



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Wirtschaft und Arbeit

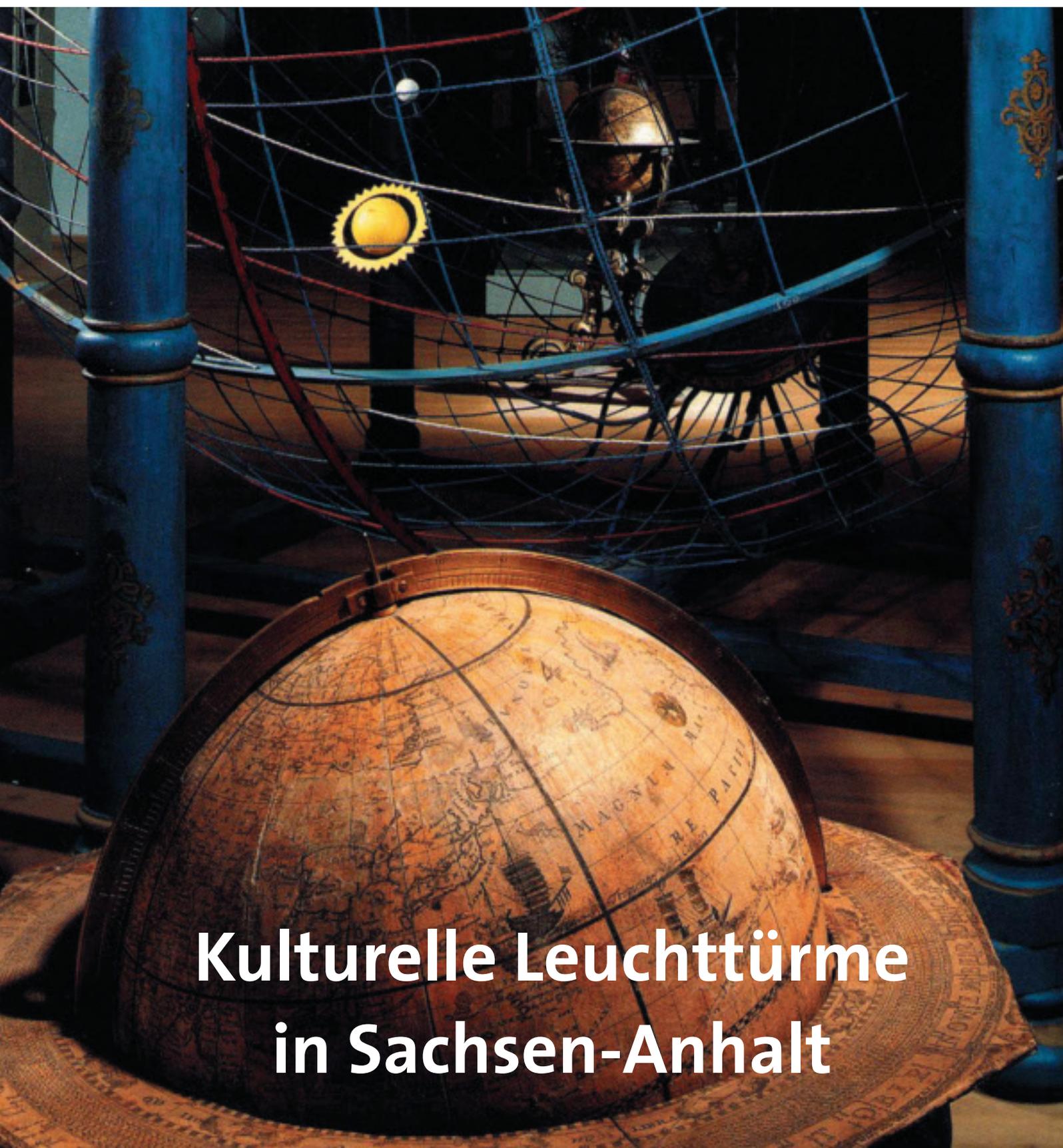
NORD/LB

Norddeutsche Landesbank Girozentrale



SACHSEN-ANHALT

Kultusministerium



Kulturelle Leuchttürme in Sachsen-Anhalt

Tourismus-Studien

Sachsen-Anhalt

17

Kulturelle Leuchttürme in Sachsen-Anhalt

Potenziale einer kulturtouristischen Vermarktung

Gutachten im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit Sachsen-Anhalt

Projektleitung:

Karin Beckmann
NORD/LB Regionalwirtschaft

Unter Mitarbeit von:

Dr. Arno Brandt
NORD/LB Regionalwirtschaft

Claudia Hahn
Dipl.-Geogr.

Isabel Bogorinsky

NORD/LB Regionalwirtschaft
Friedrichswall 10
30159 Hannover

Tel.: 0511/361-6953
Fax: 0511/361-4078
Karin.Beckmann@nordlb.de
www.nordlb.de/regionalwirtschaft

Kulturelle Leuchttürme in Sachsen-Anhalt

Vorwort	7
1. Einleitung	8
2. Potenzial kultureller Leuchttürme in Sachsen-Anhalt	12
<i>Kulturelle Leuchttürme</i>	12
2.1 Lutherstädte Wittenberg und Eisleben	12
2.2 Bauhausstätten in Dessau	14
2.3 Gartenreich Dessau-Wörlitz.....	15
2.4 Stadt Quedlinburg.....	15
2.5 Stadt und Schloss Wernigerode	16
2.6 Magdeburger Dom.....	18
2.7 Naumburger Dom	18
2.8 Schloss Neuenburg in Freyburg.....	19
<i>Potenzielle Leuchttürme</i>	21
2.9 Dom und Domschatz in Halberstadt	21
2.10 Dom und Domschatz in Merseburg	22
2.11 Händel-Haus in Halle.....	23
2.12 Bachstätten Köthen	23
2.13 Franckesche Stiftungen zu Halle.....	24
2.14 Landesmuseum für Vorgeschichte Halle	25
2.15 Himmelsscheibe von Nebra	26
2.16 Staatliche Galerie Moritzburg in Halle.....	27
2.17 Stadt Stolberg.....	28
2.18 Stadt Tangermünde	29
<i>Kulturtouristische Vernetzungsthemen</i>	31
2.19 Straße der Romanik.....	31
2.20 Gartenträume	32
3. Ergebnisse einer bundesweiten Befragung	33
3.1 Bekanntheitsgrad der Kulturgüter.....	33
3.2 Freizeitpräferenzen und Besuchsinteresse.....	38
3.3 Exkurs: Interesse an Ur- und Frühgeschichte	41
3.4 Zusatzangebote	43
3.5 Informationskanäle.....	45

4. Zielgruppenanalyse	46
4.1 Zielgruppendefinition.....	47
4.2 Soziodemografische Struktur der Gruppen.....	48
4.3 Zielgruppenspezifisches Interesse an einzelnen Kulturgütern	48
4.4 Zielgruppenspezifisches Interesse an Zusatzangeboten.....	51
4.5 Mediennutzung der Zielgruppen.....	54
5. Ansatzpunkte für strategische Maßnahmen	56
5.1 Bekanntheitsgrad kultureller Leuchttürme.....	57
5.2 Zusatzangebote nach Zielgruppen	57
5.3 Exkurs: Menschliche Ur- und Frühgeschichte	58
5.4 Medienauswahl.....	59
5.5 Verbundkonzepte	60
5.6 Weitere Verbindungen.....	61
6. Literaturverzeichnis.....	63

Vorwort

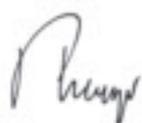
Der Kulturtourismus in Deutschland gewinnt gerade für Tagesausflüge und Kurzreisen an Bedeutung. Sachsen-Anhalt als Kernland deutscher Geschichte verfügt über eine große Zahl von Kulturgütern mit herausragender Bedeutung. Mit vier von der UNESCO anerkannten Weltkulturerbestätten weist es einen kulturellen Reichtum auf, der in dieser Fülle ganz außergewöhnlich ist. Gleichzeitig repräsentieren die Lutherstätten in Wittenberg und Eisleben, die Altstadt von Quedlinburg, das Gartenreich Dessau-Wörlitz und die Bauhausstätten in Dessau das weite Spektrum der Architektur- und Ideengeschichte, die es in Sachsen-Anhalt zu entdecken gilt. Hinzu kommen über das ganze Land verteilt viele weitere kulturelle Kleinode, die über ein entsprechendes Entwicklungspotenzial verfügen. Ein Teil der bedeutenden Einrichtungen und kulturhistorischen Besonderheiten des Landes wurde in dieser Studie exemplarisch aufgenommen. Die dabei getroffene Auswahl steht stellvertretend für weitere kulturelle Reichtümer.

Um Kulturgüter einer sinnvollen touristischen Nutzung zu erschließen, bedarf es einer strategischen Herangehensweise. Nicht zuletzt deshalb ist dieses Buch auch als Handreichung entstanden. Eine kulturhistorisch be-

deutungsvolle Sehenswürdigkeit kann nur Voraussetzung für touristische Angebote sein, die dazu entwickelt werden und auf verschiedene Zielgruppen abgestimmt sind.

Dass Kulturgeschichte und Tourismus eine fruchtbare Symbiose eingehen können, war Grundlage für die vorliegende Broschüre. Tourismus kann nicht nur dazu beitragen, Geschichte und Kultur erlebbar zu vermitteln, sondern sichert auch die Einnahmen, die helfen, Kulturgüter zu erhalten.

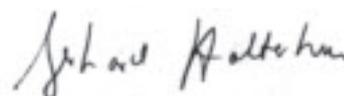
Das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit und das Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt sind sich der Verantwortung, die mit der Erfordernis eines sanften Tourismus einher geht, bewusst. Es besteht ein gemeinsames Interesse an der Ermittlung kulturtouristischer Potenziale und deren Umsetzung. Die NORD/LB Mitteldeutsche Landesbank hat diese Untersuchung als Ausgangspunkt für weitere Vermarktungsanstrengungen im Interesse der Wirtschaft und der Menschen dieses Landes unterstützt.



Dr. Horst Rehberger
Minister für Wirtschaft und Arbeit



Prof. Jan-Hendrik Olbertz
Kultusminister



Dr. Gerhard Holterhus
Vorstand der NORD/LB



Magdeburger Dom

1. Einleitung

Unschätzbare Kulturgüter und -denkmäler vergangener Epochen prägen vielerorts das Bild von Städten und Regionen in Deutschland. Sachsen-Anhalt zählt zu den Bundesländern, die in besonderer Weise - wie nicht zuletzt durch die hohe Konzentration von Weltkulturerbestätten belegt wird - über einen vielgestaltigen kulturellen Reichtum verfügen. Diese kulturellen Werte transportieren das Lebensgefühl und erzeugen eine Vorstellung längst vergangener Zeitalter. Historische Kulturstätten erzählen Geschichte und Geschichten und stellen somit unverzichtbare Erfahrungsräume für die

Menschen dar. Als herausragende Kunstwerke verfügen sie über eine besondere identitäts- und imagebildende Kraft. Viele Städte und Regionen profitieren damit von ihren gut erhaltenen Ensembles der Architektur und Gartenkunst. Neben ihrer hohen kulturellen Bedeutung sind diese Einrichtungen auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten relevant. In einer Zeit, in der die Städte und Regionen zunehmend um hoch qualifizierte Arbeitskräfte konkurrieren, erweisen sich derartige Alleinstellungsmerkmale als signifikante Wettbewerbsvorteile. Die attraktiven Anlagen befördern im

Verbund mit anderen kulturellen Angeboten die Lebensqualität am jeweiligen Standort und tragen nicht unwesentlich zu dessen spezifischer Identität bei.

In wirtschaftlicher Hinsicht sind sie vor allem unter zwei Aspekten von Bedeutung: Zum einen gehen von diesen Sehenswürdigkeiten nicht unerhebliche Effekte auf Wirtschaft und Beschäftigung aus. Insbesondere in Verknüpfung mit dem Kulturtourismus sind diese Kulturgüter von quantitativ messbarer Bedeutung. Zum anderen sind diese Objekte aufgrund ihrer imageprägenden Funktion als profilbildendes Alleinstellungsmerkmal für das Stadt- und Standortmarketing unersetzbar. Kulturgüter sind somit häufig nicht nur ein bedeutender „weicher Standortfaktor“, sie sind zugleich auch touristische Leuchttürme, die bei intelligenter Vermarktung noch wesentlich mehr Besucher und damit zusätzliche Kaufkraft nach sich ziehen (Brandt, von Bothmer, Rohde 2004, S. 8ff).

Gerade in den ostdeutschen Bundesländern ist das vielfältige kulturelle Erbe angesichts hoher Arbeitslosigkeit und sich nur langsam entwickelnder Wirtschaftskraft vieler Regionen ein Ansatzpunkt für den weiteren Ausbau des Tourismus. Die Konferenz nationaler Kultureinrichtungen, eine Vereinigung der im Blaubuch Kulturelle Leuchttürme der Bundesregierung (Raabe 2001) zusammengeschlossenen Kultureinrichtungen, formulierte es so: „Das kulturelle Erbe ist derzeit der einzige Bereich, in dem die neuen Länder gegenüber den alten Ländern in vollem Umfang wettbewerbsfähig sind. Die Kultur ist für die neuen Länder weit mehr als ein weicher Imagefaktor“ (Dümcke 2002, S. 2). Kulturtouristen tragen direkt mit ihren Eintrittsgeldern zur Erhöhung des Eigenbeitrags kultureller Einrichtungen bei,

sie stabilisieren darüber hinaus durch Ausgaben im Handel und Gastgewerbe die lokale Wirtschaft. Welchen Beitrag einzelne Kulturgüter zur regionalen Wertschöpfung und Beschäftigung leisten können, hat die NORD/LB im Jahr 2002 exemplarisch im Rahmen einer Studie zum Gartenreich Dessau-Wörlitz als Wirtschaftsfaktor untersucht, in der es um die ökonomischen Grundlagen einer Marketing-Konzeption geht (Brandt 2004 (1)). Danach ergeben die Ausgaben der Besucher sowie die Betriebs- und Personalausgaben der Kulturstiftung DessauWörlitz insgesamt ein in Sachsen-Anhalt wirksames Nachfragevolumen von 15,9 Mio. Euro. Damit korrespondiert eine Wertschöpfung von 16,8 Mio. Euro und eine Beschäftigungswirkung von 600 Vollzeitarbeitsplätzen. Zum Vergleich: Die beiden größten Arbeitgeber der Region beschäftigen rund 670 (SKW Stickstoffwerk Piesteritz GmbH in Wittenberg) bzw. gut 450 (Dessauer Versorgungs- und Verkehrs-GmbH) Mitarbeiter. Dieses Beispiel zeigt, welche hohe wirtschaftliche Bedeutung einzelnen Kulturgütern zukommen kann.

Nicht zuletzt angesichts zunehmend knapper werdender öffentlicher Mittel werden die Verantwortlichen vor die Herausforderung gestellt, das touristische Potenzial dieser Kulturgüter noch stärker als bisher zu erschließen und somit zugleich mehr Einnahmen zur Deckung der vielfach hohen Instandhaltungs- und Modernisierungskosten von Kulturgütern und -denkmälern zu mobilisieren. Hier ist vor allem ein professionelles Marketing gefragt, das zu besseren betriebswirtschaftlichen Ergebnissen bei der Bewirtschaftung der Anlagen führen soll.

Ein modernes Marketing für historische Immobilien hat unterschiedlichen kulturellen (Erhaltung, Pflege und Vermittlung einer Kulturstätte) oder ökonomischen (Erhöhung der Besucherzahl, Erhöhung der Ausgaben pro Besucher) Zielen Rechnung zu tragen. Eine ausschließlich ökonomische Ausrichtung des Marketings verbietet sich in diesem Zusammenhang, weil sie unweigerlich in Konflikt mit dem Interesse am Erhalt der Kulturstätten geraten würde. Die Anwendung von Marketingmethoden ist daher nur zu verantworten, wenn entsprechende Leitplanken definiert sind, die dafür Sorge tragen, dass das Prinzip der Nachhaltigkeit bei der wirtschaftlichen Nutzung historischer Anlagen gewährleistet ist (Brandt, von Bothmer, Rohde 2004, S. 8ff).

Das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit beauftragte im Jahr 2004 die NORD/LB Regionalwirtschaft mit einer Ausarbeitung über die Potenziale der kulturellen und potenziellen kulturellen Leuchttürme des Landes Sachsen-Anhalt. Das Land verfügt mit den Lutherstädten Wittenberg und Eisleben, der Altstadt von Quedlinburg, dem Gartenreich Dessau-Wörlitz und den Bauhausstätten in Dessau allein über vier von der UNESCO anerkannte Weltkulturerbestätten, die eine große architektonische, historische und gestalterische Vielfalt darstellen. Über die Weltkulturerbestätten hinaus wurden die Franckeschen Stiftungen, die Staatliche Galerie Moritzburg sowie das Händel-Haus, alle in Halle beheimatet, als kulturelle Leuchttürme in das Blaubuch der Bundesregierung aufgenommen.

In dieser Studie werden zunächst die kulturellen Leuchttürme sowie die Kulturgüter, die über ein entsprechendes Potenzial verfügen, um weit überregional

auszustrahlen, dargestellt. Die Einordnung in die Kategorien potenzielle oder bereits bestehende kulturelle Leuchttürme erfolgte hier nach einer Abschätzung der aktuell erreichten Besucherzahlen. Dabei wurden diejenigen Kulturgüter in die Untersuchung einbezogen, die eine Besucherzahl von über 100.000 Personen aufweisen können. Mit Hilfe von Experteneinschätzungen wurden darüber hinaus auch Einrichtungen identifiziert und in die Analyse einbezogen, die den Charakter potenzieller kultureller Leuchttürme haben. Diesen Kulturdenkmälern und -stätten wurde zugetraut, dass sie in Zukunft unter sehr günstigen Voraussetzungen vergleichbar hohe Besucherzahlen erreichen könnten.

Im Mittelpunkt der folgenden Analyse steht eine bundesweit durchgeführte repräsentative Haushaltsbefragung. Die bundesweite Repräsentativbefragung ermöglicht es, die touristischen Potenziale der kulturellen Leuchttürme auch über die Landesgrenzen Sachsen-Anhalts hinaus, d. h. auf dem bundesdeutschen Markt zu erfassen. Das unabhängige imug-Institut wurde in diesem Zusammenhang mit der Durchführung von Computer-gestützten Telefon-Interviews beauftragt. Grundgesamtheit der Befragung sind deutschsprachige Personen in der Bundesrepublik ab 16 Jahren (ca. 63 Mio. Personen). Die Stichprobe umfasste 1.012 Personen. Im Mittelpunkt der Interviews standen die Freizeitpräferenzen der Befragten und ihre Kenntnis von Weltkulturerbestätten sowie weiteren Kulturgütern in Sachsen-Anhalt. Mit Hilfe einer kurzen Beschreibung der Sehenswürdigkeiten konnte der Grad des Interesses an einem Besuch ermittelt werden. Weitere Daten aus der Befragung beziehen sich auf den Wunsch nach Zusatzangeboten und bevorzugte Informationsquellen der Reisenden.

Aus aktuellem Anlass, der erstmaligen Ausstellung der Himmelscheibe von Nebra, wurden in die Haushaltsbefragung auch einige Spezialfragen zur Präsentation von Funden zur menschlichen Ur- und Frühgeschichte integriert. Auf diese Weise können bedeutende Erkenntnisse für die zukünftige Vermarktung entsprechender Fundstücke und -orte gewonnen werden. Dies ist vor allem vor dem Hintergrund des bedeutenden Fundes der Himmelscheibe von Nebra von entscheidender Bedeutung, die im Landesmuseum ausgestellt und deren Fundort in Zukunft noch stärker inszeniert werden soll.

Eine wesentliche Voraussetzung für ein effektives Marketing ist die gründliche Erforschung des eigenen Zielmarktes. Die Marktforschung als systematischer Prozess der Gewinnung und Analyse von Informationen über Märkte und deren Beeinflussungsmöglichkeiten dient dabei als strategische Ressource für Marketingentscheidungen und stellt somit erst das Fundament eines umfassenden Marketingkonzeptes dar. Die von der Marktforschung bereitgestellten Daten erlauben die Segmentierung des Marktes in homogene Teilmärkte und damit die Identifikation von Zielgruppen. Auf der Basis der Befragungsergebnisse wurden mittels einer Clusteranalyse anhand der Freizeitpräferenzen sowie des Interesses an ergänzenden Angeboten beim Besuch von Kulturgütern vier Zielgruppen ermittelt, auf deren Bedürfnisse die jeweiligen Marketingmaßnahmen abzustimmen sind.

Erste Anregungen für die weitere strategische Ausrichtung des Landes im Kulturtourismus bilden den Abschluss der Studie. Diese umfassen im Wesentlichen die Erhöhung des Bekanntheitsgrads ausgewählter kul-

tureller Leuchttürme, bei denen es eine erhebliche Diskrepanz zwischen dem tatsächlichen bundesweiten Besuchspotenzial und ihrer Bekanntheit gibt. Für die zukünftige Vermarktung der Sehenswürdigkeiten und historischen Kulturgüter empfiehlt sich darüber hinaus eine gezielte Zielgruppenansprache, da es zwischen den einzelnen Zielgruppen erhebliche Unterschiede hinsichtlich des Interesses am Besuch einzelner Objekte sowie an möglichen Zusatzangeboten gibt. Da im Rahmen einer Vermarktungsstrategie die Kommunikationspolitik von zentraler Bedeutung ist, wird aufgezeigt, welche Medien sich besonders eignen, um Informationen zu Themen des Kulturtourismus zu verbreiten. Aufgrund der Vielfalt der bedeutenden Kulturgüter von überregionalem Interesse werden schließlich Empfehlungen für die Konzeption und Weiterentwicklung von Verbundangeboten bzw. die Auswahl von Schwerpunktthemen bei der zukünftigen Vermarktung der kulturtouristischen Leuchttürme gegeben. Dabei zeigt sich, dass angesichts des kulturellen Reichtums des Landes Sachsen-Anhalt beachtliche Reserven bei der kulturtouristischen Vermarktung bestehen, die im Rahmen einer auf die einzelnen Projekte sowie auf die Verbundthemen ausgerichteten professionellen Vermarktungskonzeption durchaus mobilisiert werden können.



Bauhaus in Dessau

2. Potenzial kultureller Leuchttürme in Sachsen-Anhalt

Kulturelle Leuchttürme

2.1 Lutherstädte Wittenberg und Eisleben

Die Luthergedenkstätten in Wittenberg und Eisleben repräsentieren einen wesentlichen Abschnitt der religiösen und weltlichen Geschichte Europas. Als authenti-

sche Schauplätze der Reformation, die das Leben und Schaffen Martin Luthers (1483-1546), aber auch die damalige Zeit und die weitreichenden Auswirkungen der reformatorischen Entdeckungen dokumentieren, sind sie als UNESCO-Weltkulturerbe anerkannt. Sie gehören zu den frühesten Museen in Deutschland, die einer Person und ihrem Wirken gewidmet sind (Raabe 2002, S. 133).

Lutherstätten in Wittenberg

Wittenberg, die Stadt des Dr. Martin Luther, birgt mit ihrem reformationsgeschichtlichen Ensemble von Schloss- und Stadtkirche, von Lutherhaus und Melanchthonhaus seit 1996 UNESCO-Weltkulturerbe.

Das Lutherhaus in Wittenberg, das ehemalige Augustinerkloster, war die Hauptwirkungsstätte Luthers. Hier erarbeitete Luther seine reformatorischen Ideen, hielt Vorlesungen, hier lebte er mit seiner Ehefrau Katharina von Bora und verfasste seine Schriften, die die Welt veränderten. Heute ist das Lutherhaus das größte reformationsgeschichtliche Museum der Welt mit herausragenden Originalexponaten: Luthers Predigtkanzel, die Lutherstube, die Mönchskutte, zahlreiche Gemälde Cranachs oder die Luther-Bibel. Die neue Dauerausstellung "Martin Luther - Leben, Werk, Wirkung" präsentiert Themen wie Martin Luther in Wittenberg, den Alltag der Familie Luther und die Wirkungsgeschichte des großen Reformators.

Auch an Philipp Melanchthon, den Humanisten und Mitstreiter Luthers wird erinnert. Das Melanchthonhaus, eines der schönsten Häuser der Reformationszeit aus dem 15. Jahrhundert mit historischem Garten, gehört ebenfalls zum UNESCO-Weltkulturerbe Luthergedenkstätten (Landesmarketing Sachsen-Anhalt 2004 (1), S. 8).

An die hölzerne Tür der spätgotischen Schlosskirche „Allerheiligen“ schlug Luther am 31. Oktober 1517 die 95 Thesen an, um zur Disputation über den Zustand der Kirche aufzufordern: letztendlich der Anstoß zur Reformation, die die mittelalterliche Weltordnung in

ihren Grundfesten erschütterte. Die Schlosskirche ist auch Begräbnisstätte Luthers und Melanchthons. In der Wittenberger Altstadt finden sich darüber hinaus weitere steinerne Zeitzeugen der Reformationszeit: das Schloss, die Stadtkirche St. Marien, die Predigtkirche Luthers mit dem sog. Reformationsaltar von Lucas Cranach d. Ä., die Cranachhöfe mit Ausstellung sowie die Universität Leucorea. Die Politik des Landesfürsten Friedrich des Weisen, die Universität sowie die Reformation Luthers und Melanchthons führten dazu, dass Wittenberg zum damaligen Zentrum geistigen Lebens in Europa wurde (Landesmarketing Sachsen-Anhalt, Wege zu Luther, S. 8ff). Anhand von thematischen Stadtführungen, Vorträgen, kulturellen Veranstaltungen und Festen ("Luthers Hochzeit") wird deutlich, dass das Luthergedenken nicht nur musealen Charakter hat.

Geburts- und Sterbehaus Luthers in Eisleben

Die Lutherstadt Eisleben ist eng mit dem Leben und Wirken Martin Luthers verbunden. Der Marktplatz mit Rathaus, Lutherdenkmal, rekonstruierten Bürgerhäusern und St. Andreas-Kirche, in der Luther seine letzten Predigten hielt, vermittelt einen Einblick in die Atmosphäre des 16. Jahrhunderts (Landesmarketing Sachsen-Anhalt 2004 (1), S. 4). Luthers Geburtshaus, Museum seit 1693, bietet ein authentisches Ambiente für die Dauerausstellung über seine Herkunft und Jugend sowie für Sonderausstellungen und Veranstaltungen. Das Sterbehaus in Eisleben, Museum seit 1894, enthält ein Museum mit einer Ausstellung über Luthers Gedanken zu Leben und Sterben sowie zur Geschichte der Bibelübersetzung.

Die vier reformationsgeschichtlichen Museen (Lutherhaus, Melancthonhaus, Geburtshaus, Sterbehäuser) sind in der 1997 gegründeten Stiftung Luthergedenkstätten in Sachsen-Anhalt zusammengefasst. Die Sammlungen der Stiftung umfassen ca. 30.000 alte Drucke, darunter 8.000 aus dem 16. Jahrhundert, einschließlich der Luther-Drucke, Bibeldrucke und Gesangbücher, Gemälde, 15.000 Graphiken, 3.500 Münzen, aber auch z. B. das Bahrtuch Luthers und originale Einrichtungsgegenstände. Die Stiftung unterstützt die öffentliche Präsentation des lutherischen Erbes sowie die reformationsgeschichtliche Forschung und Lehre (Raabe 2002, S. 133ff).

2.2 Bauhausstätten in Dessau

Das Staatliche Bauhaus wurde 1919 in Weimar gegründet und entwickelte sich bald zu Deutschlands berühmtester Kunst-, Design- und Architekturschule. Es wurde zum Schmelztiegel der europäischen Moderne, der zahlreiche Reformideen der Epoche aufnahm und ihnen zu größtmöglicher Wirkung verhalf. Wassily Kandinsky, Paul Klee, Lyonel Feininger und Oskar Schlemmer – sie und weitere berühmte Künstler verhalfen der Schule schnell zu ihrem guten Ruf.

1925 zog das Bauhaus nach Dessau um, eine aufblühende Industriestadt mit stark wachsender Bevölkerung. Walter Gropius, Gründer und erster Direktor des Bauhauses, entwarf das Bauhausgebäude, die Meisterhäuser, die Siedlung Törten mit Konsumgebäude und später auch das Arbeitsamt. Ein Experimental-Stahlhaus entstand in unmittelbarer Nähe der Siedlung. Zudem errichtete der zweite Direktor Hannes Meyer gemeinsam mit Bauhausstudenten fünf Laubenganghäu-

ser und Carl Fieger, Entwurfszeichner bei Gropius, entwarf sein eigenes Wohnhaus sowie das Restaurant Kornhaus an der Elbe. Bauhaus und Meisterhäuser gehören seit 1996 zum UNESCO-Welterbe.

Das Bauhausgebäude in Dessau ist eines der bekanntesten Bauwerke der Moderne in Europa und wird oft stellvertretend für die Formensprache eines ganzen Jahrhunderts genannt. Gropius bezeichnete den Bau als „Frucht eines ständigen Austausches, der im Bauhaus herrscht.“ Stammt der architektonische Entwurf auch von Gropius, so wurde die Innenausstattung sowie die Farbgebung maßgeblich von Studierenden der Schule gestaltet. Das Gebäude besteht aus drei Flügeln: dem Werkstättentrakt, in dem die praktische Versuchsarbeit stattfand, dem Ateliergebäude mit Zimmern für die Studierenden und dem Flügel für die Technischen Lehranstalten Dessau, einer Berufsschule. Vor allem die transparente Glasvorhangfassade machte den Bau bekannt.

Die 1994 gegründete Stiftung Bauhaus Dessau hat unter anderem die Aufgabe, das Bauhauserbe zu sammeln, zu bewahren und zu erforschen. Die Sammlung umfasst Möbel, Gebrauchsgegenstände, Graphiken, Gemälde, Schriftgut, Fotos und ein Bauforschungsarchiv. Neben der Beschäftigung mit der Historie ist es vor allem das Thema Stadt, das im Mittelpunkt der aktuellen Arbeit steht: Das Bauhaus Kolleg bearbeitet die unterschiedlichen Facetten des Themas im Bereich eines postgradualen Ausbildungsganges, die IBA Stadtbau Sachsen-Anhalt 2010 thematisiert den Schrumpfungprozess ostdeutscher Städte und macht praktische Vorschläge zur Lösung dieser Probleme. Unterschiedliche städtebauliche Gestaltungsprojekte weltweit er-

gänzen die aktuelle Arbeit der Stiftung Bauhaus Dessau.

2.3 Gartenreich Dessau-Wörlitz

Das Gartenreich Dessau-Wörlitz vereinigt seit dem 18. Jahrhundert Zeugnisse von Gartenkunst, Architektur und Aufklärung in einem 142 km² großen Landschaftspark. Heute verfügt die erste, im Stil eines englischen Landschaftsgartens gestaltete Anlage auf dem europäischen Kontinent über den Status des UNESCO-Weltkulturerbes. Als Bestandteil des Biosphärenreservates Flusslandschaft Mittlere Elbe bietet das Gartenreich Erholungs- und Bildungsqualität in einer außergewöhnlichen Kultur-Landschaft.

Nach der Maxime Utile Dulci - das Nützliche mit dem Schönen verbinden (Weiss 2004, S. 128) - verwandelte Fürst Leopold III. Friedrich Franz von Anhalt-Dessau im 18. Jahrhundert sein Land in das „Gartenreich Dessau-Wörlitz“, um dem Gedanken der Aufklärung so eine konkrete Gestalt zu geben (Landesmarketing Sachsen-Anhalt 2004 (2), S. 2). Diese Idee der harmonischen Verbindung zwischen Mensch, Kunst, Kultur, Philosophie, Wirtschaft und ursprünglicher Natur findet sich wieder in der Formgestaltung des englischen Landschaftsgartens und der Eingliederung der verschiedenen Schlösser und Kunstwerke in Wörlitz, Oranienbaum, Mosigkau und Großkühnau sowie dem Luisium und Georgium. Das natur- und denkmalgeschützte Gesamtkunstwerk integriert somit landschaftlich und kulturell einzigartig den gestalteten Naturraum mit der Vielfalt der Stilepochen von Barock, Rokoko, Klassizismus bis hin zur Neugotik und Chinoiserie. Die originale Ausstattung der Gebäude und dazugehörigen

Gärten bringen Kultur und Geschichte der Region sowie der deutschen Aufklärung nahe (Roth 2003).

Den künstlerischen Mittelpunkt bilden die Wörlitzer Anlagen. Das Schloss Wörlitz - auch als englisches Landhaus bezeichnet - gilt als der Gründungsbau des Klassizismus in Deutschland. Das Gotische Haus diente als fürstliches Wohnhaus und beherbergt einen Teil der Kunstsammlungen. Die Kanalfront ist hierbei einer venezianischen Kirche nachempfunden, die Gartenseite im Stil der englischen Tudorgotik gehalten (Landesmarketing Sachsen-Anhalt 2004 (2), S.4).

Erlebbar wird diese Kultur-Landschaft vor allem durch ihre Erholungsqualitäten und das anschauliche Bildungsangebot mit Führungen, Besichtigungen, museumspädagogischen Angeboten und kulturellen Veranstaltungen wie Konzerten und Ausstellungen.

2.4 Stadt Quedlinburg

Die ehemalige Kaiserpfalz Quedlinburg liegt im nördlichen Harzvorland an der Straße der Romanik. Ihr etwa 90 ha großer, mit mehr als 1.300 Fachwerkhäusern aus acht Jahrhunderten bebauter historischer Stadtkern und die romanische Stiftskirche mit dem berühmten Domschatz und den Gräbern des ersten deutschen Königspaares wurden 1994 von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt. Im 10. und 11. Jahrhundert war die Quedlinburger Pfalz beliebter Aufenthaltsort und ab 936 Familienstift des sächsischen Herrscherhauses.

Glänzende Hof- und Reichstage unterstrichen die Bedeutung dieser Metropole des Reiches. Mit der Stiftskirche St.Servatius (geweiht 1129), die zu den heraus-

ragendsten architektonischen Leistungen jener Stilepoche gehört, der tausendjährigen Wipertikrypta und den Resten des Marienklosters auf dem Münzenberg besitzt Quedlinburg nicht nur hochrangige Baudenkmale der Romanik, sondern auch authentische Schauplätze aus den Anfängen deutscher Geschichte.

Ein Bummel durch die winkligen Straßen und Gassen zu Füßen des Schlossberges, vorbei an reich geschmückten Fassaden mit Palmetten, Schiffskehlen und Andreaskreuzen wird zu einem Gang durch die Geschichte des Fachwerkbbaus. Vom Ständerbau des 14. Jahrhunderts (Fachwerkmuseum) reicht das Angebot über prachtvoll verzierte Häuser des 16. Jahrhunderts, über den markanten Quedlinburger Sonderstil bis in die Gegenwart.

Die weltweit agierenden Quedlinburger Saatzuchtbetriebe legten am Ende des 19. Jahrhunderts den Grundstein für den Wohlstand der Stadt. Er fand seinen Niederschlag in einer großen Zahl prächtiger Bauten der Gründerzeit und des Jugendstils, die sich wie ein Gürtel um die mittelalterlichen Stadtmauern legen.

Von Klopstock (geb. 1724 in Quedlinburg) bis Feininger spannt sich der Bogen berühmter Persönlichkeiten, die hier ihre Spuren hinterlassen haben. Im Geburtshaus des Dichters (Klopstockmuseum, Schloßberg 12) werden neben dem Schöpfer des Messiasepos die erste deutsche Ärztin Dorothea Christiane Erxleben (geb. 1715), der Turnpädagoge GutsMuths (geb. 1759) und der Geograf Carl Ritter (geb. 1779) geehrt. Die seit 1986 bestehende Feiningergalerie besitzt den größten

Bestand an Werken des Bauhauskünstlers Lyonel Feininger.

Zu den größten Anziehungspunkten gehört der Quedlinburger Domschatz, eine der bedeutendsten Sammlungen von Kunstgegenständen des frühen Mittelalters. Die kostbaren Reliquienschreine und Evangeliare waren meist Geschenke des ottonischen Kaiserhauses und sind zum Teil älter als die Stiftskirche selbst.

2.5 Stadt und Schloss Wernigerode

Am nördlichen Harzrand liegt - mit Blick zum Brocken - zwischen Flusstälern und bewaldeten Berghängen Wernigerode (Eisold, Lautsch 2003, S. 186). Diese reizvolle Lage sowie die historische Altstadt mit mittelalterlicher Baukunst, romantischen Gassen, dem belebten Marktplatz und der Schlossanlage prägen die Atmosphäre der „bunten Stadt“.

Die stilvoll restaurierten Fachwerkhäuser aus sechs Jahrhunderten bilden ein geschlossenes mittelalterliches Ensemble, welches die Zeitgeschichte Wernigerodes abwechslungsreich dokumentiert. Unter der Vielzahl detailreicher Handwerker- und Bürgerhäuser ragt das Rathaus am Markt durch seine gotische Fassadengestaltung hervor. Von 1277 bis 1544 immer wieder baulich verändert, bestimmen die beiden Erker und der figürliche Schmuck, Holzfiguren von Heiligen, Handwerkern und Narren, die einmalige Schaufront des Rathauses. Eine weitere aufwendige Fassade zeigt z. B. das 1674 erbaute Krummelsche Haus mit seiner lückenlos geschnitzten barocken Holzfront.



Rathaus Wernigerode

Seit 1999 ist das Schloss Wernigerode mitsamt den dazugehörigen drei Gartenanlagen national wertvolles Kulturdenkmal. Zu den Gartenanlagen sind der Lustgarten, der ehemalige Tiergarten/Schlosspark und die schlossnahen Terrassengärten zu zählen, wobei die letzteren einen historischen Höhengarten darstellen. Schloss Wernigerode stellt damit ein Gesamtkunstwerk des 19. Jahrhunderts dar, sichtbar durch architektonische Besonderheiten wie die Vermeidung jeglicher Großsymmetrien sowie das Prinzip der unbedingten Vielgestaltigkeit sowohl in der Innen- wie auch der Außenarchitektur. Durch die nahezu vollständig geschlossene Inneneinrichtung stellt das Schloss ein national führendes Interieur-Museum dar, vergleichbar in der Ausstattungsqualität für das 19. Jahrhundert nur noch

mit Häusern wie Wörlitz, Weimar oder Potsdam für das 18. Jahrhundert.

Seit 1998 wird das Schloss zum ersten deutschen Zentrum für Kunst und Kulturgeschichte des 19. Jahrhunderts ausgebaut, das die Vielgestaltigkeit der Epoche zwischen 1803 und 1918 aufzeigt und dabei auch international tätig ist. Drei bis vier Ausstellungen pro Jahr verfolgen das Ziel, dem Schloss den Charakter des ersten länderübergreifenden Harzer Landesmuseums zu geben und dem Gedanken des Zentrums für Kunst und Kulturgeschichte in thematisch hochwertigen Sonderausstellungen nachzugehen.

2.6 Magdeburger Dom

Die 1.200jährige Stadt Magdeburg unterlag einer wechselvollen Geschichte. Das Wahrzeichen bildet eines ihrer ältesten Bauwerke: der Magdeburger Dom St. Mauritius und Katharina, der das historische Stadtbild prägt. Der Dom gilt als der älteste gotische Sakralbau Deutschlands und ist auch heute noch einer der größten Kirchenbauten mit 120 m in der Länge, 101 m hohen Türmen und einer Gewölbehöhe von 32 m im Mittelschiff (<http://www.juling.de/inschrift.php>, März 2005). Die dreischiffige Basilika mit Querschiff, Chorumgang und Kapellenkranz präsentiert sich mit ihren Giebeln, Arkaden, Portalen, Epitaphen und Skulpturen als künstlerisches Gesamtwerk aus acht Jahrhunderten (<http://www.magdeburgerdom.de>, März 2005).

Die Ursprünge des Doms liegen bereits im Jahr 937, als Otto I, Kaiser des Heiligen Römischen Reichs Deutscher Nation, ein Kloster zu Ehren des heiligen Mauritius gründete. Schon 955 folgte der Ausbau zur romanischen Basilika, die er mit noch heute erhaltenen Spolien aus Italien und zahlreichen Reliquien ausstattete. Der Dom und die ottonische Kaiserpfalz bildeten den Mittelpunkt des sog. "dritten Rom" (<http://www.magdeburg-tourist.de/seiten/highlights.html>, März 2005).

Nach der Zerstörung durch einen Stadtbrand wurde 1209 der Grundstein für den Bau des heutigen Doms gelegt, der erst 1520 mit der Fertigstellung der Türme endete. So sind verschiedene Baustile, romanische bis spätgotische Einflüsse, für die Einmaligkeit des Doms verantwortlich, der dennoch eine kompositorische Geschlossenheit ausstrahlt. Neben der baulichen Gestalt

beeindrucken die Ornamentik und Bildhauereien, besonders der Figurenzyklus der „klugen und törichten Jungfrauen“, aus dem 13. Jahrhundert. Bedeutendste frühgotische Plastik ist das „thronende Herrscherpaar“, der Überlieferung nach das Kaiserpaar Otto I und Editha. Umgeben von späterem, detailreichem ornamentalem und figürlichem Schmuck, ragen Kanzel, Katharinenaltar und Taufstein als weitere Meisterwerke hervor. Zudem befinden sich zahlreiche Grabmäler und Grabplatten der verschiedenen Epochen im Dom. Das wichtigste Kunstwerk des 20. Jahrhunderts, das berühmte Mahnmal des Krieges von Ernst Barlach (1929), ergänzt die kunstvolle Ausstattung des Doms (Eisold, Lautsch 2003, S. 60 ff). Heute ist der Dom die Hauptkirche der Evangelischen Landeskirche der Kirchenprovinz Sachsen.

2.7 Naumburger Dom

In der Saaleaue, zwischen schroffen, oft mit Wein bepflanzten Hängen des burgenreichen Saaletals, liegt das historisch geprägte Panorama der Stadt Naumburg. Mit der Verlegung des Bischofssitzes Zeitz nach Naumburg begann ab 1028 die Geschichte der städtischen Kultur und des Naumburger Domstifts mit der Errichtung der frühromanischen Domkirche. Mit der Etablierung der beiden, auch heute noch erkennbaren, Zentren der Stadt, der Domfreiheit und der Marktsiedlung, waren die Weichen für die zukünftige Entwicklung gestellt.

In der ersten Hälfte des 12. Jahrhunderts entstand die planmäßige Kaufmanns- und Handwerkersiedlung um den Markt als bedeutendes wirtschaftliches Zentrum. So finden sich hier Zeugnisse bürgerlichen Hausbaus

der vergangenen Jahrhunderte mit Einflüssen der Spätgotik, der Renaissance und des Rokoko. Die Residenz, das Rathaus und die Stadtkirche St. Wenzel mit ihren aufwendig gestalteten Portalen runden das Ensemble des Markplatzes ab (Eisold, Lautsch 2003, S. 328ff).

Neben der historischen Altstadt mit ihren Bürgerhäusern und Kirchen ist aber der Dom St. Peter und Paul in der Domfreiheit das eindrucksvollste Bauwerk der Stadt. Die Arbeiten am spätromanisch-frühgotischen Neubau mit ca. 100 m Länge begannen um 1210. Kunsthistorisch besonders bedeutend sind die 12 Stifterfiguren des Naumburger Meisters, einem unbekanntem Bildhauer des 13. Jahrhunderts. Die Darstellungen der Markgrafenpaare, der Stifter des frühromanischen Vorgängerbau aus dem 11. Jahrhundert, wurden als Grabmale errichtet. Das berühmteste von ihnen ist die Figur der Uta von Ballenstedt, die als Symbol für Anmut, Grazie, Würde und Stolz gilt (Vereinigte Domstifter zu Merseburg, Naumburg und des Kollegiatstiftes Zeitz 2005 (1)).

Auch zeitgenössische Kunst, z. B. Treppengeländer und Leuchter des Bildhauers Heinrich Apel, ist im Dom integriert. Des weiteren verfügt das Domstift Naumburg über eine Vielzahl an sakralen Kunstwerken, kostbare Handschriften, Gemälde und Altäre. Als kulturell besonders wertvolle Werke zählen zwei Altarflügel von Lucas Cranach d. Ä., die Johannesschüssel aus dem 13. Jahrhundert und vor allem die hölzerne Pieta mit original erhaltener Farbigekeit und expressiver Ausdruckskraft aus dem 14. Jahrhundert. Allerdings ist dieser Domschatz zur Zeit nicht der Öffentlichkeit zugänglich, geplant ist die Präsentation des Domschatzes

in den spätromanischen Gewölben der Westklausur im 1. Quartal 2006 (Vereinigte Domstifter 2005 (1)).

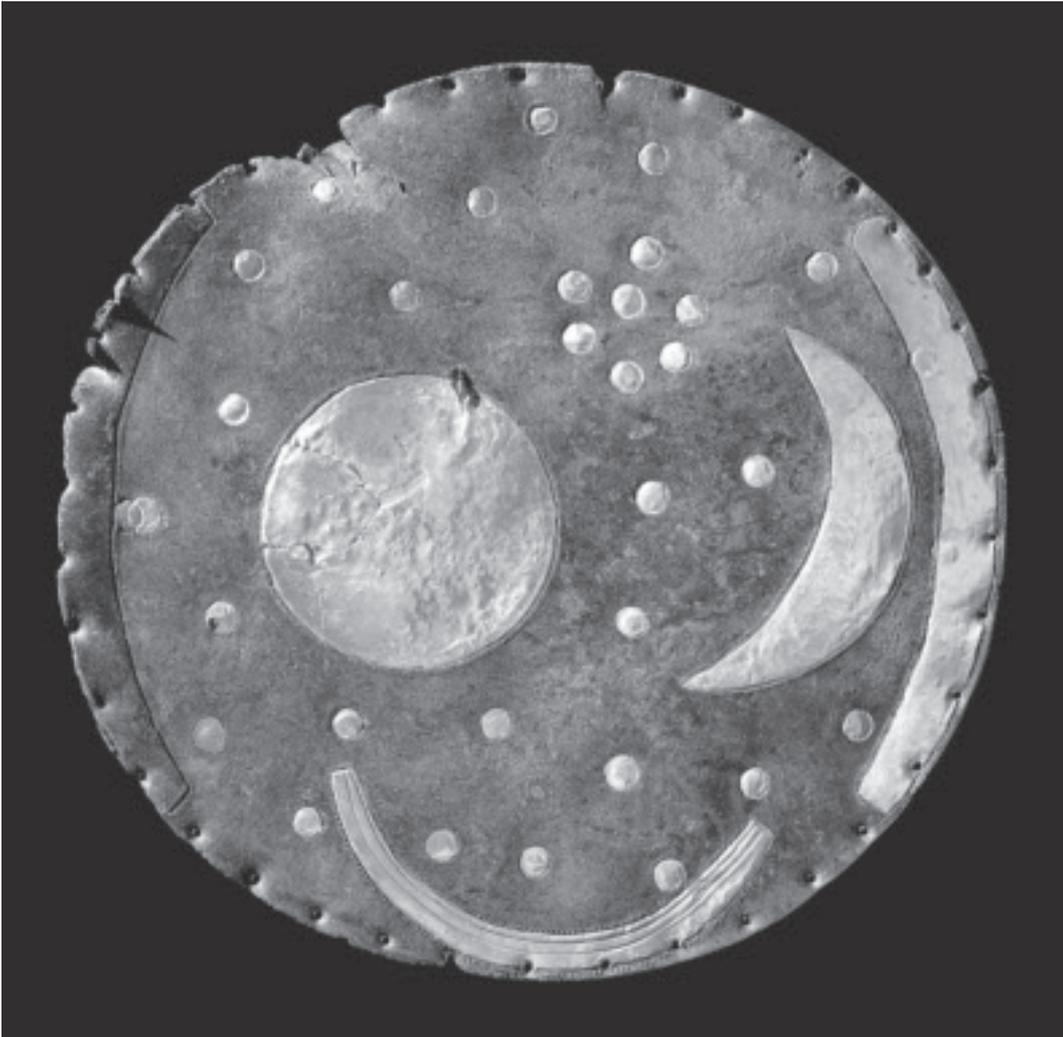
2.8 Schloss Neuenburg in Freyburg

Schon von weitem sichtbar liegt die um 1090 von Ludwig dem Springer gegründete Neuenburg über dem Winzerstädtchen Freyburg im Unstruttal. Zunächst fällt der auf der höchsten Stelle des Bergvorsprungs errichtete Bergfried „Dicker Wilhelm“ auf, erst danach offenbaren sich die wirklichen Ausmaße der Neuenburg mit repräsentativen Wohnbauten, mächtigen Türmen, Mauern und Toren (<http://www.schloss-neuenburg.de>, März 2005). Die Neuenburg war einst die größte Burg der Thüringer Landgrafen und sollte deren Besitzungen im Osten schützen. Im Westen des Landes übernahm diese Funktion die Wartburg. Große Namen wie der des Kaisers Friedrich Barbarossa, des Landgrafs Ludwig IV. sowie seiner später heilig gesprochenen Gemahlin Elisabeth von Thüringen verbinden sich mit der hochmittelalterlichen Blütezeit der Anlage. Im Auftrag Hermanns I., dem damaligen Herren der Neuenburg, vollendete der Dichter Heinrich von Veldeke um 1185 seinen Eneasroman, das erste ritterlich-höfische Versepos in mittelhochdeutscher Sprache.

Der architektonische Reichtum der Burg zeigt sich deutlich am Beispiel der bedeutenden romanischen Doppelkapelle. Sie wurde im letzten Viertel des 12. Jahrhunderts errichtet, jedoch nicht als reiner Neubau, sondern als Umbau der älteren eingeschossigen Burgkapelle. Mit der im Kontext zur machtvollen herrschaftlichen Entwicklung der thüringischen Landgrafenfamilie stehenden Erweiterung der Burganlage ab

etwa 1170 erfolgte die Aufstockung zur Doppelkapelle sowie die Integration in den zeitgleich errichteten Palas. Während der Regierungszeit Landgraf Ludwig IV. und der hl. Elisabeth wurde um 1220/25 die ursprüngliche dreischiffige Einwölbung verändert. Seither prägen die reichverzierte Mittelstütze sowie die „gezackten Gurtbögen“ die einzigartige Gestalt der Oberkapelle. Die Mitte des 19. Jahrhunderts und 1990/92 vorgenommenen denkmalpflegerischen Instandsetzungen lassen die Kapelle bis heute als den kunstvollen Raum der Burg erstrahlen.

Die Burg wurde um die Mitte des 16. Jahrhunderts unter der Herrschaft der albertinischen Linie des sächsischen Fürstenhauses sowie im 17./18. Jahrhundert durch die Herzöge von Sachsen-Weißenfels zum Wohn- und Jagdschloss umgebaut. Seit 1935 beherbergt die Neuenburg ein Museum. Heute zeigt das Museum Dauerausstellungen zur Bau- und Nutzungsgeschichte, zur hochmittelalterlichen Blütezeit sowie zum Weinbau an Saale und Unstrut., die durch wechselnde Sonderausstellungen ergänzt werden. Das museumspädagogische Angebot der „Kinderkemenate“ ist ebenso wie das bedeutende Konzertfestival „montalbane - die Internationalen Tage der mittelalterlichen Musik“ Ausdruck lebendiger Beschäftigung mit Geschichte am historischen Ort.



Himmelscheibe von Nebra

Potenzielle Leuchttürme

2.9 Dom und Domschatz in Halberstadt

Das von Karl dem Großen im frühen 9. Jahrhundert gegründete Bistum Halberstadt gehörte im Mittelalter zu den bedeutendsten des Reiches. Der eindrucksvolle Dom St. Stephanus und Sixtus sowie der wertvolle Domschatz zeugen vom damaligen Reichtum und Einfluss des Domstiftes. In den 1230er Jahren setzte die 250 Jahre andauernde, alle Phase der Gotik über-

spannende Bautätigkeit am bis heute bestehenden Dom ein. Dem Neubau der in reinstem gotischen Stil errichteten Kathedrale war bereits ein 992 geweihter Dom vorangegangen. Hoher künstlerischer Wert kommt den zahlreichen Steinskulpturen im Dom zu. Zur Lichtstimmung in der Domkirche tragen die leuchtenden mittelalterlichen Glasmalereien der Fenster bei.

Das bedeutendste Ausstattungsstück des Domes ist die um 1220 geschaffene Triumphkreuzgruppe. Die

künstlerische Ausgestaltung des Schnitzwerkes und die religiöse Ausstrahlung erheben die Szene zu einem Kunstwerk von europäischem Rang. Zum umfangreichen Domschatz gehört unter anderem eine Reihe byzantinischer Kunstwerke, darunter eine einzigartige vergoldete Weihbrotschale. Die Schale gilt als bedeutendste erhaltene Silbertreibarbeit der mittelbyzantinischen Epoche und damit kostbarstes Stück des Domschatzes. Weiterhin gehören zum Schatz reich verzierte liturgische Gewänder und Bildteppiche, darunter mit dem Abraham-Engel-Teppich (um 1150) und dem Christus-Apostel-Teppich (um 1170) die ältesten erhaltenen Wirkteppiche überhaupt. Des weiteren besitzt der Dom eine Sammlung von Malereien und Plastiken des 12. bis 16. Jahrhunderts sowie mittelalterliche Bildhandschriften, liturgische Geräte und Reliquiare. So zählt der Domschatz von Halberstadt zu den wertvollsten Sammlungen kunstgewerblicher und künstlerischer Kostbarkeiten des Mittelalters.

2.10 Dom und Domschatz in Merseburg

In Merseburg bildet der Dom St. Johannes und St. Laurentius mit dem benachbarten Schloss auf der Hochfläche am Saaleufer eine weithin sichtbare und kulturell bedeutende Stadtkrone. Die Stadt Merseburg erlangte zunächst durch die Pfalz Heinrichs I. und die Gründung eines Bistums durch Otto den Großen im Jahr 968 überregionale Bedeutung. Mit der Wiederbegründung des 981 aufgehobenen Bistums durch König Heinrich II. im Jahre 1004 legte der Bischof von Merseburg den Grundstein für den Bau des frühromanischen Doms. Anfang des 16. Jahrhunderts erhielt der Dom nach verschiedenen Umbauten seine

gegenwärtige Gestalt: eine spätgotische, dreischiffige Hallenkirche mit östlichem Querhaus, zwei Rundtürmen im Ostchor, zwei quadratischen Türmen als Abschluss der westlichen Seitenschiffe, eine dreischiffige spätromanische Vorhalle und ein spätgotisches Langhaus mit auffälligen Staffelgiebeln aus verputztem Backstein.

Der Merseburger Dom erlangte aber vor allem durch seine reiche Innenausstattung Berühmtheit. Die frühromanische Hallenkrypta (1015-1042) gilt als eine der ältesten, unverändert erhaltenen Krypten. Auch in der Vorhalle und im nördlichen Querhausarm finden sich reich ausgestaltete Grabplatten und Epitaphe aus verschiedenen Jahrhunderten. In der Vierung liegt das bedeutendste Kunstwerk des Doms, das älteste Bildnisgrabmal Deutschlands. In frühromanischer Strenge ist Rudolf von Schwaben mit Insignien in Bronze abgebildet. Weitere sakrale Meisterwerke sind der Künigundenaltar, der Taufstein von 1188, die holzgeschnitzte Kanzel oder die Flügelretabel mit byzantinischer Madonna und Gregorsmesse (1518). Des weiteren gehören zum Merseburger Domschatz der sog. Mantel Kaiser Ottos des Großen aus dem 10. Jahrhundert sowie kostbare Buchmalereien, Drucke und Handschriften der Domstiftsbibliothek und des dazugehörigen Archivs, die einen besonderen Wert in der europäischen Kulturgeschichte darstellen. Hervorzuheben sind besonders die „Merseburger Zaubersprüche“ aus dem 10. Jahrhundert, die einzige althochdeutsche Ahndchrift mit Nennung germanischer Gottheiten. Als jüngstes, aber dennoch prägendes Kunstwerk im Dom gilt die Ladegastorgel, mit 5687 Pfeifen eine der klangschönsten romantischen Orgeln.

So stellen der Merseburger Dom, der Domschatz mit seinen wertvollen Kunstgütern und auch die umgebende Schlossanlage ein baulich und kulturell eindrucksvolles Ensemble dar. Der Domschatz soll ab 2006 im restaurierten Kapitelhaus mit reicher Ausstattung des 16. Jahrhunderts präsentiert werden. (Vereinigte Domstifter zu Merseburg, Naumburg und des Kollegialstiftes Zeitz 2005 (2) und Eisold, Lautsch 2003, S. 306ff).

2.11 Händel-Haus in Halle

Das Geburtshaus Georg Friedrich Händels (1685-1759) in Halle zeigt seit 1948 Bilder, Musikinstrumente und Musikalien und versteht sich als Gedenkstätte für den Komponisten und als Musikmuseum der Stadt. Als zentraler Ort der Händel-Forschung und Pflege des kulturellen Erbes präsentiert das barocke Haus auch die musikgeschichtliche Entwicklung der Region und Ausstellungen mit historischen Musikinstrumenten.

Georg Friedrich Händel hinterlässt mehr als 600 Werke aller Genres, darunter allein 40 Opern und 30 Oratorien. Nach seiner musikalischen Ausbildung in Halle zog es Händel nach England, wo er seine weltberühmten Kompositionen schuf. Sein Lebensweg sowie Einblicke in sein gesellschaftliches Umfeld und kompositorisches Schaffen sind anhand von historischen Musikinstrumenten, wenigen Möbeln und bildlichen Darstellungen in der Dauerausstellung „G. F. Händel - Leben, Werk, Rezeption“ nachvollziehbar, in der authentisch biographische Informationen mit musikalischen Beispielen verknüpft werden.

Das Händel-Archiv verfügt über Mikrofilmaufnahmen aller bekannten Händel-Handschriften und eine Sammlung von Erstdrucken und Editionen. Die Bibliothek mit ca. 20.000 Bänden gilt als Spezialsammlung zu Händel und zur regionalen Musikgeschichte (Raabe 2002, S. 211). So finden sich auch regional bedeutsame Musikinstrumente in der Instrumentensammlung mit insgesamt 700 Stücken. Neben barocken Streich-, Zupf- und Blasinstrumenten aus der Zeit Händels ist die Entwicklungsgeschichte vor allem von Tasteninstrumenten veranschaulicht. Zudem werden eine von oben einsehbare Orgel, besondere Erfindungen im Instrumentenbau sowie Musikautomaten präsentiert. Historische Noten und Bücher sowie der akustische Rundgang ergänzen die Ausstellung. Gemälde, Instrumente und Gegenstände aus den Nachlässen der bedeutenden Musiker Halles, z. B. Samuel Scheidt und Johann Friedrich Reichardt, wie auch wertvolle Komponistenschriften dokumentieren die regionale Musikgeschichte.

Neben Ausstellungen und Vorträgen führt das Museum Händel-Haus auch Konzerte und die berühmten Händel-Festspiele durch. Im Kammermusiksaal und im Innenhof finden jährlich etwa 350 Veranstaltungen statt. Hierbei stehen die Musik Händels, meist dargeboten auf den historischen Instrumenten, aber auch zeitgenössische Musik auf dem Programm (Händel-Haus Halle 2003).

2.12 Bachstätten Köthen

Die ehemalige Residenzstadt Köthen war von 1717 bis 1723 Wohn- und Arbeitsort Johann Sebastian Bachs. Am Hofe des Fürsten Leopold von Anhalt-

Köthen als Kapellmeister angestellt, schuf Bach hier herausragende Kammer- und Orchesterwerke.

Heute vermitteln die Bachstätten zur Erinnerung an den Komponisten nicht nur während der Programme bei den Bach-Festtagen Einblicke in das musikalische Empfinden und Denken seiner Zeit in Köthen. Die Festsäle und die Kapelle des Schlosses, die St. Jakobs-Kirche und die St. Agnus-Kirche bildeten den Wirkungsort des Komponisten (Stadtverwaltung Köthen 1998). Der Musikliebhaber Fürst Leopold verfügte über ein hervorragend besetztes Orchester und eine herausragende Musikaliensammlung. So fand Bach Muße für seine bedeutenden Werke wie die als Krönung des barocken Instrumentalkonzertes gerühmten „Brandenburgischen Konzerte“, die „Englischen“ und „Französischen Suiten“, den ersten Teil des „Wohltemperierten Klaviers“ sowie die „Chromatische Fantasie und Fuge“ (Eisold, Lautsch 2002, S. 41).

Leider ist Bachs Lebensabschnitt in Köthen nur lückenhaft überliefert, so sind auch wenige originale Erinnerungsstücke im Schloss verblieben. Dennoch konnte das damalige höfische Umfeld Bachs z. T. mit der Etablierung der Bach-Gedenkstätte und dem ehemaligen Thronsaal im Schloss rekonstruiert werden (Hoppe 1998, S. 50f). Der Saal wurde 1822 zum klassizistischen Spiegelsaal und 1879 zur Aula des Gymnasiums umgestaltet. 1976 entstand wieder ein Konzertsaal. In einer Nische befindet sich eine Kopie der Büste Bachs, die 1895 vom Leipziger Bildhauer Carl Seffner geschaffen wurde. Auch die lutherische St. Agnus-Kirche, in der Bach einen Kirchenstuhl gemietet hatte, und die spätgotische St. Jakobs-Kirche, in der er 1729 die eigenkomponierte Trauermusik für Fürst

Leopold von Anhalt-Köthen leitete, erinnern an den Komponisten und Kapellmeister. Die rekonstruierte Schlosskapelle, Taufkirche eines Sohnes von Bach, wurde im 19. Jahrhundert zum Singesaal umgebaut und ist heute Kirchen- und Konzertraum.

Bereits seit 1866 bestehen Vereine zur Bachpflege und Gesangvereine, die Bachs Werke interpretieren und die Erinnerung an seine Köthener Zeit durch Veranstaltungen aufrecht erhalten. Seit 1967 finden die Köthener Bachfesttage statt, u. a. unter Mitwirkung von renommierten Orchestern, Chören und Musikern, wie dem Thomanerchor, dem Bachorchester des Gewandhauses Leipzig, der Halleschen Philharmonie und bedeutenden ausländischen Ensembles. Während der Bachfesttage stehen Chorauftritte, ein Orgelkonzert, Kammermusik, solistische Beiträge sowie ein musikwissenschaftlicher Vortrag, Seminare und eine Veranstaltung „Bach für Schüler“ auf dem Programm. Die Festtage wurden erweitert um die Bachnacht und zeitweise mit Sonderveranstaltungen, wie der zum 250. Todestag Bachs, dem Leopoldsfest oder dem Barockfest aufgewertet. Darüber hinaus fördern die Bachstätten Jugendmusikwettbewerbe.

2.13 Franckesche Stiftungen zu Halle

Mit den Franckeschen Stiftungen besteht im Stadtgebiet von Halle ein abgeschlossener, historischer, kultureller Bildungsort, der die Geschichte der Frömmigkeit und des sozialen Engagements, des sogenannten Halleschen Pietismus vornehmlich des 18. Jahrhunderts in Bauten und Veranstaltungen veranschaulicht. Auch heute besteht noch ein Studien- und Kulturzentrum in den einstigen Gebäuden, das auf dem kulturel-

len Erbe des Pädagogen, Theologen und Dozenten August Hermann Francke (1663-1727) aufbaut (Raabe 2002, S. 127 ff).

Das 16 ha große denkmalgeschützte Areal der Franckeschen Stiftungen umfasst insgesamt 50 Gebäude aus dem 18. bis 20. Jahrhundert. Um den langgestreckten Lindenhof finden sich die ältesten Bauten aus Fachwerk und Stein, darunter das von August Hermann Francke gegründete Waisenhaus (1698). Das sogenannte ‚Lange Haus‘ im oberen Lindenhof gilt mit 114 m Länge und bis zu sechs Geschossen als das größte Fachwerkhaus Europas. Das barocke Gebäudeensemble umfasst weitere einzigartige Bauten wie z. B. das älteste deutsche Kinderkrankenhaus (1722), das älteste erhaltene, selbständige Bibliotheksgebäude mit Drucken aus dem 16. bis 18. Jahrhundert, die erste Bibelanstalt der Welt, eine Druckerei, eine Apotheke sowie Schul- und Wirtschaftsgebäude, so dass sich ein christliches sozialpädagogisches Zentrum und eine Schulstadt entwickelte, die bis 1946 fortbestand.

Das Franckesche Haupthaus beherbergt eine weitere besondere Attraktion der Anlage. Die Kunst- und Naturalienkammer (1698) ist der älteste erhaltene deutsche Museumsraum (Treizel 2003, S. 11). Die ehemals für Unterrichtszwecke aufgebaute Sammlung besteht aus 3.300 Exponaten aus aller Welt und auch die kunstvollen Sammlungsschränke blieben bis heute erhalten (Kindermann 2004, S. 27).

Des Weiteren sind nach der Restaurierung zur Zeit Schulen, Kindertagesstätten, eine Jugendwerkstatt, das Evangelische Konvikt, der Stadsingerchor, die Theo-

logische Fakultät und der Fachbereich Erziehungswissenschaften der Universität Halle, das Institut für jüdische Studien sowie interdisziplinäre Zentren für Pietismus und Aufklärungsforschung sowie die Bundeskulturstiftung und das Deutsche Jugendinstitut in den Franckeschen Stiftungen ansässig. Deren Seminare, Vorträge, Ausstellungen, kulturelle Veranstaltungen, Konzerte und das museumspädagogische Kinderprogramm verleihen überregionale Bedeutung (Raabe 2002, S. 127 ff). Als christlich geprägte Einrichtung, die Menschen aller Schichten aus dem In- und Ausland eine umfassende Bildung und die Fähigkeit zu sozialem Handeln vermitteln will, wurden die Franckeschen Stiftungen auf die deutsche Vorschlagsliste für das UNESCO-Weltkulturerbe gesetzt.

2.14 Landesmuseum für Vorgeschichte Halle

Das Landesmuseum für Vorgeschichte in Halle zählt zu den renommiertesten Institutionen der mitteleuropäischen Archäologie (Meller 2003, S. 3). Die Sammlung zum Paläolithikum und Mesolithikum ist eine der ältesten und umfangreichsten dieser Art und wird modern aufbereitet einem breiten Publikum zugänglich gemacht. 1882 gründete sich das Museum aus zwei Altertumsvereinen von 1817, um die verschiedenen Sammlungen zu koordinieren. Mit der Errichtung des heutigen Museumsgebäudes, dem ältesten Zweckbau für prähistorische Archäologie in Deutschland im Jahr 1911, konnten die Bestände geschlossen präsentiert werden.

Die Sammlungen mit Exponaten von weltweiter Geltung bieten die Möglichkeit zur Rekonstruktion der

frühen Menschheitsgeschichte. Sie bilden damit die Grundlage für das Selbstverständnis des Museums, „Schaufenster der Ur- und Frühgeschichte ganz Mitteleuropas“ zu sein (Meller 2003, S. 3), so dass die Funde nicht ausschließlich aus dem heutigen Land Sachsen-Anhalt stammen. Dennoch wird gerade die Bedeutung dieser Region in der europäischen Geschichte anhand der Fundlandschaft, in der zeitlichen Folge vom Beginn der Steinzeit bis ins Mittelalter, verdeutlicht. Dabei soll besonders die Verbindung zwischen dem heutigen und dem prähistorischen Leben fassbar und fühlbar werden. So werden die Fundorte durch real gestaltete Arrangements und Geschichten mit dem Originalstück entsprechend präsentiert (<http://www.landesmuseum-fuer-vorgeschichte.de>, März 2005).

Die neu eröffneten Abschnitte „Geisteskraft“ sowie „Menschenwechsel“ vermitteln anschaulich Einblicke in alle Lebensbereiche der alt- und mittelsteinzeitlichen Menschen, z. B. den Dauerlagerplatz von Bilzingsleben mit Funden von Hüttenresten, Geräten aus Stein und Knochen sowie Schädelfragmenten. Die Funde der mittleren Altsteinzeit von Neumark-Nord, Gröbern oder Ranis geben Aufschluss über Klima, Pflanzen- und Tierwelt sowie deren Nutzung durch den Menschen, z. B. bei der Jagd, der Lederbearbeitung, dem Werkzeugbau oder rituellen Handlungen. Insgesamt dokumentieren die Exponate nachvollziehbar die Errungenschaften, Leistungen und nachgewiesenen Fähigkeiten verschiedener Urmenschenarten. Archäologie und frühe Menschheitsgeschichte werden erlebbar, anhand der aufgearbeiteten und abwechslungsreich arrangierten Exponate, Führungen, Seminare, Vortragsreihen und Programme in den Dauer-

oder Sonderausstellungen des Landesmuseums wie z. B. auch der erfolgreichen Ausstellung um die Himmelscheibe von Nebra.

2.15 Himmelscheibe von Nebra

Die im Jahr 1999 bei Nebra entdeckte Himmelscheibe wirft ein neues Licht auf die bronzezeitliche Kultur in Mitteleuropa (Märtinger 2004, S. 44). Die Bronzescheibe mit einem Durchmesser von 32 cm und einer Stärke von 4,5 mm zeigt die älteste bekannte konkrete Darstellung des Kosmos und gilt damit als Schlüsselfund nicht nur für die Archäologie, sondern auch für die Astronomie und die Religionswissenschaften.

Auf der Vorderseite sind als Goldauflagen deutlich Sonne, Mond und Sterne sowie dazwischen liegend die Plejaden als Siebengestirn und Horizontlinien zu erkennen (Meller 2003, S. 29ff). Dieses Bild verknüpft astronomische Beobachtungen mit mythischen Erklärungen des Universums, so war der jährliche Sonnenlauf mit der Scheibe offenbar nachvollziehbar (Maraszek 2004, S. 16 ff). Ihr Fundort liegt auf dem Mittelberg bei Nebra und hat durch eine Visierlinie zum Sonnenuntergang hinter dem Brocken zur Sommersonnenwende einen eindeutigen Bezug zu den Horizontdarstellungen auf der Scheibe. Sie war umgeben von einer Steinpackung in einer Grube deponiert worden.

Zusätzlich zur Scheibe besteht der Fund aus zwei wertvollen Schwertern, einem Meißel, zwei Beilen und Bruchstücken von Armspiralen, die wahrscheinlich als Gabe an die Götter geopfert wurden (Meller 2003, S. 31). Die Himmelscheibe erlaubt damit einen

tiefen Einblick in die geistigen Konzepte und das Weltbild der Menschen vor mehr als 3.600 Jahren (Meller 2004, S. 11).

Das Landesmuseum für Vorgeschichte in Halle hat 1600 weitere Fundstücke zusammengetragen, um den Mythos der Himmelscheibe in einer Bronzezeit-Ausstellung zu erfassen und zu präsentieren. Die Landesausstellung „Der geschmiedete Himmel - Die weiße Welt im Herzen Europas vor 3.600 Jahren“ wartet mit einer Vielzahl von Vorträgen zur Kulturgeschichte und Religion, aber auch zur Astronomie und Metallurgie der frühen europäischen Bronzezeit auf. Durch Workshops und weitere archäologische Fundstücke wird die Geschichte rund um die Himmelscheibe von Nebra auch für den Laien erlebbar (Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Sachsen-Anhalt 2004).

2.16 Staatliche Galerie Moritzburg in Halle

Die Stiftung Moritzburg gehört mit ihren reichen Beständen zu den führenden Museen in Sachsen-Anhalt. Sie befindet sich in einer spätgotischen Buranlage von 1484. Seit 1904 beherbergt die Moritzburg das bereits 1885 gegründete "Städtische Museum für Kunst und Kunstgewerbe" mit wertvollen Beständen vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Im frühen 20. Jahrhundert besaß die Moritzburg eine außergewöhnliche Sammlung zeitgenössischer Kunst. Eine hohe Anzahl dieser wertvollen Bestände ging ihr 1937 durch die Aktion „Entartete Kunst“ unwiederbringlich verloren. Doch heute wird dem Museumsbesucher wieder ein guter Einblick in die Kunst der Klassischen

Moderne in Deutschland geboten: u. a. Werke von Marc, Heckel, Kirchner, Nolde, Schmidt-Rottluff, Beckmann, Lehmbruck, Lissitzky. Die ständige Ausstellung im Kuppelsaal präsentiert eine Auswahl der Meisterwerke dieser qualitätvollen Sammlung. Aus Lyonel Feiningers legendärem Halle-Zyklus sind der Moritzburg zwei Gemälde sowie zahlreiche Zeichnungen und Skizzen verblieben.

In der Sammlung Kunst des 19. Jahrhunderts der Moritzburg befinden sich beeindruckende Werke der Malerei und Plastik. Des weiteren besitzt das Museum reiche Bestände historischen und zeitgenössischen Kunsthandwerks sowie Design des 20. Jahrhunderts, Plastik des 20. Jahrhunderts, ein Graphisches Kabinett und das Landesmünzkabinett sowie eine einzigartige photographische Sammlung. Auch die Kunst der DDR ist mit interessanten Werken vertreten. Die Sammlungsbereiche können, solange die Buranlage noch nicht vollständig saniert und erschlossen ist, nur temporär und eingeschränkt gezeigt werden.

Anknüpfend an das Sammlungsprofil bietet das Museum Ausstellungen und Tagungen, Vorträge, Führungen sowie museumspädagogische Programme an. Im Hof der Buranlage finden Museumsfeste, Konzerte und Operaufführungen statt. Neben der konzeptionellen Erweiterung und Vermittlung der historischen Sammlungen gehört die Bekanntmachung international bedeutender Kunstpositionen sowie die Stärkung der regionalen Identität durch Förderung bedeutender lokal verankerter künstlerischer Entwicklungen zu den Aufgaben der Stiftung Moritzburg (Raabe 2002, S. 189).



Moritzburg in Halle (Saale)

Im Ergebnis eines international ausgelobten Architektenwettbewerbs beginnt im Herbst 2005 der Ausbau der Moritzburg durch das spanische Architektenbüro Nieto Sobejano. Bis 2008 entsteht ein Neu- und Erweiterungsbau, der die jetzige Ausstellungsfläche um fast 1.500 m² vergrößert. Das Kunstmuseum des Landes Sachsen-Anhalt kann dann seine hervorragenden Bestände, zusammen mit der Sammlung Hermann Gerlinger, angemessen ausstellen und sich als Sammlungszentrum für die Klassische Moderne entfalten. Darüber hinaus wird die Moritzburg auch für Architekturtouristen zu einem reizvollen Ziel werden.

2.17 Stadt Stolberg

Die von Bränden oder Kriegen weitgehend verschonte Stadt Stolberg, um 1000 als Bergmannssiedlung entstanden, verfügt über einen gut erhaltenen Bestand an Fachwerkhäusern aus dem 15. bis 18. Jahrhundert, darunter die meisten ältesten Häuser des Harzgebietes. Zusammen mit dem höher gelegenen Schloss, der Stadtkirche St. Martini und dem Rathaus bilden sie eine fast unveränderte historische Stadtstruktur.

Das Schloss verfügt hinter der Barockfassade über Zeugnisse aus allen Bauphasen, von der kastellartigen Burg im 13. und 14. Jahrhundert über den Wohnturm des 13. Jahrhunderts bis zum Südwestflügel aus dem

16. und der Innenausstattung der Säle aus dem 17. Jahrhundert.

Am Schlossberg liegt die teils spätromanische, teils spätgotische Stadtkirche St. Martini mit Fachwerkgiebeln als Reminiszenz an die Bürgerstadt. Die Kirche enthält eine Bibliothek mit ca. 1.300 Büchern, darunter eine Wiegendruckbibel von 1481 und das Stolberger Statistenbuch von 1309. In der Sakristei befinden sich drei historische Ablassbriefe, u. a. von 1300 und mit aufwendiger Malerei von 1463. Des weiteren beherbergt die Kirche ein Glockenmuseum. Künstlerisch wertvoll sind besonders ein geschnitztes Beweinungsrelief (1490) aus der Erfurter Schule Tilman Riemenschneiders, zwei bronzene Grabplatten aus der Werkstatt von Peter Vischer d. Ä. (1505) und die prachtvollen bunten Bleiglasfenster.

Auch Luther predigte in St. Martini, gegen den Stolberger Thomas Müntzer, der maßgeblich an den Bauernaufständen beteiligt war. Ein Denkmal zeigt den gefesselten Müntzer vor dem Rathaus der Stadt. Das Stolberger Rathaus, erbaut um 1454, erneuert um 1700, gehört ebenso zu den besonderen Sehenswürdigkeiten der Stadt. Die Fachwerkobergeschosse sind über die seitliche Außentreppe, die auch zur St. Martini-Kirche führt, zu erreichen. Innen gibt es keine Aufgänge. Den steinernen Unterbau schmücken eine Sonnenuhr mit Wappen der Stadt und Innungszeichen der damals in Stolberg ansässigen Handwerker und Gewerke.

In den Gassen Stolbergs runden die geschlossen erhaltenen Fachwerkhäuser aus fünf Jahrhunderten, Handwerkhäuser und auch Gebäude aus Stein den Ein-

druck der historischen Altstadt ab. Das Museum ALTE MÜNZE präsentiert im Rahmen der Stadtgeschichte die Grundlagen des einstigen Wohlstandes der Stadt, den Silber- und Kupfererzbergbau sowie - einmalig - eine komplett erhaltene historische Münzwerkstatt.

2.18 Stadt Tangermünde

Tangermünde gehört zu jenen Städten, die ihr mittelalterlich anmutendes Stadtbild bis in die heutige Zeit bewahrt haben. Die Altstadt wird nahezu lückenlos von der beeindruckenden Stadtmauer mit zahlreichen Türmen und Toren umschlossen. Fachwerkhäuser mehrerer Jahrhunderte bilden einen reizvollen Kontrast zu den backsteingotischen Baudenkmälern.

Das um 1430 errichtete Rathaus mit seinem prächtigen Schaugiebel gehört zu den bedeutendsten baukünstlerischen Leistungen spätgotischer Profanarchitektur im norddeutschen Raum. Im Obergeschoss befinden sich der Rathausfestsaal und die Ratsstube. Erdgeschoss und Kellerräume dienen der Präsentation der wechselvollen Stadtgeschichte. Dazu gehören der verheerende Stadtbrand von 1617 und die Verurteilung der angeblichen Brandstifterin Grete Minde. Neben Theodor Fontane ließen sich angesichts der Tragik des Schicksals dieser jungen Frau immer wieder Schriftsteller und Künstler inspirieren, die Thematik zu verarbeiten. Zu den Sehenswürdigkeiten gehören weiterhin die St. Stephanskirche, die Stadttore und die Burganlage.

Die Burg war Herrschaftsmittelpunkt der Markgrafen und Kurfürsten von Brandenburg und diente Kaiser

Karl IV. von 1373 bis 1378 als Nebenresidenz. Der unter dem Kaiser errichtete ca. 50 m hohe Kapitelturm wird seit Mai 2003 als Aussichtsturm genutzt. Die Alte Kanzlei, ein Ziegelgebäude aus dem 14. Jahrhundert, das Burgtor, der Gefängnisturm sowie das unter dem Preußenkönig Friedrich Wilhelm I. errichtete Schloss, das heute als Hotel genutzt wird, sind weitere historische Gebäude innerhalb der Mauerrings. Im nahegelegenen Museum in der Schlossfreiheit, dem ältesten Wohnhaus der Stadt, kann sich der Besucher umfassend über die Geschichte und die Bedeutung der Tangermünder Burg informieren. Unterhalb der Burganlage laden Schiffe zu Fahrten auf der Elbe ein.

Auch dem kultur- und kunstinteressierten Publikum bietet die Stadt eine breite Angebotspalette. Ausstellungen, musikalische und literarische Veranstaltungen sowie die Reihe „Musik in der St. Stephanskirche“ sind nur einige Programmpunkte des umfassenden Veranstaltungskalenders. Zeitgenössische Skulpturen aus Sandstein haben am Ufer der Elbe ihren Platz gefunden und dokumentieren die Offenheit der Stadt gegenüber Neuem und Modernem.



Schloss Luisium

Kulturtouristische Vernetzungsthemen

2.19 Straße der Romanik

Die kulturtouristische „Straße der Romanik“ führt auf einer Gesamtlänge von rund 1.000 km durch Sachsen-Anhalt, der an romanischen Bauwerken reichsten Landschaft in Deutschland. Die Strecke verläuft in Form einer Acht mit Schnittpunkt in der Landeshauptstadt Magdeburg. 60 weitere Orte mit 72 Denkmälern der Ottonik und Romanik werden als Zeugnisse jener Baukunst entlang der Route unter dem Motto „Faszination Romanik - Erlebnis Mittelalter“ verbunden. Die

Bau- und Kulturdenkmäler liegen regional verteilt und spiegeln unterschiedliche Bauweisen, Lebensbereiche und Entwicklungen jener Zeit wider. In ihrer Gesamtheit stellt die „Straße der Romanik“ somit ein raumgreifendes Kulturmuseum mittelalterlicher Geschichte dar (Dreyer, Antz 2000, S. 89).

Sachsen-Anhalt war von 950 bis 1250 ein politisches und kulturelles Zentrum Europas. Die Faszination, die heute von dieser Zeit ausgeht, beruht wohl auf den schwer befestigten Burgen, den Königen und Kaisern, Sagen und Mythen des Mittelalters. Entlang der geschichtsträchtigen Route reihen sich Klöster und Do-

me, Dorfkirchen und Wohnhäuser, Stadtanlagen, Straßen und Skulpturen, Malerei und Schatzkunst als erlebbare Zeitzeugen (Dreyer, Antz 2002, S. 11) aneinander. Neben Weltkulturerbestätten wie der Stiftskirche zu Quedlinburg, weiteren religiösen Bauten wie dem Magdeburger Dom, dem Domschatz zu Halberstadt, den Kirchen in Gernode und Jerichow, den Klosteranlagen von Drübeck und Michaelstein repräsentieren z. B. die Pfalz von Tilleda, Burg Saaleck in Bad Kösen, die Querfurter Curnfurdeburg oder das Schloss Neuenburg die damalige weltliche Macht.

Weitere, bisher unbekanntere Originalschauplätze und Bauwerke, Museen und Ausstellungen, aber vor allem auch Konzerte, Märkte, Ritterspiele und Feste ergänzen die Atmosphäre des Mittelalters. Zudem führt die „Straße der Romanik“ durch ganz Sachsen-Anhalt und verbindet die touristischen Regionen Altmark, Gartenreich Dessau-Wörlitz, den Harz und die Weinregion Saale-Unstrut. Sie kann somit als „roter Faden“ angesehen werden, an dem sich die Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten des Landes Sachsen-Anhalt darstellen und erfahren lassen (Dreyer, Antz 2002, S. 17).

2.20 Gartenträume

Die „Gartenträume - Historische Parks in Sachsen-Anhalt“ vereinen 40 Gärten und Parkanlagen in einem gartenkünstlerischen Netzwerk. Einmalige Gärten spiegeln als Zeugnis der Geschichte und Kultur unterschiedlicher Epochen spezifische gartenhistorische Entwicklungen Sachsens-Anhalts und Deutschlands vom Mittelalter über den Barock bis zur Moderne wider (Antz 2004, S. 68). Die typologische Vielfalt des Kulturgutes Garten repräsentiert sich in den unterschied-

lichsten Formen der künstlerischen Landschaftsgestaltung, z. B. dem Klostergarten in Drübeck, dem Hundsburger Schloßgarten, dem Landschaftspark Herrenkrug in Magdeburg oder dem Landart-Projekt Goitzsche bei Bitterfeld (Remmert, Schlenke, Vieth 2004, S. 3). Die Bandbreite erstreckt sich vom Gartenreich Dessau-Wörlitz über die weltgrößte Rosensammlung in Sangerhausen bis zu den Privatgärten wie etwa im Gutspark Seggerde (Landesmarketing Sachsen-Anhalt 2004 (3), S. 34).

Die „Gartenträume“ vermitteln gerade durch ihre Verschiedenartigkeit die jeweilige gartenkulturelle Bedeutung und das nicht-alltägliche Erleben eines Parks. Parkführungen präsentieren die Besonderheit der Anlagen, Seminare und Vorträge informieren über die Entwicklung, praktische Garten- und Denkmalpflege oder Naturschutz. Das kulturelle Angebot mit Konzerten, Theateraufführungen, wie z. B. im Goetheater in Bad Lauchstädt, Gartenfeste u. v. m., rundet die „Gartenträume“ ab.

So verknüpft das Netzwerk „Gartenträume“ nicht nur die einzelnen Parkanlagen, sondern auch die Bereiche Kultur und Erholung, Garten- und Denkmalpflege, Naturschutz, Pädagogik, Wissenschaft und Wirtschaft miteinander (Remmert, Schlenke, Vieth 2004, S. 3).



Schloss Wörlitz

3. Ergebnisse einer bundesweiten Befragung

Um den Bekanntheitsgrad und das Image der Kulturgüter Sachsen-Anhalts sowie die Ansprüche potenzieller Gäste zu ermitteln, hat die NORD/LB eine bundesweite Haushaltsbefragung durchführen lassen. Die Befragungsergebnisse sollen zugleich wichtige Hinweise liefern, ob bei der Vermarktung der einzelnen Objekte noch Defizite bestehen bzw. wie das Marketing für diese Kulturgüter optimiert werden kann.

Die bundesweite Haushaltsbefragung erfolgte im Oktober 2004 durch das Marktforschungsinstitut imug. In einer telefonischen Befragung von 1.012 Personen ab

16 Jahren wurde ein repräsentativer Querschnitt der bundesdeutschen Bevölkerung ab 16 Jahren (ca. 63 Mio. Menschen) erfasst.

3.1 Bekanntheitsgrad der Kulturgüter

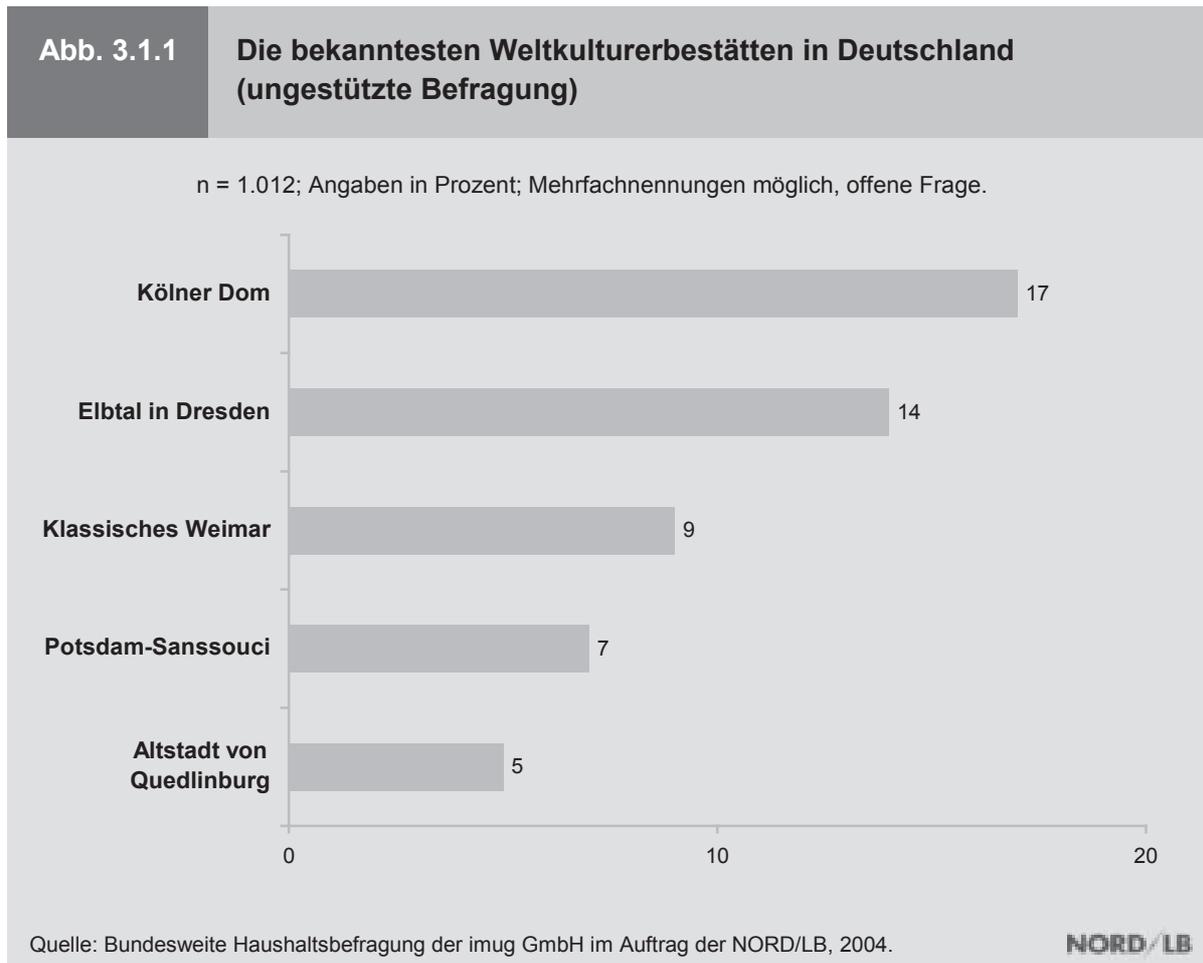
Bekanntheitsgrad deutscher Weltkulturerbestätten

Zu den bekanntesten der von der UNESCO zum Weltkulturerbe ernannten Stätten in Deutschland zählen der Kölner Dom, das Elbtal in Dresden sowie das klassi-

sche Weimar (vgl. Abb. 3.1.1). Diese Sehenswürdigkeiten wurden auf die ungestützte, d. h. ohne Antwortvorgaben, in der bundesweiten Haushaltsbefragung gestellte Frage nach der Bekanntheit deutscher Weltkulturerbestätten am häufigsten genannt. Auf den Plätzen vier und fünf folgen Sanssouci (Potsdam) und die Altstadt von Quedlinburg. Rang 6 bis 10 nehmen die Berliner Museumsinsel, die Hansestadt Lübeck, die Altstadt von Bamberg, die römischen Baudenkmäler, Dom und Liebfrauenkirche in Trier sowie die Bauhausstätten in Weimar und Dessau ein. Rund die Hälfte der befragten Personen konnten jedoch auf Anhieb keine Weltkulturerbestätten in der Bundesrepublik nennen.

Differenziert nach einzelnen Regionen ergibt sich ein unterschiedliches Bild. Während in Norddeutschland (Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein), Süddeutschland (Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland) sowie in Westdeutschland (Nordrhein-Westfalen) jeweils der Kölner Dom und das Elbtal in Dresden auf den Plätzen 1 und 2 genannt wurden, zählen in den ostdeutschen Bundesländern das Elbtal in Dresden gefolgt von Schloss Sanssouci in Potsdam zu den bekanntesten Weltkulturerbestätten. Der Kölner Dom wird nach dem Klassischen Weimar dort erst auf Platz 4 genannt. In Süddeutschland ist unter den zehn am häufigsten genannten Weltkulturerbestätten keine Sehenswürdigkeit aus

Abb. 3.1.1 Die bekanntesten Weltkulturerbestätten in Deutschland (ungestützte Befragung)



Sachsen-Anhalt zu finden. In West- und Norddeutschland wird unter den „Top 10“ von den sachsen-anhaltinischen Kulturstätten immerhin die Altstadt von Quedlinburg (Platz 5 bzw. 6) genannt.

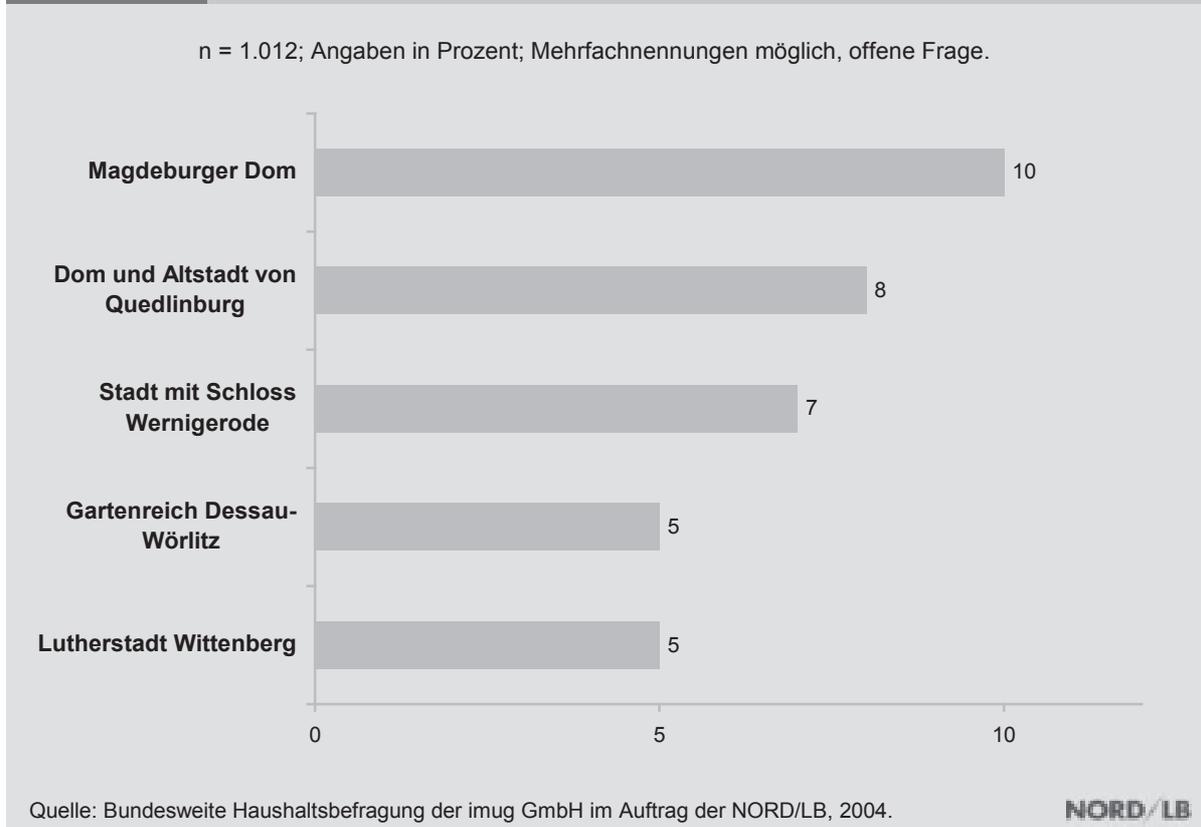
Bekanntheitsgrad der Kulturgüter Sachsen-Anhalts

Auf die ungestützte, d. h. ohne Antwortvorgaben gestellte, Frage nach bekannten Sehenswürdigkeiten bzw. historischen Kulturgütern in Sachsen-Anhalt wurden der Magdeburger Dom, der Dom und die Altstadt von Quedlinburg sowie die Stadt Wernigerode mit dem gleichnamigen Schloss am häufigsten genannt (vgl.

Abb. 3.1.2). Auf den Plätzen 4 und 5 folgen das Gartenreich Dessau-Wörlitz sowie die Lutherstadt Wittenberg. Rang 6 bis 10 werden von der Stadt Naumburg, den Bauhaus-Stätten in Dessau, dem Dom und Domschatz Halberstadt, der Lutherstadt Eisleben sowie dem Landesmuseum für Vorgeschichte in Halle belegt. Rund drei Viertel der befragten Personen konnten jedoch auf Anhieb keine Sehenswürdigkeiten bzw. Kulturgüter in Sachsen-Anhalt nennen. Dies zeigt bereits, wie groß die Informationsdefizite sind bzw. dass die Kulturstätten nicht mit dem Land Sachsen-Anhalt in Verbindung gebracht werden.

Die fünf bekanntesten Sehenswürdigkeiten bzw. histo-

Abb. 3.1.2 Die bekanntesten Sehenswürdigkeiten bzw. historischen Kulturgüter in Sachsen-Anhalt (ungestützte Befragung)

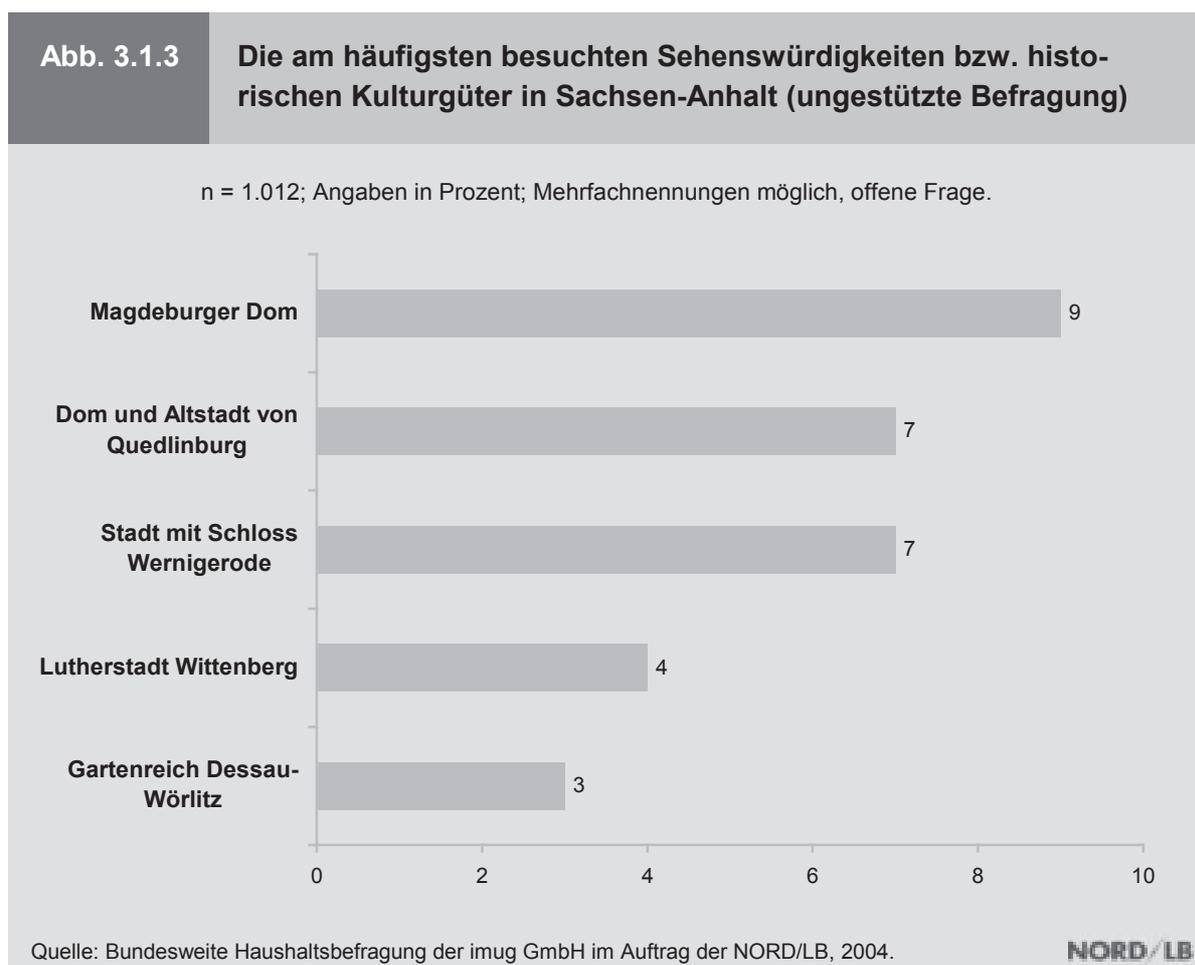


rischen Kulturgüter sind zugleich auch die am häufigsten besuchten Stätten. Es gibt lediglich geringe Unterschiede in der Reihenfolge: Zu den am häufigsten aufgesuchten Sehenswürdigkeiten zählt der Magdeburger Dom, gefolgt von der Stadt Wernigerode mit dem gleichnamigen Schloss, dem Dom und der Altstadt von Quedlinburg, der Lutherstadt Wittenberg sowie dem Gartenreich Dessau-Wörlitz (vgl. Abb. 3.1.3). Die Plätze 6 bis 10 nehmen der Dom und Domschatz Halberstadt, die Stadt Naumburg, die Bauhaus-Stätten in Dessau, die Lutherstadt Eisleben sowie die Franckeschen Stiftungen zu Halle ein.

Die Antworten auf die Frage, ob die interviewten Per-

sonen schon einmal von ausgewählten Sehenswürdigkeiten bzw. historischen Kulturgütern in Sachsen-Anhalt gehört hätten, liefern ein differenziertes Bild des Bekanntheitsgrades einzelner Objekte (vgl. Abb. 3.1.4). Die Lutherstädte Wittenberg und Eisleben, der Magdeburger Dom sowie die Stadt Wernigerode mit dem gleichnamigen Schloss verfügen über einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. Diese Sehenswürdigkeiten sind über zwei Drittel der befragten Personen bekannt. Einen vergleichsweise geringen Bekanntheitsgrad weisen das Schloss Neuenburg in Freyburg, die Bachstätten in Köthen, das Landesmuseum für Vorgeschichte in Halle, die Franckeschen Stiftungen zu Halle sowie das Projekt „Gartenträume - Historische Parks in Sachsen-

Abb. 3.1.3 Die am häufigsten besuchten Sehenswürdigkeiten bzw. historischen Kulturgüter in Sachsen-Anhalt (ungestützte Befragung)



Anhalt“ auf, von denen weniger als ein Fünftel der bundesdeutschen Bevölkerung bislang gehört hat.

Die Differenzierung dieses Ergebnisses nach einzelnen Regionen zeigt, dass die sachsen-anhaltinischen Se-

henswürdigkeiten bzw. historischen Kulturgüter den höchsten Bekanntheitsgrad in den ostdeutschen Bundesländern, gefolgt von Norddeutschland und Westdeutschland aufweisen. Am wenigsten bekannt sind diese Objekte bislang in Süddeutschland. Während die

Abb. 3.1.4

Bekanntheit ausgewählter Sehenswürdigkeiten bzw. historischer Kulturgüter in Sachsen-Anhalt (gestützte Befragung)

„Haben Sie schon von folgenden Sehenswürdigkeiten bzw. historischen Kulturgütern in Sachsen-Anhalt gehört?“

n = 1.012; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich.



Quelle: Bundesweite Haushaltsbefragung der imug GmbH im Auftrag der NORD/LB, 2004.

NORD/LB

drei bekanntesten Sehenswürdigkeiten (Lutherstädte Wittenberg und Eisleben sowie der Magdeburger Dom) in allen Regionen nahezu gleich bekannt sind, gibt es eine Vielzahl von Objekten, die in Ostdeutschland zwar über einen hohen Bekanntheitsgrad verfügen, in den übrigen Bundesländern jedoch vergleichsweise unbekannt sind. Dies trifft am stärksten auf das Gartenreich Dessau-Wörlitz, die Stadt Stolberg sowie die staatliche Galerie Moritzburg in Halle zu. Bei einer Befragung speziell zum Thema Gärten aus dem Jahr 2004 (Brandt 2004) lag Dessau-Wörlitz unter den bedeutenden historischen Gärten allerdings auf einem guten vierten Platz. Aber auch bei der Stadt Tangermünde, der Himmelscheibe von Nebra, dem Händelhaus, dem Schloss Neuenburg in Freyburg, den Bauhausstätten in Dessau, dem Dom und der Altstadt von Quedlinburg sowie den Bachstätten in Köthen gibt es in diesem Zusammenhang große regionale Diskrepanzen hinsichtlich des Bekanntheitsgrades. Diese Ergebnisse zeigen, dass bei der Vermarktung dieser Objekte noch erheblicher Handlungsbedarf besteht.

3.2 Freizeitpräferenzen und Besuchsinteresse

Rund 85 Prozent der bundesdeutschen Bevölkerung unternehmen Tagesausflüge oder Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands. Dabei steht vor allem das Spazieren gehen, Wandern, Natur erleben sowie Radfahren im Vordergrund: Rund 90 Prozent der befragten Personen gaben an, dass sie diese Art von Aktivitäten im Rahmen ihres Kurzurlaubs häufig oder gelegentlich betreiben (vgl. Abb. 3.2.1). Der zweit bedeutendste Grund für einen Tagesausflug oder eine Kurzreise ist der Besuch von Bekannten und Verwandten. Über drei Vier-

tel der befragten Personen besuchen ihre Bekannten und Verwandten häufig oder gelegentlich. Weitere ähnlich bedeutende Motive für einen (Kurz)Urlaub sind Einkaufen/Shoppen, Sportaktivitäten sowie eine Städtereise. Auch historische Stätten, Kulturveranstaltungen, Kunstaussstellungen/Museen sowie historische Ausstellungen werden von über der Hälfte der Bevölkerung oft oder gelegentlich besucht. Der Besuch von Freizeitparks spielt nur eine vergleichsweise untergeordnete Rolle.

Eine wichtige Voraussetzung für die zukünftige Vermarktung der besonderen Sehenswürdigkeiten und historischen Kulturgüter Sachsen-Anhalts ist die Kenntnis des Besuchsinteresses einzelner Objekte seitens der Bevölkerung. Mit Hilfe einer kurzen Beschreibung der Objekte wurde den Befragten ein Bild der Kulturgüter vermittelt. Das größte Besuchsinteresse wiesen daraufhin die Lutherstädte Wittenberg und Eisleben, der Magdeburger Dom, die Stadt Wernigerode mit dem gleichnamigen Schloss sowie der Naumburger Dom auf: Über die Hälfte der bundesweit befragten Personen sind an dem Besuch dieser Sehenswürdigkeiten interessiert, jeweils rund ein Fünftel sogar sehr interessiert (vgl. Abb. 3.2.2). Weniger als 10 Prozent der Bevölkerung haben diese Sehenswürdigkeiten jedoch bislang besucht (vgl. Kap. 3.1). Dieses Ergebnis zeigt, dass diese Kulturgüter über ein sehr hohes unausgeschöpftes Besucherpotenzial verfügen.

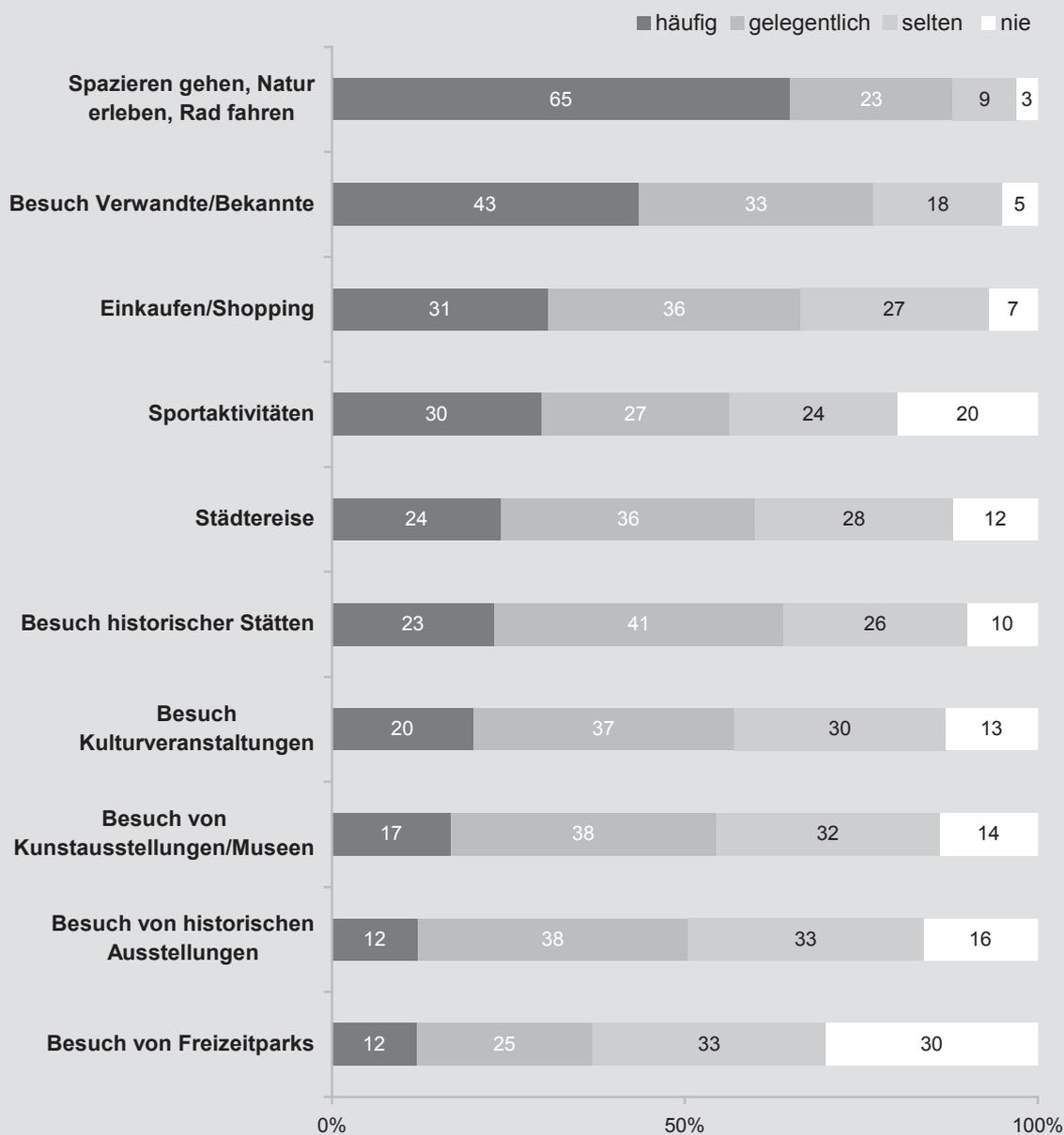
Besonders hervorzuheben ist auch das große Interesse an der Himmelscheibe von Nebra. Obwohl bislang nur ein Drittel der bundesdeutschen Bevölkerung von diesem Fundstück gehört hat, sind 48 Prozent der Befragten daran interessiert, sich die Himmelscheibe an-

zuschauen. Beachtlich ist auch das hohe Besuchsinteresse am Gartenreich Dessau-Wörlitz sowie dem

Projekt „Gartenträume“, die der bundesdeutschen Bevölkerung bislang kaum bekannt (23 Prozent) bzw. na-

Abb. 3.2.1 Aktivitäten im Rahmen eines Tagesausflugs bzw. Urlaubsreise innerhalb Deutschlands

n = 859; nur Befragte, die Tagesausflüge bzw. Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands unternehmen;
Angaben in Prozent.



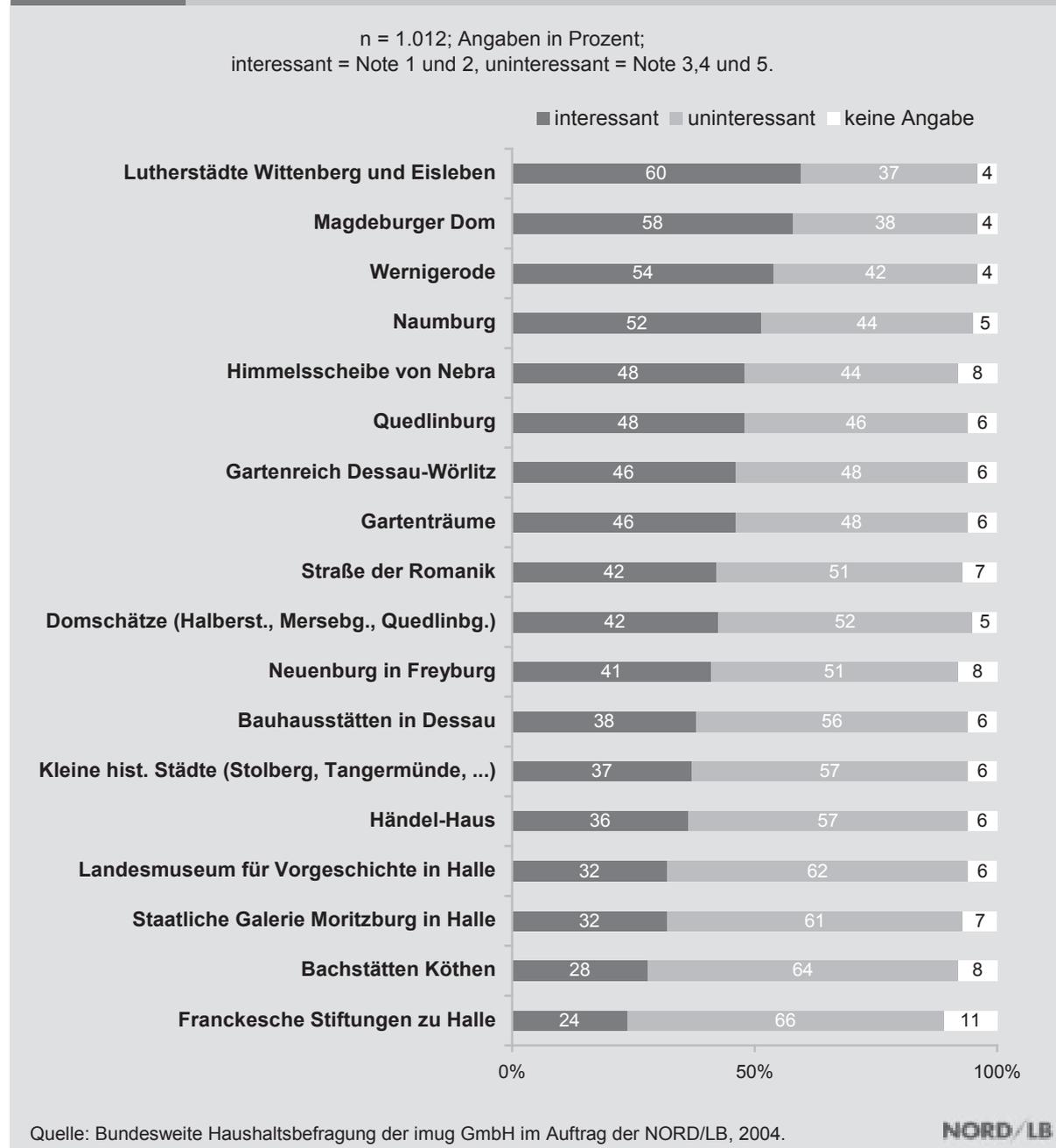
Quelle: Bundesweite Haushaltsbefragung der imug GmbH im Auftrag der NORD/LB, 2004.

NORD/LB

hezu unbekannt (8 Prozent) sind. Auch bei den übrigen Sehenswürdigkeiten zeigt sich, dass das Besuchsinteresse deutlich über dem bisherigen Bekanntheitsgrad bei der Bevölkerung liegt. Diese Diskrepanz zwischen

Bekanntheitsgrad und Besuchsinteresse kann durch eine gezielte Kommunikationsstrategie behoben werden (vgl. Kap. 5).

Abb. 3.2.2 Interesse an ausgewählten Sehenswürdigkeiten bzw. historischen Kulturgütern in Sachsen-Anhalt



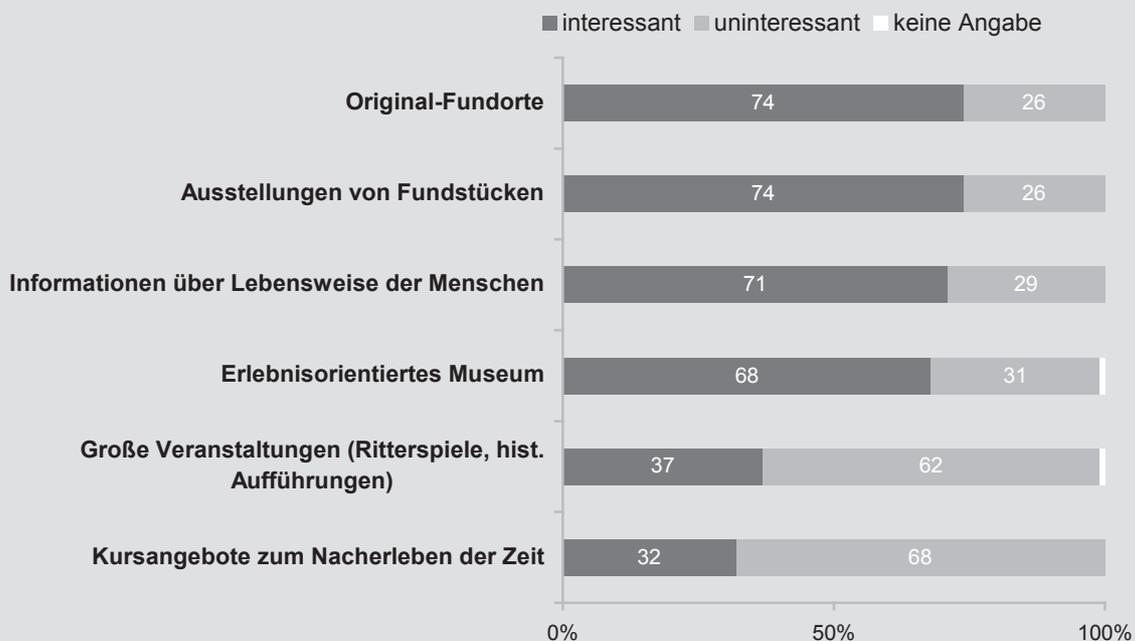
3.3 Exkurs: Interesse an Ur- und Frühgeschichte

Im Folgenden wird das Interesse der bundesdeutschen Bevölkerung an der (menschlichen) Ur- und Frühgeschichte näher untersucht, da auf diese Weise Erkenntnisse für die zukünftige Vermarktung entsprechender Fundstücke und -orte gewonnen werden können. Im Zusammenhang mit dem bedeutenden Fund der Himmelsscheibe von Nebra sind neben der Ausstellung der Scheibe im Landesmuseum weitere Inszenierungsschritte etwa am Fundort geplant. Vor diesem Hintergrund waren Fragen zum Interesse an Ausstellungsformen und -orten von besonderem Interesse.

Rund 27 Prozent der befragten Personen haben ein besonderes Interesse an Zeugnissen der Ur- und Frühgeschichte. In Bezug auf die Aktivitäten im Rahmen eines Tagesausflugs oder einer Urlaubsreise innerhalb Deutschlands ergibt sich bei diesen Personen ein ähnliches Bild wie bei der bundesdeutschen Bevölkerung insgesamt (vgl. Kap. 3.2). Befragte, die sich in besonderer Weise für Zeugnisse der Ur- und Frühgeschichte interessieren, haben jedoch ein überdurchschnittliches Interesse am Besuch historischer Stätten, Kulturveranstaltungen, Kunstaussstellungen/Museen sowie historischen Ausstellungen. Rund 60 bis 80 Prozent dieser Personen führen solche Aktivitäten im Rahmen ihres (Kurz)Urlaubs häufig oder gelegentlich durch. Eine

Abb. 3.3.1 Interesse an Angeboten im Bereich der Ur- und Frühgeschichte

n = 270; nur Befragte mit Interesse an Zeugnissen der Ur- und Frühgeschichte;
interessant = Note 1 und 2, uninteressant = Note 3,4 und 5; Angaben in Prozent.



Quelle: Bundesweite Haushaltsbefragung der imug GmbH im Auftrag der NORD/LB, 2004.

NORD/LB

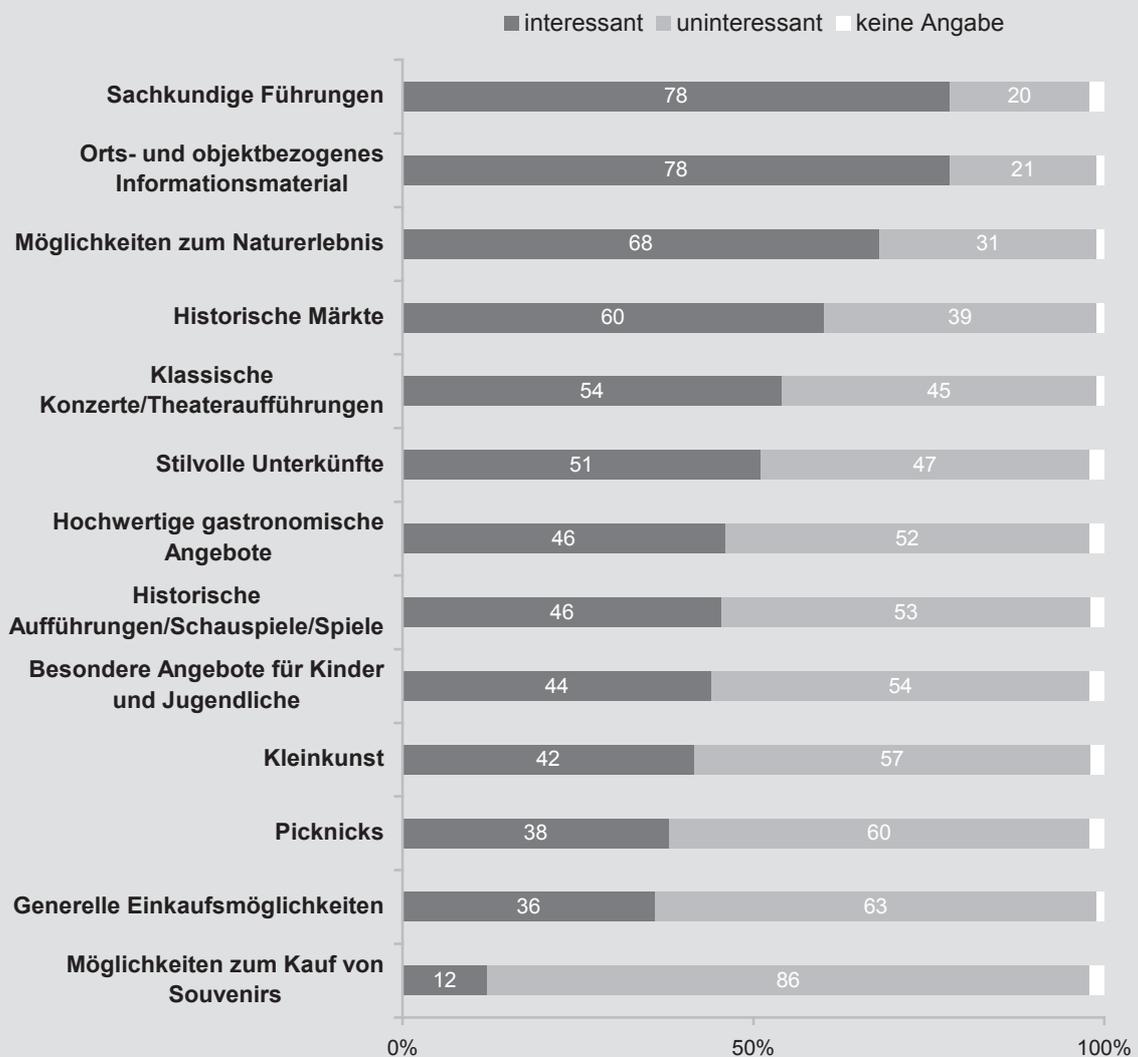
unterdurchschnittliche Aufmerksamkeit widmet diese Personengruppe Sportaktivitäten sowie Besuchen von Freizeitparks.

An möglichen Angeboten im Bereich der Ur- und Frühgeschichte finden drei Viertel dieser Personen vor allem Original-Fundorte interessant. Darunter befinden sich 40 Prozent, die ein solches Angebot sogar sehr in-

Abb. 3.3.2 Interesse an ergänzenden Angeboten (Befragte mit Interesse an Zeugnissen der Ur- und Frühgeschichte)

“Einmal angenommen, Sie planen den Besuch von Sehenswürdigkeiten oder Städten in Sachsen-Anhalt. Welche ergänzenden Angebote bei einem solchen Besuch sind für Sie interessant?“

n = 270; interessant = Note 1 und 2, uninteressant = Note 3,4 und 5; Angaben in Prozent.



Quelle: Bundesweite Haushaltsbefragung der imug GmbH im Auftrag der NORD/LB, 2004.

NORD/LB

interessant finden (vgl. Abb. 3.3.1). Ausstellungen von Fundstücken finden einen ähnlich hohen Anklang: Rund 74 Prozent sind an diesem Angebot interessiert, ein Viertel dieser Personen sogar sehr interessiert. Des Weiteren sind Informationen über die Lebensweise der Menschen sowie ein erlebnisorientiertes Museum für rund 70 Prozent der Befragten mit einer Affinität zu Zeugnissen der Ur- und Frühgeschichte interessant. Ein Viertel dieser Personen findet solche Angebote sogar sehr interessant. Vergleichsweise weniger nachgefragt werden große Veranstaltungen (Ritterspiele, historische Aufführungen etc.) sowie Kursangebote zum Nacherleben der Zeit (37 bzw. 32 Prozent). Diese Angebote findet lediglich ein kleiner Personenreis, d. h. 14 bzw. 7 Prozent, sehr interessant.

Die Kenntnis über mögliche ergänzende Angebote ermöglicht es, attraktive Verbundangebote bereitzustellen und somit den Gast über einen längeren Zeitraum vor Ort zu halten (s. u.). Befragte mit einem besonderen Interesse an Zeugnissen der Ur- und Frühgeschichte interessieren sich beim Besuch dieser Kulturgüter überdurchschnittlich stark für orts- und objektbezogenes Informationsmaterial, sachkundige Führungen, historische Märkte, klassische Konzerte und/oder Theateraufführungen, Kleinkunst sowie historische Schauspiele, Aufführungen und Spiele. Im Gegenzug dazu haben sie lediglich ein unterdurchschnittliches Interesse an generellen Einkaufsmöglichkeiten sowie dem Erwerb von Souvenirs (vgl. Abb. 3.3.2).

3.4 Zusatzangebote

Für die zukünftige Vermarktung der Sehenswürdigkeiten und historischen Kulturgüter Sachsens-Anhalts ist

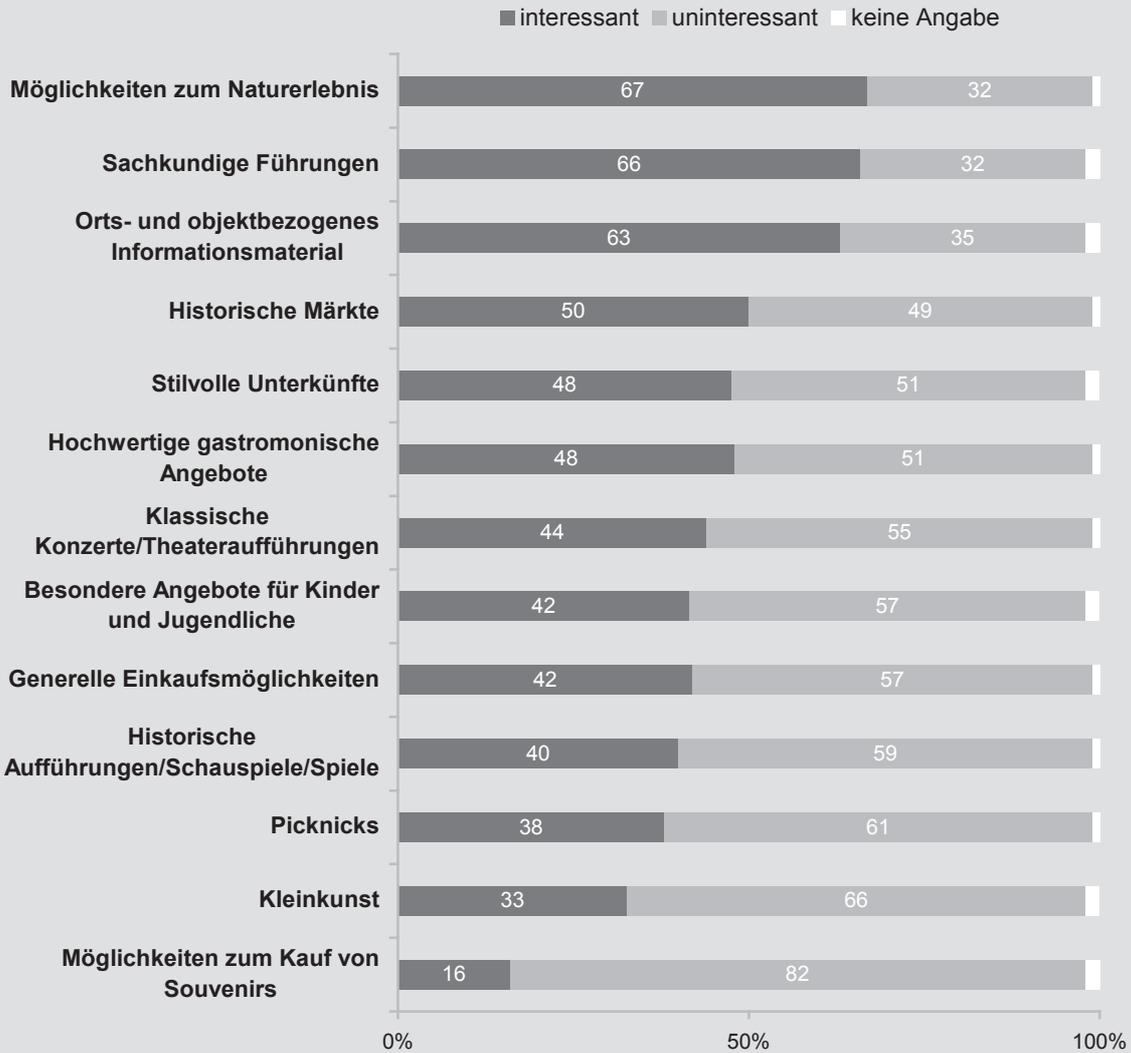
die Entwicklung von Zusatzangeboten, die das eigentliche Kulturgut touristisch aufladen, von entscheidender Bedeutung. Sie können dazu beitragen, den Urlaub in Sachsen-Anhalt möglichst attraktiv zu gestalten und den Aufenthalt der Touristen vor Ort zu verlängern. Auf diese Weise werden zusätzliche Wertschöpfungseffekte erzielt. Im Folgenden wird daher näher dargestellt, welche ergänzenden Angebote bei dem Besuch von Sehenswürdigkeiten oder Städten bei der bundesdeutschen Bevölkerung nachgefragt werden.

Über 60 Prozent der Bevölkerung sind bei einem Besuch von Sehenswürdigkeiten oder Städten in Sachsen-Anhalt an Möglichkeiten zum Naturerlebnis, an sachkundigen Führungen sowie an orts- und objektbezogenem Informationsmaterial interessiert (vgl. Abb. 3.4.1). Historische Märkte, stilvolle Unterkünfte sowie hochwertige gastronomische Angebote finden bei rund der Hälfte der Befragten im Rahmen eines solchen (Kurz)Urlaubs Anklang. Rund 40 Prozent und mehr betrachten klassische Konzerte und/oder Theateraufführungen, besondere Angebote für Kinder und Jugendliche, generelle Einkaufsmöglichkeiten sowie historische Schauspiele, Aufführungen oder Spiele als interessantes Zusatzangebot beim Besuch von sachsen-anhaltinischen Sehenswürdigkeiten oder Städten. Die Gruppe der Jugendlichen selbst ist in der Befragung unterrepräsentiert, so dass im wesentlichen die Eltern die Anforderungen festlegen. Rund ein Drittel der Befragten findet Picknicks und Kleinkunst als Zusatzangebot interessant. Die Möglichkeiten zum Kauf von Souvenirs spielen im Rahmen eines solchen Besuchs eine vergleichsweise untergeordnete Rolle.

Abb. 3.4.1 Interesse an ergänzenden Angeboten

“Einmal angenommen, Sie planen den Besuch von Sehenswürdigkeiten oder Städten in Sachsen-Anhalt. Welche ergänzenden Angebote bei einem solchen Besuch sind für Sie interessant?”

n = 1.012; interessant = Note 1 und 2, uninteressant = Note 3,4 und 5; Angaben in Prozent.



Quelle: Bundesweite Haushaltsbefragung der imug GmbH im Auftrag der NORD/LB, 2004.

NORD/LB

3.5 Informationskanäle

Die mit Abstand bedeutendste Quelle beim Bezug von Informationen zu kulturtouristischen Themen ist das Internet. Rund die Hälfte der befragten Personen informieren sich über dieses Medium. Die Dominanz dieses Mediums wird durch andere Befragungen der NORD/LB bestätigt. An zweiter und dritter Stelle folgen Bücher/Reiseführer und Tipps von Freunden, Be-

kannten und Verwandten mit 28 bzw. 26 Prozent. Weitere Medien, die der Übermittlung von Informationen zu kulturtouristischen Themen dienen, sind die Reiseseiten in Tageszeitungen, Reisebüros, Werbung in Zeitungen und Zeitschriften sowie Tourismusinformationen bzw. das Fremdenverkehrsamt. Fernsehsendungen sowie das Radio spielen als Informationskanäle in diesem Zusammenhang eine zu vernachlässigende Rolle (vgl. Abb. 3.5.1).

Abb. 3.5.1

Informationskanäle zum Thema Kulturtourismus

„Auf welchem Weg informieren Sie sich bevorzugt speziell zu Themen des Kulturtourismus?“

n = 1.012; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich, offene Frage.



Quelle: Bundesweite Haushaltsbefragung der imug GmbH im Auftrag der NORD/LB, 2004.

NORD/LB



Wittenberg - Lutherhalle - 3 Originale 1520

4. Zielgruppenanalyse

Der Besuch kulturhistorischer Stätten spricht nicht alle Bevölkerungsgruppen in gleicher Intensität an. Entsprechend sollten für die Erarbeitung eines strategischen Marketing spezifische Zielgruppen herausgefiltert werden, die ein besonderes Interesse an Kulturgütern als ausschließlichem oder ergänzendem Reismotiv entwickeln. Die wesentlichen Gästegruppen in diesem Tourismussegment sind Kulturreisende, Kulturinteressierte und Event-Touristen, wobei vor allem die Kulturreisenden höher gebildete, mit höherem Einkommen ausgestattete Personen sind, die ihre explizit auf Kultur ausgerichtete Reise oftmals unabhängig von

Saisonzeiten wahrnehmen können. Beim Kulturtourismus stehen neben der Authentizität des Angebotes ein inszeniertes Erlebnis und Spannung immer stärker im Vordergrund zunehmend hybrider Besucher.

Zur Herausarbeitung von Zielgruppen aus der bundesweiten Befragung wurde eine Segmentierung der Befragten in homogene Teilgruppen vorgenommen. Der Begriff der Marktsegmentierung entspricht der Grundidee, dass sich die Konsumenten durch spezifische Bedürfnisse hinsichtlich des relevanten Produktes unterscheiden. Um die Kenntnisse über Nutzungsverhalten

und Motive der Befragten beim Besuch kultureller Güter zu bündeln, wird das statistische Verfahren der Clusteranalyse eingesetzt. Ziel dabei ist es, die Probanden so zu Gruppen (Clustern) zusammenzufassen, dass die Personen in einer Gruppe möglichst homogen und die Gruppen untereinander möglichst heterogen sind (Backhaus, Erichson, Plinke 2003; Herrmann, Homburg 1999 sowie Hammann, Erichson 2000).

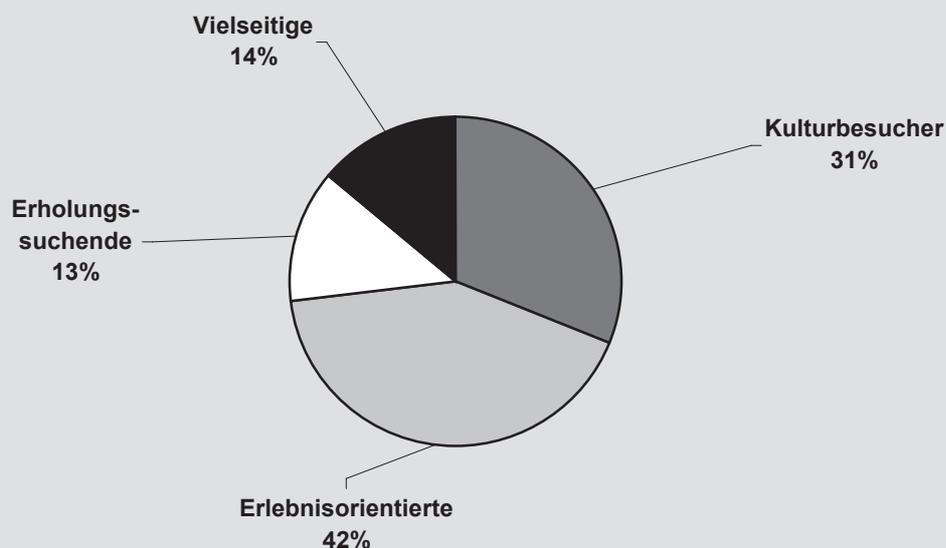
4.1 Zielgruppendefinition

Über die abgefragten Besuchsmotive und die Einstellung zu Zusatzangeboten wurden vier Cluster unter der befragten Bevölkerung ermittelt. Diese Gruppen sind unterschiedlich stark besetzt und zeichnen sich durch

bestimmte Merkmale aus. Grundsätzlich erfordert eine differenzierte Zielgruppenanalyse ein spezielles Frage-schema, das den Umfang dieser Untersuchung überschritten hätte. Dennoch konnte aus den Fragen nach Aktivitäten und Angebotswünschen eine grobe Clustierung in die folgenden vier Gruppen vorgenommen werden, um Anhaltspunkte für die Zielgruppenansprache zu erhalten.

Erlebnisorientierte: Den größten Anteil an den Befragten, die überhaupt Tagesausflüge oder Urlaubsreisen in Deutschland unternehmen, bildet mit 42 Prozent die Gruppe der Erlebnisorientierten. Diese zeichnet sich aus durch eine überdurchschnittliche Bedeutung der Aktivitäten Shopping, Besuch von Freizeitparks

Abb. 4.1.1 Zielgruppensegmentierung



n = 859; nur Befragte, die Tagesausflüge bzw. Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands unternehmen.

Quelle: Bundesweite Haushaltsbefragung der imug GmbH im Auftrag der NORD/LB, 2004.

NORD/LB

und Sport sowie durch ein vergleichsweise hohes Interesse an fast allen abgefragten Zusatzangeboten (insbesondere Einkaufsmöglichkeiten, Souvenirs, stilvolle Unterkünfte).

Kulturbesucher: Mit einem Anteil von 31 Prozent folgen die Kulturbesucher mit einer überdurchschnittlichen Bedeutung kultureller Aktivitäten, hohem Interesse an kulturellen Zusatzangeboten (klassische Konzerte/Theater), an Führungen und Informationsmaterial. Hier ist der Anteil älterer Bevölkerungsgruppen und der Akademiker relativ hoch.

Vielseitige: 14 Prozent der Befragten sind der Gruppe der Vielseitigen (ausgewogene Bedeutung der Aktivitäten, geringes Interesse an Zusatzangeboten, hoher Anteil jüngerer Befragter, meist ohne Kinder) zuzuordnen.

Erholungssuchende: Die Gruppe der Erholungssuchenden (Spazierengehen, Wandern, Natur erleben, Rad fahren, relativ geringes kulturelles Interesse, wenig Interesse an Zusatzangeboten, mittleres Alter und mittlerer Bildungsstand, oft mit Kindern) hat schließlich einen Anteil von 13 Prozent.

Insbesondere die Gruppen der Erlebnisorientierten und der Kulturbesucher decken jeweils einen recht großen Teil der Bevölkerung ab. Eine engere Eingrenzung der Zielgruppen (z. B. Musikliebhaber, Architekturinteressierte) würde zwar die Anteile der Interessierten an einzelnen Sehenswürdigkeiten innerhalb der Zielgruppen erhöhen, die Gruppen würden aber jeweils nur kleine Teile der Gesamtbevölkerung abdecken

4.2 Soziodemografische Struktur der Gruppen

Die Kulturbesucher sind bis zum Alter von 45 Jahren unterrepräsentiert, ab 56 Jahren stellen sie die deutlich stärkste Gruppe unter den Befragten dar. Sie verfügen überproportional häufig über einen Hochschulabschluss, leben überwiegend allein oder im Zwei-Personenhaushalt ohne Kinder. Die Erlebnisorientierten sind in den Gruppen bis 55 Jahre mit einem etwas höheren Gewicht zwischen 36 und 45 Jahren relativ gleich verteilt. In den Altersgruppen ab 56 sind sie deutlich schwächer vertreten. Sie verfügen über mittlere Bildungsabschlüsse und sind über alle Haushaltsgruppen verteilt. Etwas weniger als die Hälfte lebt mit Kindern zusammen, bei den Single-Haushalten sind sie unterrepräsentiert. Die Erholungssuchenden sind etwas jünger, überwiegend weiblich und verfügen über einen Realschul- oder gleichwertigen Abschluss und leben mehrheitlich mit Kindern. Die Vielseitigen sind in allen Altersgruppen verteilt, haben überproportional oft einen Hochschulabschluss und leben überwiegend in Haushalten ohne Kinder.

4.3 Zielgruppenspezifisches Interesse an einzelnen Kulturgütern

Es ist anhand der erhobenen Daten möglich, das Interesse an den abgefragten kulturellen bzw. potenziellen kulturellen Leuchttürmen sowie die Eignung zusätzlicher, begleitender Angebote zielgruppenspezifisch zu beleuchten. Am größten ist das Interesse für alle abgefragten Kulturgüter erwartungsgemäß bei der Gruppe der Kulturbesucher (vgl. Abb. 4.3.1 u. Abb. 4.3.2). Aber auch viele Erlebnisorientierte sind neben anderen

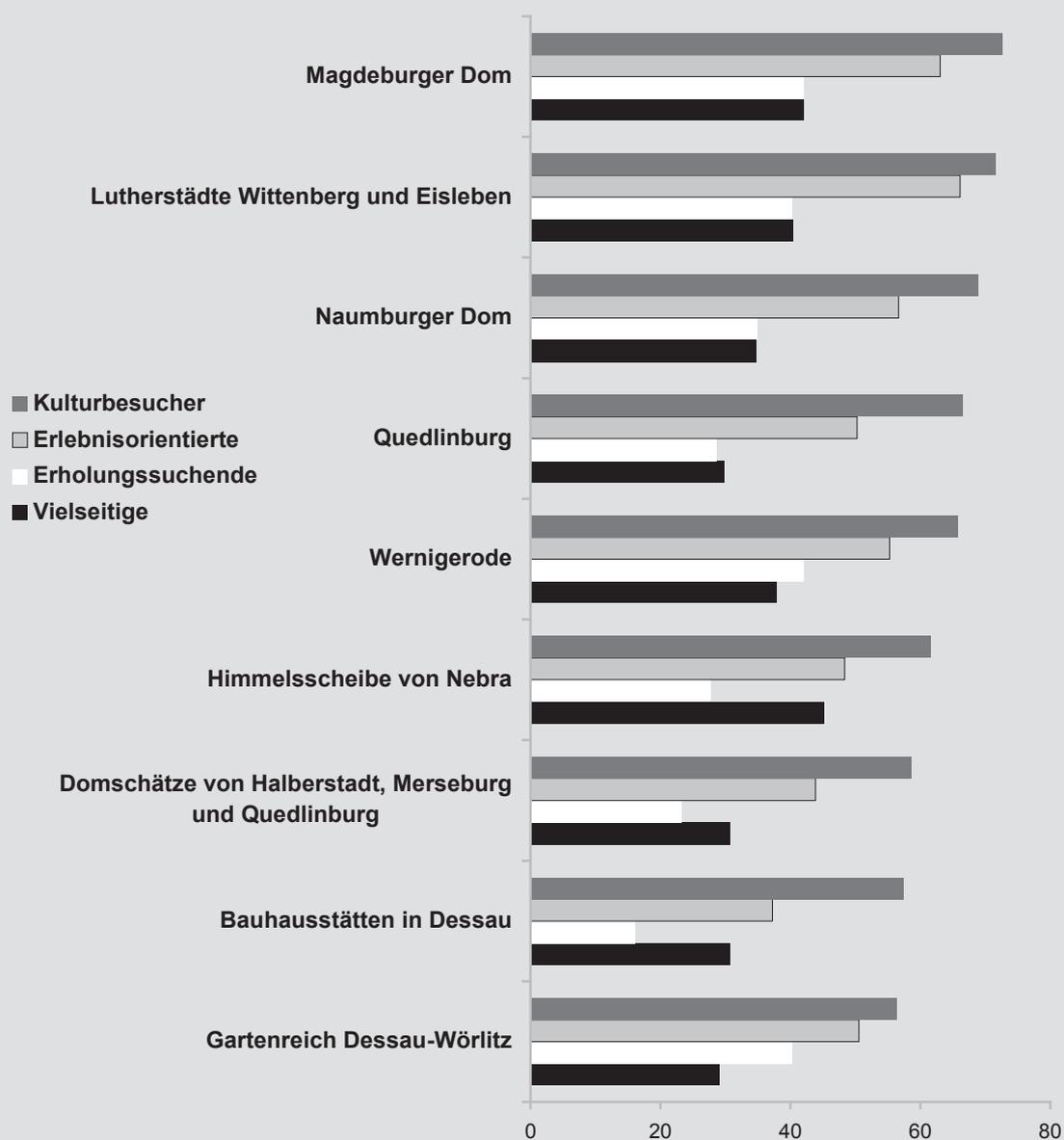
Aktivitäten an einem Besuch einzelner Sehenswürdigkeiten interessiert. Die Erholungssuchenden und die

Vielseitigen interessieren sich nur für ausgewählte Kulturgüter.

Abb. 4.3.1

Vorrangiges Interesse der Zielgruppen

Anteil der Antworten "sehr interessant" und "interessant" in Prozent.



Quelle: Bundesweite Haushaltsbefragung der imug GmbH im Auftrag der NORD/LB, 2004.

NORD/LB

Den größten Anklang bei den Kulturbesuchern finden der Magdeburger Dom sowie die Lutherstädte Witten-

berg und Eisleben mit mehr als 70 Prozent der Nennungen. Auch alle anderen bereits als kulturelle

Abb. 4.3.2 Weiteres Interesse der Zielgruppen



Leuchttürme definierten Kulturgüter kommen auf Werte über 50 Prozent. Die Himmelscheibe von Nebra als gerade neu entdecktes Kulturgut stößt auf das Interesse von mehr als 60 Prozent der Kulturbesucher. Die Domschätze von Halberstadt, Merseburg und Quedlinburg erreichen fast 60 Prozent, aber auch historische Kleinstädte wie Tangermünde und Stolberg sowie das Händel-Haus in Halle interessieren mehr als die Hälfte der Kulturbesucher. Die Verbundthemen Straße der Romanik und Gartenträume liegen gleichauf bei etwa 55 Prozent.

Auch in der großen Gruppe der Erlebnisorientierten sind viele der Befragten an einzelnen Sehenswürdigkeiten interessiert. An vorderster Stelle liegen die Lutherstädte Wittenberg und Eisleben mit 67 Prozent vor dem Magdeburger Dom mit etwa 63 Prozent. Mehr als die Hälfte der Erlebnisorientierten zeigt darüber hinaus Interesse am Thema Gartenträume, dem Naumburger Dom und der Stadt Wernigerode, dem Gartenreich Dessau-Wörlitz und der Stadt Quedlinburg. Die Himmelscheibe von Nebra liegt nur knapp dahinter. Die Gruppe der Erlebnisorientierten ist neben den Kulturbesuchern als Zielgruppe daher in jedem Fall zunächst relevant.

Bei den Erholungssuchenden stoßen die Stadt und das Schloss Wernigerode, der Magdeburger Dom, die Lutherstädte Wittenberg und Eisleben sowie das Gartenreich Dessau-Wörlitz auf das größte Interesse. Die Vielseitigen interessieren sich am stärksten für die Himmelscheibe von Nebra, auch hier folgen der Magdeburger Dom und die Lutherstädte.

Die größte Abweichung zwischen dem Interesse der beiden stärksten Gruppen findet sich bei den Bauhausstätten Dessau. Hier ist der Interessenvorsprung bei den Kulturbesuchern mit Abstand am größten. Die Begründung dürfte in dem bei Kulturbesuchern deutlich stärkeren Interesse an moderner Kunst, Architektur und Design bzw. an der großen Bedeutung spezifischen Wissens liegen. Dies deutet darauf hin, dass die Kulturbesucher hier in jedem Fall die Hauptzielgruppe bilden, wenn auch zusätzlich ein beachtliches Potenzial bei den erlebnisorientierten und bei den vielseitigen Besuchern existiert. Einen großen Interessenvorsprung bei den Kulturbesuchern gibt es weiterhin bei der Stadt Quedlinburg, den Domschätzen von Halberstadt, Merseburg und Quedlinburg sowie den Bachstätten in Köthen. Auch hier haben die nicht primär Kulturinteressierten offenbar die Erwartung, zu wenige Angebote im Umfeld wahrnehmen zu können oder zu trockene Inhalte präsentiert zu bekommen. Bei all diesen Ergebnissen muss berücksichtigt werden, dass die telefonische Befragung nur sehr kurze Beschreibungen der prägenden Elemente eines Kulturguts zulässt.

Der deutliche Vorsprung der Kulturbesucher auch bei den kleinen historischen Städten wie Stolberg und Tangermünde hat seine Ursache vermutlich ebenfalls in der Befürchtung, zu wenige Reisemotive gleichzeitig abdecken zu können.

4.4 Zielgruppenspezifisches Interesse an Zusatzangeboten

Auch das Interesse an Zusatzangeboten ist zielgruppenspezifisch ausgeprägt. Für die Kulturbesucher haben Sachinformationen einen sehr hohen Stellenwert.

Mehr als 80 Prozent der Befragten legen Wert auf sachkundige Führungen, an zweiter Stelle steht das orts- und objektbezogene Informationsmaterial (vgl. Abb. 4.4.1). Das hohe Interesse an Möglichkeiten zum Naturerlebnis, das an dritter Stelle steht, zeigt, dass auch die hier als Kulturbesucher klassifizierten Touristen zum überwiegenden Teil nicht allein an der Besichtigung von Kulturgütern interessiert sind. Vielmehr sind Kulturgüter ein wichtiges Reisemotiv, das andere Aktivitäten nicht ausschließt. Mehr als die Hälfte der

Kulturbesucher wünscht sich zudem klassische Konzerte und/oder Theateraufführungen sowie historische Märkte als ergänzende Angebote. Auch hochwertige gastronomische Angebote und stilvolle Unterkünfte spielen noch eine wichtige Rolle, was auf die relativ hohe Kaufkraft der Gruppe schließen lässt.

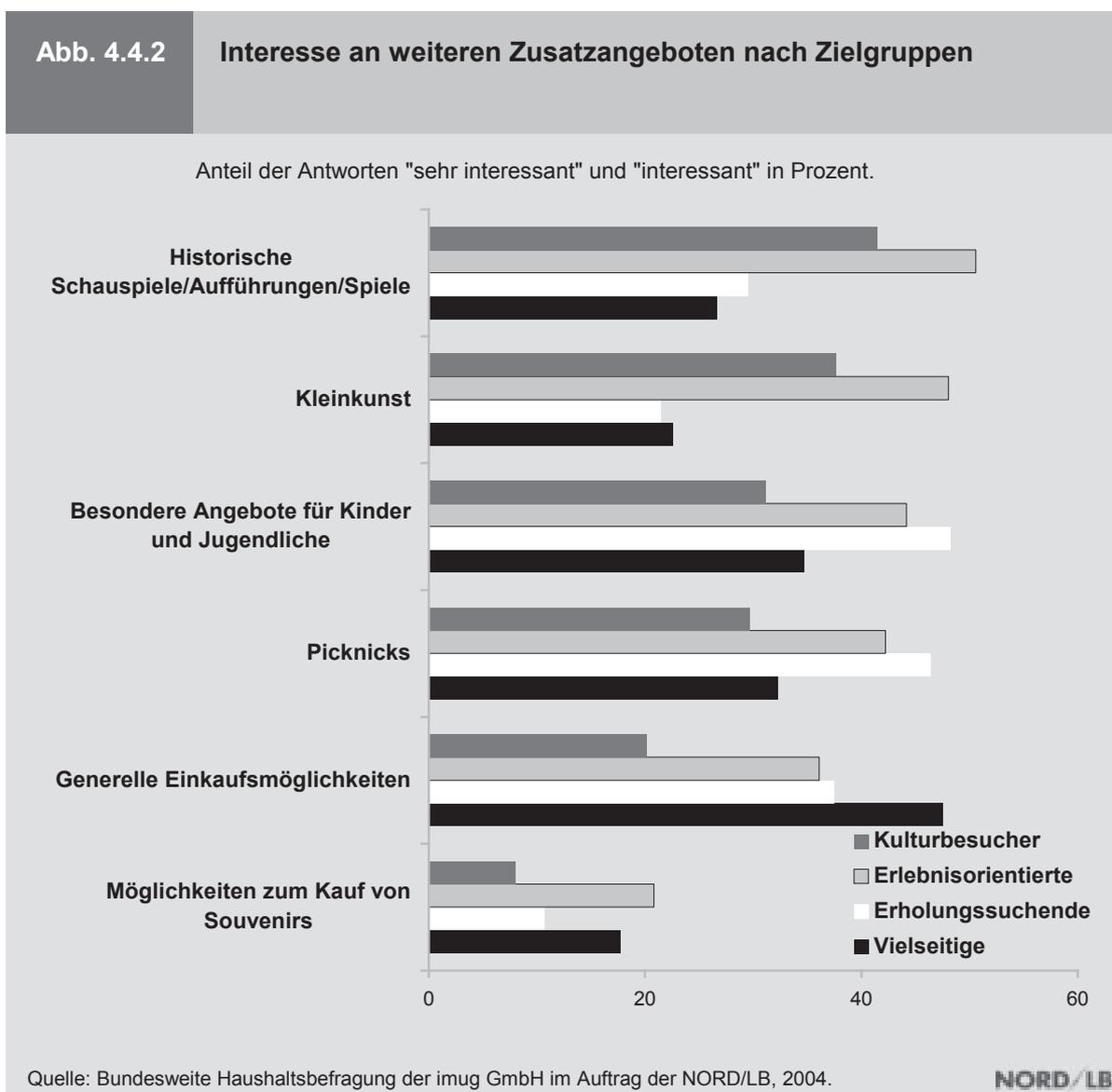
Bei den Erlebnisorientierten stellt der Besuch von Kulturgütern nicht das vorrangige Reisemotiv dar. An erster Stelle unter den Zusatzangeboten stehen die Mög-



lichkeiten zum Naturerlebnis. Auch für diese Gruppe haben sachkundige Führungen und orts- und objektbezogenes Informationsmaterial einen hohen Stellenwert. Insgesamt sind Zusatzangebote für die erlebnisorientierten Besucher wichtiger als für die Kulturbesucher. Neben stilvollen Unterkünften und hochwertigen gastronomischen Angeboten spielen vor allem die generellen Einkaufsmöglichkeiten eine bedeutende Rolle, die für den überwiegenden Teil der Kulturbesucher nicht

von besonderem Interesse sind. Gut die Hälfte aus der Gruppe der Erlebnisorientierten wünscht sich außerdem besondere Angebote für Kinder und Jugendliche, diese Differenz begründet sich aus der unterschiedlichen Familienstruktur der beiden Gruppen. Klassische Konzerte und Theateraufführungen sind für die Erlebnisorientierten nicht ganz so wichtig, dafür stehen Picknicks höher im Kurs.

Abb. 4.4.2 Interesse an weiteren Zusatzangeboten nach Zielgruppen

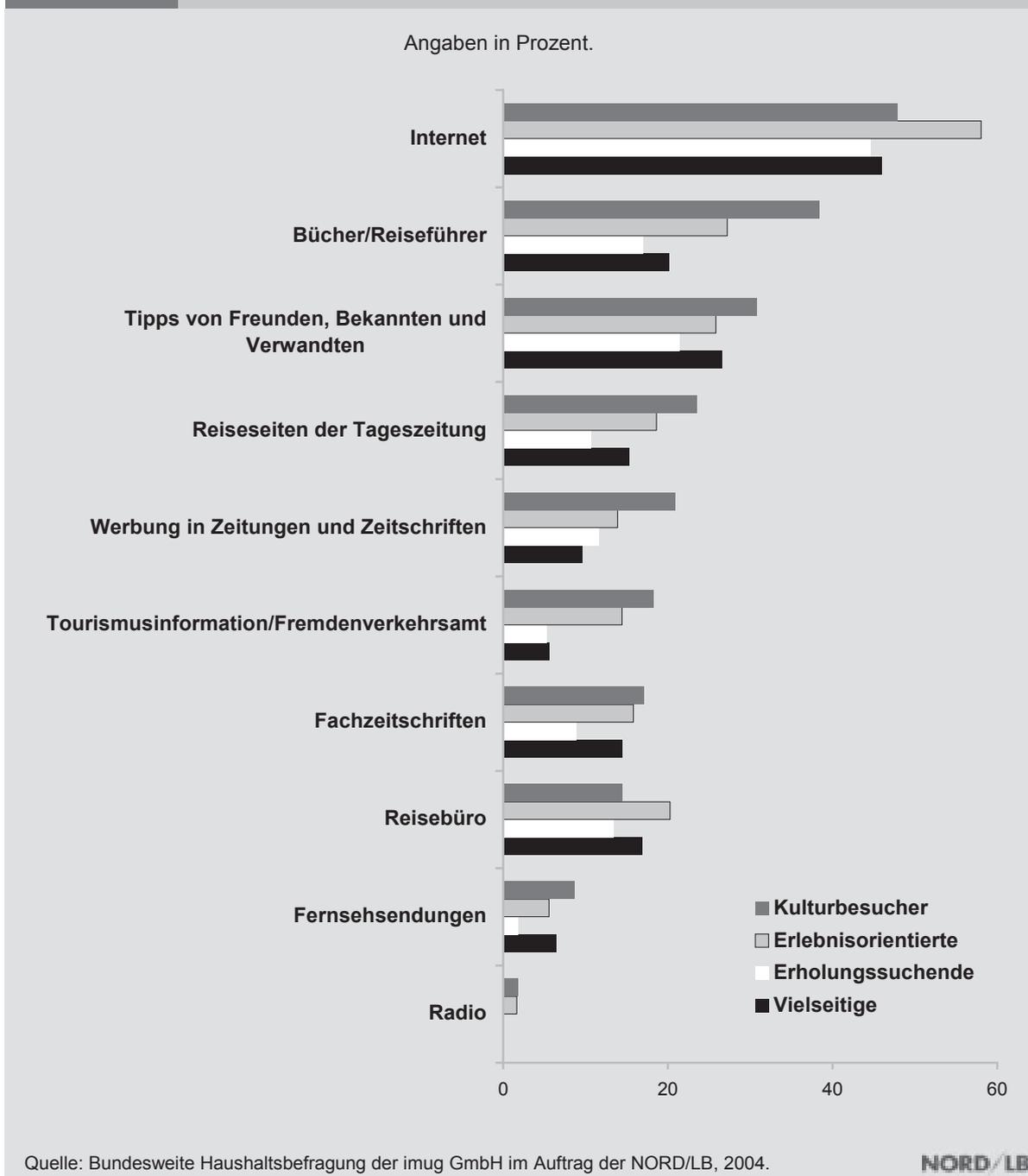


Auch für die Erholungssuchenden ist das Naturerlebnis wichtigstes Zusatzangebot. Es folgen wie in den vorgenannten Gruppen Informationsmaterial und sachkundige Führungen, die Anteile der Interessierten sind jedoch geringer als bei den beiden ersten Gruppen. Höher im Kurs liegen bei den Erholungssuchenden besondere Angebote für Kinder und Jugendliche sowie Picknicks und Einkaufsmöglichkeiten. Bei den Vielseitigen liegen Führungen und Informationsmaterial knapp an erster Stelle vor den generellen Einkaufsmöglichkeiten und hochwertigen gastronomischen Angeboten. Allein diese Gruppe findet wenig Interesse am Naturerlebnis.

Die Kulturbesucher stellen sachkundige Führungen und ortsbezogenes Informationsmaterial an die erste Stelle bei ihren Wünschen. Diese beiden Angebote sind auch für die anderen Gruppen sehr wichtig und damit generell unverzichtbar. Ebenfalls von Bedeutung sind generell stilvolle Unterkünfte, das Angebot historischer Märkte und hochwertige gastronomische Angebote. Sehr wichtig ist für alle außer den Vielseitigen zudem die Möglichkeit zum Naturerlebnis. Hier bieten sich kombinierte Angebote mit dem Besuch von Gartenanlagen, Spaziergängen oder Radtouren an. Alle Gruppen außer den Kulturbesuchern erwarten außerdem Einkaufsmöglichkeiten (nicht primär Souvenirs; vgl. Abb. 4.4.2). Um Einkaufsmöglichkeiten zu integrieren, wären ebenfalls kombinierte Angebote der Kulturgüter mit den jeweiligen Städten im Umfeld attraktiv.

4.5 Mediennutzung der Zielgruppen

Generell steht bei allen vier Gruppen das Internet als Informationsmedium im Vordergrund (vgl. Abb. 4.5.1). Besonders die Erlebnisorientierten rufen dort mit weitem Abstand am häufigsten Informationen ab. Zwar gibt auch fast die Hälfte der Kulturbesucher an, sich im Internet über Themen des Kulturtourismus zu informieren, in dieser Gruppe werden darüber hinaus aber auch Bücher und Reiseführer, Empfehlungen Bekannter sowie Zeitungen und Zeitschriften stärker zu Rate gezogen. Das Reisebüro ist vor allem bei den Erlebnisorientierten noch von relativ hoher Bedeutung.

Abb. 4.5.1 Mediennutzung nach Zielgruppen




Stiftskirche St. Servatius in Quedlinburg

5. Ansatzpunkte für strategische Maßnahmen

Aus der bundesweiten Haushaltsbefragung ergeben sich gezielte Anhaltspunkte für ein strategisches Marketing des Landes im Bereich des Kulturtourismus. Es ist nicht Aufgabe dieser Studie, Empfehlungen auf der Ebene operativer Maßnahmen zu geben. Es kann sich vielmehr nur um Anregungen handeln, die im weiteren durch die konkrete Ausarbeitung einzelner Marketingmaßnahmen unterlegt werden müssen. Generell geht es zur Erhöhung der regionalwirtschaftlichen Effekte durch die Einbindung von Kulturgütern in Tourismuskonzepte um eine Verlängerung der Aufent-

haltsdauer durch Verbundthemen und Zusatzangebote sowie um die Nutzung von Ausstrahlungseffekten der besonders herausgehobenen Leuchttürme zur Stärkung der weiteren Potenziale des Landes.

Eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Vermarktung der Kulturgüter Sachsen-Anhalts ist ein Marketingkonzept, welches an den Bedürfnissen einzelner Zielgruppen ansetzt. In diesem Zusammenhang ließe sich ein professionelles Zielgruppenkonzept entwickeln (Brandt 2004 (2), S. 16ff.). Da dies innerhalb

des vorliegenden Auftrags nicht realisiert werden konnte, sollte die im Rahmen dieser Studie erarbeitete Zielgruppendefinition durch weitere Marktforschungsaktivitäten vertieft werden. Sie bietet jedoch eine entscheidende Grundlage für künftige Marketingentscheidungen.

Es ergeben sich im Wesentlichen folgende Handlungsfelder:

5.1 Bekanntheitsgrad kultureller Leuchttürme

Die Untersuchung hat gezeigt, dass sich zum Teil erhebliche Differenzen zwischen dem bisherigen Bekanntheitsgrad vieler Kulturgüter Sachsen-Anhalts und dem tatsächlichen Besuchsinteresse großer Bevölkerungsteile ergeben. Während die populärsten Kulturdenkmäler (Lutherstädte Wittenberg und Eisleben, Magdeburger Dom, Stadt mit Schloss Wernigerode), die bereits über einen Bekanntheitsgrad von über 65 Prozent verfügen, bei über der Hälfte der Befragten auf Interesse stoßen, gibt es eine Reihe anderer kultureller Leuchttürme, zum Teil sogar Weltkulturerbestätten, die der bundesdeutschen Bevölkerung bislang kaum bekannt sind, aber ein beachtliches Besuchsinteresse generieren. Besonders deutlich ist dies beim Thema Gartenträume, dem Gartenreich Dessau-Wörlitz und dem Schloss Neuenburg in Freyburg. Aber auch das Landesmuseum für Vorgeschichte, die Himmelscheibe von Nebra, die Straße der Romanik, die Bachstätten in Köthen sowie die Franckeschen Stiftungen weisen in dieser Hinsicht noch ein erhebliches Vermarktungspotenzial auf.

Diese Ergebnisse zeigen, dass vor allem für diese Kulturgüter eine gezielte Kommunikationsstrategie erforderlich ist, mit deren Hilfe weitere beachtliche Besucherpotenziale erschlossen werden können. Welche Medien für eine solche Strategie besonders geeignet sind, wird in Kapitel 5.3 näher dargestellt.

5.2 Zusatzangebote nach Zielgruppen

Für die zukünftige Vermarktung der kulturellen Leuchttürme Sachsen-Anhalts ist die Entwicklung von Zusatzangeboten von entscheidender Bedeutung. Sie tragen nicht nur dazu bei, den Urlaub in Sachsen-Anhalt möglichst attraktiv zu gestalten und die Besucherzufriedenheit zu erhöhen, sondern auch zusätzliche Wertschöpfungseffekte zu erzielen (vgl. Kap. 3.4). Um den verschiedenen Bedürfnissen der einzelnen Zielgruppen gerecht zu werden, sollten die Zusatzangebote zielgruppenspezifisch entwickelt werden.

Die Kulturbesucher, die per definitionem das höchste Interesse an den kulturellen Leuchttürmen Sachsen-Anhalts aufweisen, sind primär an originären, d. h. in direktem Zusammenhang zum Kulturgut stehenden, Zusatzleistungen interessiert. Dazu gehören im Wesentlichen sachkundige Führungen, orts- und objektbezogenes Informationsmaterial sowie die Möglichkeit zum Naturerlebnis. Darüber hinaus weisen die Kulturbesucher aber auch ein Interesse an den „klassischen“ kulturellen Zusatzangeboten wie Theateraufführungen und/oder Konzerte sowie historische Märkte auf. Nicht zuletzt legt diese Zielgruppe auch einen großen Wert auf stilvolle Unterkünfte.

Die Erlebnisorientierten erwarten darüber hinaus hochwertige gastronomische Angebote und sind zusätzlich interessiert an historischen Aufführungen, Kleinkunst und Kinderangeboten. Mit diesen ergänzenden Angeboten zeigt sich diese Gruppe ebenfalls in hoher Zahl für den Besuch der kulturellen Leuchttürme aufgeschlossen, sie bildet bei allen Kulturgütern die am stärksten ansprechbare Gruppe nach den Kulturbesuchern, erwartet aber eine größere Vielfalt an Zusatzangeboten.

Für die Erholungssuchenden sind neben Führungen und Informationen das Naturerlebnis, Kinderangebote, Picknicks, historische Märkte und generelle Einkaufsmöglichkeiten als Zusatzangebot von besonderem Interesse. Die Wünsche sind also sehr vielfältig, Konzerte und Aufführungen gehören aber eher nicht dazu.

Bei der Gruppe der Vielseitigen stehen neben sachkundigen Führungen sowie orts- und objektbezogenem Informationsmaterial die generellen Einkaufsmöglichkeiten und hochwertige gastronomische Angebote im Vordergrund.

Die größten Gruppen der Kulturbesucher und der Erlebnisorientierten weisen mit Abstand die höchste Aufgeschlossenheit gegenüber allen Kulturgütern und Themen auf. Der Zuschnitt spezifischer Zusatzangebote und die Gestaltung von Marketingmaßnahmen sollten sich daher vor dem Hintergrund einer Erhöhung der Besucherzahlen schwerpunktmäßig auf diese Gruppen konzentrieren. Das Interesse für viele Einrichtungen ist bei den Kulturbesuchern deutlich höher als bei den Erlebnisorientierten, diese umfassen aber

einen größeren Anteil der Bevölkerung, sollten daher also zumindest dort, wo erwünschte Zusatzangebote verträglich einzurichten sind, in jedem Fall Berücksichtigung finden.

Insgesamt fällt auf, dass es sich bei den drei am häufigsten nachgefragten Zusatzangeboten „sachkundige Führung, orts- und objektbezogenes Informationsmaterial, Naturerlebnis“ um originäre, d. h. in unmittelbarem Zusammenhang mit den Kulturgütern stehende, Zusatzleistungen handelt, die zugleich ein integraler Bestandteil einer guten Servicequalität sind. Auch die darauf folgenden Angebote Unterkünfte und Gastronomie repräsentieren Zusatzangebote, die offenkundig die Attraktivität der jeweiligen Destination erheblich verbessern können. An dritter Stelle folgen historische Märkte, klassische Aufführungen und Konzerte sowie historische Aufführungen, die sich durch ihren Eventcharakter mit komplementärem Bezug zum Kulturgut auszeichnen und für spezifische Besuchergruppen von großem Interesse sind. Diese Ergebnisse zeigen, dass insbesondere letztere Zusatzangebote, die mit einem erheblichen Kostenaufwand verbunden sind, bei den Kunden nicht an erster Stelle stehen. Es sollte daher darauf geachtet werden, dass die Entwicklung solcher Zusatzangebote nicht zu Lasten der originären Dienstleistungen erfolgt.

5.3 Exkurs: Menschliche Ur- und Frühgeschichte

Die Fragen zum Thema menschliche Ur- und Frühgeschichte ergaben ein hohes Interesse an Fundorten, Fundstücken, Informationen über die Lebensweise der Menschen und ein erlebnisorientiertes Museum bei

spezifisch an dieser Thematik orientierten Befragten. Die hohe Affinität der Erlebnisorientierten und der Vielseitigen zu einem Besuch der Himmelscheibe von Nebra zeigt darüber hinaus, dass auch diejenigen, die sich nicht als grundsätzlich am Thema Ur- und Frühgeschichte Interessierte bezeichnen, für das Thema aufgeschlossen sind, wenn herausragende Fundstücke anschaulich inszeniert werden.

Erwartungsgemäß ist ein großer Teil der Befragten mit einem spezifischen Zugang zur Ur- und Frühgeschichte auch an der Himmelscheibe von Nebra interessiert. Aber auch 40 Prozent derjenigen, die ansonsten keine besondere Affinität zu Zeugnissen der menschlichen Ur- und Frühgeschichte zeigen, können sich einen Besuch der Himmelscheibe vorstellen. Während die Präferenz für Ur- und Frühgeschichte eindeutig in den Altersgruppen ab 36 Jahren am höchsten ist, kommen bei der Himmelscheibe besonders die unter 25-Jährigen als sehr interessierte Gruppe hinzu. Die höchsten Werte liegen in Bezug auf die Himmelscheibe noch deutlicher als in Bezug auf die Ur- und Frühgeschichte bei den höheren Bildungsabschlüssen (Abitur, Hochschule). Es besteht also die Chance, über die Inszenierung der Himmelscheibe weitere Besucher für das Museum für Vorgeschichte sowie zusätzliche Angebote in dessen Umfeld zu generieren. Da dieses herausragende Fundstück auch nach der Ausstellung einer Vielzahl von Besuchern zugänglich gemacht werden soll und es das touristische Potenzial Sachsen-Anhalts maßgeblich erweitert, muss der Ausbau bzw. die Weiterentwicklung des Museums und die Präsentation und Positionierung dieser Einrichtung in der deutschen Museumsland-

schaft ein zentrales strategisches Anliegen der Tourismuspolitik des Landes sein.

Ob die weiteren Planungen spezifischer Projekte im Zusammenhang mit der Himmelscheibe in Sachsen-Anhalt tragfähig sind, lässt sich im Rahmen dieser Kurzstudie nicht beantworten. Grundsätzlich wurden Inszenierungen an den Original-Fundorten durch die Befragungsergebnisse unterstützt und erlebnisorientierte Elemente nachgefragt, die konkreten Konzepte müssten jedoch einer intensiveren Prüfung unterzogen werden.

5.4 Medienauswahl

Bei der Information über Themen des Kulturtourismus hat das Medium Internet mittlerweile die größte Bedeutung erlangt. Fast die Hälfte aller Befragten bezieht ihre Informationen ausschließlich oder zusätzlich zu anderen Quellen aus dem Netz. Am stärksten verbreitet ist das Internet bei den Erlebnisorientierten, aber auch 48 Prozent der Kulturbesucher wählen diesen Weg. In der Bedeutung für Kulturbesucher und Erlebnisorientierte folgen Bücher und Reiseführer sowie Tips von Freunden und Bekannten. Auch die Reiseseiten der Tageszeitung und die Werbung in Zeitungen und Zeitschriften dienen noch etwa jeweils einem Fünftel aus den beiden größten Zielgruppen als Informationskanal. Die überragende Bedeutung des Internets weist darauf hin, dass ein gelungener Auftritt in diesem relativ kostengünstigen Medium von großer Bedeutung ist. Die Darstellung der kulturellen Leuchttürme Sachsen-Anhalts im Internet ist schon jetzt umfassend und übersichtlich, die Platzierung einer Reihe

von Themen in den Internet-Suchmaschinen ist zufriedenstellend.

5.5 Verbundkonzepte

Die Entwicklung von Verbundangeboten kann die Besucher dazu veranlassen, Leistungen in Anspruch zu nehmen, die sie einzeln nicht bezogen hätten, und somit einen Nutzenzuwachs gegenüber der Einzelleistung stiften. Die dadurch erzielte höhere Kundenzufriedenheit erhöht auch die Wahrscheinlichkeit von Wiederholungsbesuchen und einer Weiterempfehlung. Die Tourismuskonzeption des Landes sieht eine Reihe von Verbundthemen vor. Im Vordergrund stehen dabei die Straße der Romanik, die Gartenträume und das Blaue Band. Letzteres fällt nicht in den Bereich des Kulturtourismus. Weitere Themen sind Luthers Land, Weltkulturerbe und Musikland Sachsen-Anhalt. Fast alle der abgefragten Kulturgüter lassen sich in eines der Themen einordnen.

Die Vielfalt der bedeutenden Kulturgüter von überregionalem Interesse legt nahe, unterschiedliche Kombinationen und Schwerpunktthemen zu bilden. Es besteht jedoch die Gefahr, dass die kulturellen Highlights bei einer Themenbildung nivelliert werden. Sie sollten daher eine Sonderstellung einnehmen und als eigenständige Leuchttürme kommuniziert werden. Bei einer Verknüpfung der Kulturgüter unter einem Verbundthema müssen Mindest-Qualitätsanforderungen an die einzelnen Bestandteile angelegt werden, da einzelne Sehenswürdigkeiten, die diesen Ansprüchen nicht genügen, das Gesamtbild negativ prägen können. Für jedes der teilnehmenden Objekte müssen besondere Qualitäten herausgearbeitet werden, damit sie

von den besonders bedeutenden Leuchttürmen nicht in den Hintergrund gestellt werden. Durch die Entwicklung eines spezifischen Profils für einzelne Sehenswürdigkeiten wird dem Besucher aufgezeigt, dass auch weniger bekannte Objekte einen Besuch wert sind.

Die Straße der Romanik verbindet die mit hohem Besucherinteresse ausgestatteten kirchlichen Bauten. An allen abgefragten romanischen Bauwerken gemeinsam sind knapp ein Viertel der Befragten interessiert. Deutlich herausragend sind dabei der Magdeburger Dom, der Naumburger Dom und die Stadt Quedlinburg. Diese herausragenden Leuchttürme der Romanik sollten in der Darstellung des Verbundthemas als Highlights deutlicher herausgestellt werden. Gleiches gilt für das Thema Gartenträume. Mit den Gartenträumen wird die neu erwachte Beachtung historischer Gartenanlagen genutzt. Alleinstellungsmerkmal für Sachsen-Anhalt ist in diesem Bereich eindeutig das Gartenreich Dessau-Wörlitz, das daher auch als Aushängeschild in der Verknüpfung zum Thema Gartenträume stärker hervorgehoben werden sollte.

An vorderster Stelle des abgefragten Interesses stehen die Lutherstätten in Wittenberg und Eisleben. Der Name Martin Luther ist eng mit dem Land Sachsen-Anhalt verbunden. Die Städte Wittenberg und Eisleben bilden ein enormes Potenzial für den Kulturtourismus. Eine weitere Verbindung mit den sächsischen und thüringischen „Luther-Standorten“ schafft ein mitteldeutsches Thema, das ganz im Sinne der ohnehin verstärkten Zusammenarbeit der drei Länder liegt. Luther ist zweifelsfrei ein Alleinstellungsmerkmal in dieser Region. Es existiert bereits eine thematische

Vernetzung der einzelnen Stätten über das Verbundthema „Luthers Land“ in Sachsen-Anhalt und die länderübergreifenden Aktivitäten des Vereins „Wege zu Luther“. Was fehlt, ist ein Marketingkonzept, das Themen, Stätten und Akteure systematisch einbindet und zielgruppenspezifisch die großen Potenziale ausschöpft. Knapp ein Drittel der Befragten, die Interesse an den Lutherstädten bekunden, hat auch die Franckeschen Stiftungen ausgewählt. Das zeigt, dass eine Platzierung der Stiftungen in der Luther-Vermarktung sich positiv auf die Besucherzahlen auswirken kann.

Eine Segmentierung des Interesses der Kulturbesucher an einzelnen Sehenswürdigkeiten Sachsens-Anhalts nach Altersgruppen ergab, dass die über 65-Jährigen Kulturbesucher mit Ausnahme der Himmelscheibe von Nebra und den „Gartenträumen“ überdurchschnittlich stark an allen Kulturstätten und Denkmälern interessiert sind. Dies trifft vor allem auf religiöse Stätten (Lutherstädte Wittenberg und Eisleben, Dome und Domschätze) zu. Diese Sehenswürdigkeiten verfügen somit insbesondere vor dem Hintergrund des demographischen Wandels über ein zusätzliches Vermarktungspotenzial. Insgesamt ist jedoch im Kulturtourismus eine psychographische Segmentierung, wie sie im Rahmen dieser Studie durchgeführt wurde, einer soziodemographischen Segmentierung vorzuziehen, da es in weiten Bereichen keine nennenswerten Unterschiede zwischen Kulturtouristen im Allgemeinen und älteren Kulturtouristen gibt.

Die Marke „Weltkulturerbe“ scheint sich zwar langsam zu entwickeln, das Verbund-Interesse bei den Befragten liegt bisher aber bei relativ geringen 17 Prozent. Die Besucher der Weltkulturerbestätten sollten

dennoch wechselseitig auf die Existenz der weiteren Stätten in Sachsen-Anhalt hingewiesen werden.

Das Musikland Sachsen-Anhalt fasst mit Weill in Dessau, Händel in Halle, Bach in Köthen, Telemann in Magdeburg, Schütz in Weißenfels und Fasch in Zerbst fünf sehr unterschiedliche Komponisten mit unterschiedlich großer musikgeschichtlicher Bedeutung zusammen. Die Besucherzahlen der in dieser Untersuchung abgefragten potenziellen Leuchttürme weichen mit 42.000 im Jahr 2004 im Händel-Haus in Halle und etwa 9.000 bei den Bachstätten in Köthen stark voneinander ab. Das Ergebnis, dass gut ein Fünftel der Befragten Interesse an beiden Stätten zeigt, deutet aber auf weitere Potenziale hin. Fast 60 Prozent derjenigen, die sich für Händel in Halle interessieren, halten auch einen Besuch der Bachstätten in Köthen für reizvoll. Durch einen entsprechenden Hinweis (z. B. in Form eines Flyers oder einer multimedialen Darstellung) in Halle könnten daher auch die Besucherzahlen in Köthen erhöht werden, wenn auch eine Leuchtturmfunction dort nicht ohne Weiteres erreichbar ist.

5.6 Weitere Verbindungen

Die Bauhausstätten in Dessau treffen vor allem bei jüngeren Befragten, die sich noch in schulischer Ausbildung befinden, sowie bei Älteren ab 46 Jahren mit höherem Bildungsabschluss auf Beachtung. Das gleiche gilt - bei insgesamt niedrigeren Werten - für die Galerie Moritzburg. Mehr als die Hälfte der Bauhaus-Interessierten würden auch die Galerie Moritzburg besuchen. Auch hier würde sich daher ein Hinweis (z. B. über Flyer, Plakate oder multimediale Inszenie-

rungen) empfehlen, der die Aufmerksamkeit der Bauhaus-Besucher auf die Moritzburg lenkt. Darüber hinaus ist eine inhaltliche Zusammenarbeit denkbar, die direkte Bezüge über die Ausstellung von Bauhaus-Künstlern schafft. Für das Bauhaus selbst ist zu überlegen, ob eine stärkere Profilierung als Ausstellungsstandort über die Schaffung geeigneter Räumlichkeiten möglich ist.

Fast zwei Drittel der Besucher derjenigen, die ein Besuch der Bauhausstätten reizen würde, interessieren sich auch für das Gartenreich Dessau-Wörlitz. Hier lenkt allein die räumliche Nähe den Blick auf Kombinationsangebote mit dem Ziel einer verlängerten Aufenthaltsdauer in der Region. Gerade die historische Bedeutung des Gartenreiches als wichtigster Garten der Aufklärung dürfte ebenfalls eine Reihe von Besuchern mit höherem Bildungsabschluss ansprechen.

Die Städte Quedlinburg und Wernigerode treffen auf ein breites gemeinsames Publikum. Insgesamt fast 40 Prozent der Befragten reizt ein Besuch in beiden Städten. Fast 80 Prozent der Quedlinburg-Interessierten würden auch Wernigerode besuchen. Trotz unterschiedlicher Vermarktungsschwerpunkte sollten hier in jedem Fall Kombinationsangebote erarbeitet werden.

Für die konkrete Ausgestaltung der Verbundthemen und -angebote müssen Marketingkonzepte erarbeitet werden, die erwünschte Zusatzangebote zielgruppenspezifisch einbeziehen. Diese Detailarbeit kann im Rahmen dieser Studie nicht geleistet werden.



Bad Lauchstädt - Kolonnaden

6. Literaturverzeichnis

Antz 2004: Chr. Antz, Gartenträume - Historische Gärten und Parks in Sachsen-Anhalt, in: Brandt, von Bothmer, Rohde 2004, S. 68-72.

Backhaus, Erichson, Plinke 2003: K. Backhaus, B. Erichson, W. Plinke, Multivariate Analysemethoden, Berlin 2003.

Brandt, von Bothmer, Rohde 2004: A. Brandt, W. von Bothmer, A. Rohde (Hrsg.), Marketing für Gärten und Schlösser, Touristische Nutzungskonzepte für Gärten, Parks, Herrenhäuser und Schlösser, Rostock 2004.

Brandt 2004 (1): A. Brandt (Hrsg.), Das Gartenreich Dessau-Wörlitz als Wirtschaftsfaktor, Grundlagen für eine Marketing-Konzeption, Rostock 2004

Brandt 2004 (2): A. Brandt, Besuchsbereitschaft und Besucherverhalten in Gärten und Schlössern - Ergebnisse der Marktforschung, in: Brandt, von Bothmer, Rohde 2004.

- Dreyer, Antz 2000: A. Dreyer, Chr. Antz, Handbuch des Tourismus in Sachsen-Anhalt, Magdeburg, Wernigerode 2000.
- Dreyer, Antz 2002: A. Dreyer, Chr. Antz, Handbuch Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt, Magdeburg, Wernigerode 2002.
- Dümcke 2002: C. Dümcke (Hrsg.), Kultur und Tourismus in den neuen Ländern – eine Untersuchung am Beispiel der kulturellen Leuchttürme und Gedächtnisorte, Berlin 2002.
- Eisold, Lautsch 2003: N. Eisold, E. Lautsch, Sachsen-Anhalt, DuMont Kunst-Reiseführer, 2003.
- Händel-Haus Halle 2003: Händel-Haus Halle (Hrsg.), Musikzentrum Händel-Haus in Halle, Halle 2003.
- Hammann, Erichson 2000: P. Hammann, B. Erichson, Marktforschung, Stuttgart 2000.
- Herrmann, Homburg 1999: A. Herrmann, C. Homburg, Marktforschung, Wiesbaden 1999.
- Hoppe 1998: G. Hoppe, Der Musenhof Anhalt-Köthen, Neue Funde aus dem Umkreis des Hofkapellmeisters, in: Stadtverwaltung Köthen 2003, S. 50-55.
- Kindermann 2004: A. Kindermann, Die ganze Welt als Kammerpiel, in: art spezial, 1/2004, S. B24-B27.
- Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Sachsen-Anhalt 2004: Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Sachsen-Anhalt (Hrsg.), Der geschmiedete Himmel, Veranstaltungsverzeichnis, Halle (Saale) 2004.
- Landesmarketing Sachsen-Anhalt 2004 (1): Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH (Hrsg.), Luthers Land Sachsen-Anhalt, Magdeburg 2004.
- Landesmarketing Sachsen-Anhalt 2004 (2): Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH (Hrsg.), Gartenreich Dessau-Wörlitz, Magdeburg 2004.
- Landesmarketing Sachsen-Anhalt 2004 (3): Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH (Hrsg.), Gruppenreisen in Sachsen-Anhalt, Magdeburg 2004.
- Martin 2004: R.-P. Martin, Die Spur der Sterne, in: National Geographic Deutschland, Januar 2004.
- Maraszek 2004: R. Maraszek, Der geschmiedete Himmel - Die weite Welt im Herzen Europas vor 3600 Jahren, in: Meller 2004, S. 16-19.

- Meller 2003: H. Meller (Hrsg.), Geisteskraft, Alt- und Mittelpaläolithikum, Begleithefte zur Dauerausstellung im Landesmuseum für Vorgeschichte Halle, Halle (Saale) 2003.
- Meller 2004: H. Meller (Hrsg.), Der geschmiedete Himmel, Vorwort, Stuttgart 2004.
- Raabe 2001: P. Raabe, Blaubuch. Studie im Auftrag des Beauftragten für die Angelegenheiten der Kultur und der Medien, Berlin 2001.
- Raabe 2002: P. Raabe, Blaubuch 2002/2003, Kulturelle Leuchttürme in Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, Berlin 2002.
- Remmert, Schlenke, Vieth 2004: F. Remmert, S. Schlenke, K. I. Vieth, Ein Blick hinter die Kulissen: Der Gartenträume-Verein stellt sich vor, in: Landesheimatbund Sachsen-Anhalt e. V. (Hrsg.), Sachsen-Anhalt, Journal für Natur- und Heimatfreunde, Nr. 4/2004.
- Roth 2003: M. Roth (Hrsg.), Konferenz nationaler Kultureinrichtungen, Berlin u. a. 2003.
- Stadtverwaltung Köthen 1998: Stadtverwaltung Köthen (Hrsg.), 73. Bachfest der neuen Bachgesellschaft, 17. Köthener Bachfesttage, Köthen (Anhalt) 1998.
- Treizel 2003: G. Treizel, Kleiner Führer durch die Franckeschen Stiftungen zu Halle (Saale), Halle 2003.
- Vereinigte Domstifter zu Merseburg, Naumburg und des Kollegiatstiftes Zeitz 2005 (1): Vereinigte Domstifter zu Merseburg, Naumburg und des Kollegiatstiftes Zeitz, Naumburger Dom St. Peter und Paul, Naumburg, ohne Jahresangabe.
- Vereinigte Domstifter zu Merseburg, Naumburg und des Kollegiatstiftes Zeitz 2005 (2): Vereinigte Domstifter zu Merseburg, Naumburg und des Kollegiatstiftes Zeitz, Merseburger Dom St. Johannes und St. Laurentius, Merseburg, ohne Jahresangabe.
- Wege zu Luther: Wege zu Luther e. V. (Hrsg.), Lutherstätten in Eisenach, Erfurt, Eisleben, Wittenberg, Torgau, Erfurt u. a., ohne Jahresangabe.
- Weiss 2004: Th. Weiss, Gartenreich Dessau-Wörlitz – Lust und Last im Umgang mit einem Weltkulturerbe, in: Brandt, von Bothmer, Rohde 2004, S. 128-133.

<http://www.juling.de/inschrift.php>

<http://www.landesmuseum-fuer-vorgeschichte.de>

<http://www.magdeburgerdom.de>

<http://www.magdeburg-tourist.de/seiten/highlights.html>

<http://www.schloss-neuenburg.de>

Weitere **Tourismus-Studien Sachsen-Anhalts** als konzeptionelle Grundlagen der Tourismuspolitik Sachsen-Anhalts liegen bereits vor und können über www.lmg-sachsen-anhalt.de eingesehen und konsultiert werden:

1. **Handbuch des Tourismus** in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit der Hochschule Harz. 2000
2. **Gartenräume** - Historische Parks in Sachsen-Anhalt. Denkmalpflegerisches und touristisches Gesamtkonzept sowie infrastrukturelle Rahmenplanung. In Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium Sachsen-Anhalt. 2001
3. **Raumordnung und Tourismus** in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt. 2001
4. Handbuch des **Gesundheitstourismus** in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit dem Heilbäder- und Kurorteverband Sachsen-Anhalt. 2001
5. Handbuch **Blaues Band** in Sachsen-Anhalt. 2001
6. Das **Gartenreich Dessau-Wörlitz** als Wirtschaftsfaktor. Grundlagen für eine Marketing-Konzeption. Hg.: NORD/LB Regionalwirtschaft. 2002
7. **Touristisches Leitsystem** in Sachsen-Anhalt. Handlungsempfehlungen für eine einheitliche landesweite Beschilderung. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Bau und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt. 2002
8. **Wirtschaftsfaktor Tourismus** in Sachsen-Anhalt. Daten, Fakten, Zahlen. In Zusammenarbeit mit den Industrie- und Handelskammern Halle-Dessau und Magdeburg. 2002
9. **Otto der Große, Magdeburg und Europa - Auf den Spuren Ottos des Großen**. Die 27. Ausstellung des Europarates und Landesausstellung Sachsen-Anhalts im Kulturhistorischen Museum Magdeburg und die Tourismusprojekte des Landes Sachsen-Anhalt im Jahr 2001. In Zusammenarbeit mit dem Kulturhistorischen Museum Magdeburg und dem Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt. 2002
10. Handbuch **Kongress- und Tagungstourismus** in Sachsen Anhalt. In Zusammenarbeit mit der Hochschule Harz. 2002

11. **Tourismus für alle** - Handbuch barrierefreier Tourismus in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Gesundheit und Soziales und dem Allgemeinen Behindertenverband in Sachsen-Anhalt e.V. (ABiSA). 2002
12. Handbuch **Straße der Romanik** in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit der Hochschule Harz. 2002
13. Handbuch **Industrietourismus** in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt. 2003
14. **Landurlaub Altmark** - Handbuch für eine Reiseregion in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt. 2003
15. Handbuch **Kinder-, Jugend- und Familientourismus** in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium und dem Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt. 2004
16. Handbuch **Sport und Tourismus** in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt. 2004

Impressum

Herausgeber: Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus, NORD/LB
Regionalwirtschaft

Autoren: Karin Beckmann, Dr. Arno Brandt, NORD/LB Regionalwirtschaft; Claudia Hahn, Dipl.-Geogr.; Isabel
Bogorinsky

Wissenschaftliche Begleitung: Ministerium für Wirtschaft und Arbeit, Referat Tourismus, Dr. Christian Antz;
Kultusministerium, Referat Denkmalpflege und Museen, Ingo Mundt;
Landesamt für Denkmalpflege, Dr. Harald Meller

Umschlagfoto: Kunst- und Naturalienkammer der Franckeschen Stiftungen zu Halle, Copyright Franckesche
Stiftungen

Bildnachweis: Landesmarketing Sachsen-Anhalt, Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Sachsen-
Anhalt, Det Reiners/Martin Lege, Lutz Winkler

Layout: Manfred Steincke, Dipl.-Geogr.

Stand: Mai 2005

Druck: Grafisches Centrum Cuno, Calbe

Diese Broschüre darf nicht zur Wahlwerbung in Wahlkämpfen verwendet werden.



SACHSEN-ANHALT

NORD / LB

Norddeutsche Landesbank Girozentrale