

«MUSEUM WERK 2»

MACHBARKEITSSTUDIE FÜR EIN NEUES HISTORISCHES MUSEUM II IN ARBON

31.03.2021



PROJEKTGRUPPE

Bericht vom 31. März 2021 zuhanden des Regierungsrates

Projektgruppe «Historisches Museum Thurgau 2020»

Martha Monstein, Leiterin Kulturamt (Leitung)

Dr. Hansjörg Brem, Kantonsarchäologe

Dr. iur. Dominik Diezi, Stadtpräsident Arbon

Erol Doguoglu, Kantonsbaumeister

Gabriele Keck, Direktorin Historisches Museum

Urs Meierhans, Leiter Finanzverwaltung

INHALT

1. MANAGEMENT SUMMARY
2. EINLEITUNG
3. PROJEKTPROZESS
4. RECHERCHE UND ANALYSE
5. ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG
6. GEBÄUDE
7. BETRIEB
8. FINANZEN
9. BEWERTUNG BEIDER GEBÄUDE
10. KOMMUNIKATIONSKONZEPT
11. FAZIT UND EMPFEHLUNG
12. ANHÄNGE

1 MANAGEMENT SUMMARY

MANAGEMENT SUMMARY

Am 19. Mai 2020 hat der Regierungsrat eine wichtige Weichenstellung vorgenommen und den Grundsatzentscheid gefällt, mit einem Museum zur neueren Geschichte des Kantons Thurgau in Arbon einen neuen Erlebnis-, Bildungs- und Erfahrungsort für die Bevölkerung zu schaffen. Er formulierte die Projektorganisation und den Projektauftrag und entschied aufgrund eines freihändigen Verfahrens am 15. September 2020, dass die Projektorganisation durch ein in der Konzeption von Museen erfahrenes Team unterstützt werden soll.

Die Aufgabenstellung gemäss Regierungsratsbeschluss stellte sich als äusserst umfangreich heraus und ein komplexer Prozess mit zahlreichen Beteiligten wurde in Gang gesetzt. Dank dem grossen Einsatz aller Beteiligten kann der hier vorliegende umfangreiche Bericht termingerecht per 31. März 2021 dem Regierungsrat vorgelegt werden.

Im Kern bestand die Aufgabe, die beiden Gebäude «Webmaschinenhalle» und «Zentralmagazin» auf dem Saurer WerkZwei-Areal in Arbon auf ihre Tauglichkeit für ein Museum zu prüfen. Diese Fragestellung kann klar mit einem Ja beantwortet werden. Unter Berücksichtigung des aktuellen Planungsstands eignen sich beide Gebäude für die Realisierung eines Museums. Die baulichen, betrieblichen, ausstellungskonzeptionellen, touristischen und städteplanerischen Abklärungen und weitere breitgefächerte Bewertungskriterien haben aber eine Präferenz für die «Webmaschinenhalle» ergeben. Somit empfiehlt die Projektorganisation dem Regierungsrat die «Webmaschinenhalle» als Standort für das «Historische Museum Thurgau II» in Arbon.

MANAGEMENT SUMMARY

Von verschiedener Seite gab es durchaus kritische Stimmen für den Standort Arbon. Auch hier haben die Abklärungen ergeben, dass das touristische Potential hoch ist, zumal der Trend eindeutig dahin geht, dass die Menschen in ihrer Freizeit vermehrt den urbanen Zentren den Rücken kehren und neue Kulturlandschaften erkunden wollen. Mit einem attraktiven Museum, das breite Bevölkerungskreise anspricht, hat die Kleinstadt Arbon mit ihrer attraktiven Lage am Bodensee ein grosses Potential für Besucherinnen und Besucher weit über die Kantonsgrenzen hinaus.

Verankert in einer Fabrikhalle und verortet in Arbon als ehemalige Industriestadt, lässt sich ein inhaltliches Konzept gut realisieren, das sowohl ein grosses und langfristiges Publikumsinteresse bedient und überregionale Strahlkraft hat als auch optimal zum Standort passt. Im Zentrum steht dabei die Frage: Wie verändern gesellschaftliche und soziale Umbrüche sowie der technische Fortschritt unsere Arbeit und unser Leben in Geschichte, Gegenwart und Zukunft?

Für die zukünftige Kommunikation hat der Lenkungsausschuss entschieden, dem Projekt den Arbeitstitel «Museum Werk 2» zu geben. «Museum Werk 2» ist einmalig, neutral und nimmt inhaltlich noch nichts vorweg.

Was die Kosten für ein neues Museum in Arbon betrifft, werden in dieser Machbarkeitsstudie nur Aussagen zur Grössenordnung gemacht. Detaillierte Kosten müssen in einer nächsten Projektphase berechnet werden. Die hier genannten Zahlen beruhen auf Inputs von Expertinnen und Experten, Erfahrungswerten oder vergleichbaren Projekten. Es wird mit Kosten in der Grössenordnung von 40–50 Mio. Franken gerechnet.

2 EINLEITUNG

2.1. AUSGANGSLAGE

EINLEITUNG

AUSGANGSLAGE

Der jetzige Standort des Historischen Museums Thurgau im Schloss Frauenfeld ist das historische Wahrzeichen des Kantons, aber es bietet kein Potential für eine Ausstellungserweiterung mit Schwerpunkt auf neuere Thurgauer Geschichte (19. und 20. Jahrhundert). Die engen räumlichen Verhältnisse sowie die baulichen und denkmalpflegerischen Auflagen im Schloss Frauenfeld sind sehr einschränkend. Eine zeitgemässe Ausstellungsinszenierung, welche die Erwartungen des Publikums erfüllt oder gar übertrifft sowie neue Publikumssegmente anspricht und ins Museum lockt, ist nicht umsetzbar.

Aus diesem Grund läuft seit über zehn Jahren die Suche nach einer Erweiterungsmöglichkeit für das Historische Museum Thurgau, um die neuere Thurgauer Geschichte (19. und 20. Jahrhundert) angemessen präsentieren zu können und über Raum für Sonderausstellungen, Kulturvermittlung und Veranstaltungen zu verfügen. Im Anschluss an das Regierungseminar vom 12. Mai 2020 spricht sich der Regierungsrat dafür aus, die ältere Thurgauer Geschichte (Historisches Museum Thurgau I) weiterhin im Schloss Frauenfeld zu präsentieren und das Schloss zu sanieren sowie die volkskundliche Sammlung im Schaudepot St. Katharinental beizubehalten. Als Standort für die Präsentation der Thurgauer Geschichte mit Schwerpunkt ab 1798 und einem interdisziplinären Sonderausstellungsraum für alle kantonalen Museen wird die Stadt Arbon bestimmt.

Mit RRB Nr. 348 vom 19. Mai 2020 hat der Regierungsrat daher entschieden, Standorte für die Darstellung der neueren Thurgauer Geschichte sowie für mögliche interdisziplinäre Ausstellungen aller kantonalen Museen in Form einer Machbarkeitsstudie zu prüfen. Als Standortvarianten sollten die beiden Gebäude «Webmaschinenhalle» und «Zentralmagazin» auf dem Saurer WerkZwei-Areal in Arbon auf ihre Tauglichkeit für ein Museum analysiert werden. Der hier vorliegende Bericht hat nur diese Machbarkeitsstudie im Fokus.

EINLEITUNG

PROJEKTAUFTRAG GEMÄSS RRB NR. 348 VOM 19. MAI 2020

Der Projektauftrag gemäss RRB Nr. 348 vom 19. Mai 2020 (siehe Anhang I) umfasst folgende Teilaufträge:

Erarbeitung von Machbarkeitsstudien zu den Standortvarianten «Webmaschinenhalle» und «Zentralmagazin» auf dem Saurer WerkZwei-Areal in Arbon in bautechnischer (Bauphysik, Statik, Baugrund, Wasser, Sicherheitsauflagen, Erschliessung, Umbauten, Sanierung etc.), denkmalpflegerischer (Auflagen etc.), musealer (Aufteilung, Nutzung etc.) und finanzieller (Kauf, Bau, Betrieb im Verbund mit Mitnutzern etc.) Hinsicht. Als Grundlage für den Raumbedarf gilt das Kapitel 3.5 (Grössenordnung des neuen Museumsbaus) des Berichts «Standortevaluation Historisches Museum Thurgau 2019» vom 30. März 2020.

Klärung der Möglichkeiten zum Erwerb der ehemaligen Webmaschinenhalle oder alternativ des Zentralmagazins in Arbon, inkl. externe Bewertung;

Klärung des Kooperationspotentials mit der Stadt Arbon und Dritten;

Einbezug der Aspekte des Tourismus;

Koordination der Kommunikation rund um das Projekt «Historisches Museum Thurgau II».

Zu den Resultaten dieser Teilaufträge unter Berücksichtigung der kantonalen Museumsstrategie (siehe Kapitel 2.2.) ist dem Regierungsrat bis am 31. März 2021 ein Bericht vorzulegen.

2022 KANTONALE MUSEUMSSTRATEGIE

KANTONALE MUSEUMSSTRATEGIE

Die Museumsstrategie bildet die Grundlage für die Entwicklung der kantonalen Museen (Historisches Museum, Kunstmuseum und Ittinger Museum, Napoleonmuseum, Naturmuseum und Museum für Archäologie). Sie hält auch fest, dass ein Ort für die Präsentation der neueren Geschichte fehlt. Das Projekt «Museum Werk 2» in Arbon bildet deshalb einen wichtigen Teil der Museumsstrategie des Kantons, denn der jetzige Standort des Historischen Museums im Schloss Frauenfeld mit seiner mittelalterlichen Prägung kann seine Rolle als Erlebnis- und Bildungsort für die neuere Geschichte des Kantons Thurgau nicht erfüllen. Die Stadt Arbon mit ihrer Vergangenheit als wichtiger Industrieort bietet den idealen Rahmen für ein Museum, das den Fokus auf diese Zeit legt.

Die sechs kantonalen Museen prägen die Kulturlandschaft des Thurgaus massgeblich. Sie sind über ihre Rolle als Sach- und Naturgüterarchive hinaus wichtige Erlebnis-, Bildungs- und Erfahrungsorte. Die Ansprüche an einen professionellen und zeitgemässen Museumsbetrieb steigen, der Konkurrenzdruck nimmt zu und die Erwartungen des Publikums verändern sich. Um diese Herausforderungen bewältigen zu können und die Sichtbarkeit der Museen des Kantons in Zukunft zu stärken, ist in den Richtlinien des Regierungsrates des Kantons Thurgau für die Regierungstätigkeit in der Legislaturperiode 2020 – 2024 (RRL 2020 – 2024, S. 27) festgehalten, dass der Kanton die kantonalen Museen gemäss der Museumsstrategie als Erlebnis- und Bildungsorte mit zeitgemässen Organisations- und Infrastrukturen stärkt.

Die Museumsstrategie basiert auf der Vorgabe, dass ein Museum ein offener, sozialer Ort der Begegnung und des Austauschs ist. Ein Ort, der aktuelle, relevante Themen aufbereitet und den Dialog mit dem Publikum sucht sowie eine Plattform bietet, die vielfältige Bedürfnisse von leicht zugänglicher Unterhaltung bis zur präzisen Vermittlung von komplexen Inhalten befriedigt.

KANTONALE MUSEUMSSTRATEGIE

Gerade in einer Welt, in der die Vorstellung von «Gemeinschaft» durch neue Medien und die Veränderung der Kommunikationsgewohnheiten nachhaltig verändert wird, kommt dem Museum als offenem Kultur- und Bildungsort eine wichtige Rolle zu in der Auseinandersetzung mit den technologischen, sozialen und demografischen Veränderungen. Es fungiert als kulturelles Gedächtnis der Gesellschaft, schlägt Brücken in die Vergangenheit, sucht dort das Überraschende und regt mit aktuellen wie auch historischen Themen wichtige Diskussionen über Haltungen und Werte an. Ausgehend von den Sammlungsbeständen werden im Museum Fragen zur Vergangenheit, Fragen des heutigen Alltags und Fragen der Zukunft verhandelt.

Wir gehen ins Museum, um Geheimnisse und wertvolles Wissen über uns Menschen zu entdecken, um unsere (eigene) Geschichte zu erkennen und zu erleben, um unser Wissen über die Vergangenheit zu erweitern, unseren Wurzeln nachzuspüren und um unsere eigene Geschichte bzw. Lebensgeschichte zu verorten. Und wir wollen unterhalten werden und unsere Neugierde befriedigen.

Das Historische Museum Thurgau in Arbon («Museum Werk 2») erhebt den Anspruch, das wegweisende Geschichtsmuseum der Ostschweiz und des Bodenseeraums zu werden, und agiert im Rahmen der kantonalen Museumsstrategie als Flaggschiff des Fachbereichs «Geschichte». Es will eine vertiefte Auseinandersetzung mit den relevanten Wissensbereichen der Geschichte, Kunst und Natur bieten sowie ein umfassendes und nachhaltiges Angebot für ein breites Publikum bereitstellen.

23

ARBEITSTITEL
MUSEUM WERK 2

ARBEITSTITEL

«MUSEUM WERK 2»

An der zweiten Sitzung des Lenkungsausschusses vom 25. Februar 2021 wurde entschieden, dem Projekt den Arbeitstitel «**Museum Werk 2**» zu geben und in der Kommunikation gegen innen und aussen nur noch diesen Namen zu verwenden. Dies im Hinblick auf das Anliegen, ein Museum zu konzipieren, das weit über die Kantonsgrenzen hinausstrahlen soll und den thematisch und geografisch einengenden Begriff des Historischen Museums Thurgau erweitert.

Der Arbeitstitel «Museum Werk 2» wurde in mehreren Diskussionsrunden und Arbeitsgruppen erarbeitet. In der weiteren Planung wird empfohlen, mit Spezialisten das Naming und Branding weiterzuentwickeln und mit Fokusgruppen zu testen.

Der Arbeitstitel «Museum Werk 2» ist genug offen und neutral für den aktuellen Stand der Planung. So wird keine thematische und konzeptionelle Richtung ausgeschlossen.

3 PROJEKTPROZESS

PROJEKTPROZESS

VORGEHEN

Die Projektgruppe «Standortevaluation Historisches Museum Thurgau 2020» hat sehr schnell erkannt, dass der Projektauftrag äusserst komplex und herausfordernd ist und eine externe Begleitung der Projektgruppe für die Machbarkeitsstudie unabdingbar ist. Drei angefragte Firmen (Steiner Sarnen Schweiz, Holzer Kobler Architekturen und Bellprat Partner) haben eine Offerte eingereicht, ausgewählt wurde Bellprat Partner.

Gemeinsam mit der Projektgruppe und Bellprat Partner wurde die zentrale Frage des Museumstyps erörtert. Es bestand Einigkeit, dass ein grosses kantonales Geschichtsmuseum in Arbon nur Sinn macht, wenn es aktuelle, gesellschaftlich relevante Themen aufgreift und in attraktiver Form dem Publikum vermittelt. Ziel ist ein Museum, das ein breites und zahlreiches Publikum weit über die Kantonsgrenzen des Thurgaus hinaus anzuziehen vermag.

Nach Begehungen der zwei in Frage kommenden Gebäude – der Webmaschinenhalle und des Zentralmagazins – führte Bellprat Partner Interviews mit Stakeholdern, Fachleuten, potentiellen Partnern und Personen aus der Politik, um ein Stimmungsbild einzuholen und Aktionsfelder festzulegen. In diesem Zusammenhang ist es wichtig zu erwähnen, dass die Besitzerin der Webmaschinenhalle und des Zentralmagazins, die HRS Real Estate AG, eine städtebauliche Testplanung für das Saurer WerkZwei-Areal in Auftrag gegeben hat. Bellprat Partner wurde Zugang zu den Plänen der drei Wettbewerbsteilnehmenden gewährt und konnte mit der Eigentümerin den wichtigen Austausch zu den Bedürfnissen eines Museums auf dem Areal führen.

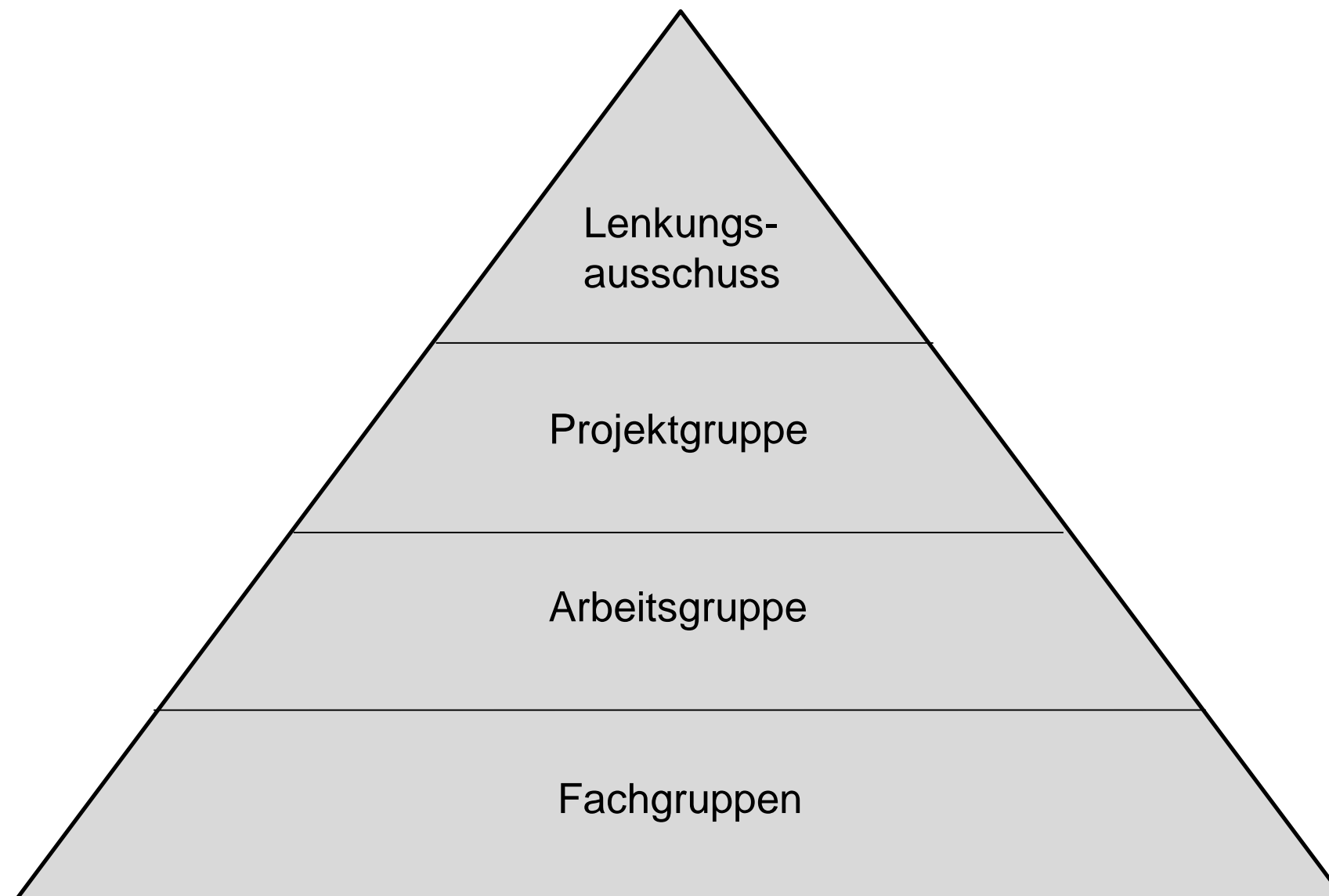
PROJEKTPROZESS

ARBEITSGRUPPEN

Da der Projektauftrag sehr umfassend war, erschien es sinnvoll, parallel in kleineren Arbeitsgruppen an diversen Themen zu arbeiten und die Zwischenergebnisse an fünf Sitzungen der Projektgruppe und an drei Sitzungen des Lenkungsausschusses vorzustellen und Rückmeldungen einzuholen.

Die einzelnen Arbeitsgruppen werden im Folgenden namentlich aufgelistet.

Die Projektorganisation sieht folgendermassen aus:



PROJEKTPROZESS

ARBEITSGRUPPEN

Auftraggeber:

Regierungsrat

Lenkungsausschuss:

RR Monika Knill, Chefin DEK (Vorsitz)

RR Carmen Haag, Chefin DBU

Marco Sacchetti, Generalsekretär DBU

Martha Monstein, Leiterin Kulturamt (Leiterin Projektgruppe)

Projektgruppe:

Martha Monstein, Leiterin Kulturamt (Leitung)

Dr. Hansjörg Brem, Kantonsarchäologe

Dr. iur. Dominik Diezi, Stadtpräsident Arbon

Erol Doguoglu, Kantonsbaumeister

Gabriele Keck, Direktorin Historisches Museum

Urs Meierhans, Leiter Finanzverwaltung

Externe Beratung Machbarkeitsstudie: Bellprat Partner;

Xavier Bellprat, Creative Director

Iwan Funk, Managing Partner

PROJEKTPROZESS

ARBEITSGRUPPEN

Arbeitsgruppe Machbarkeitsstudie:

Martha Monstein, Leiterin Kulturamt

Gabriele Keck, Direktorin Historisches Museum

Dr. Dominik Streiff Schnetzer, Ausstellungskurator Historisches Museum

Xavier Bellprat, Creative Director Bellprat Partner

Iwan Funk, Managing Partner Bellprat Partner

Fachgruppe Inhalt:

Dr. Dominik Streiff Schnetzer, Ausstellungskurator Historisches Museum

Gabriele Keck, Direktorin Historisches Museum

Martha Monstein, Leiterin Kulturamt

Xavier Bellprat, Creative Director Bellprat Partner

Iwan Funk, Managing Partner Bellprat Partner

Externe Begleitgruppe Inhalt:

Isabelle Chappuis, Museumskoordinatorin Kanton AR

Prof. Dr. Walter Leimgruber, Universität Basel

Prof. Thomas Sieber, Zürcher Hochschule der Künste

PROJEKTPROZESS

ARBEITSGRUPPEN

Fachgruppe Architektur:

Erol Doguoglu, Kantonsbaumeister

Martha Monstein, Leiterin Kulturamt

Xavier Bellprat, Creative Director Bellprat Partner

Iwan Funk, Managing Partner Bellprat Partner

Externe Beratung Kommunikation:

Dominik Joos, Joos Partner GmbH

Fachgruppe Kommunikation:

Dominik Joos, Joos Partner GmbH

Martha Monstein, Leiterin Kulturamt

Xavier Bellprat, Creative Director Bellprat Partner

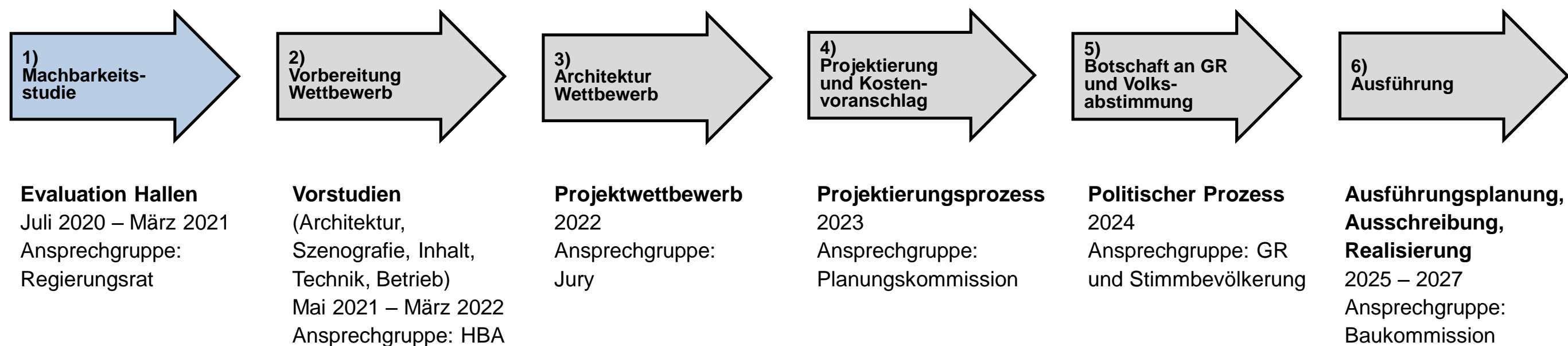
Iwan Funk, Managing Partner Bellprat Partner

PROJEKTPROZESS

ÜBERSICHT

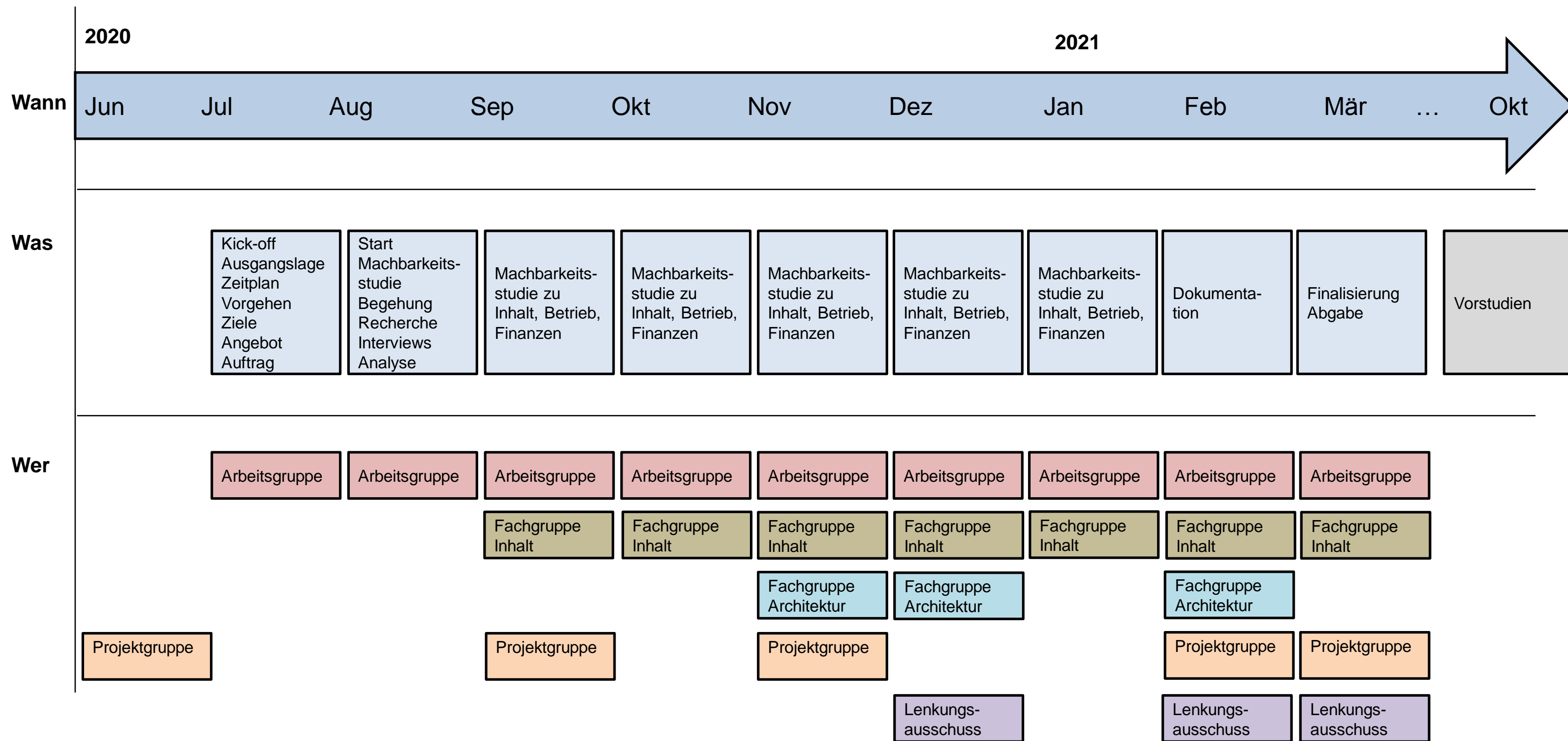
Nach Abschluss der Machbarkeitsstudie ist es für das weitere Vorgehen zentral, dass eine Vorstudie erarbeitet wird. Sie soll auf architektonische, szenografische, inhaltliche, technische und betriebliche Fragen eingehen. Damit sollen Lösungsmöglichkeiten studiert, der Detaillierungsgrad erhöht, Visualisierungen konkretisiert und Kosten belastbarer geschätzt werden. So wird die Grundlage für den Architekturwettbewerb geschaffen.

Die aufgelisteten Projektphasen und Termine sind grob gehalten, von verschiedenen Faktoren abhängig und müssen weiter präzisiert werden. Die Machbarkeitsstudie stellt die erste hier dargestellte Phase dar. Danach folgt die Vorbereitung für den Architekturwettbewerb mit verschiedenen Vorstudien (Architektur, Szenografie, Inhalt, Technik, Betrieb), der eigentliche Architekturwettbewerb, die Projektierung, die Botschaft an den Grossen Rat, die Volksabstimmung mit entsprechendem Wahlkampf und danach die Ausführung.



PROJEKTPROZESS

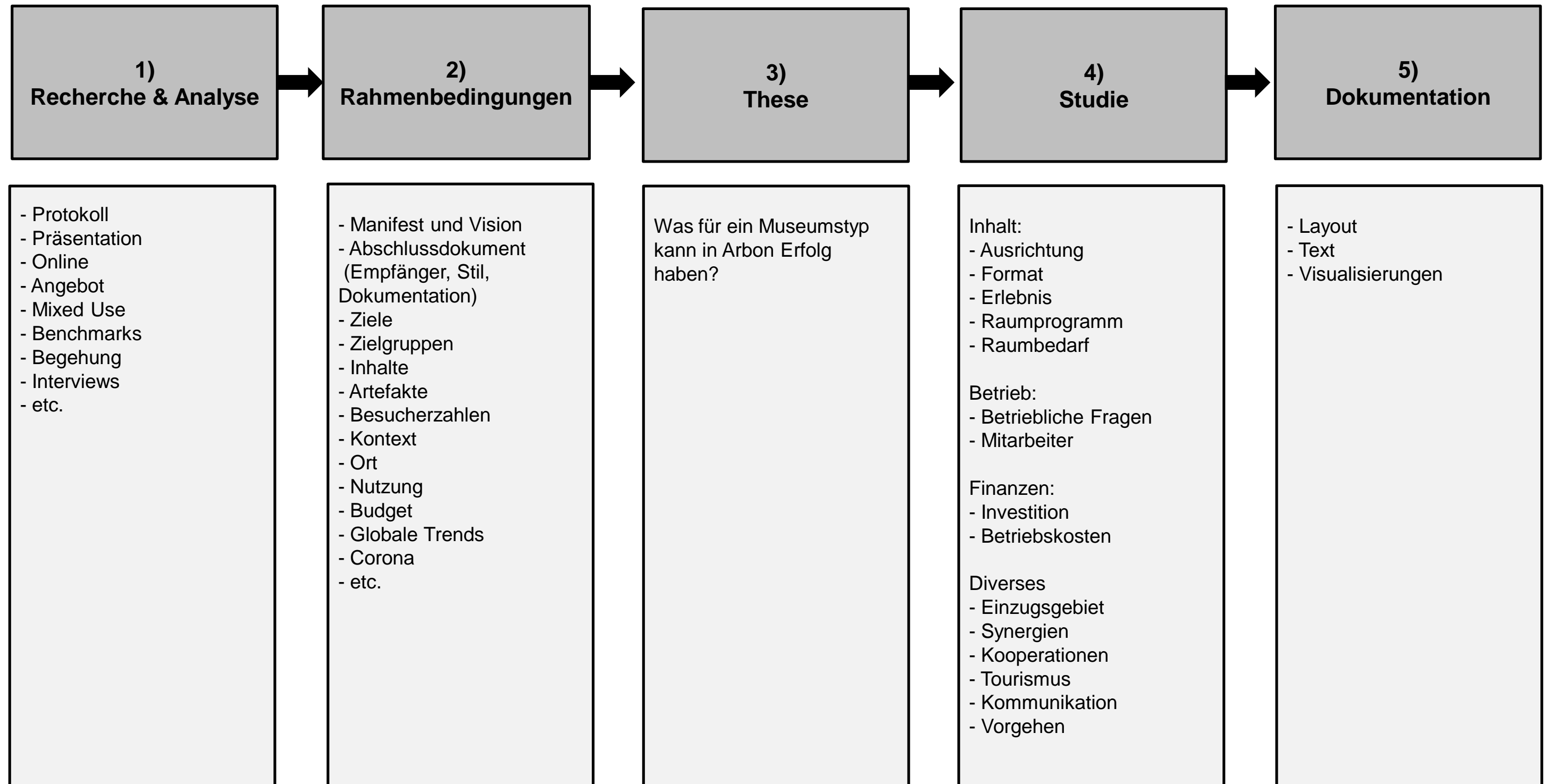
ZEITPLAN MACHBARKEITSSTUDIE



PROJEKTPROZESS

ARBEITSABLAUF MACHBARKEITSSTUDIE

MACHBARKEITSSTUDIE: INHALT, BETRIEB, FINANZEN



4 RECHERCHE UND ANALYSE

4.1. UMGEBUNG UND HALLEN

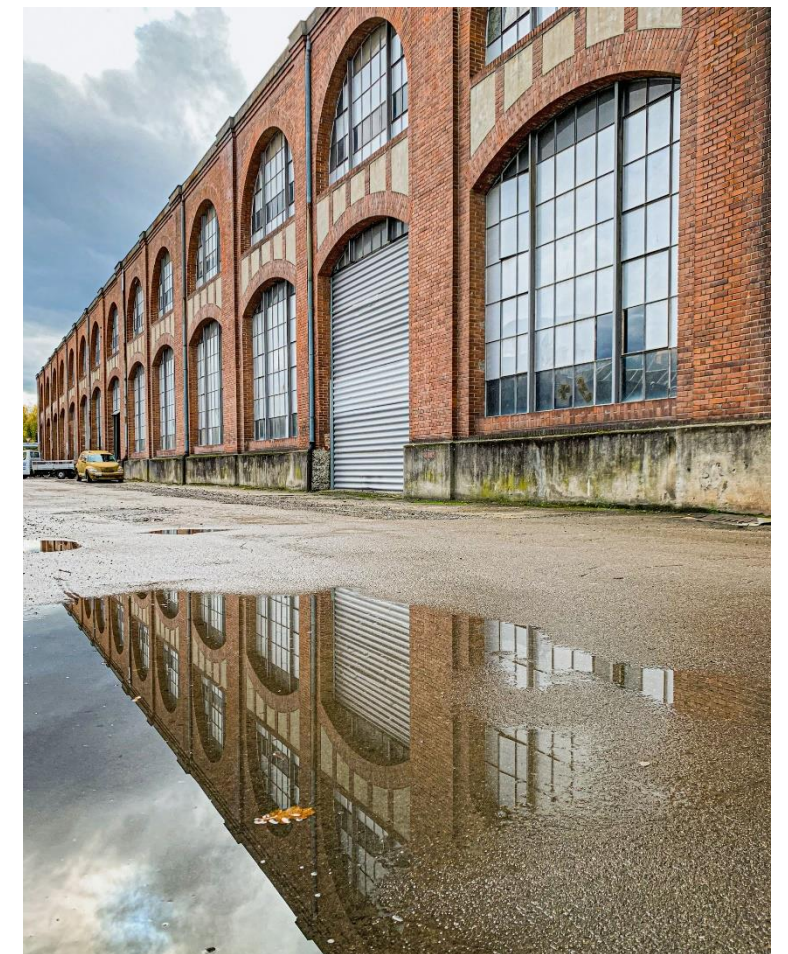
BEGEHUNG HALLEN UND UMGEBUNG

Webmaschinenhalle

Zentralmagazin



WEBMASCHINENHALLE



ZENTRALMAGAZIN



4.2. EINZUGSGEBIET

EINZUGSGEBIET

FREIZEITDESTINATIONEN IN DER SCHWEIZ UND IN DER BODENSEEREGION

Um die erwartbare Anzahl Besucherinnen und Besucher pro Jahr schätzen zu können, braucht es eine Analyse des Einzugsgebiets und der Freizeitdestinationen im relevanten Gebiet (vgl. Anhang II).

Bei den Freizeitdestinationen unterscheidet man zwischen inszenierten (wie zum Beispiel ein Museum) und nicht-inszenierten (wie zum Beispiel ein Ausflugsberg) Destinationen. Die Darstellungen auf den folgenden Seiten geben einen Überblick über die Situation in der Schweiz und die Destinationen in der Region, die als farbige Punkte (museale Destinationen, Freizeitdestinationen und Naturdestinationen) markiert sind. Beide Darstellungen haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern geben einen Überblick.

Das Einzugsgebiet nach Anfahrtsweg wird mit einem speziellen Programm berechnet. Es zeigt farblich gekennzeichnet, wie lange der Anfahrtsweg für eine Person zur Destination ist, aufgeteilt in 30 Minuten, 60 Minuten, 90 Minuten und sogar 120 Minuten. Dazu wird berechnet, wie viele Personen im jeweiligen Einzugsgebiet wohnhaft sind. Diese Herangehensweise ist eine Annäherung, sie ist von verschiedenen Parametern abhängig und zeigt nicht die finale Besucherzahl.

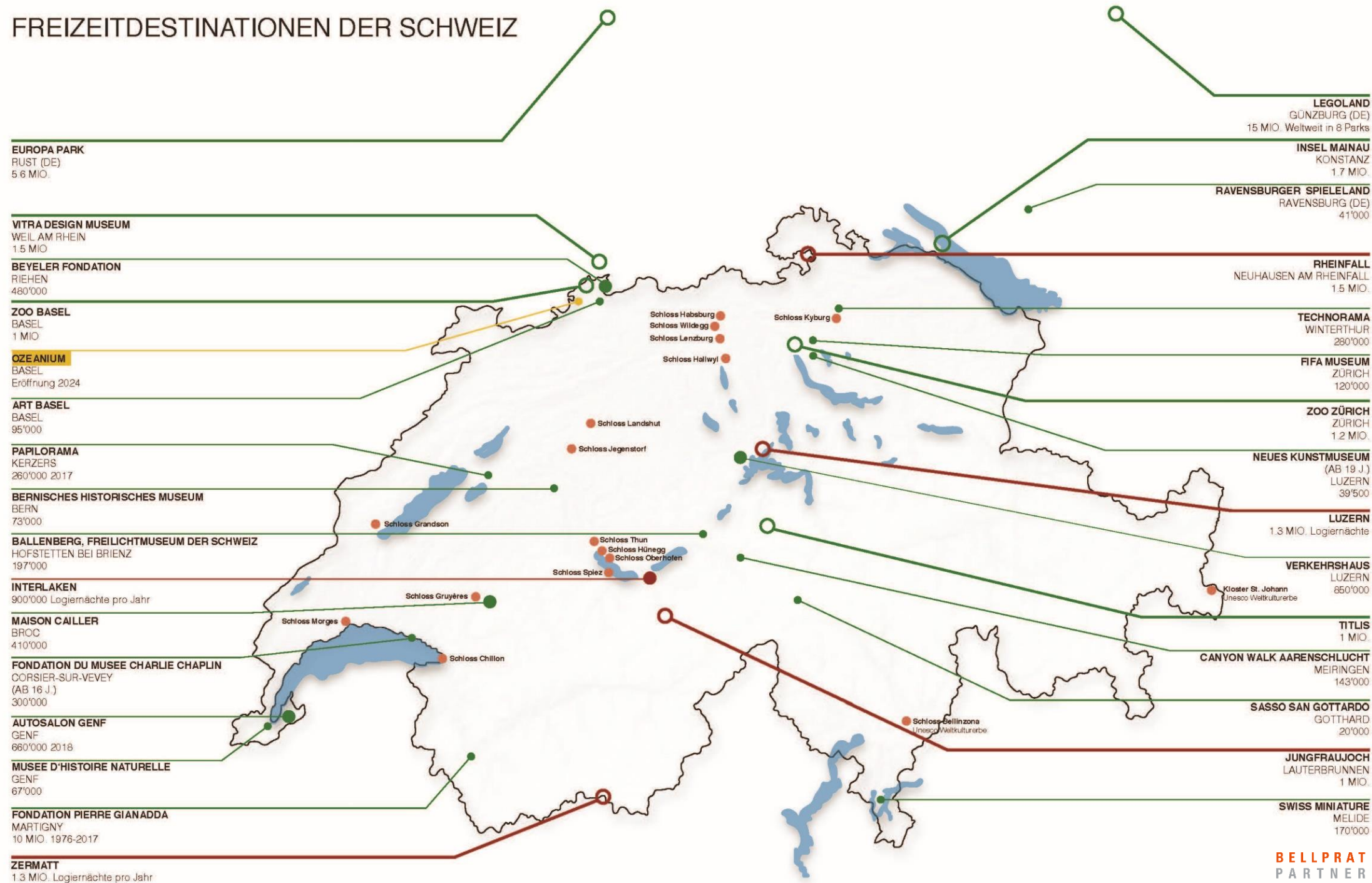
Die Recherche zu den Destinationen in der Region wurde aufgeteilt in Museale Destinationen, Freizeitdestinationen und Naturdestinationen. Darunter befinden sich Destinationen wie zum Beispiel das Technorama, das Zeppelin Museum, die Seebühne Bregenz oder der Säntis. Es wurden jeweils der Standort, die Anzahl Jahresbesucher und die durchschnittlichen Eintrittspreise recherchiert. Die Listen haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, geben aber einen Überblick über die aktuelle Situation der Destinationen in der Region und finden sich im Anhang.

Um schlussendlich eine Aussage zu den erwartbaren Besucherinnen und Besuchern pro Jahr machen zu können, werden Parameter wie Aktivierungsrate, Aufenthaltsdauer und ECU (Entertainment Capacity Units) auf den folgenden Seiten analysiert.

EINZUGSGEBIET

FREIZEITDESTINATIONEN DER SCHWEIZ

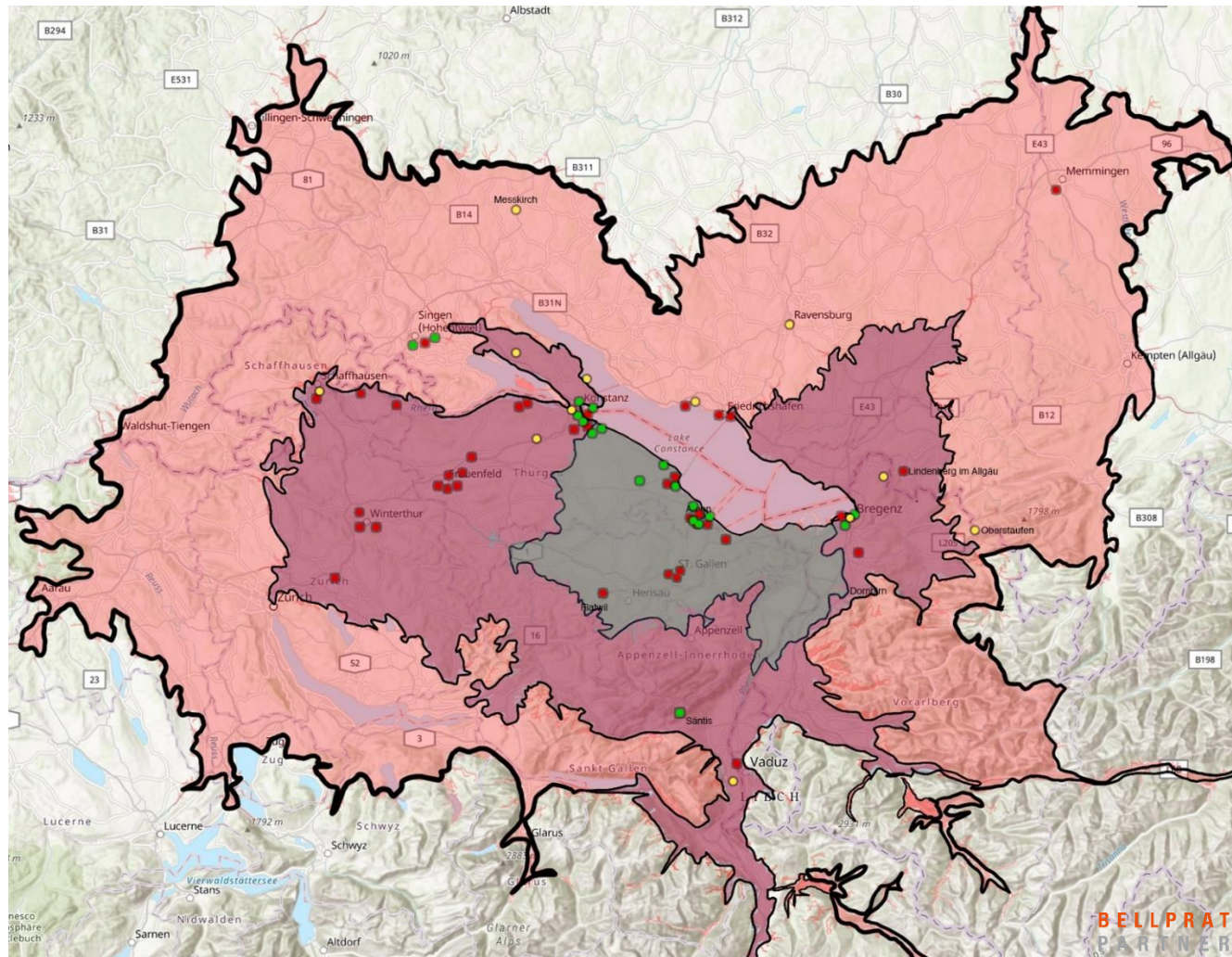
FREIZEITDESTINATIONEN DER SCHWEIZ



● Tourismusstorte inszeniert
 ● Tourismusstorte nicht inszeniert
 ● Tourismusstorte Eröffnung nach 2018
 ● Schweizer Schlösser
 ○ < 1 MIO. Besucher pro Jahr
 ● 400'000 - 1 MIO. Besucher pro Jahr
 ● > 400'000 Besucher pro Jahr

ERWARTBARE BESUCHSZAHLEN

EINZUGSGEBIET



Einzugsgebiet nach Anfahrtsweg

	min	ch	de	li	at	tot
30		468'160	0	0	95'240	563'400
60		1'484'096	283'900	35'587	366'069	2'169'652
90		3'166'131	1'538'523	35'587	397'261	5'137'502
120		4'721'855	3'838'642	35'587	450'512	9'046'596

Bevölkerungszahl im jeweiligen Einzugsgebiet

ERWARTBARE BESUCHSZAHLEN

ECU – ENTERTAINMENT CAPACITY UNITS

Die Aktivierungsrate eines Freizeitangebots gibt Aufschluss über die Häufigkeit des Besuchs von Bewohnerinnen und Bewohnern innerhalb des definierten Einzugsgebiets in einem Jahr. Diese Rate ist unter anderem abhängig vom vorhandenen Freizeitangebot im Einzugsgebiet.

Die Aktivierungsrate kann durch Steigerung der ECU (Entertainment Capacity Units) angehoben werden. Ein ECU kann als Einheit angegeben werden und entspricht dem Grad der reinen Unterhaltung einer Destination in Stunden, also wie lange die Besucherinnen und Besucher vor Ort unterhalten werden.

Die ECU sind abhängig von der Typologie, der Themensetzung und Vermittlung, der Ausstrahlung und der Grösse eines Museums.

Für diese Studie wurde eine Ausstellungsfläche von ca. 2000 m², eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 1.75 Stunden und 1.2 ECU angenommen.

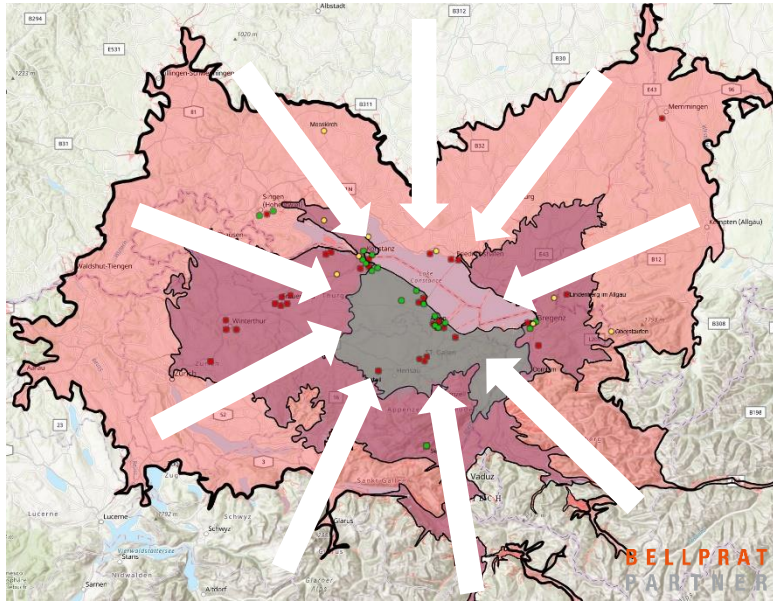
Die Annahmen für die Aktivierungsrate, Aufenthaltsdauer und die ECU beruhen neben wissenschaftlichen Erkenntnissen auf Erfahrungswerten und vergleichbaren Projekten.

Mit Incoming Tourists sind die Jahrestouristinnen und -touristen im relevanten Gebiet gemeint. Total sind das ca. 450'000 Incoming Tourists. Sie setzen sich zusammen aus ca. 300'000 Velofahrerinnen und -fahrern auf dem Bodenseeradweg, 75'000 übernachtende Gäste (nicht Business) in Hotel, Camping, Ferienwohnungen im Gebiet Rorschach-St.Gallen-Romanshorn-Arbon und 75'000 – 100'000 Tagesgäste in Arbon (Quelle: Thurgau Tourismus).

Werden all diese verschiedenen Parameter und Vorbedingungen wie angedacht erfüllt, kann die auf der folgenden Seite berechnete Anzahl Besucherinnen und Besucher erwartet werden.

ERWARTBARE BESUCHSZAHLEN

AKTIVIERUNGSRATE



Reisezeit	Aktivierungsrate	Bewohner Delta	BesucherInnen
30`	8 – 10%	563'000	45'000 – 56'000
60`	2 – 3%	1'606'000	32'000 – 48'000
90`	1 – 1.5%	2'968'000	29'000 – 44'000
Incoming Tourists	1 – 1.5%	450'000	4'000 – 7'000
TOTAL			110'000 – 155'000

Um eine Marge bei den verschiedenen Parametern zu haben und um die Erwartungen nicht zu hoch zu stecken, wird empfohlen, von einer konservativen Anzahl von **80'000 – 100'000** Besucherinnen und Besucher pro Jahr auszugehen. Diese Kennzahl ist relevant für die weitere Planung, die Kommunikation, den Betrieb und die Finanzen des neuen Museums.

4.3 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 weiter bearbeitet werden.

Mit folgenden Personen wurden Gespräche geführt:

- Dr. iur. Dominik Diezi, Stadtpräsident Arbon
- Rolf Müller, Direktor 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

Freie Zusammenfassungen der Gespräche vgl. Anhang III.

5 ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG

ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG

Wir befinden uns in Europa seit mindestens 20 Jahren in einer Umbruchszeit, deren Ende nicht absehbar ist und die unsere Dienstleistungsgesellschaft stark in Frage stellt und erschüttert.

Das «Museum Werk 2» möchte diese Situation zu seinen Gunsten nutzen und sein inhaltliches Konzept an Fragestellungen ausrichten, die Emotionen wecken, die uns heute konkret betreffen und auch in Zukunft betreffen werden.

Das hier beschriebene inhaltliche Konzept soll beispielhaft aufzeigen, welche Ausstellungen im «Museum Werk 2» realisiert und wie Kooperationen mit anderen Museen und Partnern umgesetzt werden könnten. Detailliertere Ausführungen vgl. Anhang IV.

ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG



Verankert in der Fabrikhalle (Webmaschinenhalle oder Zentralmagazin) und verortet in Arbon als ehemalige Industriestadt lässt sich ein inhaltliches Konzept gut realisieren, das sowohl ein grosses und langfristiges Publikumsinteresse bedient und überregionale Strahlkraft hat als auch optimal zum Standort passt. Im Zentrum steht dabei die Frage: Wie verändert der technische Fortschritt unsere Arbeit und unser Leben in Geschichte, Gegenwart und Zukunft?

ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG

Sorgenbarometer im Langjahrestrend



Ein Blick auf das Schweizer Sorgenbarometer im Langjahrestrend zeigt, dass sich unsere Hauptfragen in der aktuellen Umbruchszeit rund um die Altersvorsorge und um die Zukunft unserer Arbeit drehen. Wie werde ich später leben, wenn wir alle immer älter werden? Was passiert mit meiner Arbeit in mittel- und langfristiger Zukunft? Wird meine Arbeit von Maschinen oder Künstlicher Intelligenz übernommen? Was mache ich dann mit all der entstehenden Freizeit und wer finanziert diese Lebensweise?

ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG

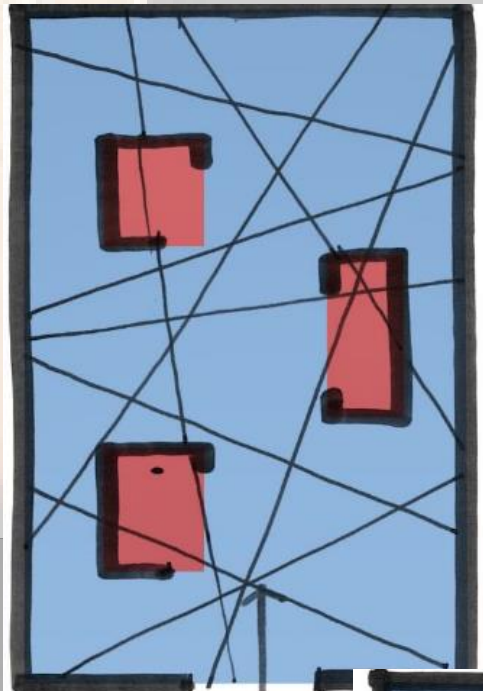
Gesellschaftsumbrüche als Programm



Das Erfolgspotential eines Geschichtsmuseums wie des «Museum Werk 2» ist, dass die Geschichte zum Verhältnis zwischen Menschen, Generationen und Maschinen, insbesondere während Umbruchsphasen, sehr viel beizutragen hat. Es gab vergleichbare Situationen in unterschiedlichen Epochen. Zudem verfügt der Kanton Thurgau über Kulturgüter, an welchen sich Sorgen und Fragestellungen wie die unsrigen im Heute illustrieren lassen. Auf einem Rundgang erfahren Museumsbesuchende dann zum Beispiel, dass der Mensch vor der Einführung der Landwirtschaft ebenfalls nur vier Stunden gearbeitet hat, die Zahl der Arbeitsstunden sich mit der Sesshaftigkeit aber verdreifachte. Ausgehend davon lassen sich lehrreiche Stationen planen zu Themen, was Arbeit für die Identität des Menschen generell bedeutet oder in welchem Fall etwa industrieller Fortschritt negativ oder positiv bewertet werden kann.

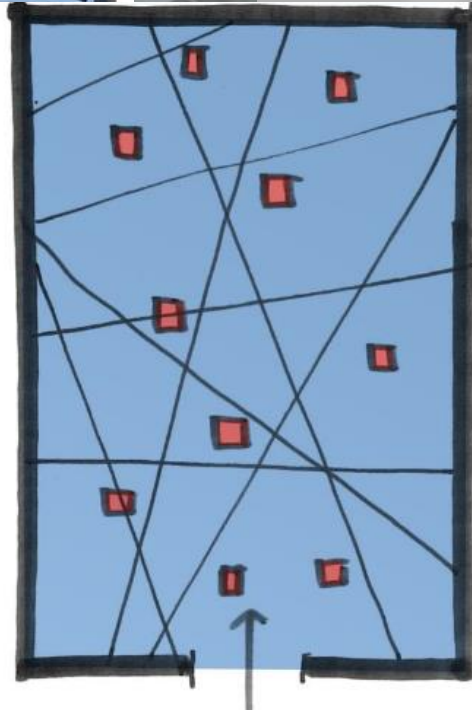
ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG

Flexible Hauptausstellung in vier Zonen



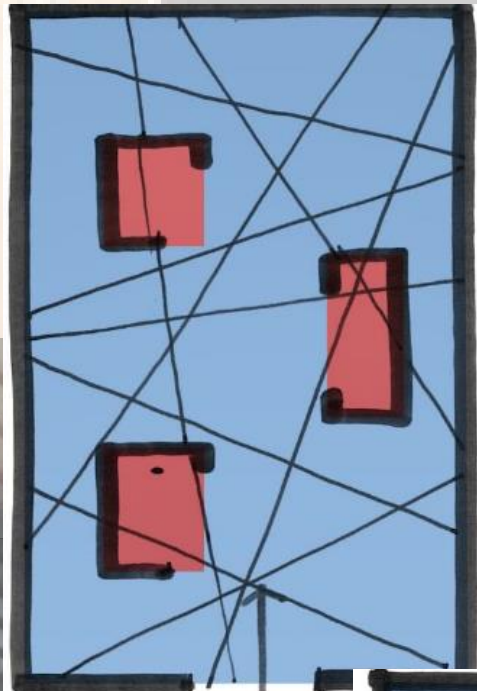
Die Ausstellungszone «Arbeitstier» verfolgt die Aussage, dass unsere nach wie vor gültige Definition von Arbeit als tägliche, an ein Unternehmen gebundene Erwerbsarbeit eine «erfundene Tradition» des Industriezeitalters ist. Dieses Verständnis von «Arbeit» als Erwerbsarbeit mit regulierter Arbeitszeit, hierarchischem Rollenverständnis usw. beginnt sich seit einigen Jahren wieder aufzuweichen: etwa durch Flexibilisierung von Arbeitszeit, Home Office, Künstlicher Intelligenz, Virtualität etc.

Die zweite Ausstellungszone ist «Menschmaschine» benannt und geht von der Vorstellung aus, dass Menschen sich u.a. durch ihre Eigenschaft als Werkzeugproduzenten auszeichnen. Dieser Teil der Hauptausstellung behandelt in einer kulturell und geografisch breiten Perspektive das Verhältnis zwischen Mensch und Maschine, zwischen analog und digital und zwischen Natur und Technik.



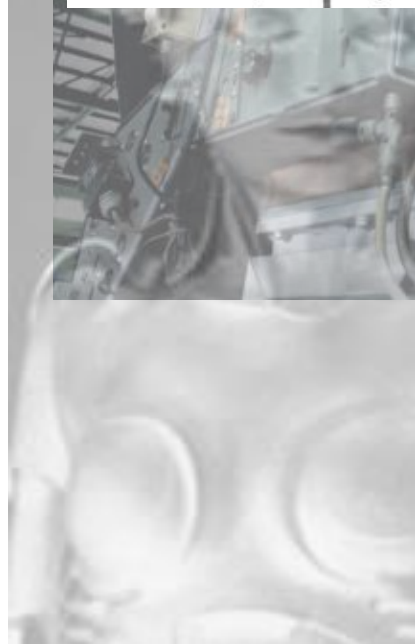
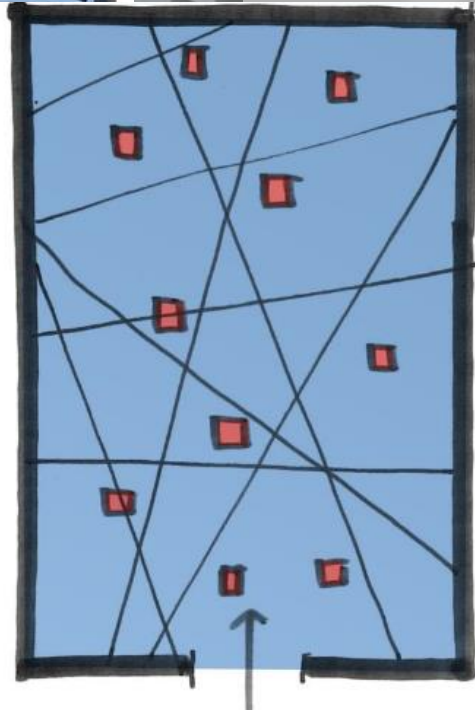
ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG

Flexible Hauptausstellung in vier Zonen



Die dritte Zone ist mit «Lebemensch» übertitelt und fokussiert auf die heutige Sorge rund um das «Altern». In vorindustriellen Gesellschaften hiess Älterwerden oft einfach «Überleben». Nahrungsbeschaffung, die Abwehr von Fremdeinwirkungen (Krankheiten, Klima, Feinde) sowie die Reproduktion standen für grosse Teile der Bevölkerung im Zentrum des Lebens. Mit dem industriellen Fortschritt und insbesondere wegen der steigenden Lebenserwartung durch den medizinischen Fortschritt haben sich die Bedürfnisse, aber auch auch die Rollen in der Gesellschaft verschoben.

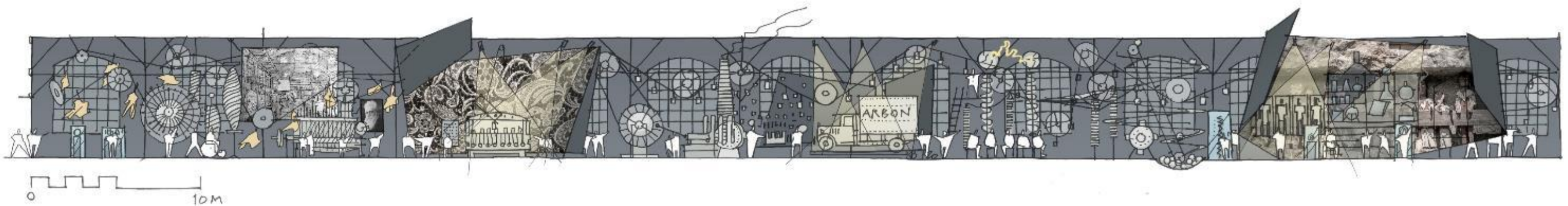
Der vierte Teil nennt sich «Zukunftslabor» und konzentriert sich auf mögliche Entwicklungsszenarien im Hinblick auf die Themen des Museums. Das Labor bietet damit Raum für Zukunftsentwürfe und Experimentelles. Arbon als vormals industriell erfolgreiche Stadt, die ebenfalls eine Krise durchlebt (Schliessung von Industriebetrieben, Abwanderung, Suche nach einer neuen Identität, Perspektivenwandel), kann hier als Anschauungsbeispiel dienen. Was, wie und wo arbeitet eine Arbonerin oder ein Arboner in 50 Jahren?



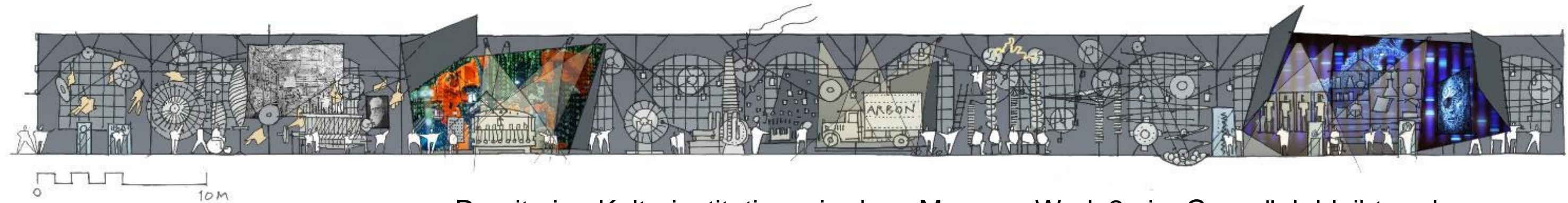
ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG

Sonderausstellungen und Themenakzente

Sorgenbarometer/Zukunftsfragen



Historische Antworten



Damit eine Kulturinstitution wie das «Museum Werk 2» im Gespräch bleibt und jährlich die angestrebten 80'000 bis 100'000 Besucherinnen und Besucher anzieht, muss die Hauptausstellung regelmässig neu bespielt werden. Dies erfolgt durch sorgfältig ausgewählte Akzentsetzungen mit Themen, die uns stark beschäftigen und bewegen und die im Einklang mit der Hauptausstellung stehen.



ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG

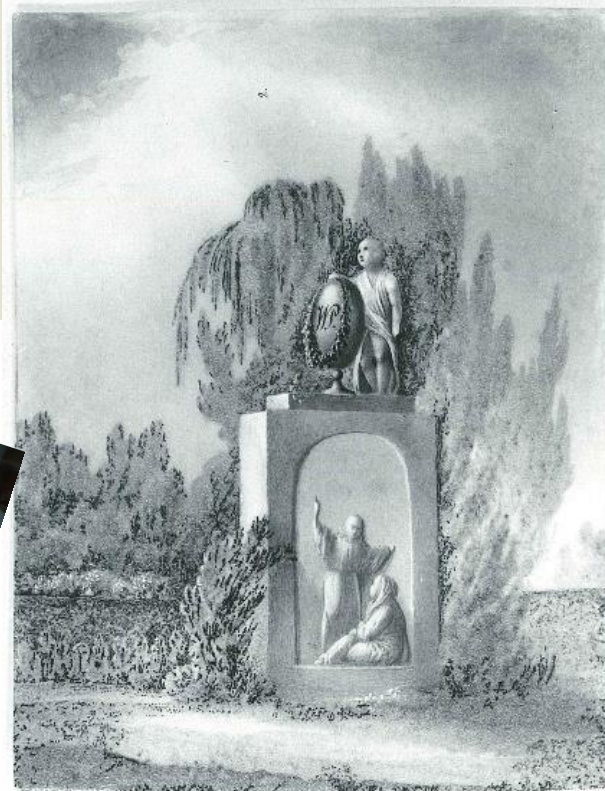
Sonderausstellungen und Themenakzente



Zur Veranschaulichung wäre eine mögliche Akzentsetzung denkbar zu einem Thema wie «Unsterblich. Warum wir ewig leben wollen», die auf das Thema «Altersvorsorge» reagiert. Dieser vielfältige Akzent wäre inszenierbar als Kombination aus anthropologischen Überlegungen (Älterwerden, Überleben, Leben), historischen Zugängen auf der Basis der Sammlungen der kantonalen Museen (bspw. Kultobjekte), ethnologischen/volkscundlichen Exkursen (Vorstellungen von Leben und Tod in anderen Kulturen) und technischen Möglichkeiten (Internetfriedhöfe, Einfrieren von Leben usw.).

ÜBERLEGUNGEN ZUR INHALTLICHEN AUSRICHTUNG

Sonderausstellungen und Themenakzente



Als Objekte kämen bspw. in Frage: Das Andachts- und Auferstehungsbild aus den Jahren rund um 1800 der Thurgauer Familie Pupikofer als Variante von «ewigem Leben», gefertigt aus Haarstaub eines verstorbenen Familienmitglieds, auf dem damit materiell der Gen-Code des Verschiedenen erhalten geblieben ist.

Auch die berühmte keltische Stifterfigur aus Eschenz wäre als Objekt denkbar, ergänzt durch ethnografische Objekte zu Toten- oder Ahnenkulten weltweit und zu modernen Formen von «ewigem Leben» wie Internetfriedhöfe oder Container für eingefrorene Menschen.

Mit den regelmässigen Akzentsetzungen sollen jeweils reichhaltige interdisziplinäre Rahmenprogramme verknüpft werden.

Eine grosse Bedeutung kommt auch inhaltlichen Kooperationen mit den anderen kantonalen Museen zu.

6 GEBÄUDE

6.1. TESTPLANUNG HRS

TESTPLANUNG HRS

ÜBERSICHT

Gebäude

Auf dem Saurer-Areal in Arbon kommen grundsätzlich zwei Gebäude als Standort für das «Museum Werk 2» in Frage: die Webmaschinenhalle und das Zentralmagazin.



Abbildung: Webmaschinenhalle Fassade Ost. Quelle: Historisch

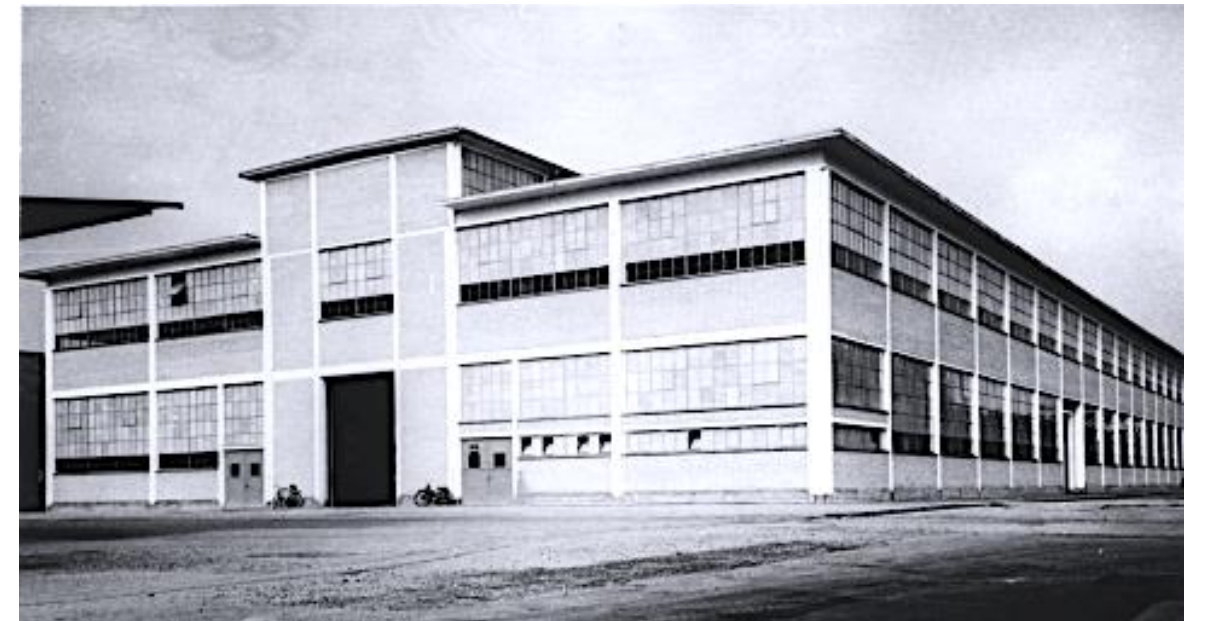


Abbildung: Zentralmagazin Fassade Süd. Quelle: Historisch

TESTPLANUNG HRS

ÜBERSICHT

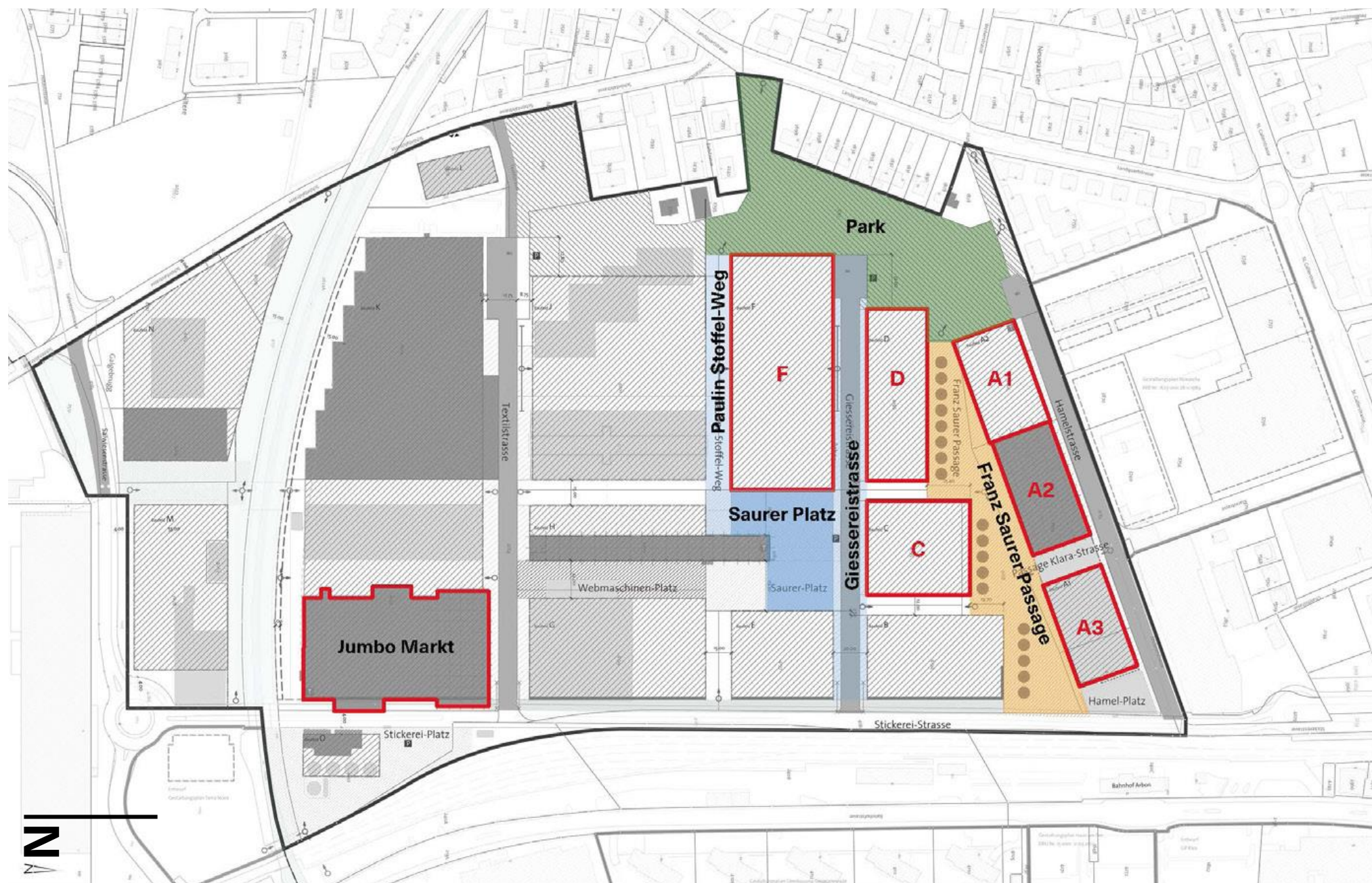
Aus rein betrieblicher Sicht können beide Gebäude in ein Museum transformiert werden. Auch die Baukosten können aus heutiger Sicht nicht den Ausschlag für das eine oder das andere Gebäude geben. Der Substanzwert der beiden Gebäude kann als vernachlässigbar bezeichnet werden, d.h. die Baukosten pro Quadratmeter wären bei beiden Standorten in etwa gleich hoch.

Massgebend für die Differenz der Gesamtkosten sind somit lediglich die Kosten der zugehörigen Grundstücke. Diese resultieren aus der (theoretisch) realisierbaren Bebauungsdichte auf der entsprechenden Parzelle. Die beiden Grundstücke sind zwar benachbart, weisen aber innerhalb des bereits weit gediehenen neuen Stadtquartiers ganz unterschiedliche städtebauliche Qualitäten auf. Zudem handelt es sich bei der Webmaschinenhalle um ein Schutzobjekt. Sie kann also nicht abgebrochen werden.

Ausserdem besteht ein Gestaltungsplan des Areals aus dem Jahr 2007. Die heutige Eigentümerin HRS Real Estate AG hat im Frühjahr 2012 das Areal von der OC Oerlikon Corporation AG übernommen und sukzessive einzelne Baufelder weiterentwickelt, Bauprojekte realisiert und weiter veräussert. So wurden in den letzten Jahren die Baufelder A1, A2, A3, C, D und F entwickelt und überbaut oder umgenutzt sowie die öffentlichen Strassenflächen Pauline-Stoffel-Weg und Giessereistrasse sowie die Freiflächen Park, Saurerplatz und Franz-Saurer-Passage gestaltet.

TESTPLANUNG HRS

ÜBERSICHT



Gestaltungsplan Saurer WerkZwei mit realisierten Baufeldern (rot), öffentlich genutzten Strassenflächen Pauline Stoffel-Weg und Giessereistrasse (hellblau) sowie Freiflächen Park (grün), Saurer Platz (dunkelblau) und Franz Saurer Passage (orange).

TESTPLANUNG HRS

ÜBERSICHT

Im Zuge der Entwicklung dieser Baufelder wurde erkannt, dass gewisse Regelungen des Gestaltungsplans nur wenig Spielraum für abweichende Überbauungslösungen innerhalb der Baufelder offenlassen. Zudem bestand aus denkmalpflegerischer Sicht der Wunsch, zusätzliche Bauten aus der Industriegeschichte von Arbon zu erhalten oder zumindest geschickt in Neubaulösungen zu integrieren. Seit dem Erlass des Gestaltungsplans hat sich auch die Gesetzgebung auf kantonaler und kommunaler Stufe verändert. Insbesondere wurde im neuen Planungs- und Baugesetz die Ausnützungsziffer gestrichen und die Höhenregelung geändert.

All dies gab Anlass, die Dichte und Höhenentwicklung im Bereich der noch nicht bebauten Baufelder im Gestaltungsplangebiet zu überprüfen. Insofern hat es sich als Glücksfall erwiesen, dass die Grundeigentümerin HRS gleichzeitig mit dem Entscheid des Regierungsrates, ein neues Museum in Arbon weiterzuverfolgen, im Sommer 2021 ein Testplanungsverfahren startete. Dies ergab die Möglichkeit, neben der Überprüfung der Rahmenbedingungen des Gestaltungsplans auch die beiden Standorte für das neue Museum aus städtebaulicher Sicht zu analysieren.

TESTPLANUNG HRS

ÜBERSICHT

Städtebauliche Aspekte

Das Testplanungsverfahren findet seinen Abschluss mit der Sitzung des Beurteilungsgremiums Anfang April 2021. Die bisherigen Zwischenbesprechungen und die vorliegenden Abgabepläne der drei äusserst ausgewiesenen involvierten Planerteams ergeben aber ein absolut kohärentes Bild: Das «Museum Werk 2» wird klar dem Areal und dem Gebäude der Webmaschinenhalle zugeschrieben. Auch die Begründungen lassen sich auf einen Nenner bringen: Die Webmaschinenhalle bildet die Mitte des Areals, verfügt über die bessere Lage am öffentlichen Saurerplatz und hat eine einmalig identitätsstiftende Industriearchitektur.



Abbildung: Bauliches und soziales Umfeld. Quelle: GWJ Architekten, Bern

6.2 FLÄCHEN IST/SOLL

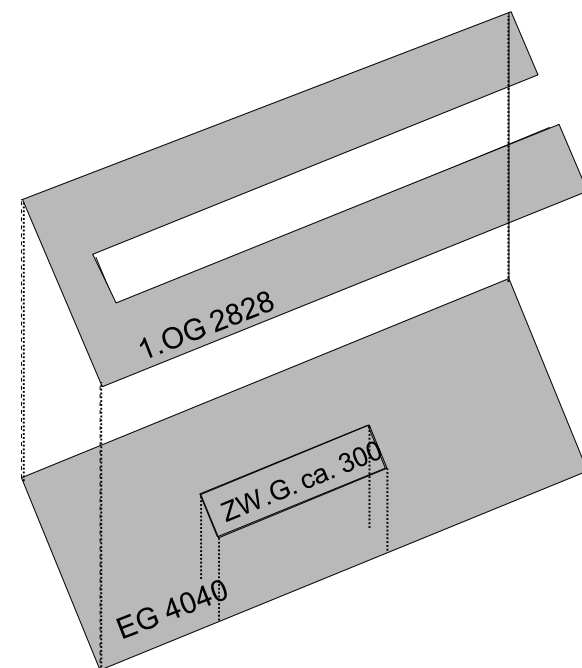
BESTAND FLÄCHEN

Die folgenden Darstellungen zeigen die aktuellen Bruttogeschossflächen (BGF) der beiden Hallen.

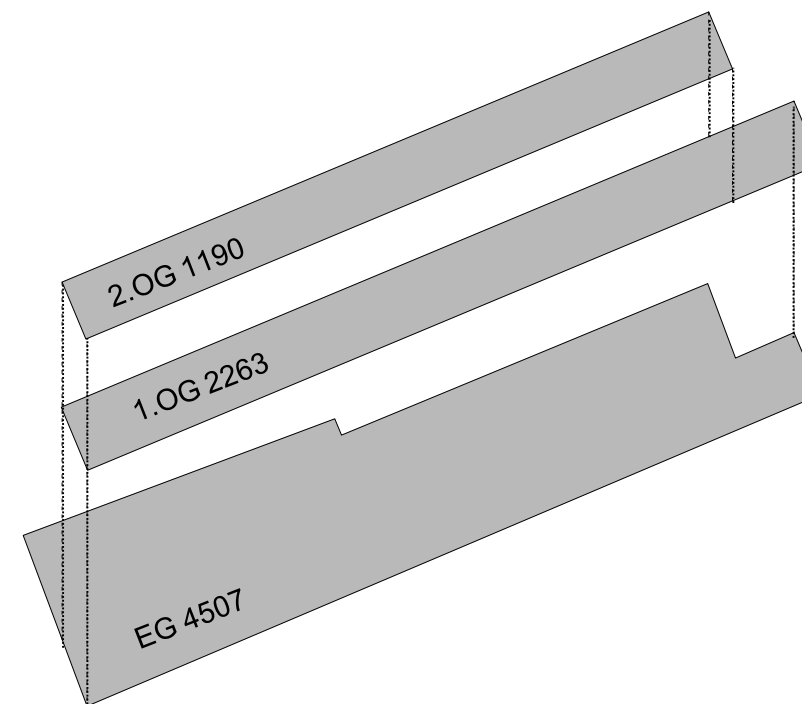
Beim Zentralmagazin besteht die Möglichkeit, dass die bestehende Struktur verkleinert wird, um die optimale Grösse für das Museum zu erreichen. Die nachfolgenden Studien gehen von dieser Option aus.

Bei der Webmaschinenhalle ist eine Verkleinerung der Struktur unter anderem wegen denkmalpflegerischer Auflagen schwieriger umsetzbar. Es wäre denkbar, die Fläche zu verkleinern, indem neben dem Museum eine Fremdnutzung integriert wird, was aber auch mit gewissen Herausforderungen (zum Beispiel getrennte Eingänge und dadurch ein aufwendigeres Sicherheitskonzept) verbunden wäre.

Zentralmagazin 7168 m²



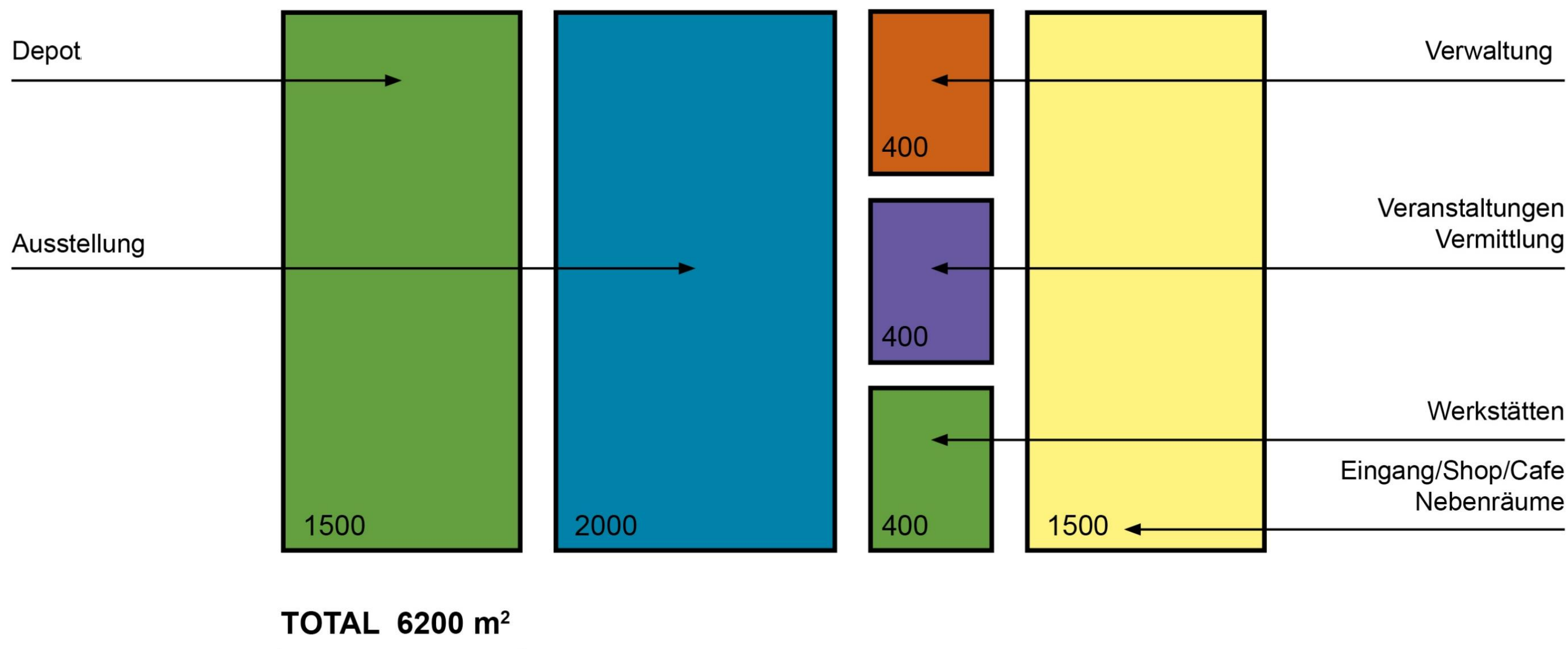
Webmaschinenhalle 7960 m²



IDEALES RAUMPROGRAMM

Dieses Schema zeigt das ideale Raumprogramm für das neue Museum mit dem jeweiligen Flächenbedarf für die unterschiedlichen Funktionen.

Es zeigt auch, dass die aktuellen Flächen der beiden Hallen zu gross sind und man Verkleinerungen oder Umnutzungen anstreben sollte.



6.3. SCHEMATISCHE SZENARIEN

SCHEMATISCHE SZENARIEN

ÜBERSICHT

Um das ideale Raumprogramm auf die beiden Hallen applizieren zu können, wurden ganz grundsätzliche Szenarien für ein neues Museumskonzept erarbeitet.

Grob zusammengefasst handelt es sich um folgende Szenarien, die auf den nächsten Seiten schematisch in der Übersicht und dann spezifisch für die jeweilige Halle dargestellt sind:

- A) Schaubühne: zentrales und sichtbares Schaulager, speist inhaltlich verschiedene thematische Galerien
- B) Galerien: klassischere Aufteilung, verschiedene Galerien für unterschiedliche Themen und Szenografien
- C) Flexibel: ein modularer und veränderbarer Raum, mit Trennwänden anpassbar an Bedürfnisse der Themen und Szenografien
- D) Streetscape: Verschmelzung von musealen Galerien und Mantelnutzungen in abwechselnden Räumen
- E) Fliegendes Museum: öffentliche Nutzung im EG und museale Nutzung im OG

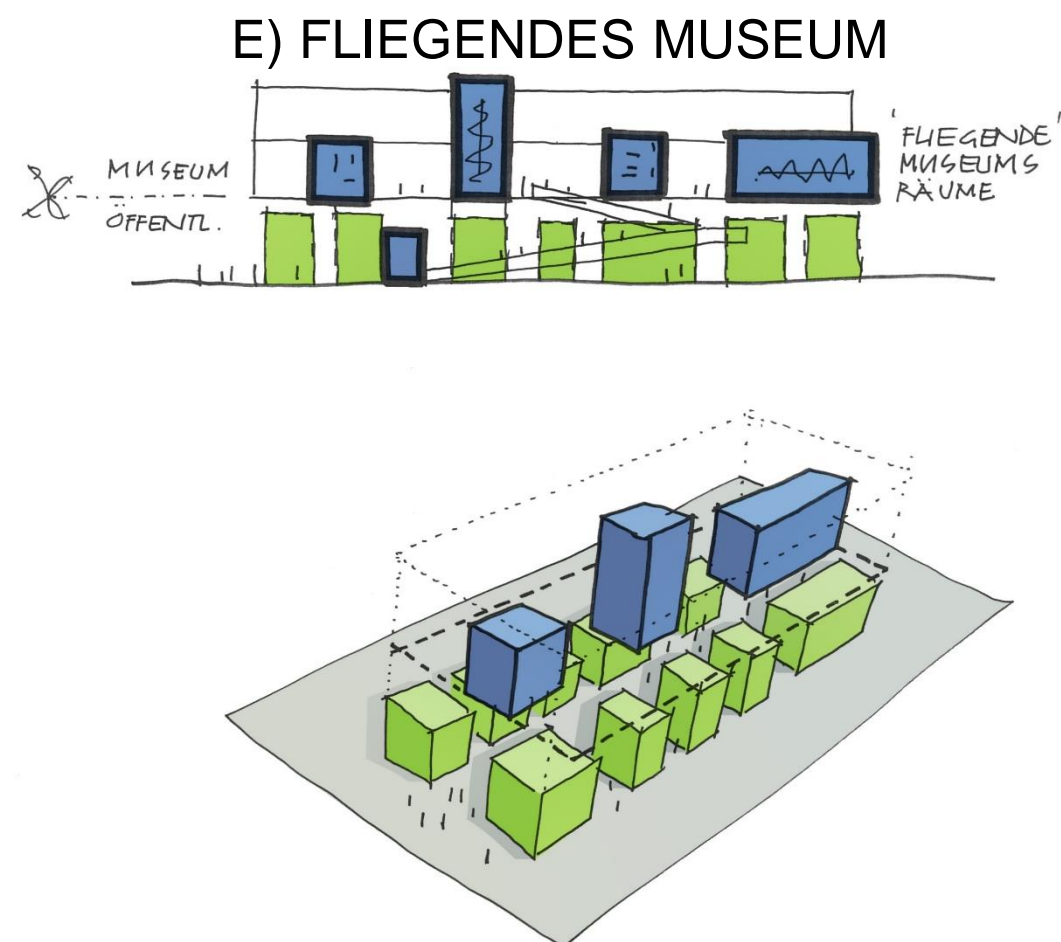
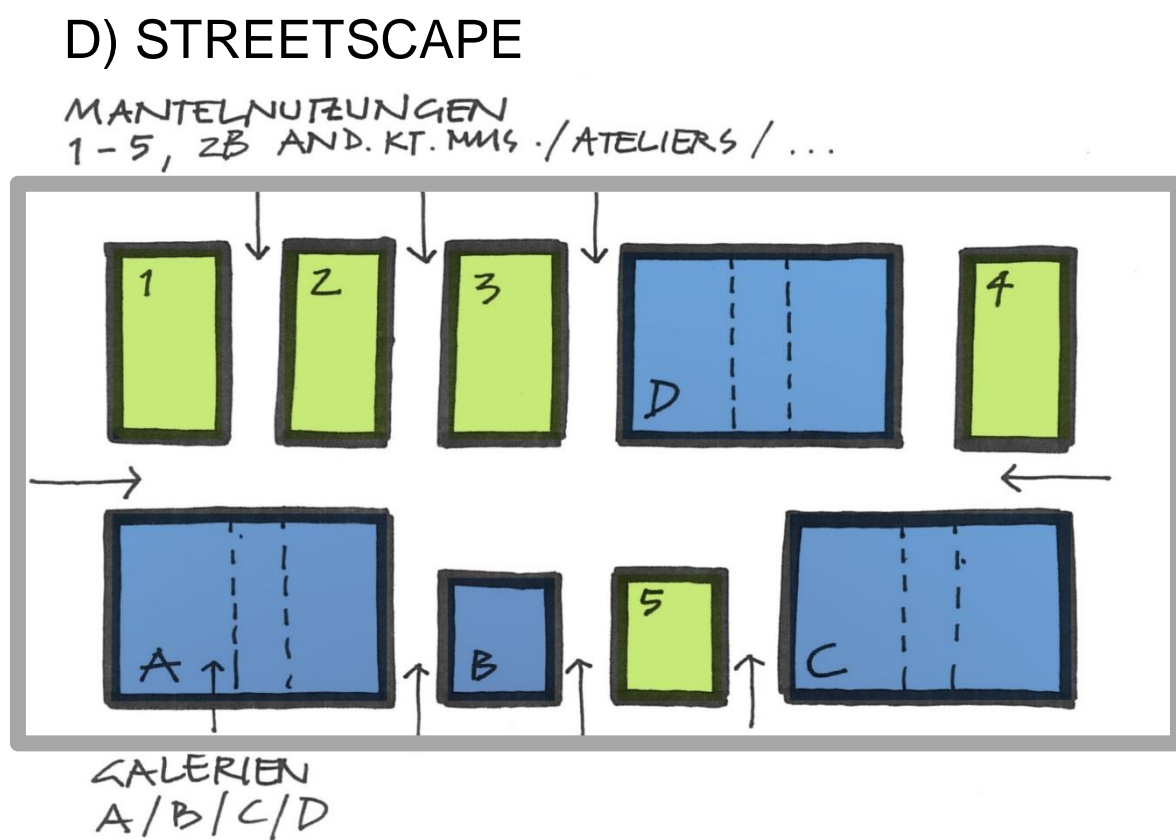
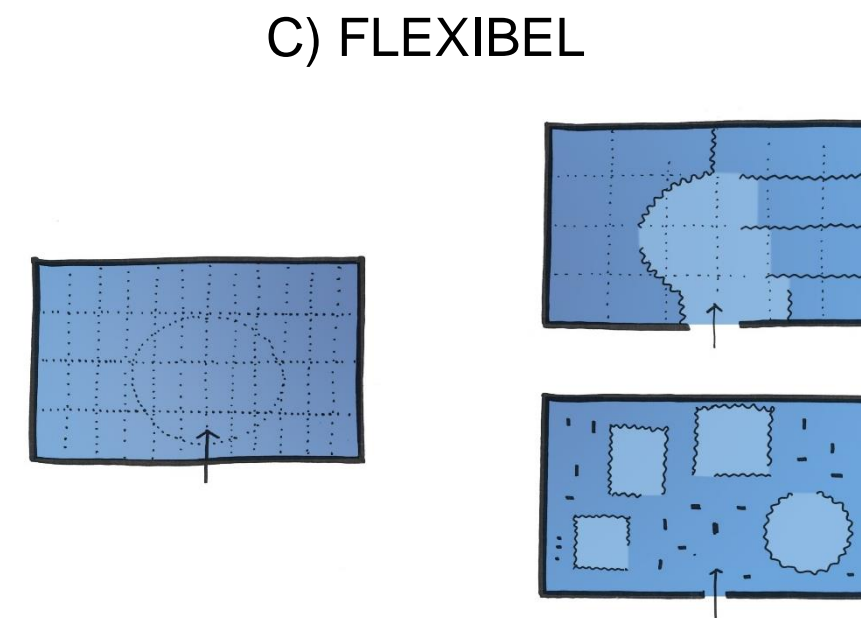
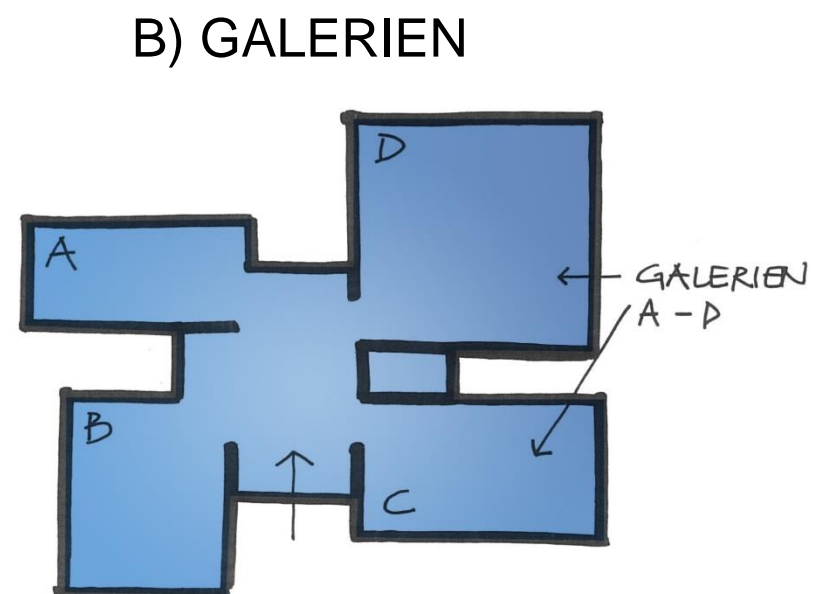
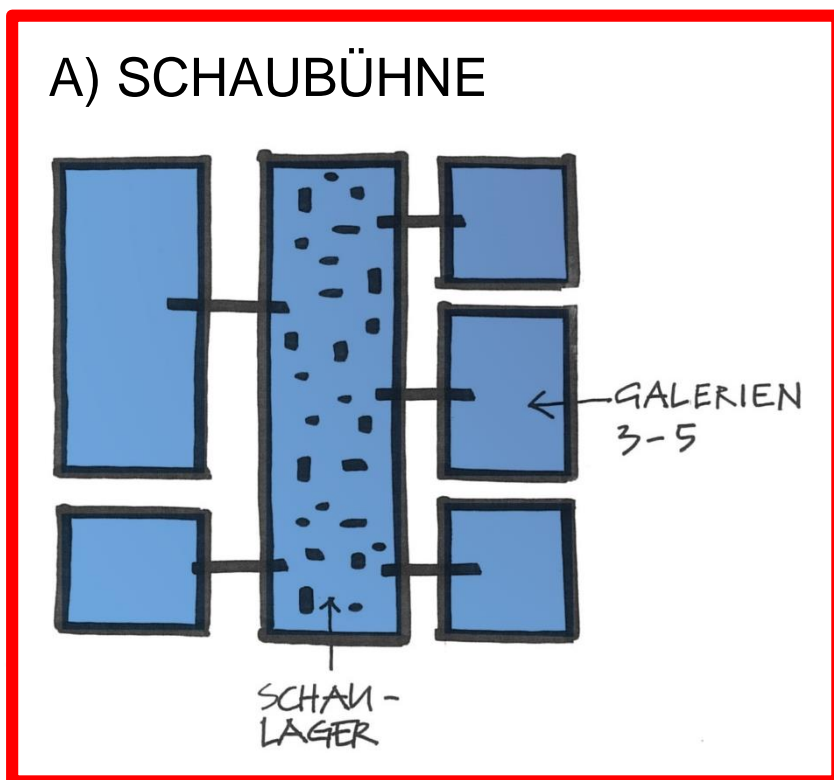
Diese Szenarien wurden für beide Hallen geprüft und dadurch ein Szenario für die Weiterentwicklung ausgewählt. Die Arbeitsgruppe empfiehlt das Szenario «Schaubühne» zur Weiterentwicklung. Es bietet das grösste Potential, ist an den Bedürfnissen eines modernen Museums ausgerichtet und passt zu beiden Hallen.

Wichtig ist, dass in diesem Szenario jährliche Erneuerungen der Ausstellungen möglich sind, entweder im Rahmen von wechselnden Ausstellungen oder dauerhaften (maximal ca. acht Jahre) Ausstellungen. Nur so kann längerfristig die geschätzte Anzahl Besucherinnen und Besucher pro Jahr gewährleistet werden. Die Ausstellungen müssen dynamisch bleiben und die Neuerungen regelmässig in die Kommunikation eingebunden werden.

Mit dem Szenario «Schaubühne» wurde jeweils ein detailliertes Raumprogramm für die beiden Hallen erarbeitet und visualisiert.

SCHEMATISCHE SZENARIEN

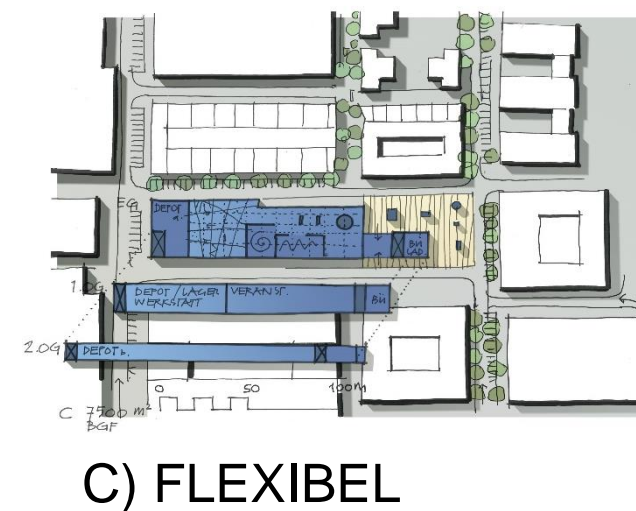
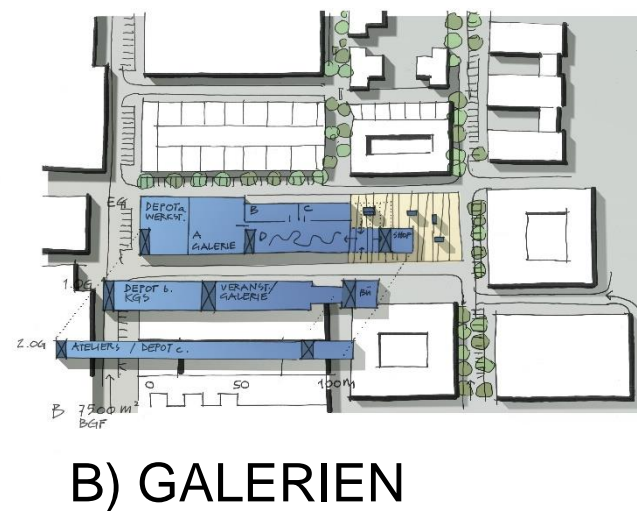
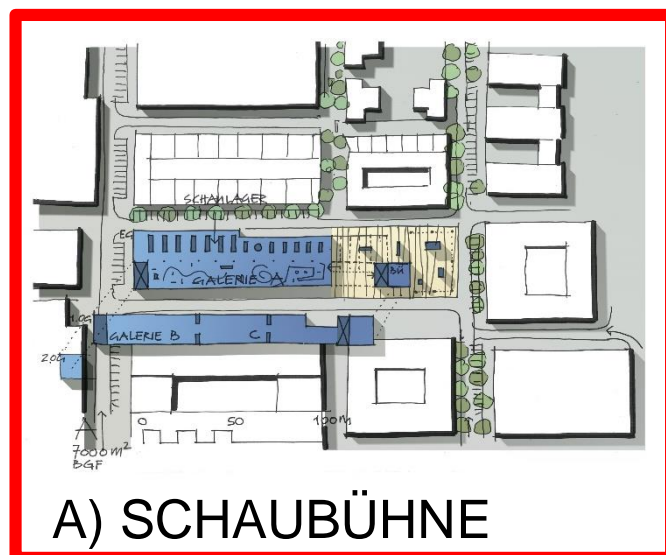
ÜBERSICHT



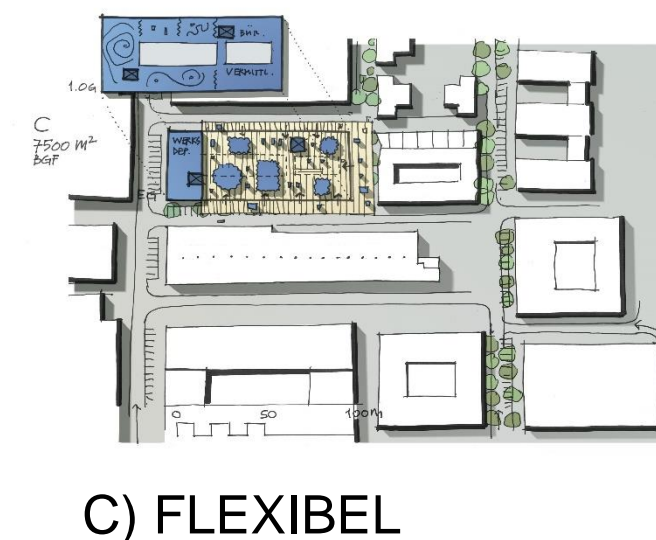
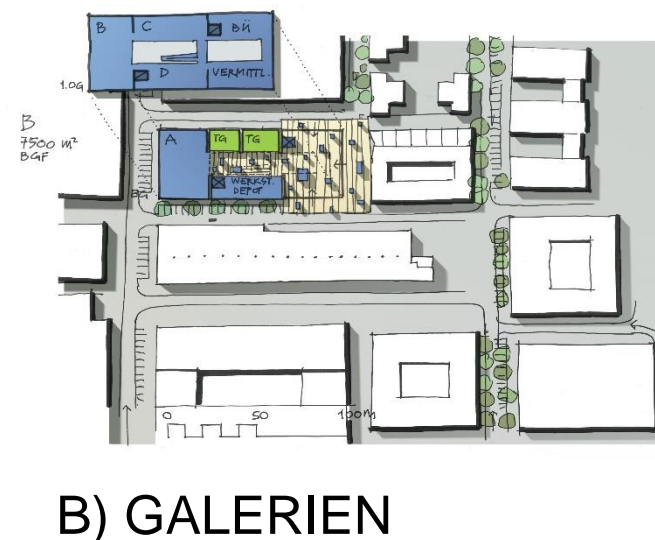
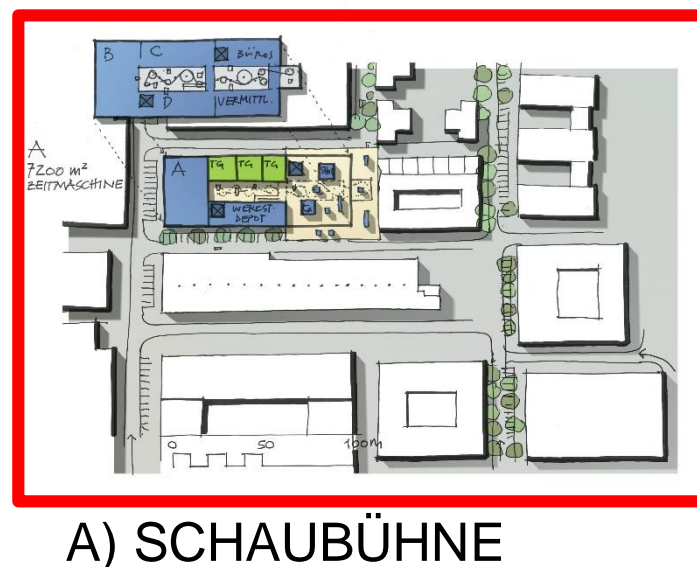
SCHEMATISCHE SZENARIEN

APPLIKATION DER SZENARIEN AUF DIE HALLEN

WEBMASCHINENHALLE



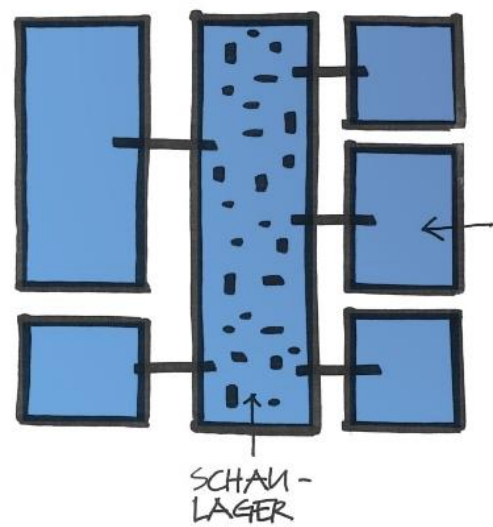
ZENTRALMAGAZIN



6.4.
RAUMPROGRAMM
ZENTRALMAGAZIN

RAUMPROGRAMM ZENTRALMAGAZIN

MIT DEM SZENARIO «SCHAUBÜHNE»

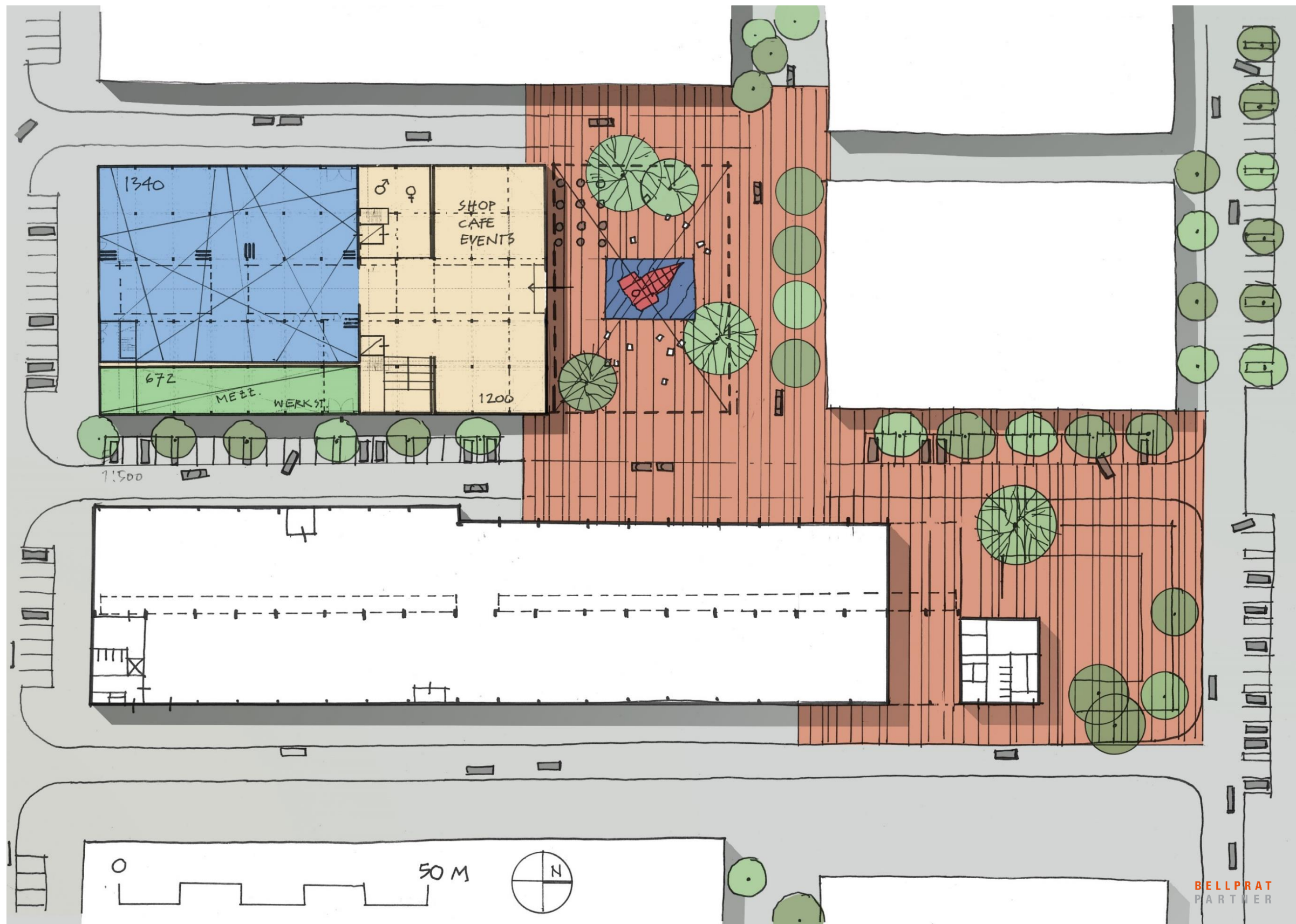


A
7200 m²
ZEITMASCHINE



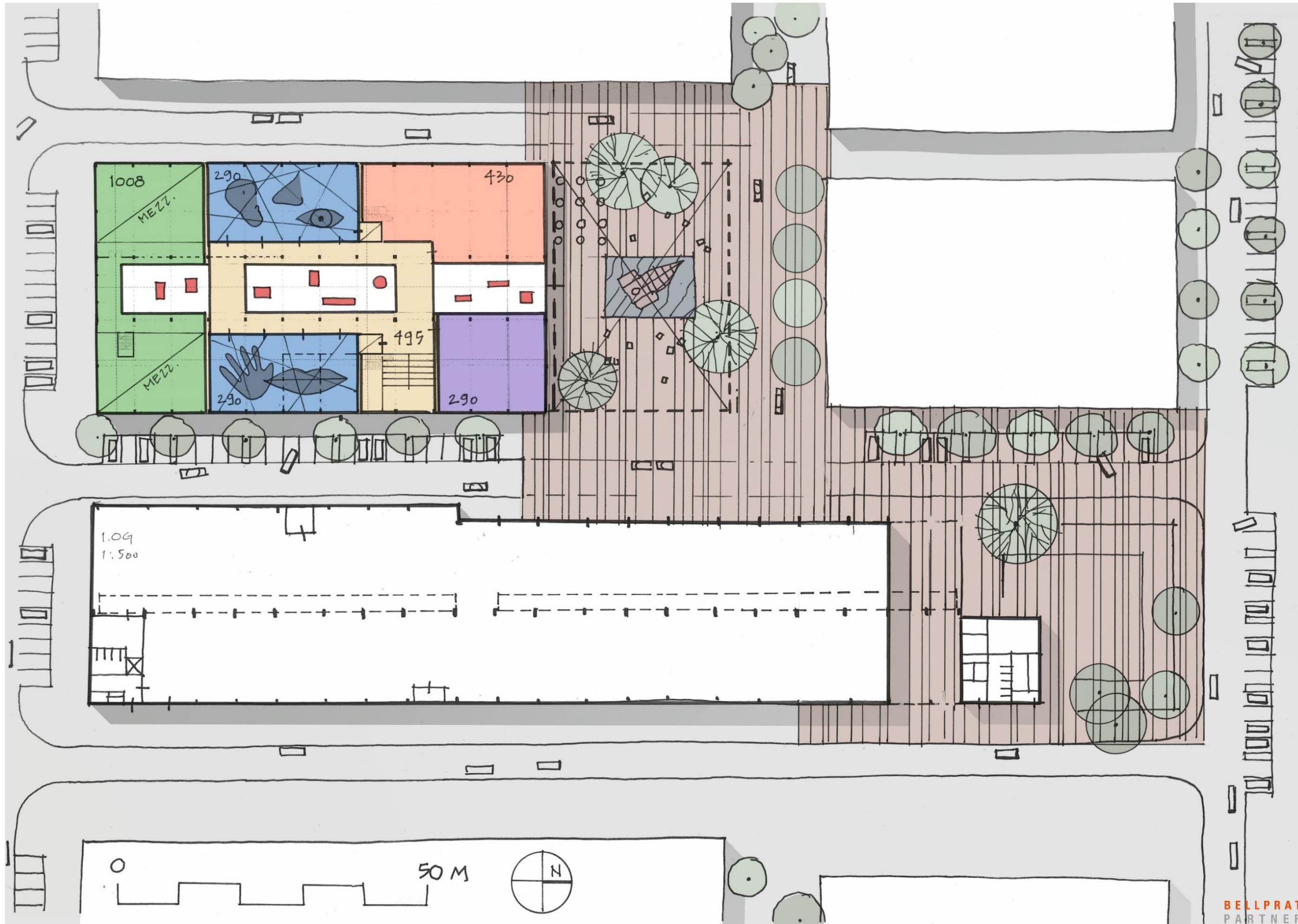
RAUMPROGRAMM ZENTRALMAGAZIN

ERDGESCHOSS



RAUMPROGRAMM ZENTRALMAGAZIN

OBERGESCHOSS



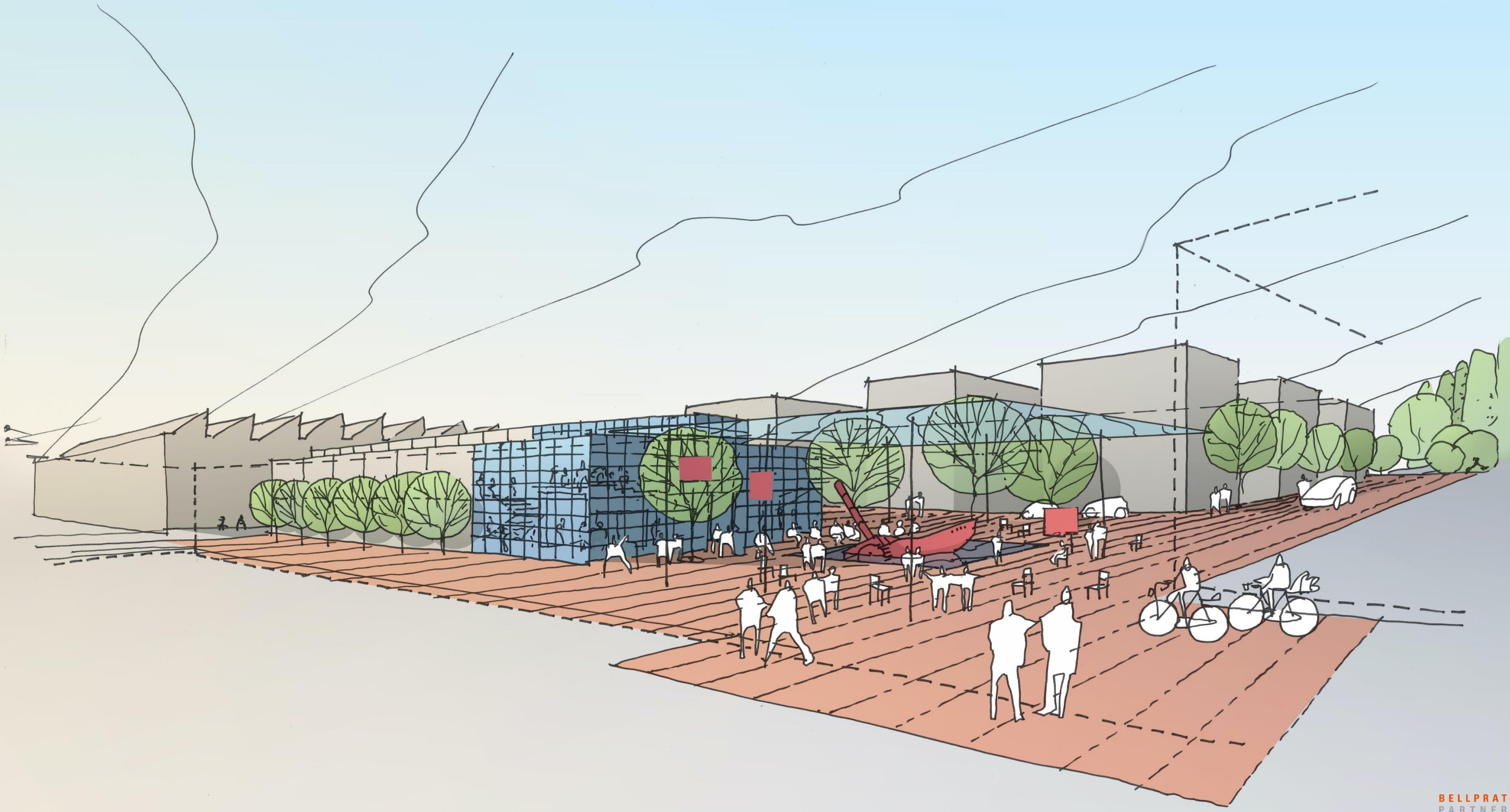
RAUMPROGRAMM ZENTRALMAGAZIN

FLÄCHEN

	Ausstellungsflächen	Ausstellungsgalerien Temporäre Ausstellungen Exponate Bühnen	1920
	Bildung und Vermittlung	Kleinauditorium Mediathek Arbeitszimmer	290
	Verwaltung	Administration Kuration Wissenschaftlicher Dienst	430
	Exponate Depot/Werkstätten	Exponate Lager (Depot Allmend) Kulturgüterschutz Lager Grossobjektelager Restaurationswerkstatt Ausstellungswerkstatt Materiallager	1680
	Bewegungs- und Nebenräume	Eingang, Shop, Café, Garderobe Treppen, Korridore, Aufzüge Technische Nebenräume Nassräume	1695
	Total BGF in m2		6015

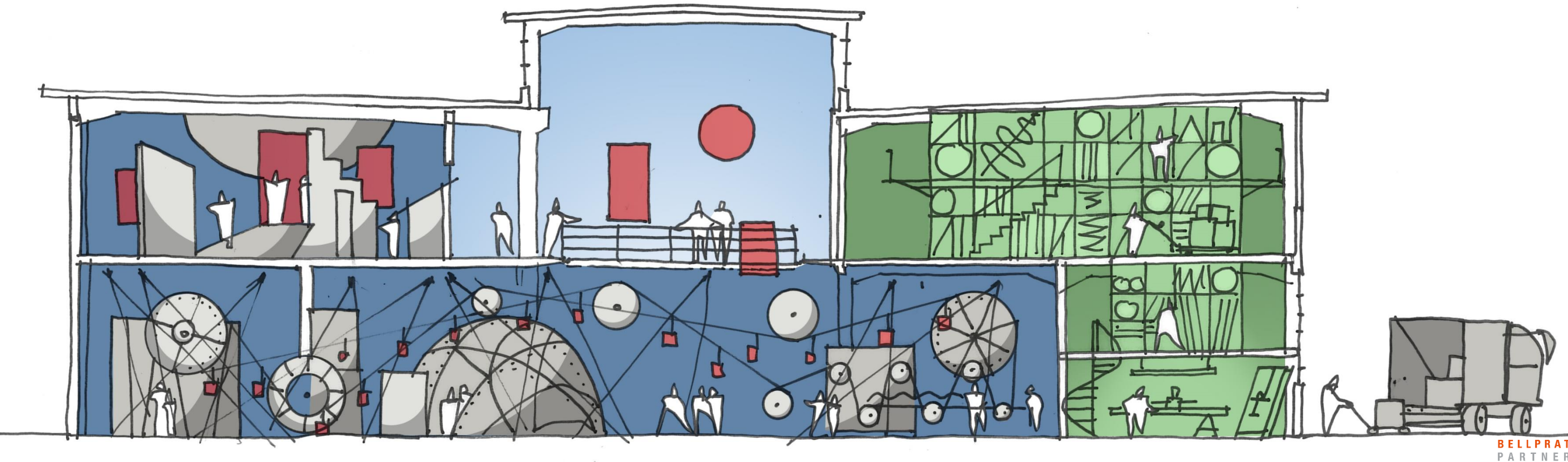
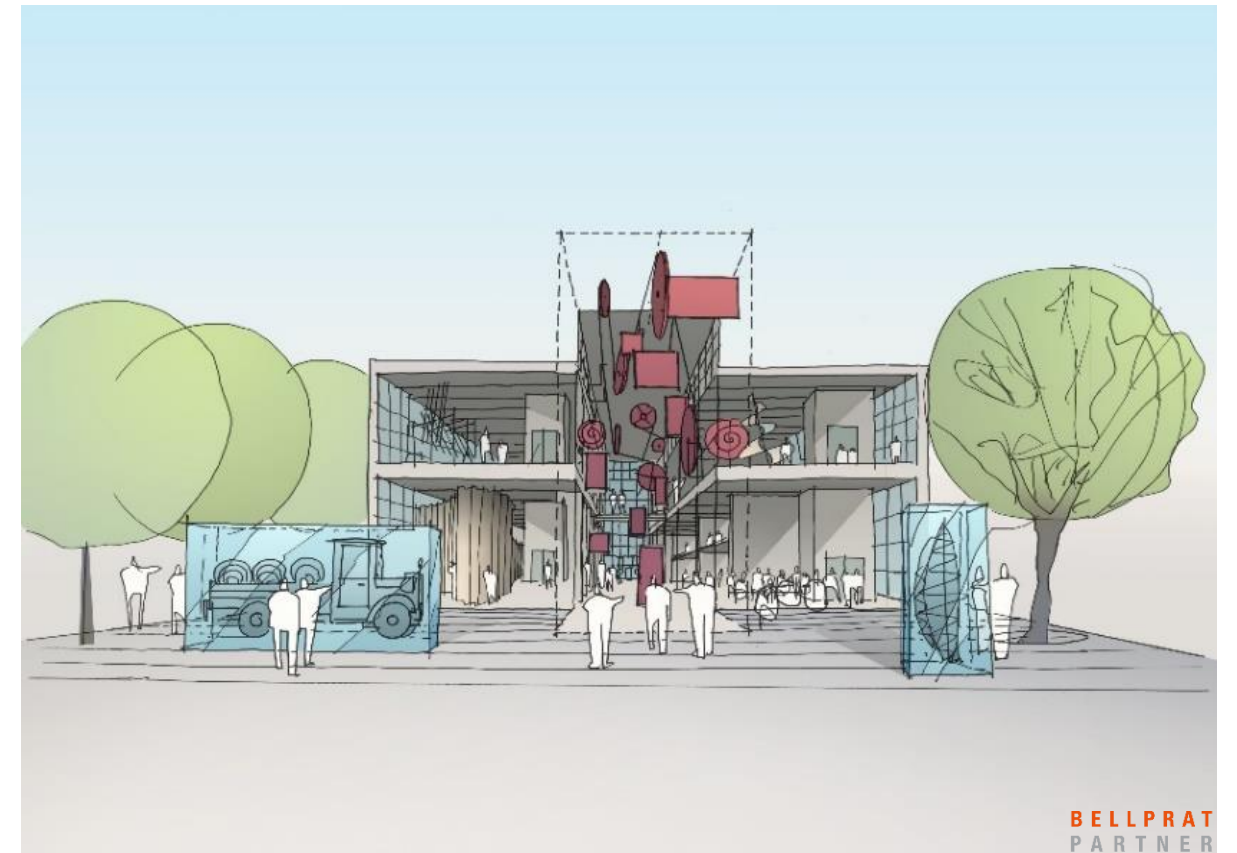
RAUMPROGRAMM ZENTRALMAGAZIN

ANMUTUNG ANSICHT



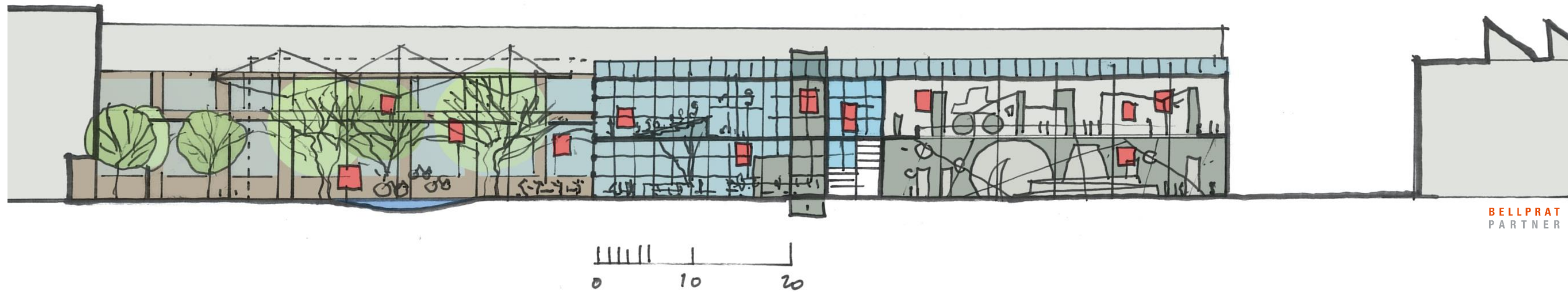
RAUMPROGRAMM ZENTRALMAGAZIN

ANMUTUNG SCHNITT



RAUMPROGRAMM ZENTRALMAGAZIN

ANMUTUNG SCHNITT



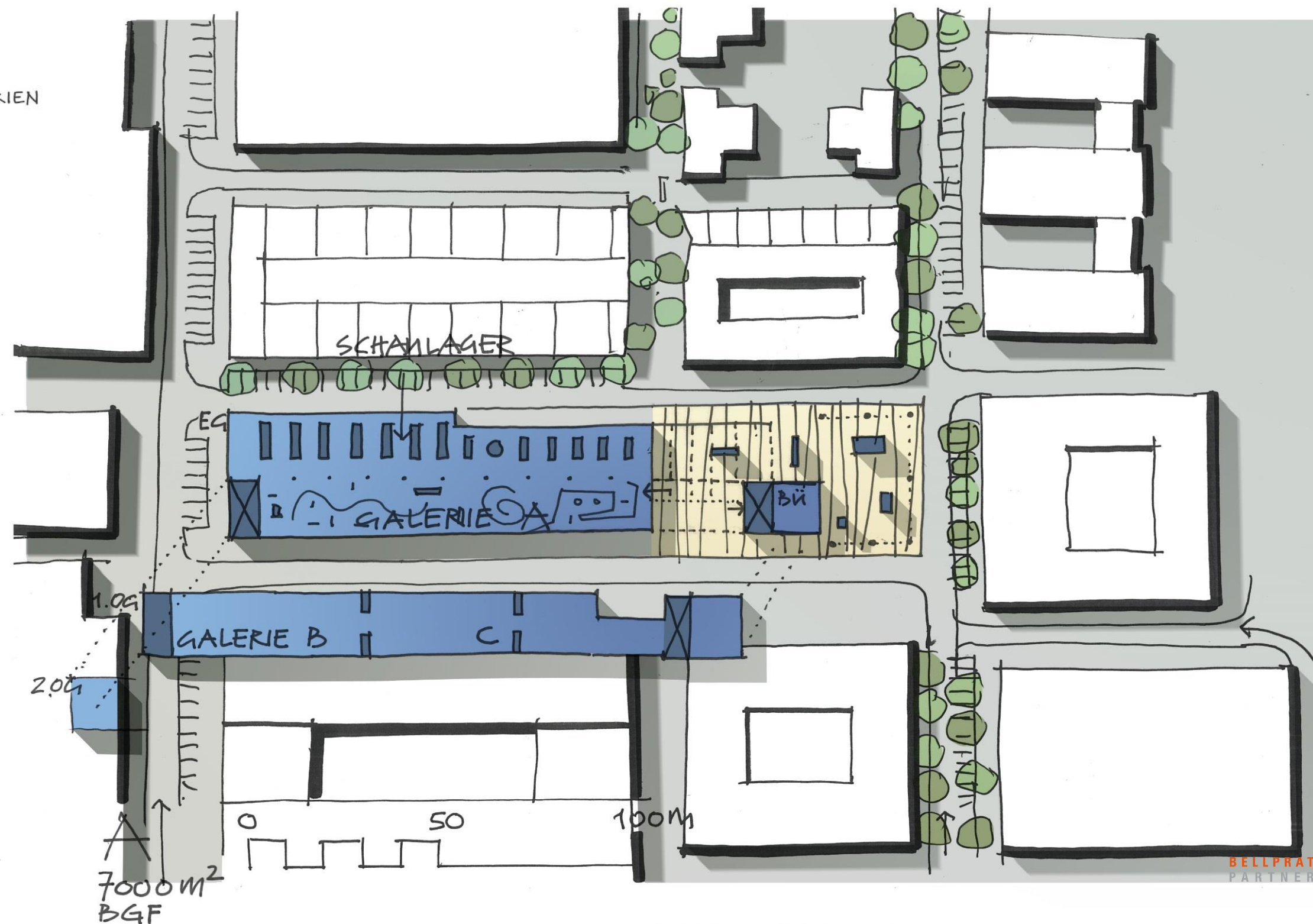
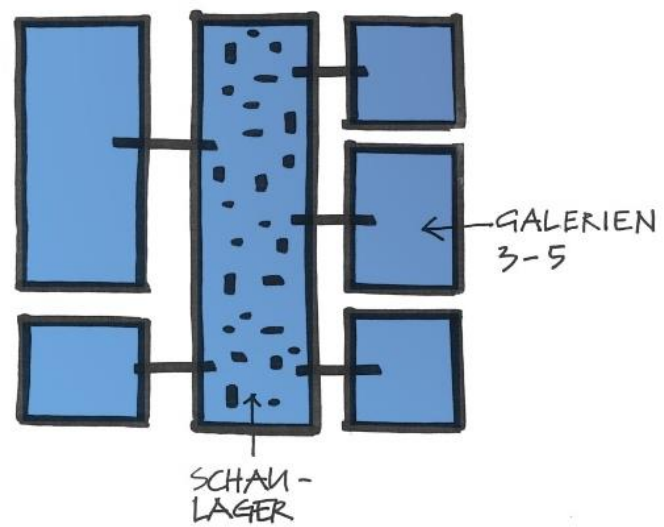
BELLPRAT
PARTNER

6.5.

**RAUMPROGRAMM
WEBMASCHINENHALLE**

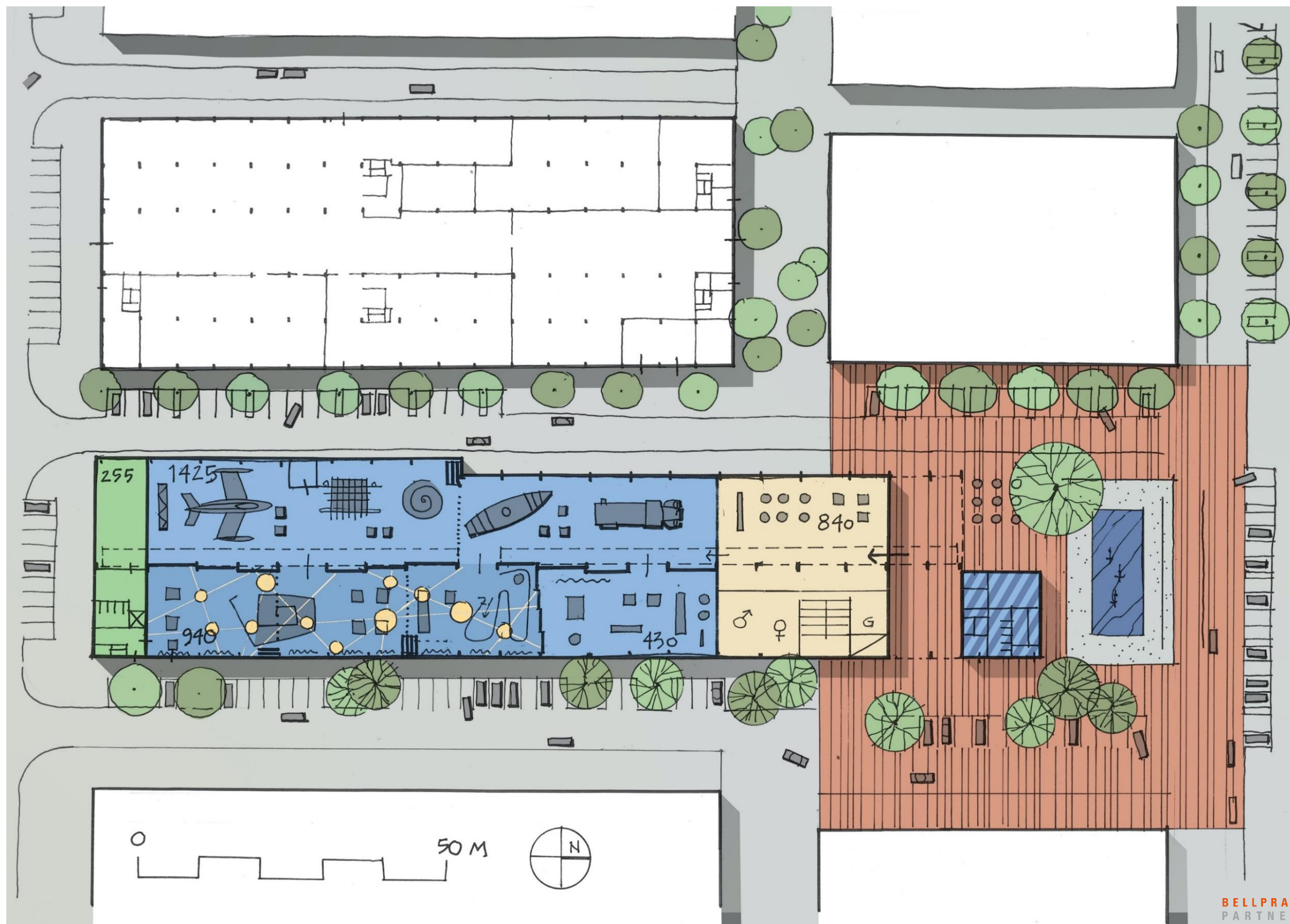
RAUMPROGRAMM WEBMASCHINENHALLE

MIT DEM SZENARIO «SCHAUBÜHNE»



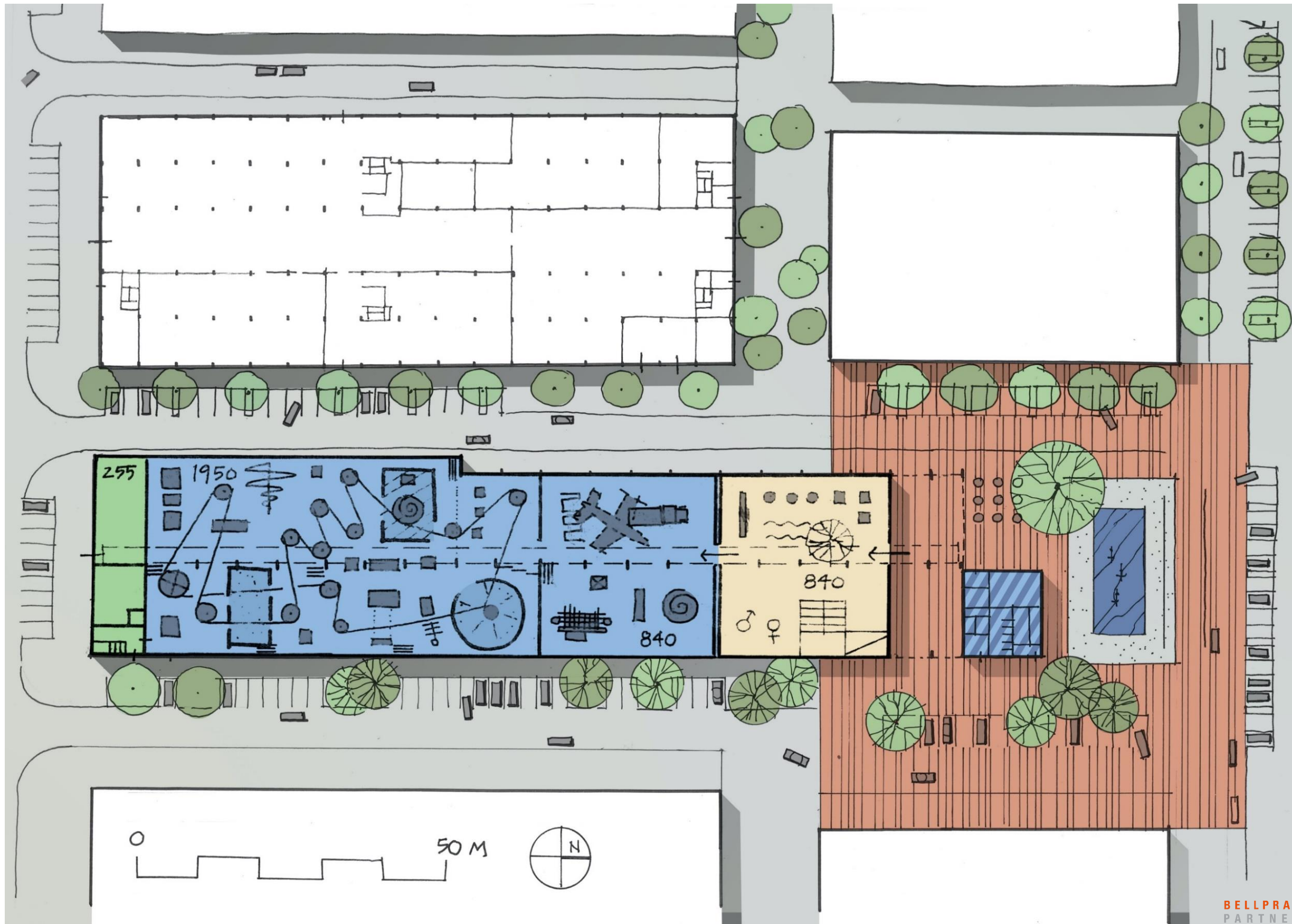
RAUMPROGRAMM WEBMASCHINENHALLE

ERDGESCHOSS



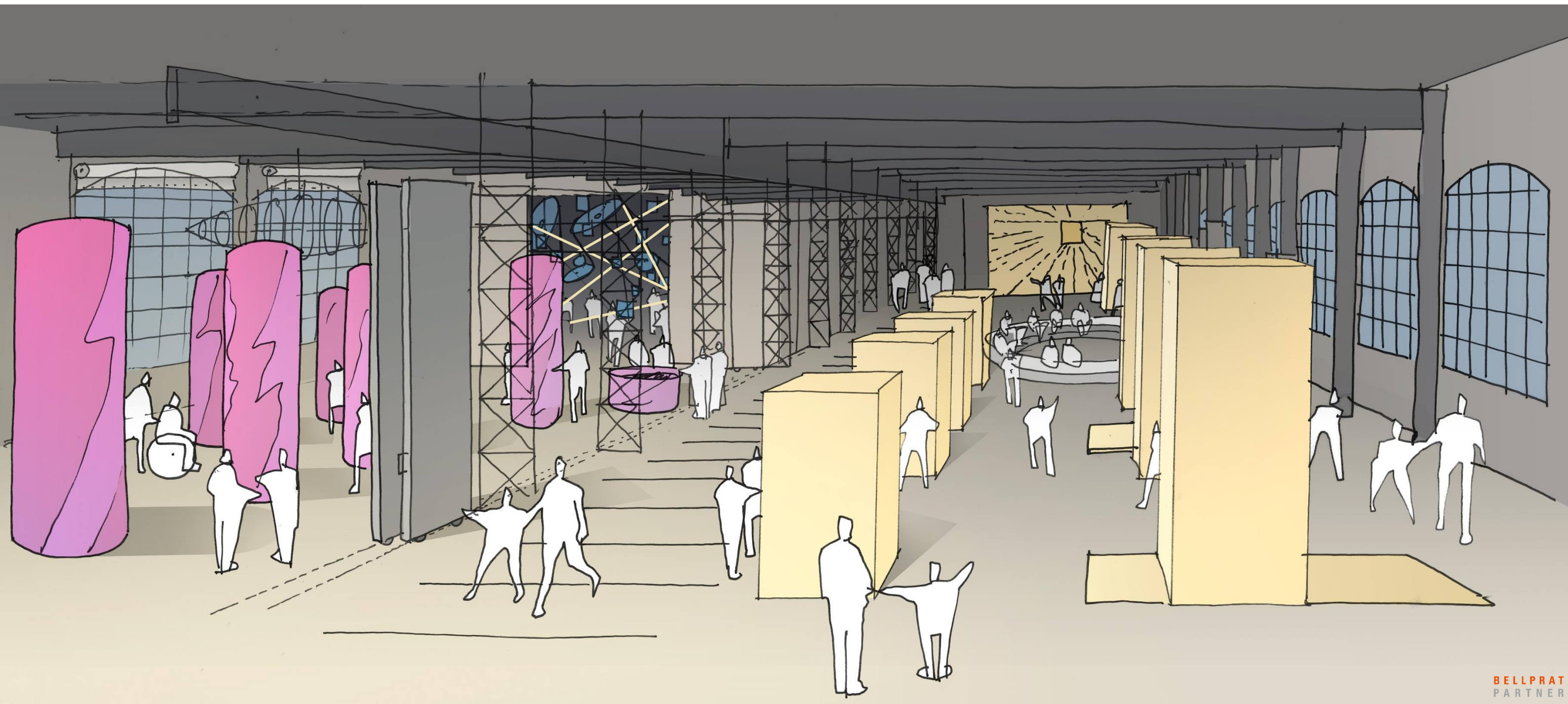
RAUMPROGRAMM WEBMASCHINENHALLE

OBERGESCHOSS



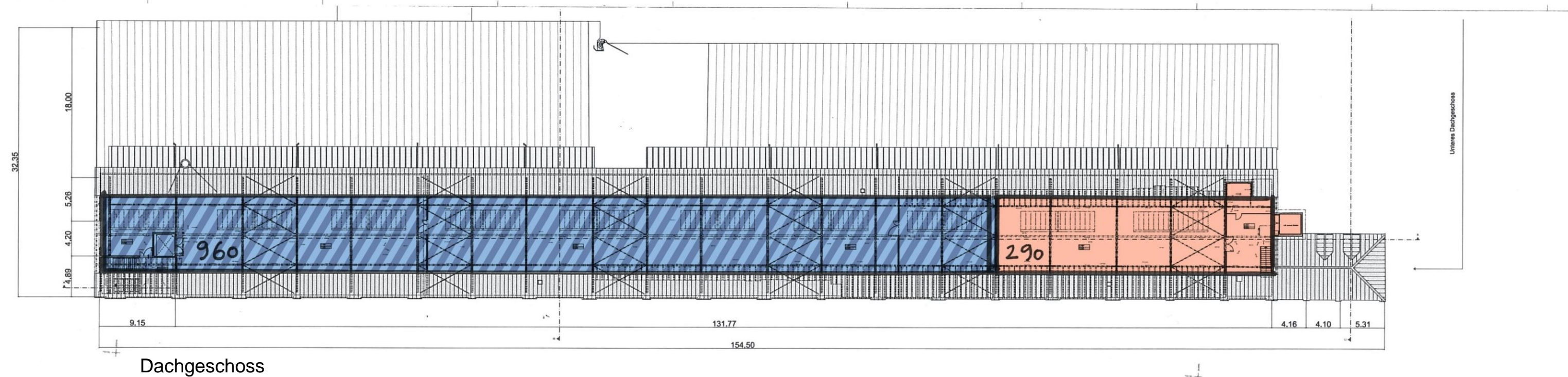
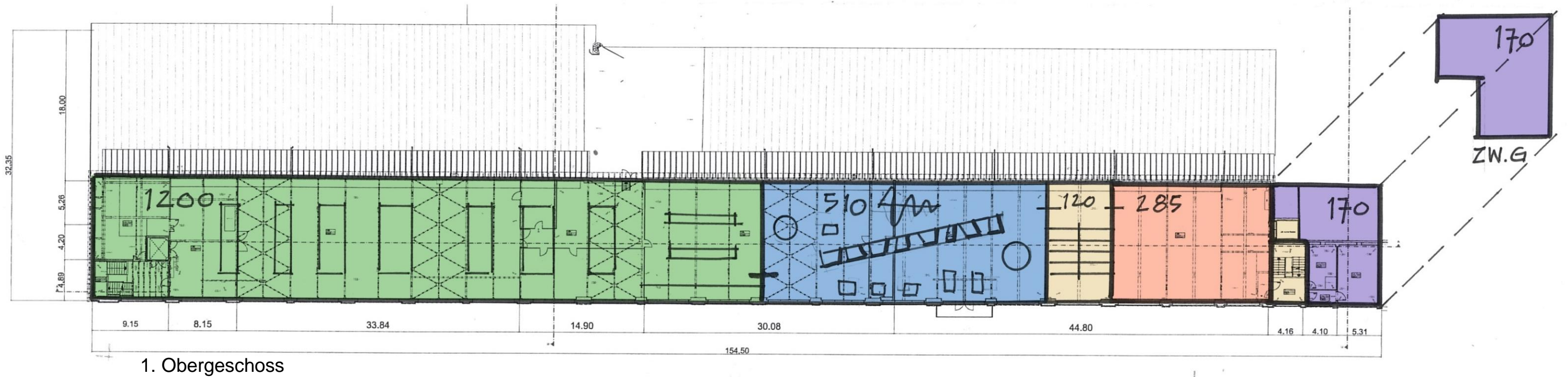
RAUMPROGRAMM WEBMASCHINENHALLE

ANMUTUNG ANSICHT



RAUMPROGRAMM WEBMASCHINENHALLE

OBERGESCHOSSE



RAUMPROGRAMM WEBMASCHINENHALLE

FLÄCHEN

	Ausstellungsflächen	Ausstellungsgalerien Temporärausstellungen Exponate Bühnen	3300
	Bildung und Vermittlung	Kleinauditorium Mediathek Arbeitszimmer	340
	Verwaltung	Administration Kuration Wissenschaftlicher Dienst	570
	Exponate Depot/Werkstätten	Exponate Lager Kulturgüterschutz Lager Grossobjektelager Restaurationswerkstatt Ausstellungswerkstatt Material Lager	1460
	Bewegungs- und Nebenräume	Eingang, Shop, Café, Garderobe Treppen, Korridore, Aufzüge Technische Nebenräume Nassräume	1000
	Drittnutzer	Gewerbliche Mieter Wohnen Ateliers	1130
	Total BGF		7800 m2

RAUMPROGRAMM WEBMASCHINENHALLE

ANMUTUNG ANSICHT



6.6 FLÄCHEN SOLL VERGLEICH

FLÄCHEN VERGLEICH

			Zentralmagazin (mit Verkleinerung)	Webmaschinen- halle
	Ausstellungsflächen	Ausstellungsgalerien Temporärausstellungen Exponate Bühnen	1920	3300
	Bildung und Vermittlung	Kleinauditorium Mediathek Arbeitszimmer	290	340
	Verwaltung	Administration Kuration Wissenschaftlicher Dienst	430	570
	Exponate Depot/Werkstätten	Exponate Lager Kulturgüterschutz Lager Grossobjektelager Restaurationswerkstatt Ausstellungswerkstatt Materiallager	1680	1460
	Bewegungs- und Nebenräume	Eingang, Shop, Café, Garderobe Treppen, Korridore, Aufzüge Technische Nebenräume Nassräume	1695	1000
	Drittnutzer	Gewerbliche Mieter Wohnen Ateliers	---	1130
	Total BGF		6015 m2	7800 m2

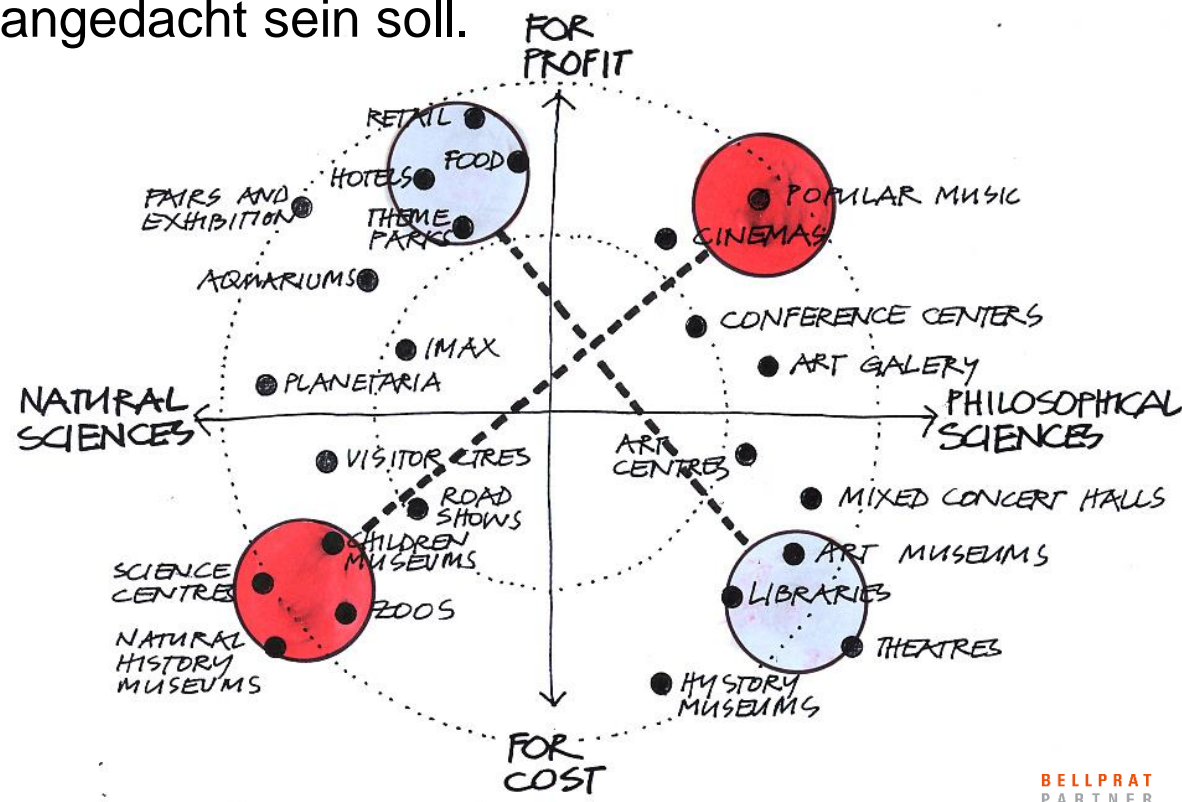
6.7. KOOPERATIONEN

GEMEINSAME NUTZUNG

Die Arbeitsgruppe ist der Frage nachgegangen, ob es sinnvolle Möglichkeiten für unterschiedliche gemeinsame Nutzungen des Gebäudes gibt. Dabei gilt es unter anderem, Nutzungen zu berücksichtigen, die sich gegenseitig befruchten, gerade auch bei finanziellen Anreizen. Eine Subventionierung ist ausgeschlossen.

Die Auflistung der möglichen Mantelnutzungen wurde absichtlich sehr offen gehalten, um nicht von Anfang an zu viele Einschränkungen zu haben. Dies wurde auch mit verschiedenen Expertinnen und Experten diskutiert und ihre Inputs wurden integriert. Zum aktuellen Zeitpunkt können drei mögliche Mantelnutzungen als sinnvoll erachtet und in die weitere Planung integriert werden: Büroflächen für kantonale oder städtische Verwaltung, Wohnen in historischen Räumen und museumnahes Gewerbe.

Auch die möglichen Kooperationen wurden offen betrachtet. Hier gibt es einige interessante Möglichkeiten, die aber erst im weiteren Projektverlauf und mit höherem Detaillierungsgrad definiert werden können. Klar ist, dass es Kooperationen mit den weiteren kantonalen Museen geben wird und dies konzeptionell und räumlich auch angedacht sein soll.



Schema für mögliche Kombinationen von unterschiedlichen thematischen und wirtschaftlichen Nutzungen

NATIONALE UND INTERNATIONALE BEISPIELE MIXED USE

Unternehmen Mitte, Basel



Gundeldinger Feld, Basel



Design District, Miami



Design District, Dubai



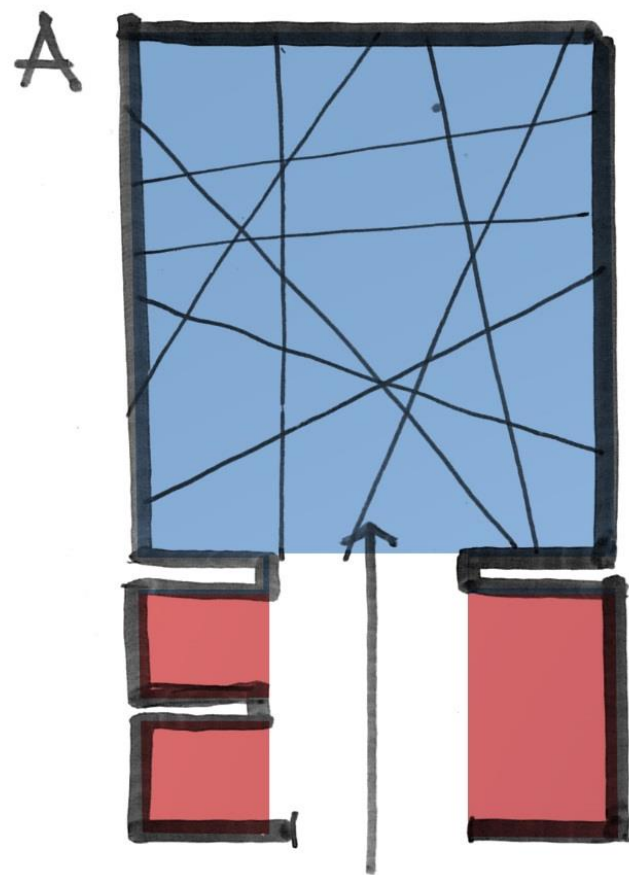
MÖGLICHE MANTELNUTZUNGEN

- Campus, Kompetenzzentrum, Weiterbildungsangebote (u.a. zu digitalen Berufen der Zukunft)
 - Lofts (Wohnen und Arbeiten im selben Raum)
 - Creative Industry: Kommunikations- und Werbeagenturen, Szenografie, Grafik etc.
 - Werkstätten:
 - für musealen Supply (Glas, Licht, Holz, Metall)
 - Lastwagen- und Velo-Reparaturen
 - Computerreparaturwerkstatt
 - Reparaturwerkstatt für intelligente Dinge
 - Kunst- und Artefaktrestauration (alte Uhren, Möbel etc.)
 - Textildruckwerkstatt / Textildesign
 - Bootsbau, Bootsrestauration
 - Industrie (z.B. Showlager)
 - Freizeithalle (inkl. z.B. Go-Kart, Pumptrack)
 - Galerien
 - Künstlerateliers
 - Gedeckter wintertauglicher Wochenmarkt für landwirtschaftliche Produkte
 - Kreative und exotische Lebensmittelläden
 - Kinderkrippe / Tageshort
 - Kino
 - Bibliotheken / Buch-Café
 - Urban-Architecture-Park
 - Ökologische Ladestationen für Elektrogeräte (Phone / E-Bike)
 - Kreative und gehobene Gastronomie
 - Festivals («querbeet»: Foodtrucks, Kultur, Musik etc.)
- > Museumsnahes Gewerbe
> Kantonale oder städtische Verwaltung
> Wohnen in historischen Räumen

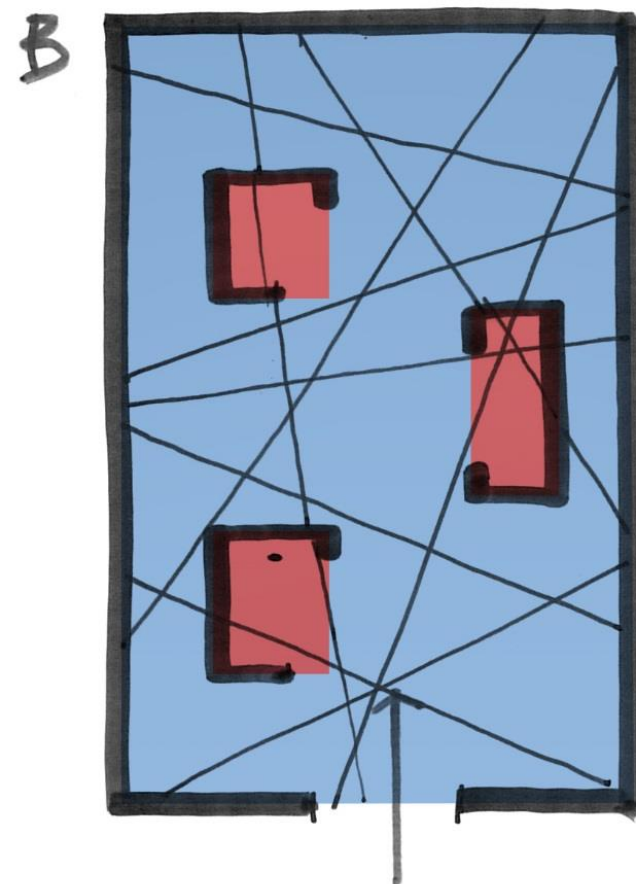
MÖGLICHE KOOPERATIONEN MIT THURGAUER MUSEEN

Die kantonalen Museen gehen Kooperationen ein und arbeiten fachlich und thematisch zusammen. Elemente und Inhalte aus den weiteren kantonalen und auch regionalen Museen sollen auch im Neuen Historischen Museum erlebbar werden.

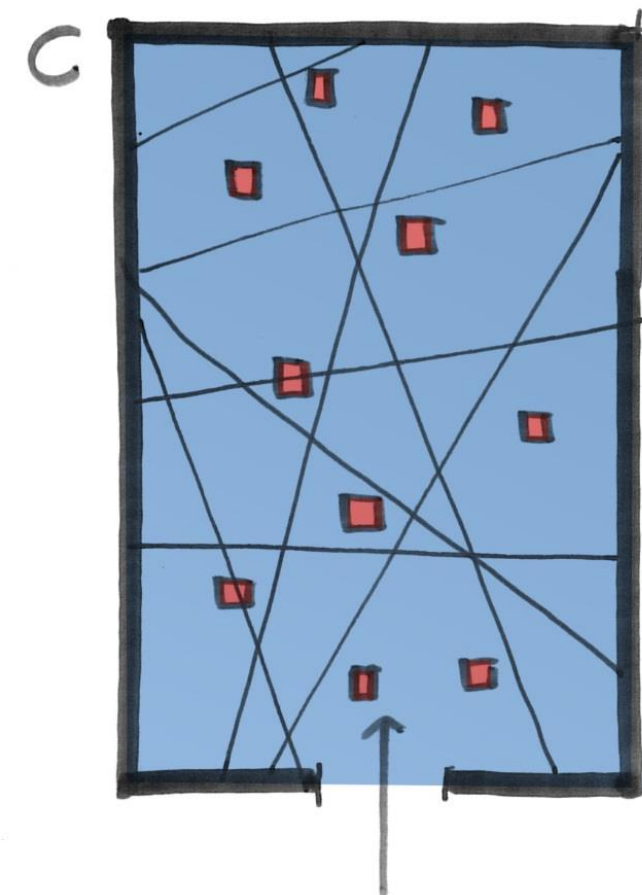
Dazu gibt es verschiedene konzeptionelle und räumliche Möglichkeiten, wie dies geschehen könnte. Für die finale Definition braucht es eine weitere Projektphase. Empfohlen werden aber die Optionen B oder C aus den folgenden Schemen:



Feste Flächen
Eigene Themen



Feste Flächen
Konzentrierte Themen



Integrierte Flächen
Integrierte Themen

WEITERE MÖGLICHE KOOPERATIONEN

- Saurer Museum
- Historisches Museum Arbon
- MoMö
- Thurgau Tourismus
- Schulen (Kantonale Berufsschule)
- Uni St.Gallen
- Weiterbildungsangebote
- Gewerbe
- Arbeitgebervereinigung
- Textilland Ostschweiz
- TaDA - Textile and Design Alliance
- Textilmuseum St.Gallen
- Schulmuseum Amriswil
- Schaukäserei
- Maestrani
- Autobau Romanshorn
- Kornhaus Romanshorn
- Velomärke Tour de Suisse
- Ortsmuseum Arbon
- Lokorama
- Arbopark
- ETH Zürich
- Zeppelin Museum
- Lehrberufe (Mechaniker)
- Design
- Pfahlbauer Arbon
- Textilmuseum Sorntal
- Sammlung Textilmaschinen Neuthal
- Creative Industry
- Werkstätten
- Stadler Rail
- Galerie
- Künstlerateliers
- Wochenmarkt
- Lebensmittelläden
- Kinderkrippe / Tageshort
- Kino
- Bibliotheken / Buch-Café
- Gastronomie
- Festivals
- Seemuseum Kreuzlingen
- FFA Museum Altenrhein
- Agroscope
- Universität Konstanz
- Handsiebdruckerei TDS

Die Liste ist beispielhaft und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Bei den Kooperationen ist wichtig, dass das «Museum Werk 2» sich nicht verzettelt und zum «Jekami» wird, sondern sich auf ausgewählte Kooperationen fokussiert.

6.8. ANSICHT.

ANSICHT

Die folgenden Ansichten sind Vorschläge der Arbeitsgruppe und dienen dazu, die Hallen, das Szenario, die Raumprogramme und die inhaltlichen Überlegungen zu überprüfen.

Gleichzeitig sollen sie den verschiedenen Interessengruppen eine erste spielerische, fantasievolle und noch nicht präzisierte Vorstellung geben, wie das neue Museum eines Tages wirken könnte.

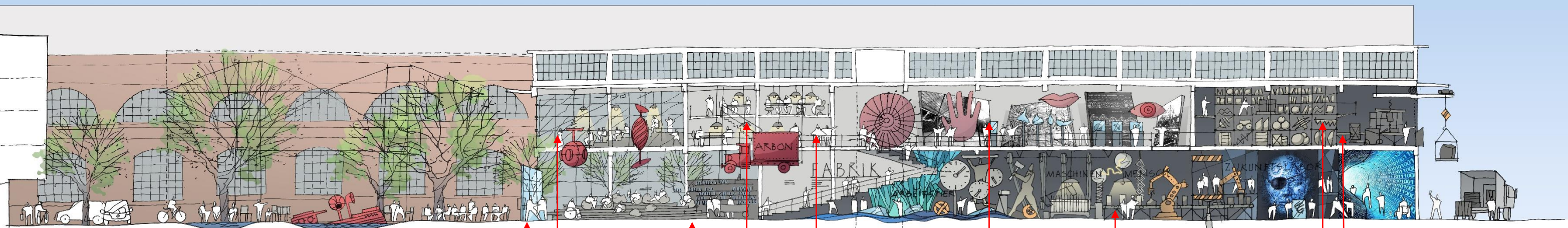
Die Ansichten basieren noch nicht auf einem Ausstellungskonzept und sind deshalb als erster Eindruck zu verstehen. Sie stellen nicht die finale Ausstellung dar, zeigen aber einen Typ eines modernen historischen Museums: immersiv, partizipativ, interaktiv und narrativ.

Die Ansichten wurden für beide Hallen skizziert und die Funktionen aus dem Raumprogramm sowie erste inhaltliche Bezüge integriert.

ANSICHT ZENTRALMAGAZIN

Zentralmagazin

BELLPRAT
PARTNER



Aussenkaffee Eingang Museumsshop Kuration Ausstellung Ausstellung Ausstellungswerkstatt Depot

Bildung & Vermittlung Administration

ANSICHT WEBMASCHINENHALLE

Webmaschinenhalle

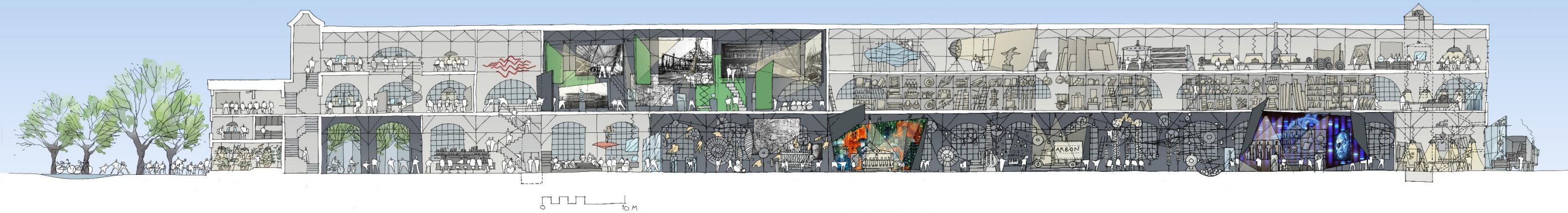
BELLPRAT
PARTNER



ANSICHT BEIDE HALLEN

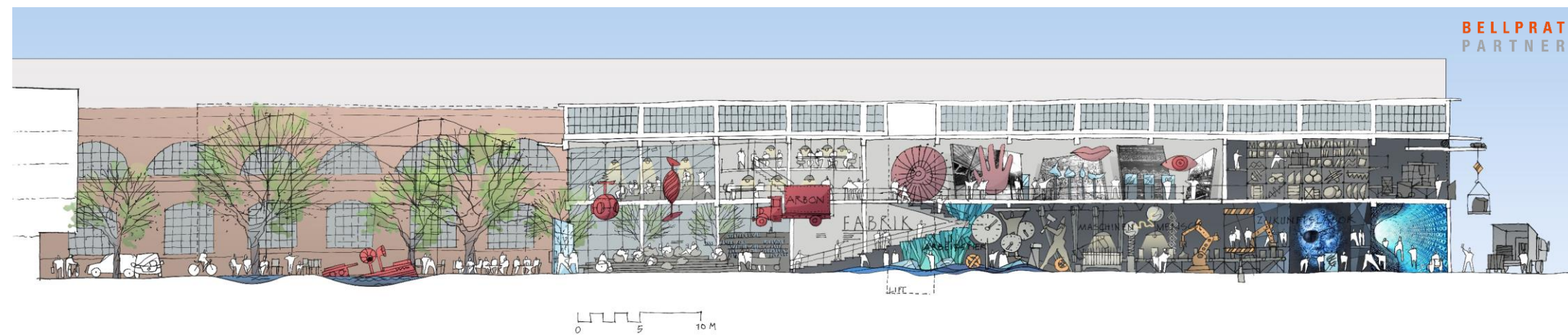
Webmaschinenhalle

BELLPRAT
PARTNER



Zentralmagazin

BELLPRAT
PARTNER



7
BETRIEB

BETRIEB

EINLEITUNG

Das Organigramm und der Vergleich mit ähnlichen Institutionen zeigt deutlich auf, dass es mit dem neuen Museum auch eine neue Struktur, eine entsprechende Organisation und Personal braucht. Die Vergleiche mit ähnlichen Institutionen beruhen auf Internetrecherchen, Gesprächen mit den Institutionen und Erfahrungen der Arbeitsgruppe.

Die Personalstruktur und die jeweiligen Berufsanforderungen müssen sich den neuen Bedürfnissen anpassen. Das betrifft die Direktion genauso wie den Besucherservice, Marketing oder Kuration. Eine genauere Spezifikation der Anforderungen kann erst mit einem weiteren Detaillierungsschritt des Museums erstellt werden.

Abhängig von der Fläche und der Typologie des Museums können die Vollzeiteinheiten (VZE) geschätzt werden. Zum aktuellen Stand der Planung geht die Arbeitsgruppe von ungefähr 25 Vollzeiteinheiten aus.

Dadurch reduzieren sich die Vollzeiteinheiten im Schloss Frauenfeld und im Schaudapot St. Katharinental auf rund 3.8 Vollzeiteinheiten.

BETRIEB

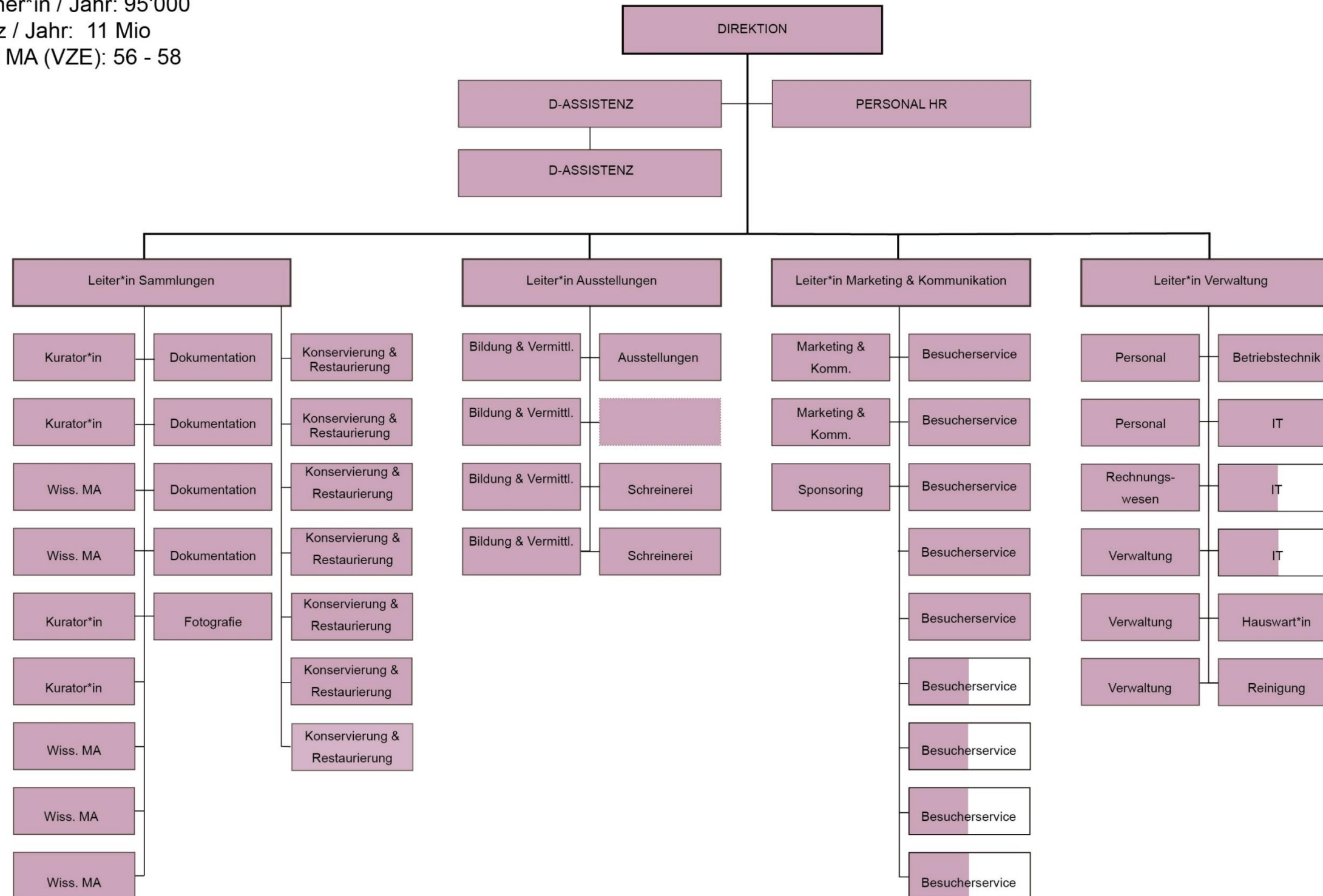
ORGANIGRAMM BERNISCHES HISTORISCHES MUSEUM

BERNISCHES HISTORISCHES MUSEUM (BHM)

Besucher*in / Jahr: 95'000

Umsatz / Jahr: 11 Mio

Anzahl MA (VZE): 56 - 58

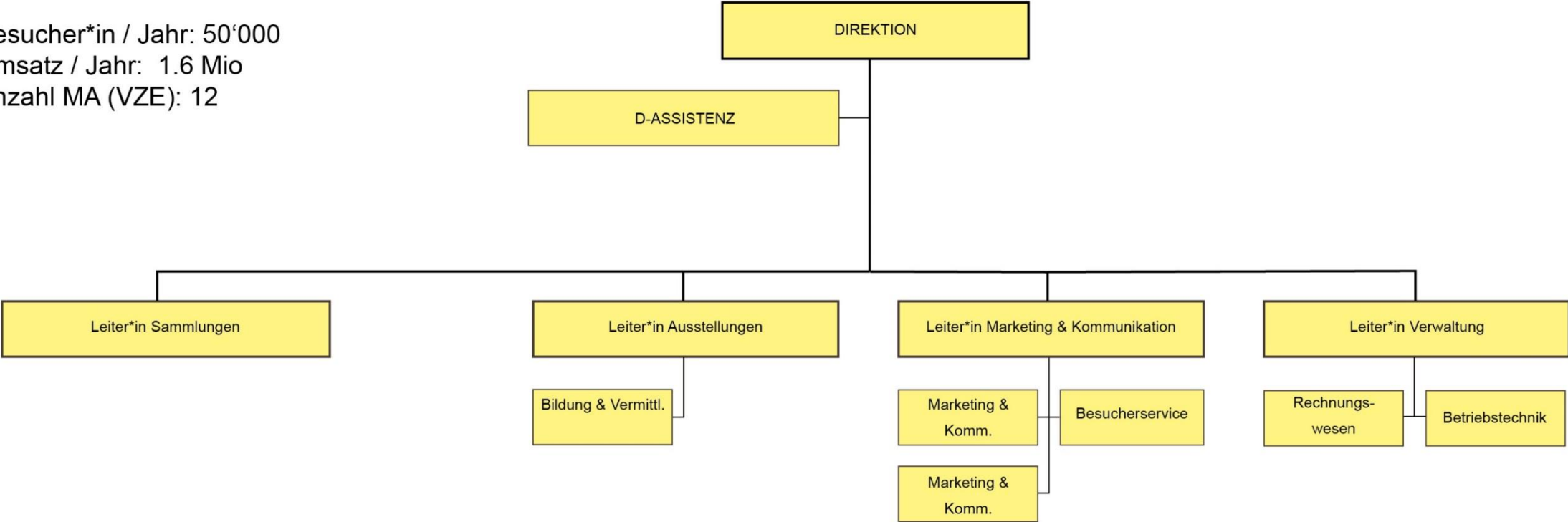


BETRIEB

ORGANIGRAMM ALIMENTARIUM

ALIMENTARIUM, VEVEY

Besucher*in / Jahr: 50'000
Umsatz / Jahr: 1.6 Mio
Anzahl MA (VZE): 12

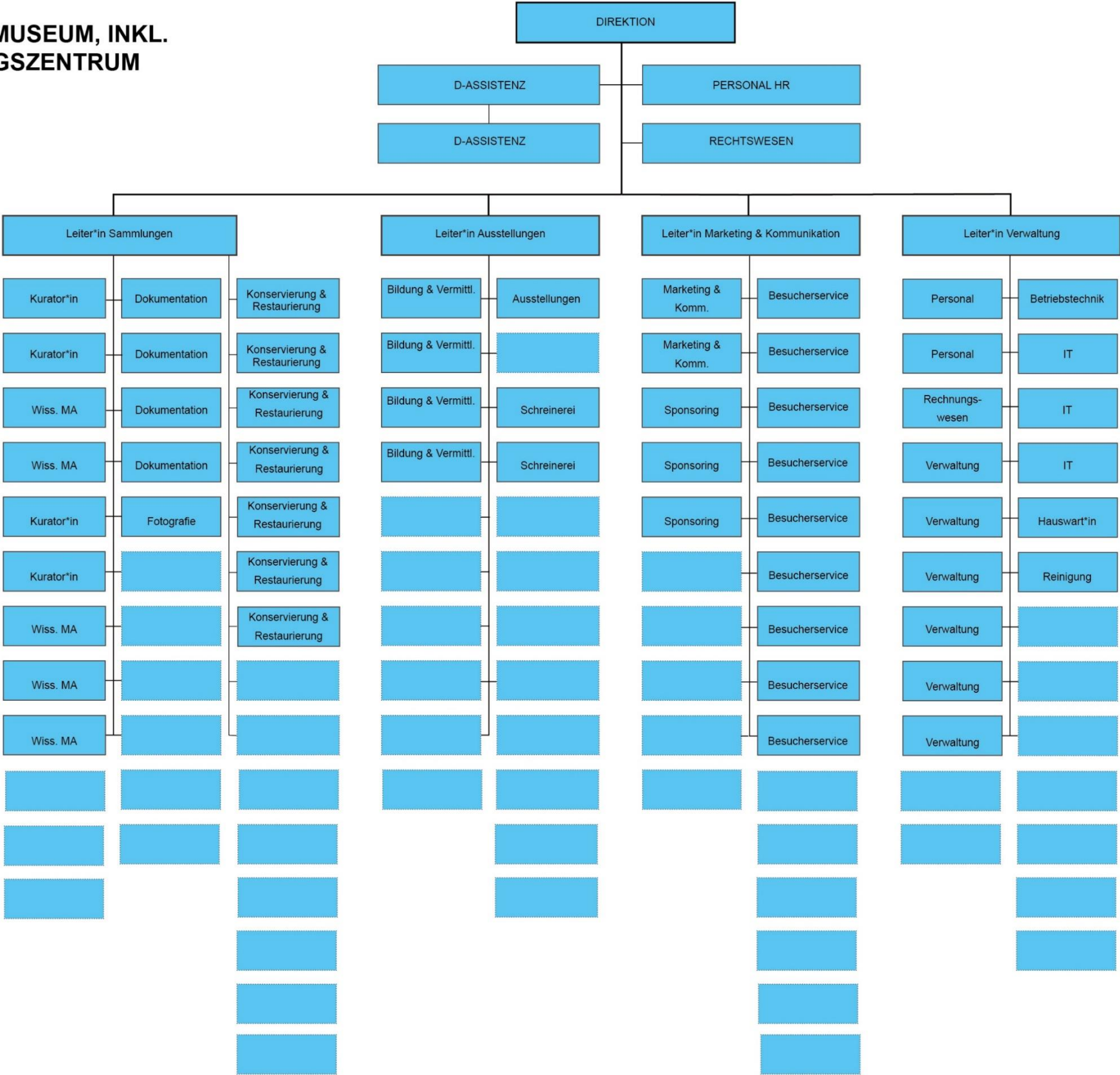


BETRIEB

ORGANIGRAMM NATIONALMUSEUM

SCHWEIZERISCHES NATIONALMUSEUM, INKL. PRANGIN, SCHWYZ, SAMMLUNGSZENTRUM

Besucher*in / Jahr: 365'000
 Umsatz / Jahr: 60 Mio
 Anzahl MA (VZE): 190



BETRIEB

ORGANIGRAMM TECHNORAMA

TECHNORAMA, WINTERTHUR

Besucher*in / Jahr: 300'000
 Umsatz / Jahr: 16 Mio
 Anzahl MA (VZE): 80



BETRIEB

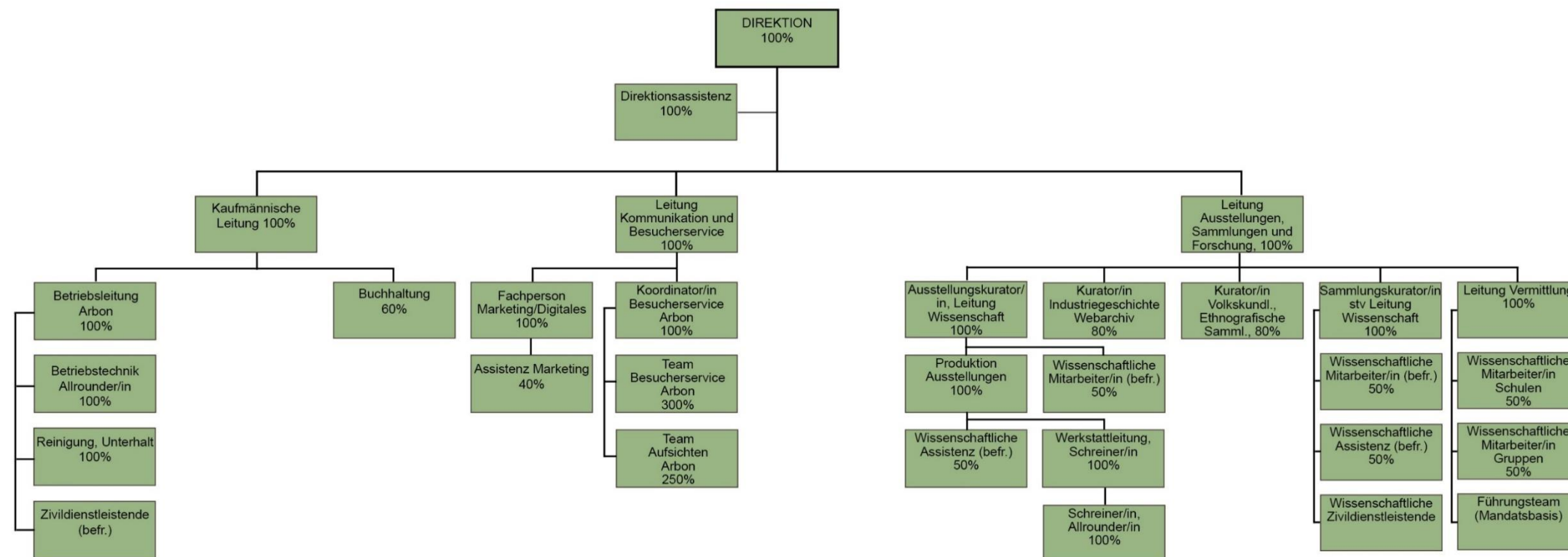
ORGANIGRAMM «MUSEUM WERK 2» (Schätzung)

NEUES HISTORISCHES MUSEUM THURGAU, ARBON

Besucher*in / Jahr: 80 - 100'000

Umsatz / Jahr: 4'500'000

Anzahl MA (VZE): 25



Auf Mandatsbasis:

- Szenografie
- Ausstellungs- und Werbegrafik
- Lichtgestaltung
- Ausstellungsmedien
- Restaurierung
- Fachfotografien
- Unterstützung Ausstellungsbau
- Reinigungsmandat Schaudapot Saisonstart
- Projektmitarbeitende Ausstellungen und Sammlungen
- Produktion Publikationen

Schloss Frauenfeld / Schaudapot

St. Katharinental:

VZE können auf rund 3.8 reduziert werden, sind nicht Bestandteil dieses Organigramms

8 FINANZEN

FINANZEN

EINFÜHRUNG

Grundsätzlich ist es als museale Institution sozusagen unmöglich, kostenneutral zu arbeiten. Es geht vielmehr darum, eine Struktur aufzubauen, die möglichst kosteneffizient ist. Dazu wurde das nachfolgende Schema erstellt. Es zeigt verschiedene vergleichbare museale Institutionen und deren Kosten pro Jahr und Besucherin/Besucher in Gegenüberstellung zur Anzahl Jahresbesucherinnen und -besucher. Ziel muss sein, in das Band von Fr. 25.– bis Fr. 75.– pro Besucherin/Besucher zu kommen.

Für die Berechnung der Initialkosten des Museums sind folgende zusammengefasste Kostenträger relevant:

- Kauf Grundstück und Gebäude
- Instandsetzung und Sanierung
- Ausbau und Ausstattung (inkl. Vermittlung, Verwaltung, Werkstätte, Nebenräume)
- Erstinstallation Ausstellung
- Diverses (z.B. Kommunikation)

Diese Machbarkeitsstudie trifft nur Aussagen zu Grössenordnungen von Kosten. Detailliertere Kosten müssten in einer nächsten Projektphase berechnet werden. Die aktuellen Zahlen beruhen entweder auf Inputs von Expertinnen und Experten, Erfahrungswerten oder vergleichbaren Projekten.

Die Jahresrechnung beruht auf Erfahrungen der Arbeitsgruppe und dem Vergleich mit ähnlichen Institutionen. Dabei wurde beim Aufwand die vorher beschriebene Anzahl von 25 Vollzeiteinheiten angenommen. Wie bereits erläutert, ist ein Betrag für die jährlichen Erneuerungen zentral für den längerfristigen Erfolg. Dieser Betrag wird als «Ausstellungsbau» ebenfalls in die Jahresrechnung eingeplant. Die Erlöse aus den Eintritten leiten sich aus der definierten Anzahl Besucherinnen und Besucher pro Jahr ab.

GRUNDSTÜCK UND GEBÄUDE

FINANZIELLE ASPEKTE

Für die Bewertung der beiden Standorte und Gebäude hat HRS die Firma Wüest Partner AG, Zürich, beauftragt. Die Marktwertermittlungen erfolgten anhand der sogenannten Residualwertmethode. Diese Methode wird bei der Wertermittlung von unbebautem Land oder Projektentwicklungen angewandt. Es wird davon ausgegangen, dass die gesamten Anlagekosten einer Immobilienentwicklung (Erstellungskosten, zusätzliche Nebenkosten, Risiken und Landkosten) zusammen dem Marktwert per Fertigstellung entsprechen.

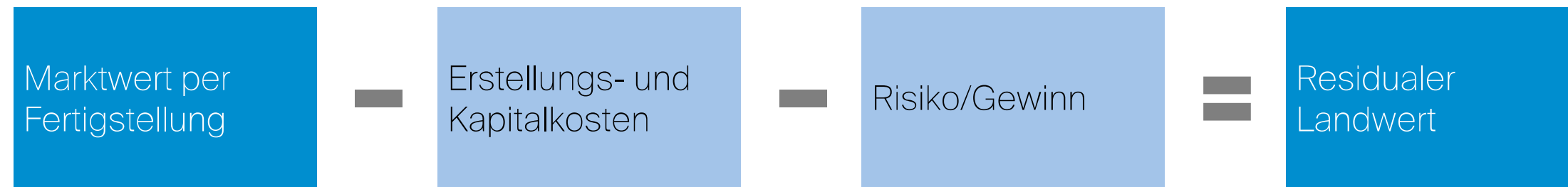


Abbildung: Funktionsweise Residualwertmethode. Quelle: Wüest Partner AG

Der Marktwert per Fertigstellung (Ertragswert) wird dabei aus der Summe der geschätzten Jahresnettomieteträge kapitalisiert mit einem risiko- und marktgerechten Bruttokapitalisierungssatz bzw. direkt aus der Summe der geschätzten Verkaufserlöse (Wohneigentum) ermittelt. Der Landwert zum Bewertungsstichtag, das sogenannte Residuum, ergibt sich demnach aus dem kalkulierten Marktwert per Fertigstellung abzüglich der Erstellungskosten BKP 1–5 sowie der Entwicklungsrisiken und zusätzlicher Kosten (u.a. Finanzierung während Bauzeit, Opportunitätskosten des Baulandes, Vermarktungs- und Transaktionskosten). Sofern auf einen Abzug der Entwicklungskosten und der zusätzlichen Kosten verzichtet wird, erhält man den Landwert per Fertigstellung.

GRUNDSTÜCK UND GEBÄUDE

FAZIT

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Zahlen aus den Bewertungsberichten naturgemäss noch einem hohen Interpretationsspielraum unterliegen und insbesondere die Schätzungen der Erstellungskosten in ihrer absoluten Höhe mit Vorsicht zu geniessen sind. In der Relation können aber sehr wohl konkrete Schlüsse gezogen werden:

- Die Erstellungskosten (auch für eine Nutzung als Museum) liegen bei beiden Gebäuden vermutlich zwischen 20 und 30 Mio. Franken (ohne Ausstellungskosten). In Bezug auf die Erstellungskosten ergibt sich also keine Tendenz für eines der beiden Gebäude. Dies ist insofern nachvollziehbar, weil der Substanzwert der Gebäude vernachlässigbar ist und bei beiden Gebäuden identische Baukosten pro m² bzw. pro m³ resultieren würden.
- Hingegen ist offensichtlich, dass ein möglicher Kaufpreis für die Webmaschinenhalle um rund 10 Mio. Franken tiefer liegt. Auch dies ist sinnfällig, weil die Grundeigentümerin beim Zentralmagazin viel freier in Bezug auf die künftige Nutzung, den Umgang mit der bestehenden Baustruktur und die zu erreichende Bebauungsdichte agieren kann.

KOSTEN ERSTINSTALLATION AUSSTELLUNG

Zum aktuellen Planungsstand werden die Kosten über die durchschnittlichen Quadratmeterpreise grob geschätzt und als Grössenordnung angegeben. Diese Kosten basieren auf Kennzahlen der Branche, Erfahrungswerten und vergleichbaren Projekten. Für den Typ von Ausstellung, der im Neuen Historischen Museum angedacht ist, kann von einem durchschnittlichen Quadratmeterpreis von ca. Fr. 4000.–/m² ausgegangen werden.

Das beinhaltet alle externen Kosten für eine Erstinstallation der Ausstellung: Konzeption, Planung, Umsetzung, Material, Medientechnik, Beleuchtung, Transport, Installation etc. Die Kuration und Inhaltentwicklung ist Bestandteil des internen Betriebsbudgets.

Wie erwähnt, wird beim Zentralmagazin vorgeschlagen, dass die Fläche verkleinert wird. Die Planung dieser Verkleinerung wäre dann Bestandteil einer nächsten Projektphase. Um die Kosten der beiden Hallen vergleichbar zu halten, wird hier von gleichen idealen Ausstellungsflächen (2000 m²) ausgegangen.

Das bedeutet, dass die Erstinstallation der Ausstellung für beide Hallen jeweils rund Fr. 10'000'000.– kosten wird.

In der Erstinstallation der Ausstellung werden Investitionen (z.B. Medientechnik, Beleuchtung) getätigt, die bei den weiteren Installationen wiederverwendet werden können. Deshalb kann sich der durchschnittliche Quadratmeterpreis ab der zweiten Installation auf ca. Fr. 3000.–/m² reduzieren.

9 BEWERTUNG BEIDER GEBÄUDE

BEWERTUNGSSYSTEM HALLEN

EINLEITUNG

Ein wichtiger Schritt der Machbarkeitsstudie war, aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse ein Kriterienraster zur Bewertung der beiden Gebäude zu erarbeiten. Gestützt darauf wurden die potentiellen Gebäude durch die Arbeitsgruppe mit Inputs von zusätzlichen Spezialistinnen und Spezialisten (unter anderem Raumplanung, Arealentwicklung) geprüft und bewertet. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Bewertungen immer auch eine persönliche Perspektive und Kompetenz der verschiedenen involvierten Spezialistinnen und Spezialisten ausdrücken.

Grundsätzlich ist zu sagen, dass die Machbarkeitsstudie ergeben hat, dass ein Museum in beiden Gebäuden sehr gut möglich ist. Beide Hallen haben Vor- und Nachteile, die individuell unterschiedlich gewichtet werden können. Beide Hallen sind keine «Blackbox», in der man alle Parameter (wie zum Beispiel Tageslichteinfluss) bestimmen und kontrollieren kann, sondern geben eine Ausgangslage und Struktur vor, die berücksichtigt werden muss.

Nichtsdestotrotz hat die Projektgruppe an ihrer fünften Sitzung eine Priorisierung vorgenommen und sich entschieden, dem Lenkungsausschuss eine Empfehlung für die Webmaschinenhalle zu unterbreiten.

Der Lenkungsausschuss wiederum hat an seiner zweiten Sitzung ebenfalls eine Priorisierung der Webmaschinenhalle beschlossen.

BEWERTUNGSSYSTEM HALLEN

KRITERIEN

Folgende Kriterien zeigen die Vielfalt, Interdisziplinarität und Komplexität der Fragestellung dieser Studie. Anhand dieser Kriterien sollen die relevanten Grundlagen für die Entscheidungsfindung dargestellt werden:

A) Städtebauliche Einbindung	Lage, Erreichbarkeit, Einbindung, Bausubstanz etc.
B) Ausstrahlung	Identität, Positionierung, Aura, Wirkung etc.
C) Ausstellungstauglichkeit	Besucherfluss, Raumgrößen, Raumhöhe, Lichtverhältnisse, Modularität etc.
D) Kosten	Kauf Gebäude, Sanierung Gebäude, Erstinstallation Ausstellung etc.
E) Betrieb	Personalbedarf, Sicherheit, Organisation etc.

Die Bewertung geht davon aus, dass das Zentralmagazin teilweise abgebrochen und damit auch die Ausstellungsfläche kleiner wird als in der Webmaschinenhalle. Sollte dies nicht passieren, sind die Flächen und damit auch die Kosten höher anzusetzen.

Die folgenden Kriterien sind nicht gewichtet und die Reihenfolge hat keine Bedeutung. Die Gewichtung ist jeweils stark individuell geprägt und deshalb nicht integriert.

BEWERTUNGSSYSTEM HALLEN

A) STÄDTEBAULICHE EINBINDUNG

Webmaschinenhalle

- Gute Erreichbarkeit mit ÖV und Individualverkehr
- Zentralere Lage im Areal, wird zum Zentrum eines neuen Quartiers
- Bausubstanz von höherer Qualität als Zentralmagazin
- Genügend Parkplätze auf Areal vorhanden
- Vorplatz aktuell noch unattraktiv

Zentralmagazin

- Gute Erreichbarkeit mit ÖV und Individualverkehr
- Weniger zentrale Lage im Areal
- Kann mit Umnutzung/Neunutzung zu höherer Dichte im Areal führen
- Genügend Parkplätze auf Areal vorhanden
- Verkleinerung des Gebäudes durch Teilabriss möglich und sinnvoll

BEWERTUNGSSYSTEM HALLEN

B) AUSSTRAHLUNG

Webmaschinenhalle

- Attraktive Fassade
- Vorplatz kann gut integriert werden
- Gebäude klar erkennbar als Zeitzeuge der «Industrie»
- Retro-Charme

Zentralmagazin

- Attraktiver Innenraum mit Galerie
- Vorplatz kann gut integriert werden
- Auratisch, Ähnlichkeit mit einer Kathedrale
- Neutralere Identität

BEWERTUNGSSYSTEM HALLEN

C) AUSSTELLUNGSTAUGLICHKEIT

Webmaschinenhalle

- Flächen flexibel und modular bespielbar
- Ausstellungsfläche eigentlich zu gross
- Bietet Möglichkeit zu künftigen Erweiterungen
- Denkmalpflegerische Auflagen haben grossen Einfluss auf Umbau und Sanierung (z.B. Klima, Licht, Fenster, Boden, Elektronik etc.)
- Verdunkelung anspruchsvoll
- Ideale Raumhöhe
- Besucherfluss gut organisierbar
- Erlaubt eigenständige, grosszügige Gastausstellungen und damit einen anderen Rhythmus der Erneuerungen
- Verhältnis von Länge zu Breite nicht ideal
- Weniger störende Stützen

Zentralmagazin

- Ideale Grösse der Ausstellungsfläche durch mögliche Verkleinerung des Gebäudes
- Galerie sehr dominant, kann Ausstellung stören, z.B. bezüglich Licht und Schall
- Besucherfluss gut organisierbar
- Verdunkelung einfacher, da nicht denkmalgeschützt
- Teilweise zu hohe Raumhöhe
- Weniger zusammenhängende Ausstellungsflächen
- Weniger Flexibilität für unterschiedliche Ausstellungskonzeptionen

BEWERTUNGSSYSTEM HALLEN

D) KOSTEN

Webmaschinenhalle

- Kaufkosten wesentlich tiefer als Zentralmagazin
- Umbaukosten pro m² gleich wie Zentralmagazin
- Bedingt durch die grössere Fläche und denkmalpflegerische Auflagen höhere wiederkehrende Ausstellungskosten
- Bedingt durch die grössere Fläche höhere Folgekosten für Unterhalt und Betrieb (inkl. Ressourcen)

Zentralmagazin

- Kaufkosten wesentlich höher als Webmaschinenhalle
- Umbaukosten pro m² gleich wie Webmaschinenhalle
- Ausstellungserneuerungskosten tiefer als Webmaschinenhalle
- Kosten für Unterhalt und Betrieb des Gebäudes tiefer als Webmaschinenhalle

BEWERTUNGSSYSTEM HALLEN

E) BETRIEB

Webmaschinenhalle

- Gut geeignet für Museumsbetrieb
- Mögliche Interessenkonflikte bei Fremdnutzung, braucht separaten Eingang, höhere Sicherheitsmassnahmen müssen berücksichtigt werden

Zentralmagazin

- Gut geeignet für Museumsbetrieb
- Bespielung kann auf alleinige Bedürfnisse des Museums angepasst werden

10 KOMMUNIKATIONSKONZEPT

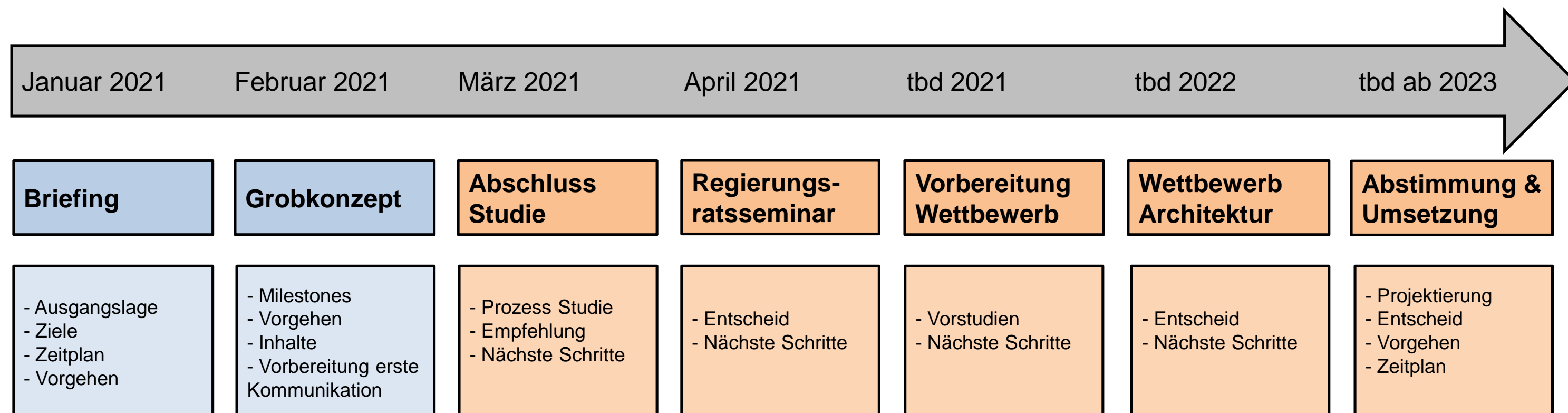
KOMMUNIKATIONSKONZEPT

EINLEITUNG

Das Projekt «Historisches Museum Thurgau 2020» hat eine lange Vorgeschichte und ist politisch von grosser Brisanz. In den Wochen vor Abgabeschluss des Berichts an den Regierungsrat am 31. März 2021 haben sich bereits Anfragen von Medienschaffenden gehäuft. Eine sorgfältige Kommunikationsstrategie und eine detaillierte Planung der Kommunikationsschritte ist unerlässlich, weshalb ein externer Kommunikationsspezialist beigezogen wurde. Dem Konzept liegen die Meilensteine und der Zeitplan zugrunde.

KOMMUNIKATIONSKONZEPT

BRIEFING



Aufgaben:

- Konzept
- Medienarbeit
- Veranstaltungen (Podien etc.)
- Social Media
- Abstimmung

Mögliche Themen:

- Was bisher geschah
- Resultat Studie
- Arbeitsweise Studie
- Inhalte
- Personen hinter Studie
- Bedeutung für Arbon und Thurgau
- Museum der Zukunft
- Abstimmungsprozess

KOMMUNIKATIONSKONZEPT

SUMMARY STRATEGIE UND MASSNAHMEN, VGL. ANHANG V

Lage

- 3 Museumsprojekte
- neuer Standort
- interaktiv und innovativ
- Overkill?
- 3-4 Jahre Vakuum
- Warum? Nutzen?

Ziele

- Transparenz
- Vertrauen
- Multiplikatoren
- Fanclub
- Politik, Medien, Bevölkerung
- Verortung

Strategie

- Basiskommunikation
- crossmedial und multimedial
- eigene Kanäle und Kanäle Dritter
- proaktives Storytelling
- integrativ Partner und Netzwerke
- Story und Peopleplacement

Massnahmen

- Marke und Message
- Dokumentation und Sprachregelungen
- Landing Page / Social Media / E-News
- Nasty questions
- Storylines / Storytelling
- Medien und Stakeholderkonferenzen
- Aktive Medienarbeit
- Netzwerk PR
- Issues Management

Termine

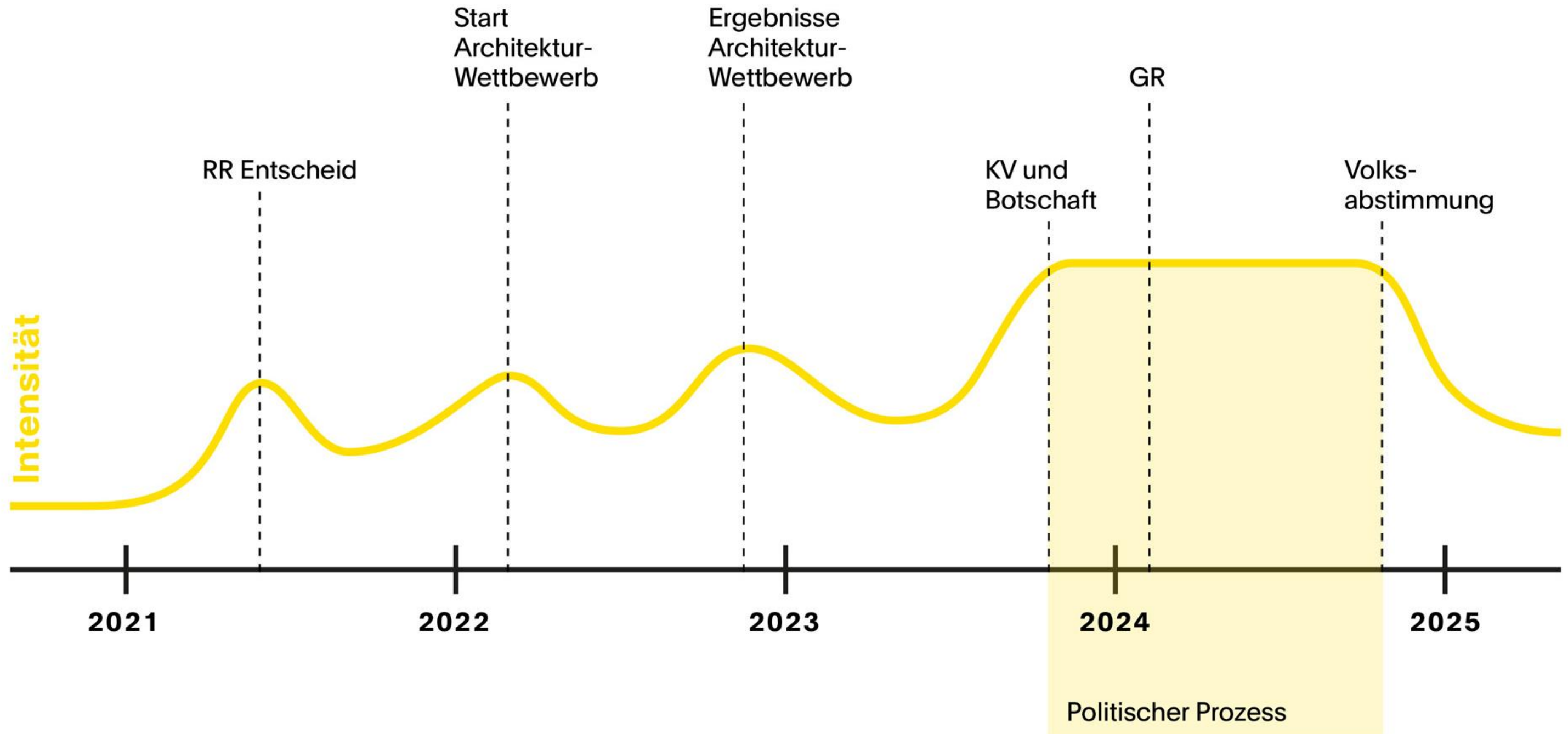
- April 2021: RR Entscheid und MK
- bis Jan 2022: Vorbereitung Architekturwettbewerb
- Dez 2022: Ergebnisse Architektur
- bis Herbst 2023: Projektierung
- bis Herbst 2024: Politischer Prozess
- Herbst 2024: Volksabstimmung

Budget

externer Support, Umsetzung und Beratung:
Herbst 2021 bis Herbst 2024
CHF 150'000.-
→ Abstimmungskampagne separat

KOMMUNIKATIONSKONZEPT

SUMMARY PHASEN, VGL. ANHANG V



KOMMUNIKATIONSKONZEPT

SUMMARY STORYTELLING, VGL. ANHANG V



11 FAZIT UND EMPFEHLUNG

FAZIT UND EMPFEHLUNG

Beide Hallen eignen sich sehr gut als neuer Standort des Neuen Historischen Museums des Kantons Thurgau – «Museum Werk 2». Es gibt bei beiden Vor- und Nachteile und Rahmenbedingungen, die berücksichtigt werden müssen. Besonders die Überlegungen zu städtebaulichen und finanziellen Fragen ergeben folgenden Entscheid:

Die Projektgruppe und der Lenkungsausschuss «Historisches Museum Thurgau 2020» empfehlen dem Regierungsrat die Webmaschinenhalle für die Realisierung des «Museum Werk 2».

An seiner Sitzung vom 25. Februar 2021 hat der Lenkungsausschuss deshalb eine Delegation der Projektgruppe beauftragt, mit der HRS Real Estate AG erste Kaufgespräche für die Webmaschinenhalle aufzunehmen.

Vor diesem Hintergrund empfiehlt die Projektgruppe «Historisches Museum Thurgau 2020» folgendes weiteres Vorgehen:

1. Grundsatzentscheid des Regierungsrates
2. Kaufverhandlungen mit HRS Real Estate AG: Vorvertrag für die Webmaschinenhalle
3. Kommunikation zum Projektstand «Historisches Museum Thurgau 2020»
4. Vorstudien zur Vorbereitung und Durchführung eines Architekturwettbewerbs
5. Projektierung, Kostenvoranschlag und entsprechende Botschaft an den Grossen Rat
6. Volksabstimmung
7. Ausführung

12 ANHÄNGE

ANHÄNGE

- I. Übersicht museale Destinationen, Freizeitdestinationen und Naturdestinationen in der Region
- II. Zusammenfassung Interviews mit Expertinnen und Experten
- III. Detailliertere Überlegungen zur inhaltlichen Ausrichtung