

## Bericht



### <Mustergut Hobrechtsfelde>

#### Entwicklungs- und Betreiberkonzept

November 2014

Auftraggeber: Förderverein Naturpark Barnim e.V., Vergabenummer EE-3.2-01.14

Verfasser und Bearbeiter: ART PRO Kulturmanagement & Consulting, Martin Schmidt-Roßleben, Berlin  
in Zusammenarbeit mit rw+ Gesellschaft von Architekten mbH, Dipl.-Ing. (Arch.) Stefan Wöhrlin, Berlin  
und D<sup>2</sup> Gartengestaltung und -pflege, Dipl.-Ing. (FH) Landespflege Detlev Dahmann, Berlin

Inhaltsverzeichnis	Seite
1. Auftrag und Aufgabenstellung	4
2. Bestandsaufnahme	5
2.1. Rahmenbedingungen	5
2.1.1. Lage und Historie	5
2.1.2. Naturpark Barnim, „Beweidungsprojekt“ und Gutshof	6
2.1.3. Neue Nutzungen, Förderbindungen und Vertragsverhältnisse	7
2.1.4. Aktuelle baurechtliche, organisatorische, wirtschaftliche Situation	8
3. Entwicklungsverfahren: Workshops 1 + 2	10
3.1. Stakeholder / Sammlung von Bedarfen, Themen, Angeboten	10
3.2. SWOT-Analyse und Erwartungen an eine Betriebsorganisation	11
3.3. Äußere / verkehrliche Erschließung	12
3.3.1. Fahrradwege	12
3.3.2. Zufahrt mit PKW	13
3.3.3. Annäherung per ÖPNV/zu Fuß	13
3.4. Innere Erschließung – Gut, Rieselfelder und Siedlung Hobrechtsfelde	14
3.4.1. Bestand (Skizze 1)	14
3.4.2. Wege (Skizze 2)	14
3.4.3. Varianten Parkplätze (Skizze 3)	14
3.4.4. Feldbahn (Skizze 4)	14
3.4.5. Pflanzungen / Freiflächen (Skizze 5)	15
3.4.6. Gebäude (Skizze 6)	15
3.4.7. Nutzungszonen (Skizze 7)	15
3.4.8. Diskussion / Empfehlungen aus Workshop 2	16
3.5. Fazit aus den Workshops und Anpassung der Tätigkeit	16
4. Thematisches Nutzungsspektrum als Chance im Markt	17
4.1. Sichtbare Geschichte - und Vision für ein „Mustergut 3.0“	17
4.2. Besucherpotenzial und Positionierung am Markt	18
4.2.1. Repräsentativer Themensektor: „Bio“	18
4.2.2. Einzugsgebiete / Besucherpotenzial	18
4.2.3. Zielgruppen und -Milieus	19
4.2.4. Konkurrenz und Positionierung	20
5. Strategisches und operatives Marketing	20
5.1. Leitbild	20
5.2. Dachmarke, Corporate Design, Branding	21
5.3. Identifizierung geeigneter Partner für Nutzung und Marketing	21

5.4.	Landwirtschaftliche, regionale und „zentrale“ Produkte	22
5.4.1.	Fleisch	22
5.4.2.	„Urban Gardening“ / Gemüse und Gartenfrüchte	23
5.4.3.	Alte Nutzpflanzen	23
5.4.4.	Orangerie / Baumschule	23
5.4.5.	Gutsladen	23
5.4.6.	Ansiedlung weiterer Produzenten und Projekte	24
5.4.7.	„Zentrale“ Angebote und Dienstleistungen	24
5.4.8.	Marketing / Kommunikation / Werbung	25
6.	Baulich-gestalterische Entwicklung	26
6.1.	Anforderungen	26
6.2.	Maßnahmen / Lösungsvorschläge für die Planung	26
6.2.1.	Erschließung / Wegeföhrung	26
6.2.2.	Bepflanzung / Freianlagen	27
6.2.3.	Baumaßnahmen und bauliche Ertüchtigung	27
6.2.3.1.	Speicher und Ergänzungsbauten	27
6.2.3.2.	Scheune	28
6.2.4.	Sonstige Gebäude und Strukturen	29
6.2.5.	Erlebnisinventar	30
6.2.6.	Kostenrahmen	30
7.	Wirtschaftliches Potenzial / Modellrechnungen	31
7.1.	Grundlagen	31
7.2.	Produktplan (Vorzugsvariante)	31
7.3.	Finanzplan (Vorzugsvariante)	32
7.4.	Auswirkungen und Übersicht „Minimalvariante“	33
8.	Betriebsmodell	33
8.1.	Besitz und Verwaltung	34
8.2.	General-Pächter und -Betreiber	35
9.	Ansätze für mögliche investive Finanzierung / Förderung	36
9.1.	Förderkulisse(n)	36
9.2.	Antragsvoraussetzungen	37
9.3.	Eigenmittel	37
10.	Weiterführende Empfehlungen	38
	Anlagenverzeichnis	39

## 1. Auftrag und Aufgabenstellung

Nach einer beschränkten Ausschreibung / Angebotsaufforderung wurde ART PRO Kulturmanagement & Consulting, Martin Schmidt-Roßleben, zusammen mit rw+ Gesellschaft von Architekten mbH und Detlev Dahlmann D<sup>2</sup> Gartengestaltung als Subunternehmern mit einem Werkvertrag außerhalb des Rahmens der HOAI am 18.3.2014 durch den Förderverein Naturpark Barnim e.V. mit der Erarbeitung des geforderten Konzeptes beauftragt.

Im Angebot vom 3.3.2014 hatte ART PRO formuliert:

„Ansatz ist die Motivierung und Heranführung aller Beteiligten zu einer pragmatischen, umsetzungsfähigen „Vision“ als Grundlage einer nachhaltig nutzungsorientierten und betriebswirtschaftlich tragfähigen Strategie und Betriebsstruktur für das Gesamtareal des Gutes als „Besucherzentrum“ der Riesefeldlandschaft. Unter Überprüfung / Ausgestaltung / Weiterentwicklung bereits bestehender Angebote sollen zukunftsgerichtete Maßnahmenpakete zur Gewinnung und Aufbau einer attraktiven Nutzungsmischung, zu realisierbaren Investitionen und ggf. auch Ansiedlung weiterer Nutzungspartner im Einklang mit den Zielen der Regional- bzw. Gemeindeentwicklung und des Natur- und Landschaftsschutzes führen.“

Schon im Angebot wurde aber auch auf Folgendes hingewiesen:

„Dabei müssen wir davon ausgehen, dass die drei in der Ausschreibung benannten Leistungsbereiche (Entwicklungskonzept, Finanzierungskonzept, Betreiberkonzept) nicht „einfach nacheinander“ in dieser vorgegebenen Reihenfolge abgearbeitet werden können, sondern bereits in einem frühen „Auftakt“ im Zusammenhang durch pointierte Entwicklungsthesen strukturiert und mit den Beteiligten grundsätzlich ausgerichtet werden müssen. (Nur) in dieser arbeitsteiligen und zugleich kooperativen Weise ist es nach unserer Einschätzung überhaupt möglich, in der Kürze der vorgesehenen Zeit und für die komplexen Aufgabenstellungen ein überzeugendes, integrierendes und inspirierendes Ergebnis zu erreichen und damit ein substanzielles Konzept zu erarbeiten“.

Hierzu wurden im Bietergespräch die Notwendigkeit einer veränderten Reihenfolge der Bearbeitung (Entwicklungs-, dann Betreiber-, dann Finanzierungskonzept) angesprochen sowie schon im Angebot ein „Grobkonzept“ und „Neun Thesen“<sup>1</sup> formuliert, die sich in der weiteren Bearbeitung als sehr fruchtbar für die Einbindung vieler Beteiligter und grundsätzlich konsensfähig erwiesen. Allerdings stellte sich auch schnell heraus, dass die Komplexität der Probleme und Fragestellungen deutlich mehr Abstimmungsrunden und Gesprächsebenen erforderte als in der Ausschreibung und im Leistungsverzeichnis (LV) des Auftrags vorgesehen. Zudem traten zwei wesentliche Hemmnisse auf, die es im weiteren Verlauf nötig machten, im Einverständnis mit dem Auftraggeber den Auftragsinhalt und auch den Bearbeitungszeitraum zu verändern:

- a) Die bis dato, trotz planerischer Vorleistungen anderer Architekten, baurechtlich (und damit auch finanziell/betriebswirtschaftlich) faktisch ungelöste Problematik für eine Nutzbarmachung der weiteren Etagen des ehem. Kornspeichers im Konflikt zwischen funktionellen und gestalterischen Anforderungen, dem Denkmalschutz, dem Brandschutz und nötiger Barrierefreiheit. Hieran kamen die Konzeptentwicklung und auch die Darstellbarkeit einer grundsätzlich wirtschaftlichen Tragfähigkeit zunächst zum Stillstand.
- b) Das bisherige (und auch weitere) Fehlen eines einheitlichen Rechts-Subjektes als Träger / Betreiber des Gutes, ob für die Bündelung bestehender oder die Begründung neuer Vertragsverpflichtungen oder die Antragstellung auf Fördermittel. Und damit der aktiven Verfolgung und einer rechtlich-organisatorischen Grundlage für die Implementierung und Umsetzung eines „Entwicklungskonzeptes“, für die Finanzierung nötiger Investitionen wie den späteren Gesamtbetrieb des Gutes.

Die Problematik zu b) konnte schließlich dadurch gelöst werden, dass über ART PRO und die Architekten rw+ zusätzlich ein externer Brandschutzsachverständiger, die Fa. Andreas Flock Brandkontrolle UG, am 22. August 2014 mit der Analyse der Situation, der Entwicklung eines innovativen Brandschutzkonzepts für den Speicher und grundsätzlichen Abstimmungen hierzu mit der Unteren Bauaufsichtsbehörde beauftragt wurde (zu den Ergebnissen siehe Kap. 6.2.3.1.). Hierzu wurde mit dem Auftraggeber einerseits eine relativ geringfügige Anhebung des Auftragsbudgets vereinbart.

<sup>1</sup> Siehe im weiteren Text zum 1. Workshop vom 8.4.2014

Andererseits wurde zu diesem Zeitpunkt auch offenkundig, dass der lt. LV vorgegebene Inhalts- und Zeitrahmen („Erstellung des Entwicklungs-, Finanzierungs- und Betreiberkonzeptes bis Ende Juni 2014“) nicht erfüllbar war. Zur Klärung wurde vereinbart, dass der Auftragsteil „Finanzierungskonzept-Investitionsphase“, insbesondere die „Erstellung aller notwendigen Unterlagen zur Fördermittelbeantragung bis Mitte September 2014 und Abschlusspräsentation Ende September 2014“ aus dem Auftragsvolumen herausgenommen und somit bis auf weiteres zurückgestellt wird. Im Gegenzug verpflichtete sich der Auftragnehmer, durch das innovative Brandschutzkonzept entstehende Mehrkosten auch gegenüber der vereinbarten Budgeterhöhung aus dem bisherigen Auftragsvolumen zu decken. Denn: Voraussetzung für die Erfüllbarkeit dieses Auftragsteils wäre die Etablierung eines geeigneten Rechtssubjektes gemäß b). Als Auftragnehmer haben wir dazu frühzeitig Vorschläge unterbreitet, bis dato gibt es hierzu aber keine tragende Verständigung auf Auftraggeberseite mit den weiter nötigen Partnern.

Die Bearbeitung konzentrierte und beschränkte sich daher auf die Bereiche „Entwicklungskonzept“ und „Betreiberkonzept“ des LV – allerdings mit grundsätzlicher Klärung der Problematik zum „Speicher“. Wir betrachten den Auftrag daher auch nicht als beendet, sondern sehen den vorliegenden Bericht als Zwischenergebnis, das eine weitere zielgerichtete Bearbeitung und aktive Projektentwicklung ermöglicht.

## 2. Bestandsaufnahme

### 2.1. Rahmenbedingungen

#### 2.1.1. Lage und Historie

Das „Gut Hobrechtsfelde“ liegt im Bereich des Naturparks Barnim, einer Einrichtung des Landes Brandenburg bzw. des Landesamtes für Naturschutz, Gesundheit und Verbraucherschutz Brandenburg (LUGV). Leiter des Naturparks ist Dr. Peter Gärtner. Dieser Naturpark ist mit rd. 750 Quadratkilometern ein gemeinsames Großschutzgebiet der Länder Brandenburg und Berlin und unterliegt den entsprechenden rechtlichen Bestimmungen und Bindungen. Rund 5,4 Prozent der Flächen des Naturparks befinden sich in den nördlichen Berliner Stadtbezirken Pankow und Reinickendorf. Der Förderverein Naturpark Barnim e.V. unterstützt und fördert die Belange des Naturparks Barnim und ist Auftraggeber.

Das Gut selbst liegt wenige Meter von der Berliner Landesgrenze / Bezirk Pankow entfernt auf Brandenburger Gebiet im Landkreis Barnim, Gemeinde Panketal. Hier wurde seit 1873 von Berlin großflächig Land gekauft, um die Abwässer hygienisch zu entsorgen – was die Bevölkerungsgesundheit enorm verbesserte. Die so bewässerten und gedüngten Flächen konnten intensiv für die Erzeugung von Nahrungsmitteln für die Versorgung der Stadtbevölkerung und sonstiger land- und forstwirtschaftlicher Produkte genutzt werden. Hierfür wurden rund um Berlin große sog. „Stadtgüter“ aufgebaut.

Die „Rieselfelder“ um Buch und Hobrechtsfelde entstanden ab 1898 und entsorgten schließlich mit rd. 37 Millionen m<sup>3</sup> p.a. die größten Abwassermengen aus Berlin. Und hier wurde zwischen 1906 und 1912 als größtes Stadtgut und damals technisch modernstes „Musterbeispiel“ das „Gut Hobrechtsfelde“ zusammen mit zugehöriger Siedlung für die Beschäftigten erbaut und, zu Ehren des Erfinders des Radialsystems (und Berlin als erster hygienisch moderner Großstadt) nach dem preußischen Stadtplaner und Reformier James Hobrecht (1825 – 1902) benannt. <sup>2</sup> Wichtigste Wirtschaftszweige waren der Getreide- und Gemüseanbau sowie die Viehzucht. Später folgten ständig Erweiterungen, so durch Säge- und Fleischwerke – schon bald hatte der Gutshof Hobrechtsfelde den ursprünglichen Rahmen der Planung gesprengt, musste die nördliche Umfahrung verlegt werden (siehe Titelbild - Gut und Siedlung Hobrechtsfelde inmitten der Rieselfeldlandschaft um 1915, Messtischblatt 3346 / Schönerlinde).

Mit der – durch den Erfinder nicht vorhersehbaren- weiter massiven Zunahme der Abwassermengen wie der Verunreinigung durch Schadstoffe begann schon ab Ende der 1930er Jahre der Niedergang dieses um 1900 hochmodernen und innovativen Kreislauf-Wirtschaftssystems aus Ent- und Versorgung der Stadtbevölkerung in der unmittelbaren ländlichen Umgebung. Die Erträge sanken, bis 1985 mussten auch in Hobrechtsfelde der Rieselbetrieb und die Feldbewirtschaftung ganz eingestellt werden. Auch in der DDR übernahmen moderne Klärwerke die Abwasserreinigung – und die vollmechanisierte, chemisch gedüngte industrielle Landwirtschaft die Nahrungsmittelproduktion. Zurück blieben riesige unwirtliche, kaum noch fruchtbare und teilweise mit Schwermetallen verunreinigte Flächen - und eine heruntergewirtschaftete Bausubstanz auf dem Gut: Allerdings technische Denkmäler von hohem Wert.

<sup>2</sup> Zu Historie / Landschaftsraum der Rieselfelder siehe u.a.: 100 Jahre Hobrechtsfelde. Ein Dorf für das Berliner Wasser. Hg.: Gemeinde Panketal und NABU Deutschland e.V., Landesverband Berlin, Berlin/Panketal 2006; und „Historische Studie Hobrechtsfelde“, Studentinnen der FU / FB Politische Wissenschaften (D. Marschner, R. Panke, A. Schulze-Fielitz), im Auftrag der LEG Berlin-Brandenburg mbH, Berlin, Juni 1994



Politisches Ziel war nun, zur 750-Jahr-Feier der „Hauptstadt der DDR“ die ehemaligen Rieselfelder (zumindest partiell) zu dekontaminieren und großflächig aufzuforsten, diesmal insbesondere zur Naherholung der städtischen Bevölkerung. Dazu wurden die Flächen an die (Ost-)Berliner Forsten übergeben, die sich redlich bemühten, unter extrem kurzfristigen und schwierigen Planvorgaben diese Aufgabe zu bewältigen. Millionen Setzlinge wurden gepflanzt – wovon ein großer Teil aufgrund jetzt fehlender Bewässerung und unzureichender Pflegemöglichkeiten in kurzer Zeit wieder einging. Zurück blieben rudimentäre Aufwuchs-Parzellen, statt eines typischen „Waldes“ entstand eine Art mitteleuropäischer Trockensteppe mit einzelnen Bauminseln und starker Verbuschung. Gut und Siedlung Hobrechtsfelde wurden zunächst weiter rudimentär von den „Volkseigenen Gütern“ genutzt, zur extern mit Futtermitteln versorgten Viehmästung und auch Sonderkulturen wie Chicoree usw.

Dann kamen der Mauerfall und die „Wende“, die Rückübertragung der Flächen des Gutes und der gesamten Siedlung an das Land Berlin bzw. die von diesem wiederbelebte Stadtgut-Gesellschaft (jetzt Berliner Stadtgüter GmbH) – während die ehem. Rieselfelder (auch auf Brandenburger Territorium) bei den ebenfalls wiedervereinigten „Berliner Forsten“ verblieben. Womit die Frage entstand, wie man denn nun hier „Wald“ definieren und schaffen könne, zugleich aber auch Ideen des Naturschutzes und der Naherholung unter neuen Voraussetzungen (weiter-) verfolgen könne.

### 2.1.2. Naturpark Barnim, „Beweidungsprojekt“ und Gutshof

Im Zusammenhang mit der Einrichtung des „Naturparks Barnim“, nach zunächst massiven Beräumungs- und Wiederbewässerungsmaßnahmen und in Kooperation mit den Berliner Forsten, die parallel weitere Projekten zur Umweltentlastung, zum Wegebau usw. durchführten, entstand hierzu auch, in Trägerschaft des „Förderverein Naturpark Barnim e.V.“ (künftig: „FVNB“), das „Entwicklungs- und Erprobungsprojekt Rieselfeldbeweidung – Landschaft mit Biss“ (E+E):

Ausgehend von der Erkenntnis, dass hier wohl nie wieder ein geschlossener „Hochwald“ entstehen könne, zugleich sich aber die Landschaft biologisch diversifiziert entwickeln und vor öder Verbuschung geschützt werden müsse, griff man letztlich zurück auf das „vorpfeußische“ Modell der gemischten, extensiv genutzten halboffenen Wald- und Weidelandschaft – in der große, robuste Weidetiere (alte Rinder- und Pferderassen) ganzjährig die Aufgaben der Landschaftspflege übernehmen (und sich auch partielle Schadstoffbelastungen im Boden ohne Übergang in die Nahrungskette langsam abbauen können). Finanziert u.a. durch das Bundesamt für Naturschutz, hat sich dieses Projekt zu einem erstaunlichen Erfolg entwickelt: Heute ist die Rieselfeldlandschaft um Hobrechtsfelde eine der Berlin-Brandenburger Naturlandschaften mit der höchsten Artenvielfalt, durchzogen von attraktiven Fahrrad- und Wanderwegen, auf denen man auch die Weideareale betreten und damit den Tieren sehr nahe kommen kann – ausgestattet aber auch mit von internationalen Künstlern errichteten Skulpturen, mit Beobachtungsplattformen und erläuternder Beschilderung. Was zunächst ein „Geheimtipp“ war, wird zunehmend intensiv von der Berliner und Brandenburger Bevölkerung geschätzt und zur Naherholung genutzt.

Gut Hobrechtsfelde verfiel dagegen zunächst ungenutzt, große Teile der Bausubstanz wurden zwar 1994 unter Denkmalschutz gestellt, dann aber trotzdem vieles abgerissen - es verblieben nur, 2006 erneut als herausragende technische Denkmäler eingestuft, der ehemalige Kornspeicher, die große Strohscheune, weitläufige Pflasterflächen des ehem. Wirtschaftshofes und kleine Reste des einst ausgedehnten Feldbahnsystems. Immerhin wurden die Bauten, nun im Wortsinn als ungeschliffene und ungefasste Solitäre in der weiten Ödnis des riesigen Gutsgeländes stehend, zumindest notdürftig gesichert, auch einige Flächen entsiegelt und durch oberflächliche Grasnarbe „renaturiert“ – ansonsten wartete man auf bessere Zeiten und verpachtete oder veräußerte, wo immer es ging, „übrige Flächen“ zu gerade erzielbaren Preisen - so die gesamte Siedlung Hobrechtsfelde. Diese wurde letztlich aber immerhin „am Stück“ an die Berliner Wohnungsbaugenossenschaft Bremer Höhe eG verkauft, die seitdem schrittweise die Bauten denkmalgerecht saniert und so auch neue, (ehemals) städtische Mieter anzieht. All dies mit dem aus heutiger Sicht auch fatalen Ergebnis, dass historische Zugänge und sonstige Wege- und Funktionsbeziehungen zwischen Gut, Siedlung und Rieselfeldlandschaft zerschnitten und teilweise verstellt wurden.

### 2.1.3. Neue Nutzungen, Förderbindungen und Vertragsverhältnisse

Erst mit dem langsam erkennbar werdenden Erfolg des E+E-Projektes entstand auch für das Gut Hobrechtsfelde wieder eine erste Nutzungsperspektive: Für die Durchführung der Beweidung wurde die Agrar GmbH Crawinkel gewonnen, die in Thüringen bereits ein ähnliches Projekt erfolgreich entwickelt hatte. Sie pachtete hierfür (Vertrag Nr. 3579 vom 5.5.2008 und diverse Nachträge) von der Berliner Stadtgüter GmbH den größten Teil des ehemaligen Gutshofs samt Scheune und kleineren Funktionsgebäuden und übertrug die Nutzung an ihre eigens neu gegründete Tochtergesellschaft Agrar GmbH Hobrechtsfelde.

Mit einer Kooperationsvereinbarung vom 5.11.2010 wurde der FVNB vom LUGV Brandenburg mit der Aufgabe des Projektträgers des vom BfN geförderten E+E-Projektes betraut – ausdrücklich auch in Kooperationsverpflichtung mit den Berliner Forsten, der Berliner Stadtgüter GmbH und der Agrar GmbH Hobrechtsfelde. Auf dieser Grundlage schloss der FVNB zunächst mit den Berliner Forsten eine „Vereinbarung zum BfN E+E-Vorhaben Rieselfeldlandschaft Hobrechtsfelde / Hauptvorhaben“ (o.D. vorliegend) und verpachtete wiederum auf dieser Basis die E&E-Flächen im Außenbereich (Vertrag vom 7.12.2010) an die Agrar GmbH Hobrechtsfelde, die im weiteren per Dienstleistungsvertrag vom 19.4.2011 und Nachträge zur Durchführung der Beweidung beauftragt und verpflichtet wurde, finanziert aus dem geförderten E&E-Projekt – und hierzu u.a. Lager- und Wirtschaftsflächen auf dem von ihrer Muttergesellschaft von der Berliner Stadtgüter GmbH angepachteten Hof, in der Scheune und ebenfalls von den Stadtgütern angepachteten landwirtschaftlichen Nebenflächen außerhalb des Besitzes der Berliner Forsten und des E+E-Vorhaben benötigt und nutzt.

Teil des mit Fördermittelbescheid des BfN finanzierten E&E-Projektes wurde dabei auch, zur Besucherinformations- und Umweltbildung auf dem Gutsgelände kleinere Gruppen von Tieren aus dem Beweidungsgebiet in dafür eingerichteten „Schau- und Streichelgehegen“ zu zeigen, einen Kinderspielplatz einzurichten, auch wurde die Möglichkeit gastronomischer Angebote gestattet. Nach geförderter Finanzierung dieser wesentlich im Eigentum des FVNB stehenden Anlagen wurde zum Betrieb ein weiterer Dienstleistungsvertrag vom 3.11.2011 (mit späteren Ergänzungen) zwischen FVNB und Agrar GmbH Crawinkel geschlossen – die wiederum die Agrar GmbH Hobrechtsfelde damit betraute. Zudem hat die Agrar GmbH seitdem, durchaus in Kenntnis des FVNB und der Berliner Stadtgüter GmbH, auch weitere Unterpacht- oder Nutzungsverträge mit Drittnutzern geschlossen, so privaten Besitzern einzelner Pferde aus den Beweidungsherden, die diese zu eigenen Reitzwecken nutzen oder auch für andere Nutzer gegen Entgelt bereit stellen, führt selbst u.a. Kremserfahrten durch, organisiert seit vielen Jahren in Kooperation u.a. auch mit der Gemeinde Panketal und örtlichen Vereinen die „Walpurgisnacht“ mit großem Osterfeuer und vermietet und verpachtet Hof und Scheune zu einzelnen Veranstaltungszwecken etc. – was alles durchaus zu einer Belebung des Areals beiträgt.

Zeitgleich hatte wiederum der FVNB sich spätestens seit Anfang 2010 darum bemüht, auch den leer stehenden „Kornspeicher“ und mit ihm das gesamte Gutsgelände als „Informations- und Besucherzentrum“ in eine aktive Nutzung im Zusammenhang des E+E-Projektes bzw. der Naturpark-Aufgaben einzubinden, und dazu erste bauplanerische Machbarkeitsstudien erstellen lassen. Die Grundlagen wurden durch Schließung eines Erbbaurechtsvertrages zu diesem Gebäude samt Umgriffsflächen direkt mit der Berliner Stadtgüter GmbH geschaffen (wofür zuvor diese Flächen aus dem Pachtvertrag mit der Agrar GmbH Crawinkel herausgelöst werden mussten), der auch ein Wegerecht über den ehemaligen Hauptzugang des Gutes bis zur Hauptstraße „Hobrechtsfelder Chaussee“ enthält. Zudem aber auch eine Kopplung der Vereinbarungen und der Höhe des Erbbauzinses an die Gemeinnützigkeit des Vereins – und neben der zunächst beabsichtigten Einrichtung einer Ausstellung in der 1. Etage auch die Festschreibung, dass „auch die 2. bis 4. Etage des Speichers einer Nutzung zugeführt werden, z.B. für Wechselausstellungen, kulturelle Veranstaltungen etc.“.

Deutlich ist, dass die weitere Entwicklung des Gutes Hobrechtsfelde und eine fruchtbare weitere Zusammenarbeit der Vertragspartner ganz wesentlich vom dauerhaften Fortbestand des E+E-Projektes und seiner Finanzierung abhängt. Nach Aussage des Auftraggebers ist dies mittlerweile gesichert. Dies ist eine große Chance, dies kann und muss auch Anlass sein, die aufgrund unsicherer Anfangsbedingungen und –Aussichten entstanden komplizierten bisherigen Vertragsverhältnisse ggf. neu zu ordnen und zu gestalten, jedenfalls so zu bündeln, dass eine gesicherte Interessenübereinstimmung und ein aktives, verbindliches wirtschaftliches und organisatorisches Zusammenwirken zur Entwicklung des „Mustergutes Hobrechtsfelde“ der bisher nur locker verbundenen Partner über das bisher vertraglich fixierte (und auch pekuniär nur wenig attraktive) Maß möglich werden.

#### 2.1.4. Aktuelle baurechtliche, organisatorische, wirtschaftliche Situation

Die Ausstellung zu den Riesefeldern und dem Naturpark wurde, wiederum finanziert aus Fördermitteln, im Jahr 2013 eröffnet, nachdem (nur) die erste Etage des Speichers nach einem denkmalgerechten Brandschutzkonzept hergerichtet und ebenfalls aus Fördermitteln für diesen Zweck ausgebaut worden war – allerdings nur mit einem außen liegenden Treppenaufgang als offener Stahlkonstruktion und einer befristeten Baugenehmigung, da im gegebenen Finanzrahmen keine Barrierefreiheit (Aufzug) hergestellt werden konnte. Letztlich ungelöst blieb dabei auch die Herstellung des baurechtlich geforderten 2. Fluchtweges – wozu die alte Treppe innerhalb des Speichers (Feuerfestigkeit, Rauch- und Wärmeabzug....) nur sehr eingeschränkt nutzbar ist: Und jedenfalls nicht, ohne massive Eingriffe, zur Entfluchtung weiterer Etagen, deren Zugang man nach diesem Konzept zudem nur durch eine wenig denkmalgerechte- (und sehr teure) Erhöhung des außen liegenden Treppenturms samt Aufzugsschacht hätte herstellen können. Der FNVB geriet damit in die Zwickmühle zwischen den Verpflichtungen gegenüber dem Erbbaurechtsgeber („Ausbau und Nutzung aller Etagen“), dem baurechtlich wie finanziell Machbaren und der –irgendwann- drohenden Nutzungsuntersagung der geförderten Ausstellung aufgrund Ablauf der Befristung der Baugenehmigung.

Auch die Nutzung der sog. „Eventscheune“ für Veranstaltungen und Vermietungen erfolgt bisher unter nicht wirklich geklärten bautechnischen und baurechtlichen Voraussetzungen. Zwar bescheinigt ein von der Stadtgüter GmbH (anlässlich der Montage eines Dachsolarkollektors) beauftragtes statisches Gutachten die grundsätzliche Standfestigkeit des Gebäudes und der Dachkonstruktion – letztere hat allerdings kaum noch eine statische Reserve. Offen aber ist, unter welchem Status einer Betriebsgenehmigung solche Nutzungen derzeit überhaupt erfolgen. Bei der Größe und Personenkapazität der Halle wären zumindest Ertüchtigungen analog zur VStättVO (z.B. nach außen öffnende Türen, Fluchtwegkennzeichnung und Fluchtwegbeleuchtung per Akku-Blocklampen, Beseitigung von Stolperstellen etc., ggf. organisatorischer und/oder technischer Brandschutz) geboten, für eine dauerhafte Nutzung erscheinen ein Bauantrag und eine Genehmigung nach VStättVO nicht vermeidbar.

Zudem war von Anfang an klar, dass der Betrieb der Ausstellung und anderer Aktivitäten nicht im Rahmen ehrenamtlicher Tätigkeit des FNVB erfolgen kann. So wurde bereits am 10.1.2013 der bestehende „Nutzungs- und Dienstleistungsvertrag“ mit der Agrar GmbH Crawinkel durch die Verpflichtung zum Betrieb der Ausstellung durch den Dienstleister erweitert – finanziert aus dem Förderbudget des E+E-Vorhabens, allerdings ausdrücklich befristet bis März 2015, *„in Phase 2 erfolgt die Aufrechterhaltung und der Betrieb der geförderten Einrichtungen des Gutshofes durch den Dienstleister ohne weitere Bereitstellung von finanziellen Mitteln durch den Auftraggeber“*.

Schon im Sommer 2013 zog ein erstes „Speicherfest“ anlässlich u.a. der Ausstellungseröffnung mehrere Tausend Besucher an, was eine professionelle Betreuung und Bewerbung spätestens von Folgeangeboten dieser Art nötig machte. Vor diesem Hintergrund wurde am 24.7.2013 eine weitere Ergänzung zum o.g. Nutzungs- und Dienstleistungsvertrag geschlossen, der u.a. zur „zentralen Koordination“ der „touristischen Entwicklung des Besucherzentrums Gut Hobrechtsfelde“, für den Internet-Auftritt u.a. die Anstellung von mindestens einer Vollzeit-Fachkraft durch die Agrar-GmbH beinhaltet – bezahlt wiederum vom FNVB aus Fördermitteln des BfN, hier ausdrücklich befristet bis Ende 2014. Und der Festlegung, dass anschließend die Finanzierung aus der Bewirtschaftung selbst erfolgen müsse.

Mithilfe dieser Vollzeitkraft konnte im Jahr 2014 das Angebot an Veranstaltungen, Führungen, Vermietungen usw. und auch die Werbung (Internetauftritt, grafische Gestaltung, Flyer etc.) tatsächlich weiter ausgebaut werden. So gab es in diesem Jahr gleich vier „Großveranstaltungen“ auf dem Gutshof und in der Scheune – die Walpurgisnacht, 2 mal ein „Drachen- und Magierfest“ und wieder ein „Speicherfest“; zudem eine ganze Reihe anderer Veranstaltungen und Vermietungen. Dabei wurden insgesamt ca. 13.775 Besucher<sup>3</sup> angezogen, davon rd. 11.700 allein bei den Großveranstaltungen.

Die „Walpurgisnacht“ 2014 schloss bei rd. 3.000,- € Einnahmen aus dem Eintritt, und trotz eines Zuschusses der Gemeinde Panketal i.H. von 1.800,- € und kostenloser Müllentsorgung, mit einem Defizit von rd. 2.800,- €.

---

<sup>3</sup> Dies entspricht der Schätzung für die unter den derzeitigen Bedingungen erreichbare Besucherzahl, die wir schon bei Angebotsabgabe genannt hatten.



Das Speicherfest 2014 wurde, bei Einnahmen aus Eintritt i.H. von rd. 5.700,- € (3,- € Erw., 2,- € Jugendliche, Kinder bis 1,50 m frei) und Mieteinnahmen von gastronomischen Ständen i.H. von (nur) 1.334,- €, aber Zuschüssen von 7.500,- € von der Gemeinde sowie 5.000,- € vom Naturpark für Werbung, mit „plus“ 3.540,- € für die Agrar GmbH abgerechnet – tatsächlich also mit einer strukturellen Unterdeckung von rund 9.000,- €. Die beiden „Drachenfeste“ wurden als „Test“ durch einen externen Veranstalter durchgeführt – ohne jegliche Einnahmen für die Agrar GmbH als Dienstleister des FVNB. Bei allen „Großveranstaltungen“ kam es auch zu Konflikten aufgrund der ungeklärten Parkplatzsituation für derartige Besuchermengen.

Nur rund 2.360 Personen insgesamt besuchten 2014 die Ausstellung im Speicher, hiervon aber wiederum ca. 1.340 im Rahmen der Großveranstaltungen. Als zahlende Besucher konnten im Jahr 2014 nur 253 Personen identifiziert werden (ohne genaue Bezifferung der Einnahmen). Vermietungen der Scheune führten zu Einnahmen von insgesamt 2.740,- €, das Pony-Reiten/Ausritte zu rd. 1.800,- € (alle Angaben brutto).<sup>4</sup>

„Unter dem Strich“, das zeigen alle erfassbaren Informationen, ist eine wirtschaftliche und organisatorische Tragfähigkeit all dieser auch im „Dienstleistungsvertrag“ zwischen FVNB und Agrar GmbH benannten Aktivitäten inkl. personeller Absicherung unter den bisherigen baulichen, strukturell-organisatorischen und konzeptionellen Rahmenbedingungen / Ansätzen nicht herzustellen.

Dies beruht insbesondere auf

- der bisherigen Fixierung auf wenige „Großveranstaltungen“, die zwar Besucherzahlen bringen, aber nicht einmal eigene Tragfähigkeit erreichen, geschweige denn Überschüsse;
- auf dem Fehlen aller Voraussetzungen (baulich wie inhaltlich) für eine attraktive und auch stetige gastronomische Versorgung (und deren Abschöpfung zur Betriebsfinanzierung)
- unzureichenden bzw. fehlenden Voraussetzungen und weiterer, attraktiver Angebote für einen „kontinuierlichen“, aber verträglichen Besucherstrom an Wochenenden, Feiertagen und Wochentagen auch ohne „Großveranstaltungen“
- unzureichender betriebswirtschaftlicher Kalkulation und Vertragsgestaltung
- aber auch auf einem bisher nicht ausreichend konzeptionell gestalteten Programmplan bzw. einem im Ergebnis unzureichenden Marketing, das für das „Gut Hobrechtsfelde“ bisher keine Themen und Zielgruppen fokussiert hat (allein beim „Speicherfest“ war eine gewisse inhaltliche Näherung zu Themen des „Naturparks“ erkennbar). Propagiert wird bisher über wenige Werbekanäle (und praktisch keine PR) im wesentlichen eine „bunte Mischung“ aus „traditionellen ländlichen Anlässen“ (Osterfeuer/Walpurgisnacht), „Angeboten für die ganze Familie“, aktuell gängigen Event-Formaten („Magierfest“), rudimentären Möglichkeiten für Reiten / Kremserfahrten / Tierschau / Spielplatz, private Feiern in der Scheune und importierter Western-Romantik – all das garniert mit Brutzel-Buden und zum „billigen Preis“. Damit fehlt jedes Unterscheidungs- oder gar Alleinstellungsmerkmal gegenüber ähnlichen Wettbewerbern, sind insbesondere aktuelle Themen, aber auch urbane oder gar „anspruchsvollere“ Zielgruppen nicht (und keinesfalls nachhaltig) anzusprechen.

Ein Konzept für die künftige Entwicklung des „Besucher- und Informationszentrums Gut Hobrechtsfelde“ muss daher thematisch und betriebswirtschaftlich grundsätzlich neu ausgerichtet die bisherige Praxis verlassen, interessante bestehende und neue Partner/Ansätze identifizieren, einbinden und weiterentwickeln: Mit klarem Blick auf Marktbedürfnisse und -Chancen.

Hierbei wird entscheidend sein, dass die Interessen der durch das beschriebene verschachtelte Vertragssystem verkoppelten Partner in einer einheitlich agierenden Rechtsform gebündelt, mit den Zielen der verschiedenen betroffenen öffentlichen Körperschaften (beide Länder, Kreis Barnim / Bezirk Pankow, belegene brandenburgische Gemeinden und ggf. untergeordnete Einheiten) verbunden und weitere, externe „Stakeholder“ mit frischen Ideen, möglichst auch weitere „Pionier“-Kräfte integriert werden.

(Nur) dann kann (wieder) echte und neuartige „Wertschöpfung“ auf dem Gut erfolgen, dann lohnen sich auch langfristig getätigte Investitionen.

---

<sup>4</sup> Lt. Angaben der Agrar GmbH Hobrechtsfelde, Frau Fahland, vom 16./30.10.2014.

### 3. Entwicklungsverfahren: Workshops 1 + 2

#### 3.1. Stakeholder / Sammlung von Bedarfen, Themen, Angeboten

Nach einer Reihe von Vorgesprächen wurde zur Verdeutlichung der komplexen Zuständigkeiten ein Lageplan des Gutes in der Rieselfeldlandschaft erstellt, in Kombination mit den wichtigsten territorialen Grenzen, wesentlichen äußeren Verkehrsanbindungen und Benennung im Zusammenhang mit dem Gut stehender Akteure.<sup>5</sup> Diese „Stakeholder“ und weitere erkennbar wichtige Akteure und Nutzer wurden zu einem **ersten Workshop am 8.4.2014** eingeladen. Anstöße zu neuen Perspektiven und Konstellationen für das „Muster-Gut Hobrechtsfelde“ als Besucherzentrum der Rieselfeldlandschaft gaben eine mit versendete „Grundannahme“ und „Neun Thesen“, deren Bearbeitung im Workshop in drei Bereiche gegliedert wurde:<sup>6</sup>

##### **Grundannahme:**

*Maßgabe sollte die hohe kulturgeschichtliche Bedeutung und eine zeitgemäße Neuinterpretation früherer Funktionen im heutigen Kontext von Natur- und Landschaftsschutz, für Erholung, Erlebnis und Bildung der Bevölkerung sein. Die Nutzung aktueller Trends zur „Landlust“ und sozial verantwortliche Verbindungen von Technologie, Ökologie, Gesundheit, Kultur und Landwirtschaft können die regionale Wertschöpfung vergrößern.*

##### A – Inhalte, Wertangebote, Marktpositionierung

These 1: „Echte“ Kulturgeschichte als Ansporn für neue Ideen – um in der Konkurrenz zu bestehen  
 These 2: Werte und Bedürfnisse der Zielgruppen ansprechen – durch zeitgemäße Neuinterpretation  
 These 3: Eine neue „Pipeline“ Stadt-Land – diesmal mit Kultur  
 These 4: Ohne zeitgemäßes Marketing keine Wertschöpfung

##### B – Infrastruktur, „Hardware“, Erschließung und Verzahnung mit dem Umfeld

These 5: Statt Barrieren: Natürlich offene Pfade für freilaufende Spezies  
 These 6: Erschließung: Spuren lesen und legen, alte und neue Wege öffnen  
 These 7: Neuordnung und partielle Rekonstruktion - Freiraum- und Grünplanung, Ergänzungsbauten

##### C – strategisch ausgerichtete Betriebsform, Finanzierung/Förderung

These 8: Eine Verwaltungs- und Betriebsgesellschaft ist erforderlich  
 These 9: Wertschöpfung, Finanzierung, Fördermöglichkeiten

##### Wichtigste Ergebnisse der Diskussion, stichwortartig:

- Rieselfeldsystem und –landwirtschaft haben die **Gesundheits- und Versorgungssituation in Berlin durchschlagend verbessert** und lange effizient funktioniert. Dieses zentrale Thema muss in der aktuellen Diskussion um **nachhaltige, naturnahe, ökologische und ressourcenschonende Landwirtschaft und Ernährung** zeitgerecht aufgegriffen und interpretiert werden.
- An dieser Authentizität sollten auch **Zielgruppendefinition und -fokussierung** ansetzen
- **Was produziert das Gut heute?** Derzeit keine Lebensmittel, aber diese können regional z.B. von ökologisch/nachhaltig produzierenden Betrieben herangeschafft und hier verkauft/promotet werden („Gutsladen“) oder auch beispielhaft (wieder) vor Ort hergestellt werden
- **Wertschöpfung durch Erholungssuchende und –leistungen** kann nur auf dem zu entwickelnden Gut Hobrechtsfelde und dessen näherem Umfeld erfolgen, nicht auf den Wald- und Weideflächen der Rieselfelder.
- **Wichtiges Asset:** Das Gut ist noch **nicht „verbaut“**, sondern hat mit seiner Ausdehnung und den Denkmälern **Speicher und Scheune** inmitten der Rieselfelder einen besonderen Erlebniswert
- Dies soll so erhalten, erweitert, gegliedert und genutzt werden, dass eine „Kern-Versorgung“ für die **Haupt-Zielgruppen der Erholungssuchenden und der Natur- und Kulturinteressierten** gesichert wird
- **Haupt-Anker: Eine verlässliche, adäquate Gastronomie**, verbunden mit Qualität und Regionalität und „sanftem Tourismus“: Erholung bedeutet auch „**Entschleunigung**“. Deutlich wird hier auch der **Konflikt Naherholung vs. große Besucherströme** bzw. „Erlebnisevents“, in dem sich Gut Hobrechtsfelde eindeutig positionieren muss.
- Es bedarf interessanter (**Zusatz-)**Angebote, auch von **Kauf- und Konsummöglichkeiten** während der Woche, um Attraktion und Aufenthaltsqualität zu sichern, immer im Verhältnis zur benötigten Wertschöpfung (Personal- und Unterhaltskosten)

<sup>5</sup> Siehe Lageplan I / Beteiligte, maßstabslos, **Anlage 1**

<sup>6</sup> Hier gekürzt / vollständige Entwicklungsthese in der Einladung zum 1. Workshop am 8.4.2014, **Anlage 2**

- Zielgruppen im Markt sind nicht nur **Berliner mit entsprechend speziellen Interessen**, sondern auch die Bewohner der **nahen Einzugsgebiete** – Panketal, Wandlitz und Bernau, und der Nordbereich von Berlin speziell mit Buch und Pankow.
- **„richtige Dosierung“** finden von „entspannten“ und „aktiven“, passenden Angeboten in der richtigen Kombination, kein „Karussell“ wechselnder Attraktionen und Groß-Events
- **„Pricing“** im Vergleich zum Wertangebot entscheidend, Besucher vergleichen mit Wettbewerbern am Markt, aber auch kein „Billigangebot“
- Möglichst **kein Eintritt für das Gelände** – Besucher entscheidet und bezahlt die von ihm tatsächlich genutzten Einzel-Angebote und Kauf-/Konsummöglichkeiten
- Besonders personalextensive, „selbst-aktive“ Angebote und Ergänzungen interessant, die auch **Gruppenbindung** ermöglichen
- „Unter der Woche“ Bildungsveranstaltungen und Tagungen insbesondere thematisch verbindbarer Nutzungen, aber auch Hochzeiten, „Ehemaligen-Treffen“, verbunden mit Führungen, Gastronomie etc.
- Hierzu muss Bedarf an **Übernachtungsmöglichkeiten** in der Nähe (z.B. Kooperationen mit Pensionen, Hotels) gesichert werden
- verlässliche, umweltgerechte und besucherfreundliche **Verkehrerschließung über die Landesgrenzen** hinweg und bessere Besucher- bzw. Zielführung nötig (bisher unzureichende Beschilderung „im Gelände“ und unabgestimmte Bus- bzw. Fahrradanschlüsse / Routenführungen zur S-Bahn)
- **attraktive Alternativen zum PKW-Verkehr** zum Gut entwickeln, sowie (erweitertes) System von außen liegenden Wanderparkplätzen rund um die Rieselfeldlandschaft
- Im Nahbereich des Gutes und im Dorf Hobrechtsfelde **Zuführung von Fuß- und Fahrradwegen**, sowie **Grundlast- Parkplatz** und „vorgelagerte“ Parkplätze für größere Veranstaltungen
- **gliedernde Bepflanzung** / Begrünung auf dem Gutsgelände selbst, ein „folgerichtiges“ Wegesystem und eine **maßvolle (Wieder)-Bebauung**
- Betriebsform: Bisher keine **gesamt-verantwortliche Struktur** erkennbar, dringend nötig

### 3.2. SWOT-Analyse und Erwartungen an eine Betriebsorganisation

S. 11

Als wichtigste derzeitige bzw. schon vorhandene **Stärken** wurden im ersten Workshop in den Bereichen A und B identifiziert:

- Nähe Berlin, Stadtnähe, wachsende Metropole (9 x)- (*kritischer Hinweis - eher eine bisher nicht genutzte bzw. nutzbare Chance / Herausforderung ?!!*)
- historische Gebäude Speicher / Scheune
- Restambiente des Hofensembles
- spezielle ungewohnte Landschaft
- Themen Naturschutz + Landwirtschaft auf einem Areal
- "Tiererleben" im Flair von tatsächlichem landwirtschaftlichem Betrieb
- Kaufkraftstarke Wohnortgemeinde (*Kaufkraft schon genutzt, wie nutzbar?*)
- vielseitige kostenfreie/preiswerte Freizeitmöglichkeiten (Skaten, Wandern, Reiten, Joggen, Langlauf-Ski)

#### derzeitige Schwächen:

- Erschließung, ÖPNV-Anbindung (9 x)
- Fehlende, unzureichende Gastronomie (4 x)
- Keine wirklich attraktiven, stimmigen Angebote / Angebotsmischung (3 x)
- Mangelhaftes Marketing (4 x)
- Umgebung (Gebäude im Ort) machen tlw. verwahrlosten Eindruck
- unvollständige Entwicklung auf dem Gut

#### Chancen:

- große, nahe Einzugsgebiete
- Breitgefächertes Publikum Familien, Generation 50+, Schulklassen, Firmen
- vielseitige Anknüpfungspunkte für Bildung
- Entwicklung als „Kultur“Gut – gute Musik/ neues Theater – neue Ideen –

### Herausforderungen:

- Erreichbarkeit verbessern
- Nutzungskonflikte mit den Besucherströmen / Verkehrsbeeinträchtigungen
- Es braucht auch private Investoren, die mit Gewinnerzielungsabsicht die Sache vorantreiben. Es geht nicht an, da nur öffentliches Geld zu investieren
- Finanzierung, Eigenanteile, Fördermöglichkeiten finden (5 x)

Diese „Schlagworte“ wurden schließlich auf der Karte dem „Kernbereich“ (Gutsgelände selbst / Verzahnung mit Dorf) und dem „Außenbereich“ (Umfeld Rieselfeldlandschaft / Verkehrserschließung etc.) zugeordnet: Letztlich eine Aufgabenverteilung für die notwendigen nächsten Schritte der Entwicklung auch für die einbezogenen jeweiligen Beteiligten.

Vorgestellt und intensiv diskutiert wurden im Themenbereich C des 1. Workshops auch Erwartungen an und ein erster Vorschlag für eine einheitlich agierende und kommunizierende, klare Inhalte und Rahmenbedingungen setzende Träger- bzw. Betreibergesellschaft, deren bisheriges Fehlen als eine der größten strukturellen Schwächen erkannt wurde. Die im Anschluss bekundete Bereitschaft anwesender wesentlicher Beteiligter, sich verbindlich zur Vorbereitung einer derartigen Organisationsentwicklung in einer „Task Force“ zu engagieren, trug jedoch leider nicht lange. Dieser Aspekt wurde daher gemeinsam mit dem Auftraggeber später weiterbearbeitet (siehe dazu später im Text).

### 3.3. Äußere / verkehrliche Erschließung

Da sich im ersten Workshop hier eine Häufung der Schwächen zeigte, wurden im 2. Workshop am 21.5.2014 folgende Themenbereiche bearbeitet und Empfehlungen entwickelt:

- A) kooperative Verbesserung der äußeren Verkehrs-Erschließung unter Beteiligung aller verantwortlichen „Stakeholder“
- B) weitere Klärungen und Prioritäten für die „innere Erschließung“, als Voraussetzung künftiger Nutzungen des Gutes im Zusammenhang mit dem Dorf und den Rieselfeldern

Zu A) wurden Touren / Annäherungen mit dem Fahrrad, dem PKW und mit dem ÖPNV/zu Fuß durch Fotos dokumentiert und anhand von Übersichtskarten <sup>7</sup> lokalisiert und kommentiert. Dabei war im ersten Workshop das bereits bestehende gute Wander- und Fahrradwegesystem innerhalb der Rieselfeldlandschaft als mit Abstand größte „Stärke“ identifiziert worden. Allerdings – erst einmal hierher zu kommen, ist durchaus problematisch und verbesserungswürdig.<sup>8</sup> Zusammengefasst:

#### 3.3.1. Fahrradwege

Teilweise fehlende oder verwirrende Beschilderung, z.B. „Gut Hobrechtsfelde“ auch bisher kein Leitziel, unterschiedliche Benennungen, z.T. gefährliche, unkomfortable oder nicht nachvollziehbare „Brüche“ der Wegeführung und –qualität an Übergangsstellen zwischen Landes-, Gemeinde- oder sonstiger Zuständigkeitsgrenzen, Lücken in der Wegeführung z.B. zwischen Dorf Hobrechtsfelde und der Rieselfeldlandschaft selbst. **Empfehlungen:**

- I. Radweg Berlin-Usedom ab S-Bhf. Buch über Hobrechtsfelde führen (zumindest alternativ), auch weil die bisherige Strecke durch Zepernick etc. recht unattraktiv ist, in diesem Zuge Beschilderung, Wegführung und Streckenqualität durchgreifend verbessern (V.: Bez. Pankow, Gem. Panketal, zuständige Ämter, Verbände)
- II. In Hobrechtsfelde Verbindungsweg (entlang der nördlichen Umfahrung des Gutes) von der Fahrrad- / Skaterhaupttroute in die Rieselfeldlandschaft schaffen (V: Gem. Panketal)
- III. Zuständigkeiten für problematische „Übergangsstellen“ (speziell Übergang Berlin-Brandenburg an der H. Chaussee, „Sandloch“ auf dem Weg zum Gorinsee) klären und ggf. punktuell verbessern (V: Bez. Pankow / jew. Gemeinden auf Brandenburger Seite)

Die Vorschläge wurden von anwesenden Vertretern von Radfahrer-Verbänden begrüßt. BM Fornell der Gemeinde Panketal, Vertreter der Gemeinde Wandlitz und des Landkreis Barnim erklärten hierzu ihre Bereitschaft zur Klärung und aktiven Unterstützung.

<sup>7</sup> Siehe Kartenskizzen, **Anlagen 3.1- 3.3**, Erläuterungen dazu siehe Protokoll des 1. Workshops

<sup>8</sup> 2013 reisten fast 2/3 befragter Besucher mit dem PKW, rd. 26 % mit dem Fahrrad, rd. 8 % zu Fuß bzw. in Kombination mit anderen Verkehrsmitteln an – die ÖPNV-Nutzung war mit rd. 4% verschwindend gering. Aus: Wissenschaftliche Begleitung E+E-Projekt, Hochschule f. Nachhaltige Entwicklung Eberswalde, Studiengang Nachhaltiges Tourismusmanagement. Zwischenbericht 2013, S. 11

### 3.3.2. Zufahrt mit PKW

Grundsätzlich sollen Fahrrad- und ÖPNV-Verbindungen nach Hobrechtsfelde bevorzugt und ausgebaut werden. Dennoch werden auch weiter viele Nutzer mit dem PKW anreisen. Auch hierfür fehlen teilweise Beschilderungen bzw. bestehen verwirrende Bezeichnungen, „Gut Hobrechtsfelde“ erscheint erstmals an der Abzweigung zum provisorischen Parkplatz selbst. Die Parkplatzsituation am Gut / in Hobrechtsfelde selbst ist ungeklärt bzw. insbesondere bei „Großveranstaltungen“ komplett überlastet.

Rund um die Rieselfeldlandschaft bestehen nur wenige ausgewiesene „Wanderparkplätze“, Ergebnis sind zahlreiche „illegale“ Parkplätze an Straßenecken, -buchten und Waldwegefahnen, die mit zunehmender Attraktivität der Erholungslandschaft weiter „wachsen“. Häufig werden nicht nur die „illegalen“, sondern auch die „legalen“ Wanderparkplätze als Müllkippe u.a. für Bauschutt etc. missbraucht, die Berliner Forsten als Flächeneigentümer können weder die Kosten für die Entfernung des Mülls noch den „legalen“ Ausbau weiterer Plätze finanzieren. Sie sind jedoch bereit, die nötigen Flächen für weitere „legale“ Wanderparkplätze den zuständigen Gemeinden zur Verfügung zu stellen und schlagen ggf. eine Parkraumbewirtschaftung (Automaten / ggf. Schranken) vor. **Empfehlungen:**

- I. Einrichtung einer AG der zuständigen Gemeinden und Planungsbehörden, der Berliner Forsten und des Naturparks Barnim, Klärung eines Bedarfsprogramms / ggf. einheitliches System für Bewirtschaftung/Flächenbereitstellung und Finanzierung/Ausbau
- II. Ausweisung / Schaffung ausreichender Stellplätze im/am Gut Hobrechtsfelde selbst, ggf. auch interimweise für (gelegentlichen) „Massenbedarf“ bei Großveranstaltungen

### 3.3.3. Annäherung per ÖPNV/zu Fuß

Bisher besteht nur wochentags bis ca. 17:00 h eine Busverbindung nach/von Hobrechtsfelde, Linie 891 der BBG von / nach S Zepernick mit einziger Haltestelle am nordöstlichen Dorfe. Ein Ausbau des Linienangebotes ist abhängig von der tatsächlichen Nachfrage / Wirtschaftlichkeit (derzeit nicht ausreichend) und der Finanzierung durch den Kreis Barnim als „Besteller“. Auch der vom Kreis am Wochenende bestellte „Wanderbus“ rund um den Liepnitzsee ist schlecht ausgelastet.

Per Fuß z.B. vom S-Bhf. Buch nähert man sich entlang der Fahrradrouten. In Hobrechtsfelde selbst ist der Speicher am Gut als „Wahrzeichen“ optisch erkennbar, Zäune, das verschlossene Tor am gut erkennbaren früheren Haupteingang und verfallene, zugewucherte weitere Tore weisen jedoch ab, zudem verwirren auch hier fehlende, unterschiedliche oder konkurrierende Werbebeschilderungen.

Alte, noch bestehende Wegführungen in die oder aus der Rieselfeldlandschaft sind zwar alle auf das Gut bzw. auch optisch die Speicherspitze ausgerichtet, jedoch ebenfalls fast sämtlich verschlossen oder nicht begehbar. Auf den guten Wander-, Fahrrad- und kleinen Reitwegen kann man zwar um das Gut herumgehen, kommt aber nicht heran: Ergebnis der Trennung von Gut, Rieselfeldern und Dorf durch das Ende des früher zusammenhängenden Betriebs und die heute unterschiedlichen Eigentums- / Verpachtungsverhältnisse. **Empfehlungen:**

- I. ÖPNV: Bei Großveranstaltungen zunächst Bus-Bedarfsverkehr bestellen und aktiv bewerben, zusammen mit Fahrrad-Nutzung; (nur) bei kontinuierlich stark gestiegener Nachfrage / Besucherfrequenz erscheint ggf. eine Ausweitung des Bus-Linienangebotes möglich.
- II. Optische Erkennbarkeit und Öffnung/Nutzbarmachung der alten Wegführungen zwischen Dorf, Gut und Rieselfeldern ist bei Planung und Realisierung des Entwicklungskonzeptes für das Gut Hobrechtsfelde sicherzustellen

Zum Gesamthema „verkehrliche Erschließung“ wird hier ausdrücklich **die Einschätzung und Empfehlung der BBB Entwicklungsgesellschaft Buch mbH übernommen:**

Die Rieselfeldlandschaft und mit ihr Gut Hobrechtsfelde haben eine hohe Bedeutung und großes Potenzial für das Thema „Gesundheit“ und die städtebauliche Entwicklung von Berlin und seiner „Randzonen“. Buch ist „das“ Zentrum von Berlin für alle Bereiche von „Gesundheit“ und Gesundheitswirtschaft, hier arbeiten allein über 1500 Wissenschaftler aus 60 Nationen, zunehmend mit Familien ansässig – die gerne diese Potenziale zur Erholung und auch zur fachlichen Befassung nutzen, das Gut Hobrechtsfelde könnte hier ein interessanter Partner werden.

Eine verbesserte verkehrliche Vernetzung zwischen Berlin und der Rieselfeldlandschaft ist daher auch für Buch von großer Wichtigkeit und sollte durch Senat, Bezirk Pankow und Kreis Barnim in den „Masterplan“ für den Berliner Norden eingebracht und auch im „integrierten Stadtentwicklungskonzept“ (ISEK) berücksichtigt werden.



### 3.4. Innere Erschließung – Gut, Rieselfelder und Siedlung Hobrechtsfelde

Der zweite Workshop am 21.5.2014 ergab wichtige Erkenntnisse und Hinweise in Bezug auf die innere Erschließung (Themenbereich B des Workshops), federführend durch Dipl.-Ing. (Arch.) Stefan Wöhrlin (rw+ Gesellschaft von Architekten mbH) bearbeitet, zu den Themen Wegführung / Bepflanzungen / Freianlagen ergänzend beraten durch Dipl.-Ing. (FH) Detlev Dahlmann (D<sup>2</sup> Gartengestaltung).<sup>9</sup> Hier gegenüber dem Workshop-Protokoll stark zusammengefasst:

#### 3.4.1. Bestand (Skizze 1)

Dieser ist geprägt durch „abgeschnittene“ frühere Funktionszusammenhänge, die durch das Gut als Zentrum und die zugehörige Siedlung in der Rieselfeldlandschaft gebildet wurden. Eindeutig ist auch heute noch, trotz des Abrisses vieler Gebäude, die bewusst gestaltete Erschließungsrichtung des Geländes von der Dorfstraße aus nach Nordwesten durch zwei parallele, durch Tore und die geschwungene Einfassungsmauer akzentuierte Eingänge, die zu Speicher und Scheune im Hintergrund führen, vorne in der Mitte das ehemalige Verwalterhaus. Der hier noch vorhandene, verwilderte historische Baumbestand (solitäre Linden) bezeichnet Funktion und Bedeutung. Jeder Passant erkennt die dominierende Funktion des Gutes in Siedlung und Landschaft und den eigentlichen Zugang zu der Anlage – der heute aber verschlossen ist.

Ebenso „abgeschnitten“ bzw. versperrt sind die Zugänge vom Gut in die rechteckig gegliederte Rieselfeldlandschaft nach Nordwesten und südlich, einziger Zugang zum Gut ist derzeit der diagonale „Stummel“ von der südlichen Umfahrung. Das gesamte großflächige, nicht mehr durch frühere Zugänge und Bautenabfolge gegliederte Gutsareal wirkt dadurch abweisend, ist kaum erfassbar – gerade für „neue“ Besucher.

#### 3.4.2. Wege (Skizze 2)

Zentrale Bedeutung für die innere Erschließung und auf dieser Grundlage entwickelbare sinnvolle Nutzungszusammenhänge hat die (Wieder-)Eröffnung der Wege bzw. auch Sichtbeziehungen von der Dorfstraße aus durch den (linken, südlichen) Haupteingang mit Sichtbarmachung der doppelten Tor-situation um das Verwalterhaus in das Gut nach Nordwesten, und weiter in die Rechteck-Landschaft der Rieselfelder. Hier, „selbsterklärend“ und sichtbar unmittelbar am Eingangsbereich, könnte auch ein Parkplatz entstehen, um mit dem PKW anreisende Besucher auf kurzem Weg in die Anlage zu führen. Weiter nordwestlich in der Landschaft sollten durch noch bestehende Toranlagen bzw. -pfosten akzentuierte Wege wieder geöffnet und zu einem „kleinen“ und einem „großen“ Rundweg verbunden werden, die interessante Naturbereiche und Landschaftsbilder (z.B. Teichanlage, Weidelandchaft mit Speicher im Hintergrund, kleine Biotope...) erschließen.

Diese siedlungsbauliche und landschaftsfassende Gliederung, von den früheren Baumeistern gewollt und realisiert, ist auch heute noch offensichtlich. Dies soll durch Aufgreifen alter Strukturelemente unterstützt werden - (nur) so kann das Gut seine verbindende (und beherrschende) Funktion in Dorf und Landschaft in neuer Interpretation wiedergewinnen, Besuchern (s)eine „Geschichte“ vermitteln und tatsächlich die Funktion eines „Besuchersentrums der Rieselfeldlandschaft“ einnehmen.

#### 3.4.3. Varianten Parkplätze (Skizze 3)

Ein zunächst im Wortsinn naheliegender Parkplatz 1 links vom (südlichen) Haupteingang liegt auf einem ursprünglich zum Gut gehörenden, sofort erkennbaren, bisher un bebauten und auch kaum bewachsenen Grundstück, das der Eigentümer Bremer Höhe eG aber ggf. bebauen will. Alternative ist eine Position weiter innen, das Wegerecht durch die Haupteinfahrt ist dinglich gesichert. Bei Großveranstaltungen könnte der gegenüber an der Straße liegende „Fußballplatz“ (Eigentümer: WoBeGe Berlin) ggf. als Interims-Parkplatz „zugeschaltet“, ansonsten das Dorf von Park- und Aufsuchverkehr weitgehend frei gehalten werden. Ein weiterer Interimsparkplatz könnte ggf. nordöstlich außerhalb der Siedlung die ehem. Baumschule sein (Eigentümer: Berliner Stadtgüter GmbH).

#### 3.4.4. Feldbahn (Skizze 4)

Prägendes Element der Guts- wie Siedlungsanlage war bzw. ist die frühere Wirtschaftsbahn, von der im Dorf und auf dem Gutsgelände noch Teile erhalten sind. Ein Abgleich mit der „Feldbahnkarte von

<sup>9</sup> Entwicklungsskizzen 1-7 zur inneren Erschließung aus dem 2. Workshop am 21.5.2014 siehe **Anlage 4** (1 - 7)

1912“ zeigt u.a. einen weiteren, südlich liegenden Strang von der Straße (dort noch erkennbar) bis in die Riesefeldlandschaft in Nähe des „Löschteichs“, der mit der Anlage auf dem Gut und der Ladehalle bzw. dem „Bahnhof“ am Speicher verbunden war.

Eine partielle Rekonstruktion könnte die logistische und wirtschaftliche Funktion der Feldbahn für das Gut und die Riesefeldlandschaft wieder verdeutlichen – und ggf. für (spielerische...) Zwecke (siehe „Erlebnis-Parcours“) genutzt werden.

### 3.4.5. Pflanzungen / Freiflächen (Skizze 5)

Das weitläufige Gelände, früher durch weitere Gebäude wie die Ställe gegliedert, benötigt Orientierung / Rhythmisierung und eine „Fassung“ insbesondere nach Nordosten, wo sich Zersiedelung entwickelt hat. Dies kann durch –zurückhaltende- Bepflanzung geschehen, die einerseits die achsiale Erschließung nach Nordwesten akzentuiert, andererseits Besuchern eine „Führung“ vermittelt und zugleich unterschiedliche Zonen für Freiflächen bildet. Der noch existierende historische Baumbestand am Verwalterhaus (Linden) sollte freigestellt und gepflegt werden, deren Ausrichtung aufnehmend längs der (südlichen) Haupteingangsrichtung (aber rechts vom Weg) eine lockere Reihe von Hochstämmen (alte Apfelsorten) gepflanzt werden, womit der Blick auf den Speicher von der Dorfstraße aus frei bleibt. Dies kann ähnlich nordöstlich (hier liegen auch noch ca. 40 m Feldbahnstrecke) aufgenommen werden. Eine lockere achsiale Bepflanzung könnte auch südwestlich erfolgen, hier aber stärker ausgeprägt. Nach Nordosten sollte das Gelände durch „blickdichte“ Bepflanzungen abgegrenzt werden.

Damit ergibt sich ein gut erkennbarer „Hauptbereich“ in der Mitte, mit zwei seitlich parallel geführten Zuwegungen, die wiederum links und rechts Seitenräume öffnen. Im östlichen, mittleren Teil des Geländes sollten –ggf. auch nutzbare- „grüne Inseln“ den Raum gestalten und gliedern. Nähert man sich hierdurch Speicher / Scheune, öffnet sich zwischen diesen ein großer Freiraum, der für verschiedenste, mit diesen Gebäuden im Zusammenhang stehende Nutzungen / Veranstaltungen geeignet ist. Nach diesem gefassten Raum öffnet sich die Fläche weiter in die durch Wege erschlossenen Rieselfelder und die Schaugehege.

### 3.4.6. Gebäude (Skizze 6)

Es ist deutlich, dass zunächst der Gebäudebestand „wirken“ und nur eine sehr sparsame, ergänzende Wiederbebauung erfolgen soll / kann, und diese sich innerhalb der Baugrenzen früherer, jetzt abgerissener Gebäude (Ställe, Nebengebäude Speicher) halten sollten.

Zwischen Scheune und Speicher bieten sich die Freiflächen für unterschiedlichste „aktive“ Situationen / Veranstaltungen an, mit diesen Gebäuden bzw. ggf. Ergänzungsbauten am Speicher funktional auch „quer“ gut korrespondierend (Ausrichtungen, Logistik, Gebäudezugänge, Sanitäreinrichtungen). Ein gliederndes bauliches Element / „Gelenk“ könnte eine Struktur ähnlich der früheren „Ladehalle“ sein.

### 3.4.7. Nutzungszonen (Skizze 7)

Kommt man durch das Haupttor, könnte sich im so gegliederten Raum rechts z.B. eine ruhige Nutzungszone mit einem „Pflanzgarten“ bzw. „Hochbeeten“ anbieten; links öffnet sich ein erster Blick auf Weideflächen, Tiere, Landschaft. Durch die Sichtachse zum Speicher und die Wegeführung angezogen, könnten als nächstes z.B. ein Gutsladen und eine Veranstaltungszone locken, die zwischen Scheune und Speicher unterschiedlichste Angebote / Nutzungen erlaubt, auch gleichzeitig / in Abwechslung mit Konzerten etc. in der Scheune. Dies wird unterstützt / attraktiviert durch eine Gastronomie im Bereich des Speichers (mit Funktionsbau) und die „Ladehalle“, die z.B. ähnlich einer offenen „Markthalle“ multifunktionale Nutzungen erlaubt – seien es kleinere Kulturveranstaltungen, Messen / Präsentationen regionaler Produkte oder schlicht ein Ausweich / Unterstellmöglichkeit für Gäste und eine Außengastronomie bei Regen.

Der Gastronomie-Bereich sollte konsequent funktional ausgerichtet und gestaltet werden- mit einem Freisitz nach Süden/ Westen, der den Blick (und damit eine gewisse Kontrolle) auf einen Spielplatz für kleinere Kinder und die Schaugehege eröffnet. Für ältere Kinder/Jugendliche bietet sich an, den „verwilderten“ Bereich nordwestlich, in den auch wieder die Feldbahn führen könnte, als einen spielerischen, gleichwohl abenteuerlichen und lehrhaften „Erlebnis-Parcours / Lehrpfad“ zu gestalten.

Für Pferde und Reitangebote sollten nördlich der Scheune Reit- und Sattelplatz entstehen; damit auch kurze Wegen zu im Außenbereich liegenden Koppeln.

### 3.4.8. Diskussion / Empfehlungen aus Workshop 2

Die erläuterten Vorschläge und Skizzen, die damit verbundene Öffnung der Landschaft mit einem Rund-Wegesystem, die Freiflächengliederung/Bepflanzung und die Ausrichtung der Gebäudestruktur wurden von allen Beteiligten begrüßt.

Bei der Festlegung von **Parkplätzen** sind baurechtliche Vorschriften (notwendige Stellplatzzahl, dingliche Sicherung auch der Zufahrt) zu berücksichtigen. Dies lässt sich durch das bestehende Wegerecht am leichtesten auf dem Gutsgelände selbst sichern. Andererseits sind hier durchaus Interessenkonflikte mit der Wohnbebauung zu erwarten. Dies wäre am ehesten abzumildern, wenn auf dem Gutsgelände nur der für einen „Regelbetrieb“ zu führende Stellplatznachweis erfolgt, für weitere Bedarfe bei „Großveranstaltungen“ aber externe, aber noch ausreichend „fußläufige“ Interims-Parkplätze ausgewiesen werden.

Das Grobkonzept für die **Freiflächengliederung / Bepflanzung** (Skizze 5) wird allgemein bestätigt. Hinweis: Der ehem. Gutshof ist in weiten Teilen gepflastert (unter Denkmalschutz), was zu berücksichtigen ist. Ggf. ist für Bodenaustausch, und jedenfalls für Bewässerung zu sorgen, z.B. durch Reaktivierung früher bestehender Tiefbrunnen / Hochtanks im Speicher.

Zur **Nutzungszonierung** (Skizze 7) wird weiter besprochen, dass Besucher auf dem Gut durch eine Abfolge thematisch aufeinander abgestimmter, zielgruppenorientierter Nutzungsangebote vom Eingang zum „Zentrum“ (zwischen Scheune und Speicher) angezogen - und hierdurch möglichst zum Verweilen / zur Wiederkehr motiviert werden sollen: Von einer ruhigen Eingangszone zu (thematisch ausgerichteten) Kaufgelegenheiten, dem Veranstaltungsbereich und der Gastronomie, alles mit hoher Aufenthaltsqualität. Von diesem „Zentrum“ aus ergeben sich zahlreich weitere Aktions- und Erlebnismöglichkeiten. Dies soll möglichst auch störende Funktionsüberschneidungen vermeiden, personell-organisatorisch sinnvolle Zusammenhänge schaffen und eine differenzierte Wertschöpfung im Zusammenwirken der einzelnen Nutzungsfaktoren sichern.

Hier sollte man auch von „Konkurrenten“ wie dem „Erdbeerdorf“ oder dem „Spargelhof Klaistow“ einerseits lernen, andererseits sich absetzen: Diese sind völlig kommerziell darauf ausgerichtet, Familien mit Kindern durch ringsum angeordnete (zahlungspflichtige) Konsumangebote „im Zentrum“ zu halten, ein Ziel des „Besucherzentrums“ Gut Hobrechtsfelde ist aber gerade, die Besucher in die Landschaft hinaus- und ggf. von dort wieder in das Gut zu führen. Gerade deshalb sind gute, zielgruppen- und thematisch adäquate Verweilqualität und offene Konsumangebote zu sichern.

Im Gegensatz zu diesen Konkurrenten fehlt Hobrechtsfelde aber bisher auch „das“ landwirtschaftliche Leitprodukt (Erdbeere, Spargel...) – diese „Schwäche“ könnte durchaus eine Stärke werden, wenn es gelingt, die **Vielfalt** regionaler Produkte aus Brandenburg vor den Toren von Berlin zur Attraktion zu machen: Insbesondere durch regional ausgerichtete Gastronomie und einen Gutsladen, Veranstaltungen / Produktofferten wie Bauernmarkt, Themen-Wochen zu saisonalen oder sonstigen Spezialitäten, zu Gesundheit und Ernährung, traditioneller Verarbeitung/Rezepten usw., dies geschickt kombiniert mit unterschiedlichsten kulturellen, sportlichen oder populären Veranstaltungen, Tagungen, Hochzeiten, Firmenbuchungen – möglichst kontinuierlich in kleinerem Rahmen statt singular als (infrastrukturell überfordernde) Groß-Veranstaltungen.

BM Fornell teilte zudem im Workshop mit, dass der von der Gemeinde Panketal vor einigen Jahren errichtete, heutigem Wettbewerb nicht mehr standhaltende Klettergarten neben dem Gut Hobrechtsfelde (Eigentümer der Fläche: Stadtgüter GmbH) aller Wahrscheinlichkeit nach aufgegeben werde. Damit entfällt ein bisher nicht unwichtiger Attraktor für Gut / Siedlung Hobrechtsfelde, was für die Einrichtung eines neuen, zeitgemäßen „Erlebnis-Parcours“ auf dem Gutsgelände spricht.

### 3.5. Fazit aus den Workshops und Anpassung der Tätigkeit

Aus beiden Workshops ergab sich eine grundsätzliche Bestätigung der ersten „Grundkonzeption“ wie der „Neun Thesen“ und damit der gewählten Entwicklungsrichtung. Es zeigten sich aber auch weitere sehr komplexe Anforderungen für die Bearbeitung – und damit auch, dass der ursprünglich durch den Auftraggeber vorgegebene Zeit- und Budgetrahmen wenig adäquat war. Im Einvernehmen mit dem Auftraggeber wurde daher darauf verzichtet, einen weiteren zunächst kurzfristig geplanten Workshop zur „Präsentation der Ergebnisse“ einzuberufen.

Stattdessen wurde der in den Workshops aufscheinende „Themenkatalog“ denkbarer Nutzungen mit Blickrichtung auf eine möglichst weit führende Perspektive ausdifferenziert und, auf Basis der auch vom Auftraggeber grundsätzlich bestätigten Erschließungs- und Entwicklungsziele, die Aufstellung eines genaueren (baulich-technischen) Anforderungsprogramms für die einzelnen Nutzungsbereiche organisiert: Und diese dann wirtschaftlich „abgeklopft“, sowohl hinsichtlich schätzbarer investiver wie betrieblicher Kosten und erzielter Deckungsbeiträge. Dazu wurden u.a. auch von den bestehenden Nutzungen genauere Kosten- und Erlöszahlen abgefragt und sehr viele individuelle Gespräche mit unterschiedlichsten Fachleuten / Interessenten / möglichen Partnern geführt.

#### 4. Thematisches Nutzungsspektrum als Chance im Markt

##### 4.1. Sichtbare Geschichte - und Vision für ein „Mustergut 3.0“

Die Geschichte der Rieselfelder, des „Muster-Guts Hobrechtsfelde“ und des „Pioniers“ James Hobrecht sind beispielhaft für ein (frühes) Erkennen zivilisatorischer, technischer und kultureller Missstände – und einer, unter den damaligen Zeitumständen wie dem wissenschaftlichen Erkenntnisstand, höchst intelligent, geschickt und erfolgreich durchgesetzten Umwälzung.

Auch nach derartigen zivilisatorischen Fortschritten kommen neue Erkenntnisse, technische Entwicklungen, ändern sich Bedürfnisse. Dies lässt sich auch an der Rieselfeld-Abwasserentsorgung, dem Gut Hobrechtsfelde und der hier einst so hocheffizienten, stadtnahen „Kreislauf“-Lebensmittelproduktion ablesen. Ihr Ende wurde nicht nur durch zunehmend vergiftete, stetig ansteigende und mit dieser Technik nicht mehr beherrschbare Abwassermengen herbeigeführt.

Gut Hobrechtsfelde war zugleich ein sehr frühes (und wenig romantisches) Beispiel für die beginnende Industrialisierung der Landwirtschaft: Mit Nutzung der menschlichen Fäkalien als potenter Dünger und dem Abwasser gegen die Trockenheit der Sandböden, Feldbahnen zum effizienten Transport, groß dimensionierten, hochfunktionalen Gebäuden und Tierställen, Dampfmaschinen zum Betrieb zentraler Dreschanlagen, einem hochkomplexen mechanischen Transport-, Trocknungs- und Verteilsystem in Scheune und Kornspeicher (angetrieben von einem frühen, noch vorhandenen Elektromotor), mit zentraler Druckwasserversorgung usw. Aber auch mit einer für damalige Verhältnisse recht fortschrittlichen sozialen Versorgung der Beschäftigten: Mit relativ guter Bezahlung, Unterkünften in einer eigenen Siedlung, mit Schule, Arzt, Deputaten, Großküche und Kulturangeboten im Gemeinschaftshaus.

Zuvor herrschte eine noch fast mittelalterlich betriebene, wenig produktive „Landwirtschaft 1.0“ in ihrer Kombination aus reiner Handarbeit, Pferdewagen, Tierhute, wenig fertilen, kaum bearbeitbaren Böden und sozialen Missständen. Gut Hobrechtsfelde ersetzte das beispielhaft durch ein ausgefeiltes (früh)industrielles „Landwirtschaftssystem 2.0“. Und wurde dann selbst durch die weitere Optimierung dieses industriellen Systems überholt: „Meliorisierung“ der Landschaft, große Mengen Kunstdünger, Massentierhaltung, Lastwagen, Traktoren, Tiefpflüge und Mähdrescher auf riesigen Flächen ließen auch die bei Hobrecht noch wirkende Vorstellung eines organischen „Kreislaufs“ scheinbar „gestrig“ werden.

Die Folgen, „Nebenwirkungen“ und Schäden sind heute bekannt. Die Diskussion und die Entwicklung lebenswerter, im besten Sinne auch wieder „fortschrittlicher“ Alternativen sind ein gesellschaftliches, viele soziale Schichten und Generationen übergreifendes Mega-Thema mit vielen Facetten.

Verfolgt man die Zusammenhänge, kommt man zu einem erstaunlichen Cluster von Unter-Themen und –Inhalten, die alle auch untereinander wirken und deren Spektrum sämtlich in einem zeitgemäß interpretierten „Mustergut Hobrechtsfelde 3.0“ erzählbar, erlebbar und nutzbar zu machen wäre:

- |                                   |                             |                               |
|-----------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| -> Bio-Lebensmittel->             | bewusste Ernährung->        | Vielfalt und Frische->        |
| -> Genuss->                       | authentische Herstellung->  | regionale Gastronomie->       |
| -> Stadtleben/Landlust->          | regionale Produkte->        | „Urban Gardening“->           |
| -> Nah-Versorgung->               | nachhaltiges Wirtschaften-> | Recycling/Upcycling->         |
| -> „grüne“ Technik->              | regenerative Energien->     | Ressourcen- und Klimaschutz-> |
| -> Geschichte/Denkmalschutz->     | Kultur/Kunst->              | Handwerk->                    |
| -> Innovation->                   | Inklusion/ Integration->    | Soziales Wirtschaften->       |
| -> Natur-/Umweltschutz/-Bildung-> | Bio-Diversität->            | Landschaftspflege->           |
| -> Natur-Erlebnis->               | Tier-Erlebnis->             | Abenteuer->                   |
| -> Naherholung->                  | ländlicher Tourismus->      | Radtourismus->                |
| -> Gesundheit->                   | Bewegung->                  | Sport->                       |

## 4.2. Besucherpotenzial und Positionierung am Markt

### 4.2.1. Repräsentativer Themensektor: „Bio“

Mit einer derartig thematischen, zugleich breit gefächerten Orientierung, konsequent verfolgt, geschickt instrumentiert wie bearbeitet und vor allem glaubwürdig umgesetzt, lässt sich ein sehr großer, wachsender Markt und ein vor allem wertorientiertes Besucherpotenzial ansprechen.

Wesentlicher und repräsentativer Teil des Spektrums, der viele weitere Verbindungen und Bedürfnisse erschließt, wie z.B. Gesundheit, regionale Produkte, Genuss, Naturerlebnis, ist sicher das Thema „Bio-Lebensmittel“. Hier nur wenige Zahlen und Zitate:

Umsatz im deutschen Markt für Bio-Lebensmittel 2013: **7,33 Mrd. €**  
 Umsatzwachstum ggü. Vorjahr: **7,2%**

*„Angetrieben durch das starke Marktwachstum sind die Themen, die einst nur innerhalb der Bio-Branche relevant waren, zunehmend in den Fokus der öffentlichen Wahrnehmung gerückt. (alle) bewegt, wie die Bio-Branche ihren Marktanteil weiter ausbauen kann und wie sie gleichzeitig den eigenen Ansprüchen nach Qualitätsorientierung, Glaubwürdigkeit und Innovationskraft gerecht werden wird. Kurzum: Die Diskussion um Organic 3.0 – die Ökologische Lebensmittelwirtschaft der Zukunft – ist in vollem Gange. Der Wind des Umbruchs, der durch die Bio-Branche weht, hat das Potenzial, die Ideale, die Tatkraft und die Visionen der Bio-Pioniere in die nächste Generation zu tragen.“*

*(...) Laut einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Bundesministeriums für Landwirtschaft und Ernährung nennen die befragten Kunden als wichtigsten Grund für den Kauf von Bio-Lebensmitteln die regionale Herkunft bzw. Unterstützung regionaler Betriebe (87 %). 92% aller Befragten bevorzugen Lebensmittel, die aus der Region stammen.*

*Zukunftsforscher sehen in Bio einen der großen gesellschaftlichen Trends: Artgerechte Tierhaltung, geringe Schadstoffbelastung und eine gesunde Ernährung zur Steigerung des persönlichen Wohlbefindens sind die wesentlichen Gründe, weshalb immer mehr Verbraucher aller Bevölkerungsschichten zu Bio-Produkten greifen.*

*In der Mitte der Gesellschaft angekommen: Nach einer Auswertung des Haushaltspanels der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) haben 91 % der Bevölkerung mindestens einmal im Jahr zu Bio-Lebensmitteln gegriffen. Insgesamt gehören 3 % der Haushalte zu den Intensiv-Käufern, 14 % zu den Medium-Käufern (...) Die Intensiv-Käufer generieren 39 % des gesamten Bio-Umsatzes, die Medium-Käufer weitere 39 %. Haben Bildung und Einkommen zunächst einen signifikanten Einfluss auf die Kaufintensität bei Bio-Produkten gehabt, gibt es diesen Zusammenhang heute nicht mehr, mittlerweile greifen Käufer aus allen Bevölkerungsschichten zu Bio. Dennoch sind junge Familien mit kleinen Kindern nach wie vor eine typische Bio-Käufergruppe. Auch immer mehr jüngere Verbraucher interessieren sich für Bio-Produkte.“<sup>10</sup>*

### 4.2.2. Einzugsgebiete / Besucherpotenzial

Als Kern-Einzugsgebiete für Besucher und Käufer sind zu betrachten:

Kern-Einzugsgebiete / Einwohnerzahlen (Ende 2013)						
Panketal	Wandlitz	Bernau	Pankow (mit Buch)	Reinickendorf	Mitte	Kreuzbg-Frh.
19.426	21.212	36.222	371.438	246.412	337.593	263.526
<b>1.295.829</b>						

Nimmt man nur die für das Thema „Bio-Produkte“ genannten „Intensiv“- (3%) und „Medium“-Käufer (14%), ergibt sich schon hierfür eine primäre Reichweite von 17% = rd. 221.000 Konsumenten, die als interessierte, kaufkraftstarke Besucher für entsprechende Angebote eines geschickt positionierten „Mustergutes 3.0“ allein in diesen Quellmärkten erreichbar sind.

Der gesamt mögliche Einzugsradius und das Besucherpotenzial dürften angesichts hoher Mobilität und der vielfältigen Themen-Facetten noch weitaus größer sein – hierzu sollten weiterführende, spezialisierte Untersuchungen angestellt werden, die hier nicht Auftragsgegenstand sind.

Allerdings scheint der Bekanntheitsgrad der Rieselfeldlandschaft und des Gutes Hobrechtsfelde außerhalb der unmittelbaren Umgebung (inkl. Nordrand Berlin: Pankow mit Buch und Prenzl. Berg) noch sehr gering zu sein: Aus dem „sonstigen Berlin“ kamen 2013 nur 15,6% befragter Besucher.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Alle Angaben aus: Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2014. Hgg. vom Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft, Berlin

<sup>11</sup> Wiss. Begleitung des E+E Projektes durch die HNEE, siehe Anmerkung 8, Zwischenbericht 2013, S. 10



### 4.2.3. Zielgruppen und -Milieus

Interessant ist aber auch, wie sich für das Schwerpunkt-Thema „Bio-Produkte“ die Haupt-Zielgruppen und ihre Milieus beschreiben lassen, nämlich als

- „Verantwortungsvolle Konsum-Mitte (Generation 30+)“ und
- „Bio-Natives“ (Mitte 20 – Mitte 30) <sup>12</sup>

Beide Gruppen haben häufig –auch mehrere- Kinder und verfügen zudem in der Regel auch über ein höheres durchschnittliches Einkommen. Hinzu kommt eine weitere, differenziert zu betrachtende Zielgruppe mit einem speziellen „Lebensweltprofil“, die sogenannten

- „Lohas“ („Lifestyle of Health and Sustainability“), die sich etwa wie folgt beschreiben lassen:

*„Die Lohas sind die neuen Ökos“. Eine kaufkräftige, konsum- und innovationsorientierte Zielgruppe, erfreulicher Nachwuchs für die arrivierten Alt-Ökos, ein dringend benötigter Imagewandel - weg vom Müsli pickenden Birkenstock-Träger, hin zum trendy, gut aussehenden Umweltaktivisten. Die Lohas übernehmen eine wichtige Leitfunktion: Sie regen einen nachhaltigen Lebensstil an. Egal ob sie als Bionade-Bourgeoisie oder Weltverbesserer gesehen werden. Der Konsum von Lohas ist konsequent ökologisch und fair, ohne auf Modernität zu verzichten. Im Gegensatz zu den ‚alten Ökos‘ sind sie technologiefreundlich und genussorientiert. Sie gehören aber nicht zur Spaßgesellschaft, sondern genießen nachhaltig. Sie wissen über die Folgen des Konsums und versuchen, diese möglichst gering zu halten. Sie interessieren sich für Gesundheit, Spiritualität, Nachhaltigkeit und Ökologie. Lohas sind „Luxus-Ökos“ und sehen anders aus als Öko-Hardliner, sie tragen oft sogar Businesskleidung, kaufen trotzdem Biowaren ein, aber nicht nur wie der ‚alte Öko‘ frisches Obst, Gemüse und Müsli, sondern auch Fertigprodukte. Die passenden Einkaufsstätten für Lohas bieten eine Mischung aus Information, Emotion und Exklusivität.“ <sup>13</sup>*

Auch hier gilt: Die vielen Themenfacetten können auch weitere Zielgruppen und Marktsegmente erschließen. „Die Mischung macht’s“: Geschickt priorisiert und gestaffelt, bieten sich so hervorragende Ansätze für ein wirksames Marketing. Die Wahl der Mittel muss allerdings gerade auch die historischen und kulturellen Besonderheiten der Rieselfeldlandschaft wie des Gutes beachten –weder darf „penetrant“ agiert, noch dürfen gar andere „Milieus“ ausgeschlossen werden.

Es kommt noch eine weitere „Zielgruppe“ ins Spiel: Berlin ist mittlerweile Zentrum der Lobbyarbeit und Präsentationsrahmen für Aktionen auch aller irgendwie mit dem Thema „Öko“ gekoppelter Verbände, Institutionen, Interessengruppen, Agenturen usw. aus Landwirtschaft, Natur- und Umweltschutz, Handwerk, Handel, Gastronomie und Wissenschaft / Forschung – und hunderter im Zusammenhang hiermit entstandener unterschiedlichster Projekte und Initiativen (z.B. im Bereich „Urban Gardening“). Starke Netzwerke / Cluster derartiger Aktivitäten finden sich u.a. in Prenzlauer Berg, Kreuzberg, Neukölln und in Berlin-Mitte: Dort haben allein in der Marienstraße 19-20 über 10 mittlerweile sehr einflussreiche Verbände, Vereine und Stiftungen des im weitesten Sinne „Öko-/ Grün-Bereichs“ ihren Sitz, die bestens untereinander und mit zahllosen weiteren Gruppierungen, mit allen Parteien, den entsprechenden Ministerien, den Medien usw. vernetzt sind. <sup>14</sup> Auch alle anderen genannten Themen-Bereiche und damit auch viele Firmen aus diesen Sektoren haben in Berlin derartige Repräsentanzen und Netzwerke.

So gibt es zwar in Berlin verschiedenste Orte, die für einzelne Veranstaltungen, Präsentationen / Tagungen / Seminare / PR-Aktionen usw. zu Aspekten der beschriebenen Themen geeignet sind. Aber keinen Ort, der wie Gut Hobrechtsfelde prädestiniert wäre, dem gesamten beschriebenen Spektrum in der Verbindung von Kulturgeschichte, ökologisch-landwirtschaftlicher Lebensmittelproduktion und -Verarbeitung, regionaler nachhaltiger Wirtschaftsmodelle, innovativer und „grüner“ Technik, Naturschutz und Biodiversität, „urban gardening“, Gesundheit / Bewegung / Sport, Wissenschaft und Forschung usw. einen wirklich authentischen Rahmen zu geben: Vom Projekt-Presetermin über den kleinen Empfang zur spezialisierten Produktmesse, die Fachtagung und die „Landpartie“ bis zur Großveranstaltung. Und das auch noch in „Bestlage“: Nämlich wirklich auf dem Land (Brandenburg), aber tatsächlich nur wenige Meter von der Stadtgrenze der Bundeshauptstadt entfernt.

<sup>12</sup> Gesellschaft für innovative Marktforschung, München, in: Marke 41, Journal für Marketing, Ausgaben 5/6 2012

<sup>13</sup> Siehe z.B.: [www.oekolandbau.de/haendler/marktinformationen/konsumentenverhalten/kaufverhalten/](http://www.oekolandbau.de/haendler/marktinformationen/konsumentenverhalten/kaufverhalten/)

<sup>14</sup> u.a. BÖLW Bund ökologische Lebensmittelwirtschaft e.V., DNR Deutscher Naturschutzring e.V., EBP European Bioplastics e.V., FÖL Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg e.V., Forum Umwelt und Entwicklung, Greenpeace e.V., Klima-Allianz Deutschland, Urgewald e.V., ZS-L Zukunftsstiftung Landwirtschaft e.V.

Im besten Sinne könnte Gut Hobrechtsfelde damit zu einem auch überregional bekannten „Labor“, lebendigen Präsentationsort und „Think Tank“ für neue Ideen und Praxis-Ansätze zu all diesen Themen werden- und für Brandenburg zu einem interessanten Schaufenster für seine regionalen Produkte und innovativen Vorhaben, und damit auch zu einem wirklich attraktiven touristischen Anziehungspunkt. Gerade gegenüber den Zielgruppen aus Verbänden / Politik / Initiativgruppen kann dabei ein „offensives“ Branding (siehe auch Abschnitt 5.2.) als „Mustergut 3.0“ sehr wirksam sein.

#### 4.2.4. Konkurrenz und Positionierung

Zugleich kann mit der beschriebenen Themen- und Zielgruppenorientierung auch die nötige klare Differenzierung gegenüber unmittelbaren oder mittelbaren Konkurrenten im Markt rund um Berlin betrieben werden, wobei die eindeutige historische „Authentizität“ von Gut Hobrechtsfelde entscheidend unterstützt und genutzt werden muss. Hier wären z.B. aufzulisten:

- „Erdbeerdorf“, „Spargelhof“ und ähnlich synthetische, auf Massenkonsum ausgerichtete, nur scheinbar „ländlich-ursprüngliche Erlebniswelten“
- Viele Reiterhöfe, mit Gutsladen/Gastronomie/Pensionen etc. ausgestattete ehem. „adlige“ Gutshöfe, „Erlebnisbauernhöfe“ und „Abenteuerspielplätze“
- Bereits spezieller auf das Themenfeld „Stadt-Land-regionale Produkte-Kultur“ ausdifferenzierte Angebote, wie z.B. Stadtgut Blankenfelde, Alte Fasanerie Lübars, Vierfelderhof Gatow oder das „Schlossgut Altlandsberg“, das voraussichtlich 2015 / 2016 am Markt aktiv wird.

Keiner dieser Anbieter kann die einzigartige Geschichte und Lage des „Mustergutes“ in den Rieselfeldern, ein technisches Denkmal oder gar einen visionären Protagonisten wie James Hobrecht vorzeigen, und die damit eröffnete, glaubwürdige thematische Vielfalt für Nutzungen erschließen.

Zur Positionierung gehört auch eine klare Wertorientierung und eine entsprechende Preisgestaltung („was nichts kostet ist auch nichts wert“), die dennoch moderat bleibt. Und ein Veranstaltungs- und Angebotsspektrum, das sich nicht elitär gibt, aber anspruchsvoll – und gleichwohl „populär“.

## 5. Strategisches und operatives Marketing

### 5.1. Leitbild

„Marketing“ bedeutet heute die strategische, umfassende Steuerung des gesamten Betriebskonzeptes, der Produktausrichtung, der Kommunikation und des Service, um Marktbedürfnisse zu befriedigen, das Erreichen der Zielgruppen und die angestrebte Wertschöpfung zu sichern. Dafür benötigt die beschriebene thematische Vielfalt zunächst Zusammenfassung in einem Leitbild. Hier ein Entwurf:

*Das <Mustergut Hobrechtsfelde> in den ehemaligen Rieselfeldern ist technisches Denkmal, „Labor“ und herausragendes Beispiel für den vom Menschen gestalteten Austausch von Zivilisation und Natur, von Stadt und Land. Wie für den Beginn und die Folgen industrieller Landwirtschaft und damit verbundener Zerstörung natürlicher Ressourcen, aber auch für nachhaltige, praktische und künftige Alternativen.*

*Das <Mustergut> ist Besucher- und Informationszentrum für eines der artenreichsten Biotope im Naturpark Barnim und den vielfältigen Erholungsraum der ehemaligen Rieselfelder: Hier grasen große Rinder- und wilde Pferdeherden frei und ganzjährig, lassen sich Tiere und Natur nah erleben, haben sich abwechslungsreiche und überraschende landschaftliche Schönheiten entwickelt, durchzogen von bequemen Wegen und spannenden Pfaden.*

*Das <Mustergut> als Ausflugsort und individuelles touristisches Ziel im Land Brandenburg, direkt vor Berlin, lockt zu gesunder Bewegung beim Wandern, Fahrradfahren, Joggen und Reiten, es vermittelt in seinem faszinierenden historischen Ambiente einzigartige Informationen, Bildungsinhalte, Abenteuer und ganz praktischen Genuss: Hier zeigen sich „grüne“ Technik und neue, ökologisch nachhaltige land- und gartenwirtschaftliche Nutzungsformen, finden Familien Schaugehege mit seltenen Tierrassen und tolle Spielangebote, lässt sich feiern und Kultur erleben, präsentiert sich die ganze Vielfalt regional, ökologisch und frisch erzeugter brandenburgischer Lebensmittel. Und das nicht nur zum Mitnehmen – auch gleich gekocht, gebraten und gegessen, nach leckersten und gesunden Rezepten.*

*Aufenthalt und lehrreiche Abenteuer in der Natur, Gesundheit, Bewegung und Sport, Kultur, sinnlicher Genuss und Gastronomie, beste regionale Produkte, Projekte, Präsentationen und Diskussionen. Das alles direkt vor den Toren von Berlin und für jeden, der daran Interesse und Freude hat: Familien, Freunde, Fachleute, „Foodies“ und Besucher jeglicher Couleur.*

## 5.2. Dachmarke, Corporate Design, Branding

Eine Dachmarke (meist als Wort-/Bildmarke) zeichnet sich durch besonders hohen Wiedererkennungswert (Reichweite) und eine große Akzeptanz in der / den Zielgruppe/n aus - obwohl oder gerade weil sie unterschiedliche Leistungen (Produkte/Dienste) bewirbt. Sie verbindet eine größere Zahl einzelner Anbieter/Eigenmarken unter ihrem Image. Auf dem <Mustergut Hobrechtsfelde> wären dies alle auf dem Gut aktiven Angebote/Produzenten, die die Dachmarke für eine wirkungsvolle gemeinsame Außenkommunikation mit hoher Durchschlagskraft nutzen – und in diesem Rahmen dann ihre eigenen Marken/Namen/Produkte wesentlich leichter und preiswerter positionieren können. Eine gute Dachmarke ist damit ein zentral wichtiges Instrument für das strategische Marketing einer Einrichtung mit vielen Themen, Anbietern, unterschiedlichen Nutzern wie anspruchsvollen Kunden-Zielgruppen.

Eine Dachmarke muss – wie jede Marke- einen qualifizierten „Markenkern“ entwickeln und systematisch gepflegt werden. Die diversen damit beworbenen Inhalte müssen gemeinsame, bei den Zielgruppen als positiv empfundene Werte und Merkmale haben, und die kommunikative Verwendung der Marke muss übereinstimmend und „widerspruchsfrei“ sein. Das ist in der Praxis (nur) dann möglich, wenn eine (neue) Dachmarke von mindestens einer Kern-Gruppe der Anbieter/Produzenten in einer gemeinsamen Zieldiskussion unter professioneller Hilfe Vorstellungen und ggf. auch Wort-/Bild-Entwürfe entwickelt, und die Pflege der Dachmarke im Weiteren zentral erfolgt. Die Erfahrung zeigt, dass Dachmarken dann besonders wirken, wenn sie knapp gestaltet sind und nicht die Inhalte der Unter-Marken dominieren, sich zugleich aber als (positiv) qualifizierendes „Add-On“ für die Untermarken eignen, und aus ihnen auch das „Corporate Design“ der Dach-Organisation abgeleitet wird. Die Typografie / Gesamtgestaltung sollte zudem möglichst „langlebig“ sein.<sup>15</sup>

Es wird eingeschätzt, dass der Begriff <Mustergut Hobrechtsfelde> sehr gut als Grundlage einer Dachmarke für die beschriebenen Themen / Inhalte und Zielgruppen geeignet ist. Der weitere Prozess der Markenbildung, die grafische Entwicklung und die Umsetzung in einem verbindlichen CD für die Dachorganisation (also alle Kommunikations- und Werbemittel, Schilder, Verwendung von Typografien, Farben usw. für den „Rahmen“ Gut Hobrechtsfelde ...) sollte möglichst früh unter professioneller Unterstützung einer spezialisierten Agentur in einem dialogischen Prozess zwischen einer übergreifenden Gesamtbetriebsorganisation und den Anbietern/Nutzern erfolgen. Für das –intern wie extern- wirkende „Branding“ der Gesamtorganisation, also die Erzeugung eines einzigartigen Images bzw. von Vorstellungen, die mit dem Unternehmen verbunden sind und sich in das Gedächtnis der Produzenten wie der Kunden "einbrennen", ist mit Sicherheit der Bezug auf den Pionier James Hobrecht, seine Leistungen und deren zeitgemäße Neuinterpretation als „Mustergut 3.0“ extrem nützlich. Hiermit steigt der immaterielle bzw. ideelle Wert der Marke, sie gewinnt schnell Bekanntheit, und das Kundenvertrauen wächst.

S. 21

## 5.3. Identifizierung geeigneter Partner für Nutzung und Marketing

Wesentlicher Teil einer strategischen, auf ein erfolgreiches Marketing ausgerichteten Projektentwicklung ist die frühzeitige Identifizierung, Einbindung und Auswahl geeigneter Nutzungs- und Marketing-Partner, die themen- wie zielgruppenaffin sind. Hier ist zunächst auszugehen von schon vorhandenen, substanziellen Anbietern/Partnern. Auf dem <Mustergut Hobrechtsfelde> sind dies der FVNB, die Agrar GmbH Hobrechtsfelde, sowie von diesen schon eingebundene weitere Kooperationspartner wie z.B. die Pferdehalterin Antonia Gerke<sup>16</sup>.

Im Fall des Gutes Hobrechtsfelde sind aber auch die Berliner Stadtgüter GmbH als Eigentümer (der seine Unternehmenswerte explizit auf James Hobrecht und sein Erbe bezieht<sup>17</sup>), im weiteren auch die Berliner Forsten für alle umliegenden Flächen und das Beweidungsprojekt, ggf. auch die Wohnungsbaugenossenschaft Bremer Höhe eG als Nachbar, sowie als unmittelbar zuständige Gebietskörperschaften die Gemeinde Panketal und der Kreis Barnim in die Entwicklung der Nutzungsbeziehungen und des strategischen Marketings einzubinden, auf Berliner Seite der Bezirk Pankow sowie zum Thema Gesundheit insbesondere die BBB Entwicklungsgesellschaft Buch mbH, zur touristischen Vermarktung wie von Regionalprodukten auch die HNEE, die TMB und Pro Agro e.V.

<sup>15</sup> Ein sehr gutes Beispiel: Die Wort-Bildmarke „Wir sind eins“, die „1 im Kreis“ als Add-On aller einzelnen Sender der ARD (=“1. Programm“) und das daraus abgeleitete Gesamt-CD der Dachorganisation

<sup>16</sup> Frau Gerke hat von der Agrar GmbH Weideflächen (unter)gepachtet, veranstaltet bereits Ausritte etc. für ein breit interessiertes, urbanes Publikum, und möchte dies künftig u.a. um „pferdepsychologische“ Themen für Tier und Mensch wie spezielle Verhaltens-, Gruppen- und Managementtrainings etc. erweitern

<sup>17</sup> Siehe u.a. website [www.berlinerstadtgueter.de](http://www.berlinerstadtgueter.de)

Noch wichtiger ist die Ansprache zusätzlicher, neuer, innovativer Partner – ggf. auch für eine konkrete Ansiedlung auf dem Mustergut, für fallweise oder langfristige Kooperation; oder auch Experten, die mit ihren Angeboten / Produkten, ihrem Know How und ihren Kontakten möglichst gut das benannte thematische Spektrum ausfüllen, erweitern und optimal im Sinne von „Mundpropaganda“ wirken können. So wurden bereits Kontakte aufgenommen und erste Gespräche geführt mit u.a.:

- Bio-Molkerei Lobetal / Hoffnungstaler Werkstätten gGmbH
- Die Boden schafft
- Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg e.V. (FÖL)
- Gemeinschaftsgarten Allmende Kontor e.V.
- Kantine Neun / Projekt Umdenken
- Markthalle 9 GmbH, Kreuzberg
- Q-Regio Handelsgesellschaft mbH & Co. KG
- Schaufenster Uckermark
- Solidarische Landwirtschaft e.V.
- Trollwerk Production GbR
- VERN e.V., Verein zur Erhaltung und Rekultivierung von Nutzpflanzen in Brandenburg e.V.
- Workstation Ideenwerkstatt Berlin e.V.

Diese Ansprechpartner sollten weiter gezielt informiert und frühzeitig eingebunden, über sie als Multiplikatoren auch weitere Interessierte eingebunden werden, z.B. bei Informationstagen / Führungen zum <Mustergut Hobrechtsfelde> zur Ergänzung und Justierung der laufenden Projektentwicklung.

#### 5.4. Landwirtschaftliche, regionale und „zentrale“ Produkte

Zentrale Aufgabe des strategischen Marketings ist insbesondere die Auswahl, Sicherstellung und Positionierung geeigneter, auf dem <Mustergut Hobrechtsfelde> angebotener Produkte und Dienstleistungen. Wie bereits im 1. Workshop festgestellt, fehlt bisher nicht nur ein „Leitprodukt“ aus eigener landwirtschaftlicher Produktion – noch gibt es gar nichts zu kaufen, zum mitnehmen oder zum genießen.

##### 5.4.1. Fleisch

Dabei steht ein „Leitprodukt“ im Wortsinn hinterm Zaun: Die ganzjährig frei grasenden Galloway-Rinder könnten ortsnah „schonend“ geschlachtet werden. Sie liefern ein erstklassiges Fleisch, das auf dem Gut mit „Herkunftsbezeichnung“ verkauft, in einer ansässigen Gastronomie verwendet sowie zu weiteren hochwertigen Produkten verarbeitet werden könnte: Gerade Fleischesser aus den benannten Zielgruppen sind dankbar für Angebote, die ihr ökologisch-nachhaltiges Bewusstsein bestätigen.

Bisher hat der Erzeuger Agrar GmbH Crawinkel/Hobrechtsfelde Bedenken, dieses Fleisch vor Ort gezielter zu vermarkten, weil „Naturschutz“ und „Fleischverbrauch“ nicht verbindbar erscheinen. Tatsächlich gibt es jedoch in Berlin und im Umland eine wachsende Zahl direkter Wettbewerber, die dies sehr erfolgreich tun.<sup>18</sup> Nach Kenntnis der Verfasser haben auch sämtliche Kontrollen der Futtermittel und des Fleisches aus den beweideten ehem. Riesefeldern ergeben, dass keinerlei schädliche Belastungen bestehen. Auch wenn es keine Zertifizierung z.B. als Bio-Betrieb gibt: Dieses Fleisch ist viel zu gut und zu wertvoll, um „überzählige“ Tiere aus dem Aufwuchs der Herden (immerhin einige Dutzend pro Jahr) wie bisher praktiziert anonym an den Viehhandel zu verkaufen, wo sie als Teil der „Massenware“ in Großschlachthöfen und als Beimischung zu Burger-Bratlingen enden. Dies schadet auch der Glaubwürdigkeit des Projekts wie sämtlicher Beteiligten.<sup>19</sup>

Für das <Mustergut Hobrechtsfelde> könnte dieses „eigene Fleisch vom Hobrechtsfelder Galloway“ eine wichtige Unterstützung beim Aufbau der Marktpräsenz und –positionierung sein, die regionale Wertschöpfung verbessern, und damit auch die „Dachmarke“ stärken.

Hieraus könnten weitere Nutzungen / Kooperationen wie durch eine regional ausgerichtete Gastronomie auf dem Gut, mit einem Landfleischer in der Nähe<sup>20</sup> oder sogar die Ansiedlung von Verarbeitern / Veredlern entstehen: Seit einiger Zeit wird z.B. von einem urbanen Gourmet-Publikum die „Kunst des

<sup>18</sup> Z.B. Döberitzer Heide-Galloways, Sonja Moor Landbau

<sup>19</sup> Bei Vorgesprächen im genannten Zielgruppenspektrum wurde immer wieder gefragt, was denn mit dem Fleisch geschähe. Die Reaktionen lagen zwischen Unverständnis, Fassungslosigkeit und Empörung, wenn berichtet werden musste, dass es bisher keine spezielle Vermarktung gibt.

<sup>20</sup> Die „Landfleischerei Schönwalde“ z.B. würde gerne Fleisch abnehmen und zu Spezialitäten weiterverarbeiten

langsamen Fleischröcherns“<sup>21</sup> entdeckt (siehe neue Anbieter u.a. in „Markthalle Neun“ und „Markthalle Moabit“). Diese Betriebe haben immer drei Probleme: Eine Quelle für gutes Fleisch, einen geeigneten Produktionsort (in der Stadt schwer) und eine Umgebung zu finden, die Frequenz und damit Verkauf erzeugt. Das <Mustergut Hobrechtsfelde> könnte genau diese Kombination bieten.

#### 5.4.2. „Urban Gardening“ / Gemüse und Gartenfrüchte

Ähnlicher Bedarf besteht im Bereich „Urban Gardening“: Geeignete, ausreichend große Flächen für Gartenbau innerhalb oder nicht zu weit außerhalb der Stadt werden von vielen Projekten und Initiativen dringend gesucht. Hier könnte ein Betreiber Gemüse, Gartenfrüchte, Kräuter etc. für den Verbrauch in der Gastronomie und den Verkauf vor Ort produzieren. Und zudem „Städtern“, häufig eben Familien aus den genannten Zielgruppen, eine servicegestützte (Beratung und Hilfe, Saatgut und Jungpflanzen, auch im Urlaub wird gegossen ...) Vermietung kleiner Teilflächen bieten. Ähnliche Projekte gibt es mittlerweile zahlreich,<sup>22</sup> die Nachfrage ist enorm und wächst weiter. Und: Solche Nutzer sind aus Sicht des Marketings besonders interessant, weil „Wiederkehrer“ und damit prädestinierte Multiplikatoren und Mehrfach-Kunden (Mutti gärtner, Kinder reiten, Papi trinkt schon mal ein Bier ...).

Als Fläche für ein derartiges Projekt, das auch einige „Ungestörtheit“ benötigt, erscheint die Fläche des ehem. Klettergartens prädestiniert, die nie als Rieselfeld genutzt wurde. Hier steht auch ein Blockhaus / Geräteschuppen als „Sozialraum“ mit eigenen Sanitäranlagen. Kurze Verbindung zum Gutsgelände besteht über den diagonalen Wirtschaftsweg. Ein Nutzer könnte ggf. unmittelbar den Pachtvertrag der Gemeinde Panketal mit der Stadtgüter GmbH übernehmen.

#### 5.4.3. Alte Nutzpflanzen

Ein „Mega-Thema“ für die angesprochenen Zielgruppen ist auch die Biodiversität, insbesondere der Erhalt des Genpools bzw. alter Sorten – gerade im Bereich Landwirtschaft, Obst und Gemüse und überhaupt Nutzpflanzen jeder Art. Auf dem beschriebenen Pflanzgelände, aber auch in z.B. Containern auf dem Gutsgelände könnten solche Sorten kultiviert, die Vielfalt demonstriert und Samen, Setzlinge und Jungpflanzen zum Verkauf kommen: Für viele Gärtner und insbesondere alle Projekte aus dem Bereich „Urban Gardening“ eine echte Attraktion. Der VERN – Verein zur Erhaltung und Rekultivierung von Nutzpflanzen in Brandenburg e.V. hat hierzu ebenfalls Kooperationsinteresse geäußert.

#### 5.4.4. Orangerie / Baumschule

Die Hoffnungstaler Werkstätten gGmbH führen, als Integrationsbetriebe, in Biesenthal/Lobetal u.a. eine große Bio-Molkerei und eine Baumschule mit großem Sortiment auch alter Sorten. Sie haben bereits klar das Interesse formuliert, auf dem <Mustergut Hobrechtsfelde> eine Orangerie / Pflanzenaufzucht zu betreiben, saisonal kombiniert mit dem Verkauf des Baumschulsortiments. Kern der Geschäftsidee: Sehr viele Haushalte halten im Garten oder auf dem Balkon wertvolle, große subtropische und tropische Gewächse – die im Winter frostgeschützt und sicher untergebracht werden müssen. Dafür wird tatsächlich gerne Geld ausgegeben. Hobrechtsfelde liegt praktisch in Berlin und im prosperierenden Umland, und damit den Kunden sehr nah. Ebenso interessant ist es für die Baumschule, nicht nur in Biesenthal, sondern auch hier präsent zu sein – und damit z.B. auch für Kunden aus dem Kreis Oberhavel gut erreichbar.

Die Hoffnungstaler Werkstätten könnten damit „Anker-Mieter“ auf dem neuen <Mustergut 3.0> werden (und über diesen Mietvertrag auch die nötige Investition z.B. für das Gewächshaus ermöglichen).

#### 5.4.5. Gutsladen

„Mitbringen“ wollen die Hoffnungstaler Werkstätten auch die gesamte Produktpalette ihrer Lobetaler Bio-Molkerei (u.a. Frischmilch, Joghurts, Käse...), die in einem angeschlossenen „Vollsortiment-Gutsladen“ auf dem Mustergut verkauft werden. Dies zusammen mit weiteren auf dem Gut selbst erzeugten sowie von zahlreichen weiteren Partnern in Brandenburg bezogenen, regionalen Lebensmitteln und Produkten. Auch hier gilt: „Die Mischung macht’s“. Nur so wird ein Gutsladen attraktiv.

---

<sup>21</sup> Siehe z.B. [www.berliner-zeitung.de/berlin/slowfood-aus-kreuzberg-das-barbecue-aus-der-markthalle-neun,10809148,26065114.html](http://www.berliner-zeitung.de/berlin/slowfood-aus-kreuzberg-das-barbecue-aus-der-markthalle-neun,10809148,26065114.html)

<sup>22</sup> Z.B. „SpeiseGut“, „Bauerngarten“ (mit Standorten in Gatow, Blankenfelde und Großziethen), „Meine Ernte“ usw.



#### 5.4.6. Ansiedlung weiterer Produzenten und Projekte

Der Boom neuer, handwerklicher Anbieter spezieller und auch veredelter regionaler Lebensmittel und Produkte wird aller Voraussicht nach anhalten. Das <Mustergut Hobrechtsfelde> könnte hierfür Räume / Infrastruktur und eben die für Besucher attraktive Nutzungsmischung, Ambiente und Lage bieten, z.B. durch variabel nutzbare kleinere Gewerbeeinheiten. Hier bieten sich u.a. –neben der schon erwähnten Fleischrächerei und dem Pflanzenbau- Nutzungen z.B. als Ölmühle, Senfmühle, Marmeladen- und Pickles-Labor, Obstsaftpresse und Cidre-Produktion, Likörmanufaktur usw., aber auch „alte Handwerke“ wie z.B. Keramik etc. an. Auch „experimentelle“ Projekte sollten Möglichkeiten der Nutzung / Ansiedlung finden können. Geeignete Raumangebote werden, geschickt im Kontext des „Musterguts“ angeboten, wahrscheinlich auf eine große Nachfrage stoßen. Auch die bereits kurz beschriebene „Pferdeakademie“ (Umgang mit, aber auch verhaltenstherapeutisches Lernen durch und mit Herdentieren – Coaching, Trainings, Führungsseminare etc.) könnte dabei gut integriert werden.

Dabei können die gute Lage direkt zwischen Berlin und dem prosperierenden Umland sowie eine durch das Marketing aufgebaute große Zielgruppenaffinität auch dazu genutzt werden, um gemeinsam agierend im Frühjahr/Sommer/Herbst wiederkehrend „Leistungsschauen“, „Messen“, „Aktionstage“ etc. regionaler Produkte zu veranstalten. Hierzu sind auch die Freiflächen entsprechend nutzbar und variabel zu gestalten.

#### 5.4.7. „Zentrale“ Angebote und Dienstleistungen

Die vorgenannten Produkte werden durch unabhängige Partner des Gutes vor Ort oder in Kooperation erzeugt und unter der Dachmarke beworben und verkauft. Den Rahmen aber geben „zentrale“, publikumswirksame Angebote und Dienstleistungen, die von einem Gesamt-Betreiber des Gutes strategisch zu steuern und (wiederum ggf. im Zusammenwirken mit Partnern) zu realisieren sind. Sie sind im Wesentlichen herzuleiten aus den Aufgaben / Zwecken der schon bisher tätigen Beteiligten, also vorhandenen Ansätzen, und den grundsätzlichen Defiziten, die schon in den Workshops erkannt wurden, in Abstimmung mit den baulich-strukturellen Möglichkeiten (und dem weitergeführten E+E-Projekt zur Beweidung). Hierauf gründend wurden 15 Produkte / Leistungen identifiziert und beschrieben:

1. Gastronomie (Verpachtung)
2. Vermietung Seminar- und Tagungsräume (Speicher)
3. Vermietung Scheune -gewerblich-
4. Vermietung Scheune -gemeinnützig ganz / oder gewerblich halb-
5. Vermietung Veranstaltungsplatz (groß)
6. Vermietung Veranstaltungsplatz (klein)
7. Planung / Realisierung von Eigenveranstaltungen Scheune / Speicher / Platz
8. Ausstellung im Speicher
9. Reitbetrieb
10. Kremserfahrten
11. Betrieb Schaugehege
12. Betrieb Spielplatz / Abenteuer-Parcours und -Lehrpfad
13. Führungen durch die Rieselfelder
14. Bereitstellung / Vermietung Mobiliar / Technik Scheune / Platz
15. Zentrales Marketing („internes“ / „externes“ Produkt)

Die **Gastronomie (Produkt Nr. 1)** hat dabei Schlüsselfunktion. Sie sollte die thematische Ausrichtung des <Mustergutes> klar unterstützen, also auf regionale Produkte und Angebote setzen und hier besondere Qualität entwickeln, dabei ein „familienfreundliches“ Preisniveau behalten. Im Sommer Ausflugsgastronomie im Stil einer Straußenwirtschaft/Biergarten, sollte sie Snacks, kleine Gerichte und „Deftiges“ bieten, dazu eine Palette typischer Getränke. Die Verwendung und „Propagierung“ vor Ort produzierter Lebensmittel (Fleisch, Gemüse, Kräuter ....) ist dabei ein besonderes Asset. Sie versorgt ebenso kleine bis mittlere Veranstaltungen, Tagungen und Feiern im Speicher, in der Scheune und auf dem Veranstaltungsplatz. Bei größeren Veranstaltungen oder auf Wunsch der Nutzer können auch andere, passende Gastronomien eingebunden werden. Die Nutzarmachung des Speichers für die Innengastronomie (ca. 60 Plätze) und den „kleinen“ Veranstaltungsbetrieb auch in der kälteren Jahreszeit ist Voraussetzung für die Wirtschaftlichkeit. Küche, Ausgabe, Nebenräume etc. müssen bedarfsgerecht und funktional ausgelegt werden, Innenräume (Speicher) und genutzte Außenflächen (Südwestlage, gleichzeitig flexibel zum Veranstaltungsplatz) attraktiv angelegt und gestaltet werden.

Zu finden und vertraglich zu binden ist ein Gastronom, der diese Ansprüche und Qualitäten aus Überzeugung und mit „Sendungsbewusstsein“ professionell gestaltet und ausfüllt.

Die Vermarktung zur Vermietung und für Veranstaltungen (**Produkte Nr. 2 – 7**) ist dabei im wesentlichen Aufgabe der „Dachorganisation“, ebenso die federführende Planung und Realisierung von Eigenveranstaltungen mit kulturellen Inhalten und zur Promotion des gesamten Mustergutes, auch dies immer möglichst in Kooperation mit den Partnern vor Ort.

Die **Produkte Nr. 8 bis 13** erfüllen den Auftrag der Beteiligten FVNB und Agrar GmbH. Sie sollen, gesteuert von der „Dachorganisation“, weiter von diesen bzw. geeigneten Kooperationspartnern durchgeführt werden. Dazu gehören speziell Bereitstellung und Betrieb des „Erlebnisinventars“. So kann der „Erlebnisparkours“ die wegfallende Attraktion eines „Kletterparks“ in der Nähe für Jugendliche und junge Erwachsene ersetzen und thematisch mit dem <Mustergut> verbinden: Z.B. 12 Stationen mit Themen wie u.a. „Rieselfeld“, Abwasserreinigung, nachhaltige Landwirtschaft, regenerative Energien, Transport/Logistik, ..., in denen man geschickt, spielerisch und sportlich agieren und Aufgaben lösen kann. Hier wird empfohlen, zur Erarbeitung eines wirklich innovativen und praktikablen Konzeptes geeignete Spezialisten für Abenteuerspielplätze, Spielpädagogen und Künstler zu beauftragen. Die Themenstationen könnten dabei ggf. durch geeignete Unternehmen der Branchen unterstützt werden.

Die Bereitstellung / Vermietung von Mobiliar / Technik etc. (**Produkt 14**) ist eine zentrale Serviceaufgabe der „Dachorganisation“. Beschafft werden soll eine Grundausstattung an Bestuhlung, Tischen, Podesterie und Veranstaltungstechnik, die sowohl innen wie außen genutzt werden kann. Die Erfahrung zeigt, dass ohne eine solche unmittelbar verfügbare technische Grundausstattung die Veranstaltungsorganisation zu teuer und zeitaufwendig wird; spezielle Technik oder Großbedarf (auch z.B. Generatoren für Spitzen beim Stromverbrauch) kann extern zugemietet werden.

Wichtigste „zentrale“ Aufgabe der „Dachorganisation“ ist das **Marketing (Produkt Nr. 15)**, das sowohl als „interne“ wie „externe“ Leistung funktionieren muss. Intern sind die „Kunden“ aller Nutzungen / Partner / Mieter auf dem <Mustergut>, extern sind es die Zielgruppen. Denn das beschriebene thematische und kooperative Prinzip des Zusammenschlusses, der Bewerbung und der Servicesicherung unter einer „Dachmarke“ funktioniert ähnlich wie ein „Center-Management“ – entsprechend sind die internen Kunden auch an der Finanzierung zu beteiligen, also z.B. durch eine umsatzabhängige Marketingumlage.

#### 5.4.8. Marketing / Kommunikation / Werbung

In dem beschriebenen Konzept hat „Werbung“, verstanden als umfassende, an den Themen/Werten des Vorhabens und den Zielvorgaben des Marketings orientierte Kommunikation, eine entscheidende Funktion. Die beschriebenen thematischen Facetten und Zielgruppen müssen adäquat formuliert und angesprochen werden – und dies auch möglichst „interaktiv“. Entscheidend wichtig sind dabei ein guter, zeitgemäßer und hoch positionierter (SEO/Adwords) Internet-Auftritt unter der „Dachmarke“, der auch alle Nutzer / Partner einbindet und präsentiert, und der Einsatz moderner „sozialer Medien“ und Kommunikationskanäle, ergänzt durch elektronische Newsletter usw. Ziel ist hierbei nicht nur eine vollständige und immer aktuelle Information, sondern insbesondere auch eine hohe Identifikation („my Mustergut“) und damit Bindung der (internen wie externen) Kunden.

Hinzu kommen sollten ausgewählte Print-Medien wie z.B. eine „Gut-Zeitung“ mit Veranstaltungskalender, kurzen Berichten und Storys zu aktuellen Themen, die in Hobrechtsfelde, bei vielen Partnern, Institutionen, Geschäften etc. in der Nähe und in ausgewählten Orten in Berlin ausliegt; ergänzt auch durch Flyer / Plakate zu besonderen einzelnen Anlässen. Werbung z.B. im Berliner „U-Bahn-Fenster“ oder im Radio kann für einzelne Veranstaltungen sehr wirkungsvoll eingesetzt werden.

Auch „klassische“ PR ist ein wesentlicher Faktor: Berichte und Erwähnungen in der Tages- und Fachpresse, in Rundfunk und TV, in Blogs und Links müssen organisiert und mit Material versorgt, alle Stakeholder und einflussreiche Beobachter (möglichst persönlich) auf dem laufenden gehalten werden.

Während die vorgenannten Aufgaben weitgehend in enger Abstimmung mit bzw. durch eine erfahrene Agentur abgesichert werden können, sind die Veranstaltungsplanung, die aktive Akquise zur Vermietung und Aufbau/Pflege von Kooperationen / Partnerschaften, gerade auch in den Ebenen von Verbänden und Interessenvertretern, durch die Dachorganisation selbst qualifiziert zu leisten. Nur so kann das <Mustergut> auch in den Berliner Veranstaltungs- und Tagungsmarkt eindringen und dort positioniert werden. Dazu gehören auch der Aufbau und die Pflege von Partnerschaften z.B. mit Busunternehmen und Beherbergungsbetrieben / Hotels (in erreichbarer Nähe) und Medien.

## 6. Baulich-gestalterische Entwicklung

### 6.1. Anforderungen

Um die in den Workshops und in zahlreichen Abstimmungen entstandenen Nutzungsansätze in eine bauliche und gestalterische Form umsetzen zu können, wurden zunächst die Anforderungen genauer ermittelt und mit den derzeit unmittelbar Beteiligten (FVNB, Agrar GmbH) grundsätzlich abgestimmt. Hierzu wurde u.a. das „Muster 13 RBBau“ zur Abfrage eingesetzt, um strukturelle bauliche und ausstattungsseitige Notwendigkeiten nach einem übereinstimmenden Schema erfassen zu können. Wo sinnvoll, wurden hierzu auch externe Fachleute befragt, so

- zum Bereich „regionale Gastronomie“ der Gründer und langjährige Betreiber der „Kantine Neun“ in der „Markthalle Neun“, Herr Florian Kliem, Berlin
- für die Vermarktung/kooperative Logistik regionaler Produkte der Geschäftsführer der Q-Regio Handelsgesellschaft mbH & Co KG, Herr Pieter Wolters, Bandelow/Uckermark;
- für den Betrieb / die Ausstattung von Veranstaltungsplatz und Veranstaltungsscheune der technische Ausstatter und Betreiber der (gleich dimensionierten) „Schinkelhalle“, Trollwerk Production GbR/Schiffbauergasse Veranstaltungsservice GmbH, Herr Rico Heidler, Potsdam

Die hieraus gewonnenen Erkenntnisse wurden in erste Skizzen / Verortungen umgesetzt, wieder mit den Beteiligten diskutiert, abgestimmt und dann auch mit ersten Schätzungen zu den investiven Kosten hinterlegt. Trollwerk Production lieferte zur nötigen bzw. sinnvollen veranstaltungstechnischen Ausstattung für Scheune / Veranstaltungsplatz eine bereits detaillierte Aufstellung und Kalkulation.

### 6.2. Maßnahmen / Lösungsvorschläge für die Planung

Die Erarbeitung von Lösungsvorschlägen und konkreten Maßnahmen für die weitere Planung orientierte sich einerseits eng an den bereits im 2. Workshop formulierten Zielen für die Erschließung bzw. Wiederherstellung der räumlichen Fassung und Verbindungen des Gutshofes zwischen Siedlung Hobrechtsfelde und den ehem. Rieselfeldern, andererseits an der Sicherung, funktionellen Nutzbarmachung und „Inszenierung“ der beiden erhaltenen technischen Denkmäler Scheune und Speicher unter Zufügung nur zurückhaltender Ergänzungsbauten auf den Flächen früher bestehender Gebäude. Hierbei waren zudem eine „sinnvolle“ Abfolge, das funktionelle, möglichst effiziente Zusammenwirken einzelner Nutzungsbereiche sowie die grundsätzliche Darstellbarkeit der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der Nutzungen wichtige Ziele.

Folgende Darstellungen orientieren sich an der Nummerierung im **Lageplan II / Maßnahmenplan I**<sup>23</sup> (M 1:1500) und können im **Lageplan III / Ausschnitt** Mustergut Hobrechtsfelde<sup>24</sup> detaillierter verortet und betrachtet werden:

#### 6.2.1. Erschließung / Wegeführung

**Hauptzugang (2)** für alle Besucher und PKW-Zufahrt von der Dorfstraße ist der ursprüngliche, südliche Hauptweg (links vom Verwalterhaus) mit unmittelbarer Richtung zum Speicher als dem dominierenden Bauwerk. Hier befindet sich, auf dem Pachtgrundstück des Gutshofes und durch das im Erbbaurecht des FVNB verankerte Wegerecht erschlossen, auch der **Parkplatz P 1**, der damit für die dingliche Sicherung der notwendigen Stellplätze für den „Regelbetrieb“ ausgewiesen und hergestellt werden sollte (ohne Boden-Versiegelung). Weitere Bedarfs-Stellplätze für Großveranstaltungen (**P1, P2**) sollten gegenüber der Haupteinfahrt auf dem Brachgelände sowie nördlich auf dem Areal der ehem. Baumschule (beide Areale liegen nicht im Bereich des E+E-Projektes) eingerichtet, mit den Eigentümern (WoBeGe GmbH / Berliner Stadtgüter GmbH) entsprechende Vereinbarungen / Haftungsausschlüsse getroffen werden. Zusätzlich sind Anliefer- bzw. interne **Wirtschaftswege (3)** vorgesehen, um Funktionsüberschneidungen zu vermeiden.

Die Besucher nähern sich vom Hauptzugang / Parkplatz auf geradem Weg mit Blick auf den Speicher und können in der Verlängerung direkt die ehem. Rieselfelder erreichen, auf dem **kleinen Rundweg (4)** und einem **großen (5) Rundweg**. Innerhalb des Gutsgeländes führt ein bequemer **Rundgang (6) um die Schau- und Streichelgehege**, dieser Weg ist auch für einen Radlader ausgelegt, der Futter für die Tiere bringt und Mist abtransportiert.

<sup>23</sup> **Anlage 5**, Lageplan II / Maßnahmenplan I, Maßstab 1:1500

<sup>24</sup> **Anlage 6**, Lageplan III / Ausschnitt <Mustergut Hobrechtsfelde>

Die noch liegenden denkmalgeschützten Reste der **Feldbahn (7)** sollen gesichert und so ergänzt werden, dass ein kleiner fahrbereiter „Rundkurs“ und eine Zufahrt vom Parkplatz P 1 bis in den „Erlebnis-Parcours“ entsteht. Als „Einkaufswagen“, als Teil des „Parcours“ bzw. für spielerische Zwecke bei Veranstaltungen etc. sollten hierfür auch von Hand geschobene oder muskelbetriebene, leichte „Draisinen“ bereit stehen.

Markiert wird der Übergang vom Gutsgelände in den Landschaftsraum der Rieselfelder von den früheren **Zugangs-Toren (8)**, die gesichert / teilrekonstruiert werden sollen.

### 6.2.2. Bepflanzung / Freianlagen

Die beiden kurzen **Lindenalleen (9)** südlich und nördlich des ehem. Verwalterhauses sollten bei der anstehenden denkmalgerechten Sanierung / Restaurierung durch den Eigentümer Bremer Höhe eG freigelegt und ergänzt werden, ebenso der **alte Garten (11)** dort. Im Anschluss hieran sollen zur räumlichen Gliederung und Fassung des Gutshofes und als Schattenspende lockere Reihen von **Obstbäumen (10)** gepflanzt werden: Alte Apfelsorten (ca. 6-8, insgesamt etwa 20 Hochstämme), die untereinander fruchten, durch gleiche / ähnliche Blühzeiten und Wuchsformen sehr schmückend sind und zudem unmittelbaren wirtschaftlichen Nutzen haben – zum Verkauf der Früchte und zur Herstellung von Saft, Most, Cidre usw. Der Bereich zwischen diesen Baumreihen soll locker durch „**grüne Inseln (14)**“ oder auch (mobile) Container gestaltet werden, die sich für Bepflanzungen, Saatzeit, Verkauf von Baumschulerzeugnissen etc. und Veranstaltung entsprechender Märkte / Aktionen / Praxis-Demonstrationen etc. eignen. Zu diesem Thema gehört auch die **Pflanzfläche für „Urban Gardening“ (15)**, die zwar außerhalb des eigentlichen Gutsgeländes (und damit wenig gestört oder störend) des ehem. Klettergartens liegt, aber über den diagonalen seitlichen Zugang im Norden auf kurze Distanz verbunden ist.

Im Nordosten **(16)** und Nordwesten **(17)** sollen (relativ) „blickdichte“ Bepflanzungen eine optische Grenze bilden, auch, um Nachbarn etwas abzuschirmen. **Sichtachsen** auf den Speicher als „Landmarke“ im Gelände und interessante Blickrichtungen bzw. „**Ansichten der Landschaft (18)**“, die offenbar bewusst von den damaligen Architekten gestaltet bzw. berücksichtigt wurden, sollen durch Freischnitt / Beräumung wieder hergestellt werden, ebenso die z.T. zugewachsenen **Wanderwege (19)** in der Nähe des Gutes wieder freigelegt werden.

### 6.2.3. Baumaßnahmen und bauliche Ertüchtigung

#### 6.2.3.1. Speicher und Ergänzungsbauten

Der ehemalige **Kornspeicher (20)** soll als technisches Denkmal bewahrt und inszeniert, gleichzeitig aber für die Gastronomie sowie in allen weiteren Etagen für Ausstellungen, Veranstaltungen und Tagungszwecke attraktiv hergestellt und genutzt werden. (Nur) damit kann der Betrieb des Gutsgeländes auch außerhalb der Hauptsaison, praktisch ganzjährig stattfinden und gastronomisch abgesichert werden.

Die Maßnahme beruht auf einem innovativen brandschutztechnischen Konzept, das von einem externen Sachverständigen für vorbeugenden Brandschutz (Andreas Flock Brandkontrolle UG) als Alternative zu den bis dato bestehenden Überlegungen entwickelt und am 13.10.2014 grundsätzlich positiv mit der Unteren Bauaufsichtsbehörde und der Brandschutzdienststelle des Landkreises Barnim abgestimmt werden konnte <sup>25</sup>.

Dabei sollen Funktionsräume wie Küche, Lager, Ausgabe, Sanitäreanlagen etc., in einem externen, nur im EG mit dem Speicher verbundenen **Ergänzungsbau (21)** untergebracht werden, auf der Fläche ehemaliger Anbauten / im Bereich des Erbbaurechts des FVNB.

Der Gastraum (Bereich A, ca. 60 Plätze) soll denkmalgerecht den früheren „Trichter“ im EG des Speichers nutzen. Die Etagen 1+2 als Bereich B darüber werden durch die bisherige Ausstellung / deren Erweiterung bzw. Sonderausstellungen belegt; zusammen sind hier max. 90 Personen zulässig.

Weitere 90 Personen gleichzeitig könnten sich im Bereich C in den Etagen 3+4 aufhalten, die für Büro-zwecke / Tagungen / Seminare genutzt und vermietet werden. Der Bereich D ist ein weiterer, auch gastronomisch nutzbarer Raum für Empfänge etc., der aus dem Bereich C (mit)belegt und von der externen Küche / mobilem Ausschank becatert wird. Hier befindet sich auch der „Ausguck“ als – möglicherweise teilweise offene- Aussichtsplattform in die Landschaft. <sup>26</sup>

<sup>25</sup> Siehe **Anlage 7**, Innovatives Brandschutzkonzept, Vermerk zum Gespräch mit Bauaufsicht am 13.10.2014 / Planskizzen mit Schnitten / schematischen Grundrissen und Erläuterungen

<sup>26</sup> Siehe **Anlage 8**: Funktionsschnitt / Visualisierung Speicher nach innovativem Brandschutzkonzept

Die noch vielfältig vorhandene Transport-, Reinigungs-, Speicher- und Schütttechnik für das Korn, die Mechanik der Klappen und Schieber unterhalb der Holzdecken, die alten, grundsätzlich noch funktionsfähigen Wassertanks usw. sollen dabei nicht nur erhalten, sondern möglichst auch beispielhaft wieder in Gang gesetzt und inszeniert werden. Auch unabhängig von einem Verzehr in der Gastronomie sollen der Zugang zur Ausstellung und zum „Ausguck“ möglich sein – sowohl über die interne Treppe wie einen internen Aufzug.

Ermöglicht wird eine Lösung nach diesem Konzept durch den Einsatz neuester Technik, eine sog. „automatische Löschanlage erhöhter Zuverlässigkeit“. Dieses System wurde ursprünglich für Serverräume in Datenzentren oder ähnliche Bereiche entwickelt, wo übliche Sprinkleranlagen oft größte Schäden durch Löschwasser anrichten, auch dann, wenn der Brand schnell einzudämmen ist. Es besteht im Kern aus einem Hochdruck-Wassernebelwerfersystem, das im Gegensatz zu Sprinklerdüsen auch „abseitige“ Zonen sicher erreicht, den Brandherd wirksam löscht und baukonstruktive Teile kühlt. So kann auch weitgehend auf massive „Verbauungen“, brandsichere Abschlüsse und feuerhemmende Beschichtungen etc. verzichtet werden, bleiben der Charakter der Konstruktion und des Raums erhalten.

Dieses System, aus den USA stammend, wurde in Deutschland zwar schon häufiger für industrielle Zwecke o.ä. verwendet, jedoch bisher nur sehr selten für Baudenkmäler – aber z.B. beim Wiederaufbau der abgebrannten Anna-Amalia-Bibliothek in Weimar oder der Sanierung der Akademie der Künste (Hanseatenweg) in Berlin. Der geplante Einsatz in einem technischen Denkmal, zumal einer wesentlich aus Holz und Gusseisen bestehenden Konstruktion, dürfte nach Wissen der Verfasser in Deutschland sehr „innovativ“ sein und erfüllt wesentliche Wünsche und Vorgaben des Denkmalschutzes viel besser als übliche Verfahren. Auch damit könnte also, hier auf bautechnischem Sektor, der innovative Anspruch eines „Mustergut 3.0“ gut erfüllt und dargestellt werden.

Ergänzt wird dieses System durch einen „Fluchtweg zwei in eins“: Das jetzige Treppenhaus soll durch Umbau und eine Druckbelüftung so ertüchtigt werden, dass es auch im Brandfall feuersicher und rauchfrei bleibt – und damit ein absolut sicherer Fluchtweg. Bei automatischer Alarmauslösung wird etwaig durch geöffnete Türen etc. eindringender Rauch aus dem Treppenhaus weggeblasen, dabei werden auch die betroffenen Etagen „zwangsbelüftet“.

Durch einen innenliegenden Aufzug wird dabei auch Barrierefreiheit gesichert – ohne dass der äußere Anblick, wie bisher angedacht, durch einen separaten Treppen- und Aufzugsturm mit Verbindungsbrücken und Durchbruch zu jeder Etage verschandelt werden müsste. Das benannte neuartige System ist damit, nach bisher ermittelbaren Informationen, sogar kostengünstiger realisierbar.

Der externe Funktionsbau für die Gastronomie sichert zudem die Versorgung der umliegenden **Außengastronomie (13)** und stellt Sanitärfunktionen auch für den Veranstaltungsort bereit.

Als Eingangsbereich zum Speicher soll dort, wo früher die Loren der Feldbahn beladen wurden, eine „**Ladehalle**“ (22) als „Ausweichplatz“ für die Außengastronomie bei schlechtem Wetter, als „kleine Markthalle“, als Bühne für kulturelle Angebote und raumbildendes Element ein gedeckter Vorplatz entstehen – nicht wie dato als geschlossener Bau, sondern preisgünstig als (überdeckte) „Pergola“.

Zur Stromversorgung (die benannte Sicherheitstechnik benötigt Notstrom) soll ein kleines BHKW in einer seitlichen Technikbox bzw. „**Energiewürfel**“ (27) errichtet werden. Damit ist aber auch die Beheizung des Speichers im Winter (der so massiv ist, dass er außer an den Fenstern praktisch keine Wärmedämmung benötigt) zu sichern – sowie der Bedarf weiterer Nutzer. Auch eine „Tankstelle“ für E-Bikes kann hier eingerichtet werden. Die Brennstoffversorgung soll über Erdgas erfolgen, das auf der Dorfstraße liegt.

### 6.2.3.2. Scheune

Die mit rd. 800 qm sehr große, stützenfreie, hohe und ebenfalls als technisches Denkmal geschützte **Scheune (23)** eignet sich hervorragend für Veranstaltungen und Vermietungen, sei es ebenfalls für Märkte / Produktpräsentationen, Fachmessen oder kulturelle, gesellschaftliche und repräsentative Anlässe – inklusive verschiedenster „Events“ oder Familien- und Firmenfeiern. Der derzeitige baurechtliche Genehmigungsumfang bzw. Nutzungsstatus ist unklar. Herstellen lässt sich eine einigermaßen wettbewerbsfähige Nutzbarkeit nur durch eine mindestens geeignete „Ertüchtigung“ unter Beachtung wichtiger Aspekte der VStättVO. Aller Voraussicht nach wird die untere Bauaufsichtsbehörde aber auch einen regulären Bauantrag zur Nutzungsänderung (Änderung der Betriebszulassung, nicht mehr nur „landwirtschaftliche Betriebsstätte“ ...) und damit Erstellung einer Planung als Versammlungsstätte fordern, da erkennbar auf 800 qm deutlich mehr Besucher als unterhalb der Maßgaben der VStättVO zulässig (< 199 Personen) Platz finden. Die Auslegung sollte auf ca. 400 Personen erfolgen.



Nur dann ist auch eine wirtschaftliche Nutzbarkeit möglich – zumindest zwischen Mai und Oktober, da die Herstellung einer regulären Beheizbarkeit kostenseitig nicht denkbar und auch nicht nötig ist. Einzelfallweise könnte die Scheune auch, zur Saisonverlängerung oder für besondere Anlässe wie z.B. einen Weihnachtsmarkt, mit einer mobilen Luftheizung „stoßbeheizt“ werden.

Funktional müssen Zugänge und Garderoben, Sanitär-, Lager- und Technikräume sowie Anliefer- und Vorbereitungsmöglichkeiten für die Gastronomie bzw. Catering geschaffen werden. Hierzu wird vorgeschlagen, an Stelle der 6 (!) großen Toröffnungen entsprechende „Funktionsboxen“ in Leichtbauweise „einzuschieben“. Damit kann zugleich das Problem der Fluchtwege (Kennzeichnung, Öffnungsrichtungen, Türbreiten, Stolperfreiheit, Akkublockleuchten etc.) einfach gelöst werden.

Im Weiteren sollte die Innenkonstruktion der Scheune von jahrzehntealtem Staub und Dreck gereinigt, Hülle/Dach abgedichtet und der Fußboden wo nötig begradigt werden. Der Innenraum sollte durch Vorhänge variabel aufteil- und nutzbar gemacht werden, so lassen sich auch flexibel und schnell Funktionen z.B. eines Foyers, eines abgetrennten Vortrags- oder Präsentationsraums etc. herstellen. Die Elektroversorgung muss komplett erneuert werden, die Sanitäreinrichtungen an der jetzigen rückwärtigen Front (hier liegen Zu- und Abwasser) auf zeitgemäßen Stand und die nötige Kapazität gebracht werden.

Da die Dachkonstruktion durch das Aufbringen der Solaranlage statisch bereits „ausgereizt“ erscheint und fraglich ist, ob eine Verstärkung möglich ist und was sie kostet, wird die Einbringung eines variablen, separat aufgeständerten Truss-Systems vorgeschlagen, an dem Vorhänge, Licht- und Tonanlagen etc. montiert werden können. Podestrie / Betischung / Bestuhlung, sonstige mobile Ausstattung sollten beschafft und auch für den variablen Einsatz im Freien geeignet sein.

Für die Nutzung als Versammlungsstätte ist zur Personensicherung der Einbau einer Löschanlage nicht unbedingt zu fordern, wenn das Gebäude wie im Fall der Scheune sehr schnell ebenerdig entfluchtet werden kann. Es ist jedoch zu überlegen, ob dies nicht doch sinnvoll ist – zuletzt ist die Scheune 1912 komplett abgebrannt. Der Anschluss an das Nebel-System im Speicher ist, wie bereits geprüft wurde, technisch möglich und vergleichsweise preiswert.

#### 6.2.4. Sonstige Gebäude und Strukturen

Für die bereits beschriebene Nutzung durch die Hoffungstaler Werkstätten ist die Errichtung einer „**Orangerie**“ (24) bzw. eines Gewächshauses links vom Haupteingang, auf dem Weg zum Speicher vorgesehen, auf der Grundfläche eines ehemaligen Stalls. Wo Segmente dieses Hauses auch als „Schau-Gewächshaus“ für Publikum geöffnet werden sollen, ist Sicherheitsglas nötig, ansonsten nur einfaches Fensterglas. Die Beheizung / Energieversorgung sollte am besten mit über das BHKW neben dem Speicher erfolgen. Verbunden mit diesem Gebäude ist der **Gutsladen** (25) vorgesehen, zentrale Verkaufsstätte für regionale Produkte und auch aller vor Ort hergestellten Erzeugnisse – damit ist Verfügbarkeit gesichert, auch wenn die unmittelbaren Produzenten anders beschäftigt oder nicht anwesend sind. Die Finanzierung dieses Bauwerks sollte, auf Grundlage eines langfristigen Mietvertrages, am besten durch den Flächeneigentümer Berliner Stadtgüter GmbH selbst erfolgen.

Für diese weiteren **Produzenten / Projekte** (26) wird vorgeschlagen, spiegelbildlich zur „Orangerie“ einen weiteren Ergänzungsbau zu errichten – als einfache Werkstätten- / Produktionsräume mit Sanitärtrakt, ggf. durch die Nutzer selbst weiter ausbaubar. Auch hier könnte die Finanzierung auf Grundlage kalkulierter Mietverträge direkt durch die Berliner Stadtgüter GmbH erfolgen.

Zur dringend nötigen Versorgung mit ausreichendem, preiswerten Brauchwasser sollte ein ehemaliger **Tiefbrunnen am Speicher** (28) neu gebohrt, mit einer modernen Enteisungs-Anlage versehen und über Pumpen / Rohrsysteme den Verbrauchern – also den neu gepflanzten Bäumen, den sonstigen Pflanzungen und dem Gewächshaus, die Versorgung der Tiere, „Wasserspiele“ für die Kinder und im „Parcours“, ggf. auch für die WC-Spülungen / Putzwasser usw. zugeführt werden. Auch die Wiedernutzung der noch vorhandenen Hochtanks im Obergeschoss des Speichers ist hier sinnvoll und sollte auch unter dem Aspekt der Folgekosten geprüft werden.

Für den Betrieb des E+E-Projektes, der Schaugehege und Reitanlagen sind ein **Wirtschaftsplatz** (29) und eine vorschriftsgemäße „**Mistplatte**“ (30) anzulegen, auch nutzbar für die Herstellung von Kompost zur Bodenverbesserung / ökologisch nachhaltigen Düngung der Pflanzenkulturen.

Das Gelände bekommt durch alle Bestands- und Ergänzungsbauten (wieder) räumliche Fassung. <sup>27</sup>

<sup>27</sup> Siehe **Anlage 9**, Vogelschau / Blick von Südwest / 3-D-Visualisierung

### 6.2.5. Erlebnisinventar

Die bereits vorhandenen **Schau- und das Streichelgehege (31/32)** sollen etwas komprimiert und damit auch die Zugänglichkeit und Bewirtschaftung verbessert werden. Tatsächlich ist es nach den gewonnenen Erfahrungen sinnvoll, die hier gehaltene Tierzahl relativ gering zu halten, da der dünne, trockene Bewuchs sonst sehr schnell weggefressen und zertreten wird. Dies muss durch eine stetige Frischfuttergabe und gute Tränk-Möglichkeiten ausgeglichen werden, zudem durch eine regelmäßige „Rotation“ mit dem Bestand auf den E+E-Flächen. Dies bedeutet zwar erhöhten Aufwand für die Tierpflege, verbessert aber auch die „Sichtbarkeit“ der Tiere und der Erlebnismöglichkeiten für die Besucher, namentlich Kinder, die sich an der sachgerechten Fütterung (nur über Automaten) oder Übernahme (befristeter) „Patenschaften“ beteiligen können.

Hinter der Scheune können zwei **Reitplätze (33)** angelegt werden, die schon vorhandene Longier-Ronde **(34)** bleibt erhalten. Zum Pony-Reiten und als Sattelfläche / Bereitstellungsplatz für Ausritte ist die „Pony-Bar“ **(35)** vorgesehen.

Der bereits vorhandene **Spielplatz (36)** für kleinere Kinder soll vergrößert und in unmittelbare Nähe des Streichelgeheges verlegt werden – damit auch in Blickweite der Freiluft-Gastronomie, was Eltern sehr dankbar annehmen dürften. Der schon beschriebene „**Erlebnis-Parcours**“ bzw. „**Lehrpfad**“ **(37)** für ältere Kinder / Jugendliche / junge Erwachsene soll sich hiervon westlich in einem eigenen, ggf. sogar eingezäunten Areal (Sicherheitsgründe / Möglichkeit, Eintritt zu erheben) anschließen, zugänglich z.B. mit der „Feldbahn“. Dieser – in Richtung des ehem. Löschteichs auch abschüssige- Geländeteil ist für die Beweidung oder andere Zwecke wenig geeignet, er besteht größtenteils aus überwachsenen Gebäuderesten, dem Hohlweg der Feldbahntrasse, kleineren Hügeln etc.: Gerade dieses Profil macht eine „abenteuerliche Inszenierung“ interessant.

Auch die Details des technischen Denkmals „Kornspeicher“ **(38)** sollen geschickt als solche präsentiert und inszeniert werden: Z.B. durch beispielhafte Funktionsfähigkeit, Erläuterungen, Beleuchtung usw.

### 6.2.6. Kostenrahmen

Die benannten Maßnahmen wurden nach üblichen Kostensätzen / qm und überschlägigen Flächen- und Massenermittlungen für die Freiflächen, die Bauten und deren technische Ausstattung sowie, im Einzelfall, auch konkreten Kostenschätzungen oder Angeboten (so bei der veranstaltungstechnischen Ausstattung und partielle bei dem Hochdruck-Brandschutzsystem für den Speicher) oder für einzelne Maßnahmen auch pauschal angesetzte Summen in einem Kostenrahmen dargestellt.<sup>28</sup>

Eine genauere Kostenschätzung oder gar Kostenermittlung war weder Auftragsinhalt, noch hätte dies im Rahmen des außerhalb der HOAI geschlossenen Werkvertrages und des damit erreichbaren Konzeptstandes erfolgen können, zumal wesentliche Voraussetzungen einer tiefergehenden Planung nach HOAI (z.B. Bestand / Lage technische Medien, genaue Bauzustandsaufnahme der Scheune, Dokumentation der denkmalgeschützten Pflasterungen/Feldbahnreste, Vermessungen etc.) bisher nicht vorliegen. Dennoch kann diesem „Kostenrahmen“ eine hohe Plausibilität zugesprochen werden.

Auf Wunsch des Auftraggebers wurden eine „Minimalvariante“ (dazu gehörende Maßnahmen in der Tabelle mit „MV“ gekennzeichnet) und die weiter gefasste „Vorzugsvariante“ aufgezeigt. Die „**Minimalvariante**“ umfasst die wichtigsten zentral notwendigen Maßnahmen für einen durchführbaren Betrieb des „Mustergutes“ und nennt einen **Betrag von 7,9 Mio. € (brutto, einschließlich Baunebenkosten)**.

Nicht enthalten in der „Minimalvariante“ sind z.B. die Herrichtung der Parkplätze P 2 und P 3 (Teil v. Maßnahme 1), die Bepflanzungen im NW und NO (16 / 17), die Rekonstruktion der Landschaftstore (8), eine Versickerungsanlage, eine Aufwertung / Erweiterung der Ausstellung im Speicher, die vollständige Barrierefreiheit im Speicher und die denkmalgerechte Ertüchtigung auch der Dachetage / Aussichtsplattform, die „Ladehalle“ (22), der vollständige Ausbau der Scheune (23) nach funktionalen Erfordernissen und gemäß VStättVO, der „Erlebnis-Parcours“ (37), der „große Rundweg (5) und die Teilrekonstruktion / Nutzbarmachung der Feldbahn (7). Auch die Errichtung von Orangerie / Gutsladen (24/26) und der Werkstätten für Produzenten/Projekte ist nicht enthalten.

Die „Vorzugsvariante“ des Kostenrahmens, die alle dargestellten Maßnahmen beinhaltet, umfasst rund **13 Mio. € (brutto, inkl. Baunebenkosten)**.

Die „Minimalvariante“ führt natürlich zur Verringerung von Synergieeffekten und Einnahmen im Betrieb.

<sup>28</sup> Siehe **Anlage 10**, Kostenrahmen

## 7. Wirtschaftliches Potenzial / Modellrechnungen

### 7.1. Grundlagen

Für die Aufstellung einer wirtschaftlichen Modellrechnung wurde zunächst versucht, Ist-Zahlen des jetzigen Betriebs zu erfassen, sowohl für den bisherigen tatsächlichen und geplanten Aufwand inkl. Pacht / Miete, Personal- und Betriebskosten, Werbung etc. wie auch für Umsatzerlöse aus den bisher praktizierten Angeboten, Veranstaltungen usw. Hierzu erhielten die Beteiligten FVNB und Agrar-GmbH Erfassungsbögen im Format einer üblichen Plan-Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) für das Jahr 2014. Vom FVNB wurden dazu die dort bekannten (aber schwer abgrenzbaren) Zahlen für den Speicher inkl. Ausstellungsbetrieb zugearbeitet, Pachtzahlungen ergaben sich aus den vorliegenden Verträgen. Die Agrar GmbH lieferte Zahlen für die Durchführung der im Auftrag des FVNB durchgeführten Aufgaben und Dienstleistungen, aber keine Informationen zum laufenden / anteiligen Agrarbetrieb auf dem Gut (wie Sach- und Betriebskosten für die Schaugehege, die Scheune und Veranstaltungen, Personal etc.).

Eine Basis-Aufstellung des notwendigen Aufwands (middle-case) musste daher weitestgehend von Schätzungen und Vergleichen mit ähnlichen Betriebsstrukturen ausgehen. Wertvolle Informationen lieferten dazu insbesondere die Fa. Trollwerk Production GbR, die in Potsdam eine Veranstaltungshalle („Schinkelhalle“) und Open-Air-Veranstaltungen vergleichbarer Dimension betreibt, sowie Florian Kliem/Kantine Neun für den Bereich Gastronomie. Diese Angaben wurden als Grundlage für eine Kalkulation des „allg. Betriebsaufwandes“ eingegeben und in einem nächsten Schritt hinsichtlich der zu erwartenden Aufwüchse / Grundlagen für einen erweiterten Betrieb gem. der „Vorzugsvariante“ (Realisierung aller dargestellten Maßnahmen) ergänzt und erweitert.<sup>29</sup> Insbesondere die Posten Marketing / Werbung, Pacht/Miete, Betriebskosten, Versicherungen und Instandhaltung wurden, da bisher unverhältnismäßig bzw. unrealistisch niedrig, schon vorab deutlich gegenüber dem heutigen Stand bzw. den Angaben dazu angehoben, teilweise um mehrere hundert Prozent.

Zudem wurde ein „Stellenplan“ mit kalkulierten Gehältern/Löhnen und aktuellen Ansätzen für die Sozialversicherung usw. so aufgestellt, dass eine ausreichende und üblich bezahlte, allerdings auch minimale Personalausstattung für das gesamte Jahr in Form von 4 Vollzeit-Stellenwerten für die „Dachorganisation“ und anteilige Personalkosten für die Tierpflege (in der Saison durchschnittlich 0,5 Stellen) enthalten sind. Diese Tabelle<sup>30</sup> enthält auch die Berechnung von netto-Honorarsätzen (Mindestsatz 8,50 €/Stunde), die bedarfsgerecht für ergänzende / variable Aufgaben vorzusehen sind.

In einem nächsten Schritt wurden in einem „Produktplan“<sup>31</sup> die zuvor definierten zentralen Angebote / Dienstleistungen (siehe Kap. 5.4.7.) beschrieben und mit Kalkulationen (Leistungseinheiten und jew. variabler Aufwand, kalkulierte Preise und Erlöse / Roherträge bezogen auf jew. Nutzerzahlen („Pax“) etc. hinterlegt und damit nachvollziehbar geplant.

Zu beiden Grundlagenkalkulationen fanden auch Abstimmungen insbesondere mit Mitarbeitern der Agrar GmbH statt. Finanzplan und Produktplan wurden danach in einer umfangreichen Tabellenkalkulation interaktiv/dynamisch verknüpft und auf eine 5-Jahres-Vorschau ausgelegt.

### 7.2. Produktplan (Vorzugsvariante)

In den Tabellen „Umsatz Produkte“ und „Aufwand Produkte“ generiert der Produktplan aus den Grundansätzen aller 15 Einzelprodukte des „zentralen“ Bereichs und durch Eingabe monatlicher Frequenzen zu jedem einzelnen Produkt nicht nur die Umsätze (inkl. gastronomischer Versorgung), sondern auch den jeweils durch die Produkterbringung entstehenden variablen Aufwand und die dabei erreichte Nutzerzahl. Die Frequenzen wurden dabei nach dem Betriebsjahr 1 („2015“) nur langsam steigend geplant. Diese Liste entspricht damit einem konkreten Veranstaltungs- bzw. Aktivitätenplan.

Ebenso wurden sehr moderate Steigerungen in den Folgejahren bei Preisen / durchschnittlichen Nutzerzahlen pro Leistungseinheit kalkuliert.

Beispielhaft:

<sup>29</sup> Siehe **Anlage 11**, Finanzplan „Vorzugsvariante“, Tabellen „Allg. Betriebsaufwand“ und „allg. Veränderungen“

<sup>30</sup> **Ebenda**, Tabelle „Stellen-Löhne\_Gehälter\_Honorare“

<sup>31</sup> Siehe **Anlage 12**, Produktplan „Vorzugsvariante“

**Prod. Nr. Frequenz im 2. Jahr (2016)**

1.	Gastronomie (Verpachtung)	180 Öffnungstage
2.	Vermietungen Seminar- und Tagungsräume im Speicher	40
3.	Vermietungen Scheune -gewerblich-	16
4.	Vermietungen Scheune -gemeinnützig ganz / gewerbl. halb	12
5.	Vermietungen Veranstaltungsplatz (groß)	10
6.	Vermietungen Veranstaltungsplatz (klein)	17
7.	Eigenveranstaltungen Scheune / Speicher / Platz	4
8.	Ausstellung im Speicher (wie Gastronomie)	180 Öffnungstage
9.	Reitbetrieb	94 Betriebstage
10.	Kremserfahrten	70 Fahrten
11.	Betrieb Schaugehege	141 Betriebstage
12.	Betrieb Spielplatz / Abenteuer-Parcours und –Lehrpfad	120 Betriebstage
13.	Führungen durch die Rieselfelder	38 Führungen
14.	Vermietung Mobiliar / Technik Scheune / Platz	12 Vermietungen
15.	Zentrales Marketing („internes“ / „externes“ Produkt)	Umlage: 24.620,- €

Eine Besonderheit ist dabei das Produkt Nr. 15: Es generiert aus den Umsätzen aller Partner (inkl. „zentrale“ Produkte, Gastronomie und Kooperationspartnern wie z.B. die Hoffnungstaler Werkstätten) auf dem „Mustergut“ nach einem festzulegenden Verteilerschlüssel (siehe hierzu auch Tabelle „Marketing“ im Finanzplan) einen zu zahlenden Beitrag für die (teilweise) Finanzierung dieses wichtigsten Instrumentes zur gemeinsamen Kommunikation / Bewerbung unter der „Dachmarke“. Die – derzeit nur grob schätzbaren- möglichen Umsätze der Kooperationspartner finden sich dabei in der Leistungsbeschreibung zu Produkt Nr. 15.

Im Jahr 2016 ermittelt der „Produktplan“ so auch eine **Gesamtnutzer- bzw. Kundenzahl von rund 103.000** (ohne Kunden der weiteren Kooperationspartner- das überschneidet sich und wäre zudem heute nicht plausibel schätzbar).

Geht man davon aus, dass jeder Besucher etwa 1,8 zahlungspflichtige Angebote / Dienstleistungen wahrnimmt (z.B. eine Besichtigung der Ausstellung und ein Getränk in der Gastronomie), entspricht dies einer Zahl von **rund 57.000 Besuchern im Jahr**, d.h. bei 180 Öffnungstagen durchschnittlich **317 Besuchern pro Tag** – inkl. aller Tagungen, Großveranstaltungen usw. Diese Werte sind als plausibel und –bei interessanter Angebotsgestaltung und gutem Marketing- auch erreichbar einzuschätzen.

Die Kalkulation ist in jedem Teilschritt nachvollziehbar und variabel angelegt. Verändert man die einzelnen Faktoren, verändern sich dynamisch alle Ergebnisse. Das macht auch ggf. nötige oder sinnvolle Nachführungen / Korrekturen handhabbar und vor allem transparent.

**7.3. Finanzplan (Vorzugsvariante)**

Der Finanzplan führt die Angaben aus dem Produktplan zusammen mit den allgemeinen Betriebskosten / Personalkosten etc., wobei über die Tabelle „allg. Veränderungen“ ebenso Kostensteigerungen in den Folgejahren berücksichtigt sind. Dabei sind Aufwand wie Erlöse „über alles“ dargestellt; eine später möglicherweise sinnvolle Aufteilung/Differenzierung hängt von der Gestaltung des Betriebsmodells ab. Ausgeworfen werden in der Tabelle „Deckungsbeiträge“ auch die wichtigen Kennzahlen, welches Produkt welche Deckung / Marge selbst hat – und welchen Anteil der Deckung des Gesamtaufwands.

Im Jahr 2016 wären nach den wie beschrieben kalkulierten Zahlen interessanterweise der Reitbetrieb, die Ausstellung und der Erlebnis-Parcours <sup>32</sup> die Produkte mit den höchsten Deckungsbeiträgen zum Gesamtaufwand. Alle Angaben werden in der Plan-GuV und der GuV-Übersicht zusammengeführt.

**Demzufolge kann das <Mustergut Hobrechtsfelde> bereits im Jahr 3 („2017“) bei Umsatzerlösen von rund 381 T€ und einem geringfügig geringen Betriebsaufwand den „Break-Even“ erreichen, in den Folgejahren sogar deutlich positive und wachsende Betriebsergebnisse erzielen: <sup>33</sup> Dies ist vor dem Hintergrund der „konservativen“ und vorsichtigen Annahmen eine durchaus positive Perspektive.**

<sup>32</sup> Siehe Tabelle „Deckungsbeiträge“ in **Anlage 11** (Finanzplan, Vorzugsvariante)

<sup>33</sup> Siehe Tabelle „GuV-Übersicht“ aus Finanzplan „Vorzugsvariante“ in **Anlage 11**, letztes Blatt

Festzuhalten ist dabei aber auch: Dieser Finanzplan kann zum derzeitigen Stand nur den laufenden Betrieb abbilden, aber noch nicht nötige Investitionen / ggf. Zinszahlungen und damit auch noch keine Abschreibungen (zum Cash-Flow) berücksichtigen, da hierfür noch keine belastbaren Informationen zu Eigenanteilen / Förderungen etc. vorliegen. Ebenfalls noch nicht berücksichtigt ist eine Vorlaufzeit von mindestens einem Jahr, in der mit der Erarbeitung von Marketing-Grundlagen (Dachmarke etc.) sowie frühzeitig mit ersten konkreten Einwerbungen von Veranstaltungen etc. und sonstiger Werbung begonnen werden muss. Hier fallen bereits erhebliche Sach- und Personalkosten an, die vorzufinanzieren sind. Entsprechend können sich die Betriebsergebnisse inkl. Verlustvorträgen und damit der Zeitpunkt des „Break Even“ verändern.

#### 7.4. Auswirkungen und Übersicht „Minimalvariante“

Nimmt man die baulich-strukturelle „Minimalvariante“ (siehe Markierung „MV“ im Kostenrahmen, Anlage 10) als Grundlage, fallen ganze Produkte aus. Es verringern und verschieben sich auch weitere Erlöse, teilweise aber auch der variable Aufwand – im Ergebnis insgesamt zum deutlich Schlechteren:

Ein „Break Even“ ist nicht bzw. nicht bei „konservativer“ Berechnung zu erreichen, auch dann nicht, wenn man z.B. den Aufwand für Personal und Marketing verringert – was wiederum fraglich macht, dass die angesetzten Umsätze überhaupt erreicht werden können. Diese Variante ist daher auch nur bis zu einer Ebene durchgerechnet worden, die (zumindest derzeit) noch betriebswirtschaftlich vertretbar erscheint. Das Ergebnis bleibt aber damit weiterhin nicht wirtschaftlich tragfähig.

Zum Vergleich ist die GuV-Übersicht aus dem Finanzplan dieser „Minimalvariante“<sup>34</sup> beigefügt.

### 8. Betriebsmodell

Wie beschrieben, hat ein Betriebsmodell als übergreifende „Dachorganisation“ des <Mustergut Hobrechtsfelde> folgende Hauptfragen im Zusammenhang zu lösen:

1. Es sollen ein einheitlicher Besitz/Verwaltung und eine abgestimmte Nutzung der Liegenschaften auf dem Gut Hobrechtsfelde gesichert werden, durch Bündelung / Übernahme der Verträge zwischen der Berliner Stadtgüter GmbH und dem FVNB (Erbbaurechtsvertrag für Speicher mit Umgriffsflächen und Wegerecht zur Dorfstraße) und der Agrar GmbH Crawinkel (Pachtvertrag für die Gutsfläche samt Scheune etc., weitere Flächen außerhalb des E+E-Projektes)
2. (nur) damit kann ein einheitliches „Fördersubjekt“ geschaffen werden, das über die Liegenschaften im Zusammenhang verfügt und für die nötigen Investitionen Förderanträge stellen, Finanzierungen aufnehmen und Belastungen vornehmen kann etc., sowie die damit erstellten Bauten/Flächen wiederum zur Nutzung verpachten/vermieten kann
3. Dabei muss auch selbst investiert werden, d.h. zumindest relevante Eigenmittel-Anteile bereitgestellt bzw. verfügbar gemacht werden
4. Es soll zudem eine einheitlich agierende Betriebsorganisation geschaffen werden, die das strategische und operative Marketing unter der „Dachmarke“, das laufende Management / die Veranstaltungsplanung und –Durchführung, den umfassenden „Service“ und insgesamt die Qualitätssicherung auf dem Gut sicherstellt – und damit den betriebswirtschaftlichen Erfolg.

Bei der Entwicklung von Lösungsvorschlägen für diese Aufgabe sind verschiedenste Aspekte zu beachten, so bestehende Satzungen oder Zweckbindungen von Beteiligten, bestehende Vertragsbindungen, gesellschaftsrechtliche und steuerrechtliche Notwendigkeiten/Optionen, zudem Fragen der Vermögens- und der Risikoabsicherung.

Der nachstehende Vorschlag ist daher als erster Entwurf zu verstehen. Die wirtschaftlichen und juristischen Voraussetzungen und Lösungsmöglichkeiten, insbesondere auch steuerrechtliche und fördertechische Fragen (u.a. Gemeinnützigkeit der Besitzgesellschaft?) und Gestaltungsmöglichkeiten, müssen im Weiteren kompetent geklärt und geprüft werden. Dies war nicht Auftragsinhalt und kann im Rahmen dieses Auftrages, unter den bisherigen Voraussetzungen, auch ohne Einbindung z.B. auch qualifizierter Wirtschafts- und Rechtsberater nicht weiter bearbeitet werden. Als Entwurf zum Einstieg in eine weiterführende Diskussion aller Beteiligten wird folgendes Modell vorgeschlagen:<sup>35</sup>

<sup>34</sup> siehe **Anlage 13**, GuV-Übersicht aus Finanzplan „Minimalvariante“

<sup>35</sup> siehe **Anlage 14**, Entwurf Strukturschema Betriebsmodell



## 8.1. Besitz und Verwaltung

### „Hobrechtsfelder Gutsgesellschaft mbH (gemeinnützig)“

#### Steuerbegünstigte Zwecke gem. § 52 AO / zu einzelnen Absätzen:

- Förderung des Denkmalschutzes und der Denkmalpflege  
– durch denkmalgerechte Erhaltung und Nutzung des Gutes (Abs. 6.)
- Förderung des Naturschutzes, der Landschaftspflege und des Umweltschutzes (8.)
- Förderung des öffentlichen Gesundheitswesens und der öffentlichen Gesundheitspflege (3.)
- Förderung von Wissenschaft und Forschung (1.)
- Förderung der Erziehung, der Volks- und Berufsbildung, insbesondere im Bereich der Umweltbildung und zur nachhaltigen, umweltschonenden Ressourcennutzung und Landwirtschaft (7.)
- Förderung von Kunst und Kultur (5.)

#### Rechtsverhältnisse:

- tritt in Erbbaurechtsvertrag des FVNB für den Speicher ein (Möglichkeiten und Weg zu klären mit Berliner Stadtgüter GmbH)
- pachtet langfristig (anstelle Agrar GmbH) die sonstigen Flächen des Gutshofs und anliegende Bereiche (Flächen in kleinem Rundweg, ehem. Kletterpark, P2, P3, ...) von der Berliner Stadtgüter GmbH und „WoBeGe“

#### Wirtschaftliche Funktionen:

- investiert (übergreifend) und ist (zentraler) Fördermittelempfänger
- kann selbst im steuerbegünstigten Zweckbetrieb z.B. den Ausstellungs- und Besichtigungsbetrieb des Speichers, Führungen, Naturschutz- und Umweltbildungsformate sowie sonstige unmittelbar zweckerfüllende Angebote und Veranstaltungen durchführen oder im Auftrag durchführen lassen (mögliche Einbeziehung des Betriebs von Schaugehege und Spielplatz / Parcours prüfen)
- ist Partner für zweckerfüllende / -ergänzende Kooperationen
- Verpachtet / vermietet langfristig die Gebäude und Flächen für Nutzungen, die darüber hinaus dem (steuerbegünstigten) Zweck dienlich sind: Als steuerfreie Vermögensverwaltung mit Umsatzsteueroption (7%). (Voraussetzung: Erbbaurechtsgeber / Verpächter optieren ebenfalls, alle Unterpacht- und Mietverträge werden gewerblich geschlossen – dann könnte auch die Umsatzsteuer aus den Investitionen gezogen werden!)

S. 34

#### Beteiligungsverhältnisse z.B.:

- |                                      |       |
|--------------------------------------|-------|
| - Förderverein Naturpark Barnim e.V. | 25,3% |
| - Berliner Stadtgüter GmbH           | 24,9% |
| - Agrar GmbH Hobrechtsfelde          | 24,9% |
| - Hoffnungstaler Werkstätten gGmbH   | 24,9% |

#### Beirat:

Zusätzlich sollte ein Beirat eingerichtet werden (Mitglieder z.B.: Naturpark Barnim, Berliner Forsten, Landkreis Barnim, Gemeinden Panketal und Wandlitz, Stadt Bernau, Bezirk Pankow von Berlin, Bremer Höhe eG, BBG Buch, HNEE und ggf. weitere Hochschulen, Fachverbände, Stiftungen, zweckähnliche Vereine, ...), der das <Mustergut Hobrechtsfelde> und seine Gesamtentwicklung unterstützt und begleitet.

## 8.2. General-Pächter und -Betreiber

### Gut Hobrechtsfelde Betriebsgesellschaft mbH

#### Zwecke:

- Übergreifendes Gesamtmarketing / Koordination von Nutzungen und Veranstaltungen, eigene Bewirtschaftung zentraler Nutzungsbereiche sowie damit koordinierte gewerbliche (Unter-) Verpachtung / Vermietung

#### Rechtsverhältnisse und wirtschaftliche Funktionen:

- Pachtet gewerblich von Gutsgesellschaft (ggf. in Einzelverträgen) alle Flächen und Bauten auf dem Gutshof und sonstige zugehörige Betriebsflächen zum integrierten, saisonübergreifenden Betrieb.
- Investiert ergänzend / ggf. mit speziellen (gewerbl. ausgerichteten) Fördermitteln und im Zusammenwirken mit Nutzungspartnern / Unter-Pächtern (Ausbau, Ausstattung, ...)
- Plant und realisiert alle übergreifenden Marketing- und PR-Aktionen, gesamte Werbung
- bewirtschaftet selbst zentral kurzfristige Vermietung / Nutzung von Scheune und Veranstaltungsflächen (Betrieb Spielplatz + Parcours; Schaugehege verbunden mit E+E-Projekt über Dienstleistungsvertrag mit Agrar GmbH)
- Unterverpachtet / vermietet mittel- und langfristig gewerblich Flächen / Nutzungsrechte an:
  - Gastronomie
  - Orangerie / Baumschule
  - Werkstätten / Produzenten und Projekte
  - Pflanzfläche f. „Urban Gardening“
  - übrige landwirtschaftliche Betriebsflächen für E+E-Projekt an Agrar GmbH
  - Reit- und Kremserbetrieb
  - etc.

#### Beteiligungsverhältnisse z.B.:

- |   |        |
|---|--------|
| - Gutsgesellschaft                                  | 50,3 % |
| - Gastronomie-Pächter                               | 15,9 % |
| - Veranstaltungs-/ Kulturagentur                    | 15,9 % |
| - Netzwerk Regionalprodukte / Q-Regio               | 15,9 % |
| (oder ggf. auch andere / weitere, kleinere Partner) |        |

Idealerweise sollte die Geschäftsführung der „Gutsgesellschaft“ zugleich GF der „Betriebsgesellschaft“ sein (zumindest anfänglich). Auch wichtiges weiteres Personal (z.B. Assistenz / Verwaltung / Techniker) kann dann bedarfsorientiert bzw. saisonübergreifend in beiden Firmen eingesetzt werden.

## 9. Ansätze für mögliche investive Finanzierung / Förderung

### 9.1. Förderkulisse(n)

Das Gebiet der Gemeinde Panketal (und damit das Gut Hobrechtsfelde) konnte auch in der neuen EU-Förderperiode im ELER-Programm („Europäische Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums“), trotz der unmittelbaren Nähe zur Hauptstadt Berlin und der bereits hohen Bevölkerungsdichte, den Status als „ländlicher Raum“ behalten. Damit ist hier auch weiter die Möglichkeit der Förderung aus dem „Entwicklungsplan für den ländlichen Raum (EPLR)“ möglich.

Die Förderarchitektur für den ELER im Land Brandenburg für die neue Förderperiode 2014-2020 setzt vier Schwerpunkte, dabei stehen sechs Ziele der ELER-Prioritäten im Fokus:



Die beschriebenen Themen und Inhalte des <Mustergutes Hobrechtsfelde> zeigen schon hier eine große Übereinstimmung mit den grundsätzlichen Schwerpunkten und Zielen dieses Förderansatzes. Der EPLR setzt 19 Maßnahmenbündel an, darunter die Förderinstrumente „Integrierte Ländliche Entwicklung“ (ILE) und LEADER, die in der neuen Förderperiode auf der Grundlage „Regionaler Entwicklungsstrategien“ (RES) agieren.

Die RES für den Barnim verfolgt als Schwerpunkte die Bildung von Netzwerken im Bereich des Tourismus sowie die Förderung von Projekten der innovativen Wertschöpfung. In der –bisherigen- Förderrichtlinie für ILE / LEADER<sup>37</sup> sind dazu u.a. folgende „passende“ Förderinhalte genannt:

- Maßnahmen zur Förderung der Vernetzung und Vermarktung land- und naturtouristischer Angebote und Dienstleistungen
- Bündelung und Vernetzung land- und naturtouristischer Angebote und Dienstleistungen,
- (...) Entwicklung von Angeboten und Dienstleistungen des Land- und Naturtourismus,
- Vermarktung land- und naturtouristischer Angebote und Dienstleistungen
- Maßnahmen der wirtschaftlichen Entwicklung zur Erhaltung oder Schaffung von Beschäftigungs- und Einkommensmöglichkeiten
- Dorftypische Gewerbe-, Handwerks- und Dienstleistungstätigkeiten
- Maßnahmen von überregionaler Bedeutung zur Entwicklung und Gestaltung von ländlichen Räumen mit hohem Kultur- und Naturwert und zur Erhaltung, Wiederherstellung und Verbesserung des Kulturerbes
- Investitionen zur Entwicklung von Vorhaben mit hohem Kultur- und Naturwert
- Maßnahmen zum Erhalt und zur Verbesserung des natürlichen Erbes
- Errichtung und Ausstattung von Besucherinformationszentren (BIZ) der Großschutzgebiete
- Informations-, Bildungs- und Beratungsleistungen
- Innovative Vorhaben zur Entwicklung und Verbesserung der betrieblichen Wertschöpfung oder zur Verbesserung der Umweltsituation und der Lebensqualität

Die Fördersätze liegen zwischen 30% und 85%, u.a. abhängig auch vom Status der steuerrechtlichen Gemeinnützigkeit des Fördermittelempfängers. Die neue Förderrichtlinie für die aktuelle Förderperiode soll, nach Prüfung des eingereichten OPs durch Brüssel, gemäß Auskunft des zuständigen Ministers wahrscheinlich im März 2015 veröffentlicht werden. Vorsorglich hat der FVNB das Projekt <Mustergut Hobrechtsfelde> bereits bei der LEADER-AG des Landkreises Barnim angemeldet.

<sup>36</sup> Siehe aktuelle website des MLUL Brandenburg: [www.eler.brandenburg.de/cms/detail.php/bb1.c.380869.de](http://www.eler.brandenburg.de/cms/detail.php/bb1.c.380869.de)

<sup>37</sup> Vom 05. Juli 2012, geändert am 11. Dezember 2012 und am 23. Dezember 2013

Eine weitere denkbare Förderkulisse ist das Programm **“INTERREG IVa”** für die Euroregion „Pomerania“, zu der auch der Landkreis Barnim gehört. Auch hier sind Investitionen in größerem Umfang förderfähig. Allerdings sind dabei immer polnische Partner mit ähnlichen / übereinstimmenden Projektinhalten einzubinden.

Auch das Programm **EFRE** (Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung) könnte eine Option sein – in der neuen Förderperiode ist ein Schwerpunkt die „Integrierte Entwicklung von städtischen und ländlichen Räumen“ (bisher: „Wirtschaftsnahe, touristische und Verkehrsinfrastrukturen“). Hier wären insbesondere die Antragsberechtigung und mögliche Kollisionen („Doppelförderung“) mit schon bisher bewilligten / parallel laufenden Förderungen aus EU-Mitteln zu prüfen.

## 9.2. Antragsvoraussetzungen

Förderungen von (Bau-)Investitionen durch EU-Programme setzen in der Regel voraus, dass prüffähige Bauplanungsunterlagen vorliegen, entsprechende Eigenanteile / die Gesamtfinanzierung dargestellt sind und der Nachweis geführt wird, dass die Folgekosten gesichert sind.

Im Rahmen des bisher erteilten Auftrages bzw. Werkvertrages konnten, wie für Bauplanungsunterlagen der verschiedenen Phasen nach HOAI gefordert ist, die notwendigen Architekten - und Ingenieurleistungen nicht erbracht werden. Zu prüfen und mit den Bewilligungsstellen abzustimmen wäre durch den Auftraggeber auch, bis zu welcher Erarbeitungsphase der HOAI die für eine Prüfung notwendigen Antragsunterlagen erstellt werden müssen – ggf. bis zur Phase 4 (Genehmigungsplanung – zeitaufwendig und teuer), oder „nur“ bis zur Phase 3 mit einzelnen Qualifizierungen (z.B. Brandschutz). In aller Regel müssen die Planungskosten auch vom Antragsteller vorfinanziert werden – bei (und falls) Bewilligung dann mitfinanziert. Auch der Nachweis der Sicherung der Folgekosten ist nur zu leisten, wenn weiterführende qualifizierte Untersuchungen, abgestimmt auch mit der Bauplanung (z.B. Prognose der Betriebskosten), tiefergehende Markt-, Zielgruppen- und Kaufkraftstudien, Preis- und Leistungsvergleiche mit Konkurrenten, Interessenbekundungen von Partner / Mietern und vor allem professionelle Marketingkonzepte vorgelegt werden. „Knackpunkt“ aber ist, neben der Frage der gesicherten Verfügbarkeit der Liegenschaften, die Bereitstellung / der Nachweis von Eigenmittel-Anteilen.

## 9.3. Eigenmittel

Der FVNB als gemeinnütziger Verein ohne eigenes Vermögen oder wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb kann keine eigenen Mittel für Bauinvestitionen, insbesondere nicht in der benötigten Dimension einbringen. Ggf. ist es ihm möglich, dies mittelbar durch Einwerbung von Stiftungen / Unterstützern / Sponsoren zu tun.

ILE und auch EFRE sind im Kern Wirtschaftsförderprogramme, beide schließen nicht aus bzw. fordern sogar, dass Wertschöpfung und Beschäftigung entstehen – und damit Rendite. Darstellbar ist daher auch, dass die Eigenmittelanteile von weiteren Beteiligten investiert werden – und sich entsprechend verzinsen, also durch Miete / Pacht.

Aus diesem Grunde wurde im Finanzplan (Vorzugsv.) auch der bisherige Ist-Ansatz von Pachtzahlungen an den Eigentümer Berliner Stadtgüter GmbH für den Speicher und das Gutsgelände samt Scheune deutlich angehoben – um rund 3.300,- € monatlich (und moderaten Steigerungen in den Folgejahren).

Dies ergibt rund 40.000,- € Mehreinnahme p.a., umgerechnet als Kapitaldienstleistung (insgesamt 5% - 3% Rendite, 2% Kapitalrückzahlung) lässt sich damit ein Eigenmittelvolumen von ca. 800.000,- € darstellen, bei einer Förderquote von 75% könnte allein dies ein Gesamtinvestitionsvolumen von 3,2 Mio. €. ermöglichen. Würde die Investition zur Errichtung der „Orangerie“ (angesetzt hier mit rd. 600 T€, voll refinanziert durch langfristige Mieteinnahmen) ebenfalls „in toto“ auf die Gesamtinvestitionen für das „Mustergut“ gerechnet, ergeben sich weitere 2,4 Mio. € Gesamtinvestition – abzüglich der Investition für die Orangerie also 1,8 Mio. € zur Verwendung für das „übrige“. Damit wären bereits 5 Mio. € (bei einer Förderquote von 75%) erreichbar; käme die Errichtung der (zu vermietenden) „Werkstätten“ für Produzenten/Projekte (rd. 900 T€) in gleicher Weise hinzu, wären es zusätzlich 2,7 Mio. €, damit insgesamt 7,2 Mio. € verfügbar.

Prädestiniert für derartige Investitionen (in eigenes Grundeigentum!) sind sicherlich die Berliner Stadtgüter GmbH (die auch als Mitgesellschafter der Besitzgesellschaft vorgeschlagen sind).

Zusätzlich sollte versucht werden,

- a) Finanzierungsbeiträge der belegenen Kommunen (Landkreis Barnim und Gemeinde Panketal) einzuwerben, insbesondere für Aufgaben / Maßnahmen wie die Erschließung, Wegebau und Freiflächengestaltung oder den Mehraufwand für denkmalpflegerische Maßnahmen
- b) Auch die Pächter / Mieter, wo langfristig vertraglich zu sichern, an den Investitionen angemessen zu beteiligen, zumindest bei Innenausbau / Ausstattung (z.B. Gastronomiepächter).

Die Erfahrung zeigt, dass bei fast allen derartigen Projekten die Beschaffung der Eigenmittel zunächst unüberwindbar erscheint – aber wenn das Konzept stimmt (wovon hier ausgegangen wird) und einer der Beteiligten / Angesprochenen eine erste Zusage gibt, sich Kettenreaktionen entwickeln. Genau diese gilt es vorzubereiten und zu ermöglichen.

## 10. Weiterführende Empfehlungen

Dem Auftraggeber FVNB und allen weiteren wesentlich Beteiligten wird daher empfohlen, in intensive konstruktive Gespräche zu treten, die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen zu schaffen und insbesondere sicher zu stellen, dass eine aktive Verfolgung der Projektentwicklung und der nötigen Qualifizierung von Antrags- und Finanzierungsunterlagen erfolgt, weitere Interessenten und Partner eingebunden werden und auch öffentliche Unterstützung generiert wird. Dazu muss das Projekt <Mustergut Hobrechtsfelde> vor allem auch „sichtbar werden“.

Es sollte daher ein –ausreichendes!- Budget „zusammengelegt“ werden, um die Planer mit der Erarbeitung geforderter Unterlagen, um notwendige weiterführende Untersuchungen und Vorbereitungen zu beauftragen (insbesondere auch Marketingkonzept/Dachmarke!). Zudem sollte ein Projektverantwortlicher benannt werden, der sämtliche Kommunikation mit allen Beteiligten und weitere Schritte steuert, abstimmt und organisiert – und am besten auch (regelmäßig) vor Ort tätig und ansprechbar ist.



## Anlagenverzeichnis

- Anlage 1.....Lageplan I / Beteiligte
- Anlage 2.....Entwicklungs-Thesen / Einladung zum 1. Workshop
- Anlagen 3.1-3.3.....Kartenskizzen „Fahrradtour“, „Tour mit dem Auto“, „Annäherung zu Fuß“
- Anlage 4.....Entwicklungs-Skizzen zur inneren Erschließung aus dem 2. Workshop, 21.5.2014
- Anlage 5.....Lageplan II / Maßnahmenplan I M 1:1500 <Mustergut Hobrechtsfelde>
- Anlage 6.....Lageplan III / Ausschnitt <Mustergut Hobrechtsfelde>
- Anlage 7.....Innovatives Brandschutzkonzept, Vermerk zum Gespräch mit Bauaufsicht am 13.10.2014 / Planskizzen mit Schnitten / schematischen Grundrissen und Erläuterungen
- Anlage 8.....Funktionsschnitt Speicher / Visualisierung Speicher nach innovativem Brandschutzkonzept
- Anlage 9.....Vogelschau / Blick von Südwest / 3-D-Visualisierung
- Anlage 10.....Kostenrahmen Investitionen
- Anlage 11.....Finanzplan „Vorzugsvariante“ mit GuV-Übersicht
- Anlage 12.....Produktplan „Vorzugsvariante“
- Anlage 13.....GuV-Übersicht aus „Finanzplan Minimalvariante“
- Anlage 14.....Entwurf Strukturschema Betriebsmodell