- MACHBARKEITSSTUDIE -

Ausstellungs- und Beteiligungsprojekt

"Feeling East? Leben im Osten"

Lebenswelten und ihre Transformationen seit 1945 am Beispiel Magdeburg

6 Ausstellungen im Verbund, umfangreiche Bürgerbeteiligung, Forschung und überregionaler Austausch, vielfältige Vermittlungsangebote für die Stadtgesellschaft, Begleitprogramm, Korrespondenzprojekte, Veröffentlichungen



Erstellt für die Landeshauptstadt Magdeburg,

die Oberbürgermeisterin und den Stadtrat

Erstellt von Dr. Michael Stöneberg Projektbüro Feeling East,

Kulturhistorisches Museum Magdeburg

Projektleitung Studie

Julia Saborowski M.A. Historikerin, Magdeburg,

- freie Mitarbeit Studie, Recherchen

Uta Belkius Konzept und Moderation, Magdeburg,

- freie Mitarbeit Studie, Redaktion

Redaktionsschluss: 15.03.2023

Vorbemerkung

Seit einigen Jahren rückt die Tatsache, dass Menschen in den neuen Bundesländern zum Teil immer noch anders leben und andere kulturelle Geschichten in den Generationen mit sich tragen, mehr und mehr in das öffentliche Bewusstsein der Bundesrepublik. Das belegen Wahlergebnisse, Umfragen, Statistiken, Ereignisse vor Ort aber auch eine Vielzahl an Veröffentlichungen in Literatur, Film und Theater der letzten Jahre. Nicht umsonst soll bis 2028 ein "Zukunftszentrum für Deutsche Einheit und Europäische Transformation" in den neuen Bundesländern aufgebaut werden. Aber was genau ist anders? Welche Geschichten fehlen, wurden noch nicht erzählt? Wie kann unsere Gesellschaft weiter zusammenwachsen? Welche Schlüsse lassen sich für künftige Entwicklungen ziehen?

Um hier in Magdeburg Antworten zu finden, wurde bereits 2019 für die Bewerbung zur Kulturhauptstadt Europas 2025 unter dem Namen "Feeling East" ein großes Highlight-Projekt entwickelt. Auch wenn Magdeburg 2020 den Titel nicht bekam, wurde klar, dass gerade dieses Projekt nicht nur für die Stadt Bedeutung und Strahlkraft haben würde, sondern auch über die Grenzen hinaus relevant ist. Deshalb zählt es zu den Unternehmungen, die als Plan B auf jeden Fall umgesetzt werden sollten, auch ohne Kulturhauptstadt-Titel.

Im Oktober 2021 wurde dem Stadtrat der Landeshauptstadt deshalb die Drucksache DS 0433/21 vorgelegt, in der das überarbeitete Projekt unter dem neuen Namen "Feeling East – Leben im Osten" beschrieben ist. Die Resonanz war sehr positiv. Da das Projekt für die Stadt ein neues und auch sehr großes Format darstellt, umfasst die Beschlussfassung vom 27.01.2022 im ersten Schritt nur die Einrichtung eines Projektbüros am Kulturhistorischen Museum Magdeburg, das die Planungen konkretisieren soll, sowie die Erstellung einer Machbarkeitsstudie (DS 0433/21, Beschlusstext Nr.1-3). Auf der Basis der Studie soll mit einer weiteren Drucksache die Umsetzung des Projekts, einschließlich Gesamtbudget, Zuschuss der Landeshauptstadt und Stellenplan, dem Stadtrat zur Beschlussfassung vorgelegt werden. Diese Drucksache ist in Arbeit.

Die Machbarkeitsstudie liegt hiermit vor. Sie beleuchtet Thema und Konzeption hinsichtlich der Potentiale für die Stadt unter anderem auch im Hinblick auf die Kulturstrategie der Stadt Magdeburg 2030 und das Landeskulturkonzept Sachsen-Anhalt 2025. Aber auch die Einordnung in den gesamtdeutschen Kontext spielt eine wichtige Rolle. Sie untersucht zudem die Realisierbarkeit des Vorhabens in Bezug auf die Methodik der Inhalteerarbeitung, das Ausstellungsprogramm, die Organisationsform sowie Budget und Finanzierung.

Inhalt

1	ıne	I nema / Konzeptioneller Ansatz4		
	1.1	Ausgangssituation und Arbeitsauftrag	4	
	1.2	Herangehensweise	8	
	1.3	Inhaltliche und methodische Ziele	. 15	
	1.4	Bedeutung des Verbund-Projektes	. 16	
2	Erarbeitung der Inhalte		. 20	
	2.1	Eine breite Beteiligung	. 21	
	2.2	Forschung	. 26	
	2.3	Netzwerke	. 30	
	2.4	Beirat	. 31	
3	Ausstellungen und Programm		. 32	
	3.1	Ausstellungen	. 32	
	3.2	Vermittlung / Outreach	. 38	
	3.3	Veröffentlichungen	. 42	
	3.4	Begleitprogramm und Korrespondenzprojekte	. 43	
4	Organisation		. 45	
	4.1	Querschnittsaufgaben und Stellen des Projektbüros	. 46	
	4.2	Aufgaben und Stellen der Partner (Museen und Stadtplanungsamt)	. 55	
	4.3	Zeitplan	. 57	
5	Budget und Finanzierung		. 5 8	
	5.1	Budget / Ausgaben	. 59	
	5.2	Finanzierung / Einnahmen	. 62	
	5.3	Besuchserwartung	. 66	
6	Eaz	it und Auchlick	77	

1 Thema / Konzeptioneller Ansatz

1.1 Ausgangssituation und Arbeitsauftrag

Problemlage

Mehr als 30 Jahre sind seit der Friedlichen Revolution und der Vereinigung der beiden deutschen Staaten verstrichen und in Gesellschaft und Forschung wurde bereits viel für die Aufarbeitung dieses im höchsten Maße komplexen und mit tiefen Umbrüchen einhergehenden Abschnitts der deutschen Geschichte geleistet. Dass diese Aufarbeitung jedoch noch keinen Abschluss gefunden hat, zeigt sich in der deutschen Medienlandschaft, in den Sozialen Medien und bei Bürgerbefragungen überdeutlich.

Während der "Langen Nacht der Wissenschaft" 2022 befragt, antworteten die Besucher*innen des Kulturhistorischen Museums (KHM) und des Museums für Naturkunde (MfN) auf die Frage "Wie fühlt es sich an, im Osten zu leben?" unterschiedlich. Hier fielen Schlagworte, wie "Heimat", "Zuhause", "besser als im Westen", "Ostkind", "normal" und "super". Zwischen schönen Traditionen, netten Menschen, Abenteuern, Natur, frei sein und guter Musik lebe es sich hier ganz wunderbar. Andere Stimmen waren dagegen kritisch und empfanden den Osten als "zweitranging" oder "total abgehängt", bemängelten den Rechtsradikalismus und immer wieder aufkeimenden Hass gegenüber anderen bzw. Fremden oder die zu geringen Angebote für junge Menschen. Nur zwei Befragte gaben an, keinen Unterschied zwischen Ost und West zu machen – ein aussagekräftiger Befund. Eine Person kommentierte, die Art der Fragestellung über 30 Jahre nach Wende verrate mehr über den Fragesteller, als über das Leben im Osten.

Am 30. Juni 2022 organisierte das Projektbüro ein Treffen von Akteur*innen der Stadtgesellschaft (Stakeholder) zu einem offenen und kreativen Wünsche- und Ideenaustausch mit den Projektpartner*innen. Gäste waren u.a. Vertreter*innen des Forum Gestaltung, der Hochschule Magdeburg-Stendal, des Netzwerks Freie Kultur e.V., des Moritzhofes, des Schauwerks, der Schrader Haus GmbH, des Theaters Magdeburg, des Zinnober Kunstvereins e.V. oder des CSD Magdeburg und. Die Projektvorstellung mit anschließender Diskussion zeigte abermals, dass die Begriffe "Ostdeutschland", "ostdeutsch" oder "ostdeutsches Lebensgefühl" bei nicht wenigen Menschen negativ konnotiert sind. Beispielsweise aufgrund der Auffassung, dass sich ostdeutsch zu fühlen in einem wiedervereinten Deutschland fehl am Platz sei. Doch warum sollte man sich nicht als Ostdeutsche*r wahrnehmen dürfen? Wie kommt es zu negativen Eigen- und Fremdwahrnehmungen? Werden Zuschreibungen als "norddeutsch" oder "bayrisch" auch als seltsam oder gar verwerflich betrachtet?

In Rücksprache mit der Kulturbeigeordneten wurde als Schlussfolgerung aus der Veranstaltung in den Projektnamen ein Fragezeichen eingefügt: "Feeling East? Leben im Osten". In jüngster Zeit hat die Frage nach der Existenz einer Ost-Identität noch einmal erheblich an Brisanz gewonnen, nachdem der Literaturwissenschaftler Dirk Oschmann mit seinem Buch "Der Osten. Eine westdeutsche Erfindung" große öffentliche Aufmerksamkeit erregt und eine sehr kontroverse Debatte ausgelöst hat.¹

Ost und West – vereint und doch getrennt? Es scheint, als sei die Mauer in den Köpfen der bundesrepublikanischen Bürger*innen noch nicht eingerissen. Der reale Grenzstreifen zwischen BRD und DDR existiert längst nicht mehr, die Zuschreibungen Osten – Westen oder Ossi – Wessi hingegen sehr wohl. Nach der Beobachtung von Ulrike Poppe ist die Gesellschaft in vielen Bereichen zwar schon zusammengewachsen, beispielsweise dort, wo Menschen aus Ost und West an gemeinsamen Projekten arbeiten.² Dennoch scheinen Ost-West-Klischees vor allem bei Erwachsenen erstarrt, im Denken zementiert und besonders langlebig zu sein. In manchen Gegenden Ostdeutschlands hat sich die DDR-Mentalität geradezu konserviert.³

Blickt man auf die Jahre 1989/90 und folgende scheint dies wenig verwunderlich. Die späte DDR war eine in sozialer Hinsicht massiv blockierte Gesellschaft: Der Zugang zu Hochschulbildung war oft eingeschränkt, das Führungspersonal überaltert und die Rekrutierungs- und Beförderungspraktiken politisch motiviert, so dass der soziale Aufstieg vielen verwehrt blieb. Gerade diese Menschen hatten sich mit der Wende und dem Ende des erstarrten Systems erhofft, nun verpasste Lebenschancen nachholen zu können.⁴ Eine Aufstiegsmobilität wurde mit der Wiedervereinigung jedoch nicht ausgelöst, denn die ehemaligen DDR-Bürger*innen waren mit Arbeitsplatzverlust, dem Kollaps der einst so stolzen Großbetriebe samt der zugehörigen Sozial- und Kultureinrichtungen und mit von Transfereliten aus dem Westen besetzten Positionen konfrontiert. Sie mussten eine schnelle Umgewöhnung und Anpassung in einem regelrechten Transformationsgalopp leisten. Viele Ostdeutsche, die sich gerade erst als politische Akteur*innen zu verstehen begannen, zogen sich wieder zurück, gefangen in einer bloßen Zuschauerrolle. Über Jahre herrschte in der von dem Alten Westen geprägten veröffentlichten Meinung

Oschmann, Dirk: Der Osten. Eine westdeutsche Erfindung, Berlin 2023. Rezensionen in der überregionalen Presse am 01.03.2023 in der Süddeutschen Zeitung, am 07.03.2023 in der Frankfurter Allgemeinen und am 09.03.2023 in der Zeit.

Poppe, Ulrike: "Wessis" und "Ossis". Wirklichkeit oder Stereotyp?, in: Ein "neues" Deutschland? Eine deutsch-französische Bilanz 20 Jahre nach der Vereinigung, hrsg. v. Reiner Marcowitz, (= Ateliers des Deutschen Historischen Instituts Paris, Bd. 7), München 2010, S. 120-132, hier S. 120.

³ Ebd., S. 120 f.

Vgl. hierzu Steffen Mau: "Philipp Hübel diskutiert" mit Steffen Mau über die DDR, den Osten und Grenzen im 21. Jahrhundert, Podiumsdiskussion vom 14.01.2022, einsehbar unter: https://www.youtube.com/watch?v=t1dL1mOGIHc (zuletzt aufgerufen am 15.06.2022)

Gesamtdeutschlands das Narrativ vor, dass aus dem Osten alles und jeder seinem jeweiligen Pendent aus dem Westen unterlegen ist.⁵

Und auch heute, 33 Jahre nach der Wiedervereinigung, gibt es noch immer Unterschiede zwischen Ost und West. Studien zu politischen Eliten in der gesamten Bundesrepublik zeigen, dass es eine Unterrepräsentation der Ostdeutschen auf Bundes- und Landesebene gibt. Gleiches gilt für Eliten in Wirtschaft, Wissenschaft und Medien.⁶ Nur wenige Großunternehmen haben ihre Firmensitze im Osten Deutschlands. Von den 40 Dax-Unternehmen sind aktuell lediglich Zalando und Siemens in bzw. auch in Berlin ansässig, hinzu kommen vier der 50 MDax-Firmen und vier der 70 SDax-Firmen in den Neuen Bundesländern. Also haben zur Zeit 10 von 160 und damit nur 6,3 % aller Unternehmen von Dax, MDax und SDax ihren Sitz im Ostdeutschland.⁷ In der aktuellen Bundesregierung stammen von 16 Minister*innen lediglich zwei aus dem Osten, mithin 12,5%. Auch das Bruttoeinkommen aus nicht selbstständiger Arbeit der Ostdeutschen liegt nach wie vor unter dem demjenigen der Westdeutschen. Erhebungen aus dem Jahr 2020 ergaben für Bürger*innen aus den Alten Bundesländern ein Bruttoeinkommen 3.084 EUR, Ostdeutsche verdienten dagegen nur 2.475 EUR.8 In den ostdeutschen Ländern liegt zudem die Arbeitslosenquote mit 7,9 % deutlich höher als im Westen mit 5,9 %.9

So steht die Zäsur von 1989/90 und die folgenden Jahre für das hauruckartige Hereinholen von Millionen von DDR-Bürger*innen in die westdeutsche Modellgesellschaft, verbunden mit einer Entwertung des ostdeutschen Erfahrungsschatzes und einer Zurücksetzung der eigenen Herkunftskultur. ¹⁰ Zwischen der Gründung der DDR und der Gegenwart erlebten die Menschen in Ostdeutschland massive Veränderungen, die direkt und indirekt noch lange nachwirkten und partiell immer noch spürbar sind.

Magdeburg steht dabei beispielhaft für viele andere Städte auf ehemaligem DDR-Staatsgebiet. Der Diskurs um diese Transformationen der ostdeutschen Lebenswelten und ihre Bewältigung ist heute mehr denn je von gesamtdeutscher Relevanz. Das

-

⁵ Poppe: "Wessis" und "Ossis", S. 120 f.

Gebauer, Roland / Salheiser, Axel / Vogel, Lars: Bestandsaufnahme, in: Ostdeutsche Eliten. Träume, Wirklichkeiten und Perspektiven, hrsg. v. Deutsche Gesellschaft e.V., Berlin 2017, S. 18, 23, 26, 28.

https://de.wikipedia.org/wiki/DAX: Dax-Liste mit Stand vom 27.01.2023; https://de.wikipedia.org/wiki/MDAX MDax-Liste mit Stand vom 27.02.2023; https://de.wikipedia.org/wiki/SDAX SDax-Liste mit Stand vom 27.02.2023 (alle zuletzt aufgerufen am 13.03.2023).

Statistisches Bundesamt: Einkommen, Einnahmen und Ausgaben privater Haushalte 2020 in den Gebietsständen, online abrufbar unter: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Einkommen-Einnahmen-Ausgaben/Tabellen/listegebietsstaende.html (zuletzt aufgerufen am 04.07.2022)

Statistisches Bundesamt: Registrierte Arbeitslose, Arbeitslosenquote nach Gebietsstand, online abrufbar unter: https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Konjunkturindikatoren/Lange-Reihen/Arbeitsmarkt/Irarb003ga.html;jsessionid=3957C644D1765C105BBB63F990162243.live711 (zuletzt aufgerufen am 04.07.2022).

Poppe: "Wessis" und "Ossis", S. 120 f.

Leben im sozialistischen Staat mit all seinen Facetten, die Friedliche Revolution und das politische und wirtschaftliche Aufgehen der DDR in der BRD, Globalisierung und Digitalisierung sind Kapitel der deutschen Geschichte, die noch immer ungelöste Fragen in sich tragen. Bisher wurden diese Veränderungen vor allem unter Berücksichtigung der Vielzahl und Gleichzeitigkeit der unterschiedlichen Prozesse, deren Komplexität und die Auswirkungen auf ganze Generationen nicht ausreichend thematisiert. Zwar haben sich die Ostdeutschen in das westdeutsche Institutionengefügte eingepasst, heimisch geworden sind darin aber längst nicht alle. So gaben im Jahr 2020 zwar 78 % der befragten Westdeutschen an, sich 30 Jahre nach der Wiedervereinigung als Deutsche zu fühlen, jedoch empfanden dies nur 55 % der Ostdeutschen. 41 % der Menschen in den Neuen Bundesländern sehen sich eher als Ostdeutsche.

Arbeitsauftrag

Daher muss auch heute noch die Frage nach Ost und West und nach den Hintergründen dieses Denkens und dieses Zugehörigkeitsgefühls gestellt werden. Es bedarf einer Aufarbeitung, um starre Denkmuster aufbrechen und Vorurteile abbauen zu können. Und es bedarf einer Betrachtung, die von weiter zurückreichenden Entwicklungen bis an die Gegenwart heranreicht. Dazu wird das Projekt "Feeling East? Leben im Osten" einen Beitrag leisten können, indem die Geschichte des Ostens epochenübergreifend und multiperspektivisch unter Einbeziehung der Erfahrungen mehrerer Generationen betrachtet wird. Es soll zum Verständnis der "veränderungserschöpften ostdeutschen Teilgesellschaft"12 beitragen und auch dafür, dass es immer noch Unterschiede in der Wirtschaft, im Sozialen und im Politischen gibt. Dabei werden schließlich auch die Fragen danach, wer auf welche Weise die Vergangenheit der DDR definiert, welche Motive dahinterstehen und welche Folgen dies hat, was zum Gegenstand der DDR-Geschichte und der Geschichtserinnerung wurde, was in Vergessenheit geriet, wo die Erinnerung von der rekonstruierbaren Vergangenheit abweicht, welche Geschichtsbilder und Narrative sich etabliert haben und welche Mythen sich beharrlich im Vordergrund halten, beantwortet werden müssen. 13

Und, die Gesellschaft Ostdeutschlands ist wie kaum ein anderer Teil der Bundesrepublik äußerst transformationserfahren. Landflucht, Schrumpfungsprozesse und Überalterung liefen in der unmittelbaren Nachwendezeit in hoher Geschwindigkeit ab. In anderen Ge-

¹¹ ARD-DeutschlandTREND, Oktober 2020.

[&]quot;Philipp Hübel diskutiert" mit Steffen Mau über die DDR, den Osten und Grenzen im 21. Jahrhundert, Podiumsdiskussion vom 14.01.2022, einsehbar unter: https://www.youtube.com/watch?v=t1dL1mOGIHc (zuletzt aufgerufen am 15.06.2022)

Rudnick, Cordula S.: Die andere Hälfte der Erinnerung. Die DDR in der deutschen Geschichtspolitik nach 1989, Bielefeld 2009, S. 18.

genden Deutschlands, aber auch Europas sind solche Prozesse erst jetzt und über den Verlauf von Dekaden zu beobachten. Ostdeutschland und Magdeburg stehen damit als Beispiel für die Herausforderungen eines gesellschaftlichen Wandels. Mit FeelingEast können Fragen und Antworten zu erfolgreichen Lösungsansätzen für einen sozial gerechten und ökologisch-wirtschaftlichen Umbau der Gesellschaft gestellt, diskutiert oder angestoßen werden.¹⁴

1.2 Herangehensweise

Große, kulturhistorische Ausstellungsprojekte werden in der Regel im Austausch mit Wissenschaftler*innen und Expert*innen unter Hinzuziehung wichtiger Forschungsergebnisse und gesellschaftlicher Diskussionsstände erarbeitet. Das passiert auch bei FeelingEast. Das Projekt geht aber aus zwei Gründen darüber hinaus.

Lebenserfahrungen und Fachexpertise gehen Hand in Hand

Zum einen werden neben dem Einbinden von Expert*innenwissen auf Basis von Forschung mit seinen Daten und Fakten die Erfahrungen und Erlebnisse der Menschen vor Ort eine zentrale Rolle spielen. Es geht nicht allein um wissenschaftliche Aufarbeitung sondern auch um gesellschaftliche Auseinandersetzung und gegenseitiges Verständnis und von unterschiedlichen Ansichten und Erfahrungen. Beide Perspektiven ergänzen und befruchten einander und spielen bis zum Projektende eine wichtige Rolle. Eine gute und verständliche Kommunikation zwischen allen Beteiligten ist dabei sehr bedeutsam.

Geschichte trifft Gegenwart

Zum zweiten geht der betrachtete Zeitraum seit 1945 epocheübergreifend unmittelbar in die Gegenwart über. Dadurch sind Menschen aller Altersstufen zugleich auch Zeitzeugen und sind direkt betroffen. Gesellschaftliche Debatten und wissenschaftliche Untersuchungen sind noch nicht abgeschlossen. Sie können mitunter also nicht aus einem distanzierten Rückblick betrachtet werden.

Diese Aspekte machen FeelingEast deutlich vielschichtiger und anspruchsvoller als Großausstellungen, wie sie bisher in Magdeburg stattfanden. All das erfordert ein höchst sensibles und achtsames Umgehen mit allen Beteiligten. Auch eine gewisse

Müller, Claudia: Wer oder was ist dieses Ostdeutschland eigentlich?, in: Böll. Thema 19 (2019), Heft 1, S. 3-5, hier S. 5.

Offenheit, dass teilweise keine endgültigen oder allgemeingültigen Aussagen getroffen werden können, ist nötig und dass manche Debatten im Fluss bleiben (müssen) und unterschiedliche Standpunkte erst später endgültig eingeordnet werden können.

Intensive Zusammenarbeit mit der Stadtgesellschaft und externen Partner*innen

Deshalb ist es bei FeelingEast besonders wichtig, dass die Ausstellungen mit breiter Beteiligung entstehen. Bereits im Vorfeld ab 2023 werden die Erfahrungen und das Wissen von Zivilgesellschaft als auch von Expert*innen gleichermaßen eingebunden. Auch in die unmittelbare Vorbereitung der Ausstellungen fließen Ergebnisse nicht nur von den Ausstellungsmacher*innen sondern auch von außerhalb ein, spielen Interaktionen bis zum Schluss eine wichtige Rolle. Ein gewisses "im Fluss bleiben" gehört zentral zum Konzept. Es ist gewollt, dass während der umfassenden Projektlaufzeit immer wieder auch verschiedene Perspektiven berücksichtigt und der Blick bis zuletzt "frisch" gehalten werden. Dazu werden über die gesamte Zeit externe Berater*innen eingebunden – als Kooperationspartner*innen, Forschende, Netzwerke oder als externe Dienstleister.

- a. Eine unabhängig moderierte Bürgerbeteiligung für FeelingEast ist durch eine erfahrene externe <u>Agentur für Beteiligung</u> geplant, damit das Sammeln von Bürgerwissen und Erfahrungen wertfrei, offen und unabhängig erfolgen kann. Diese Agentur sollte in Ostdeutschland ansässig sein.
- b. Ein <u>Beirat</u> aus Vertreter*innen aus Forschung, Gesellschaft und Bildung berät das Projektbüro regelmäßig zu Themenschwerpunkten, zur Methodik, zu potentiellen Kooperationsmöglichkeiten und Finanzierungswegen.
- c. Sowohl die Agentur für Beteiligung als auch Vertreter*innen des Beirates sind in <u>Arbeitsgruppen</u> (Beteiligung, Forschung, Vermittlung und Programm) unter Leitung des verantwortlichen Projektbüros vertreten.
- d. Eine langfristige Zusammenarbeit mit <u>Kooperationspartner*innen</u> für einzelne Bereiche oder Themen soll einen vertiefenden Austausch ermöglichen sowie die Entwicklung von Korrespondenzprojekten unterstützen.
- e. Darüber hinaus organisiert das Projektbüro kontinuierlich den Austausch mit Netzwerken durch Teilnahme an Fachveranstaltungen sowie geeignete Kommunikation zu Forschungseinrichtungen, in die Medien und in die Zivilgesellschaft.

Ostdeutsche Transformationsgeschichte am Beispiel Magdeburg

Als ehemalige "Stadt des Schwermaschinenbaus" zu DDR-Zeiten, die sich nach den gravierenden Einschnitten nach der Wende dann ab den 2000er Jahren zur Wissenschaftsstadt entwickelte, steht Magdeburg exemplarisch für einen ostdeutschen Transformationsprozess. Dieser beinhaltet viele typische Aspekte für Großstädte in den Neuen Bundesländern zum Teil sogar in Osteuropa. Mit FeelingEast sollen diese Prozesse an konkreten Beispielen und Erfahrungen hier vor Ort und in der Region dargestellt werden.

Kleiner Exkurs zur jüngeren Geschichte der Stadt

Nachdem Magdeburg in den 1920er Jahren eine Blütezeit als deutschlandweit beachtete "Reformstadt" erlebte, konnte nach der NS-Zeit und dem Zweiten Weltkrieg hier nicht wieder angeknüpft werden. Sie gehörte zu den Städten, die besonders stark zerstört wurden und fand sich ab dem 1. Juli 1945 unter Sowjetischer Militäradministration (SMAD) wieder, der auch die Kontrolle über die Stadtverwaltung oblag. Diese ordnete eine umfassende Entnazifizierung an, durch die SED-Mitglieder in Schlüsselpositionen in Verwaltung, Wirtschaft und anderen Bereichen des öffentlichen Lebens gelangten. 15 Mit der Verwaltungsreform wurde Magdeburg 1952 schließlich zur Bezirksstadt. 16 Die ersten beiden Nachkriegsjahrzehnte waren durch das Enttrümmern der Stadt geprägt. Im Zentrum der Bemühungen um den Wiederaufbau standen zunächst die erhaltenen Gründerzeitquartiere und die Siedlungen der 1920er und 1930er Jahre. Die Altstadt jedoch erhielt eine neue, großzügige Struktur. 17 – Ab 1950 galten die "16 Grundsätze" stalinistischer Vorgaben im Städtebau. Ab den 1970er Jahren kamen neben den Plänen zu Neu- und Umgestaltungen auch Ideen zur Sanierung bzw. Rekonstruktion gründerzeitlicher Wohnungsbestände auf. 18 Bis zur Friedlichen Revolution 1989/90 hatte sich das Magdeburger Stadtbild im Vergleich zur Vorkriegssituation massiv gewandelt.

Auch wirtschaftlich hatte Magdeburg im Zweiten Weltkrieg große Verluste zu verzeichnen und dazu kamen bis 1953 Reparationszahlungen an die Sowjetunion. Noch erhaltene Industrieanlagen wurden demontiert, andere Betriebe, vor allem der Schwerindustrie, wurden durch die SMAD zu Sowjetischen Aktiengesellschaften (SAG) umgewandelt und gingen schließlich bis 1953 in volkseigenen Betrieben (VEB) auf, von denen zahlreiche in

_

Wille, Manfred: Unter sowjetischer Besatzung, in: Magdeburg 1200. Mittelalterliche Metropole, Preußische Festung, Landeshauptstadt. Die Geschichte der Stadt von 805 bis 2005, hrsg. v. Matthias Puhle, Stuttgart 2005, S. 308.

Grünwald, Karin / Kärgling, Karlheinz: Die sozialistische Industriestadt in der DDR. 1945-1990, in:
Magdeburg 1200. Mittelalterliche Metropole, Preußische Festung, Landeshauptstadt. Die Geschichte der Stadt von 805 bis 2005, hrsg. v. Matthias Puhle, Stuttgart 2005, S. 305.

¹⁷ Kraft/Ullrich: Die bauliche Entwicklung Magdeburgs, S. 23.

¹⁸ Ebd., S. 26.

den 1960er Jahren zu Kombinaten zusammengefasst wurden.¹⁹ Kleinere Privatunternehmen wurden bis spätestens 1972 verstaatlicht oder teilweise in die Kombinatsstruktur eingegliedert. Insgesamt gab es am Standort Magdeburg fünf Großbetriebe, die je mehr als 5.000 Mitarbeitende beschäftigten. Produziert wurde fast ausschließlich für Ostblock-Staaten.²⁰ Die Konzentration auf den Schwermaschinenbau und die Enteignung kleinerer Betriebe führten dazu, dass der Anteil der Arbeiterklasse auf 80 % anstieg. Selbstständige machten nur 3,5 % der Stadtbevölkerung aus. Zum sozialen Leitbild war der Facharbeiter aufgestiegen. Das Bürgertum dagegen wandte sich ab. Schon 1954/55 waren 6.500 Personen geflohen, bis 1961 verließen weitere Tausende die Stadt.²¹

Auch kulturell wurde die Stadt neu aufgestellt. Verschiedene Theater und das ehemalige Kaiser-Friedrich-Museum nahmen ihren Betrieb erneut auf. Das Kloster Unser Lieben Frauen wurde zum Kunstmuseum und dort die "Nationale Sammlung Kleinplastiken" zusammengetragen. Die Telemann-Festtage wurden etabliert und auch die großen Industriekombinate verfügten über Kulturprogramme und sogar feste Kulturhäuser wie das AMO.²² Gleichzeitig wurde der Überwachungsstaat weiter ausgebaut.²³ Zwischen 1950 und 1989 unterhielt das Ministerium für Staatssicherheit²⁴ ein engmaschiges Netzwerk an inoffiziellen Mitarbeiter*innen. Diese zeichneten vor allem gesellschaftliche und oppositionelle Aktivitäten auf. Auf die Bevölkerung hatte dies einen disziplinierenden Effekt.

Mit der Friedlichen Revolution 1989/90 und der Wiedervereinigung der beiden deutschen Staaten wurde den Magdeburger*innen viel abverlangt. Besonders einschneidend war der Systemwechsel hin zur Marktwirtschaft.²⁵ Die Bestrebungen der Bundesrepublik, möglichst

⁻

Zu den größten zählen das "Schwermaschinenkombinat Ernst Thälmann" (SKET), das aus dem "Krupp-Gruson-Werk" hervorging, das "Schwermaschinenkombinat Karl Liebknecht" (SKL), entstanden aus der "Maschinenfabrik Buckau R. Wolf AG", und der "VEB Magdeburger Armaturenwerke Karl Marx (MAW)", dessen Vorgängerfirmen die "Schäffer & Budenberg GmbH" und die "Polte Armaturen- und Maschinenfabrik OHG" waren. Vgl. Puhle: Magdeburg, S. 160 f. Zu einzelnen Betrieben vgl. Kretschmann, Christoph: Vom Grusonwerk zum SKET. 150 Jahre Industriegeschichte. 2. Aufl., Magdeburg 2007; Thiede, Lothar: Schäffer & Budenberg (Magdeburg und seine Industrie, Teil 1), Kremkau 2005,

Puhle: Magdeburg, S. 160 f.

Puhle: Magdeburg, S. 162.

²² Asmus: 1200 Jahre Magdeburg, S. 218, 440, 452 f. u. 458.

Puhle: Magdeburg, S. 165.

Hierzu Steffen Alisch: "Das Ministerium für Staatssicherheit wurde über Jahrzehnte zu einem flächendeckenden Überwachungs-, Manipulations- und Unterdrückungsapparat ausgebaut. Dieser sollte den totalen Herrschaftsanspruch der SED-Führung gegenüber der eigenen Bevölkerung um jeden Preis sichern. Darüber hinaus befasste sich das MfS mit Aufklärung und Diversion gegen den Westen, vor allem natürlich gegen die Bundesrepublik. Die Stasi war politische Geheimpolizei, Ermittlungsbehörde bei "politischen Straftaten" und Nachrichtendienst in einem. Die besondere Gefährlichkeit des MfS bestand in der Bündelung umfassender Aufgaben und Kompetenzen, die keinerlei administrativer und parlamentarischer Kontrolle, sondern nur der der SED-Führung unterlagen. Die Stasi selbst verstand sich als "Schild und Schwert" der SED. Das MfS verfolgte nicht nur tatsächlich begangene "Taten", sondern war auch "Ideologiepolizei" [...] Insbesondere in den siebziger und achtziger Jahren bemühte sich der Staatssicherheitsdienst immer stärker um flächendeckende Überwachung aller auch nur potenziellen Gegner und versuchte, oppositionelle Aktionen schon im Vorfeld zu verhindern. Vgl.: Alisch, Steffen: Der Herrschaftsapparat der DDR aus heutiger Sicht, in: Wandel und Kontinuität. Was bleibt von der DDR und vom Kalten Krieg?, hrsg. v. Gerhard Hirscher, (= Argumente und Materialien zum Zeitgeschehen, Bd. 104), München 2016, S. 7-14, hier S. 9 f.

²⁵ Puhle: Magdeburg, S. 170 f.

viele industrielle Kerne in Ostdeutschland zu erhalten, scheiterte im Falle Magdeburgs und führte zu einer Massenarbeitslosigkeit und Abwanderung von Einwohner*innen.

Erneut stand die Stadtplanung vor großen Herausforderungen, der historische Bestand war baufällig, die Plattenbauten in die Jahre gekommen und große Freiflächen im Stadtzentrum erzeugten Leere. Es fehlte Urbanität. Aber Magdeburg entwickelte sich zunehmend ein Standort für Wissenschaft und Forschung mit der Otto-von-Guericke-Universität, der Hochschule Magdeburg-Stendal und Ansiedlung von Forschungsinstituten. Auch die Kulturlandschaft Magdeburgs ist gut aufgestellt. Es gibt vielfältige Angebote: Theater, Museen, Festivals und Kleinbühnenprogramme, soziokulturelle Zentren und Nachbarschaftstreffs, Sportanlagen oder ausgedehnte Naturerlebnisräume. An Urbanität mangelt es zum Teil noch immer, wie Befragungen während der Kulturhauptstadtbewerbung oder zur Erstellung des Rahmenplanes Innenstadt ergaben. Die Schrumpfung der Stadt konnte in den letzten Jahren gestoppt werden. Trotzdem leidet Magdeburg – wie andere Städte insbesondere im Osten auch – unter Fachkräftemangel. Und es gelingt nicht, genügend Hochqualifizierte und auch Absolventen oder junge Menschen überhaupt hier vor Ort zu halten. Auch das ein indirektes Erbe.

Vielfältige Formate und Ansprachen – inklusiv und barrierearm

Um den vielschichtigen Themenkomplex "Leben im Osten" für unterschiedlichste und insbesondere auch neue Zielgruppen aufzubereiten und zu präsentieren, braucht es vielfältige und innovative Formate. Der museale "Standarddreiklang" – Ausstellung, Vortrag/Podiumsdiskussion und Katalog – reicht dafür nicht aus. Zielführend ist hingegen, die Grenzen zwischen Innenraum und Stadtraum zu öffnen, zwischen analog und digital sowie zwischen Fachexpertise und Bürger*innenwissen und -erfahrungen. Um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen und vielfältige Perspektiven zu berücksichtigen, sollen ein großes Beteiligungsverfahren im Vorfeld sowie Kooperationen und die informelle Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen und Stiftungen stattfinden. Auch ein umfangreiches Begleitprogramm und Korrespondenzprojekte während der Kernlaufzeit dienen diesen Zielen.

Um mehr als die Stammbesucher*innen der Museen zu erreichen, ist anzustreben, bei den Ausstellungen und Programmen vor Ort alle Sinne der Besucher*innen anzusprechen – sie sollen begreifen, berühren, erleben oder auch mitmachen können. Sie sollen von passiv Konsumierenden zu aktiv Beteiligten werden.

Ein **barrierearmes Gesamtkonzept** für alle Altersgruppen und "Communities" unter Berücksichtigung auch physischer und kognitiver Gegebenheiten ist dabei ein Muss. Das reicht von visuell leicht sowie verständlich lesbaren Texte über eine gute Sichtbarkeit aller Objekte für Alle, auch mit Kinderwagen oder Rollstuhl nutzbaren Wegen bis hin zu Erzählsträngen, die unterschiedliche Zielgruppen weder unter- noch überfordern.

Darüber hinaus gilt es, besondere Bedarfe von beeinträchtigten Menschen zu berücksichtigen, wie von Seh- und Hörgeschädigten oder kognitiv Beeinträchtigten. Gemeinsam mit deren Vertretungen und Communities können spezielle Übersetzungen geschaffen und maßgeschneiderte Formate angeboten werden. ²⁶ Auch digitale Angebote sind barrierearm ohne Anmeldungen und Schranken nutzbar, leicht zu erschließen und speichern nur die absolut nötige Mindestmenge an Daten.

Digitalstrategie

Eine zentrale Rolle bei der Erweiterung von Beteiligungsmöglichkeiten und einer umfassenden Vermittlung (Outreach) für FeelingEast spielt eine genau abgestimmte Digitalstrategie. Sie übersetzt zum einen die wichtigen Angebote von FeelingEast vom Analogen ins Digitale und macht sie damit für ein erweitertes Publikum unabhängig von Zeit und Raum erlebbar. Zum zweiten bietet sie neue, dialogische Interaktionsmöglichkeiten zwischen Akteuren und Besuchenden. Auch vor Corona waren viele Museen bereits bestrebt, neue Wege der Interaktion mit ihren Besucher*innen zu finden und entwickelten umfassende Leitbilder und Umsetzungsmaßnahmen für ihre Häuser. Die Pandemie spitzte die Notwendigkeit erheblich zu, neue und insbesondere digitale Kommunikationswege auf- und auszubauen um auch während der Krise für ihr Publikum erreichbar und in Kontakt zu bleiben. Wie die Erfahrungen im Nachhinein zeigten, erschlossen sie damit sogar neue Zielgruppen und ebneten den Weg einer Kommunikation in beide Richtungen: vom digitalen Interesse zum Besuch vor Ort und im Nachgang wieder zurück zur medialen Nachlese oder Interaktion.

Hier setzt auch FeelingEast an. Die digitale, barrierearme Sichtbarmachung und Vernetzung von Angeboten in den Häusern, im Stadtraum und im Rahmen des Programms ist zentral. Auch für den Beteiligungsprozess werden digitale Formate von großer Bedeutung sein, wie etwa Umfragen oder Eingabeplattformen. Eigene digitale Kanäle ermöglichen spezielle Angebote, um Barrieren zu überwinden – für Menschen mit auditiven, visuellen und kognitiven Einschränkungen, wie auch für weitere Sprachen.

Das alles wird begleitet durch eine stets aktuelle Website und Veröffentlichungen im Bereich Social Media, so dass Besucher*innen unabhängig von Ort und Zeit an FeelingEast teilnehmen können und die Chance haben unkompliziert Feedback zu

Eine solche Forderung findet sich auch im Leitfaden des Deutschen Museumsbundes zum Thema Inklusion im Museum. Hier heißt es konkret: "Bei zielgruppenspezifischen Angeboten kann es vorteilhaft sein, diese von Menschen mit eben diesen besonderen Bedürfnissen umsetzen zu lassen, z.B. Führungen von gehörlosen Kunst- und Kulturvermittlern in DGS. Aufgabe der Museen ist es, diese inhaltlich / fachlich anzuleiten." Das inklusive Museum- Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion, hrsg. v. Deutschen Museumsbund, Berlin 2013, S. 41.

geben. Auch nach Ablauf der Ausstellungen werden wesentliche Inhalte digital und öffentlich zu finden und nutzbar sein.

Nachhaltigkeit für Ausstellungen und Programm

Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit spielt in Deutschland inzwischen auch im Kulturbetrieb eine immer größere Rolle. Dabei geht es im Wesentlichen um möglichst ressourcenschonende Produktionen mit einem möglichst hohen Wirkungsgrad sowie intensiver und möglichst langer Nutzung. Die Umsetzung dieser Maxime muss konkret austariert werden zwischen Anspruch und Realisierbarkeit. FeelingEast ist ein für Magdeburg neues, experimentelles und als Großprojekt zugleich aufwändiges Unterfangen. Deshalb ist es umso bedeutsamer, dabei Nachhaltigkeit als wegweisende Aufgabe von Anfang an mitzudenken, zu planen und umzusetzen.

Lange Laufzeit von 2024 bis 2026 und darüber hinaus

Die Einbeziehung der Öffentlichkeit bereits in der Vorbereitungsphase ab 2024 ist Teil des Projektes. Sie ermöglicht schon hier die Teilhabe von Magdeburger*innen, von Interessierten wie auch von Expert*innen. Dieser Weg ist Teil des Ziels. Die frühzeitige Öffnung sorgt weit vor Beginn der Ausstellungslaufzeit für Aufmerksamkeit und ist damit ein Faktor für erfolgreiches Marketing.

Die vergleichsweise lange Kernlaufzeit von mehr als sieben Monaten für alle sechs Ausstellungen sowie für das Hauptbegleitprogramm verbessert das Verhältnis von Aufwand und Nutzen. Das erleichtert zudem ein umfassendes Marketing und erhöht die Wirkung von Mundpropaganda.

Da ein wesentliches Ziel ist, Inhalte auch nach Ausstellungsende digital bereitzustellen, können Projektpartner, Publikum und am Thema sowie an Magdeburg Interessierte auch langfristig die Ergebnisse barrierefrei nutzen. Das ist nachhaltig und gleichzeitig ein relevantes Marketingtool für die Stadt und die beteiligten Museen und das Stadtplanungsamt.

Wünschenswert wäre eine Übernahme von Ausstellungsteilen durch andere Museen oder eine Wanderausstellung, die in vereinfachter Form zentrale Elemente der Ausstellungen andernorts präsentiert; Übernahmen könnten während der Vorbereitungszeit sondiert werden, hängen letztlich aber von Interesse anderer Museen ab, während eine Wanderausstellung als Kooperationsprojekt eigens projektiert und finanziert werden müsste.

Sorgsamer Umgang mit Ressourcen

FeelingEast lebt von den Perspektiven, Erkenntnissen und Erfahrungen der Menschen vor Ort wie auch derer der Fachwelt. Objekte – statische wie bewegte – haben dabei Symbol- oder Erinnerungswert und sie erklären Prozesse, und sie sind deshalb unerlässlich für Ausstellungen. Es kommt jedoch nicht auf die reine Menge an. Wichtiger sind gezielte Einordnung, Storytelling sowie Interaktionsmöglichkeiten mit den Besuchenden. Das ist nicht nur didaktisch geboten, sondern zugleich nachhaltig. Rein objektfokussierte Ausstellungen sind nicht nur teuer (Leihgebühren, Versicherungskosten, Ausstellungsaufbau) sondern belasten durch viele ggf. auch lange Transportwege mit Kraftfahrzeugen auch das Klima. Bei FeelingEast soll sorgsam geprüft werden, welche Exponate mit wie viel Aufwand und welchem Mehrwert gezeigt werden.

Für alle sechs Ausstellungen liegen Querschnittsaufgaben beim Projektbüro. Das entlastet die Projektpartner und ermöglicht einen deutlich effizienteren Einsatz von Kapazitäten, als wenn sechs einzelne Ausstellungen separat organisiert würden. Das reicht beispielsweise von der Erarbeitung übergeordneter Inhalte als Basis für die Einzelausstellungen, von gemeinsamen Managementaufgaben über Fördermittelakquise bis hin zu einem gemeinsamen Hauptbegleitprogramm, gemeinsamen Marketing oder einer intensiven Kommunikation in die Öffentlichkeit.

Die Weiterverwendung von Mobiliar, technischen Ausstattungen sowie Inhalten der Ausstellungen über 2026 hinaus ist bei allen Projektpartnern geplant. Der Einsatz von ökologischen Materialien, energiesparender Technik und Beleuchtung werden angestrebt.

1.3 Inhaltliche und methodische Ziele

Aber was genau ist anders? Welche Geschichten fehlen, wurden noch nicht erzählt? Welche Vorurteile und Stereotype gibt es auf allen Seiten? Wie können alle einander mehr zuhören, einander verstehen, voneinander lernen? Wie kann Gesellschaft zusammenwachsen? Was bedeutet Transformation für Menschen vor Ort in ihren jeweiligen Kulturen? Welche Schlüsse lassen sich für künftige Entwicklungen ziehen? Diese und viele weitere Fragen sollen beispielhaft und konkret anhand der jüngeren Geschichte Magdeburgs gestellt und mögliche Antworten gesucht werden. Sie betreffen Millionen Menschen in Deutschland aber auch in (Ost)Europa oder überall da, wo es tiefgreifender Transformationen bedarf. Die Auflösung von begleitenden Spannungen, Ängsten und Missverständnissen in Wandlungsprozessen ist dabei essentiell für eine friedliche und konstruktive Gesellschaft.

Inhaltliches Ziel ist es, multiperspektivisch nachvollziehbar zu machen, wie tiefgreifend die Umbrüche für die Ostdeutschen in der Zeitspanne eines Lebensalters waren und dass und wie unsere heutige Lebenswirklichkeit von der Vergangenheit mit beeinflusst ist. Indem dabei Lebensleistungen anerkannt werden und ebenso schwierige Tatsachen, blinde Flecken oder Vorurteile im Osten wie im Westen thematisiert werden, kann ein Beitrag zur innerdeutschen (und innereuropäischen) Verständigung und Versöhnung geleistet werden. Es sollen gesellschaftliche Umwandlungsprozesse seit Mitte des 20. Jahrhunderts sensibel dargestellt sowie konstruktiv und gleichermaßen respektvoll diskutiert werden. Diese besonderen Erfahrungen können auch grundsätzlich genutzt werden für andere und künftige Transformationsprozesse.

Methodisches Ziel ist, mit umfangreicher Bürgerbeteiligung, mit neuen Formaten in Vermittlung und Kommunikation sowie mit verbesserten Ausstattungen die Museumslandschaft Magdeburgs nachhaltig zu befruchten – auch über den Projektzeitraum hinaus. Dabei werden digitale und langfristig abrufbare Angebote eine wichtige Rolle spielen, so dass die Ergebnisse von FeelingEast überregional als auch nach 2026 für Interessierte zur Verfügung stehen.

1.4 Bedeutung des Verbund-Projektes

FeelingEast – ein deutschlandweit hoch relevantes Thema

Die Vereinigung der beiden deutschen Staaten wurde lange als Erfolgsgeschichte betrachtet und erzählt. Diesem Narrativ zufolge haben sich die Gebiete der ehemaligen DDR nach dem Ende des Kalten Krieges kompromisslos in den demokratischen Rechtsstaat der BRD integriert und schließlich auch in die EU; lediglich der Grad der Vollendung dieser Integration ist demnach messens- und berichtenswert. Die Erfolgsgeschichte ließ jedoch bisher die individuellen Erfahrungen und Emotionen Einzelner außen vor, die sich heute in der aufkeimenden Unzufriedenheit und Wut in den östlichen Gesellschaften deutlicher zeigt denn je. Die Grenzen zwischen Ost und West sind in den Köpfen der Menschen immer noch gegenwärtig. Es gibt jedoch bisher keine Institution und keine Ausstellung, die sich epocheübergreifend und multiperspektivisch mit dieser komplexen Thematik beschäftigt. Hier setzt deshalb nicht umsonst auch die Bundesregierung an, die ein "Zukunftszentrum für Deutsche Einheit und Europäische Transformation" auf den Weg bringen will, welches bis 2028 in Halle (Saale) entstehen soll. FeelingEast kann hier viel früher wesentliche Impulse setzten.

Das Beispiel Magdeburg zeigt stellvertretend für alle Städte im Osten, dass sich der Übergang von 1989/90 eben nicht so einfach, sondern mit sehr massiven Einschnitten für die Bevölkerung vollzog. Da sich in der Landeshauptstadt in den Jahrzehnten seit der Wiedervereinigung ein tiefgreifender Strukturwandel in vielerlei Hinsicht erfolgreich vollzogen hat, kann hier auch untersucht und dargestellt werden, was unter der Oberfläche für Verletzungen, Befindlichkeiten und Eigenheiten schlummern, die letztlich einen Unterschied zum Westen ausmachen. Es bedarf daher einer inhaltlichen Korrektur der Sichtweise auf den bisherigen Wandel sowie auch einer neuen und innovativen Herangehensweise an die Thematik. Dies kann das Ausstellungs- und Beteiligungsprojekt "Feeling East? Leben im Osten" leisten: durch eine neue Einordnung der DDR-Geschichte sowie auch der bundesrepublikanischen Geschichte in puncto Wiedervereinigung in europäische, internationale oder auch globale Zusammenhänge.

Vor allem der Ansatz, die DDR-Zeit und die Phase der Wiedervereinigung bis in die heutige Zeit im Zusammenhang zu betrachten, leistet für die Aufarbeitung innerhalb der Gesellschaft der Bundesrepublik einen bedeutenden Beitrag. Dabei wird ebenso der neueste Stand der Transformationsforschung und der Forschungen zur DDR-Geschichte ermittelt und reflektiert, wie auch jüngste Diskurse in Literatur, Gesellschaft und Politik zum Thema, und natürlich die Ergebnisse der partizipativen Prozesse verarbeitet. Von der angestrebten erweiterten Perspektive auf die jüngere und jüngste Geschichte sollen alle Alters- und Zielgruppen profitieren.

Insgesamt sind die Ausstellungen also nicht nur für die Landeshauptstadt Magdeburg und die Region bedeutsam. Auch für den europäischen Kontext können wertvolle und innovative neue Bezugspunkte mit allgemeingültigen als auch unterschiedlichen Erkenntnissen gefunden werden.

Magdeburg als geeignete Modellstadt für Transformationsforschung

Die Beschäftigung mit den Veränderungsprozessen der jüngeren und jüngsten Geschichte an einer konkreten Stadt ist dabei besonders hilfreich, weil konkret nacherlebbar und nachvollziehbar.

"Magdeburg ist gelebte Transformation – damals wie heute. Hier kann unter quasi Laborbedingungen der Wechsel von einer Diktatur (des Proletariats) zur Demokratie langfristig erforscht werden."²⁷ (Prof. Heiko Schrader, Otto-von-Guericke-Universität)

Aussage von Prof. Heiko Schrader bei einem Netzwerktreffen Magdeburger Forscher*innen im Rahmen der Vorbereitung einer Bewerbung Magdeburgs um das Zukunftszentrum Transformation am 26.04.2022 im Alten Rathaus. Prof. Schrader ist langjähriger Forscher zu Magdeburgs Transformationsgeschichte und Leiter (1. Vorstandssprecher) des "Zentrums für Transformationsforschung" (ZTF) der Otto-von-Guericke-Universität.

Bei der ursprünglich geplanten Bewerbung der Landeshauptstadt Magdeburg für das "Zukunftszentrum" wurde dieser Vorteil bereits herausgearbeitet. Auch wenn sich die Stadt letztlich nicht beworben hat, bleibt diese Tatsache unbenommen.

Während FeelingEast ein befristetes Projekt ist, wird das Zukunftszentrum in Halle eine dauerhafte Institution sein, mit weitaus mehr Kapazitäten. Es hat sich inhaltlich aber genauso zum Ziel gesetzt, Veränderungen in Deutschland in den letzten 30 Jahren zu erforschen und besitzt damit zum Magdeburger Ausstellungsthema eine große inhaltliche Schnittmenge. Auch das Zukunftszentrum soll ein kreativer Ort der Begegnung, des Wissens und des Austausches sein, der unter einem Dach ein wissenschaftliches Institut als Knotenpunkt fächerübergreifender, anwendungsorientierter Transformationsforschung, ein Dialog- und Begegnungszentrum als Ort für Austausch und Vernetzung über gesellschaftlichen Zusammenhalt sowie ein Kulturzentrum mit Ausstellungen über Phänomene gesellschaftlicher Transformation vereint. Magdeburgs Vorteil mit Feeling-East ist, neben einem sofortigen Arbeitsbeginn und ersten Ergebnissen schon in 2024 und 2025, dass man sich auf eine konkrete Stadt fokussieren und damit sehr in die Tiefe gehen kann. Da das Zukunftszentrum nun ganz in der Nähe in Halle entsteht, sind die Voraussetzungen für eine mögliche Kooperation mit dem FeelingEast-Projekt sehr günstig; ob allerdings die Leitung des Zukunftszentrums rechtzeitig berufen wird und ob diese ein Interesse an einer Zusammenarbeit hat, bleibt abzuwarten.

FeelingEast als Chance für Magdeburgs Kulturentwicklung

Die Landeshauptstadt Magdeburg wird maßgeblich von dem Projekt profitieren. Im Rahmen der Aufarbeitung der eigenen, jüngeren und jüngsten Vergangenheit können Stimmen und Geschichte(n) gehört, gesehen, nachvollzogen und vor allem auch gewürdigt werden, die bisher untergingen. Dabei lassen sich Zusammenhänge von Politik und Alltag besser verstehen und ggf. auch neu bewerten, was für künftige Maßnahmen in Transformationsprozessen sehr konstruktiv und verbindend sein kann. Gerade letzteres ist in einer sich immer mehr diversifizierenden und konfrontativen Gesellschaft ein wichtiger Aspekt.

Aber auch die Kulturlandschaft Magdeburgs wird sich positiv weiterentwickeln. Die beiden Schwerpunkte Beteiligung und Vermittlung werden für die Projektpartner wie auch für Kooperationspartner wichtige Erfahrungen bringen, die langfristig hilfreich sind. Die Zusammenarbeit der Institutionen mit der Zivilgesellschaft wird intensiviert. Die beteiligten Institutionen können Ergebnisse der Ausstellungen als auch technische Ausstattungen langfristig übernehmen. Die Digitalstrategie wird neue Möglichkeiten über das Projektende hinaus bieten. Und auch die Zusammenarbeit von Institutionen und Freier Szene kann weiterentwickelt werden und neue Möglichkeitsräume schaffen.

Image und Stadtmarketing

Magdeburg kann es mit FeelingEast gelingen, über einen längeren Zeitraum überregionale Aufmerksamkeit zu generieren als innovativer, mutiger und komplexer Kulturstandort. Mit dem Thema "Leben im Osten", das deutschlandweit bewegt, ist Feeling-East anschlussfähig für Interessierte und Gäste aus vielen Bereichen: Kultur, Tourismus, Forschung, politische Bildung, Journalismus. Durch eine vielgestaltige und barrierearme Herangehensweise können zudem neue Zielgruppen erreicht werden, die sonst vielleicht nicht ohne weiteres ins Museum gehen oder die Magdeburg noch nicht besuchten. All das wird das Image der Stadt nach innen wie nach außen verbessern.

Fazit

FeelingEast tangiert durch seine Zeit- und Themenstellung die Lebenswelten der Besucher*innen vor Ort als auch über digitale Formate im überregionalen Kontext unmittelbar. Die Auseinandersetzung mit Transformationen vor allem in der jüngeren Stadtgeschichte sowie ihre Aufarbeitung und Würdigung ist ein ganzheitliches Vorhaben, das Magdeburg zu einem wegweisenden Beispiel im nationalen und europäischen Kontext macht.

Das Projekt bietet landesweit Anknüpfungspunkte für korrespondierende Ausstellungs-, Beteiligungs- und Bildungsprojekte und kann einen neuen Diskurs über Umbruchserfahrungen anstoßen – in Magdeburg und darüber hinaus. Das Projekt vermag Vorurteile auf allen Seiten abzubauen und die Geschehnisse der neueren und neusten Geschichte und Gesellschaft auch für jene Besucher*innen der Ausstellungen anschaulich und verständlich zu machen, die aufgrund ihres jungen Alters oder ihres Wohn- und Lebensmittelpunktes nicht an der ostdeutschen oder (ost)europäischen Transformation beteiligt waren.

Und nicht zuletzt wird FeelingEast durch neue oder erweiterte Formate aus Beteiligung und Vermittlung die Museumslandschaft der Landeshauptstadt Magdeburg weiter bereichern und die Verbindung von Museum und Stadtgesellschaft sowie von Museum zu neuen Zielgruppen ausbauen.

2 Erarbeitung der Inhalte

Teilhabe, Inklusion, Kommunikation und Barrierearmut haben in unserer Demokratie in den letzten Jahrzehnten einen enormen Bedeutungszuwachs erfahren, nicht nur im Bereich Stadt- und Regionalentwicklung, wo Beteiligungsverfahren gesetzlich vorgeschrieben sind. Es geht heute immer mehr darum, möglichst vielen Menschen die Chance zu geben, bei wichtigen gesellschaftlichen Prozessen mitzuwirken. Es soll dabei nicht nur niemand ausgeschlossen, sondern sogar gezielt Gruppen angesprochen werden, die bisher bei bestimmten Themen nicht erreicht wurden. Dafür braucht es Raum und Gelegenheit, ein dialogisches Grundverständnis, eine sensible und verständliche Kommunikation sowie möglichst barrierefreie Zugänge auch für jene mit Beeinträchtigung.

So ist auch die Museumslandschaft in Bewegung geraten. Es reicht nicht mehr, von Kurator*innen präferierte Sammlungsobjekte auszustellen, zu beschriften und begleitend Frontalvorträge oder Expertenführungen anzubieten. Vielerorts sinkende Besucherzahlen zeigen, dass es in der Gesellschaft neue Bedarfe an Kulturvermittlung gibt. Museen als herausragende Orte zur Bewahrung des Kultur- und Naturerbes, bieten mit ihren fachlichen Kapazitäten und ihren Immobilien hervorragende Möglichkeiten, einen größeren Beitrag für die kulturelle Weiterentwicklung auch in der Gegenwart zu leisten.

So schreibt Jan Gerchow, der Direktor des Historischen Museums Frankfurt, über die Neuausrichtung seines Hauses vom Fachmuseum für Geschichte zum Stadtmuseum für Frankfurt am Main: "Das neue Museum muss die vielen Perspektiven der Stadt-Benutzer*innen und damit auch der potentiellen Museums-Nutzer*innen ernst nehmen und sie als Wissens- und Erfahrungsschatz der gelebten Stadt immer wieder in seine Arbeit einbeziehen. Nicht mehr allein das von Kurator*innen erarbeitete und verantwortete "Master-Narrativ" der Stadtgeschichte ist im neuen Museum präsentiert, sondern viele individuelle Perspektiven von Stadtbewohner*innen und Gästen zugleich."²⁸ Mit den inzwischen zahlreichen partizipativ erarbeiteten Sonderausstellungen hat das Historische Museum Frankfurt in Deutschland neue Maßstäbe für die Beteiligung der Stadtgesellschaft gesetzt.

In diesem Sinne verbindet auch FeelingEast mit Hilfe eines großen Beteiligungsprogramms von vornherein Erfahrungswissen und Perspektiven der Menschen vor Ort mit Erkenntnissen aus Wissenschaft und Forschung. Durch intensive Netzwerkarbeit können zudem auch Einrichtungen und Institutionen sowie Akteure der Zivilgesellschaft

_

Gerchow, Jan: Ein Museum – viele Perspektiven in: Susanne Gesser, Nina Gorgus, Angela Jannelli (Hrsg.),
Das subjektive Museum, Edition Museum, Bielefeld, 2020, Grußwort

erreicht und eingebunden werden. Diese Zusammenarbeit ist wichtig für die Erarbeitung der Ausstellungen und wird zudem auch vor Ort während der Laufzeit und im Programm bis zum Ende eine Rolle spielen. Es bleiben also alle Akteure in Verbindung untereinander und man kann bei Bedarf auf die Kompetenzen zurückgreifen und tagesaktuell auf wichtige Aspekte sogar während der Ausstellungszeit eingehen.

Parallel werden zudem von Anfang an die Aufgabenbereiche Interaktion und Vermittlung sowie Begleitprogramm konzeptionell eingebunden und sind wesentlicher Bestandteil des Projektes. Auch das ist ein Perspektivwechsel.

Mit der beschriebenen Herangehensweise können im Projekt FeelingEast Erwartungen erfüllt werden, die in jüngster Zeit immer deutlicher den Museen entgegengebracht werden. Diese kommen in der neuen, im August 2022 vom Museums-Verband der UNESCO (ICOM) verabschiedeten Museumsdefinition zum Ausdruck: "Ein Museum ist eine nicht-profitorientierte, permanente Einrichtung im Dienst der Gesellschaft, die materielles und immaterielles Erbe erforscht, sammelt, bewahrt, interpretiert und ausstellt. Öffentlich, zugänglich und inklusiv fördern Museen Diversität und Nachhaltigkeit. Sie arbeiten und kommunizieren ethisch, professionell und unter Beteiligung von gesellschaftlichen Gruppen (communities) und bieten vielfältige Angebote für Bildung, Unterhaltung, Studium und Wissensweitergabe."²⁹ Gegenüber der alten Definition von 2007 ist das Ziel der Förderung von Diversität hinzugekommen; der größte Unterschied ist jedoch, dass nun die Art und Weise beschrieben ist, wie Museen ihre Ziele erreichen, und dass dies auch inklusives und partizipatives Vorgehen beinhaltet.

2.1 Eine breite Beteiligung

Partizipation und "Feeling East? Leben im Osten"

In seiner Handreichung zum Thema "Partizipation im Forschungsmuseum" aus dem Jahr 2018 empfiehlt das Museum für Naturkunde zu Berlin mehrere Stufen, die bei der

Eigene Übersetzung (M.S.) aus dem Englischen, da die Museumsdefinition von ICOM bisher nur in Englisch, Französisch und Spanisch veröffentlicht wurde. "A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing." https://icom-deutschland.de/de/component/content/article/551-neufassung-der-icom-museumsdefinition-beschlossen.html?catid=31&Itemid=114 (zuletzt aufgerufen am 14.03.2023)

Planung partizipativer Projekte bedacht werden müssen.³⁰ Diese lassen sich auch auf das Projekt "Feeling East? Leben im Osten" übertragen:

- 1. Für die beteiligten Institutionen des Projektes müssen zunächst der Bedarf und die Voraussetzungen ermittelt werden, um abschätzen zu können, in welchem Grad die Öffentlichkeit in das Projekt eingebunden werden kann, und welche Fragen und Themen dabei für die Beteiligten und für die Institutionen einen besonders großen Mehrwert haben.³¹ Dabei gilt es, den Partizipationsbegriff für das eigene Vorhaben genauestens zu definieren, insbesondere aufgrund der Diversität und Fachausrichtung der beteiligten Institutionen. Auf Grundlage dieser gemeinsamen Begriffsklärung kann dann entschieden werden, ob eine grundsätzliche Bereitschaft für Partizipation besteht.³² Die Vertreter*innen aller fünf Institutionen stehen verschiedenen Beteiligungsformaten sehr interessiert gegenüber.
- 2. Im nach Projektstart zu erstellenden Konzept müssen dann Zielvorgaben, Fragestellungen und ein Zeitplan ausgearbeitet werden.³³
- Für die Umsetzung braucht es dann ein professionelles Team und regelmäßige Abstimmungen (AG Beteiligung), ob Arbeitsresultate mit dem Prozess der Erarbeitung Hand in Hand gehen.

Eine so umfassende Partizipation, wie bei FeelingEast geplant, ist in der Museumslandschaft Magdeburgs noch ganz neu. Damit ist das Projekt notwendigerweise Erprobungsfeld für diese zusätzliche Qualität der städtischen Museen und kann den als Grundstein dafür bilden, dass sich die Museen dauerhaft dahingehend weiterentwickeln. Diese Neuausrichtung ist vom Stadtrat der Landeshauptstadt Magdeburg als Zielsetzung in der Kulturstrategie 2030 bereits festgeschrieben und könnte durch FeelingEast frühzeitig etabliert werden: "Die neue Kulturstrategie geht von einem breiten kultur- und gesellschaftspolitischen Verständnis aus. Deswegen ist sie auch mit dem Satz "KULTUR MIT ALLEN" überschrieben. Kultur soll nicht mehr nur für alle da sein, wie ein damals neuer kulturpolitischer Ansatz aus den späten siebziger Jahren des 20. Jahrhunderts hieß, sondern von allen mitgestaltet werden. Kultur muss immer stärker partizipativ angelegt werden, damit möglichst viele an ihr teilhaben und teilnehmen."³⁴

Partizipation im Forschungsmuseum, Handreichung des Museums für Naturkunde Berlin, o.O. 2018, S. 25-29.

³¹ Ebd., S. 25.

³² Ebd., S. 25.

³³ Ebd., S. 26.

Kultur mit allen. Kulturstrategie 2030, Landeshauptstadt Magdeburg, Dezernat für Kultur, Bildung und Sport, Juli 2020, S. 4.

Weil es bisher in den Museen an Erfahrung mit Beteiligungsprozessen mangelt und auch wegen der begrenzten Vorbereitungszeit, ist es für FeelingEast angezeigt, die Partizipation in die Hände einer externen Agentur als verantwortlichem Dienstleister zu legen, die darin bereits sehr erfahren ist. Diese Agentur muss über eine Arbeitsgruppe laufend in das Projekt und seine Beteiligten eingebunden sein, damit die Rückbindung des Partizipationsprozesses an das Gesamtkonzept gewährleistet ist und auch alle Projektpartner für die Zukunft davon Iernen können. An der Arbeitsgruppe Beteiligung unter Leitung des Projektbüros sind neben der Beteiligungsagentur die Projektpartner und ausgewählte Stakeholder der Landeshauptstadt Magdeburg vertreten. Die Teilnehmer*innen begleiten den Beteiligungsprozess, beraten und sind auch als Multiplikatoren tätig, um möglichst viele Zielgruppen zu erreichen. Wichtige Erkenntnisse und Informationen aus diesem Prozess werden von hier wieder den Projektpartnern übermittelt und fließen in die Ausstellungen ein. Wie genau die Zusammenarbeit in der Arbeitsgruppe dann aussehen soll, muss nach Projektstart festgelegt werden. Die Organisation liegt in den Händen des Projektbüros.

Die Beteiligungsformen des Projektes FeelingEast sind vielfältig, kreativ und innovativ. Hauptaugenmerk sollen die Erfahrungen und Eindrücke der Menschen vor Ort in den letzten Jahrzehnten sein, was direkt oder indirekt in die Ausstellungen einfließt. Hier wird die externe Agentur für Beteiligung viele Zeitzeugenberichte und Material sammeln, sichten und dann gemeinsam mit dem Projektbüro und der AG Beteiligung konzeptionell erarbeiten, wie und wo das dann am besten zum Tragen kommen kann. Folgende Formate wären denkbar und mit den Projektpartnern im Einzelnen abzustimmen:

- Zeitzeugengespräche
- Befragungen, Umfragen
- Bevölkerungsaufruf zur Einbringung eigener Sammelstücke als Ausstellungsobjekte
- Wettbewerbe oder Mitmachaktionen z. B. Zeichen- und Fotobeiträge, Texte...
- Partizipative Formate im Rahmen des Begleitprogramms

Kleiner Exkurs Partizipation in Museen

In den letzten Jahrzehnten ist in unserer Gesellschaft das Interesse an Partizipation bzw. Teilhabe in vielen Bereichen massiv gestiegen. Selbst bei der Beantragung von Fördermitteln für den öffentlichen Sektor geht es meist nicht mehr ohne. Mittlerweile gibt es einen guten Erfahrungsschatz, nicht zuletzt auch dokumentiert in Büchern und Reportagen, der zeigt, dass sich Aufwand und Mühe in der Regel lohnen.

Daraus resultiert der aktuellen Anspruch vieler Menschen nach Teilhabe auch in Museen oder bei Ausstellungen. Dieser Wunsch wird durch das Social Web enorm verstärkt, wo seit geraumer Zeit unzählige Austausch-, Feedback- sowie kooperative Produktions-

formate bestehen. Museumsbesucher*innen erwarten daher heute nicht nur einen bloßen Zugang zu Informationen, sondern insbesondere auch die Möglichkeit diese Informationen zu kommentieren, zu bewerten und zu diskutieren³⁵, an der Produktion von Ausstellungen mitzuwirken, durch Themensetzungen, Geschichten und Perspektiven. 36 Joachim Baur beschreibt das Ziel von Partizipation prägnant: "In der Aufhebung der herkömmlichen Trennung von Produzenten und Konsumenten soll nicht zuletzt das traditionell unilineare, topdown-Verhältnis von Ausstellung und Öffentlichkeit in ein umfassend dialogisches überführt werden.³⁷ Museen werden damit zu Orten der Aufklärung, der Reflexion und Selbstvergewisserung. 38 Darüber hinaus intensiviert sich durch das eigene Zutun der Beteiligten die Erfahrung und damit auch der Wissenserwerb, 39 da Menschen 20 % des Gehörten behalten, 30 % des Gesehenen, 80 % des selbst Verfassten und 90 % des selbst Getanen.40

Soziale Inklusion ist nur durch Partizipation zu erreichen, sodass Involvierte sich im Museum ernstgenommen und repräsentiert fühlen. Dies erst ermöglicht den Weg der Museen zu demokratischen Institutionen und zu Plattformen für die Bedürfnisse der Allgemeinheit. 41 Partizipation kann ein Museum offener, demokratischer, inhaltlich gehaltvoller und lebendiger machen. 42 Dementsprechend liegt der Vorteil von Partizipation in einer Erweiterung des Horizontes für alle Beteiligten. Sie fördert ferner kulturelle, soziale und emotionale Kompetenzen.⁴³

Für die Verantwortlichen in den Museen ist Partizipation daher immer auch ein Perspektivwechsel weg vom Objekt hin zum Menschen und damit eine Umstellung der bisherigen Arbeitsweisen.44

Partizipative Arbeit hat jedoch auch Grenzen, denn sie erfordert eine personell aufwändige, kontinuierliche und systematische Kooperation mit museumsexternen Menschen. Die positiven Effekte überwiegen jedoch, gerade wenn die Besuchszahlen erhöht und das Besuchserlebnis verbessert werden soll. 45 Denn aktuelle Studien zeigen, dass in den letzten Jahren die Besuchszahlen in deutschen Museen leicht rückgängig sind. Nur etwa 8 bis 10 % der Bevölkerung besuchen regelmäßig Sonder- und Dauerausstellungen. Jugendliche und Menschen mit einer nichtakademischen Ausbildung oder aus sozial und finanziell benachteiligten Milieus scheinen sich von Museen weniger angesprochen oder durch sie

³⁸ Tietmeyer: Partizipation im Museum und die Frage der Nachhaltigkeit, S. 50.

Gesser/Handschin/ Jannelli/ Lichtensteiger: Das partizipative Museum, S. 11.

³⁶ Baur: Ausstellen, S. 140.

³⁷ Ebd., S. 140 f.

³⁹ Kaiser: Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen, S. 119.

⁴⁰ Gudjons, Herbert: Handlungsorientiert lehren und lernen.

Schüleraktivierung-Selbsttätigkeit-Projektarbeit, Bad Heilbrunn 1997, S. 19.

Tietmeyer: Partizipation im Museum und die Frage der Nachhaltigkeit, S. 51.

Ebd., S. 57.

Wolf: Partizipation im Kulturerbe, S. 7.

Das Museum für alle (ICOM), S. 31-33.

repräsentiert zu fühlen.⁴⁶ Barrierearme Partizipation und attraktive Vermittlung vermögen Museen wieder für größere Zielgruppen zu rekultivieren. Partizipation ist deshalb zu einem Schlüsselbegriff in der Kulturarbeit geworden.⁴⁷

Das Konzept der Partizipation ist dabei nicht neu. Bereits im 19. Jahrhundert wurden Vereine gegründet, die das Ziel hatten, private Sammlungen der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Viele sind bis heute aktiv. Etliche Museen entstanden aufgrund der Initiative bürgerlichen Engagements und entwickelten sich im Laufe der Zeit zu professionellen wissenschaftlichen Museen weiter. In den USA, Großbritannien und den Niederlanden sind moderne, partizipative Verfahrensweisen bereits etabliert und anerkannt. Mittlerweile setzen sie sich auch hier immer mehr durch in großen wie in kleinen Einrichtungen. Dabei gibt es verschiedene Ansätze, die ggf. auch kombiniert werden können. Im Folgenden ausgewählte Formen, die bei FeelingEast zum Tragen kommen könnten.

Beitragende Partizipation bietet den Besucher*innen die Möglichkeit ihre Gedanken und Werke in öffentlichen Foren zu teilen, aber auch während des Besuchs mündlich oder schriftlich Feedback auf Kommentarwänden und im Gästebuch zu geben oder eigene Sammlerstücke als Ausstellungsobjekte beizusteuern.⁴⁹ Museumsmitarbeiter*innen sind Ideengeber*innen und Initiator*innen.

Kooperierende Partizipation bezeichnet die Möglichkeit für Teilnehmende, als aktive Partner*innen eines Projektes aufzutreten und als Expert*innen zu fungieren. ⁵⁰ Museumsmitarbeiter*innen sind auch hier Ideengeber*innen und Initiator*innen. Sie verantworten die Aktionen im Museum. ⁵¹

Ko-kreative Partizipation ist die anspruchsvollste Stufe der Beteiligung. Besucher*innen werden dabei als gleichberechtigte Partner*innen eines Museums aufgefasst. Auf Augenhöhe werden Inhalte und Projekte geschaffen und verwirklicht. ⁵² Communities wird die Möglichkeit geboten, auf Museen zuzugehen und eigene Projekte zu realisieren. ⁵³

25

Outreach als strategisches Diversity-Instrument. Dokumentation der KIWit-Fortbildung im Germanischen Nationalmuseum Nürnberg vom 27 bis 28. September 2018, Handreichung, S. 3; Freizeitmonitor 2019, hrsg. v. Stiftung für Zukunftsfragen.

⁴⁷ Zwaka, Petra: Partizipation, Ko-Kreation, Kooperation? Beteiligungsformate in Kultureinrichtungen, Eröffnungsvortrag am 18.1.2017 im Rahmen Akademie #1 des Programms TRAFO – Modelle für Kultur im Wandel in Clausthal – Zellerfeld, S. 1, online abrufbar unter: http://www.trafo-programm.de/downloads/TRAFO Akademie Vortrag Petra%20Zwaka final.pdf (zuletzt aufgerufen am 15.05.2022)

Tietmeyer, Elisabeth: Partizipation im Museum und die Frage der Nachhaltigkeit – Ein Widerspruch?
Erfahrungen des Museums Europäischer Kulturen – Staatliche Museen zu Berlin, in: Das Museum für alle – Imperativ oder Illusion. Internationales Bodensee-Symposium vom 18. Juni – 20. Juni 2015, hrsg. v. ICOM Schweiz – Internationaler Museumsrat, o.O. 2016, S. 50-60, hier S. 50.

Jaschke, Beatrice / Sternfeld Nora: Zwischen/Räume der Partizipation, in: Räume der Kunstgeschichte, hrsg. v. Verband österreichischer Kunsthistorikerinnen und Kunsthistoriker, Wien 2015, S. 168-182, hier S. 169.

⁵⁰ Simon: The Participatory Museum, S. 187.

⁵¹ Tietmeyer: Partizipation im Museum und die Frage der Nachhaltigkeit, S. 51.

⁵² Simon: The Participatory Museum, S. 187.

⁵³ Jaschke/Sternfeld: Zwischen/Räume der Partizipation, S. 170 f.

Dabei gibt es auch Fallstricke. Museen müssen sich auf Fakten fokussieren, Beteiligte sind mitunter auf der Beziehungsebene verhaftet oder haben unrealistische Wünsche, sind unkooperativ oder enttäuscht über Meinungen Andersdenkender. Das kann und muss durch professionelle und menschlich wie fachlich erfahrene Moderationen überwunden werden. Die Schweiz als Musterbeispiel für langerprobte, direkte Beteiligungsverfahren kann hier als ein Vorbild gesehen werden oder zumindest lehrreich sein.

Fazit

Beteiligung als mittlerweile etablierter Ansatz in der Gesellschaft wie auch in der Museumslandschaft bietet auch für FeelingEast viele neue Sichtweisen und Erkenntnisse, die natürlicherweise über das Wissen der Kuratierenden hinaus gehen und in die Ausstellungen einfließen sollen. Und sie schafft eine neue, langfristige Besucheransprache – also Kundenbindung, wie man im Marketing sagen würde.

2.2 Forschung

FeelingEast – Forschung auf vielen Gebieten

FeelingEast berührt zum einen das große Thema von politischer und wirtschaftlicher Gesellschaftsgestaltung der neueren deutschen Zeitgeschichte, was sich zum anderen in vielen Einzelbereichen niederschlägt wie Arbeit, Industrialisierung, Kultur, Bildung, Umwelt, Stadtplanung. Damit ist auch ein sehr breiter wissenschaftlicher Themenhorizont aufgespannt, der zahlreiche Disziplinen einschließt, wie Geschichte, Kulturwissenschaften und Kunstgeschichte, zahlreiche der Gesellschaftswissenschaften (u.a. Sozial-, Politik-, Wirtschaftswissenschaften, Psychologie) oder auch Umweltwissenschaften. Die verschiedenen Forschungsgebiete überschneiden und ergänzen sich hinsichtlich vieler Fragestellungen. Diese komplexe Ausrichtung ist weitaus breiter als bisher üblich bei kulturhistorischen Ausstellungen in Magdeburg und bedarf deshalb umfassender Betreuung. Eine Arbeitsgruppe unter Leitung des Projektbüros wird hier die Fäden zusammenhalten und konzeptionell steuern.

Eine zweite Besonderheit ist das Hereinreichen der Thematik bis an die Gegenwart. Damit ist vieles noch nicht oder noch nicht umfassend beforscht. Manche Themen tauchen bisher sogar nur im Feuilleton auf. Etliche Diskurse sind nicht abgeschlossen und Meinungsbildungen laufen.

Aus beiden Gründen ist ein intensiver Austausch und eine breite Beteiligung von Expert*innen bis zum Schluss des Projektes nötig.

In einer Arbeitsgruppe Forschung unter Leitung des Projektbüros sind die Projektpartner, Stakeholder wie z.B. Otto-von-Guericke-Universität und Hochschule Magdeburg-Stendal beteiligt sowie ggf. Expert*innen, die wesentliche Impulse setzen können und Netzwerkkontakte mitbringen. Gemeinsam werden Fragen angedacht und diskutiert sowie die Teilnahme oder Organisation von Veranstaltungen abgestimmt. Wichtige Erkenntnisse und Informationen werden den FeelingEast-Partnern zugeleitet und fließen in die Ausstellungen ein. Wie genau die Zusammenarbeit in der Arbeitsgruppe dann aussehen soll, muss nach Projektstart definiert werden. Die Organisation liegt in den Händen des Projektbüros.

Die Forschungen zur Geschichte der DDR und der neueren Bundesrepublik sowie die Transformationsforschung haben für FeelingEast dabei eine zentrale Bedeutung, da sie besonders eng mit den aufgezeigten Problematiken verbunden sind. Deshalb im Folgenden wesentliche Gedanken dazu. Wie Erkenntnisse und Wissen aller Gebiete auch darüber hinaus integriert werden, konkretisiert dann das künftige Projektbüro und die Arbeitsgruppe Forschung.

Kleiner Exkurs zur Forschung zur Geschichte der DDR

Die Erforschung der DDR hat eine lange Tradition, mit sehr unterschiedlicher Perspektive je nach Epoche und Autoren. Schon zum Zeitpunkt der Gründung der DDR am 7. Oktober 1949 hatte sich eine westdeutsche Community von etwa 300 Forschenden etabliert, die die Staatsform der DDR und seine Bewohner*innen "aus der Ferne" erforschte. ⁵⁴ Auch außerhalb des geteilten Deutschlands fand das Thema unter Wissenschaftler*innen großen Anklang. So gründeten sich etliche Forschungszentren in der ganzen Welt, etwa in Großbritannien, Frankreich und den USA. ⁵⁵ Im Laufe der Jahrzehnte entstand eine Vielzahl an Forschungsarbeiten, die mit dem Aufschwung der DDR-Forschung im Zuge der Friedlichen Revolution 1989/90 und der Wiedervereinigung Deutschlands dann allerdings als überkommen und mit ausschließlich westlichem Blick auf den DDR-Staat und seine Gesellschaft kritisiert wurden. ⁵⁶ 2003 löste Jürgen Kocka eine in der DDR-Forschung in eine große Kontroverse aus mit seiner Feststellung, die Geschichte der DDR könne als weitestgehend erforscht gelten. ⁵⁷ Der folgende Aufschrei war immens. Darunter mischten sich

Hüttmann, Jens: Akteure und Konjunkturen der 'De-De-Errologie'. Die bundesdeutsche DDR-Forschung vor und nach 1989, in: Hochschul- und Wissensgeschichte in zeithistorischer Perspektive. 15 Jahre zeitgeschichtliche Forschung am Institut für Hochschulforschung Halle-Wittenberg (HoF), hrsg. v. Peer Pasternack, Halle-Wittenberg 2012, S. 102-104, hier S. 102.

⁵⁵ Ebd., S. 102.

⁵⁶ Ebd., S. 104.

Kocka, Jürgen: Der Blick über den Tellerrand fehlt, in: Frankfurter Rundschau vom 22.08.2003; Ders.: Bilanz und Perspektiven der DDR-Forschung. Hermann Weber zum 75. Geburtstag, in: Deutschland Archiv 36 (2003), S. 764-769.

jedoch auch Stimmen, die Kocka zustimmten.⁵⁸ So wurde auch die Auffassung vertreten, die DDR-Forschung könnte erst mit einer Neuausrichtung erneut an Relevanz gewinnen, konkret durch das Einbeziehen der Nachkriegsgeschichte auf breiter Ebene und unter Einbeziehung der vielfältigen Beziehungsebenen der deutschen Geschichte nach 1945 sowie der unterschiedlichen Erfahrungen der Menschen in Ost und West.⁵⁹ Ferner wurde gefordert, die Integration der DDR in einen Kontext von Europäisierung und Globalisierung zu setzen.⁶⁰ So hitzig die Debatte geführt wurde, so schnell kam sie jedoch wieder zum Erliegen.⁶¹

Eine erneute Flut an Publikationen war 2009 zum 20. Jahrestag des Mauerfalls zu verzeichnen, die inhaltlich vorrangig die Deutsche Einheit thematisierten. Der öffentlichen Erinnerung an die Ereignisse von 1989 kam nun erstmals politik- und medienübergreifend eine zentrale Rolle zu, wobei die DDR als "zweite deutsche Diktatur" und die Friedliche Revolution als einzig gelungene deutsche Revolution "von unten" beurteilt wurden. Seitdem ist es zu einer Selbstverständlichkeit geworden, an diesen Teil der Geschichte zu erinnern und der Opfer des SED-Regimes zu gedenken. Zugleich wurde der Eindruck vermittelt, dass es in Fragen der Erinnerung an die DDR, die Friedliche Revolution und die Zeit danach eine überwiegende Einigkeit gegeben habe und Definitions- und Legitimationsprobleme keine Rolle spielten, also ein geschichts- und erinnerungspolitischer Konsens bestehe. ⁶²

2005 konstatierten Hendrik Bispinck et al., "Die bisher gewonnenen Erkenntnisse bedürfen einer ständigen Überprüfung und ggf. einer kritischen Revision (…)"⁶³ und empfahlen die "Einbindung der DDR-Vergangenheit in die deutsche Geschichte des 20. Jahrhunderts sowie ihre Einordnung in das "dynamische Mehrebenensystem" europäischer, internationaler und globaler Zusammenhänge (…)",⁶⁴ da nur eine komplexe und umfassende Betrachtungsweise wichtige Perspektiven auf die ostdeutsche Vergangenheit zu eröffnen vermöge. 2012 erhoffte sich Aleida Assmann von einer gesamteuropäischen Erinnerung, eine weitere Dimension der Geschichte des 20. Jahrhunderts aufzeigen und sie zum Gegenstand von Selbsterkenntnis und künftiger Prävention machen zu können. ⁶⁵ Der Tenor im Rahmen der Feierlichkeiten zum 30. Jahrestag war dann in puncto Erfolg und Wiederver-

⁵⁸ Bispinck, Hendrik u.a.: Die Zukunft der DDR-Geschichte. Potentiale und Probleme zeithistorischer Forschung, in: Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte 53 (2005) Heft 4, S. 547–570, hier S. 547.

Jarausch, Konrad H.: Die Zukunft der ostdeutschen Vergangenheit - Was wird aus der DDR-Geschichte?, in: DDR-Geschichte vermitteln. Ansätze und Erfahrungen in Unterricht, Hochschullehre und politischer Bildung, hrsg. v. Jens Hüttmann, Ulrich Mählert u. Peer Pasternack, Berlin 2004, S. 81-99, hier S. 82 u. S. 96.

U.a. Lindenberger, Thomas / Sabrow, Martin: Das Findelkind der Zeitgeschichte. Zwischen Verinselung und Europäisierung: Die Zukunft der DDR-Geschichte, in: Frankfurter Rundschau vom 12.11.2003; Dies.: Zwischen Verinselung und Europäisierung: Die Zukunft der DDR-Geschichte, in: Deutschland Archiv 37 (2004), S. 123-127.

⁶¹ Bispinck u.a.: Die Zukunft der DDR-Geschichte, S. 548.

⁶² Rudnick: Die andere Hälfte der Erinnerung, S. 17 f.

⁶³ Bispinck u.a.: Die Zukunft der DDR-Geschichte, S. 551.

⁶⁴ Ebd., S. 570.

Assmann, Aleida: Die Re-Europäisierung der Erinnerung an die DDR. Die Erinnerung an die DDR – ein deutscher Sonderweg?, Berlin 2012, S. 33.

einigung seitens Politik, Medien und Forschung deutlich verhaltener. Auch deshalb soll das "Zukunftszentrum für Deutsche Einheit und Europäische Transformation" entstehen mit einem großen Fokus auch auf Forschung.

Transformationsforschung als Querschnittsthema

Transformationsforschung ist in der vergleichenden Politikwissenschaft die Erforschung der Veränderung politischer Systeme sowie der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Ordnung. Sie beschäftigt sich im Wesentlichen mit Veränderungsprozessen in Staaten und Gesellschaften und blickt bereits auf eine lange Tradition zurück. Allein bis in die 1990er Jahre lagen über 3.000 deutschsprachige Publikationen vor, die sich mit dem sozial-strukturellen, institutionellen und kulturell-mentalen Wandel der DDR hin zu einer Demokratie befassen.⁶⁶

Magdeburg bietet als Standort hervorragende Voraussetzungen. Nicht nur, dass an der Otto-von-Guericke-Universität mit dem Zentrum für Transformationsforschung (ZTF) und dem Zentrum für Sozialweltforschung und Methodenentwicklung (ZSM) bereits seit über 30 Jahren intensiv geforscht wird und zahlreiche Forschungseinrichtungen Anknüpfungspunkte für weitere Aspekte von Transformation bieten. Ganz neu hinzugekommen ist 2022 das Institut für demokratische Kultur (IDK) der Hochschule Magdeburg-Stendal. Evidenzbasiert und anwendungsnah wird dort die demokratische Gestaltung des sozialen Wandels in Sachsen-Anhalt erforscht, was sowohl die Begleitung und Evaluation demokratiefördernder Strategien umfasst als auch die Untersuchung demokratiegefährdender Phänomene.

Magdeburg ist darüber hinaus durch die vielen Umbrüche zwischen mittelalterlicher Metropole und moderner Großstadt ein Ort mit Modellcharakter für Transformationen. Und die nächste große Etappe kündigt sich bereits an, denn in Magdeburg wird der US-Konzern Intel eine große Chip-Fabrik bauen, die einschließlich Zulieferbetrieben bis zu 10.000 Menschen einen Arbeitsplatz bieten soll.

Fazit

Der Diskurs um Veränderungsprozesse per se wie gerade auch die Veränderungen von ostdeutschen Lebenswelten und deren Bewältigung wird heute mit hoher Dringlichkeit geführt. In Deutschland rückt er zunehmend in die Mitte der Gesellschaft, da er bisher ungelöste Fragen nach dem Leben im sozialistischen Staat, dem gesellschaftlichen Auf-

Reißig, Rolf: Transformationsforschung. Gewinne, Desideraten und Perspektiven, in: Politische Vierteljahresschrift, 39 (1998), Heft 2, S. 301-328.

bruch durch Glasnost, der friedlichen Revolution, der schnellen Hinwendung zum politischen und wirtschaftlichen System des Westens sowie der Globalisierung und Digitalisierung in sich birgt. Das Leben in der DDR, die Umbruchszeit von 1989/90 und die sich daran anknüpfende Zeit seit der Wiedervereinigung der beiden deutschen Staaten ging mit Veränderungen im Leben aller Menschen einher, die direkt und indirekt noch lange nachwirkten – teils bis heute. Eine gesamtheitliche Betrachtung, die die Entwicklungen vor und nach dem epochalen Einschnitt zusammen in den Blick nimmt, auch unter Anwendung neuerer methodischer Ansätze, blieb trotz vieler themenspezifischer Forschung bisher Mangelware. Aber die wissenschaftliche Beschäftigung mit Transformationsprozessen, die Gesamtdeutschland betreffen, hat zugenommen und hier sind in naher Zukunft noch mehr Erkenntnisse zu erwarten. Eine populäre, anschauliche und an ein breites Publikum gerichtete Präsentation in Form einer Ausstellung gab es bisher noch nicht.

2.3 Netzwerke

Ein gezielter Austausch mit weiteren Akteur*innen auf gesellschaftlicher, fachlicher oder kultureller Ebene, die nicht formell im Projekt eingebunden sein müssen, wird zur weiteren Bereicherung des Projektes angestrebt wie auch, um Multiplikatoren zu erreichen. Dabei handelt es sich um Anknüpfungen vor Ort als auch um überregionale oder nationale. Dabei können unkonventionelle oder aus Museumssicht bisher neue Wege eingeschlagen werden, denn manchmal sind es die unvorhergesehenen Begegnungen, die neue Inspirationen und Synergien bringen.

Das Projektbüro und die Arbeitsgemeinschaften werden je nach Bedarf an externen Netzwerken teilnehmen oder auch einige eigene Impulse setzen, um selbst Themen und Kontakte zu initiieren und zu pflegen – z.B. mit Veranstaltungen oder Plattformen. Wie konkret das geplant und abgestimmt wird, klärt sich nach Start Projektes. Erste Interessenbekundungen von möglichen Partnern liegen vor wie auch eine potentielle Netzwerkliste. Konkrete Anfragen können allerdings erst nach Projektstart erfolgen.

Auf jeden Fall geht es auch bei der Netzwerkarbeit wieder darum, in einen Ausstauch im Sinne aller fünf Säulen des Verbundprojektes zu kommen: Beteiligung, Forschung, Ausstellung, Programm, Bildung. Und ganz besonders auch Vertretungen oder mögliche Multiplikatoren für alle Zielgruppen zu erreichen.

2.4 Beirat

Der ehrenamtliche Beirat als beratendes Gremium für das Projektbüro soll die Vielschichtigkeit des Verbundprojektes spiegeln und seine Expertise zu den Bereichen Beteiligung, Forschung, Kuratierung, Museumskommunikation und Begleitprogramm einbringen. Da FeelingEast mehrere Themengebiete berührt, wird es sinnvoll sein für den Bereich Forschung mehrere Personen einzubinden. Aber auch die Perspektiven unterschiedlicher Beteiligter (z.B. Stadt, Ehrenamt) oder Interessenvertretungen unterschiedlicher Zielgruppen (z.B. Schüler, Senioren) sind wichtig zu integrieren. Um eine schnelle und diskursive Zusammenarbeit zwischen Projektbüro und Beirat zu gewährleisten, wird empfohlen den Beirat mit maximal 10-20 Personen zu besetzten. Eine potentielle Kandidat*innenliste liegt vor, wird ab erst abgestimmt nach Projektstart.

Da das Verbundprojekt sehr vielschichtig ist und der Beirat unmöglich alle Perspektiven abbilden kann, ergibt es ggf. Sinn, dessen Arbeit partiell zu bestimmten Aspekten oder Arbeitsständen zu ergänzen – beispielweise durch Befragungen von Fokusgruppen oder andere geeignete Formate.

3 Ausstellungen und Programm



Herzstück und Höhepunkt des Verbundprojektes sind die 2025/26 stattfindenden sechs kooperierenden Ausstellungen der Projektpartner (Kulturhistorisches Museum Magdeburg, Technikmuseum Magdeburg, Museum für Naturkunde, Kunstmuseum Magdeburg und Stadtplanungsamt Magdeburg) mit Begleit- und Vermittlungsprogramm. Die Ausstellungen werden vielschichtig, multiperspektivisch und mit unterschiedlichen Formaten angelegt sein, so dass verschiedenste und auch neue Nutzergruppen angesprochen werden und eingeladen sind zu "aktiven" Besuchen. (Konzeptschema Mitte).

Wie in Kapitel 2 *Erarbeitung der Inhalte* ausführlich beschrieben, dienen als Basis ein umfassender Beteiligungsprozess, wo Bürgerwissen, Erfahrungen und Anregungen der Magdeburger*innen gesammelt werden. Das ist für Magdeburg in der Konsequenz neu. Dazu kommt der Input aus Forschung und Netzwerkarbeit. Unabhängige Korrespondenzprojekte ergänzen mit weiteren Sichtweisen (linke Seite Konzeptschema).

Ein abwechslungsreiches Begleitprogramm, sehr breit gefächerte Vermittlungsangebote sowie unterschiedliche analoge und digitale Veröffentlichungen erweitern die Ausstellungsangebote (rechte Seite Konzeptschema).

Auf allen Ebenen ist es Ziel, in einen möglichst aktiven Austausch mit Besucher*innen, der Stadtgesellschaft und der Öffentlichkeit zu kommen.

3.1 Ausstellungen

Die in der Drucksache 2021 vorgestellte Idee einer Verbund-Ausstellung zu diesem deutschlandweit relevanten Thema wird weiterhin als sehr lohnenswert und tragfähig angesehen: korrespondierende Einzelausstellungen in Verbindung mit einer breiten

Beteiligung von Bürger*innen und Expert*innen, die inhaltlich/konzeptionell so gut aufeinander abgestimmt sind, dass sie zusammen für die Besucher*innen ein großes Ganzes ergeben. Das ermöglicht, gemeinsam ein komplexes Thema aus verschiedenen Perspektiven und mit unterschiedlichen Handschriften darzustellen und sich gegenseitig zu ergänzen. Damit entsteht ein neuer und viel größerer Zugang zum Thema als erreichbar wäre, wenn die Partner unabhängig voneinander Ausstellungen machen würden – das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile.

Auch die Zusammensetzung des Verbundes aus allen vier städtischen Museen und dem Stadtplanungsamt wird als gewinnbringend erachtet. Diese Partner ergänzen sich inhaltlich und auch mit ihrer Expertise. Erstmals gemeinsam mit allen Museen – und sogar ergänzt durch das Stadtplanungsamt – eine Ausstellung zu machen, ist als Meilenstein für die Museumslandschaft der Landeshauptstadt Magdeburg anzusehen und wird wichtige Erfahrungen und Erkenntnisse für den Kulturbetrieb bringen. Die grundlegende Konzeption, wichtige Aufgaben aus dem Prozess des Ausstellungsmachens für alle Ausstellungen an zentraler Stelle vom Projektbüro ausführen zu lassen, – Querschnittsaufgaben wie Beteiligung, Vermittlung, Begleitprogramm, Publikation sowie Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (ÖA) – bleibt auch bei näherer Betrachtung überzeugend. Sich diese Aufgaben zu teilen, ist nicht nur kostengünstiger, sondern ergibt auch einen Erfahrungs- und Abstimmungsmehrwert. Und beim gemeinsamen Marketing und ÖA kommt hinzu, dass damit der Wirkungsgrad für alle Beteiligten in einer Weise erhöht wird, wie es die Partner allein gar nicht erreichen könnten.

Allerdings hat der fortgesetzte Austausch der Projektpartner zu der Erkenntnis geführt, dass die in der DS 2021 ausgeführte inhaltliche Verteilung an einem Punkt verändert werden sollte. Ursprünglich war vorgesehen, dass die Ausstellung im KHM "einen kulturhistorischen Überblick über das Gesamtthema" bieten und damit "die Funktion einer Leitausstellung übernehmen" sollte. Dazu müsste diese Präsentation sehr groß sein sowie inhaltlich sowohl die Einführung in die Gesamtthematik mit wichtigen Querschnittsthemen als auch parallel die kulturhistorischen Einzelaspekte behandeln. Das wäre nicht ohne Überforderung für die Besuchenden zu vermitteln, zumal die beiden inhaltlichen Bereich eigentlich sehr unterschiedliche kuratorische Herangehensweisen und szenografische Handschriften bedürften. Zudem würde die Präsentation des KHM aus dem Kreis der Partner-Ausstellungen sehr deutlich heraus herausragen.

Deshalb wurde das Verbund-Ausstellungskonzept dahingehend weiterentwickelt, die Einführung und Einordnung sowie die Querschnitts-Aspekte zu FeelingEast aus den Präsentationen der einzelnen Partner herauszulösen und in einer eigenen, sechsten Ausstellung zu bündeln. Da in dieser Schau grundlegende und alle thematischen Bereiche betreffende Aspekte behandelt werden, wird sie im Folgenden als "Basisausstellung" bezeichnet. Aufgrund dieses übergreifenden inhaltlichen Zuschnitts muss die Basisausstellung folgerichtig vom Projektbüro organisiert werden. Die fünf anderen Präsentationen – im Folgenden "Themenausstellungen" genannt – können sich dadurch stärker auf ihre ausgewählten inhaltlichen Aspekte konzentrieren, was insbesondere für das KHM eine Fokussierung in der eigenen Ausstellung auf Alltag und Kultur bedeutet.⁶⁷

Politik, Wirtschaft, Transformationen (Arbeitstitel)

BASISAUSSTELLUNG / Projektbüro

Ziel der Basisausstellung ist es, am Beispiel Magdeburgs anschaulich, verständlich und auch ansprechend nachvollziehbar zu machen, wie sich die politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Transformationen der letzten Jahrzehnte grundsätzlich auf die Lebenswirklichkeiten der Menschen "im Osten" auswirkten. Damit steht Magdeburg stellvertretend mit vielen Aspekten für Transformationsprozesse in Ostdeutschland teilweise sogar auch für Ereignisse im östlichen Mitteleuropa. Blicke zurück über mehrere Generationen hinweg als auch Blicke zur Seite – zu den Nachbarn in Westdeutschland oder denen im Osten – sollen dabei helfen, das drastische Ausmaß der Veränderungen zu erfassen, die die Menschen im Osten seit 1945 erlebten. Damit lassen sich manche Unterschiede in der Wahrnehmung von Geschichte und Gegenwart in West und Ost besser nachvollziehbar machen. Die Basisausstellung vermittelt also einen Gesamteindruck davon, wie sich die generellen Rahmenbedingungen für das Leben im Osten am Beispiel Magdeburgs seit dem Ende des 2. Weltkriegs immer wieder veränderten. Das meint insbesondere die fundamentalen politischen und wirtschaftlichen Veränderungen, aber nicht nur diese. In der Zeit eines Lebensalters ist nicht nur das Staatssystem und die politische und wirtschaftliche Ordnung gleich zweimal – 1945-49 und 1989/90 – grundlegend umgebrochen worden mit enormen Langzeitfolgen für die Menschen. Auch innerhalb der DDR-Zeit gab es wechselnde politische "Wetterlagen" zwischen relativer Offenheit und dogmatischer Restriktion, mit Verwerfungen wie beispielsweise die große Kollektivierung, die den Mittelstand bekämpfte. Nach 1990 hat sich die parlamentarische

Die im folgenden aufgeführten Charakterisierungen der Ausstellungen basieren auf Zuarbeiten von den Projektpartnern bzw. von Michael Stöneberg für die Basisausstellung.

Demokratie des wiedervereinigten Deutschlands ebenfalls weiter verändert, die wirtschaftlichen Auswirkungen der Globalisierungen wurden immer deutlicher und globale Themen der Gegenwart wie demoskopischer Wandel, Digitalisierung und Klimawandel erforderten und erfordern erneut Anpassungsleistungen. 2020-22 wurde die Lebenswirklichkeit aller Menschen in Deutschland durch die Corona-Pandemie und die staatlichen Gegenmaßnahmen in bis dato nicht bekannter Weise verändert und ging mit zunehmender Polarisierung im politischen Diskurs einher. Im unmittelbaren Anschluss daran veränderte der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine überraschend und tiefgreifend mehrere Rahmenbedingungen (Neubewertung der hohen Abhängigkeit von Gasimporte aus Russland, Welle von Geflüchteten aus der Ukraine, Neubewertung der militärischen Bedrohungslage für Nato und Deutschland), die zu erhebliche Kurskorrekturen in der Sicherheits-, Außen- und Energiepolitik der Bundesregierung und der gesamten EU führten, mit wiederum erhebliche Auswirkungen auf alle Menschen - hohe Inflation, höhere Energiepreise, neue Migration. Solche Entwicklungen lösen bei vielen Menschen Verunsicherungen und Ängste aus, weil sie als fundamental empfundene persönliche, gesellschaftliche, politische und/oder wirtschaftliche Werte bzw. Errungenschaften bzw. Prioritätensetzungen bedroht sehen. Das sind individuell durchaus sehr unterschiedliche Werte/ Errungenschaften/Prioritäten, die als gefährdet aufgefasst werden. Überindividuell betrachtet ist jedoch evident, dass die Wahrnehmungen, Empfindungen und Reaktionen bei DDR- und Nachwende-Betroffenen im Osten eben doch anders sind, als bei Menschen ohne diesen biografischen Hintergrund; das zeigen inzwischen zahlreiche Umfragen.

Die Ausstellung bespielt eine Fläche von ca. 600 qm. Idealer Veranstaltungsort wäre die Hyparschale, und dort auf der Galerie im Obergeschoss.

Arbeitswelt und Industrie (Arbeitstitel)

THEMENAUSSTELLUNG / Technikmuseum Magdeburg

Das Technikmuseum präsentiert den Themenbereich Arbeitswelt/Industrie. Das Museum wird seinen Weiterentwicklungsprozess 2025 noch nicht abgeschlossen haben, kann aber mit dieser rund 400 qm großen Ausstellung bereits die inhaltlichkonzeptionelle Erweiterung vorstellen, die für das gesamte Haus geplant ist. Die in der Schau präsentierte Zeitspanne umfasst bereits zwei der voraussichtlich fünf Epochen, die die zukünftige Dauerausstellung in "Zeitinseln" behandeln soll (vgl. DS0134/20). Folgende Themen sind für die Verbundausstellung geplant (Arbeitstitel): 1. Es geht bergauf? Konsumgüterproduktion am Standort Magdeburg, 2. Technik und Arbeitswelten im Wandel - Roboter und Mikroprozessoren gegen Dampfhammer und Transmission,

3. Sozialer Zusammenhalt in einem ostdeutschen Großbetrieb - Brigaden, Betriebssport, Militarisierung, Freizeitgestaltung, 4. Dämon Treuhand? Der Niedergang der Schwerindustrie nach 1990.

Die Inhalte und Objekte werden schon im Hinblick auf die Neukonzeption der Dauerausstellung des Technikmuseums erarbeitet und erfahren dadurch eine nachhaltige Nutzung. Das gilt im besonderen Maße für Zeitzeugengespräche oder auch Medienstationen. Der 2025 voraussichtlich noch nicht abgeschlossenen Umbau des Technikmuseumgebäudes wird so geplant werden, dass die Ausstellungs-Kapitel in einzelnen Segmenten der Halle von jeweils ca. 60 qm Größe präsentiert werden. Eine großzügige Eingangsinszenierung dient als Einführung und verweist auf die thematisch gegliederten Kapitel. Leitmotiv der Ausstellung wird der Gegensatz sein. Alte Werkzeugmaschinen versus (damals) moderner Roboter-Technik, Industriebrachen versus einstmals dicht bebaute Kombinat-Flächen, nachgenutzte Architektur des 19. Jahrhunderts versus An-, Um- und Neubauten. Dabei wird das Musemsgebäude selbst zum Exponat, da die als Panzergießerei des Grusonwerkes errichtete Halle von 1871 bis 1993, und damit über vier historische Zäsuren hinweg kontinuierlich als Produktionsstandort genutzt wurde.

Alltag und Kultur (Arbeitstitel)

THEMENAUSSTELLUNG / Kulturhistorisches Museum Magdeburg

Die Themenausstellung im Kulturhistorischen Museum widmet sich mit einem Schwerpunkt dem Lebensalltag der Menschen und wie sich dieser verändert hat. In notwendigerweise exemplarischer Präsentation sollen zahlreiche Aspekte über die epochale Zeitenwende hinweg beleuchtet werden, so etwa Wohnen (wie?), Einkaufen (was & wo?), Essen und Trinken (was & wo?), Sport (welchen & wie erfolgreich?), Freizeit (wie & wo erholen/feiern/spielen?), Tourismus (wieviel & wie beworben?) oder Bildung (welche Orte außerhalb der Schule? [Zu Schule gibt es ab Herbst 2023 eine neue Dauerausstellung im Museum, die diese Epoche mit umfasst]).

Den zweiten Schwerpunkt bildet die Kultur, indem Einrichtungen und Angebote der Kultur im weiteren Sinne – mit Ausnahme der im KMd thematisierten bildenden Kunst – exemplarisch vor Augen geführt werden. Darin finden sich Aspekte von Theater, Musik, Kino, Literatur oder Volkskunst ebenso wie Veranstaltungsorte und -formate. Welche Einzelthemen letztlich in der Ausstellung enthalten sein und welche Geschichten darin erzählt werden, ist maßgeblich auch von Ergebnissen der Partizipation abhängig.

Die Ausstellung wird 300-400 qm im Museum bespielen und authentische Orte wie Wohnungen, Geschäftslokale oder Sportstätten mit einbeziehen. Die erarbeiteten Inhalte wie auch Medienstationen werden für eine spätere Umgestaltung der Dauer-

ausstellung Stadtgeschichte nachgenutzt werden können. Auch von projektfinanzierten Investitionen in technische Infrastruktur wird das Museum dauerhaft profitieren.

Umwelt und Natur (Arbeitstitel)

THEMENAUSSTELLUNG / Museum für Naturkunde Magdeburg

Das Museum für Naturkunde zeigt eine Ausstellung zum Bereich Naturraum / Naturbildung / Umwelt- und Naturschutz im eigenen Haus, und zwar im Wechselausstellungssaal, im bis dahin neu eingerichteten "Natureum" auf dem Museumsinnenhof und mittels Interventionen in der Dauerausstellung des Museums.

Den thematischen Kern der Ausstellung bilden 1. der tiefgreifende Wandel der Ökosysteme entlang der Elbe als Folge der Deindustrialisierung und durch die neuen Herausforderungen des Klimawandels, 2. der Umwelt- und Artenschutz im Magdeburger Raum sowie 3. die Widerspiegelung dieser Prozesse in naturwissenschaftlichem Unterricht und Bildung. Mit der Natur und in der Natur werden sich den Magdeburger Bürger*- innen dabei viele Erinnerungs-, Identifikations- und Partizipationsmöglichkeiten bieten. Durch den Vergleich mit der Entwicklung anderer Regionen entlang der Elbe eröffnet sich eine europäische Perspektive auf den tiefgreifenden Wandel der Magdeburger Natur und des Verhältnisses der Magdeburger*innen zu ihr.

Neue Einbauten werden die Dauerausstellung nachhaltig bereichern und Ausstellungstechnik wird nachgenutzt. Erarbeitete Inhalte zu Umweltschäden und Herausforderungen aus nicht-nachhaltiger Wirtschaft fließen auch in spätere Präsentationen ein.

Bildende Kunst (Arbeitstitel)

THEMENAUSSTELLUNG / Kunstmuseum Magdeburg

Im Kunstmuseum werden eingebettet in das Gesamtthema auf 800 qm Fläche in mehreren Kapiteln Fotografie, Malerei, Skulptur, Video, Installation und Performance aus der Zeit nach 1980 bis in die Gegenwart gezeigt. Es werden Beispiele sein, in denen die Suche nach der Balance sichtbar wird, derer es bedarf, aus ganz persönlicher innerer Anschauung und Empfindung heraus die Veränderung gesellschaftlich relevanter Phänomene, Situationen oder Ereignisse zu verarbeiten. In der Phase des Umbruchs beschäftigen die Künstler individuelle Lebensgeschichten, die als Ausgangspunkt dienen, die Vernetzung mit der Erinnerung der anderen, die divergierenden Konstruktionen des Erinnerns, die Frage nach den Ritualen des Erinnerns und schließlich die Suche nach dem Vergessen, vor allem aber nach dem Neubeginn, nach Hoffnung und Lebensmut.

Auch hier wird alle für das Projekt angeschaffte Ausstellungstechnik nachgenutzt werden können.

Stadtentwicklung (Arbeitstitel)

THEMENAUSSTELLUNG / Stadtplanungsamt Magdeburg

Im IBA-Shop wird eine Schau des Stadtplanungsamtes die städtebauliche Entwicklung Magdeburgs vorstellen. Dabei reicht der Blick zurück bis zu den Planungen der Stadt der Moderne in den 1920er-Jahren und des Rüstungsstandorts der NS-Zeit sowie zu den aus dem Krieg resultierenden umfangreichen Zerstörungen und dem Pragmatismus der Trümmerberäumung. Vor diesem Hintergrund werden die DDR-zeitlichen Pläne und Bauensembles zum Neuaufbau als Bezirkshauptstadt thematisiert, wobei der Aufbau der Innenstadt mit der baulichen Rahmung der Aufmarschstraßen, dem Abriss vieler kulturhistorisch wertvoller Bauten, darunter mehrerer Kirchen, einen besonderen Schwerpunkt bildet. Die Schaffung ausgedehnter Großwohnneubaugebiete, darunter des Experimentalwohnkomplexes Neu-Olvenstedt oder des Magdeburger Rings als Ausdruck einer autogerechten Stadtplanung oder die Eingriffe in die Reste gründerzeitlicher Stadtstruktur stehen hier im Mittelpunkt. Es folgt ein Rückblick auf die von Konversion geprägten baulichen und städtebaulichen Entwicklungen seit der politischen Wende 1989/90. Die dynamische Entwicklung, die einem kompletten Strukturwandel nicht nur von Industrie und Gewerbe, sondern auch der Baubranche mit sich brachte, bis hin zum heute erreichten Stand hinsichtlich der Rückgewinnung eines urbanen Lebensgefühls in der Stadt soll Bürger*innen und Gästen eindrucksvoll und nachhaltig vermittelt werden. Einbezogen werden Berichte und fotografische Zeugnisse von Bewohnerinnen und Bewohnern. Investitionen in Präsentations- und Veranstaltungstechnik werden vom IBA-Shop nachgenutzt werden und erarbeitete Inhalte in die Dauerausstellung einfließen können.

3.2 Vermittlung / Outreach

So wie im Kapitel 2 *Erarbeitung der Inhalte* bereits dargestellt, verändern sich die Anforderungen an stadtgeschichtliche Museen und Ausstellungen. Besuchende wollen Geschichte(n) noch mehr nachvollziehen können, erfahren welche Auswirkungen von bestimmten Ereignissen ausgingen, warum sich Menschen wie entschieden und wieso sich Kultur in einer bestimmten Art und Weise entwickelte und auch heute entwickelt. Deshalb kommen der vielgestaltigen Vermittlung von Inhalten und dem Gespräch mit dem Publikum auf Augenhöhe seit Jahren eine immer größere Rolle zu. Es geht nicht mehr nur darum, durch professionell Kuratierende objektorientierte Ausstellungen zu

konzipieren, um dann im Nachgang Museumspädagogen zu beauftragen, diese mit Veranstaltungen oder ggf. gesonderten Ausstellungselementen zu "bespielen". Stattdessen wird die komplexe Frage, welche Idee in den Ausstellungen mit welchen Formaten für welche Zielgruppen vermittelt werden sollen und können, als zentrale Aufgabenstellung aufgefasst. Wie kann Publikum aktiviert und längerfristig auch an die Häuser gebunden werden? Ein Vermittlungs-/Outreach-Konzept muss also ein zentraler und integraler Bestandteil des jeweiligen Ausstellungskonzepts sein. Und ein wirksames Konzept zu entwickeln gelingt nur gemeinsam, als Teamwork von Kurator*innen, Museumspädagog*innen, den (externen) Gestalter*innen, dem Marketing, der Öffentlichkeitsarbeit – also allen professionell am Produkt Ausstellung Beteiligten. Auf der Basis ein solchen Konzepts können für die Umsetzung Menschen aus verschiedenen Interessen- bzw. Zielgruppen eingebunden werden.

Kleiner Exkurs zu Vermittlung/Outreach

Wenn es um Kontakt/Ansprache zu Besuchenden und die dazu passende Vermittlung von Inhalten geht, wird im englischsprachigen Raum dafür die Bezeichnung Outreach verwendet. In der Regel wird darunter - weitergehend - verstanden, Zielgruppen weit über das klassisch bildungsbürgerliche Publikum hinaus zu erreichen. Es ist kein gänzlich neues Konzept. Seine Wurzeln liegen in der Bildungsarbeit US-amerikanischer Museen am Beginn des 20. Jahrhunderts. Die dortigen Ideen waren vielfältig. So brachten beispielsweise mobile Museen die Ausstellungen zu jenen Menschen, die bisher keine Möglichkeit zu einem Museumsbesuch hatten. Insbesondere mit der afroamerikanischen Bürgerrechtsbewegung in den 1960er Jahren und dem damit einhergehenden gesetzlichen Anspruch auf Gleichbehandlung überdachten viele Museen ihre Konzepte und entwickelten eigene Outreach-Strategien. Vergleichbare deutsche Konzepte sind in der Volksbildungsbewegung und den Arbeiter- und Bildungsvereinen zu sehen. Beim Outreach geht es jedoch nicht allein darum, höhere Besuchszahlen zu erreichen, sondern um eine höhere Diversität der Besucher*innen. Daher muss Outreach immer auch als Zusammenspiel von Partizipation, sozialer Inklusion und dem Audience Development (deutsch: Publikumsentwicklung) gesehen werden.⁶⁸

Unter Berücksichtigung dieser Prämissen "wird mit dem Begriff Outreach in der Regel die Kontaktaufnahme zu Gruppen beschrieben, welche üblicherweise Museen und Galerien nicht besuchen – aufgrund ihrer ökonomischen Situation, sozialer Exklusion, von Bildungs- und institutionellen Barrieren, von Mangel an Selbstvertrauen oder einer generellen Entfremdung von Museen und Galerien als relevanten Kultureinrichtungen."

-

Outreach als strategisches Diversity-Instrument, S. 4.

⁶⁹ Gibbs, Kristen / Sani, Margherita / Thompson, Jane (Hrsg.): Lifelong Learning in Museums. A European handbook, Ferrara 2007, S. 54; dt. Übersetzung, im Original: "Outreach is the term most often used to

Partizipative Projekte zu planen und umsetzen, hängt dementsprechend auch immens von einem gelungenen Outreach ab.

Der Deutsche Museumsbund empfiehlt für alle Zielgruppen eine direkte Ansprache unter konkreter Nennung von möglichen Einsatzgebieten und Aufgaben. 70 Die Wege der Ansprache sind vielfältig, so zeigen etwa Anzeigen und Artikel in der Tagespresse und dem Rundfunk eine überdurchschnittlich hohe Reaktion von Interessierten. Für die Platzierung von Plakaten oder die Auslage von Broschüren bieten sich zudem öffentliche Orte, wie Büchereien und Kulturzentren aber auch Hochschulen an. Auch in Fachzeitschriften können Aufrufe platziert werden. Lohnend ist ebenso das Anschreiben von Verbänden und Vereinen. Viele Museen haben mit der Zusammenarbeit mit Freiwilligenagenturen oder Seniorenbüros gute Erfahrungen gemacht. So arbeitet beispielsweise das Kulturhistorische Museum bereits seit Jahren mit der Arbeitsgruppe "Dialog der Generationen" der Magdeburger Freiwilligenagentur zusammen. Das Hafenmuseum Hamburg hat sich im großen Maßstab für eine Freiwilligenagentur als Kooperationspartner entschieden und bietet ein vielfältiges und recht umfangreiches partizipatives Programm an.⁷¹ Im hiesigen Technikmuseum bilden seit seiner Gründung sachkundige Senior*innen den Personalstamm für Führungen und Vorführungen. Freundeskreise oder Fördervereine können ebenso ein guter Ausgangspunkt für die Anwerbung von Freiwilligen sein. 72 Einfachste Maßnahmen beziehen sich auf Orte außerhalb von Museen. Im Rahmen der nach Projektstart zu erarbeitenden Vermittlungs-Strategie von FeelingEast empfiehlt sich, das Zielpublikum daher z.B. auch an Orten wie Jugendzentren, Mehrgenerationenhäusern, Elterncafés oder im digitalen Raum anzusprechen. Eine solche Vorgehensweise wirkt oft besonders nachhaltig, da sich zum einen die Museen für Neues öffnen und sich zum anderen selbst neu erfinden können.⁷³

Ein Outreach des Museums, der die gesamte Bevölkerung einer Stadt oder Region aktivieren kann, gilt dennoch als schwierig. The Langjährige Erfahrungen mit Partizipation hat das 1965 gegründete schwedische Institut Riksutställningar. Unter dem Leitspruch "Let the public make exhibitions" verfolgt es die zuvor beschriebenen Ansätze und lässt Bürger*innen Ausstellungen gestalten. Dass die Begeisterung insbesondere Erwachsener für eine häufig zeitintensive Tätigkeit im Museum recht schwierig zu bewerkstelligen ist, stellten die dortigen Mitarbeiter*innen über die Jahre hinweg fest. Leichter sei es dagegen

describe making contact with groups that do not routinely visit museums and galleries, because of economic status, social exclusion, lack of confidence, educational and institutional barriers or general alienation from museums as relevant cultural institutions."

Bürgerschaftliches Engagement in Museen, S. 15.

Website des Hafenmuseums Hamburg: <u>www.freiwillig.hamburg.de</u> (zuletzt aufgerufen am 23.05.2022).

Bürgerschaftliches Engagement in Museen, S. 15. Im Technikmuseum hat sich das Kuratorium Industrie-kultur für die Region Magdeburg e.V. nach zehn Jahren als Träger für das gesamte Museum und dessen Rückübernahme in die städtische Trägerschaft inzwischen zu einem Förderverein gewandelt.

Leitfaden Bildung und Vermittlung im Museum gestalten, hrsg. v. Deutschen Museumsbund, Berlin 2020, S. 20.

Bürgerschaftliches Engagement in Museen, S. 15.

Kinder und Jugendliche einzubinden, gelegentlich auch Erwachsene mit Kindern.⁷⁵ Der Deutsche Museumsbund empfiehlt daher zunächst die Ansprache des Umfeldes solcher Personen, etwa in Schulen, Jugendzentren, Vereinen, Stadtteil- oder Kulturzentren bestimmter Gruppen. Zwar bedeutet dieses Vorgehen einen erheblichen Aufwand. Die damit erreichbare soziale Diversität und die vielfältigen Kontakte in die Bevölkerung hinein stehen dem jedoch positiv gegenüber.⁷⁶

Bewährte und neue Wege in der Vermittlung bei FeelingEast

Durch innovative und für Magdeburg zum Teil auch neue Vermittlungsformate sollen bestehende Zielgruppen ermuntert werden, noch aktiver mitzumachen. Vor allem sollen aber auch weitere Zielgruppen erreicht und angesprochen werden, die sich bisher weniger für "klassische Museen" oder neuere Geschichte interessieren. Dabei spielen reale und virtuelle Außenstandorte in der ganzen Stadt und im Netz, ein umfangreiches kulturelles Vermittlungsprogramm von Expert*innen und Laien sowie eine barrierearme und abwechslungsreiche Digitalstrategie eine große Rolle. Dabei sind die klassischen Formate ebenso wichtig wie neue und experimentelle. Dazu gehören unter anderem:

- Führungen in den Häusern und in der Stadt durch professionelle Guides
- Führungen durch Nicht-Profis aller Generationen als Ergebnis der Beteiligung
- Virtuelle Rundgänge
- Mitmachaktionen analog und digital (Apps, Quiz, Besuchergalerien...)
- Zeitzeugenberichte
- Vermittlungsprogramm für Schulen, Firmen und Vereine

Da für die Verbundausstellung FeelingEast zwar ein einheitlich hoher Standard für Vermittlung/Outreach erreicht werden soll, diese aber nicht an einem einzelnen Museum entwickelt wird, muss sich eine eigene Querschnitte-Arbeitsgruppe dieser Aufgabe widmen. Die Arbeitsgruppe Vermittlung wird deshalb von Anfang an intensiv in die Konzeption der Ausstellungen eingebunden, insbesondere bei Zielklärung, Umsetzung von inhaltlichen Ideen als auch für zielgruppengenaue Ansprache von Besuchenden. Neben Kuratierenden sind deshalb Museumspädagog*innen aus allen Häusern vertreten sowie die MMKT, als Magdeburger Dienstleisterin, die FeelingEast bei Führungen und im Marketing unterstützt.

-

⁷⁵ Kaiser: Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen, S. 174.

⁷⁶ Bürgerschaftliches Engagement in Museen, S. 16.

3.3 Veröffentlichungen

Die mit siebeneinhalb Monaten vergleichsweise lange Ausstellungslaufzeit bietet Vielen die Möglichkeit für einen oder mehrere Besuche in den verschieden Einrichtungen und Orten der Stadt. Dennoch ist es wichtig, auch für Menschen, die nicht nach Magdeburg kommen (können), sowie für eine Nutzung über 2026 hinaus, die Ergebnisse des für die Stadt bedeutsamen historischen "Events" FeelingEast gut handhabbar und bürgernah zu dokumentieren. Auch für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sind verschiedenformatige Publikationen hilfreich.

Ausstellungskatalog

Ein klassischer Katalog präsentiert alle Ausstellungen und die wichtigsten Ergebnisse aus Beteiligung und Forschung. Er wird sowohl gedruckt als auch als E-Book zur Verfügung stehen. Eine Abwägung zwischen umfassender Darstellung des gesamten Projektes FeelingEast und einfach handhabbarer Nutzung (Lesbarkeit, Format, Gewicht) muss erfolgen. Da eine Breitenwirkung außerordentlich erwünscht ist, sollte er auch zu einem attraktiven Preis erhältlich sein. Gegebenenfalls ist zu prüfen, ob Forschungsergebnisse auch noch ausführlich separat publiziert werden. Ob dann analog oder nur digital ist im Laufe des Prozesses zu entscheiden.

Website

Eine gut gepflegte und stets aktuelle Website mit aussagekräftigen Hintergrundinformationen gehört heute selbstverständlich zum Portfolio der Veröffentlichungen dazu. Einfach nur eine elektronische Visitenkarte einzustellen, reicht nicht mehr. Besucher*innen wollen sich im Vorfeld des Besuches ein Bild machen können, was sie erwartet und im Nachhinein manches vertiefen oder rückmelden. Eine dynamische Website ergänzt die Ausstellungen und ist gleichzeitig für eine gute Vermittlung sowie für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit essentiell. Es müssen also nicht nur für die Erstellung sondern auch für die Pflege der Website ausreichend Kapazitäten vorgehalten werden.

Wikipedia-Einträge

Wikipedia ist nicht nur die meistgenutzte Wissensplattform der heutigen Zeit, sondern auch Knotenpunkt für wichtige Informationsstränge. Deshalb werden zu allen Themenschwerpunkten Beiträge und Artikel verfasst und eingestellt und ggf. auch ergänzt. So können das Knowhow der Akteure eine höhere Reichweite erfahren und gleichzeitig das Thema und die Stadt von Verlinkungen und Auffinden in Suchmaschinen profitieren.

Digitale Dokumentation

Heutzutage ist es vergleichsweise einfach und relativ bezahlbar, Räume zu scannen oder Veranstaltungen zu filmen. Insofern ist es gemeinsam mit den Partnern und dem Stadtarchiv zu überlegen, was man ggf. digital festhält und archiviert. Dabei geht es nicht um Masse, sondern um essentielle Eindrücke, die den Katalog ergänzen und die für spätere Nutzer*innen interessant sein könnten. Sie stünden dann auch für Forschung und Beschäftigung mit Magdeburger Stadtgeschichte zur Verfügung. Das Stadtarchiv hat bereits mit der Bearbeitung relevanter Bestände begonnen. Dies ist koordiniert fortzusetzen. Zudem sollte das Landesarchiv Magdeburg für eine Kooperation gewonnen werden, denn hier sind bedeutende Archivbestände zur DDR-Kombinaten zu finden.

Tafeln für Wanderausstellung

Im Moment ist aus Kapazitätsgründen eine Wanderausstellung, die in vereinfachter Form zentrale Elemente der Ausstellungen andernorts präsentiert, nicht Teil des Projektes, auch wenn das inhaltlich und gesellschaftlich sehr wünschenswert wäre. Trotzdem ist eine Wanderausstellung realistisch umzusetzen, wenn im Vorfeld bei Konzeption und Planung der Ausstellungen das mitbedacht und es als Kooperationsprojekt eigens projektiert und finanziert würde. Prädestinierte Partner wären dafür die Landeszentrale für politische Bildung, die Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur sowie das Zukunftszentrum Transformation.

3.4 Begleitprogramm und Korrespondenzprojekte

Neben den umfangreichen Vermittlungsangeboten seitens der Macher*innen von FeelingEast bietet ein konzertiertes Begleitprogramm zu allen Ausstellungsschwerpunkten für Besucher*innen und Kulturakteure eigenständige Zugänge und Ebenen für die Auseinandersetzung mit dem Themenkomplex. Das reicht von Publikumsgesprächen in den Einrichtungen und in der Stadt über Filme, Theater bis hin zu Interaktionen, Kunstprojekten oder auch digitalen Events. Anknüpfungspunkte für

Kooperationen und Korrespondenzprojekte der Kulturszene, der Bildungslandschaft oder der Zivilgesellschaft sind ausdrücklich erwünscht und werden aktiv beworben.

Zusammenarbeit mit Akteuren

In einer Arbeitsgruppe Programm unter Leitung des Projektbüros sind die Projektpartner vertreten und bei Bedarf auch Akteure oder Korrespondenzpartner, die sich in einem größeren Umfang mit Angeboten beteiligen. Gemeinsam werden Formate angedacht und konzipiert bzw. abgestimmt. Wie genau die Zusammenarbeit in der Arbeitsgruppe aussehen soll, muss nach Projektstart überlegt werden. Die Programmplanung und das Management liegen in den Händen des Projektbüros. Konzept und Grobplanung sollten Anfang 2024 vorliegen. Vor allem für größere Events braucht es eine längere Vorlaufzeit. Auf dieser Basis kann zielgerichtet die Umsetzung begonnen werden. Für ein Basis-Begleitprogramm ist ein Budget vorgesehen. Eine Finanzierung von Korrespondenzprojekten direkt aus dem FeelingEast-Budget wird nicht möglich sein. Das ist meist auch nicht nötig, da es um Kooperationen mit Partner*innen geht, die in diesem Metier bereits arbeiten und die Zusammenarbeit in ihre inhaltliche Ausrichtung integrieren wollen. Gegebenenfalls notwendige Fördermöglichkeiten für ausgewählte Projekte sind eigens zu eruieren.

Mögliche Angebote und Formate

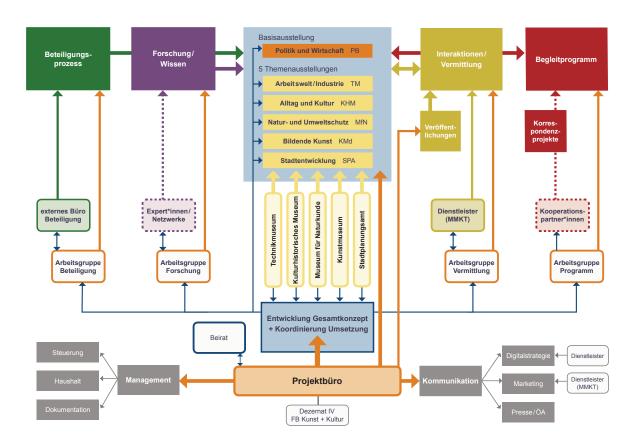
- Eigenes Labelling für alle begleitenden Veranstaltungen, wie etwa "Feeling Magdeburg" oder ähnliches
- Führungen, in den FeelingEast-Ausstellungen, im Stadt-/Naturraum in anderen Ausstellungen/Institutionen
- Vortragsreihe, in den FeelingEast-Häusern oder in anderen Institutionen
- Filmprogramm, Filmfestival, Retrospektiven in Kooperation mit den Kinos der Stadt
- Lesungen, Erzählcafés, u.a. in Kooperation mit Stadtbibliothek, Literaturhaus und soziokulturellen Zentren
- Theateraufführungen (Themen-Saison denkbar mit Theater Magdeburg und Puppentheater oder mit freien Theatern/Ensembles)
- Konzerte und Parties in Zusammenarbeit mit städtischen und privaten Veranstaltern/Locations
- (Retro-)Sportveranstaltungen
- Themenabende und Events in Zusammenarbeit mit der Freien Szene
- Interaktionen und Angebote im Stadtraum, wie Geocaching, Escape Room

Bereits angefragt sind die Gedenkstätten des Landes Sachsen-Anhalt in Marienborn (Grenzübergang) und Moritzplatz Magdeburg (Stasi), die Landeszentrale für politische

Bildung Sachsen-Anhalt sowie die Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur. Aber auch das Netzwerk Freie Szene sowie erste Vereine und Initiativen aus dem Kulturbereich, wie Artist e.V. oder die Kunstkneipe NachDenker e.G. haben bereits Interesse bekundet, wie beim Stakeholdertreffen am 30.06.2022 im Gesellschaftshaus zugesagt wurde. Spätestens nach Arbeitsbeginn des Projektbüros werden im Rahmen der Konzepterstellung die Kontakte zu Akteuren aus Kultur, Bildung und Forschung systematisch vertieft und Einladungen an die Stadt ausgesprochen.

4 Organisation

Das Verbundprojekt FeelingEast ist für die Museen der Landeshauptstadt ein gänzlich neues und zugleich viel größeres Format, als es die größte Mittelalterausstellung des Kulturhistorischen Museums war. Die sich aufeinander beziehenden Ausstellungen der beteiligten Institutionen werden zusammen deutlich umfangreicher und vielschichtiger sein. Auch die Bereiche Forschung, Interaktion und Vermittlung sowie Begleitprogramm werden viel intensiver bespielt. Einen umfangreichen Beteiligungsprozess gab es bei Ausstellungsprojekten in Magdeburg bisher nicht. Das alles bedarf einer sehr guten und effizienten Organisationsstruktur, um die Abwicklung des Projektes gewährleisten zu können.



Dabei wird das **Projektbüro** die zentralen Querschnittsaufgaben übernehmen sowie die Basisausstellung kuratieren. Die Projektpartner produzieren ihre eigenen Ausstellungen und sind über regelmäßige Steuerungsrunden und Arbeitsgruppen im Austausch sowie in der Abstimmung mit dem leitenden Projektbüro.

4.1 Querschnittsaufgaben und Stellen des Projektbüros

Bei großen Ausstellungen der Landeshauptstadt Magdeburg war es in der Vergangenheit bereits üblich, ein Projektbüro mit mehreren befristet eingestellten Mitarbeitenden einzurichten und gleichzeitig feste Museumsmitarbeit*innen in die Projektarbeit einzubeziehen. Ein Verbund-Projekt wie "Feeling East? Leben im Osten" mit mehreren ineinandergreifenden Einzelausstellungen sowie Beteiligungsprozess und Begleitprogramm bedarf eines deutlichen höheren Koordinierungsaufwandes. Daher ist die Einrichtung eines zentral steuernden Büros hier von besonders großer Bedeutung.

Wie im Organigramm ersichtlich, übernimmt das Projektbüro die <u>Gesamtkonzeption und Koordinierung</u> von FeelingEast, ist verantwortlich für alle <u>Querschnittsaufgaben</u> wie Forschung, Entwicklung und Durchführung von Begleitprogramm und zentraler Vermittlungsangebote, Zusammenarbeit mit der Agentur für Beteiligung sowie übergeordnetes Management und Kommunikation nach außen. Zudem wird es die <u>Basisausstellung</u> kuratieren und organisieren sowie die <u>Publikationen</u> herausgeben.

Aufgaben des Projektbüros (PB) im Detail

Entwicklung Gesamtkonzept

- Die großen Leitlinien wurden bereits mit Projektpartnern (PP) abgestimmt und sind in der Machbarkeitsstudie formuliert. Nun gilt es Basisausstellung und Themenausstellungen im Detail zu entwickeln und mit allen Säulen – Beteiligung, Forschung, Vermittlung und Programm – zu verzahnen.
- Regelmäßige Abstimmungsrunden, ggf. auch Klausuren, mit allen Arbeitsgruppen (AGs) und allen PP.
- Projektleitung ist an allen Prozessen und in allen AGs beteiligt, dies wird im Folgenden nicht jedes Mal aufgelistet
- Nachrichten und Berichte auch für die Zusammenarbeit mit PR/ÖA und Marketing

Beteiligungsprozess

- Vorbereitung der Ausschreibung für Beteiligungs-Agentur, Leitlinien und Prämissen für deren Arbeit, Vergabe
- Erarbeitung Konzept in Zusammenarbeit mit Agentur und AG Beteiligung
- Umsetzung durch Agentur, Steuerung durch Projektbüro in Zusammenarbeit mit AG Beteiligung
- Nachrichten und Berichte auch für die Zusammenarbeit mit PR/ÖA und Marketing

Forschung/Experten-Netzwerke

- Mitarbeiter*in PB macht Konzeptentwicklung für Themen und Austausch mit Expert*innen, Netzwerke und Events
- Aktives Knüpfen von Netzwerk-Kontakten
- Teilnahme an Konferenz(en), Workshop(s), Gesprächen
- Planung und Durchführung eigener Konferenz(en), Workshop(s), Gespräche
- Aufbau und Leitung AG Forschung (PB, PP, Beiratsmitglied, Expert*innen...)
- Nachrichten und Berichte auch für die Zusammenarbeit mit PR/ÖA und Marketing

Interaktion/Vermittlung

- Mitarbeiter*innen PB planen Konzeptentwicklung für mögliche Formate und Orte in den Museen und in der Stadt, Austausch mit PP, Expert*innen und Netzwerken in der Stadt bzw. Sachsen-Anhalt; wichtige Impulse bereits in der Machbarkeitsstudie enthalten
- Teilnahme an Konferenz(en), Workshop(s), Gesprächen, etc.
- Planung und Durchführung eigener Konferenz(en), Workshop(s), Gespräche,
 Schulungen für Guides, und der Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft
- Aufbau und Leitung AG Vermittlung (PB, PP, Beiratsmitglied, Expert*innen...)
- Nachrichten und Berichte auch für die Zusammenarbeit mit PR/ÖA und Marketing

Veröffentlichungen

- Konzept und Umsetzung der Website durch Mitarbeiter*in ÖA mit MMKT und Dienstleister-Agentur
- Mediaplanung und Timeline für Nachrichten und Berichte, dabei
 Zusammenarbeit mit allen AGs
- Konzeptentwicklung Katalog mit Mitarbeiter*in Forschung, Ausschreibung und Betreuung von Dienstleister für Umsetzung und Produktion
- Wikipedia-Einträge
- Nachrichten und Berichte auch für die Zusammenarbeit mit PR/ÖA und Marketing

Begleitprogramm

- Mitarbeiter*in PB macht allgemeine Konzeptentwicklung für mögliche Formate und Orte in den Museen und in der Stadt und ermittelt, welche Akteure in der Stadt bzw. Sachsen-Anhalt und überregional sinnvoll wären (VIPs und bekannte Größen, auch national, sind hilfreich)
- Planung, wo FeelingEast / PB kooperiert und was PB selbst anbietet:
 z.B. Gespräche und kleine "Vorglüh-Events", Aufruf für Korrespondenzprojekte,
 Überlegungen für eine Korrespondenz-Plattform, Zusammenarbeit mit
 Netzwerk Freie Szene
- Aufbau und Leitung AG Programm (PB, PP, Beiratsmitglied, Akteure...)
- Berichte bzw. News o.ä. auch für Zusammenarbeit mit PR/ÖA und Markteing

Management

- Steuerung: Planung Termine und Prozesse; Organisation Steuerungsrunden,
 Arbeitsgruppen, Klausuren; Mailings, ggf. in Zusammenarbeit mit PR/ÖA; Berichte
- Verwaltung: Budgetverwaltung für alle Aufwendungen des PB-Budgets incl.
 Buchungen und Vergabe, Koordinierung mit Budgets der Partner (Controlling Gesamtprojekt), Fördermittelmanagement, Leihverkehr für Basisausstellung, Personalverwaltung
- Dokumentation: Jahresberichte, Abschlussevaluation

Kommunikation

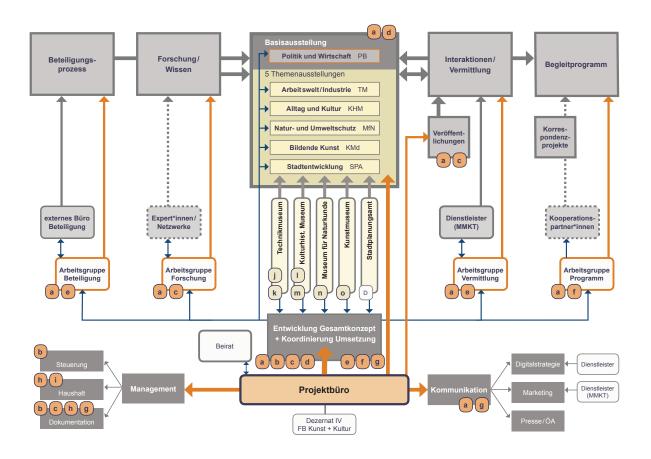
- Digitalstrategie: Entwicklung Leitlinien und Prämissen, Ausschreibung an Dienstleister, Betreuung Dienstleister, Zusammenarbeit mit allen AGs
- Marketing: Konzeption und Mediaplanung durch MMKT gemeinsam mit PB und PR/ÖA, regelmäßige Abstimmung mit MMKT
- Presse/Öffentlichkeitsarbeit: Konzeption und Umsetzung PR/ÖA in Abstimmung mit Marketing, regelmäßige Nachrichten für Website und Social Media, regelmäßige Pressearbeit (Verteiler, Pressegespräche, ggf. Pressekonferenz), Beobachtung Presselandschaft und Web, Rückmeldungen in alle AGs

Zusammenarbeit mit dem Beirat

- Einberufung des Beirats, Organisation und inhaltliche Vorbereitung regelmäßiger Beiratssitzungen, informeller Austausch bei Bedarf
- Protokollierung

Die Aufgaben, Verantwortlichkeiten und zu bearbeitenden Themen für das Projektbüro sind gegenüber der Konzeption aus der Drucksache DS0433/21 erheblich gewachsen. Deshalb ist nun vorgesehen, das Projektbüro nicht am Kulturhistorischen Museum anzusiedeln sondern entweder unter der Dezernatsleitung IV an der Stabsstelle Strategische Steuerung (IV/01) oder direkt unter der Leitung des neuen Fachbereichs 42 (Kunst und Kultur), in dem nun alle Museen vereint sind. Damit ist das Projektbüro dann organisatorisch nicht Teil einer einzelnen Institution. So wird sichergestellt, dass die Abstimmungswege kurz sind und alle musealen Partner gleichberechtigt betreut werden können. Diese Gleichberechtigung soll auch nach außen sichtbar sein. (Der Projektpartner Stadtplanungsamt hat als Teil des Dezernats VI und als nicht-musealer Veranstalter ohnehin einen gesonderten Status.)

Stellen Projektbüro



Im Schema sind Aufgaben und Abläufe des Projektes dargestellt. Die kleinen Buchstaben zeigen an, welches Projektpersonal dabei jeweils involviert ist. Diese Stellen werden im Folgenden detailliert beschrieben.

Für die komplexen und umfangreichen Aufgaben der Entwicklung und Steuerung von FeelingEast sind neun befristete Stellen sowie Werkverträge vorgesehen, unterschiedlich gestaffelt ab August 2023 bis Mitte oder Ende 2026.

a Projektleitung

Wissenschaftliche*r Mitarbeiter*in, Gesamtleitung, Verantwortung Basisausstellung

Der Projektleiter übernimmt die inhaltlich/kuratorische und organisatorische Gesamtkoordination. Ihm obliegt die Aufsicht für alle Aufgaben, die das Projektbüro übernimmt, einschließlich des Projektbüro-Budgets, und deren Dokumentation. Er ist verantwortlich für Mitarbeitende und Dienstleister. Zudem vertritt er das Gesamtprojekt nach außen.

Für die Stelle wird Dr. Michael Stöneberg, Kurator für Zeitgeschichte am Kulturhistorischen Museum Magdeburg (KHM), auf Zeit an das Projektbüro abgeordnet. Als Ersatz für ihn im KHM wird dort befristet mit gleicher Laufzeit eine Vertretungsstelle eingerichtet (EG 13).

Allgemeiner Tarif, Vollzeit, EG 14 befristet von 08/2023 bis 11/2026

b Projektsteuerung, Assistenz Projektleitung

<u>Referent*in – allgemeine Recherchen, Zuarbeiten Leitung, Steuerung</u> aller Termine, Sitzungsvorbereitung, Protokoll, Ansprechpartner*in für allgemeine Anfragen, Büro

Das Großprojekt bedarf eines sehr hohen Maßes an Koordination und Projektsteuerung mit Termin- und Ablaufkontrollen. Ein*e Mitarbeiter*in, beschäftigt in Vollzeit, wird daher für diese Aufgabe befristet einzustellen sein. Da der Assistenzund Koordinierungsbedarf von Anfang an und bis zum Ende der Abbauphase der Ausstellungen besteht, muss die Laufzeit der Stelle entsprechend angesetzt werden.

Allgemeiner Tarif, Vollzeit voraussichtlich EG 10 befristet von 10/2023 bis 09/2026

c Forschung, Koordinierung sowie Steuerung Publikation

Wiss. Mitarbeiter*in, Stellvertretung Leitung, Co-Kuratierung Gesamtkonzept, Koordination Forschung, Steuerung Publikation

Ein*e wissenschaftliche*r Mitarbeiter*in wird befristet eingestellt, um den Forschungsstand zum Themenkomplex zu erarbeiten und das angestrebte

umfangreiche Forschungsnetzwerk zu koordinieren. Dieser Stelle obliegt weiterhin die Konzeption, Leitung der Redaktion und Steuerung und der Produktion der gemeinschaftlichen (E-)Buchpublikation des Gesamtprojekts. Des weiteren unterstützt er/sie die Projektleitung bei der Kuratierung des Gesamtkonzepts und übernimmt deren Stellvertretung. Die Stelle ist in Vollzeit zu besetzen.

Allgemeiner Tarif, Vollzeit, voraussichtlich EG 13 befristet von 11/2023 bis 09/2026

d Kuratierung Basisausstellung

Wiss. Mitarbeiter*in - Kuratierung Basisausstellung

Die eigenständige Basisausstellung bedarf einer eigenen Kuratierung einschließlich Konzeptentwicklung, Umsetzungsplanung und (Unter-)Projektleitung, alles in Abstimmung mit Gesamtprojektleitung. Hierfür ist auch eigene Recherche und Forschungsarbeit zu bewältigen und gleichzeitig ein enger Austausch mit den Kurator*innen der Projektpartner-Ausstellungen zu gewährleisten. Daher muss für die Stelle eine*n Kurator*in mit Berufserfahrung gesucht werden und der Arbeitsumfang erfordert eine Vollzeit-Beschäftigung.

Allgemeiner Tarif, Vollzeit, voraussichtlich EG 13 befristet von 11/2023 bis 12/2025

Volontär*in – Co-Kuratierung Basisausstellung

Die Entwicklung und Umsetzung der Basisausstellung ist so umfangreich, dass dies nicht von einer Einzelperson bewältigt werden kann. Als Unterstützung der Kuratorin / des Kurators der Basisausstellung in allen Aufgaben und zur eigenständigen Bewältigung der Steuerung und Abwicklung des Leihverkehrs ist ein*e Co-Kurator*in vonnöten. Hierfür eignet sich sehr gut die Einrichtung einer vergleichsweise kostengünstigen Volontariatsstelle in Vollzeit mit der dafür üblichen Laufzeit von zwei Jahren.

Tarif Volontariat, Vollzeit befristet von 01/2024 bis 12/2025

e Vermittlung, Beteiligung

Referent*in – Interaktion/Vermittlung und Steuerung Beteiligung

Für den Erfolg als partizipatives und inklusives Projekt ist eine Schlüsselpersonalie eine Stelle für Interaktion und Vermittlung sowie die Steuerung der Beteiligung, welche durch externe Agentur umgesetzt wird. Die besondere Bedeutung ist darin

begründet, dass in den beteiligten Institutionen Partizipation und Vermittlungstrategien in der nun geplanten Form und Tragweite bisher noch nicht erprobt sind. Diese*r Mitarbeiter*in muss angesichts der thematischen Komplexität und erwartbarer Kontroversen unbedingt über ausreichende Erfahrungen in den Bereichen Partizipation und Vermittlung verfügen.

Zum Aufgabengebiet gehört der gesamte Prozess der Entwicklung und Umsetzung der Vermittlungsformate in enger Absprache mit der Projektleitung. Für die Kernaufgabe Partizipation muss mit dieser Stelle die Ausschreibung und Vergabe an eine externe Agentur geleistet werden sowie die Begleitung der Konzeptentwicklung und Kontrolle der Umsetzung.

Allgemeiner Tarif, Vollzeit, voraussichtlich EG 13 befristet von 10/2023 bis 09/2026

f Begleitprogramm

Referent*in – Konzeption und Koordination Begleitprogramm, Steuerung Kooperationen

Das Wesensmerkmal des Projekts wird ein vielfältiges Netzwerk aus Kooperationspartnern sein und mit dessen Hilfe soll ein umfangreiches Begleitprogramm realisiert werden. Angesichts der Bedeutung und Komplexität dieses Aufgabenfeldes ist es erforderlich, eine*r Mitarbeiter*in befristet in Vollzeit einzustellen, um die Kooperationen zu steuern und für das Begleitprogramms die Konzeption zu leiten und die Umsetzung zu steuern. Dafür muss ein*e Kulturmanger*in gesucht werden mit Erfahrung in Konzeption und Umsetzung von Festivals, Programmreihen oder ähnlichem.

Allgemeiner Tarif, Vollzeit, voraussichtlich EG 11 befristet von 12/2023 bis 08/2026

g Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (ÖA) und Marketing

Mitarbeiter*in – Konzeption, CI/CC, CD, Marketing, Presse, ÖA, Schlussdokumentation

Dem/der Mitarbeiter*in obliegt die Verantwortung für die Konzeption der Gestaltung der Gesamtkommunikation sowie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Arbeit des Projektbüros, der Arbeitsgemeinschaften und der Projektpartner. Für Digitalstrategie sowie Marketing und CI–CD (Corporate Identity – Corporate Design) werden für Konzeption und Umsetzung externe Dienstleister beauftragt, für Teile möglicherweise die MMKT, und die*der Mitarbeiter*in betreut und koordiniert die Zusammenarbeit mit diesen. In dieser Position laufen alle Fäden für die

das kommunikative und werbliche Erscheinungsbild zusammen und müssen von hier mit der Projektleitung und den Partnern abgestimmt werden.

Allgemeiner Tarif, Vollzeit, voraussichtlich EG 11 befristet von 03/2024 bis 08/2026

h Verwaltung / Haushalt

<u>Mitarbeiter*in – Budgetverwaltung, Buchhaltung, Controlling, Abrechnung Fördermittel</u>

Die Verwaltung und die Haushaltsführung des Projektbüros können nicht durch Mitarbeiter*innen einer der beteiligten Institutionen bewerkstellig werden. Daher ist die befristete Einstellung einer Mitarbeitenden in Vollzeit für den Aufgabenbereich Verwaltung/Haushalt unerlässlich. Zum Aufgabenbereich der Stelle gehört die leitende budgetäre Abwicklung des Projektbüros mitsamt Fördermittelverwaltung, Vergaben, Kostenverfolgung und Projektabrechnung – in Teilbereichen unterstützt durch eine weitere Kraft. Ferner stellt der/die Mitarbeiter*in die Umsetzung des Kosten- und Finanzierungsplanes sicher und bearbeitet rechtliche Belange, z.B. im Bereich Arbeits- und Vertragsrecht. Die Laufzeit dieser Stelle umfasst auch die gesamte Abwicklungsphase des Projekts.

Allgemeiner Tarif, Vollzeit, voraussichtlich EG 10 befristet von 07/2024 bis 09/2026

i Registratur / Haushalt

Mitarbeiter*in – Leihverkehr, Unterstützung Haushalt

Eine weitere Verwaltungsmitarbeiter*in ist in Vollzeit befristet anzustellen, um den/die leitende*n Mitarbeiter*in Verwaltung/Haushalt personell zu unterstützen, insbesondere um den Aufgabenbereich Vergaben eigenständig zu bearbeiten. Des weiteren fungiert diese*r Mitarbeiter*in als Registrar*in, das heißt, er/sie wickelt verantwortlich den gesamten Leihverkehr für die Basisausstellung ab. Auch dieser Stelle muss bis zum Ende der Abwicklungsphase des Projekts besetzt werden.

Allgemeiner Tarif, Vollzeit, voraussichtlich EG 9 befristet von 12/2024 bis 09/2026

Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern

- Betreuung und Steuerung über Projektbüro

Beteiligung

- Agentur erfahren für Beteiligung, versiert mit Geschichte und sensibel für Ostdeutschland, professionelle Umsetzung, barrierearm und gut gestaltet
- Zusammenarbeit in AG Beteiligung

Vermittlung

- (MMKT) Konzeption und Umsetzung allgemeiner Führungsdienst als Querschnittsaufgabe, ergänzend zu Kurator*innen- und Sonderführungen der einzelnen Häuser
- Zusammenarbeit in AG Vermittlung

Marketing

- Konzeption Marketingmaßnahmen und Mediaplanung
- Gestaltung und Umsetzung CI/Identität–CD/Design in enger Abstimmung mit PB
- Steuerung und Umsetzung aller Marketingmaßnahmen
- Bei Bedarf Handling Subunternehmen

Digitalstrategie

- Angebote in den Häusern und im Stadtraum
- Website
- BeteiligungsplattformAngebote für Social Media
- Archivierung von Ausstellungs- und Programminhalten
- Geeignete Vernetzung aller Angebote

Lage und Ausstattung Projektbüro

Das Projektbüro muss Büroräume für neun Mitarbeitende vorhalten, und muss Zugriff auf einen kleinen Konferenz- und Veranstaltungsraum für bis zu 20 Personen haben. In den Häusern der Projektpartner stehen diese Räumlichkeiten nicht zur Verfügung und müssen gesucht werden. Sie relativ sollten zentral in Magdeburg liegen, um gut erreichbar für alle Projekt- und Kooperationspartner sowie Gäste zu sein.

4.2 Aufgaben und Stellen der Partner (Museen und Stadtplanungsamt)

In der Umsetzung bedeutet dies, dass den Museen und dem Stadtplanungsamt das Kuratieren, die Ausschreibung ausstellungsrelevanter Gewerke (Gestaltung, Ausstellungsbau etc.), die Umsetzung des Ausstellungskonzepts und die Verwaltung und Haushaltsführung ihrer Sonderausstellungen obliegt.

Die Projektpartner arbeiten zusammen in den Arbeitsgruppen (Beteiligung, Vermittlung, Forschung und Programm) sowie in übergeordneten Steuerungsrunden. Dafür sind jeweils geeignete Mitarbeitende verantwortlich.

Stellen für die Themenausstellungen

Technikmuseum Magdeburg

j Kurator*in TM

Im Technikmuseum stehen zwischen 2023 und 2025/26 für ein separates Ausstellungsprojekt keine personellen Mittel zur Verfügung, da die hausinternen Mitarbeiter*innen mit der Entwicklung des eigenen Museums ausgelastet sind. Daher ist die befristete Einrichtung einer Vollzeit-Stelle für die Kuratierung der FeelingEast-Ausstellung unabdingbar.

Allgemeiner Tarif, Vollzeit, voraussichtlich EG 11 befristet von 12/2023 bis 07/2026

k Volontär*in TM

Die Entwicklung und Umsetzung der TM-Ausstellung ist so umfangreich, dass dies nicht von einer Einzelperson bewältigt werden kann. Als Unterstützung der Kuratorin/des Kurators in allen Aufgaben und zur eigenständigen Bewältigung der Steuerung und Abwicklung des Leihverkehrs ist ein*e Co-Kurator*in vonnöten. Hierfür eignet sich sehr gut die Einrichtung einer vergleichsweise kostengünstigen Volontariatsstelle in Vollzeit mit der dafür üblichen Laufzeit von zwei Jahren.

Tarif Volontariat, Vollzeit befristet von 01/2024 bis 12/2025

Kulturhistorisches Museum Magdeburg

I Volontär*in KHM

Die Ausstellung des KHM wird von der*dem Kurator*in für Zeitgeschichte kuratiert, der/die als Vertretung für den die Gesamtprojektleitung übernehmenden Herrn

Dr. Stöneberg eingestellt wird. Angesichts der übrigen Aufgaben der Kuratorenstelle, insbesondere der Leitung mehrerer Sammlungen, und angesichts des Aufgabenumfangs für Entwicklung und Umsetzung der KHM-Ausstellung kann dies nicht von einer Einzelperson bewältigt werden. Als Unterstützung in allen kuratorischen Aufgaben und zur eigenständigen Bewältigung der Steuerung und Abwicklung des Leihverkehrs ist ein*e Co-Kurator*in vonnöten. Hierfür eignet sich sehr gut die Einrichtung einer vergleichsweise kostengünstigen Volontariatsstelle in Vollzeit mit der dafür üblichen Laufzeit von zwei Jahren.

Tarif Volontariat, Vollzeit befristet von 01/2024 bis 12/2025

m Vermittlung KHM

Für das erforderliche Arbeitsvolumen zur Mitarbeit bei Konzeptentwicklung, Umsetzung und Vermittlung der KHM-Ausstellung reichen die Kapazitäten der hauseigenen Museumspädagogin nicht aus, da sie nur eine 50%-Teilzeitstelle umfasst. Daher ist für das Projekt eine befristete Verstärkung der Museumspädagogik im Umfang einer 50%-Teilzeitstelle erforderlich.

Allgemeiner Tarif, Teilzeit 50%, vorauss. EG 10 befristet von 08/2024 bis 07/2026

Museum für Naturkunde Magdeburg

n Wiss. Mitarbeiter*in Kuratierung

Das Museum für Naturkunde Magdeburg benötigt für die Umsetzung der Ausstellung eine*einen Mitarbeiter*in, um historische Recherchen durchzuführen und gesellschaftswissenschaftliche Thematiken zu bearbeiten und damit den Kurator des Museums zu unterstützen. Diese zusätzlichen Themenfelder können von den hausinternen Naturwissenschaftler*innen nicht ausreichend abgedeckt werden.

Allgemeiner Tarif, Teilzeit 50%, vorauss. EG 13 befristet von 12/2023 bis 07/2026

Kunstmuseum Kloster Unser Lieben Frauen

m Wiss. Mitarbeiter*in Kuratierung

Auch das Kunstmuseum Kloster Unser Lieben Frauen benötigt für Konzeption und Realisierung der dortigen Ausstellung eine zusätzliche wissenschaftliche Mitarbeit, die historische Recherchen durchführt und gesellschaftswissenschaftliche Thematiken zuarbeitet, die über die gängigen Arbeitsgebiete im Kunstmuseum hinausreichen. Dafür verfügt das Kunstmuseum über keine personellen Kapazitäten.

Allgemeiner Tarif, Teilzeit 50 %, vorauss. EG 13 befristet von 12/2023 bis 07/2026

Stadtplanungsamt Magdeburg

Im IBA-Shop des Stadtplanungsamtes besteht kein umfangreicher Ausstellungsbetrieb und deshalb sind für Kuratierung und Umsetzung von Ausstellungen im Dezernat VI grundsätzlich keine Stellen vorgesehen. Wie bei anderen IBA-Shop-Schauen auch wird die Kuratierung der SPA-Ausstellung für FeelingEast von einer*einem freiberuflichen Kurator*in oder einer Agentur als externe Dienstleistung übernommen werden. Die Kosten dafür sind im Budget des SPA als Sachmittel eingeplant.

4.3 Zeitplan

Projektstart, vorbereitende Maßnahmen und Format

Der Projektstart ist für August 2023 vorgesehen. Dann wird die Projektleitung benannt und es beginnen Projektfeinplanung und -management. Sofern wie gegenwärtig geplant die Projektleitung von einem Mitarbeiter des Kulturhistorischen Museums übernommen wird, muss für ihn sofort eine befristete Vertretung gesucht werden. Noch im vierten Quartal 2023 sollen die ersten der eigentlichen Projektstellen besetzt und eine Agentur für Beteiligung beauftragt werden. Die öffentliche Vorbereitungsphase mit Beteiligung sowie Forschung und Netzwerkarbeit beginnt bereits in 2024 und wird bis zum Ende 2026 fortgesetzt.

Ausstellungslaufzeit und Kernprogramm

<u>Die Ausstellungen und das Kernprogramm laufen von November 2025 bis Juni 2026</u>. Sie beginnen im Jahr der deutschen Kulturhauptstadt Europas und gehen aber deutlich dar- über hinaus. Zeitlich unbefristete digitale Angebote begleiten die Vorbereitungsphase und die Kernlaufzeit. Danach werden sie redaktionell gebündelt bzw. aufbereitet und sind langfristig online nutzbar. Insofern wird FeelingEast langfristig auffindbar und nutzbar bleiben.

Projektabschluss und langfristige Aufbereitung

<u>Projektende</u> ist für Dezember 2026 geplant; in der Zeit nach Ausstellungsende müssen Abrechnung, umfangreiche Dokumentation sowie Evaluierung erfolgen.

Noch vor dem Start des Projekts wird die gegenwärtig in Vorbereitung befindliche Umsetzungs-Drucksache in den Stadtrat eingebracht werden – zur Beschlussfassung in der Mai- oder der Juni-Sitzung – und es werden Fördermittelanträge gestellt. Vorbehaltlich der Akquise gesonderter Fördermittel soll ebenfalls vor dem Projektstart mit Vorarbeiten für den Beteiligungsprozess begonnen werden.

5 Budget und Finanzierung

Die Machbarkeitsstudie überprüft alle Parameter des Projektes, also auch Budget und Gegenfinanzierung. Angesichts der Krisensituationen und angespannten Haushaltslage der Landeshauptstadt Magdeburg wurden im Hinblick auf eine Beschlussfassung durch den Stadtrat Aufwand und Kosten sowie deren Finanzierung für das Großprojekt besonders sorgfältig geprüft und begründet. Dabei waren eine langfristige Nachhaltigkeit sowie ein hoher Wirkungsgrad der aufgewendeten Mittel höchst wichtig. Im Folgenden ist zudem dargelegt, wie sich die Veränderung in Konzeption und Organisation der Organisationsstruktur (Projektbüro und Basisausstellung) in der Budgetierung wiederspiegeln. Dabei wurde darauf geachtet, in der Summe gleich zu bleiben.

Ausgaben (gerundet)		Einnahmen (gerundet)	
Personal	2,1 Mio €	Eigenmittel	
2023-2026		- Erträge Ausstellungen	0,6 Mio €
Projektbüro, Kurator*innen,		- Zuschuss Landeshauptstadt	2,0 Mio €
Werkverträge, Dienstleister		Magdeburg – vorbehaltlich	
		Beschluss durch Stadtrat	
Sachmittel	2,9 Mio €	Fördermittel	
Sachmittel 6 Ausstellungen, Bürger-	2,9 Mio €	Fördermittel - Förderung Land Sachsen-Anhalt,	1,0 Mio €
	2,9 Mio €		1,0 Mio €
6 Ausstellungen, Bürger-	2,9 Mio €	- Förderung Land Sachsen-Anhalt,	1,0 Mio € 1,4 Mio €
6 Ausstellungen, Bürger- beteiligung, Begleitprogramm,	2,9 Mio €	- Förderung Land Sachsen-Anhalt, Antrag wurde 09/2022 gestellt	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,

Höhe des Gesamtbudgets

In der Drucksache von 2021 wurden die Kosten Entwicklung und Durchführung des Verbund-Projektes FeelingEast, ohne die vorgeschaltete Machbarkeitsstudie, mit insgesamt 4.951.600 EUR beziffert. Ein Gesamtbudget von knapp fünf Mio. EUR wird auch nach eingehender Überprüfung im Rahmen der Machbarkeitsstudie als notwendig erachtet. Aufgrund der allgemeinen Kostensteigerungen seit Redaktionsschluss der letzten DS im Herbst 2021, aber auch angesichts der konkret im Ausstellungsbau spürbaren Preiserhöhungen wie sie etwas das KHM zur Zeit bei der Umsetzung der Dauerausstellung Schulgeschichte erlebt, bedeutet ein gegenüber 2021 gleich hoch bleibendes Budget tatsächlich eine Reduktion der möglichen Beauftragungen und Anschaffungen.

Das Gesamtbudgets für den Verbund der sechs FeelingEast-Ausstellungen ist mit 4,99 Mio. EUR absolut gesehen hoch, doch relativiert es sich im Vergleich zu früheren Großausstellungen des KHM, wenn die Inflation berücksichtigt wird. 77 Die Ausstellung "Otto der Große und das Römische Reich" von 2012 (Laufzeit 3,5 Monate) wurde 2009 für die entsprechende Drucksache mit 3,76 Mio budgetiert (vgl. DS 0003/09) was bei der von 2009 bis 12/2022 sich in Summe ereigneten Preissteigerung von 28,0 % heute 4,81 Mio. entspräche. Die Ausstellung "Faszination Stadt" des KHM zum Magdeburger Recht im Jahr 2019 (Laufzeit 5,0 Monate) wurde 2014 mit 3,70 Mio. EUR budgetiert (vgl. DS 0309/14); angesichts der summierten Inflationsrate von 19,5 % seit 2014 wären das heute 4,42 Mio EUR. Das Budget von FeelingEast ist demnach inflationsbereinigt nur 13% höher als das von Otto 2012 und lediglich 4% höher als bei Faszination Stadt 2019. Bei FeelingEast ist die Gesamt-Ausstellungsfläche jedoch deutlich größer ist bei den genannten Schauen, seine Laufzeit ist mit siebeneinhalb Monaten doppelt so lang ist wie die von Otto 20212 und 50% länger als Faszination Stadt, und nun kommen noch die seinerzeit nicht berücksichtigten Merkmale Bürgerbeteiligung und digitaler Outreach hinzu. Angesichts dessen ist das Budget von FeelingEast im Vergleich zu den vom Stadtrat seinerzeit beschlossenen Großausstellungen "Otto der Große und das Römische Reich" und "Faszination Stadt" nicht zu hoch.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass mit diesen Mitteln nicht nur sechs Ausstellungen finanziert werden, die im Verbund ein großes, überregional ausstrahlendes Kulturevent mit umfangreichem Begleitprogramm, vielgestaltiger Vermittlung und nachhaltigen

59

⁷⁷ Ivanov, Angelika / Buske, Nils: Die Inflationsrate in Deutschland von 2005 bis 2023, in: Handelsblatt Onlineausgabe, 23.01.2023; https://www.handelsblatt.com/finanzen/geldpolitik/inflation-die-inflationsrate-in-deutschland-von-2005-bis-2023/26252124.html (zuletzt abgerufen am 30.01.2023).

Publikationen bilden, sondern auch längerfristig über die Ausstellungszeit hinaus nutzbare Angebote vor Ort. Gleichzeitig profitiert auch Magdeburgs Kulturwirtschaft. Darüber hinaus ist festzuhalten, dass mit diesen Projektmitteln von vier städtischen Museen und dem IBA-Shop mehr ein halbes Programmjahr durchfinanziert wird. Durch die Bündelung von Querschnittsaufgaben im Projektbüro, die allen sechs Ausstellungen zugutekommen, können ganz eindeutig Synergieeffekte hinsichtlich Kosten und Werbewirkung erzielt werden – verglichen mit sechs unabhängig voneinander durchgeführten Ausstellungsprojekten.

Aufteilung des Budgets

Kostenplan (in Tausend EUR)

<u>Haushaltsmittel insgesamt</u>	2023	2024	2025	2026	Summe	%
I. Aufwendungen Projektbüro						
I.1 Personalkosten Projektbüro insg. *	51	478	570	393	1.492	
I.2 Sachkosten Basisausstellung	0	40	180	55	275	
I.3 Partizipation, Forschungsaustausch	10	130	90	40	270	
I.4 Marketing, ÖA, Vermittlung, Programm	7	30	305	458	800	
I.5 Honorare Werkverträge	17	63	55	5	140	
I.6 Bürokosten (incl. investiv) und Literatur	12	50	22	6	90	
I.7 Reisekosten (Mitarbeitende, Beirat)	3	8	8	1	20	
I.8 Publikationen (Verlag/Druck, Gestaltung, Rechte)	1	6	113	0	120	
Sachkosten Projektbüro (l.2–l.8)	50	327	773	565	1.715	
Aufwendungen Projektbüro insg.	101	805	1.343	958	3.207	64%

II. Aufwendungen für 5 Themenausstellungen						
II.1 Personalkosten Themenausstellungen insg.	11	203	246	106	566	
II.1.1 Personalkosten TM*	8	104	104	41	257	
II.1.2 Personalkosten KHM *	0	48	70	19	137	
II.1.3 Personalkosten MfN *	0	15	36	23	74	
II.1.4 Personalkosten KMd *	3	36	36	23	98	
II.2 Sachkosten Themenausstellungen insg.	0	192	811	223	1.226	
II.2.1 Sachkosten TM	0	40	263	73	376	
II.2.2 Sachkosten KHM	0	44	174	58	276	
II.2.3 Sachkosten MfN	0	41	117	31	189	
II.2.4 Sachkosten KMd	0	17	117	31	165	
II.2.5 Sachkosten SPA (incl. Werkvertrag Kurator*in)	0	50	140	30	220	
Aufwendungen Themenausstellungen insg.	11	395	1.057	329	1.792	36%
Personalkosten insg.	62	681	816	499	2.058	41%
Sachkosten insg.	50	519	1.584	788	2.941	59%
Aufwendungen insgesamt	112	1,200	2.400	1.287	4,999	

Anteil der Jahresscheibe am Gesamtbudget 2% 24% 48% 26%

^{*} Personalkosten auf Basis von Zuarbeit durch Personalservice der LH MD; vorläufige Entgeltgruppen, incl. mutmaßlicher Gehaltssteigerungen

Der hohe Anspruch des Projekts an Beteiligung, Forschung und Austausch, Begleitprogramm und Vermittlung in die Zivilgesellschaft sowie Multiperspektivität erfordert umfangreiche personelle Ressourcen, die mehrheitlich durch Projektstellen bereitgestellt werden müssen. Die Gesamtpersonalkosten mit knapp 1,9 Mio. EUR – ein Volumen wie in der DS 2021 – machen 38% des Gesamtbudgets aus und liegen damit in der bei Großprojekten üblichen Größenordnung.

Von den Sachmitteln ist die Hälfte für Ausstellungs-Aufwendungen im engeren Sinne – Bauten, Gestaltung, Grafik, Medien, Leihverkehr, Aufsichten etc. – aufzuwenden, und davon 80% für die Themenausstellungen und 20% für die Basisausstellung. Unter den weiteren, sämtlich vom Projektbüro verwalteten Sachkostenpositionen ragt die Sammelposition für Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Vermittlung und Begleitprogramm mit einem Anteil 27% heraus, der größte Teil davon zur Finanzierung einer überregionalen Marketingkampagne. Ebenfalls besonders gut ausgestattet ist die Position Partizipation und Forschungsaustausch (10% der Sachmittel), wobei hiervon der Löwenanteil dem Beteiligungsprozess vorbehalten ist.

Die konzeptionelle Änderung hin zur Bündelung der übergreifenden Themen in einer Basisausstellung zur Einführung und Einordnung erlaubt fünf stärker fokussiert angelegte Themenausstellungen seitens der Projektpartner. Dadurch verändert sich im Vergleich zur DS 2021 die Verteilung des Gesamtbudgets zwischen dem Projektbüro einerseits sowie Museen und SPA andererseits. Durch die zusätzliche Aufgabe Basisausstellung muss das Projektbüro mit einem größeren Anteil der Sach- und Personalmittel ausgestattet werden als in der älteren Konzeption. Die resultierende Verteilung der Mittel wurde im Herbst/Winter 2022/23 mit den Projektpartnern abgestimmt.

Jahresscheiben des Budgets

Aufgrund der avisierten Laufzeit der Ausstellungen von November 2025 bis Juni 2026 verteilen sich die Kosten ungleichmäßig auf die vier Jahresscheibender Projektlaufzeit.

Die Hälfte des Gesamtbudgets (49%) muss im Haushaltsjahr (HHJ) 2025 bereitgestellt werden, da hier hinein der allergrößte Teil der vorbereitenden Ausstellungs-Aufwendungen fällt und auch ein Fünftel der laufzeitabhängigen "Betriebskosten" der Ausstellungen. Zudem sind im HHJ 2025 alle Projektstellen durchgängig besetzt. Im HHJ 2024 und HHJ 2026 entstehen jeweils rund ein Viertel der Kosten (24% bzw. 25%). Während in 2024 die Personalkosten überwiegen – rund zwei Drittel der Projektstellen sind dann schon durchgängig besetzt – sind es in der Jahresscheibe 2026 die Sachkosten aufgrund der sechs Monate Ausstellungslaufzeit.

Dagegen macht die Jahresscheibe 2023 nur einen Bruchteil (2%) des Gesamtbudgets. Das ist auch Projektstart erst im August 2023 geschuldet, aber mehr noch ist es bedingt durch Sachzwänge der Finanzierung.

5.2 Finanzierung / Einnahmen

Die Finanzierung des Budgets setzt sich zum einen aus den Erträgen zusammen, die während der Ausstellungslaufzeit an den Kassen erzielt werden können, und einem Zuschuss durch die Landeshauptstadt Magdeburg; beides zusammen bilden die Eigenmittel. Die zweite Ertragssäule bilden die Fördermittel. Hierbei spielt die mögliche Förderung durch das Land Sachsen-Anhalt eine besondere Rolle.

Auch nach eingehender Reflexion im Rahmen dieser Machbarkeitsstudie wird für die Entwicklung und Durchführung des Verbund-Projektes "Feeling East? Leben im Osten" nicht nur ein Gesamtbudget in der Größenordnung erforderlich angesehen, wie es die Drucksache DS 0433/21 vorsah. Auch die Grundparameter der Finanzierung jener Drucksache erweisen sich bei näherer Betrachtung als belastbar – ca. 10% der Erträge als Einnahmen an den Kassen, rund 40% als Zuschuss durch die Landeshauptstadt sowie etwa 50% als Drittmittel, die von Förderern einzuwerben sind.

<u>Finanzierungsplan</u>

(in Tausend EUR)

52%

<u>Haushaltsmittel insgesamt</u>	2023	2024	2025	2026	Summe	%
A. Eigenmittel					2.599	52%
A.1 LH Magdeburg (Zuschuss)	12	200	1.300	487	1.999	40%
A.2 Einnahmen in allen Ausstellungen (100.000 Besuchende)	0	0	100	500	600	12%
A.2.1 Einnahmen aus Eintritt *	0	0	90	450	540	
A.2.2 Einnahmen aus Führungen **	0	0	2	8	10	
A.2.3 Einnahmen aus Shops/Cafés	0	0	8	42	50	
B. Drittmittel					2.400	48%
B.1 Landesmittel (beantragt)	100	500	300	100	1.000	20%
B.2 Weitere Fördermittel (geschätzt) ***	0	500	700	200	1.400	28%
Summe Erträge ohne LH Magdeburg	100	1.000	1.100	800	3.000	60%
Einnahmen insgesamt	112	1.200	2.400	1.287	4.999	

^{*} Erwartete Eintrittseinnahmen 540T EUR: 100.000 Besuchende mit durchschnittlich 5,40 EUR Eintritt pro Person

Eigenanteil

^{**} Erwartete Einnahmen nur gering, weil die meisten Führungen von MMKT durchgeführt werden

^{***} Mögliche weitere Förderer: Kloster Bergesche Stiftung, Kulturstiftung des Bundes, Kulturstiftung der Länder, Lotto Sachsen-Anhalt, Ostdeutsche Sparkassenstiftung, Bundesstiftung Aufarbeitung SED-Diktatur, Emst-von-Siemens-Kunststiftung u.a.

Eigenmittel 1: Kasseneinnahmen

Die in der DS 2021 formulierte Erwartung von Kasseneinnahmen in Höhe von 480.000 EUR wird inzwischen als zu niedrig angesehen. Hier können insgesamt 600.000 EUR als realistisch bewertet werden, mithin 12 % aller Erträge. Den größten Anteil davon machen die Einnahmen aus Ticketverkäufen aus, und hier können die Annahmen für beide relevanten Stellgrößen angehoben werden. Zum einen folgt aus eingehender Analyse, die im folgenden Abschnitt Besuchserwartung dargelegt ist, dass die Zahl der erwarteten Besucher*innen von 90.000 auf 100.000 angehoben werden kann. Zum anderen bedingt allein die inzwischen zu verzeichnende Inflationsrate, den in der alten DS angenommenen, rechnerischen Durchschnitt der Eintrittseinnahmen von 4,00 EUR pro Person nach oben zu korrigieren. Auch angesichts des noch attraktiver gewordenen Angebots mit nunmehr sechs Ausstellungen sollten im Schnitt 5,40 EUR p.P. erlöst werden können. Der reguläre Eintrittspreis mit einem Ticket für alle Ausstellungen wird deutlich höher liegen, doch viele Besucher*innen zahlen diesen nicht. Dringend angeraten erscheint, die bei den Museen der Landeshauptstadt für den regulären Besuch geübte Praxis des freien Eintritts für Kinder und Jugendliche bis 18 Jahre auch für die Sonderausstellung FeelingEast beizubehalten. Dadurch, sowie durch Berechtigte sonstiger Ermäßigungen, reduziert sich der durchschnittlich pro Person erzielbare Erlös, der hier rechnerisch auf alle erwarteten Besucher*innen bezogen wird. Die Festlegung des tatsächlichen Eintrittspreises sollte erst mit dem Beginn des Marketings festgelegt werden, um auf die weitere postcoronale Entwicklung des Marktes reagieren zu können. Der Eintrittspreis sollte jedoch so bemessen sein, dass er im Vergleich zu anderen großen Ausstellungen als niederschwellig angesehen werden kann.

Als Einnahme aus Entgelt für Führungen sollte nur eine kleine Summe veranschlagt werden, weil es geplant ist, die MMKT mit deren Durchführung und Buchung zu betrauen, und die MMKT ihre Einnahmen mit Ausgaben für Führungspersonal verrechnet. Je nach vertraglicher Regelung, die für diese Kooperation vereinbart wird, dürften pro von der MMKT durchgeführte Führung nur ein kleiner Teil des Führungsentgeltes an das Projekt FeelingEast weitergereicht werden. Zusätzlich werden die Museen Einnahmen aus Führungen verzeichnen, die vom eigenen bzw. Projektpersonal durchgeführt werden. Im vorgeschlagenen Finanzierungsplan sind daher nur 10.000 EUR als Einnahmen aus Führungen angesetzt. In der DS 2021 waren hierfür noch 70.000 EUR budgetiert, doch dabei war vorgesehen, alle Führungen mit eigenem (Projekt-)Personal durchgeführt werden sollen, die zugleich erhebliche Personalkosten verursacht hätten.

Ebenfalls sehr konservativ sollten die Einnahmen in Shops und Cafés kalkulierte werden – 50.000 EUR, wie in der DS 2021. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt ist nicht absehbar, ob und wenn ja wo ein zusätzliches Ausstellungscafé eingerichtet werden

könnte oder sollte, und welche Konditionen ein Pachtvertrag haben könnte. Einnahmen in Museums- bzw. Ausstellungsshops dürften in jedem Fall deutlich höher sein, als im regulären Betrieb, da eine sehr breite Palette an attraktiven Merchandising-Produkten vorstellbar ist. Ob es sinnvoll sein könnte, das gesamte Merchandising für FeelingEast an einen Vertragspartner abzugeben, wird nach Projektbeginn zu untersuchen sein. Auch die Einnahmen aus dem Verkauf des Kataloges sind unter dieser Position zu verbuchen.

Eigenmittel 2: Zuschuss der Landeshauptstadt

Für die Gesamtfinanzierung des Projekts ist ein substanzieller Beitrag der Landeshauptstadt Magdeburg unabdingbar. Dies nicht nur, um den entsprechenden Teil der Mittel beizusteuern, sondern auch, um damit die Voraussetzungen zum Einwerben von Fördermittel im angestrebten Umfang (2,4 Mio. EUR) zu schaffen. Es müssen für fast alle Förderprogramme nennenswerte Eigenmittel beigesteuert werden. Über die Mindestanforderungen hinaus ist für die Erfolgsaussichten von Fördermittelanträgen von großer Bedeutung, ob die Landeshauptstadt als Träger der Museen durch einen großen Zuschuss ein starkes Bekenntnis zu dem Ausstellungs- und Beteiligungsprojet FeelingEast abgegeben hat. Daher sollte der Ansatz aus der DS 2021 mit einem per DS zu beantragenden Zuschuss in Höhe von knapp 2,0 Mio. EUR beibehalten werden.

Die neue Drucksache wird parallel mit dem Abschluss dieser Machbarkeitsstudie vorbereitet. Sie könnte dem Stadtrat in seiner diesjährigen Juni-Sitzung zur Beschlussfassung vorliegen. Die Beratung des Projekts FeelingEast im Stadtrat im Rahmen der DS 2021 hat sehr deutlich gezeigt, dass diesem quer durch alle Fraktionen hinweg ein hoher Stellenwert für die Stadtgesellschaft beigemessen wird. Ob das zwei Jahre später in einer mehrheitlichen Zustimmung zur Drucksache mündet, die tatsächlich die Mittel für das Projekt freigibt, wird sich zeigen.

Für die Meinungsbildung der Stadträt*innen dürfte durchaus von Belang sein, dass es seitens des Landes bereits sehr deutliche Signale der Bereitschaft zur Förderung gibt; daher wurde im September 2022 ein Förderantrag in Höhe von 1,0 Mio. EUR gestellt. Der Bescheid wird voraussichtlich im späteren Frühjahr 2023 eintreffen; dabei dürfte die Mittelzusage jedoch unter dem Vorbehalt der Bestätigung des LH-Zuschusses stehen. Die mögliche Landesförderung könnte bereits 2023 einsetzen und ermöglichen, den Zuschuss der Landeshauptstadt so zu verteilen, dass die Jahresscheibe 2023 mit 10.000 EUR sehr klein ist und die von 2024 mit 200.000 EUR auch noch sehr moderat. Etwa 90% des LH-Zuschusses wäre erst in den Jahren 2025 (1,3 Mio.) und 2026 (ca.490.000) fällig. In Hintergrundgesprächen hat das Land deutlich gemacht, dass es

nicht gewillt ist, im Jahr 2023 das Budget des Projekts allein zu finanzieren, ohne Zuschuss der LH. Bisher sind im HH 2023 der LH keine Mittel für FeelingEast eingestellt.

Vorbehaltlich der Zustimmung des Stadtrats umfasste der Zuschuss der LH das 40% der Einnahmen; damit beliefe sich der Eigenanteil am Gesamtbudget auf insgesamt 52%. Der Zuschuss der Landeshauptstadt wäre nicht nur für die Realisierung des Projekts FeelingEast selbst von größter Bedeutung, sondern bewirkt – verstärkt um die Hebelwirkung durch Fördermittel – zudem eine langfristig bessere Ausstattung der Museen der Stadt, die Etablierung neuer Formate für Beteiligung und Interaktion und bringt eine erhöhte Aufmerksamkeit, die für das Image als Stadt der Moderne sowie als touristisches Highlight in der Region von Bedeutung ist.

Fördermittel

Mit Eigenmitteln in der genannten Größenordnung ist das Ziel erreichbar, die übrigen 2,4 Mio. EUR Gesamtbudgets als Fördermittel einzuwerben. Bereits bei mehreren Großausstellungen des Kulturhistorischen Museums konnten Drittmittel in Größenordnungen eingeworben werden, die – inflationsbereinigt – das nun gesetzten Ziel übertreffen. So wurde für "Aufbruch in die Gotik" 2009 2,17 Mio. EUR Fördermittel eingeworben, was heute 2,78 Mio. EUR entspräche (28% Inflation 2009-2022), und bei "Faszination Stadt" 2019 2,22 Mio. was heute 2,51 Mio. EUR entspräche (13% Inflation 2019-2022).

Für FeelingEast kann die Einwerbung der veranschlagten Summe aufgrund mehrerer Besonderheiten als realistisch eingeschätzt werden. Zum einen setzt das Projekt durch seine groß angelegte Beteiligung und Outreach in die (Stadt-)Gesellschaft neue Maßstäbe in der Magdeburger Ausstellungslandschaft. Auch Förderer, die schon wiederholt hiesige Ausstellungsprojekte unterstützt haben, werden dies anerkennen. Zum anderen kann davon ausgegangen werden, dass das Projekt durch den Themenkomplex mit seiner hochgradigen gesellschaftlichen Relevanz als besonders förderungswürdig eingestuft wird. Darüber werden durch die auch politische Dimension des Projekts Förderkulissen jenseits der Kulturförderung erreichbar, so dass erfolgversprechende Anträge an gut ausgestattete Förderer gestellt werden könnten, die sich der politischen Bildung widmen.

Die verbreitet positive Grundeinstellung von Förderern dem Projekt gegenüber spiegelt sich in der Haltung des Landes Sachsen-Anhalt. Nach Rücksprache mit dem Ministerium für Kultur wurde im September 2022 beim Land ein Förderantrag über 1,0 Mio. EUR gestellt. Optimistisch stimmt auch die Tatsache, dass die Kulturbeigeordnete der LH bereits von weiteren Fördermittelgebern vor der Antragstellung auf FeelingEast angesprochen wurde.

Daher ist die Einwerbung der Drittmittel bei klassischen regionalen wie überregionalen Förderern des Kulturbereichs zu empfehlen. Hier sind in erster Linie das Land Sachsen-Anhalt, die Klosterbergesche Stiftung, Lotto-Toto Sachsen-Anhalt, die Ostdeutsche Sparkassenstiftung, die Kulturstiftung der Länder, die Kulturstiftung des Bundes und die Ernst-von-Siemens Kunststiftung zu nennen. Durch die spezielle Thematik kommt dar-über hinaus die Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur in Frage. Auch bei der EU (z.B. CERV - Citizens, Equality, Rights and Values) könnten Fördermittel beantragt werden.

5.3 Besuchserwartung

Zur Einschätzung der Besuchserwartung von insgesamt 100.000 Besucher*innen für FeelingEast müssen mehrere Faktoren bedacht werden: das grundsätzliche Freizeitund Reiseverhalten in Deutschland und in Sachsen-Anhalt, der Standort Magdeburg mit seiner lokalen und regionalen Infrastruktur, die Attraktivität des Projektes für unterschiedliche Zielgruppen, die Relevanz für die mediale Aufmerksamkeit vor Ort und überregional sowie die Wettbewerbssituation und Synergieeffekte für Tourismus und Kultur.

Freizeit- und Reiseverhalten in Deutschland und Sachsen-Anhalt

Die Zahl der Museums- und Ausstellungsbesucher*innen geht insgesamt in Sachsen-Anhalt seit dem Jahr 2016 zurück; zugleich gehören Museen und Ausstellungen in Sachsen-Anhalt neben Burgen, Schlössern und Freizeitattraktionen zu den beliebtesten touristischen Destinationen.⁷⁸

Während der Coronapandemie und vorher in der Finanzkrise hatten kostengünstige Freizeitbeschäftigungen an Bedeutung gewonnen, insbesondere die Nutzung des Internets.⁷⁹ Ein Wandel des Freizeitverhaltens setzte unabhängig von Corona bereits seit den 1990er Jahren ein. Seitdem sind verstärkt Aktivitäten in den Bereichen des sozialen Austauschs, der Nachbarschaftshilfe und sportliche Aktivitäten.⁸⁰ Eine steigende Zahl an Ausstellungs-, Kultur- und generell Freizeitangeboten verstärkten zusätzlich den Wett-

⁷⁸ IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2021. Bilanz des Jahres 2020 und Erwartungen an das Jahr 2021, hrsg. v. der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt, o.O. 2021, S. 38.

Baier, Dirk/Kamenowski, Maria: Jugend in Zeiten der Covid19-Pandemie. Ergebnisse einer Wieder-holungsbefragung von Jugendlichen im Kanton Zürich, o.O. 2021, S. 16, online aufrufbar unter: https://digitalcollection.zhaw.ch/bitstream/11475/22094/3/2021_Baier-Kamenowski_Jugend-in-Zeitender-Covid19-Pandemie.pdf (zuletzt aufgerufen am 30.05.2022).

Forschung aktuell, hrsg. v. BAT-Stiftung für Zukunftsfragen, 31 (2010), S. 1-4, hier S. 1.

bewerb um Besucher*innen.⁸¹ So gibt es in Deutschland 1.663 Vergnügungs- und Themenparks und mehr als 7.000 Museen mit jährlich unzähligen Ausstellungen. Ein Museumsbesuch erfolgt zudem heute oft anlassbezogen. So gehören laut Studien des ADAC Besuche von Ausstellungen zu den häufigsten Urlaubsaktivitäten der Deutschen. Kultur- und Studienreisen liegen immerhin bei den beliebtesten Urlaubsformen der Deutschen auf Platz acht von sechzehn.⁸² Darüber hinaus suchen Menschen Museen auf, um ihr Wissen zu erweitern, für ein Kulturerlebnis, aus Neugier oder Schaulust und zur Entspannung.

Inwieweit sich das Reise- und Freizeitverhalten bis zu den Ausstellungsjahren 2025 und 2026 wieder gänzlich normalisiert haben wird oder sich weiter verändert, ist noch nicht abzuschätzen. Die Zahlen aus den Vorjahren zeigen eine deutliche jährliche Steigerung der Besuchszahlen des Bundeslandes Sachsen-Anhalt.⁸³ Auch das gestiegene Interesse an regionalen Kulturangeboten in der Coronazeit (außerhalb der Lockdowns) könnte sich positiv fortsetzen.

Zielgruppen für FeelingEast

Das Verbund-Projekt "Feeling East? Leben im Osten" wird inhaltlich ein neues Kapitel für Magdeburger Großausstellungen aufschlagen. Entsprechend der Leitlinie der Kulturstrategie 2030 – KULTUR MIT ALLEN –⁸⁴ ist auch der Anspruch des Verbund-Projektes, möglichst viele unterschiedliche Menschen bzw. Zielgruppen in der Stadt, der Region, im Land aber auch bundesweit anzusprechen. Alle Generationen, Kinder und Jugendliche, Familien, Senior*innen, Schulen, Vereine, Firmen oder Fachleute aus Wissenschaft und Forschung, und natürlich auch Kulturreisende als traditionelle Zielgruppe.

Das stellt zwei Herausforderungen dar. Zum einen muss eine zentrale Ansprache für Alle gefunden werden unter einem gemeinsamen "Dach", so dass sich unterschiedlichste Zielgruppen gleichzeitig gemeint fühlen und motiviert sind teilzunehmen – und das über einen längeren Zeitraum. Zum anderen ist es parallel nötig, alle Zielgruppen auch konkret und spezifisch zu erreichen, in ihrer Sprache, auf ihren Kanälen, in ihren Communities. Beides wird für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige und nicht immer leichte Aufgabe sein, die zugleich aber auch großes Potential für kreative Gestaltungen bietet. Um das zu ermöglichen, sind im Budget und im Stellenplan dafür die

_

Das Amt für Museumsforschung gibt beispielsweise an, dass im Jahr 1981 2.247 Museen in Deutschland verzeichnet waren. Im Jahr 2020 war diese Zahl mit 7.120 Museen fast dreimal so hoch.

Zwingenberger, Olaf: Trendforschung im Reisemarkt 2018. Eine ADAC Verlag Studie, München 2018. S. 43.

⁸³ IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2021, S. 38.

⁸⁴ Kulturstrategie 2030, S. 4.

nötigen Ressourcen vorgesehen und ein früher konzeptioneller Start auch zusammen mit der MMKT als Dienstleisterin vorbesprochen.

Standortbetrachtung

Einzugsgebiet

Die Landeshauptstadt Magdeburg ist im nördlichen Sachsen-Anhalt die einzige Großstadt. Ihre Einwohnerzahl liegt seit einigen Jahren relativ stabil bei ca. 240.000. Die drei umliegenden Landkreise Börde, Jerichower Land und Salzlandkreis sind relativ groß und unterschiedlich dicht besiedelt. Sie haben gemeinsam ca. 420.000 Einwohnende. Allerdings nehmen eher nur die im näheren Umfeld von Magdeburg wohnenden bzw. die, die von einer guten Verkehrsanbindung profitieren, auch Angebote in der Landeshauptstadt Magdeburg war. Insofern werden hier nicht alle in den drei Landkreisen aktiviert werden können. Dafür sind wieder andere, z.B. aus Halle oder dem Harz, auch in Magdeburg zu Gast.

Bevölkerungszahlen Magdeburgs und der angrenzenden Landkreise im Überblick:85

Landkreis	Einwohner*innen
Börde	170.243
Jerichower Land	89.203
Magdeburg	235.201
Salzlandkreis	186.348
gesamt	680.995

Die Bewertung des Einzugsgebietes dient allgemein der Darstellung möglicher Besuchspotenziale, wobei zwischen Einwohnern, Tagesausflüglern und Übernachtungsgästen differenziert wird. Sie werden nach ihrem Aktionsradius unterschieden. Dabei wird angenommen, dass Einwohner*innen bzw. Tagesausflügler Strecken von bis zu 100 Kilometern bzw. Fahrtzeiten von 1–2 Stunden und Übernachtungsgäste Strecken von bis zu 300 Kilometern auf sich nehmen. Rach Erhebungen der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt lag für den Zeitraum 2016 bis

Statistischer Bericht. Bevölkerungsstand, Natürliche Bevölkerungsbewegung, Wanderungen. Bevölkerung in den Gemeinden, Stand 30.06.2021, hrsg. v. Statistischen Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale) 2021, S. 7.

Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung, hrsg. v. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, München 2014, S. 39 f.

2019 bei durchschnittlich 72% der Besucher*innen in unserem Bundesland der Aktionsradius über 50 Kilometer.⁸⁷

Magdeburg liegt geografisch im Herzen Sachsen-Anhalts und verfügt über eine gute Anbindung in die angrenzenden Regionen durch überregionale Verkehrswege (A2, A14 sowie die Bundesstraßen 71 und 189) sowie direkte Bahnverbindungen nach Berlin, Halle/Leipzig oder Hannover. Die Landeshauptstadt hat damit grundsätzlich gute Voraussetzungen zur Erreichung hoher Besuchspotenziale. So können innerhalb von bis zu 1,5 Stunden Einwohner*innen nicht nur aus Magdeburg und den umliegenden Landkreisen Börde, Jerichower Land, Salzlandkreis sondern auch Tagesausflügler aus Großstädten wie Halle (95 km), Potsdam (120 km), Wolfsburg (85 km) oder Braunschweig (95 km) anreisen. Über diesen Radius hinaus sind Übernachtungsgäste interessant wie z.B. aus Berlin (150 km), Hannover (145 km) oder Leipzig (125 km). Mehrtagesreisen bieten sich an insbesondere in Kombination mit Ausflügen am Elberadweg zwischen Dresden (240 km) und Hamburg (280), in den Harz (80–100 km) oder zum Bauhaus Dessau (102 km).

Angebote vor Ort

Grundsätzlich ist Magdeburg eine interessante Destination für Kultur und Tourismus, auch wenn viele das nicht als erstes mit der Stadt verbinden (siehe auch Befragungen zum Rahmenplan Innenstadt oder zur Kulturhauptstadtbewerbung). Es gibt in Magdeburg und der direkten Umgebung mehrere interessante Erlebnisbereiche für Kultur, Freizeit und Sport. Dazu gehören Sehenswürdigkeiten wie z.B. der Magdeburger Dom, das Hundertwasserhaus, das Wasserstraßenkreuz am Mittellandkanal, der Elbauenpark, der Albinmüllerturm, die Siedlungen der 1920er-Jahre-Moderne oder das Steinzeitdorf in Randau. Hinzu kommen Kultureinrichtungen wie Museen, Theater, Veranstaltungseinrichtungen, Clubs oder der Zoo. Der innerstädtische Naturraum mit historischen und neuen Parks, mehrere Seen in der Stadt und im Umland sowie ganz besonders die über weite Strecken naturnahen, sehr attraktive Elbufer am bundesweit beliebten Elberadweg zeichnen die Stadt aus. Die schnelle Verbindung zum Wandereldorado Harz oder die Wassersportmöglichkeiten auf der Elbe und ihren Zuflüssen sind Ziele für Aktivurlauber*innen. Nicht zuletzt laden Sportevents wie z.B. die Spiele der Handballbundesliga

Ebd., S. 5. IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2020. Bilanz des Jahres 2019 und Erwartungen an das Jahr 2020, hrsg. v. der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt, o.O. 2020, S. 7; IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2019. Bilanz des Jahres 2018 und Erwartungen an das Jahr 2019, hrsg. v. der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt, o.O. 2019, S. 4; IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2018. Bilanz des Jahres 2017 und Erwartungen an das Jahr 2018, hrsg. v. der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt, o.O. 2018, S. 4; IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2017. Bilanz des Jahres 2016 und Erwartungen an das Jahr 2017, hrsg. v. der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt, o.O. 2017, S. 6.

oder die Spiele vom Fußballclub FCM zum Besuch in die Stadt ein. All diese Angebote vor Ort ergänzen sich und bilden auch für FeelingEast eine gute Basis für die Bewerbung.

Magdeburg bietet zudem eine ausreichende Zahl an Unterkünften, die das hohe Aufkommen an zu erwartenden Übernachtungsgästen während der Projektlaufzeit aufzufangen: 52 Hotels mit 5.944 Betten, eine Jugendherberge mit 249 Betten, 165 Airbnb-Angebote sowie 6 Camping- und Wohnmobilstellplätze.

Auch die Übernachtungszahlen der Landeshauptstadt vor Corona bestätigen diese Annahme, denn sie stiegen konstant. Im Jahr 2019 wurde mit 734.059 Besucher*innen sogar ein Rekordwert erreicht. Mit dem Pandemieausbruch verringerten sich die Besuchszahlen 2020 deutlich und sanken auf nur noch 430.000 Übernachtungen. 2022, dem ersten Jahr ohne Einschränkungen aus Coronagegenmaßnahmen wurden bereits wieder 686.298 Übernachtungen verzeichnet, mithin nur 6,5 % weniger als 2019. Rund zehn Prozent der Übernachtungsgäste kamen aus dem Ausland. Im Schnitt blieb jeder Gast 1,8 Tage in der Stadt.⁸⁸

Übernachtungen	2017	2018	2019	2020	2022
Gesamt	666.037	629.213	734.059	430.604	686.298

Wettbewerbsbetrachtung

Fehlendes Image als Kulturstadt und Reiseziel

Allerdings ist für den überregionalen Tourismus erschwerend, dass Magdeburg nicht so präsent auf der "Kulturlandkarte" Sachsen-Anhalts verankert ist wie im südlichen Teil z.B. die Welterbestätten, das Bauhaus Dessau, die Weinregion Saale-Unstrut oder der Harz. Die Konkurrenz um Kulturreisende von außerhalb ist damit vergleichsweise hoch.

https://www.magdeburg.de/PDF/PM_%C3%9Cbernachtungszahlen_Januar_bis_Juni_2019.PDF?
ObjSvrlD=557&ObjID=6845&ObjLa=1&Ext=PDF&WTR=1&_ts=1639135653 bzw.
https://www.magdeburg.de/PDF/Magdeburg_Marketing_PM_U_776_bernachtungszahlen_2020.PDF?
ObjSvrlD=557&ObjID=8568&ObjLa=1&Ext=PDF&WTR=1&_ts=1639129460 (zuletzt abgerufen am
15.03.2023). Zahlen für 2022 nach Auskunft von MMKT-Geschäftsführer Puls: "Magdeburg News: Zahlen der Magdeburg-Marketing – Tourismus nach Corona wieder auf Erfolgskurs." In: MD News, veröffentlicht am
14.03.2023. https://www.magdeburger-news.de/?c=20230306070724 (zuletzt abgerufen am 15.03.2021).

Machbarkeitsstudie "Feeling East? Leben im Osten" – Redaktionsschluss 15.03.2023

Zahlen für 2017-2020 in Pressemitteilungen der MMKT vom 28.03.2019 (für 2017/18) und 03.03.2021 (für 2019/20), online abrufbar unter:

Die Verteilung der Besucher für die Jahre 2016 bis 2020 schlüsselt sich laut IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2021 wie folgt auf: 89

Region	Besucheranteil in %				
Jahr	2016	2017	2018	2019	2020
Harz	34,9 %	44,1 %	41%	37%	29%
Halle, Saale-Unstrut	29,9 %	22,1 %	33%	27%	30%
Anhalt-Dessau-Wittenberg	17,6 %	20 %	14%	19%	19%
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	11,2 %	9,5 %	7%	14%	16%
Altmark	6,4 %	4,8 %	5%	3%	6%

Beliebte Ziele waren laut Studien der IHK in erster Linie Burgen, Schlösser und Sakralbauten sowie auch Freizeit- und Landschaftsattraktionen.⁹⁰

Die Höhe der Besuchszahlen bei Sonderausstellungen ist jedoch immens themenabhängig. Zu Beginn des Jahrtausends waren die Ottonen gerade wiederentdeckt worden und weckten daher eine entsprechende Neugier bei den Bürger*innen. So kamen zu den drei großen Otto-Ausstellungen im Jahr 2001 300.000, im Jahr 2006 250.00 und im Jahr 2012 100.000 Besucher*innen. Jahrhundertealte Objekte konnten im Gegensatz zu heute, da viele Sammlungen online einsehbar sind, nur gesehen werden, wenn man Ausstellungen besuchte. Die komplexe Aufgabe moderner Ausstellungen besteht heute darin, Themen anzusprechen und zu vermitteln, die dem Anspruch des modernen, hochvernetzten Menschen gerecht werden, zu denen er einen direkten Bezug herstellen kann und die ihm innovative und kreative Entfaltungsmöglichkeiten bieten. "Feeling East? Leben im Osten" besitzt dieses Potenzial durch seine Aktualität und das Anliegen, Bürgernähe durch Partizipation und breite Vermittlungsarbeit zu schaffen – und hat damit die Chance im Wettbewerbsumfeld bestehen zu können.

Kleiner Exkurs zu Besuchererwartung für Großausstellungen

Betrachtet man die Zahlen der Ausstellungsbesuche seit den 1990er Jahren, so ist festzustellen, dass die Museen bei Weitem nicht ihre Anziehungskraft verloren haben. Hier eine Auswahl von Sonderausstellungen mit mehr als 60.000 Besucher*innen:

-

IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2021, S. 5; IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2020, S. 5; IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2019, S. 2; IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2018. Bilanz des Jahres 2017 und Erwartungen an das Jahr 2018, hrsg. v. der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt, o.O. 2018, S. 2; IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2017, S. 4.

⁹⁰ IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2021, S. 7.

Jahr	Museum	Ausstellung	Besucher
1993	Museum Folkwang Essen	Monet bis Picasso. Morosow und Schtschukin – die russischen Sammler	1.000.000
1997	Kassel	documenta X	629.000
1998/1999	Münster und Osnabrück	1648 – Krieg und Frieden in Europa	150.000
1999	Diözesanmuseum Paderborn	799 – Kunst und Kultur der Karolingerzeit	311.000
2001	Kulturhistorisches Museum Magdeburg	Otto der Große, Magdeburg und Europa	300.000
2004	Neue Nationalgalerie Berlin	Das MoMa in Berlin	1.200.000
2005/2006	Kunstsammlung Nordrhein- Westfalen	Henri Matisse. Figur Farbe Raum	290.000
2006	Diözesanmuseum Paderborn	Canossa 1077 – Erschütterung der Welt	185.000
2006	Sprengel Museum Hannover	Marc, Macke und Delaunay. Die Schönheit einer zerbrechenden Welt (1910 – 1914)	270.000
2006	Kulturhistorisches Museum Magdeburg	Heiliges Römisches Reich Deutscher Nation. on Otto dem Großen bis zum Ausgang des Mittelalters	249.000
2006/2007	Bonner Kunsthalle	The Guggenheim Collection	800.000
2007	Kulturhistorisches Museum Magdeburg	30 Jahre Playmobil – Entdecke die Welt	82.000
2007	Wartburg und Predigerkirche Eisenach	Elisabeth von Thüringen. Eine Europäische Heilige	238.000
2008	Staatlichen Museen zu Berlin	Babylon. Mythos und Wahrheit	540.000
2009	Kulturhistorisches Museum Magdeburg	Aufbruch in die Gotik. Der Magdeburger Dom und die späte Stauferzeit	72.000
2009/2010	Museum und Park Kalkriese	»IMPERIUM KONFLIKT MY- THOS. 2000 Jahre Varusschlacht	210.000
2009/2010	Von der Heydt-Museum Wup- pertal	Monet	297.110
2010/2011	Reiss-Engelhorn-Museen Mannheim	Die Staufer und Italien	237.000

2011	mehrere Standorte in Naum-	Der Naumburger Meister –	195.000
	burg, u.a. Stadtmuseum Hohe Lilie	Bildhauer und Architekt im Euro- pa der Kathedralen	
2011	Staatlichen Kunstsammlungen Dresden	via regia – 800 Jahre Bewegung und Begegnung	170.000
2011	Historisches Museum der Pfalz in Speyer	Die Salier. Macht im Wandel	131.000
2011/2012	Landesmuseum für Vorge- schichte Halle/Saale	Pompeji, Nola, Herculaneum – Katastrophen am Vesuv	224.000
2012	Kulturhistorisches Museum Magdeburg	Otto der Große und das Römische Reich	100.000
2015	Städel Museum Frankfurt am Main	Monet und die Geburt des Impressionismus	432.000
2016	Rheinisches Landesmuseum Trier	Nero – Kaiser, Künstler und Tyrann	272.000
2017	Reiss-Engelhorn-Museen Mannheim	Die Päpste und die Einheit der lateinischen Welt	70.000
2017	Wartburg Eisenach	Luther und die Deutschen	310.000
2018	Rheinisches Landesmuseum Trier und Stadtmuseum Sime- onstift	Karl Marx.1818-1883. Leben. Werk. Zeit	95.000
2018/2019	Kunstmuseum Moritzburg Halle/Saale	Gustav Klimt	90.000
2019	Bauhaus Archiv Berlin	original bauhaus. Die Jubiläumsausstellung	132.000
2019/2020	Heinz Nixdorf-Museumsforum Paderborn	Aufbruch ins All	94.000
2019	Hamburger Bahnhof – Museum für Gegenwart – Berlin	Emil Nolde – eine deutsche Legende	120.000
2019/2020	Städel Museum Frankfurt am Main	Making Van Gogh. Geschichte einer deutschen Liebe	500.000
2020	7 Standorte, Zentralausstellung in Zwickau	Boom. 500 Jahre Industriekultur in Sachsen	104.000
2021	halle02 Heidelberg	The Mystery of Banksy – A Genius Mind	65.000

Hohe Besuchszahlen zu erreichen ist jedoch nicht der alleinige oder in jeder Situation zu erreichende Anspruch musealer Einrichtungen. Ein weiterer Auftrag liegt neben der Sammlungspflege in Bildungsarbeit und für kommunale Museen immer mehr auch in einem Mitwirken in der Stadtgesellschaft. Und als Kulturangebot mit vergleichsweise günstigen Eintrittspreisen, sind Stadtmuseen und deren Ausstellungen als "dritte Orte" sehr niedrigschwellig zu nutzen, wie auch Bibliotheken oder Volkshochschulen. Auch das sind "Renditen" die sich nicht einfach in Zahlen übersetzten lassen. Diese wurde auf zwei Tagungen des Deutschen Museumsbundes in den Jahren 2006 und 2007 als die zukunftsweisende Aufgabe der Museen festgelegt. ⁹¹ Es geht folglich nicht darum, hunderttausende Besucher*innen zu akquirieren, sondern ebendiesen Auftrag umzusetzen.

Positive Besuchererwartung FeelingEast

Die international zu beobachtende "Neuerfindung der Museen" mit Partizipation und vielfältigen Vermittlungsformaten – weg von nur passiven Konsumenten hin zu aktiven Besuchenden – ist zugleich auch eine große Chance für deren Bewerbung und Vermarktung. Denn der große gesellschaftlichen Trend des "Miteinander" und des "Selbermachens" betrifft nicht nur die individuelle Freizeitgestaltung sondern zunehmend auch Kultur- und Tourismusangebote. Hierfür bietet FeelingEast viele Möglichkeiten.

Mediale Aufmerksamkeit

Vor allem aber ist das Thema "Leben im Osten" nicht nur in Magdeburg auf fruchtbaren Boden gefallen, sondern darüber hinaus deutschlandweit relevant. Davon zeugen viele Publikationen, Forschungsbeiträge, Netzwerke und eine breite Berichterstattung in der Presse. Auch die Errichtung eines Zukunftszentrums für Deutsche Einheit und Transformation bis 2028 in Halle ist beredtes Zeugnis. Die mediale Resonanz zu FeelingEast kann deshalb sehr groß sein, zumal das Projekt bereits in der Phase der Erarbeitung auch öffentlich sein wird und schon ab da Anknüpfungspunkte liefert. Wenn in 2025 Chemnitz Kulturhauptstadt Europas ist, kann man zusätzlich von einer großen Strahlkraft für Deutschland und seinen Osten ausgehen, was sich auch für FeelingEast nutzen lässt. Akteure, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit des Projektes können also vielfältig wirken und über einen langen Zeitraum auf regionale und überregionale Diskurse reagieren.

Qualitätskriterien für Museen. Bildungs- und Vermittlungsarbeit, hrsg. v. Deutschen Museumsbund, Berlin 2008, S. 6.

Attraktivität des Projektes

Und natürlich ist das Projekt an sich sehr attraktiv. Mit seinem partizipativen Ansatz bereits im Vorfeld, seinen vielfältigen Vermittlungsformaten in den Museen, im Stadtraum und im Netz sowie mit der Stadtgesellschaft kann es gelingen, nicht nur das Stammpublikum für Museen zu erreichen, sondern auch neue Zielgruppen über alle Generationen hinweg. Die Zahl der Multiplikator*innen wird durch den Beteiligungsprozess sehr hoch sein.

Synergien vor Ort

Eine Konkurrenzsituation vor Ort tritt nicht ein, da die direkten Mitbewerber, also die großen kommunalen Museen Projektpartner sind und sich abstimmen. Aber auch alle anderen Anbieter stellen keine Konkurrenten dar, da die Ausstellungen sehr lange laufen und eventuelle, nicht grundsätzlich auszuschließende Terminüberschneidungen bei einzelnen Veranstaltungen insgesamt keine wesentliche Rolle spielen. Dafür könnten sie alle von einem erfolgreichen Marketing profitieren. Die Ausstellungslaufzeit zwischen November 2025 und Juni 2026 entfällt wesentlich auf besonders starke touristische Monate und auf Zeiten, die für Ausstellungsbesuchende bevorzugt sind (Weihnachtsmarkt, Februarferien, Winter- und Frühjahresmonate). Alle Anbieter in Magdeburg können gemeinsam profitieren von einem Großevent mit überregionaler Aufmerksamkeit in einem abwechslungsreichen Kulturraum. Das ist gerade für potentielle Übernachtungsgäste und Mehrtagesbesucher ein attraktiver Zugewinn.

Abschließende Einschätzung zur Besuchserwartung

Als Verbundprojekt mit sechs Ausstellungen und Begleitprogramm über die lange Kernlaufzeit von über sieben Monaten, haben Magdeburger*innen viel Zeit, alles zu sehen, viel zu erleben und sich mehrfach einzubringen. FeelingEast kann daher mit hohen Besucherzahlen aus der Landeshauptstadt und der unmittelbaren Nachbarschaft rechnen. Zudem darf erwartet werden, dass die Thematik und die geplanten, umfangreichen Werbemaßnahmen (Budget für Werbung/Marketing ca. 700.000 EUR) viele Tagesbesucher*innen aus dem Einzugsgebiet Berlin/Leipzig/Hannover anlockt. Für Gäste von weiter außerhalb lohnt sich eine Anreise mit Übernachtung, da es Angebote für mehrere Tage gibt. Um dies zu befördern, wird es ein Gesamtticket geben, mit dem alle Ausstellungen auch im Verlauf mehrerer Tage besucht werden können. Zudem können mit diesem Themenschwerpunkt Gäste angesprochen werden, die aus anderen Gründen nach Magdeburg gekommen sind, wie z.B. Besucher*innen des Weihnachtsmarktes, von Sportveranstaltungen oder Messen. Auch für Familien oder Elberadwegfahrende ist FeelingEast kompatibel. Nicht nur im Hinblick darauf sind sowohl die geplante Sicht-

barkeit von FeelingEast im Stadtraum interessant als auch die Bespielung von ungewöhnlichen Orten.

Dabei gilt es, möglichst frühzeitig auch mit dem Land zu kooperieren und geeignete Formate für regionales und überregionales Marketing und die begleitende Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln und umzusetzen.

Die im Finanzierungsplan des Projektes angegebene Zahl von 100.000 Besucher*innen in allen Ausstellungen ist nach eingehender Marktanalyse und Betrachtung der Besuchspotenziale als realistisch zu werten. Die Zahl der verkauften Tickets, die jeweils für alle Ausstellungen gelten, liegt deutlich darunter, weil für Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren der Eintritt in die Ausstellungen kostenlos sein sollte. Die Summe der Besuche ist wiederum deutlich höher als 100.000, da jede*r Besucher*in mit dem Ticket in alle Einzelausstellungen gehen kann und sich die Zahl der Besuche aller Ausstellungen aufaddieren. Die Kalkulation von 100.000 Besucher*innen wird als konservative Annahme eingeschätzt – angesichts der Relevanz des Themas und wegen der auf unterschiedlichste Zielgruppen ausgelegten, ansprechenden, offen gestalteten, kreativen Beteiligungsformate und Möglichkeitsräume, die insbesondere die lokale Bevölkerung aktivieren und motivieren werden. Schließlich leben in den umliegenden Landkreisen unzählige Menschen, die Zeitzeugen und Miterlebende sind. Sie können sich und ihr Erlebtes in den Ausstellungsthemen wiederfinden und emotionale Bindungen zum Gezeigten aufbauen. Magdeburg hat zudem das Potenzial, hohe Besuchszahlen zu erzielen. Die zuvor dargelegten Zahlen der Übernachtungsgäste der vergangenen Jahre belegen dies.

Noch nicht abzuschätzen ist dagegen der Einfluss, den der Krieg in der Ukraine auf die Wahrnehmung von Kultur- und Freizeitangeboten haben wird. Schon jetzt sind deutlich gestiegene Preise beispielsweise in den Supermärken, an Tankstellen und bei Urlaubsreisen bemerkbar. Eine Einschätzung darüber, ob und wie weit sich die Weltwirtschaft im Ausstellungsjahr 2025/26 erholt haben wird oder nicht, ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht möglich. Sollten die Lebenshaltungskosten weiterhin steigen und ein Abwärtstrend nicht zu erkennen sein, so dürften sich insbesondere Menschen mit geringerem aber auch mittlerem Einkommen einen Ausstellungsbesuch nicht leisten können bzw. wollen. Daher sollten im Bedarfsfall eintrittsfreie Tage eingerichtet und das Begleitprogramm für die Besucher*innen kostenneutral gehalten werden, um möglichst vielen Bürger*innen eine Wahrnehmung des Bildungs- und Vermittlungsprogramms der an FeelingEast involvierten Institutionen zu ermöglichen.

6 Fazit und Ausblick

Die Durchführung des Ausstellungs- und Beteiligungsprojektes "Feeling East? Leben im Osten" wäre ganz im Sinne der Kulturstrategie 2030 der Landeshauptstadt sowie des Landeskulturkonzepts Sachsen-Anhalt 2025. Insbesondere durch das Element der Partizipation und die Entwicklung neuer (digitaler) Vermittlungsformate und Kulturangebote könnten die beteiligten Museen und das Stadtplanungsamt den Grundstein für die in beiden Papieren geforderten Prämissen legen und damit auch für die Neuausrichtung und Zukunftsfähigkeit der kommunalen Museen, die durch die zunehmende diverse Gesellschaft in der globalisierten Welt erforderlich ist. ⁹²

Der in der Kulturstrategie der Landeshauptstadt angesprochene Perspektivwechsel zur Sichtbarmachung der Ansprüche unterschiedlicher Akteur*innen der Stadtgesellschaft⁹³ könnte in allen an FeelingEast beteiligten Institutionen umgesetzt werden. Die als bedeutsam herausgestellten partizipativen Elemente⁹⁴ spiegelten sich in den sechs Einzelausstellungen sowie auch im Vermittlungs- und Begleitprogramm wider. Die Bürger*innen stehen mit diesem durch FeelingEast neu implementierten Konzept der Magdeburger Museen im Mittelpunkt des Projektes und könnten zu einer nachhaltigen kulturellen Stadtentwicklung⁹⁵ beitragen. Bürgerschaftliches Engagement ist gleichfalls im Landeskulturkonzept verankert als Säule des staatlichen und gesellschaftlichen Lebens, das zu einer erheblichen Bereicherung der Kulturarbeit beiträgt.⁹⁶

Besonders nachhaltig könnte das Projekt FeelingEast zudem durch die geplante Zusammenarbeit mit den lokalen und regionalen Bildungs- und Wissenschaftseinrichtungen, der Politik, Wirtschaft, Kultureinrichtungen und der Freien Szene wirken, was der Forderung nach Beteiligung, Mitwirkung und Mitbestimmung der Zivilgesellschaft und der Magdeburger Bürgerschaft nachkäme.⁹⁷

FeelingEast versteht sich als im kommunalen Auftrag agierendes Projekt, das Bildung und vielfältige Vermittlungsangebote als oberste Prämisse sieht. So sollen nicht nur Kinder und Jugendliche involviert, sondern auch Erwachsene beispielsweise durch Kooperationen mit Erwachsenenbildungsprogrammen, Universitäten, Hochschulen angesprochen werden.

⁹⁴ Ebd., S. 30.

⁹² Kulturstrategie 2030, S. 62.

⁹³ Ebd., S. 30.

⁹⁵ Ebd., S. 31.

⁹⁶ Landeskulturkonzept Sachsen-Anhalt 2025, hrsg. v. Kultusministerium Sachsen-Anhalt, Magdeburg 2014, S. 35.

⁹⁷ Kulturstrategie 2030, S. 35.

Museen und ihre Ausstellungen sind heute mehr denn je als Orte der kulturellen Teilhabe von Bedeutung. Hier können aktuelle gesellschaftsrelevante Fragen ausgehandelt werden. Gemäß des Landeskulturkonzeptes Sachsen-Anhalts sind Museen und damit auch ihre Ausstellungsprojekte Ausdruck des reichen kulturellen Erbes des Landes und machen seine kulturelle Attraktivität aus. Sie tragen maßgeblich zur Identifikation der Bevölkerung bei, insbesondere wenn landes- oder regionalgeschichtliche Themen angesprochen werden⁹⁸ oder sie zu Orten der Beteiligung, der Begegnung und des Austauschs werden. Die Kulturstrategie 2030 bescheinigt dabei vor allem dem Kulturhistorischen Museum und dem Museum für Naturkunde großes Potenzial bei Fragen zu den Interdependenzen von Natur und Kultur, dem Technikmuseum eine Zukunftsgewandtheit bei Fragen nach dem Verhältnis von Arbeit und Mensch und dem Kunstmuseum Kloster Unser Lieben Frauen eine künstlerische Auseinandersetzung mit dem Hier und Jetzt. 99 Alle diese Potenziale sind im Grundkonzept des Verbund-Projektes FeelingEast festgeschrieben, indem durch den epochenübergreifenden Ansatz und die avisierte Multiperspektivität nicht nur Vergangenes zur reinen Informationsvermittlung aufgearbeitet und präsentiert wird, sondern den Bürger*innen auch ein Raum für Diskussionen über die Kontinuitäten historischer Ereignisse und Prozesse sowie Umbruchserfahrungen und damit ein offener gesellschaftlicher Austausch zugestanden wird. So wird FeelingEast bei den Besucher*innen eine emotionale Verbundenheit schaffen und Informationen nicht nur vermitteln, sondern erlebbar machen.

"Feeling East" war Highlight-Projekt der Bewerbung Magdeburgs zur Kulturhauptstadt Europas 2025 und wurde 2021 maßgeblicher Bestandteil des Plan B der Bewerbung, was eine gewünschte Umsetzung auch ohne Titelgewinn bedeutete. Im Auftrag der Beigeordneten für Kultur Stieler-Hinz wurde das Projekt seitdem weiterentwickelt und durchgeplant. In seiner jetzigen Konzeption verkörpert FeelingEast ein Modellprojekt ebenso für das Thema Leben im Osten wie auch für die Umsetzung der Kulturstrategie 2030 der Landeshauptstadt Magdeburg. Denn FeelingEast steht für neue Wege der Auseinandersetzung mit regionaler und nationaler Geschichte und Gesellschaft, für neue Kooperationen in der Stadt und ein modernes Agieren der Museen. Zusätzliches Strahlkraft-Potenzial entsteht im Jahr 2025, wenn Chemnitz als Kulturhauptstadt Europas den internationalen Blick auf den Osten Deutschlands lenkt und Magdeburg als mitteldeutscher Standort mit nur ca. 200 km Entfernung hier Aufmerksamkeit generieren kann.

⁸ Landeskulturkonzept Sachsen-Anhalt 2025, S. 16.

Kulturstrategie 2030, S. 63.

Aus all diesen Gründen fiel die Idee von FeelingEast bisher auf sehr fruchtbaren Boden und begeisterte unterschiedlichste Personen und Akteure für das Projekt, wie nicht zuletzt auch die positive Resonanz im Stadtrat 2021 zeigte. Es bietet Anschluss für alle Generationen und für unterschiedlichste Zielgruppen in Magdeburg, in der Region und für Gäste von außerhalb.