



Berlin, July 2007, 3. überarbeitete Auflage



H₂O-Museum

Entdeckungen in Sachen Wasser



Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten Sie gerne mitnehmen auf eine Entdeckungsgreise in Sachen Wasser. Mit unseren Ausstellungen öffnen wir die Tore zur unbekanntem Welt des Wassers. In Leitungsrohren durchfließt es unser Alltagsleben. Als Erfrischung genießen wir dieses gute Nass. Vom Heilwasser bis zum Kühlwasser, von der Wassergeburt bis zur Wasserleiche, kein anderes Naturelement kann diese Vielfalt und Faszination bieten. Wasser, das (noch) unbekanntes Kultobjekt?

Mit allen Sinnen, spielerisch-experimentierend oder ganz entspannt kann man die Vielfalt des Wassers kennen lernen. Das H₂O-Museum will mit unterschiedlichen Präsentationsformen neue Zugänge zum Wasser eröffnen. Ganz gleich, wie viel man über Wasser zu wissen glaubt, alle entdecken etwas Neues. Facettenreich und kunstvoll, teils feucht und exotisch zeigt sich die Welt des Wassers. Alle Wasserthemen werden (natur-)wissenschaftlich beschrieben.

Wir wenden uns an Sie, weil wir davon überzeugt sind, dass Sie dem Element Wasser in besonderer Weise zugeneigt sind und es begrüßen würden, wenn ein Unternehmen wie das unsere Erfolg hat. Wir würden Sie sehr gerne bei unseren Entdeckungen in Sachen Wasser mit an Bord wissen. Ihre Meinung ist uns sehr wichtig. Über eine Nachricht von Ihnen würden wir uns sehr freuen.

Isabel da Silva Matos

Dr. Michael Hofmann

Inhalt

Begrüßung

1. H₂O-Museum
2. Wasser/Kultur in Berlin
3. Das Konzept
 - 3.1 Ausstellungsbereich
 - 3.2 Gastronomie und Shop
 - 3.3 Kultur-Events
4. Die Zielgruppen
5. Das Team
6. Das Gebäude – Wunschprofil
7. Die Finanzierung





I. H₂O-Museum

Das H₂O-Museum bietet seinen Besuchern eine Entdeckungsreise zum Wasser in seiner gesamten Vielfalt und Komplexität.

Wasser, intensiv erforscht und doch unbekannt. Kein Naturelement ist so vielseitig, spannend und faszinierend wie das Wasser! In festen wie auch wechselnden Ausstellungsteilen werden natur- und geisteswissenschaftliche Wasserthemen mit Bezügen zu medizinischen, sozialen, politischen, kulturellen und religiösen Aspekten vorgestellt. Passend dazu werden Orte aus aller Welt präsentiert, wo Wasser eine besondere Bedeutung hat.

Wie ein roter Faden zieht sich das Wasser auch durch die Gastronomie und den Shop. Hier können in einer Wasserbar Mineralwässer aus aller Welt und für alle Gemütslagen getrunken werden. Man erfährt Wissenswertes über die Wirkung der Mineralstoffe, Trinkkuren und die balneologischen Anwendungen des Wassers. Zur Erinnerung an den Besuch können im Wassershop Wasserobjekte, Bücher und Informationsmaterial zum Thema Wasser angesehen und erworben werden.

Ungewöhnliche, innovative Präsentationsformen sind wesentlicher Bestandteil des Konzepts, um einen ebenso ungewöhnlichen Stoff einem breiten Personenkreis zugänglich zu machen. Spielerisch-praktisch oder in Ruhe und entspannt wird das Wesen des Wassers kommuniziert. Der Besucher kann sein persönliches „blaues Wunder“ erleben.

Als komplettierender Bestandteil des Konzeptes sind die Kulturveranstaltungen zu sehen. Hier werden Wasserthemen z.B. literarisch, darstellend oder musikalisch aufgegriffen und dargeboten. Auch die einzelnen Wasserorte und -länder stellen sich im Rahmen der Kultur-Events vor.

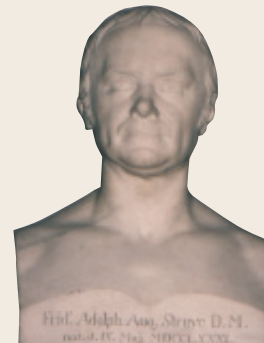
Mit dieser interdisziplinären Herangehensweise ist das H₂O-Museum einmalig und setzt sich deutlich von den ansonst bekannten, thematisch eng begrenzten „Wassermuseen“ ab.



2. Wasser/Kultur in Berlin

Berlin wird weltweit als Kulturmetropole wahrgenommen. Neue Kulturangebote in Berlin setzen sich von Anfang an einem starken Wettbewerb aus. Man bewegt sich aber auch in einem positiven Umfeld, wo innovative Konzepte und neuartige Angebote auf ein großes Potential stoßen. Berlin bietet für das geplante H₂O-Museum zahlreiche wichtige Standort- und Marktvorteile, die, richtig genutzt und „in Szene gesetzt“, den Erfolg kurz-, mittel- und langfristig sichern.

Berlin ist ideal für unser Projekt. Es gilt nicht nur als Stadt der Museen, der Kunst und Kultur, sondern ist auch die Stadt des Wassers, der Flüsse, Seen, Kanäle und Häfen. Auf 197 km Wasserwegen kann Berlin per Boot erkundet und entdeckt werden. Alle 2 Jahre findet in Berlin die weltgrößte Messe zum Thema Wasser und Abwasser statt. Die Berliner Wasserbetriebe gehören zu den größten Wasserversorgungs- und Abwasserentsorgungsunternehmen in Deutschland. Auch die Verbindung „Wasser und Gesundheit“ hat eine lange Tradition in Berlin. Bereits Mitte des 18. Jahrhunderts entstand der Kur- und Badeort Luisenbad im Bereich des heutigen „Gesundbrunnens“. Später, Anfang des 19. Jahrhunderts, gründete F.A.A. Struve in Berlin seine Anstalt für künstliches Heilwasser, das er weltweit verkaufte. All dies, dazu der historische und wieder gewonnene Metropolencharakter macht Berlin zu einem ausgezeichneten Standort für unser Unternehmen.



Erfinder des
"künstlichen Heilwassers"



3. Das Konzept



Das H₂O-Museum macht Wasser erfahr- und erfühbar. Es bietet Genuß und Erkenntnis. So wie sich das Wassermolekül aus drei Atomen zusammensetzt, so besteht auch unser Konzept aus drei Teilen:

Ausstellungsbereich
Gastronomie und Shop
Kultur-Events



Zentraler Bestandteil ist die Ausstellung. Man tritt in eine neue, unbekannte Wasserwelten, darf und soll mit Wasser umgehen, spielen, experimentieren und gleichzeitig lernen, was Wasser „ist“. Erholung und Entspannung gehören genauso dazu, wie das Staunen über Paradoxien und seltsame Erscheinungen.

Die vielschichtige und umfassende Annäherung an das Thema Wasser spiegelt sich im innovativen Charakter des Unternehmens wieder. Die meisten Museen im In- und Ausland, die sich mit Wasser befassen, erlauben nach derzeitigem Kenntnisstand nur einen sehr eng begrenzten Blick auf das Wasser; wobei in der Regel die Wasserver- und -entsorgung oder Umweltprobleme im Vordergrund stehen.



Die Besucherzufriedenheit wird durch integrierte Ruheorte im Ausstellungsbereich bzw. Spabereich sichergestellt, Plätze also, wo man sitzend oder liegend die Eindrücke auf sich wirken lassen kann. Mit den Angeboten der Gastronomie und dem Museumsshop

wird alles geboten, was man von einem Tag im H₂O-Museum erwarten kann. Zusätzlich kann der Besucher in einem kleinen Kinosaal oder bei speziell organisierten Führungen noch tiefer in die Welt des Wassers eintauchen, ob im Film, unterm Regenschirm oder im Taucheranzug. Ergänzt wird das Konzept durch individuell buchbare Veranstaltungen und regelmäßig stattfindende Vortragsreihen.

3.1 Ausstellungsbereich

Der Zauber und die Faszination des Wassers liegen im Detail. Nicht alle werden diese sofort entdecken. Die Exposition wird Sie dahin führen.

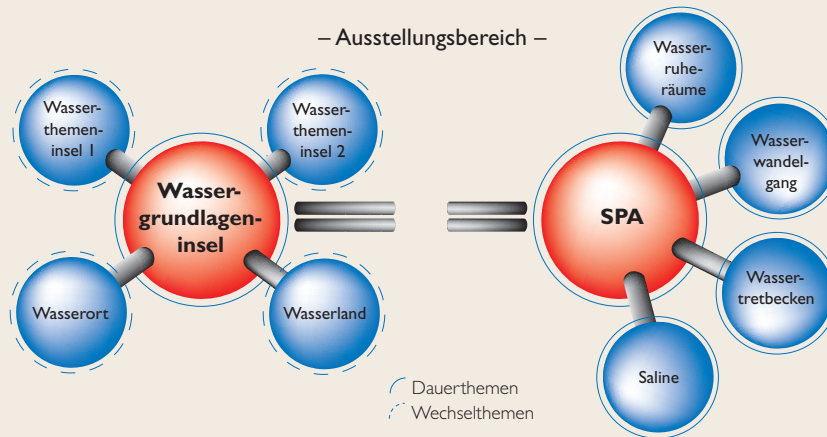




Die Ausstellung gliedert sich in verschiedene Themeninseln. Den dauerhaften Mittelpunkt bildet eine Grundlageninsel, wo einführendes und allgemeines Wissen rund ums Wasser präsentiert wird. In zwei wechselnden Ausstellungsbereichen werden spezielle Wasserthemen vertieft und erfahrbar gemacht.

Beispiele hierfür sind: Wasser und seine Verbindung zu Kultur und Kunst, zu Musik, Geschichte, Politik, Gesundheit und Schönheit. Naturwissenschaftliche Paradoxien sind ebenso Inhalt wie Wasser und Recht, Chemie, Religion, Technik, Medizin, Transport, Energie, Mensch u.a.m.

Ergänzt wird die Ausstellung um zwei weitere Bausteine, einem sog. „Wasserort“ (Stadt, Region mit besonderem Bezug zum Wasser; z.B. Lourdes, Venedig oder ein Kurort, etc.) und einem „Wasserland“ (Land oder Region mit besonderem Bezug zum Wasser, z. B. Brasilien/Amazonas; Portugal/Kur, Mali (Sahara), Kasachstan (Aralsee)/Wasserknappheit und Wasserversorgung; Mexiko/ Mineralwasser, Religion; Japan, Island/Nutzung von Geothermie, Malediven, Südpazifikstaaten/Küstenpopulation und Existenzbedrohung durch ansteigenden Meeresspiegel, etc.).





Die wechselnden Ausstellungsbereiche werden für eine Dauer von ca. 6-8 Monaten konzipiert und in direkter Kooperation mit anderen Museen, mit Universitäten, Instituten und Botschaften, mit verschiedenen Interessensverbänden, Tourismusagenturen, Kurverwaltungen, Forschungseinrichtungen und/oder mit Wasserwirtschafts- und Umweltämtern gestaltet.

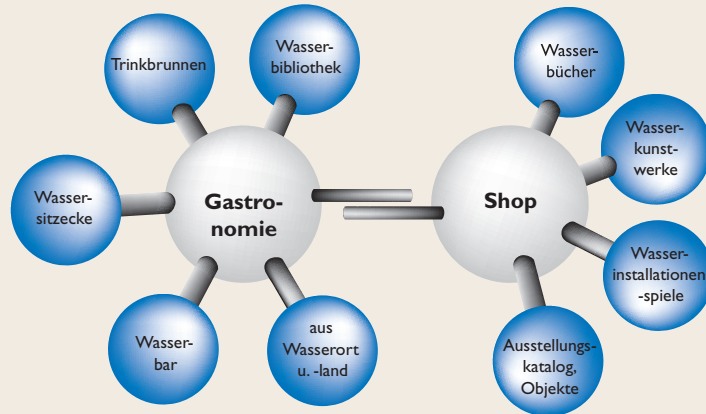
Zur Ausstellung gehört auch der erlebnisorientierte „Spabereich“. Dieser Teil ist inhaltlich mit der Exposition verbunden, liegt jedoch räumlich davon getrennt. Hierzu gehören z.B. Wasserruheräume, ein Wasserwandelgang, ein Wassertretbecken (Kneipp), ein hydromedizinischer Bereich und eine Saline für die Besucher. Dieser Spabereich ist als Dauereinrichtung mit einem Innen- und Außenbereich geplant.

3.2 Gastronomie und Shop

Zum Gastronomiebereich gehören:

- Wasserbar
- Wasserbibliothek
- Trinkbrunnen
- wechselnde gastronomische Angebote (je nach Wasserort und Wasserland) und eine
- „Wassersitzecke“ mit Infos zu Wasserthemen, Wasserorten und Wasserländern

Der Gastronomiebereich wird mit festen Auflagen an Dritte verpachtet.



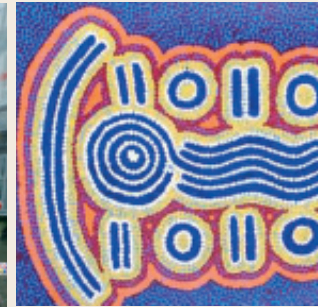
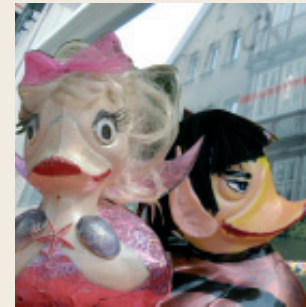
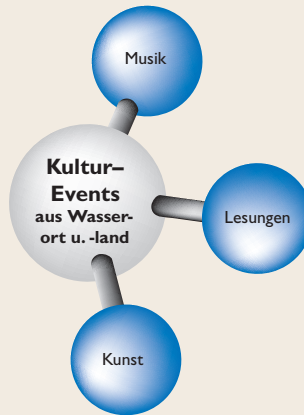
Im Wassershop steht der kommerzielle Gedanke im Vordergrund. Hier können Bücher zum Thema Wasser, Wasserkunstwerke und Wasserspiele erstanden, aber auch Artikel bzw. Repliken aus der Exposition und Informationsmaterialien zu speziellen Themeninseln erworben werden.

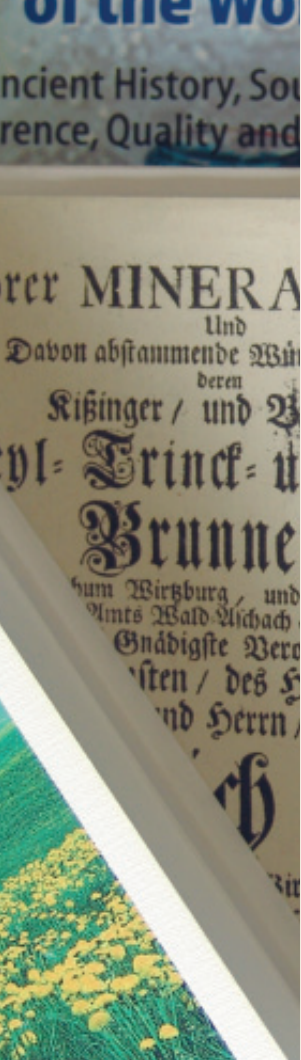
3.3 Kultur-Events

Mit den kulturellen Sonderveranstaltungen, die ca. einmal monatlich stattfinden, wird das Gesamtvorhaben bereichert und der Bekanntheitsgrad in der Öffentlichkeit erhöht.

Geboten werden Konzerte, Lesungen und Wasserkunstpräsentationen. Weiterhin sind Informationsveranstaltungen und Vorträge zu speziellen Themen der Ausstellung vorgesehen. Wasser soll als Kultur- und Kunstobjekt hörbar und erfahrbar gemacht werden. Gleichfalls bieten die Kultur-Events den Wasserorten und -ländern die Möglichkeit, sich selbst zu präsentieren.

Neben den Eintrittsgeldern, der Unterstützung durch Sponsoren und Kooperationspartner sowie dem Verkauf im Shop, leisten auch die Events einen Beitrag zur finanziellen Sicherung des Unternehmens.





4. Die Zielgruppen

Die eigentliche und größte Faszination des Wassers geht von dessen interdisziplinärem Charakter und seiner Einzigartigkeit aus. Allgegenwärtig und jeden betreffend ist Wasser nicht auf einen kleinen Interessentenkreis von Spezialisten begrenzt, sondern beschäftigt alle Menschen täglich. Selbst der Kreis von „Spezialisten“ ist bereits unübersehbar groß und reicht z. B. vom Arzt bis zum Hydrogeologen oder Biologen, vom Chemiker bis zum Wirtschafts- und Rechtswissenschaftler, vom Soziologen bis zum Gärtner und Landschaftsplaner. Selbst Künstler oder Geisteswissenschaftler werden erstaunt und begeistert sein.

Diese Tatsache sowie die Art und Weise des Ausstellungskonzepts erzeugen unterschiedliche Zielgruppen.

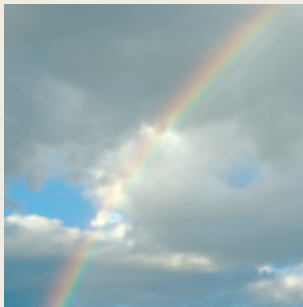
- „Klassische“ Museumsbesucher (die wohl größte Gruppe), die sich für das Thema Wasser, für Kunst, Naturwissenschaft, Technik, etc. interessieren, die

neugierig sind und neue Erkenntnisse erhoffen. Dies schließt Laien und Fachleute, unabhängig von ihrer Ausbildung, ein.

- Eltern mit ihren Kindern, die in die faszinierende Welt des Wassers eintauchen wollen, einen pädagogischen Effekt erhoffen und/oder einen entspannten und gleichzeitig spannenden und unterhaltsamen Nachmittag verbringen wollen.
- Touristen, die sich für Wasser interessieren, aber auch für die neuesten kulturellen Entwicklungen in der Hauptstadt offen sind.
- Schulklassen wird an Werktagen ein spezielles Angebot gemacht. Diese umfassen z. B. Gruppentarife, Führungen entsprechend der Altersgruppe sowie an die Themeninseln angepasstes Info-Material (für Lehrer bzw. Schüler).

Vergleichbares steht werktags auch für andere Besuchergruppen wie Behinderte, Berufstätige (nach 17:00 Uhr) und Senioren bereit.

Durch die wechselnden Themen und Ausstellungsobjekte wird berücksichtigt und sichergestellt, dass sich sowohl ein einmaliger Besuch für Touristen als auch der mehrmalige Besuch für Interessenten aus der Region Berlin und Brandenburg lohnt. Die wechselnden Ausstellungsbereiche werben für das Unternehmen und halten es im Geschehen der Stadt und bei den Touristen präsent.



5. Das Team

Dr. Michael Hofmann

hofmann@h2o-museum.de

Dipl. Geologe / Hydrogeologe

Langjähriger Dozent an Universitäten in Deutschland und Mexiko; seit 1993 selbständiger Hydrogeologe; daneben auch Tätigkeit im Büro „Wissenschaft+Graphik“, das Präsentationen mit (natur-)wissenschaftlichen Inhalten ausarbeitet und erstellt. Darüber hinaus Organisator von Musikveranstaltungen.

Isabel da Silva Matos

matos@h2o-museum.de

Dipl. Ökonomin

Über zehn Jahre in den Bereichen Wirtschaftsförderung, Unternehmensberatung und Marketing tätig; wissenschaftliche Mitarbeiterin im Umweltbereich und Evaluierung von Förderprogrammen. Konzeption und Durchführung von mehr als 60 Veranstaltungen im In- und Ausland in Kooperation mit Verbänden und öffentlichen Einrichtungen.

Anna Stöckel

stoeckel@h2o-museum.de

Dipl. Verwaltungswissenschaftlerin

Bereits während des Studiums Erfahrungen im Bereich Ausstellungsmanagement, darunter Planung und logistische Umsetzung von Kunstausstellungen sowie deren Eröffnungsveranstaltungen. Seit 2001 intensive Auseinandersetzung mit Trends zeitgenössischer Kunst.

Dieter Eichinger

eichinger@h2o-museum.de

Langjährige Erfahrung als freiberuflicher Übersetzer und Dozent, zuletzt im Bereich Public Health tätig. Seit seiner ersten Reise nach Island 1979 von der Verschiedenheit der Erscheinungsformen des Wassers fasziniert.

Philipp Krause

krause@h2o-museum.de

Rechtsanwalt, Umwelt- und Sozialmanager

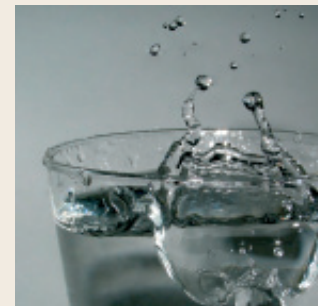
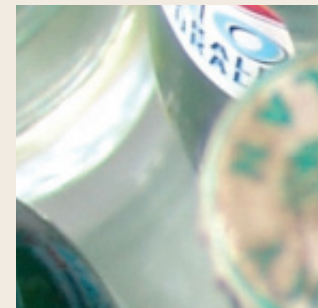
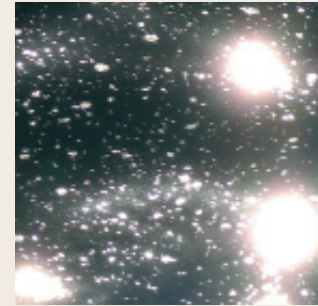
In seiner Tätigkeit als Rechtsanwalt im Rahmen des Umweltrechts, sowie als Umweltmanager bei der Planung kommunaler und institutioneller Umwelt-Audits mit dem Medium Wasser befasst, außerdem leidenschaftlicher Segler, Taucher und Wasserwanderer.

Nicke Brock

brock@h2o-museum.de

Bühnenbildnerin und -ausstatterin

Mitarbeit, Konzeption und Realisation von Theater-, Kunst- und Architekturprojekten. Werkstattleitung (Oberflächengestaltung) und Bau von Szenarien in Zusammenarbeit mit Sophiensäle/Hebbeltheater, raumlabor u.a. („Volkspalast“, „Der Berg“, „formula x“). Seit 2007 Öffentlichkeitsarbeit für das Schauspiel Leipzig.





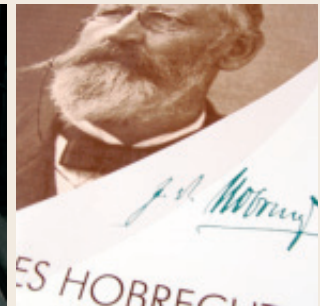
6. Das Gebäude – Wunschprofil

Das ideale Gebäude für das H₂O-Museum sollte einen Bezug zum Wasser haben oder es sollte leicht möglich sein, diesen herzustellen. Die Verbindung zum Wasser könnte sich aus der Historie, der Lage oder ehemaligen Nutzung des Gebäudes ergeben. Die zentrale Lage und die Erreichbarkeit über den ÖPNV sowie das Vorhandensein von Parkmöglichkeiten stellen weitere wichtige Rahmenbedingungen für den Standort dar.

Im Detail sollte die geeignete Lokalität folgende Kriterien erfüllen:

- Zentrale Lage und Bezug bzw. Nähe zum Wasser
- Eine Fläche von mindestens 2.000 m², erweiterbar bis auf ca. 4.000 m²
- Sehr wünschenswert wäre auch ein Außenbereich mit einer Größe von ca. 2.000 m² (Saline, Kneipptretbecken, Außeninstallationen ...)

Die benötigte Grundfläche kann sich dabei auch auf mehrere nahe beieinander liegende Gebäude verteilen. Diese Fläche umfasst neben dem eigentlichen Ausstellungsbereich, das Lager und Magazin, Bibliothek, Gastronomie, Wassershop und Büro- sowie sonstige Sozialräume.



7. Die Finanzierung

Die klassischen Museen in Deutschland finanzieren sich im Allgemeinen überwiegend aus öffentlichen Geldern. Hinzu kommen Einnahmen aus Eintrittskarten sowie über Verkäufe im Museumshop und der Verpachtung der gastronomischen Einrichtung. Zusätzlich werden auch Spenden sowie im Rahmen von Sonderausstellungen auch Sponsorengelder eingeworben. Zur weiteren finanziellen Absicherung gründen viele Museen auch Fördervereine und Stiftungen.

Das H₂O-Museum versucht von Anfang an, neben den selbst erzielten Einnahmen (Eintrittskarten, Museumshop, Einnahmen aus Verpachtung der Gastronomie, Veranstaltungen, Kongress, Festival ...) auch Gelder aus der Privatwirtschaft, hier vorwiegend von Unternehmen, die eine Verbindung mit Wasser haben zu mobilisieren. Das Sponsoring spielt sowohl bei Einzelprojekten als auch bei der Grundfinanzierung des H₂O-Museums eine wesentliche Rolle. Die öffentliche Förderung ist gleichfalls unver-

zichtbar, der Anteil wird jedoch wesentlich geringer sein als bei einer öffentlichen Einrichtung dieser Art. Daneben bilden die Spenden und die Unterstützung durch den Förderverein die dritte Säule der Finanzierung.

Die hohe Akzeptanz und die Anerkennung der lebenswichtigen Bedeutung des Wassers für viele Menschen bieten potentiellen Sponsoren die Möglichkeit, durch eine finanzielle Unterstützung des H₂O-Museums stärker in die Öffentlichkeit zu treten. Aus folgenden Gründen ist es für Unternehmen von Vorteil, sich beim H₂O-Museum zu engagieren:

- Stärkung der Präsenz in der Bundeshauptstadt
- Engagement in einem Thema, das positiv besetzt ist
- Positiver Imagegewinn für das Unternehmen
- Hohe Akzeptanz bei den Mitarbeitern des eigenen Unternehmens
- Möglichkeiten der Selbstdarstellung im Rahmen des Museums

Finanzierungssäulen des H₂O-Museums

Einnahmen aus Museumsbetrieb

- Eintrittskarten
- Verkäufe im Museumshop
- Verpachtung Gastronomie
- Veranstaltungen
- Verkäufe von Exponaten
- Kongresse
- Festival

Private Förderung

- Sponsoring
- Grundfinanzierung/Einzelprojekte
- Geld & Dienstleistungen
- Spenden

Öffentliche Förderung

- Landes- und Bundesmittel
- Grundfinanzierung/Einzelprojekte
- Personalförderung
- Investitionszuschüsse für den Umbau



***Es ist gewiß was Schönes dran,
Am Element, dem nassen,
Weil man das Wasser trinken kann!
Man kann's aber auch lassen!***

(Heinz Erhardt)



Isabel da Silva Matos
matos@ h20-museum.de

Dr. Michael Hofmann
hofmann@ h20-museum.de

T 030 - 78 89 34 26
F 0721 - 151 33 34 92

mit freundlicher Unterstützung von **comcontor**

