander aus. Die Stationen der ENERGIE-Route sind für Marketingzwecke in Highlight, Sehenswert und Geheimtipp klassifiziert. Diese Einteilung ermöglicht es, die Orte der Industriekultur entsprechend ihrer Angebotsprofile und touristischen Gegebenheiten zielgruppenorientiert zu bewerben. Die ENERGIE-Route wurde mehrfach als Best Practice Beispiel ausgezeichnet und ist eine regionale Route der Europäischen Route der Industriekultur (ERIH). Die ENERGIE-Route soll ab 01.01.2019 über eine gesonderte Vereinbarung als Premiumprodukt des Touristischen Netzwerks IK BB geführt werden.

Das Ministerium für Wirtschaft und Energie fördert die Gründung und die Aktivitäten des Touristischen Netzwerks IK BB finanziell in den Jahren 2017 und 2018. Nach dieser Anschubfinanzierung soll sich das Netzwerk eigenständig tragen.

§ 1 Gegenstand der Zusammenarbeit

1. Das Netzwerk führt den Namen „Touristisches Netzwerk Industriekultur in Brandenburg“ (Touristisches Netzwerk IK BB). Der Wirkungsbereich des Netzwerks erstreckt sich über das Land Brandenburg.
2. Ziele des Netzwerkes sind:
 - (1) Initiierung eines tourismus-fachlichen Austauschs.
 - (2) Etablierung einer Kultur des gemeinsamen Netzwerkmarketings.
 - (3) Entwicklung von touristischen Marketingmaßnahmen.
 - (4) Vernetzung mit industriegulturellen und touristischen Partnern.
 - (5) Vermittlung touristischer Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebote.
3. Das Netzwerk verfolgt nicht das Ziel einer Gewinnerwirtschaftung, sondern der Orientierung auf Kostendeckung. Das Geschäftsjahr des Netzwerks ist das Kalenderjahr.

§ 2 Aufgaben des Netzwerkes

1. Zur Verwirklichung der Ziele des Netzwerkes sind insbesondere folgende Vorhaben geplant:
 - (1) Kontinuierlicher tourismus-fachlicher Austausch zwischen der Koordinierungsstelle, den ordentlichen Mitgliedern, den Fördermitgliedern, dem Beirat und weiteren Partnern aus Kultur und Wirtschaft, um die Orte der Industriekultur in den jeweiligen Reisegebieten und im Markenprozess der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) besser zu positionieren. Als Medium für den tourismus-fachlichen Austausch dient u.a. das digitale „Tourismusnetzwerk Brandenburg“, dessen Freischaltung von der TMB ab Ende 2017 geplant ist. Das Touristische Netzwerk IK BB nutzt das digitale „Tourismusnetzwerk Brandenburg“ für den Austausch der Mitglieder untereinander.
 - (2) Die Etablierung einer Kultur des gemeinsamen Marketings des Touristischen Netzwerks IK BB wird über regelmäßige Treffen gefördert. Durch das persönliche Kennenlernen und den regelmäßigen Austausch wird das „Wir-Gefühl“ gestärkt, das die Basis für gemeinsame Kommunikation und gemeinsames Marketing ist. Die ordentlichen Mitglieder des Touristischen Netzwerks IK BB binden Informationen über ihr Netzwerk in die Print- und digitalen Medien der Industriekulturorte ein und legen ihre Flyer gegenseitig an ihren Standorten und auf Messen aus. Nicht zuletzt soll das Mitarbeiterbewusstsein gestärkt werden, Teil des Touristischen Netzwerks IK BB zu sein, damit die Mitarbeiter diese Botschaft aktiv an die Besucher kommunizieren.
 - (3) Als konkrete touristische Marketingmaßnahmen wird auf der Website des Reiselandes Brandenburg eine Subsite für das Touristische Netzwerk IK BB geschaffen und es werden beispielhaft Tagestouren für Individualreisende entwickelt. Für die Umsetzung dieser Maßnahmen werden über den Landestourismusverband Brandenburg (LTV) Kooperationen mit den Brandenburger Reisegebieten aufgebaut und gepflegt. Die Initiierung zusätzlicher Marketingprojekte ist möglich. Hierfür schließen die jeweils beteiligten Partner eine gesonderte Vereinbarung.

- (4) Die Durchführung von touristischen Schulungen und Qualifizierungsangeboten (u.a. zum Thema Service-Q), zugeschnitten auf die Belange der Orte der Industriekultur, erfolgt über die Tourismusakademie Brandenburg (TAB) und ggf. andere Partner.
2. Zur Verstärkung des überregionalen Wirkungspotenzials der industriekulturellen Sehenswürdigkeiten werden folgende Institutionen in die Marketingaktivitäten des Touristischen Netzwerks IK BB einbezogen:
- die Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB),
 - der Museumsverband des Landes Brandenburg (MVB),
 - der Landestourismusverband Brandenburg (LTV),
 - das Brandenburgische Netzwerk Aktiv in der Natur,
 - das Berliner Zentrum Industriekultur (BZI),
 - die Koordinierungsstelle Sächsische Industriekultur und
 - andere, in vergleichbarem Maße relevante Partner.
- Für die internationale Vernetzung wird ein enger Austausch mit der Europäischen Route der Industriekultur (ERIH) angestrebt.

§ 3 Mitgliedschaft

1. Ordentliches Mitglied des Netzwerkes können natürliche oder juristische Personen werden, die touristisch erschlossene Orte der Industriekultur aus dem in § 1 benannten Wirkungsbereich repräsentieren und die mindestens die Kriterien der Kategorie Geheimtipp nach Anlage 2 erfüllen. Die „ENERGIE-Route Lausitzer Industriekultur“ (ENERGIE-Route) kann als Kooperation insgesamt Mitglied des Netzwerkes werden unabhängig davon, ob Mitglieder dieser Kooperation die in § 1 beschriebene Gebietskulisse erweitern.
2. Förderndes Mitglied können natürliche oder juristische Personen werden, die auf kulturellem, touristischem oder wirtschaftlichem Gebiet tätig sind und einen Bezug zum Thema Industriekultur aufweisen.
3. Gründungsmitglieder des Netzwerkes sind die ordentlichen oder fördernden Mitglieder, deren rechtsverbindlich unterzeichnete Beitrittserklärung nach dem in Anlage 1 enthaltenen Muster dem TV LSL bis zum 12.07.2017 zugegangen ist. Die Mitgliedschaft beginnt in diesem Fall mit dem Akt der offiziellen Gründung des Netzwerkes am 17.07.2017.
4. Der Beitritt zum Netzwerk nach dessen Gründung kann bei der Koordinierungsstelle durch Übersendung der Beitrittserklärung gem. Anlage 1 beantragt werden. Der Beirat spricht mit einfacher Mehrheit eine Empfehlung für die Aufnahme aus. Die endgültige Entscheidung über die Aufnahme eines Mitgliedes trifft die Mitgliederversammlung.

§ 4 Mitgliedsbeiträge und Umlagen

1. Die Mitgliedschaft im Netzwerk verpflichtet zur regelmäßigen Beitragszahlung. Bis zum 31.12.2018 ist die ordentliche Mitgliedschaft im Netzwerk betragsfrei.

2. Ab dem 01.01.2019 zahlen ordentliche Mitglieder und die ordentlichen Mitglieder der ENERGIE-Route einen jährlichen Mitgliedsbeitrag in Höhe von 350 Euro.
3. Spätestens ab dem 01.01.2019 zahlen fördernde Mitglieder und fördernde Mitglieder der ENERGIE-Route einen Beitrag in Höhe von 350 Euro, es sei denn, es wurde ein höherer Beitrag vereinbart.
4. Der Mitgliedsbeitrag für ordentliche und fördernde Mitglieder wird als Jahresbeitrag auch bei unterjährigem Beitritt erhoben und ist 14 Tage nach Rechnungslegung fällig.
5. Mitglieder können projektbezogene Umlagen vereinbaren, die sodann gesondert von der Koordinierungsstelle erhoben werden.

§ 5 Koordinierungsstelle des Netzwerks

1. Mit der Koordinierung der Aktivitäten des Netzwerks wird der Tourismusverband Lausitzer Seenland e. V. (TV LSL) als Koordinierungsstelle beauftragt. Die Mitglieder unterstützen die Koordinierungsstelle.
2. Die Beauftragung der Koordinierungsstelle erfolgt nach Maßgabe der Finanzierung, die zunächst bis Ende 2018 sichergestellt ist. Die Beauftragung endet automatisch mit Auslaufen der Finanzierung der Personalstelle über öffentliche Fördermittel. Falls es nicht gelingt, Fördermittel oder andere Zuwendungen für die Verlängerung der Personalstelle einzuwerben, werden die Mitglieder eine gemeinschaftliche Koordinierung sicherstellen.
3. Aufgaben der Koordinierungsstelle sind insbesondere:
 - Erstellung der Jahres- und Finanzplanung
 - Verwaltung und Abrechnung von Fördermitteln und anderen Zuwendungen
 - Erhebung von Mitgliedsbeiträgen und ggf. projektbezogenen Umlagen
 - Erstellung des Jahresberichtes und Rechnungsabschlusses
 - Organisation des fachlichen Austauschs
 - Organisation und Umsetzung der Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen
 - Einberufung und Leitung der Mitgliederversammlungen, Protokollführung, Organisation der Umsetzung der Beschlüsse
 - Vertretung der Interessengemeinschaft nach außen
 - Abstimmungen mit Wirtschaft und Kultur
4. Die Koordinierungsstelle ist bevollmächtigt, das Netzwerk und die Mitglieder des Netzwerkes in allen rechtsgeschäftlichen und tatsächlichen Handlungen, die zur Erfüllung ihrer Aufgaben erforderlich sind, zu vertreten. Die Vertretungsbefugnis in finanzieller Hinsicht zu Lasten des Netzwerkes ist auf Handlungen innerhalb des bestätigten Finanzplanes beschränkt, soweit nicht Beschlüsse der Mitgliederversammlung darüber hinausgehende Befugnisse geben. Die Koordinierungsstelle ist von den Beschränkungen des § 181 BGB befreit.
5. Die Parteien sind sich darüber einig, dass die Koordinierungsstelle Leistungen für die ENERGIE-Route im Rahmen des Netzwerkes fortführt.

§ 6 Beirat

1. Der Beirat des Netzwerkes besteht aus der
 - der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH,
 - dem MVB Museumsverband des Landes Brandenburg e.V. und
 - dem LTV Landestourismusverband Brandenburg e.V.,die jeweils ein Mitglied ihrer Institution als Vertreter in den Beirat entsenden.
2. Der Beirat begleitet das Netzwerk fachlich beratend.
3. Der Beirat spricht eine Empfehlung über die Aufnahme der ordentlichen und fördernden Mitglieder aus. Die Entscheidung über die Aufnahme eines ordentlichen oder fördernden Mitgliedes trifft die Mitgliederversammlung.
4. Der Beirat spricht eine Empfehlung für die Klassifizierung der einzelnen ordentlichen Mitglieder in Highlight, Sehenswert und Geheimtipp nach Maßgabe der in Anlage 2 dargestellten Kriterien aus. Diese Klassifizierung ermöglicht es, die ordentlichen Mitglieder entsprechend ihrer Angebotsprofile und touristischen Gegebenheiten zielgruppenorientiert zu bewerben. Die Entscheidung über die Klassifizierung der ordentlichen Mitglieder trifft die Mitgliederversammlung.

§ 7 Mitgliederversammlung

1. Die Mitgliederversammlung wird mindestens einmal im Jahr von der Koordinierungsstelle einberufen. Fördermitglieder können beratend an der Mitgliederversammlung teilnehmen. Über die Mitgliederversammlung ist ein Ergebnisprotokoll zu führen und den Mitgliedern zuzusenden.
2. Wichtige Angelegenheiten, die eine zeitnahe Entscheidung erfordern, können im Umlaufverfahren beschlossen werden. Hierfür ist die Textform (E-Mail) ausreichend.
3. Jedes ordentliche Mitglied hat eine (1) Stimme. Die Ausübung des Stimmrechts kann bei Verhinderung auf ein anderes Mitglied schriftlich übertragen werden. Die Stimmenzahl der ENERGIE-Route richtet sich nach der jeweils aktuellen Anzahl ihrer ordentlichen Mitglieder.
4. Die Mitgliederversammlung ist beschlussfähig bei Anwesenheit bzw. Stimmenübertragung von 40 % der Mitglieder. Sie ist zuständig für alle Entscheidungen, die nicht von der Koordinierungsstelle oder dem Beirat getroffen werden können.
5. Folgende Entscheidungen bedürfen der qualifizierten Mehrheit von 2/3 der Stimmen der ordentlichen Mitglieder:
 - Festsetzung der jährlichen Mitgliedsbeiträge
 - Aufnahme von ordentlichen und fördernden Mitgliedern
 - Ausschluss von Mitgliedern bei Vorliegen eines wichtigen Grundes
 - Änderung der Kooperationsvereinbarung
 - Auflösung des Netzwerkes.

6. Alle übrigen Entscheidungen werden mit einfacher Mehrheit der Stimmen der Mitglieder getroffen, insbesondere
 - Festlegung gemeinsamer Aktivitäten
 - Bestätigung der Jahres- und Finanzplanung
 - Entgegennahme des Jahresberichts, Entlastung der Koordinierungsstelle.

§ 8 Beendigung der Mitgliedschaft

1. Die Mitgliedschaft endet durch Austritt, Ausschluss oder Tod, bei juristischen Personen mit ihrer Auflösung. Die Mitgliedschaft endet auch mit Auflösung des Netzwerkes.
2. Der Austritt ist nur zum Ende eines Kalenderjahres mit einer Kündigungsfrist von 6 Monaten möglich und durch eingeschriebenen Brief an die Koordinierungsstelle zu erklären.
3. Mit Beendigung der Mitgliedschaft erlöschen alle sich aus dem Netzwerk ergebenden Rechte und Pflichten. Das ordentliche oder fördernde Mitglied bleibt jedoch zur Zahlung der Mitgliedsbeiträge und Umlagen bis zum Ende der Mitgliedschaft verpflichtet. Die ordentlichen oder fördernden Mitglieder haben beim Ausscheiden keine Ansprüche auf Rückerstattung der Beiträge bzw. das Vermögen des Netzwerkes.

§ 9 Auflösung des Netzwerkes

1. Das Netzwerk kann durch Beschluss der Mitgliederversammlung aufgelöst werden. Im Falle der Beschlussunfähigkeit der Mitgliederversammlung ist innerhalb von 4 Wochen eine weitere Mitgliederversammlung mit gleicher Tagesordnung einzuberufen. Diese Versammlung kann ohne Rücksicht auf die Zahl der erschienenen bzw. vertretenen Mitglieder die Auflösung des Netzwerkes mit einfacher Mehrheit beschließen.
2. Bei Auflösung des Netzwerkes wird nach Begleichung aller Verbindlichkeiten das Vermögen entsprechend ihrer Anteile auf die ordentlichen Mitglieder aufgeteilt.

§ 10 Schlussbestimmungen

1. Die Koordinierungsstelle, die Mitglieder und der Beirat haften einander ausschließlich für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Im Falle der groben Fahrlässigkeit ist die Haftung für mittelbare Schäden und Folgeschäden (insbesondere entgangener Gewinn und vergebliche Aufwendungen) ausgeschlossen.
2. Nebenabreden, Änderungen und Ergänzungen bedürfen der Schriftform. Das gilt auch für einen Verzicht auf dieses Schriftformerfordernis.
3. Sollte eine Bestimmung dieser Vereinbarung unwirksam sein, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen der Vereinbarung nicht. Die Bestimmung soll vielmehr durch eine Regelung ersetzt werden, die rechtlich zulässig ist und der ursprünglichen Bestimmung am nächsten kommt.

4. Ausschließlicher Gerichtsstand ist Cottbus; es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

Anlagen:

- Anlage 1: Beitrittserklärung
Anlage 2: Kriterienkatalog für die Klassifizierung der ordentlichen Mitglieder
Anlage 3: Erfassungsbogen für die Klassifizierung der ordentlichen Mitglieder

Senftenberg, d. 17.07.2017

Ort, Datum



Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V.
Kathrin Winkler
Geschäftsführerin

Kooperationsvereinbarung „Touristisches Netzwerk Industriekultur in Brandenburg“

Anlage 1

**Touristisches Netzwerk
Industriekultur in Brandenburg
Beitrittserklärung für Mitglieder**

Ich/wir treten dem „Touristischen Netzwerk Industriekultur in Brandenburg“ als

- Ordentliches Mitglied**
- Förderndes Mitglied**

auf der Grundlage der Kooperationsvereinbarung des Netzwerks vom 17. Juli 2017 in jeweils aktueller Fassung bei.

Name des Antragstellers

Name des bevollmächtigten Vertreters des Antragstellers

Anschrift

Telefon

Fax

Mail

Website

Bitte nennen Sie hier den touristisch erschlossenen Ort der Industriekultur
(ordentliches Mitglied)

Bitte nennen Sie hier den Namen der natürlichen oder juristischen Person, die auf
kulturellem, touristischem oder wirtschaftlichem Gebiet tätig ist und einen Bezug zum Thema
Industriekultur aufweist (förderndes Mitglied)

Ort, Datum

Unterschrift

Kooperationsvereinbarung „Touristisches Netzwerk Industriekultur in Brandenburg“

Anlage 2

Kriterienkatalog für die Klassifizierung der ordentlichen Mitglieder des Touristischen Netzwerks Industriekultur in Brandenburg

Die Klassifizierung der ordentlichen Mitglieder nach diesem Kriterienkatalog ermöglicht es, die ordentlichen Mitglieder entsprechend ihrer Angebotsprofile und touristischen Gegebenheiten zielgruppenorientiert zu bewerben.

Highlight

- Öffnungszeiten ganzjährig, an mindestens 6 Tagen die Woche
- Qualifizierte Führungsangebote oder selbständiges Begehen möglich
- Qualitätsvolle Interpretation des jeweiligen Themas
- Ausreichende authentische Kulisse ohne zu große Eingriffe
- Veranstaltungen mit (über)regionaler Ausstrahlungskraft
- Angebote für Kinder und Jugendliche
- Gastronomie
- Shop
- Ausreichende Parkmöglichkeiten
- Aktuelle Website, auch auf Englisch
- Informationsbroschüren
- Besucherzentrum
- Ausschilderung
- Bereitschaft, für das Netzwerk zu werben

Sehenswert

- Geregelte Öffnungszeiten
- Qualifizierte Führungsangebote oder selbständiges Begehen möglich
- Qualitätsvolle Interpretation des jeweiligen Themas
- Ausreichende authentische Kulisse ohne zu große Eingriffe
- Ausreichende Parkmöglichkeiten
- Aktuelle Website
- Informationsbroschüren
- Ausschilderung
- Bereitschaft, für das Netzwerk zu werben

Geheimtipp

- auf Anfrage geöffnet
- Qualifizierte Führungsangebote oder selbständiges Begehen möglich
- Ausreichende authentische Kulisse ohne zu große Eingriffe
- Ausreichende Parkmöglichkeiten
- Bereitschaft, für das Netzwerk zu werben

Kooperationsvereinbarung „Touristisches Netzwerk Industriekultur in Brandenburg“

Anlage 3

Erfassungsbogen für die Klassifizierung der ordentlichen Mitglieder des Touristischen Netzwerks Industriekultur in Brandenburg

Bitte senden an:

Tourismusverband Lausitzer Seenland e. V.
Koordinierungsstelle Touristisches Netzwerk Industriekultur in Brandenburg
Steindamm 22, 01968 Senftenberg

oder per E-Mail an:

info@industriekultur-brandenburg.de

1. Allgemeine Angaben

Name des touristisch erschlossenen Ortes der Industriekultur	
Ansprechpartner	
Straße, Nr.	
PLZ, Stadt	
Telefon Festnetz	
Telefon Mobil	
Website	

Falls der Name des Ortes der Industriekultur nicht identisch mit dem Träger ist, tragen Sie bitte hier die Angaben des Trägers ein:

Name des Trägers	
Ansprechpartner	
Straße, Nr.	
PLZ, Stadt	
Telefon Festnetz	
Telefon Mobil	
Website	

2. Beschreibung des touristisch erschlossenen Ortes der Industriekultur

[Bitte beschreiben Sie stichpunktartig: Welcher Industriebranche ist Ihr Ort zuzuordnen? Handelt es sich um einen Originalschauplatz? Was ist an authentischen Gebäuden, Maschinen oder Gerätschaften erhalten? Welches Alleinstellungsmerkmal hat Ihre Sehenswürdigkeit? Was ist das Besondere / Einzigartige?]

Falls der Platz hier nicht reicht, nutzen Sie bitte ein separates Blatt]

3. Öffnungszeiten

Ganzjährige Öffnungszeiten an mind. 6 Tagen die Woche	<i>[bitte Wochentage und Uhrzeiten eintragen]</i>
Feste Öffnungszeiten	<i>[bitte Monate, Wochentage und Uhrzeiten eintragen]</i>
Nur auf Anfrage geöffnet	<i>[bitte die Konditionen beschreiben]</i>

4. Besichtigung und Führungsangebote

Besichtigung im Rahmen geführter Touren möglich	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Selbständiges Begehen möglich	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Geführte Touren in anderen Sprachen werden angeboten	<input type="radio"/> Englisch <input type="radio"/> Polnisch <input type="radio"/> Tschechisch <input type="radio"/>
Dauer einer geführten Tour	
Empfohlene Aufenthaltsdauer für einen Besuch	

5. Qualitative Interpretation des jeweiligen Themas [bitte stichpunktartig auflisten]

originale Anschauungsobjekte	
Informationstafeln	
Dauer- und Wechsel-Ausstellungen	
multimediale Erlebnisse	
Mitmachangebote	

[Bitte beschreiben Sie ggf. weitere Methoden, wie Ihr Angebot erlebnisorientiert aufbereitet wird. Falls der Platz hier nicht reicht, nutzen Sie bitte ein separates Blatt]

6. Veranstaltungen

[Bitte listen Sie Ihre Veranstaltungen und Events auf, die (über)regionale Ausstrahlungskraft haben.]

7. Vermietung von Veranstaltungsräumen

[Bitte listen Sie die Räumlichkeiten auf, die Sie für Tagungen, Feiern und Events vermieten.]

8. Angebote für Kinder und Jugendliche

[Bitte listen Sie stichpunktartig Ihre Angebote für Kinder und Jugendliche auf.]

9. Touristischer Service

Besucherzentrum mit touristischen Info-Punkt	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Besucherzentrum mit anerkannter Tourist-Info (i-Marke des DTV)	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Restaurant, Café oder Bistrot vor Ort	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Restaurant, Café oder Bistrot in der unmittelbaren Nähe	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein Entfernung in km:.....
Picknick-Platz vor Ort	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Souvenir-Shop	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Anreiseweg ist gut sichtbar ausgeschildert	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Parkplätze für PKW	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Parkplätze für Reisebusse	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Parkplätze für Räder	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Radwegeanbindung	[Bitte listen Sie die Radwege auf, an denen Ihr Ort der Industriekultur angebunden ist]
ÖPNV-Anschluss Bahnhof	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein Entfernung in km:.....
ÖPNV-Anschluss Bushaltestelle	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein Entfernung in km:.....
Hotel in der Nähe	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein Entfernung in km:.....
Pension/Ferienwohnung in der Nähe	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein Entfernung in km:.....
Vollständig barrierefrei	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Teilweise barrierefrei	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Barrierefreiheit ist auf der Website umfassend beschrieben	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein

10. Kommunikationsmaterialien

Informationsbroschüren, Flyer	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Informationsbroschüren, Flyer in Fremdsprachen	<input type="radio"/> Englisch <input type="radio"/> Tschechisch <input type="radio"/> Polnisch <input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein
Website mit Informationen in Fremdsprachen	<input type="radio"/> Englisch <input type="radio"/> Tschechisch <input type="radio"/> Polnisch <input type="radio"/>
Film	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <i>[Bitte geben Sie ggf. den You-Tube-Link an.]</i>
Buchbare Angebote mit touristischen Partnern (Pauschalen)	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <i>[Bitte listen Sie stichpunktartig Ihre buchbaren Angebote auf.]</i>
Sonstiges	<i>[Bitte listen Sie stichpunktartig Ihre sonstigen Kommunikationsmaterialien auf.]</i>

11. Zielgruppen

Kulturliebhaber	<input type="radio"/>
Radfahrer	<input type="radio"/>
Familien	<input type="radio"/>
Schulkassen	<input type="radio"/>
Generation 50+	<input type="radio"/>
Gruppen, Vereine, Verbände	<input type="radio"/>
Sonstige	<input type="radio"/>

12. Besucherzahlen

2016		2015		2014		2013	
------	--	------	--	------	--	------	--