

«MUSEUM WERK 2»

MACHBARKEITSTUDIE FÜR EIN NEUES HISTORISCHES MUSEUM II IN ARBON

31.03.2021

ANHANG: III. ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEWS MIT
EXPERTINNEN UND EXPERTEN



12

**ANHANG III.
ZUSAMMENFASSUNG
INTERVIEWS EXPERTINNEN
UND EXPERTEN**

INTERVIEWS EXPERTINNEN UND EXPERTEN

ÜBERSICHT

Um das vor allem lokal vorhandene Vorwissen zu diesem Projekt von Anfang an in die Studie einfließen zu lassen, wurden mehrere Gespräche mit Expertinnen und Experten geführt. Die Gespräche wurden grösstenteils aufgezeichnet und als Zusammenfassung der Arbeitsgruppe vorgestellt. Damit wurde sichergestellt, dass die Inputs integriert und weiterbearbeitet werden.

Mit folgenden Personen wurden Gespräche geführt:

- Dr. iur. Dominik Diezi, Stadtpräsident Arbon
- Rolf Müller, Thurgau Tourismus
- Dr. Stefan Keller, Historiker
- Dr. Rudolf Baer, Saurer Museum
- Dr. Hansjörg Brem, Kantonsarchäologe
- Thomas Tetzlaff, Arbopark
- Michael Breitenmoser, HRS
- Monika Knill, Regierungsrätin
- Dr. Paul Roth, Staatsschreiber

Im Folgenden finden sich die freien Zusammenfassungen der Gespräche.

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

DR. IUR. DOMINIK DIEZI, STADTPRÄSIDENT ARBON

- Volksabstimmung über Paket mit mehreren Projekten, u.a. Museum
- Arbon ist «historischste» Stadt: Pfahlbauer, Römer, Mittelalter etc.
- **Tourismus** ist schon vorhanden, v.a. Velo-Tourismus
- **Gute Lage**, Nähe zu St.Gallen, 3-Länder-Eck
- Aktuell ca. 15'000 Einwohner, starkes Wachstum
- **Arbeiterstadt**, 1/3 Ausländer, Pendler, Junge, Familien, Pensionierte wegen Preis
- Sommer und Seebereich hat viel Unterhaltung, **Indoor fehlt**
- Hotels, Kino, kreative und gehobene **Gastronomie** fehlen
- Neu geplant: **Arbopark** (Indoor Activity, Gastronomie etc.)
- Bahnüberbrückung für Velos denkbar
- Museum soll Erlebnis sein; es muss sich lohnen, nach Arbon zu kommen
- **Mehrwert für Touristen und Einheimische**
- Auch überregionale und internationale Besucher ansprechen
- Entscheid Standort für Arbon sehr wichtig, deshalb auch **hohe Akzeptanz** fürs Projekt
- Muss Wertschöpfung bringen
- Zusammenarbeit möglich mit: Saurer Museum, Historisches Museum Arbon, MoMö, Thurgau Tourismus, Gewerbe, Arbeitgebervereinigung, Schulen, Kantonale Berufsschule, Uni St.Gallen
- **Textilland** integrieren
- Textile and Design Alliance (**TaDA**) integrieren
- **Name** ohne «Kanton Thurgau» und ohne «historisch», eher «Faszination Technik»
- Wieso ist nicht gesamtes historisches Museum in Arbon? Braucht **Gesamtleitung** über alle Museen. Gesamtleitung sollte in Arbon sein, siehe Museum Aargau

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

ROLF MÜLLER, THURGAU TOURISMUS

- Aktuell wird **neue kantonale Tourismusstrategie** entwickelt. Ab Ende Oktober final und kommunizierbar
- Thurgau ist unbekannt, es gibt **keinen zufälligen Tourismus**, deshalb braucht es gute Angebote und gute Storys
- Besucherinnen und Besucher sind immer positiv überrascht vom Kanton
- Viele kleine Leistungsträger, Investitionsbedarf (z.B. Hotels)
- Potential am See ist riesig
- Tourismus kann zum Erfolg des Museums beitragen
- In Arbon hat es Tourismus, in Frauenfeld nicht
- **St.Gallen** ist wichtig für Arbon
- **Gastronomie** hat Potential (Lokal, Landwirtschaft, MoMö etc.)
- Tourismussegmente: **Familien, Best Ager, Business**
- Zusammengefasst: **Natur (Velo & Wandern) und Kultur (Genuss)**
- 65% der Touristen sind Schweizer, 18% Deutsche > haben Potential
- 1,8 Tage bleiben Touristen, 300'000 Velofahrer am Bodensee, 430'000 Logiernächte, 120'000 Campingnächte, 3% von BIP, ca. 5000 Arbeitsplätze
- ÖV Gästekarte (Oskar, Thurbo)
- Neben Angebot ist Kommunikation wichtig
- **Süd-Seeseite** hat riesiges Potential (13 Mio. Besucher)
- Schifffahrt wichtig
- Wifi-Hotspot für deutsche Besucherinnen und Besucher

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

ROLF MÜLLER, THURGAU TOURISMUS

- Es fehlt: Indoor, aktiv, modern, spielerisch, spannend, **Schlechtwetterprogramm**. Museum könnte das sein
- Es fehlen Übernachtungsmöglichkeiten, Gastronomieangebote
- Thurgau gilt bei deutschen Besuchenden als zu teuer
- Museum braucht Eintrittspreis
- Mit St.Gallen könnte es einen **Museums-Cluster** geben
- **Kornhaus Romanshorn** sollte auch Wechselausstellungen (1'300 m²) geben, Kontakt Herr Schnüchel
- Vorteile von Arbon: Altstadt, Schloss, Erreichbarkeit, Saurer, Velo-Touristen, Areal und Hallen
- Zusammenarbeit möglich mit: St.Gallen, MoMö, Schaukäserei, Saurer, Maestrani, geführte Touren, Haus Würth, Autobau Romanshorn, Kornhaus Romanshorn, Velomärke Tour de Suisse, Textilland
- Paket: **Wasser – Natur – Gastronomie – Museum**

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

DR. STEFAN KELLER, HISTORIKER

- Bücher: „Zeit der Fabriken. Von Arbeitern und einer roten Stadt“ (2001) und „Spuren der Arbeit. Von der Manufaktur zur Serverfarm“ (2020)
- Museen zeigen bis jetzt nur Inhalte der Vorindustrialisierung
- **Arbon = Kleinstadt, Industrie**
- 3 Museen in Arbon: Ortsmuseum (Inhalt lokal), Saurer Museum (Inhalt Industrie), MoMö (Inhalt Landwirtschaft)
- Inhaltliche **Lücke: der einfache Arbeiter und sein Alltag**
- Zusammenarbeit möglich mit: Museen in Arbon, Zeppelin Museum, Textilmuseum St.Gallen
- Andere Beispiele: Jüdisches Museum Hohenems Vorarlberg, Seemuseum Kreuzlingen
- Zeitzeugen der Blütezeit der Industrialisierung sterben langsam aus
- Wieso soll es in Arbon ein neues Museum geben? Was ist die Rolle des neuen Standorts und des neuen Museums? Der Entscheid des Regierungsrates muss plausibel sein.
- Begründung: **Epoche ist wichtig. Arbon ist wichtig für Epoche.** In Arbon hat es schon Touristen
- Thurgau hat **Landwirtschaftsimage. Aber eigentlich früh industrialisiert.** Z.B. Textilindustrie, erste Fabrik im Thurgau etc. Arbon war immer schon Handelsplatz, starke Arbeiterbewegung, erster Streik von Frauen
- Historische Highlights Thurgau: **Immigranten** wichtig (Maggi, Bernina, Martini etc.). Arbeiterbewegung, mit internationaler Ausstrahlung. Ablauf: 1. Textil, 2. Maschinen, 3. Fahrzeuge
- These: **Thurgau ist unfreiwillig zur Industrialisierung gekommen.** Beamte wollten Bauern und nicht Arbeiter. Rolle von Staat interessant, erst 1803, musste «erfunden» werden. Soll er intervenieren oder nicht? Trotz Hungersnot positiver Abschluss, Verbot Kinderarbeit und Einführung Arbeitsamt erst ganz am Schluss
- **Zukunft/Veränderung der Arbeit als Meta-Thema** > Veränderung der Arbeit durch Krisen > Verbindung zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

DR. RUDOLF BAER, SAURER MUSEUM

- Ca. 10'000 Besucherinnen und Besucher im Jahr, davon 3000 Einzelpersonen (eher zufällig) und 7000 in Gruppen, ca. 400 Führungen (Firmen, Familien, Carreisen), alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ehrenamtlich, Europäischer Museumpreis, Besucherinnen und Besucher sind immer positiv überrascht
- Erlebnis sind die funktionierenden **Maschinen und Fahrzeuge, zum Anfassen**, Hören und Riechen, und danach Shop-Produkte kaufen
- 1300 m², ca. 40 Objekte
- Schaulager seit 2014, 1300 m²
- **Weder Saurer Museum noch Schaulager sollen zügeln**
- Aber enge **Zusammenarbeit** gewünscht. Auch bei einer allfälligen Suche nach Artefakten zur Epoche; Mechaniker für Reparaturen; Workshops und Weiterbildungen
- Wissensradar sammelt alles Wissen rund um die Saurer-Maschinen und macht es online zugänglich
- **Thema «Maschinen und Schweizer Geschichte»** gibt es sonst in Schweiz nicht, trotz ABB, Sulzer etc. Deshalb grosses Potential
- Zusammenarbeit möglich mit: Saurer Museum, Lehrberufen (Mechaniker), Design, Pfahlbauer, Textilmuseum Sorntal, Sammlung Textilmaschinen Neuthal
- **Textiland Ostschweiz**: Erbe der Textilindustrie, Schatz droht zu versinken. Vergangenheit – Gegenwart – Zukunft. In der Ostschweiz gesamte Wertschöpfungskette (von Baumwolle bis zum Tuch) zeig- und erlebbar. Zusammen mit St.Gallen. Thema Herstellung soll nach Arbon
- **TaDA**: Textile and Design Alliance. Artist in Residence Programm. Gemeinsames Programm der Kantone Thurgau, St.Gallen, Appenzell
- Gutes Bsp: **Textil- und Industriemuseum Augsburg TIM** www.timbayern.de/

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

DR. HANSJÖRG BREM, KANTONSARCHÄOLOGE

- **Zuerst Identität definieren, dann passende Kooperationen** suchen
- Ideenwettbewerb, Partizipationsscheine der Thurgauer Kantonalbank checken
- Favorit: Webmaschinenhalle wegen Backsteinfassade
- **Bodensee = Verkehrsachse** > Verbindungscharakter
- Museum soll Geschichten erzählen, zum Eintauchen und Mitmachen
- Ziel muss die **Volksabstimmung** sein, Studie auch darauf ausrichten
- Braucht **Begeisterung** und Engagement der Projektgruppe, nicht Blick zurück, klare Richtung vorgeben, nicht provinziell denken, **Mehrwert** für alle sichtbar machen
- Zielpublikum: Umfeld Bodensee und St.Gallen mit Bildungsanspruch
- **30'000** wären schön, 50'000 als Vision
- Was hilft? Mix: spektakuläre Architektur, starke Bilder, Inhalt, Velofahrer-Touristen, Team
- Bregenz nur überregionale Ausstrahlung dank Kombination von Museen und Event
- Schloss Arbon integrieren, damit Stadtraum entsteht
- **St.Gallen und Arbon als einen Raum** betrachten > Verbindung mit Gallus > Story für ganze Region > Museumslandschaft mit Synergien
- Konzept Weltkulturerbe St.Gallen und Studie Potential Pfahlbauer Bodensee Konferenz checken
- Zusammenarbeit möglich mit: Autobau, Lokorama, Seemuseum Kreuzlingen, Saurer, Sammlung Altenrhein
- Alle zum Thema **Verkehr & Technik > Ursprung**
- **Wieso «nur» Neuzeit und nicht alle zeitlichen Epochen?** Aussage in Studie erwartet. Falls alle Epochen, kann man Pfahlbauer, Schloss Arbon, Gallus etc. integrieren. Sonst nicht. Aber was bleibt dann an anderen Standorten/Museen?
- **Wechselausstellungen:** Nur noch im neuen Museum möglich! Wie integrieren? Aussage in Studie erwartet
- Romandie als Zielpublikum wichtiger. Deshalb auch auf Französisch
- Mitarbeit Archäologie: Objekte, Mitarbeit im Museum, Wechselausstellungen

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

THOMAS TETZLAFF, ARBOPARK

- Indoor-Freizeitpark (Go-Kart, 3D)
- Eröffnungsdatum ungewiss, wahrscheinlich 2022
- Ca. 6'000–7'000m²
- Zielgruppe: **junge Erwachsene** (männlich, 28 Jahre alt, in Gruppe)
- für Jüngere gibt's genug Angebote in der Region und ihr Einzugsgebiet ist ca. 10–20 km, für Ältere ist das Einzugsgebiet bis St.Gallen und Winterthur
- Dreieck Jumbo-Webmaschinenhalle-Arbopark
- Anzahl Jahresbesucher ungewiss
- Nur einfaches Essen/Snacks
- Zielgruppen Museum und Arbopark sind zu unterschiedlich für Synergien
- Höchstens bei **Verbundwerbung und Kommunikation**
- «**Satellit**» von Arbopark im Museum denkbar (z.B. historisches 3D/VR-Erlebnis als Teaser)

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

MICHAEL BREITENMOSER, HRS

- Testplanung 2004 ist Basis für Gestaltungsplan
- Gestaltungsplan gilt seit 2006, wird aktuell angepasst werden
- Fassade und Vorderteil Webmaschinenhalle ist **denkmalgeschützt**
- **Testplanung** mit 3 Architekten läuft. Abklärung, ob Bellprat bei nächster Präsentation (3.12.) auch dabei sein soll
- Instandsetzung Zentralmagazin kostet ca. 14 Mio. CHF
- Presswerk ist Erfolg: Musikschule, Saurer Lager, Restaurant und Kultur
- Schaudapot Saurer würde doch passen zum Integrieren. Direktor Baer möchte aber nicht
- ca. **100 Parkplätze** sollten immer auf dem Areal zur Verfügung stehen, das sollte für 30'000–50'000 Jahresbesucherinnen und -besucher reichen
- **Platz und Eingang** könnte auch südlich an der Längsseite von Webmaschinenhalle sein
- Kombination von «**Wohnen**» und «**historischer Raum**» funktioniert
- Gewerbe funktioniert nur, wenn «**museumsnah**», sogar beim hochfrequentierten BHF Hammel ist es schwierig
- Im Areal ist ein Hotel mit 68 Zimmern und hochwertiger Gastronomie geplant
- HRS kann beide Hallen verkaufen, Favorit für sie wäre Webmaschinenhalle
- HRS kann sich Public-private-Partnership vorstellen, um damit Mixed Use zu pushen und Stararchitekten einzubringen. Lease back als Langzeitlösung
- Kaufgespräche beginnen im März mit Hochbauamt des Kantons

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

MONIKA KNILL, REGIERUNGSRÄTIN

- Es braucht «Ermöglicher», nicht «Verhinderer»
- Arbon = richtiger Ort für neuen Wurf > Leuchtturm
- Wegen Dynamik und Tourismus
- Partnerschaften: **Industrie (z.B. Saurer) und Landwirtschaft (z.B. Agroscope Tänikon)**
- Vision: Besucherinnen und Besucher müssen **mehrmals hinwollen**, für Schulen, Erwachsene mit Kindern oder Freunden, bsp. MoMö, Alimentarium, Paul Klee. **Anziehungspunkt**, einladend, **immer etwas Neues** zum Entdecken, Erlebnis, belebt, interaktiv, immersiv («zurück in die Zukunft»)
- Erwartungen an Arbon: Arealentwicklung, Zugänge, Beziehungen
- Stolpersteine: HRS Preisvorstellungen, **Verhältnismässigkeit Budget/Grösse/Betrieb**, Abstimmung, Mut geht verloren
- Zielgruppen: Schulen, Familien, Tagestouristen
- **Mantelnutzung gewünscht!** Synergien nutzen und gegenseitig befruchten, z.B. Thurgau Tourismus, Gastronomie, Autobau, Saurer, Agroscope, etc.
- **Reka Feriendorf** Kreuzlingen zum Thema Wasser integrieren

ZUSAMMENFASSUNG INTERVIEW

DR. PAUL ROTH, STAATSSCHREIBER

- Studie soll beantworten zur Infrastruktur: **Welche Halle ist geeigneter?** Und zum Inhalt: **Wie wird sie mit Leben gefüllt?**
- Grundfrage: **Ist ein erfolgreiches Museum in Arbon möglich?** > Rahmenbedingungen geklärt > grünes Licht für Vorprojekt
- Leuchtturm notwendig
- Architektur-Tourismus
- Frauenfeld = alte Geschichte > Form & Inhalt passen
- Arbon = neue Geschichte > **Form & Inhalt passen**
- Seine Vision: **Kontrastpunkt** zu Frauenfeld, **authentische** Arbeiter- und Industriestadt, Wirtschaft & Politik & Landwirtschaft als Themen, Themen, die **Betroffenheit** auslösen, lebendig vermittelt, à la Ballenberg zum Mitmachen, Wechselausstellungen, Kombination mit Tourismus und See, **zeitgemässes** Museum – auch noch in 20 Jahren
- Für 40'000 Jahresbesucherinnen und -besucher braucht es Leuchtturm, Tourismus, St.Gallen und See
- **Schulen** wichtig, aktuelles Lehrmittel hat Lücken bei neuer Geschichte
- Stolpersteine: **Feu sacré** der Arbeitsgruppe
- 1991 ging Volksabstimmung über Museum zu Brauchtum verloren
- Partnerschaften mit Arbon, St.Gallen, anderes Seeufer, ganzer Kanton
- **Thurgau = Kanton der Regionen** > deshalb auch mehrere Museen