



Neues Nutzungs- und Vermarktungskonzept

**Spandauer Zitadelle zum
überregionalen Kultur- und
Tourismuszentrum entwickeln**

SPD Spandau, 15. Februar 2005



Neues Nutzungs- und Vermarktungskonzept: Spandauer Zitadelle zum überregionalen Kultur- und Tourismuszentrum entwickeln

Die bisher größtenteils bezirkliche Nutzung der Spandauer Zitadelle wird immer wieder heftig kritisiert. Auch der Landesrechnungshof und der Hauptausschuss des Berliner Abgeordnetenhauses fordern seit langem ein abgestimmtes Konzept für die zukünftige Nutzung und Vermarktung ein. Nach mehrmaliger Fristverlängerung soll das Konzept zum 28.02.05 vorliegen, bisher ist das Bezirksamt Spandau ein solches Papier aber schuldig geblieben.

Die Spandauer SPD hat in den letzten Monaten ein fundiertes Konzept für die Nutzung, das Management und die Außendarstellung der Zitadelle erarbeitet. Es beinhaltet eine Analyse des Status quo und stellt Leitlinien für die Entwicklung und Positionierung des einzigartigen Baudenkmals auf. Neben kurzfristig umsetzbaren Maßnahmen enthält es auch detaillierte Vorschläge für alle Häuser und Bastionen des touristischen „Kronjuwels“.

Übersicht

1. Die Ausgangslage
2. Kultur und Tourismus in Berlin
3. Status quo: Aktuelle Nutzung und Defizite
4. Neues Nutzungs- und Vermarktungskonzept im Überblick
5. Kurzfristig umsetzbare Maßnahmen
6. Langfristige Veränderungen bei der Nutzung von Räumlichkeiten

Neues Nutzungs- und Vermarktungskonzept: Spandauer Zitadelle zum überregionalen Kultur- und Tourismuszentrum entwickeln

1. Die Ausgangslage

- Der Denkmalkomplex Zitadelle ist einmalig in Nordeuropa. Die Zitadelle ist nicht nur Renaissancefestung, sondern umfasst mit dem Juliusturm, der wie der anliegende Palas zur mittelalterlichen Burg gehört, eines der ältesten Bauwerke Berlins.
- Die Zitadelle besteht aus zahlreichen Räumlichkeiten und Freiflächen, die teilweise nur eingeschränkt benutzt werden können (Auflagen durch Artenschutz, Denkmalschutz) oder erst für eine spätere Nutzung wiederhergestellt bzw. ausgebaut werden müssen.
- Für die zukünftige Nutzung und Vermarktung der Spandauer Zitadelle ist ein umfassendes Gesamtkonzept notwendig, auf dessen Grundlage Maßnahmen und Nutzungen für die einzelnen Örtlichkeiten entwickelt werden können.
- Das Gesamtkonzept darf nicht nur die jetzige und spätere Nutzung beleuchten, sondern muss auch die Finanzierung der laufenden Kosten im Betrieb, die notwendigen Baumaßnahmen, die Unterhaltung, die Personalkosten, ein Positionierungs- und Vermarktungskonzept sowie eine für die Umsetzung notwendige Form und Organisationsstruktur des Nutzers enthalten.
- Das Konzept muss dem Stellenwert der Zitadelle in einem nationalen und internationalen Rahmen gerecht werden. Dabei ist der Kontext Bundeshauptstadt Berlin – Bezirk – Land Brandenburg (insbesondere Gebiete Havelland und Ost-Havelland) und Potsdam (zukünftig ggf. als Landeshauptstadt eines gemeinsamen Bundeslandes) einzubeziehen.

2. Kultur und Tourismus in Berlin

- Für die Bundesbürger ist Berlin die kulturell attraktivste Stadt. Für die Bevölkerung vermischt sich mehr und mehr E- und U-Kultur. Das Event, das unterhaltsame Ereignis, ist gefragt.
- Die zentral gelegenen Museen in Mitte verzeichnen einen stetigen Aufwärtstrend. Museen sind aber nicht Zuschauermagnete an sich. Das spüren sogar die Gemäldegalerie, noch mehr die Museen in Dahlem, insbesondere aber die Heimatmuseen. Auf öffentliche und private Galerien trifft dies in ähnlicher Weise zu.
- Dezentrale Kulturarbeit, sprich bezirkliche Kulturarbeit, ist sinnvoll und notwendig. Weiterhin sind Initiativen, Projekte und in erster Linie öffentliche Institutionen wie die Kulturhäuser in diesem Zusammenhang gefragt. Auch die Heimatmuseen gehören dazu, aber eben nur in diesem Zusammenhang.

- Der Berlin-Tourismus boomt: 2004 wurde ein Rekordergebnis von 13 Millionen Übernachtungen erreicht. Im Städtetourismus ist Berlin in Deutschland die Nr. 1 und liegt europaweit nach London und Paris auf Platz 3. Besonders attraktiv für die in- und ausländischen Besucher sind die vielfältigen Angebote aus Kunst und Kultur, die Sehenswürdigkeiten, Politik und Geschichte der Stadt, preiswerte Übernachtungs- und Shopping-Möglichkeiten sowie diverse Event-Highlights (Filmfestspiele, Karneval der Kulturen, Christopher-Street-Day, Berlin-Marathon, Lange Nacht der Museen, Loveparade, Lange Nacht des Shoppings, Silvester-Party am Brandenburger Tor).
- Die Berlin Tourismus Marketing GmbH arbeitet in den touristischen Quellmärkten daran, das positive Image Berlins zu festigen und zu erweitern. Die Marketingstrategie wird durch differenzierte Aktionen für Endkunden (Messeauftritte, Publikationen, Anzeigenschaltungen, Internetangebot, Kundenbindung usw.), für Reisemittlerinnen und Reisemittler (Workshops, Produktschulungen usw.) sowie für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (Journalistenreisen, Pressekonferenzen usw.) zielgerichtet realisiert.
- Auch wenn der Städtetourismus Berlins anders strukturiert ist als der eines Flächenlandes wie Brandenburg, wird doch zunehmend die Kooperation gesucht (Fahrrad- und Wassertourismus, gemeinsame Messeauftritte und Workshops).

3. Status quo: Aktuelle Nutzung und Defizite

- Die Zitadelle wird zur Zeit hauptsächlich bezirklich genutzt. Im Mittelpunkt der Nutzung steht das Stadtgeschichtliche Museum. Ein Großteil der (touristisch) interessanten Bereiche ist normalerweise geschlossen oder teilweise nur durch Führungen zu besichtigen. Die Nutzung entspricht damit nicht den umfassenden Möglichkeiten. Zeiten und Art der Öffnung und der Führungen sind zu überdenken.
- Von einigen Ausnahmen abgesehen werden Veranstaltungen und die Vergabe von Räumen nicht unbedingt nach Programmkonzept und Qualität genehmigt. Vielmehr steht die Bedienung bezirklicher Klientel und Interessenlagen im Vordergrund. Auch wenn in einzelnen Bereichen bereits Verbesserungen festzustellen sind, reicht dies nicht für eine zukunftsfähige Nutzung der Zitadelle aus.
- Die Außendarstellung und das Erscheinungsbild der Zitadelle wirken entsprechend bezirklich. Professionelles Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring, Internetauftritt etc. finden bisher nur sehr eingeschränkt statt. Eine mögliche Zusammenarbeit mit Sponsoren wird durch die unprofessionelle, ja oft kleinkarierte bezirkliche Vergabep Praxis konterkariert.
- Die bezirkliche Personal- und Finanzsituation wird dem Objekt nicht gerecht. Die Zitadelle ist in der Struktur eines Kunstamtes nicht professionell zu führen. Der eingeführte Beirat besteht ausschließlich aus Museumskräften und hat bisher keine Ansätze für eine den historischen und baulichen Möglichkeiten der Zitadelle entsprechende Nutzung aufgezeigt.

- Alle Bereiche und Handelnden müssen bereit sein, Bisheriges und auch die eigene Arbeit zu hinterfragen. Heilige Kühe darf es dabei nicht geben. Die besten Räume der Zitadelle werden vom Stadtgeschichtlichen Museum durch eine seit Jahren unveränderte Dauerausstellung belegt.
- Die Vorstellungen zur Nutzung von Haus 6 gehen über die Ausstellung des Deutschen Historischen Museums zu „Jahre 60 Kriegsende“ ab Mai 2005 nicht hinaus. Es existiert keine durchdachte Konzeption für die Zeit nach der Ausstellung, insbesondere was die spätere Finanzierung und den Betrieb angeht.
- Die Zitadelle kann nie kostenneutral geführt werden.

4. Neues Nutzungs- und Vermarktungskonzept im Überblick

- Die Zitadelle ist zu einem überregionalen Kultur- und Tourismuszentrum mit entsprechender Anziehungskraft zu entwickeln. Dabei sind auch Formen Öffentlich-Privater-Partnerschaften (ÖPP) zu entwickeln und zu nutzen.
- Im Mittelpunkt des Kulturzentrums steht die Präsentation der Zitadelle an sich mit Juliusturm, ihren Gebäuden, Bastionen, Sälen, Gängen, Wällen, Burggraben, ihrer Geschichte etc. Die Form eines lebendigen Museums ist umzusetzen. Darum gruppieren sich: überregionale Veranstaltungen (Kunstausstellungen, Veranstaltungen und Konzerte, überregionale kulturelle Werkstätten, Gastateliers, Theater auf der Zitadelle, Kongresse/Workshops/, Fachtagungen von übergreifender Thematik zu den Bereichen Kunst- und Bau-Geschichte, Denkmalpflege, Ökologie, Völkerverständigung, Frieden usw.), Vermietung an gewerbliche und gemeinnützige Kultur- bzw. Veranstaltungsbüros.
- Die touristische Anziehungskraft kann außerdem deutlich verbessert werden durch: Schaffung eines durchgehend geöffnetes Gästehauses mit Tagungsmöglichkeiten (kleines attraktives Hotel, „Übernachtungen auf der Zitadelle“), Anbindung an den Wassertourismus, Fledermauskeller erhalten und ggf. ausbauen, bestehende und neu zu schaffende gastronomische Einrichtungen, Zitadellen-Shop, konzeptionelle Vermietung und Vermarktung der Italienischen Höfe und anderer Bereiche für Einzelveranstaltungen.
- Dazu sollten langfristig und schrittweise die weiteren, bisher noch nicht ausgebauten Gebäude der Festung entsprechend einer späteren Nutzung restauriert und umgebaut werden.
- Die bisherigen Verantwortungs-, Haushalts- und Verwaltungsstrukturen für die Zitadelle sind nicht mehr zeitgemäß und überfordert. Die Strukturen eines modernen Dienstleisters ohne Kameralistik (in der auch der Bezirk seinen Platz haben kann) sind zu entwickeln.

5. Kurzfristig umsetzbare Maßnahmen

- Die regelmäßige Öffnung aller baulich interessanten Bereiche und Museumseinrichtungen (also dessen, was eigentlich die Zitadelle ausmacht)

muss gewährleistet werden. Neue Formen von Öffnung und Führung sind anzustreben. Dafür ist zunächst auch die Frage zu klären, ob für den Besuch der Zitadelle generell ein Eintrittsgeld verlangt wird oder zumindest der Zugang zum Innenhof und auf die Wälle frei bleibt.

- Regelmäßig anzubietende Führungen durch kompetente Kräfte. Eine Kombination von geführter Besichtigung und Besuch sämtlicher Ausstellungen (Ausnahme: Spezialausstellungen und Veranstaltungen) wäre wünschenswert. Das bedeutet allerdings auch ein neues Führungskonzept mit qualifizierten Kräften und verbindlichen Zeiten (einzelne Tage, Wochenenden, gleich bleibender Führungsbeginn). Sie müssen qualitativ hochwertig und feststehender Teil des Zitadellenkonzeptes sein.
- Auch von außen ist die Zitadelle sehenswert, mit einem Boot sind $\frac{3}{4}$ zu umrunden und dabei die Wuchtigkeit der Wände und evtl. die Konstruktion (Eichenbohlenraster als Modell) zu besichtigen. Die Bastionen und Kurtinen sollten begehbar gemacht werden. Für Ausstellungen und Führungen sind „Lebende Bilder“ mit Bezug auf die Historie als „Erlebnis“ vorstellbar.
- In der Regel sollten alle Veranstaltungen auf der Zitadelle der baulichen Bedeutung des Gebäudes entsprechen. Also müssen Großveranstaltungen, Konzerte und Ausstellungen überregionale Bedeutung und Anziehungskraft haben. Das gilt für alle Räume der Zitadelle. Für ganz wenige herausragende (und genau festzulegende) Repräsentationszwecke kann auch der Bezirk Spandau Räume der Zitadelle nutzen.
- Ein Beschilderungsplan für Hinweisschilder auf die Zitadelle im Bezirk wird im Rahmen eines touristischen Leitsystems für Spandau entwickelt und in Absprache mit den Berliner Tourismuswerbern umgesetzt.
- Die Außenbeleuchtung der Zitadelle wird unter Nutzung neuer und energieeinsparender Techniken verändert. Dabei werden weitere Bereiche beleuchtet und hervorgehoben.
- Für Zitadellenpersonal, das direkt mit den Besuchern Kontakt hat, wird kundenorientiertes Äußeres und entsprechendes Auftreten eingeführt.
- Kasse und Shop werden auf heutigen, kundennahen Stand gebracht. Die Toiletten hinter dem Bistro werden öffentlich zugänglich gemacht.
- Die Zitadelle tritt nach außen als Zitadelle auf. Ein entsprechendes Logo wird entwickelt bzw. ein vorhandenes entsprechend verändert. Für die Zitadelle wird ein eigenes Werbekonzept entwickelt. Ein regelmäßiges Veranstaltungsheft ist zu veröffentlichen. Ein offizieller, nicht privater Internetauftritt wird eingerichtet.
- Die Zitadelle, auch mit ihren dort tätigen Mitarbeitern, darf nicht den Charakter eines Amtes haben. Der Begriff Amt oder ähnliche Begriffe werden nach außen zurückgestellt. Gegebenfalls werden die Strukturen unter dem Oberbegriff Zitadelle verändert.
- Kommandantenhaus, Zeughaus sowie die Ausstellungsräume der Bastion Kronprinz werden vorerst weiter als Ausstellungs- und Museumsräume genutzt. Der Ausstellungsraum des Palas wird für eine Archivausstellung zur Zitadelle genutzt. Gotischer Saal und Freifläche stehen unter o.g. Prämisse weiter zur Verfügung. Die Italienischen Höfe werden weiterhin vermietet.

6. Langfristige Veränderungen bei der Nutzung von Räumlichkeiten

- **Pförtnerloge, Kasse, Bistro:** Pförtnerloge, Kasse und Bistro könnten zusammengelegt werden. Die Besucher sollten hier von kompetenten Mitarbeitern empfangen werden und alle Auskünfte erhalten. In diesem Bereich könnten von den Gästen auch die vorhandenen Toiletten genutzt werden.
- **Kommandantenhaus/ Obergeschoss:** Dauerausstellung zur Burgbaugeschichte. Im Fürstenzimmer weiterhin repräsentative Empfänge, Trauungen
- **Palas Dachgeschoss:** mit Stadtgeschichtlichem Archiv. **Obergeschoss:** Ausstellung der Stadtgeschichte (Burgwall, Altstadt, Z-Bau), Exponate des Archivs.
- **Gotischer Saal** nur für Veranstaltungen gehobener Zwecke, kritische Auswahl bei Vermietung an Firmen, Konzertveranstalter, zu außergewöhnlichen Anlässen, Jubiläen, Partys u.a.. Keine Vermietung nur, um zu vermieten. Der Ruf des Saales muss seiner bauhistorischen Bedeutung gerecht werden.
- Im **Foyer B** weiterhin archäologische Ausstellung zur Burgbaugeschichte. Toiletten zugänglich machen.
- **Haus 3:** Weiterhin Verwaltung und Hausmeisterwohnung.
- **Haus 4:** Weiterhin bestehen sollten das Puppentheater, die Musikinstrumentenwerkstatt und der Fledermausschauraum (ggf. Verlegung auf die Bastion Königin). Die Vermietung der Ateliers an Berliner Künstler hat in keiner Weise zur Belebung der Zitadelle beigetragen. Hier wäre an die Einrichtung angemessener Unterkünfte für die Nutzer der Europäischen Jugendkunstschule auf der Bastion Kronprinz möglich. Außerdem könnte in den großen Klassenräumen eine Bauhütte der Deutschen Stiftung Denkmalschutz eingerichtet werden. Auch deren Schüler könnten hier wohnen. Für eventuell anzusiedelnde gemeinnützige Vereine oder Firmen, die sich mit Themen und Projekten aus Kultur, Umwelt, Baugeschichte, Denkmalschutz, Geschichte oder Frieden beschäftigen, könnten Büros entstehen.
- **Haus 5:** Auf der Bastion Kronprinz könnte mit Unterstützung aus europäischen Fonds eine Europäische Jugendkunstschule entstehen. Statt der Beschränkung auf den Einzugsbereich Spandau sollte sie jungen Künstlern aus ganz Berlin, dem Havelland, anderen Bundesländern und anderen europäischen Nationen offen stehen. In den Ausstellungssälen im Erdgeschoss sind Wechselausstellungen mit besonderem Anspruch möglich.

- **Haus 6:** Um die Zitadelle generell zu beleben, sollte im Haus 6 eine Tagungsstätte mit Konferenzräumen, Beherbergungsbetrieb und entsprechender Gastronomie entstehen (mit eventueller Bewirtschaftung eines Innenhof-Freiluftrestaurants). Wie in Haus 4 sind auch hier Büros für die oben genannten Nutzer möglich. Die hinter dem Tagungshotel verlaufenden Kurtinengänge sind zu öffnen und als interessantes Baudetail in die Führungen einzubeziehen.
- **Bastion Brandenburg:** Die Italienischen Höfe sind wie bisher zu nutzen durch Veranstaltungen, Konzerte, Vermietung für Firmen, Vereine etc.
- **Haus 8:** Werkstätten, Lagermöglichkeiten z.B. für Verpackung umfänglicher Ausstellungsstücke. Sicherung bzw. Wiederherstellung der nur noch in Fundamentteilen vorhandenen Kapelle (Chiaramella, 16. Jahrh.).
- **Haus 9:** Büros, Arbeitsräume überregionale Jugendgeschichtswerkstatt.
- **Bastion Königin:** Z. Zt. sog. Pulverlabor. Die Ausstellung Jüdischer Grabsteine in Kasematten und Wehrgängen muss öfter zugänglich gemacht werden. Evtl. Unterbringung des Fledermaus-Schauraums.
- **Haus 10:** Lager, Garage, Werkstatt.
- **Haus 11 (Exerzierhalle):** Hier könnte ein durchgehend geöffnetes Restaurant/Bistro eingerichtet werden. Außerdem ein Museumsshop mit einem breit gefächerten Angebot, das über das jetzige der Heimatkundlichen Vereinigung hinausgeht. Neben dem Museumsshop sollte das Bistro ausgeschrieben werden, um eine preisgünstige und dennoch attraktive Touristenbeköstigung auch vor 16 Uhr zu ermöglichen. Die ohnehin geliehenen und ehemals nicht auf der Zitadelle stationierten Kanonen sollten zurückgegeben werden.
- **Haus 13:** Das Zeughaus sollte sich langfristig von der stadthistorischen Sammlung trennen und hier überregional anziehende Kunst-, Geschichts- und Thementausstellungen präsentieren, wodurch auch die exemplarische Architektur des Hauses besser zur Geltung kommt. Die Stadtgeschichtliche Sammlung könnte besser im Gotischen Haus und/ oder einem anderen geräumigeren Gebäude mit erhaltenswerter Architektur gezeigt werden.