



Residenzstadt Neustrelitz

IV/2024/923
Informationsvorlage
öffentlich

Verständigung zum Konzeptvorschlag Schlossturm als Grundlage für eine Fördermittelbeantragung und Beauftragung eines Externen

<i>Organisationseinheit:</i> Bürgermeister <i>Antragsteller:</i>	<i>Datum</i> 12.03.2024
--	----------------------------

<i>Beratungsfolge</i>	<i>Geplante Sitzungstermine</i>	<i>Ö / N</i>
Stadtvertretung der Residenzstadt Neustrelitz (Anhörung)	21.03.2024	Ö

Sachverhalt

Die Stadtvertretung Neustrelitz wird um Kenntnisnahme und Beratung gebeten. Gegenstand dieser Informationsvorlage sind insgesamt folgende Anlagen, die sich als Bestandteil einer Gesamtkonzeption / in einem Grobkonzept für die beabsichtigte Nutzung des zu errichtenden Schlossturms für die nächsten 25 Jahre wiederfinden sollten:

- Anlage 1: Konzept Verwaltung und Planer für den Vorantrag BKM von November 2021
- Anlage 2: Strategiekonzept Route der Demokratiegeschichte von November 2023
- Anlage 3*: Konzeptvorschlag Residenzschlossverein Neustrelitz vom 02.11.2023
- Anlage 4*: Konzeptvorschlag Wilfarth vom 30.06.2023

* Hinweis: Bei Verwendung dieser Anlage bzw. deren Inhalten wird auf das Urheberrecht verwiesen. Sowohl das Konzept des Residenzschlossvereins als auch die Inhalte der Anlage 4 sind von Herr Holger Wilfarth erarbeitet worden und dessen geistiges Eigentum. Es wird hier darauf hingewiesen, dass bei weiterer Verwendung Kosten nicht bekannter Höhe entstehen werden.

Angestrebt wird eine Beratungsfolge und eine Entscheidung seitens der Stadtvertretung Neustrelitz auf der Grundlage der Beratungsergebnisse zum 16.05.2024. Dabei werden sowohl der Residenzschlossverein (Berücksichtigung Verabredung Vereinsmodell) als auch der Schlossarealbeirat in die Beratungsfolge einbezogen, von beiden sollte es eine Empfehlung an die Stadtvertretung und ihre Ausschüsse geben.

Bereits zum Jahreswechsel 2021/2022 hatten wir die Idee eines Vereinsmodells in die Debatte eingebracht, vor dem Hintergrund, dass der Turm ein Nutzungskonzept und dann auch eine (möglichst kostengünstige) Absicherung des laufenden Saisonbetriebs benötigen wird.

Zuvor waren durch die Verwaltung und das Planungsbüro für die erste Planungsphase unter Beteiligung weiterer Akteure die ersten Aussagen zur künftigen Nutzung des Turmes für das BKM verfasst worden (Anlage 1). Seit 2021 sprechen wir also von einem Ausstellungs- und Aussichtsturm, bei dem die angestrebte Bundesförderung über die BKM ein Projekt nationaler Bedeutung (Vorfestlegung Demokratiegeschichte) zu begründen und zu entwickeln verlangt.

Hinsichtlich des Vereinsmodells gab es keine Zustimmung seitens der Vertretung, sondern mittels Informationsvorlage eher eine Selbstbeauftragung des Bürgermeisters, auch der Schlossarealbeirat wurde hinsichtlich eines Konzeptes nicht selbst aktiv. Ein Brief des Bürgermeisters an den Vorstand des Residenzschlossvereins wurde von der damaligen Vorsitzenden zwar beantwortet, aber nur auf weiteren Abstimmungsbedarf im Vorstand verwiesen. Da eine Erklärung der Stadt aber eine Zusage über den Betrieb des Turmes über 25 Jahre verlangte (die wir auch gegeben haben), wurde mehrere Monate später der nunmehr neue Vereinsvorstand erneut angefragt und im Frühsommer 2023 dann eine Verabredung zur weiteren Vorgehensweise (Absicht: Zielvereinbarung; Maßgabe: Aufgabenzuordnung) besprochen.

Residenzstadt und Residenzschlossverein fühlen sich weiterhin an diese Verabredung gebunden, d.h. solange sich die Stadt weiter um die Turmerrichtung kümmert, ist es Sache des Vereins, die Dinge konzeptionell weiter zu begleiten und mit voranzutreiben. In der letzten Sitzung des Schlossarealbeirates übergab der Vereinsvorstand dann ein aktualisiertes Grobkonzept (Anlage 3), das zwar zur Kenntnis genommen, aber nicht Richtung Stadtvertretung oder Ausschüsse weiterempfohlen wurde. Parallel dazu ging auch bei der Stadt der Projektauftrag zur Route der Demokratiegeschichte ein (Anlage 2), der immerhin einen Hinweis auf die touristische Bedeutung des Themas Demokratie gibt, welche ebenfalls verfolgt werden muss, da wir eine Doppelförderung Bund/Land brauchen, jeweils mit einem anderen Schwerpunkt. Diese touristische Komponente wird ausschließlicher Schwerpunkt der GRW-Förderung seitens des Landes sein und muss dringend konzeptionell untersetzt werden.

Da wir nicht genau die internen Abstimmungen zwischen Herrn Wilfarth und dem Residenzschlossverein kennen, wird hier als Anlage 4 ergänzend das Konzept von Herrn Wilfarth vom 30.06.2023 mit aufgenommen. Dies war im Brief des Bürgermeisters an die Fraktionen, der im Anschluss an die Schlossarealbeiratssitzung im November 2023 verfasst wurde, nicht mit enthalten. Allerdings war auch bis heute überhaupt keine Rückäußerung der Fraktionen zu den Inhalten und Bausteinen der vorliegenden Grobkonzepte zu verzeichnen. Diese Positionierung der Stadtvertretung ist aber notwendig, damit die Richtung der weiteren Arbeit und Beauftragung eines Büros für die weitere Planung, ggf. auch Förderantragstellungen für die weitere Konzeptentwicklung, erfolgen können.

Mit dem Vorstand des Residenzschlossvereins laufen gerade die Terminabstimmungen zur weiteren Vorgehensweise und inhaltlichen Ausrichtung, für ein Treffen ist derzeit die letzte Aprilwoche favorisiert. Eine Teilnahme der Fraktionsvorsitzenden an diesem Gespräch wird seitens des Bürgermeisters gewünscht, eine schriftliche Positionierung aus den Fraktionen ist aber nach wie vor auch möglich. Anschließend sollte die Stadtvertretung am 16.05.2024 den konzeptionellen Rahmen fixieren und beauftragen, oder ggf. Änderungen mit einbringen.

Im laufenden Haushaltsjahr:			In Folgejahren:																																																																				
☐ Nein ☐ Ja			☐ Nein ☐ Ja <tr> <td colspan="3"> <u>Ergebnishaushalt:</u> Produkt/ Konto : </td> <td colspan="3"> <u>Ergebnishaushalt:</u> Produkt/ Konto: </td> </tr> <tr> <td colspan="3"> Aufwendungen Erträge Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 € </td> <td colspan="3"> Aufwendungen Erträge Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 € </td> </tr> <tr> <td colspan="3"> <u>Finanzhaushalt:</u> Produkt/ Konto : Maßnahme-Nr.: </td> <td colspan="3"> <u>Finanzhaushalt</u> </td> </tr> <tr> <td colspan="3"> Auszahlungen Einzahlungen Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 € </td> <td colspan="3"> Auszahlungen Einzahlungen Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 € </td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="text-align: center;"> Finanzielle Mittel stehen: </td> </tr> <tr> <td colspan="6"> ☐ auf anderem Produktkonto zur Verfügung (Deckungsvorschlag) </td> </tr> <tr> <td colspan="2">Ergebnishaushalt:</td> <td>0 €</td> <td colspan="2">Produkt / Konto:</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Finanzhaushalt:</td> <td>0 €</td> <td colspan="2">Produkt / Konto:</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="text-align: center;"> Maßnahme-Nr.: </td> </tr> <tr> <td colspan="6"> ☐ nicht zur Verfügung (kein Deckungsvorschlag) </td> </tr> <tr> <td colspan="6"> Bemerkungen: </td> </tr>			<u>Ergebnishaushalt:</u> Produkt/ Konto :			<u>Ergebnishaushalt:</u> Produkt/ Konto:			Aufwendungen Erträge Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 €			Aufwendungen Erträge Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 €			<u>Finanzhaushalt:</u> Produkt/ Konto : Maßnahme-Nr.:			<u>Finanzhaushalt</u>			Auszahlungen Einzahlungen Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 €			Auszahlungen Einzahlungen Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 €			Finanzielle Mittel stehen:						☐ auf anderem Produktkonto zur Verfügung (Deckungsvorschlag)						Ergebnishaushalt:		0 €	Produkt / Konto:			Finanzhaushalt:		0 €	Produkt / Konto:			Maßnahme-Nr.:						☐ nicht zur Verfügung (kein Deckungsvorschlag)						Bemerkungen:					
<u>Ergebnishaushalt:</u> Produkt/ Konto :			<u>Ergebnishaushalt:</u> Produkt/ Konto:																																																																				
Aufwendungen Erträge Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 €			Aufwendungen Erträge Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 €																																																																				
<u>Finanzhaushalt:</u> Produkt/ Konto : Maßnahme-Nr.:			<u>Finanzhaushalt</u>																																																																				
Auszahlungen Einzahlungen Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 €			Auszahlungen Einzahlungen Alt: 0 € 0 € Neu: 0 € 0 €																																																																				
Finanzielle Mittel stehen:																																																																							
☐ auf anderem Produktkonto zur Verfügung (Deckungsvorschlag)																																																																							
Ergebnishaushalt:		0 €	Produkt / Konto:																																																																				
Finanzhaushalt:		0 €	Produkt / Konto:																																																																				
Maßnahme-Nr.:																																																																							
☐ nicht zur Verfügung (kein Deckungsvorschlag)																																																																							
Bemerkungen:																																																																							

1	Anlage 1 Konzept Verwaltung und Planer (öffentlich)
2	Anlage 2 Strategiekonzept Route der Demokratiegeschichte (öffentlich)
3	Anlage 3 Konzeptvorschlag Residenzschlossverein 02.11.2023 (öffentlich)
4	Anlage 4 Konzept-Schlossturnnutzung Wilfarth (öffentlich)

Ausstellungskonzept

„Mecklenburg-Strelitz auf dem Weg zur Demokratie“

Neubau/ Teilrekonstruktion

eines Ausstellung- und Aussichtsturmes in Neustrelitz

„ORTE DER DEMOKRATIEGESCHICHTE“ IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND



Residenzschloss Neustrelitz

Karte 1 „Orte der Demokratiegeschichte“, Stand November 2021
AG Orte der Demokratiegeschichte c/o Weimarer Republik e.V.



Ausstellungskonzept

„Mecklenburg - Strelitz auf dem Weg zur Demokratie“



Einführung

Das Residenzschloss Neustrelitz ist ein offizieller „**Ort der Demokratiegeschichte**“ in der Bundesrepublik Deutschland.

Nach dem Ende der Monarchie wurde das Residenzschloss Neustrelitz zum Zentrum der Demokratie. Hier wurde die erste demokratische Landesverfassung in Deutschland verfasst.

Es wurde 1945 durch einen Brand schwer beschädigt und inklusive des Turmes am 7.12.1949 endgültig gesprengt und bis auf den Keller abgetragen.

Die geplante Teilrekonstruktion und Neufassung des Neustrelitzer Schlossturmes als Ausstellungs- und Aussichtsturm erfolgt unter dem zentralen Thema:

„Mecklenburg - Strelitz auf dem Weg zur Demokratie“

Die Ausstellung wird als Dauerausstellung, für ein Zeitraum von mindestens 25 Jahre, konzipiert.

Die 5 Ausstellungsebenen (Ebene 0-4) sollen jeweils einem übergeordneten Thema gewidmet werden. Die Ausstellungsebenen sind immer ein Geschoss, die durch eine innenliegende Freitreppe und den mittig angeordneten Aufzug barrierefrei verbunden sind.

Im neu angefügten barrierefreien Eingangspavillon erfolgt der Empfang und die Einführungsinformation für die Ausstellungsgäste. Außerdem befinden sich darin Serviceräume und die Kasse. Thematisch wird die Ausstellung im Pavillon mit einem Schlossmodell und einen Einblick in noch vorhandene Kellerräume des Schlosses eröffnet. Danach führt ein Glasverbinder die Besucher in den Turm auf die Ebene 0 im leicht angehobenen EG. Dort befindet sich auch der Aufzug bis in Ebene 5 des Ausstellungsturmes, die Aussichtsebene mit den großen Panoramafenstern.

Die Ebenen 0 bis 4 sind sowohl der rahmengebenden Novemberrevolution im Deutschen Kaiserreich und schwerpunktmäßig der Demokratiegeschichte in Mecklenburg- Strelitz aus der Zeit von 1918 bis zum Ende des Teilstaates im Jahre 1938 gewidmet.

Ein grobes Ausstellungskonzept wird für die Ebenen 0 bis 4 hier stichpunktartig und mit Hilfe von Grafiken und Flächenvorgaben vorgestellt.

Ebene 0

Mecklenburg – Strelitz im Kontext revolutionärer Umwälzungen im Deutschen Kaiserreich 1918

- Vorgeschichte und gesellschaftlicher Rahmen der demokratischen Umwälzungen im deutschen Kaiserreich am Ende des 1. Weltkrieges für Mecklenburg–Strelitz
- Ende September 1918 gesteht die oberste Heeresleitung der kaiserlichen Armee die baldige Niederlage im Krieg ein, Waffenstillstandsgesuch
- Oktober 1918: Entsetzen und Enttäuschung in der Bevölkerung wegen der bisherigen Reden vom „Siegfrieden“
- Ende Oktober 1918 beschließt die Führung der Seekriegsflotte ein letztes Mal gegen die Royal Navy auszulaufen, um „ehrentoll unterzugehen“, daraufhin Meuterei erster Matrosen
- 4. November 1918, die Revolution beginnt in Kiel mit dem Matrosenaufstand, von dort ausgehend werden gestürzt/treten zurück die Fürsten aller deutscher Teilstaaten, in Mecklenburg – Strelitz dessen Thron zu der Zeit vakant ist

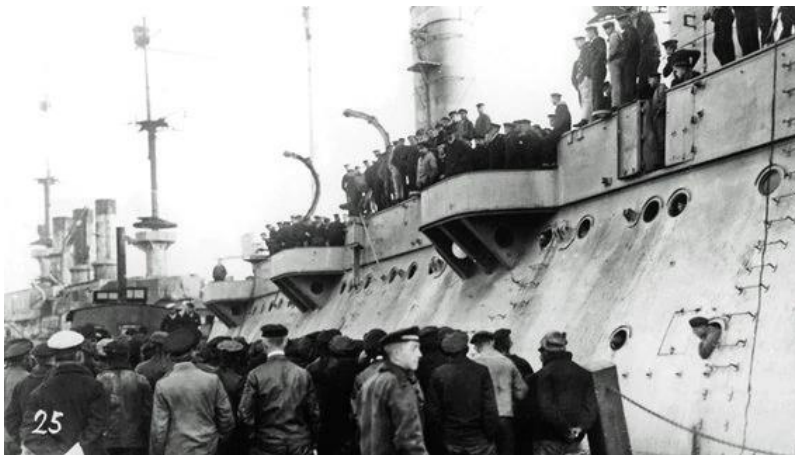


Foto 2 Matrosenaufstand, November 1918 in Kiel

- mit dem Rücktritt des Kaisers in Berlin endet das Deutsche Reich von 1871 am 9.11.1918 offiziell
- Überall werden Forderung nach Mitbestimmung der Massen und für die Demokratie laut / erste Landtage und provisorische Nationalversammlungen werden gebildet

Ebene 1

Der neugegründete Landtag von Mecklenburg-Strelitz konstituiert sich

- Vom „ständischen Landtag“ zum ersten demokratischen Parlament
- Großherzog Friedrich Franz IV. ist seit dem Februar 1918 Landesverweser des verwaisten Herzogtums Mecklenburg-Strelitz
- Strelitzer bangen um Ihre Selbstständigkeit gegenüber dem Großherzogtum Mecklenburg-Schwerin
- es tagt bereits im Dezember 1918 ein neuer Landtag im kleinen Mecklenburg-Strelitz, als erster deutscher Teilstaat neben Anhalt
- erste verfassungsgebende Versammlung am 15.12.1918
- erste Wahlen zum ordentlichen Landtag am 26.1.1919
- der „ordentlich gewählte“ Landtag tagt erstmals am 30.3.1919

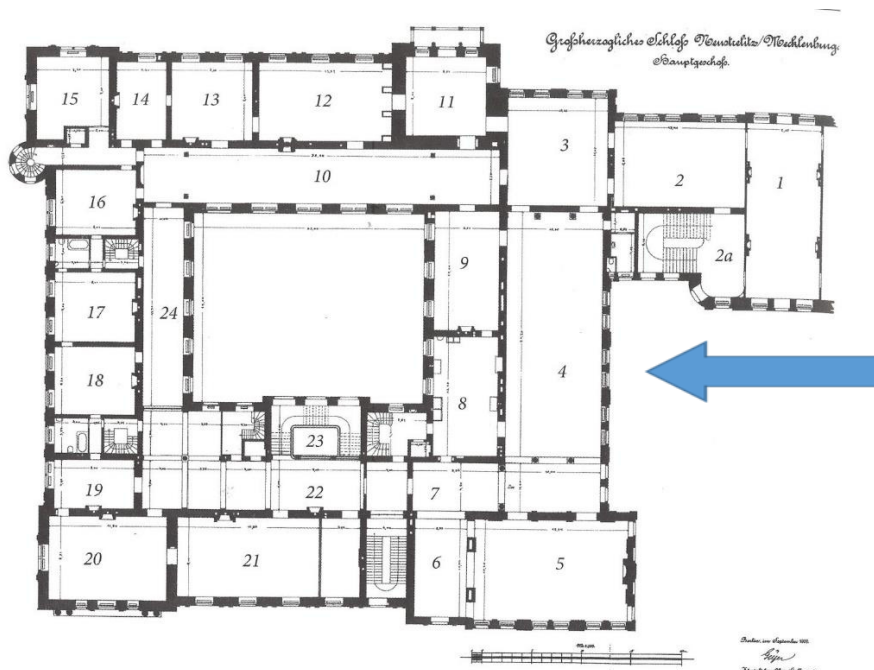


Abbildung 3 Tagungsort des Landtages – Schloss Neustrelitz, 4 == Gelber Saal in der Beletage

Ebene 2

Die Landtagsabgeordneten der ersten Stunde

- Die Abgeordneten des ersten Landtages im **Porträt**
- Die erste weibliche Abgeordnete des Mecklenburg-Strelitzer Landtages – Erna Weiland, geb. Schmidt (* 5. August 1888 in Herzwolde; † nach 1929) die in einem demokratischen Parlament vertreten war.
- Die Aufgaben der neuen Parlamentarier

Ebene 3

Die erste demokratische Landesverfassung in Deutschland wird in Neustrelitz verabschiedet

- Die Verabschiedung des ersten „Landesgrundgesetzes von Mecklenburg-Strelitz“ am 29.1.1919
- Der Verfassungstext
- Bewertung im historischen Kontext
- Arbeit und Bedeutung des Landtages bis 1938

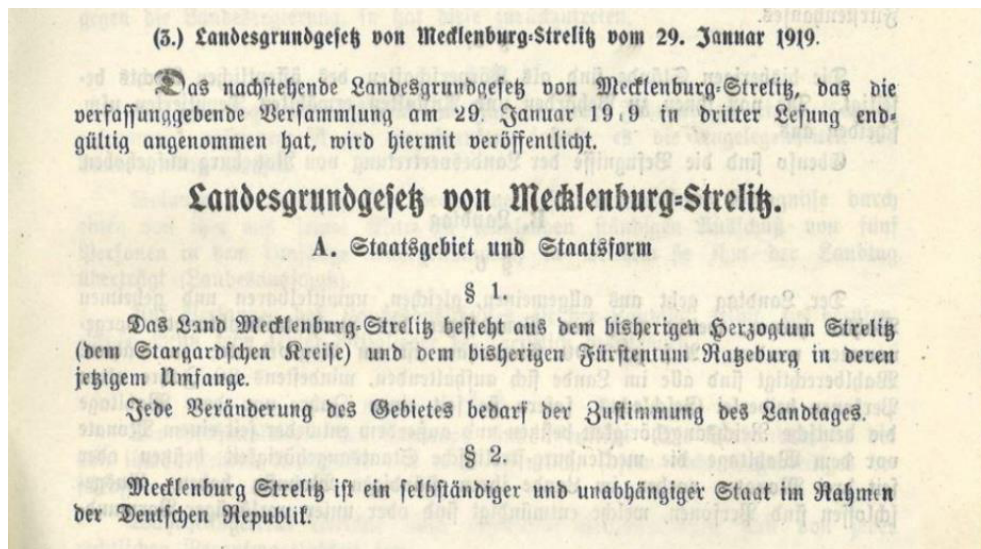


Abbildung 5 Auszug der Veröffentlichung / erste Seite des Landesgrundgesetzes Landesverfassung

Ebene 4

Der „Gelbe Saal“ im Schloss Neustrelitz – Landtagssitz von 1918-1938

- die Landtagssitzungen
- die Landtagsfraktionen
- schwierige Situationen in der parlamentarischen Geschichte 1919 bis 1938
- Entstehungsgeschichte und Baukunst vom „Gelben Saal“



Foto 6 Der „Gelbe Saal“ im Schloss mit einer Landtagsbestuhlung von 1924

Bearbeitung:

Stadtverwaltung Neustrelitz / MKK-Architekten

im November 2021

Anlagen: 3 Pläne, MKK-Architekten, Schwerin

Quellenangabe:

S.0 Karte 1

„Orte der Demokratiegeschichte“ / AG Orte der Demokratiegeschichte c/o Weimarer Republik e.V.

S.2 Foto 2

[https://www.ndr.de/geschichte/chronologie/Novemberrevolution1918 - Vom Matrosenaufstand zur Weimarer Republik](https://www.ndr.de/geschichte/chronologie/Novemberrevolution1918-VomMatrosenaufstandzurWeimarerRepublik)

S.3 Abbildung 3

aus "Das Residenzschloss zu Neustrelitz", S.298. / Torsten Foelsch

S.4 Foto 4 –

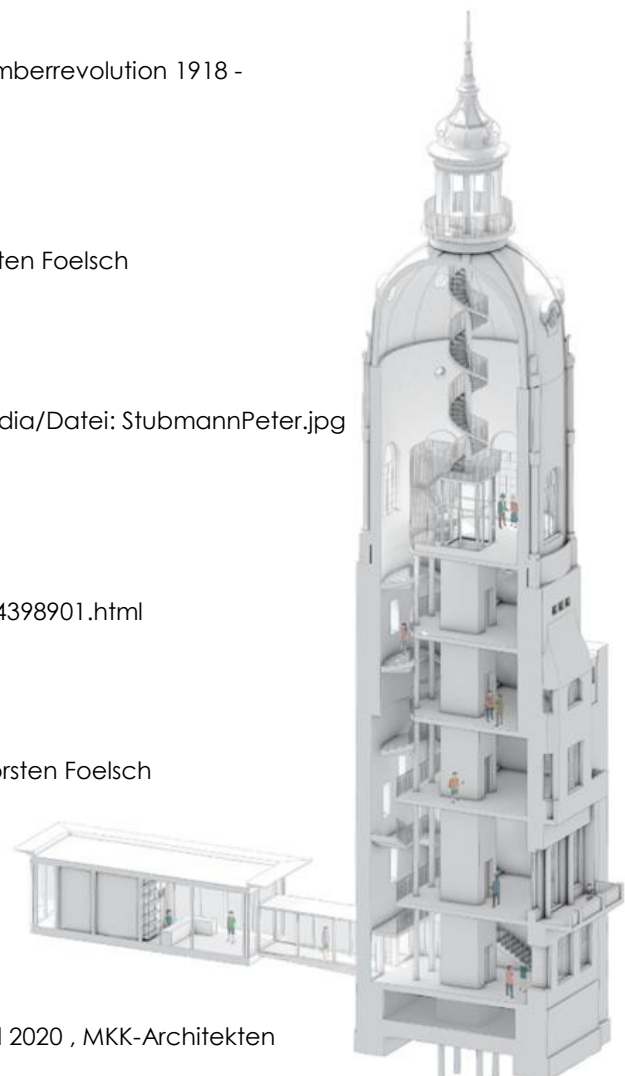
https://de.wikipedia.org/wiki/Peter_Stubmann#/media/Datei:StubmannPeter.jpg

S.4 Abbildung 5

<https://www.nordkurier.de/neustrelitz/geburtstunde-der-demokratie-schlug-in-strelitz-2734398901.html>

S.5 Foto 6

a aus "Das Residenzschloss zu Neustrelitz", S.335. / Torsten Foelsch



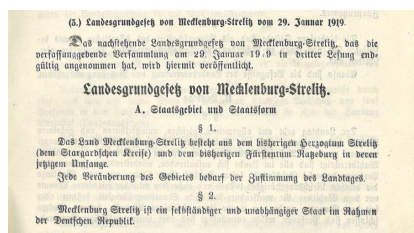
Turmmodell 2020 , MKK-Architekten

ORTE DER DEMOKRATIE IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

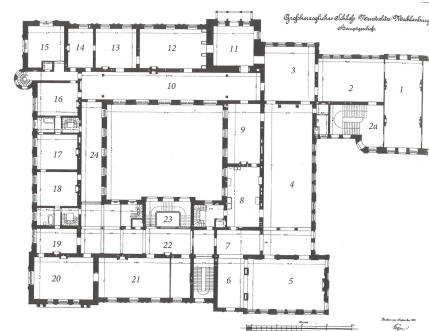
Neubau/ Teilrekonstruktion Ausstellung- und Aussichtsturm Neustrelitz

Ausstellungskonzept

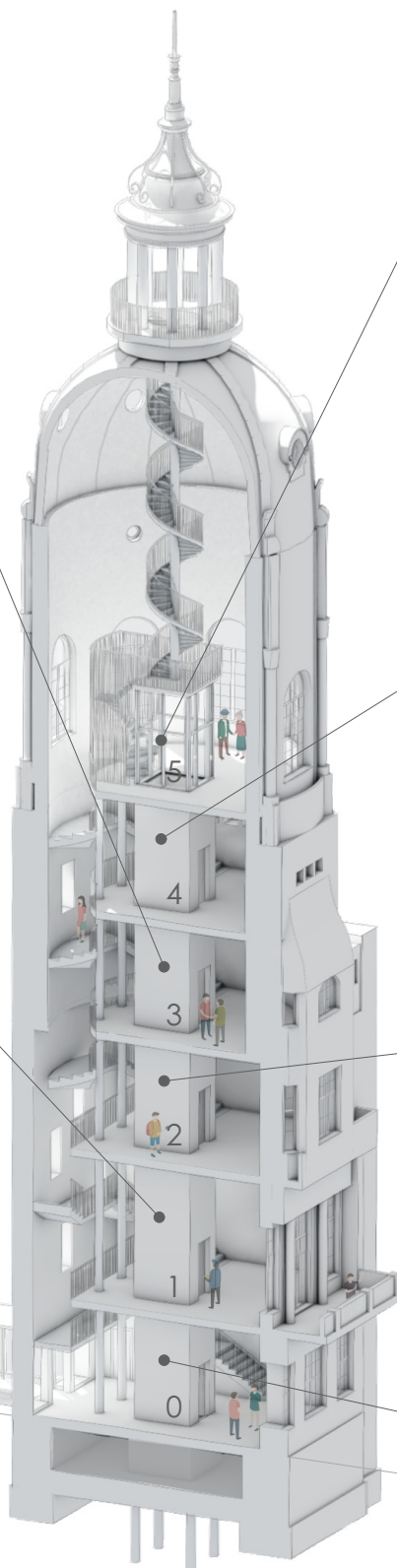
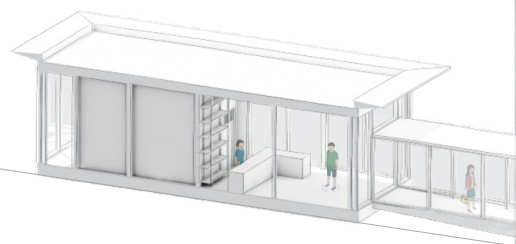
Mecklenburg - Strelitz auf dem Weg zur Demokratie



Ebene 3
Die erste demokratische Landesverfassung wird in Neustrelitz verabschiedet



Ebene 1
Der neugegründete Landtag von Mecklenburg-Strelitz konstituiert sich



Ebene 5
Aussichtsebene



Ebene 4
Der „Gelbe Saal“ im Schloss Neustrelitz - Landtagssitz von 1918-1938



Ebene 2
Die Landtags-abgeordneten der ersten Stunde



Ebene 0
Mecklenburg - Strelitz im Kontext revolutionärer Umwälzungen im Deutschen Kaiserreich 1918

Auftraggeber:
Stadt Neustrelitz
Wilhelm-Riefstahl-Platz 3
17235 Neustrelitz
Tel: 03981-25 33 12
Mail: stadtplanung@neustrelitz.de



Architekt:
MIKOLAJCZYK · KESSLER · KIRSTEN
ARBEITSGEMEINSCHAFT FREIER ARCHITEKTEN
Dr.-Hans-Wolf-Straße 3 19055 Schwerin
Tel: 0385-55584-0 Fax: 0385-5558412
Mail: info@mkk-architekten.de



Planungsphase: Ausstellungskonzept

Planverfasser: MKK Architekten

Bearbeiter: Kirsten

Planersteller: Gerlach

Ausstellungsinhalte

Wiederaufbau des Schlossturms Neustrelitz

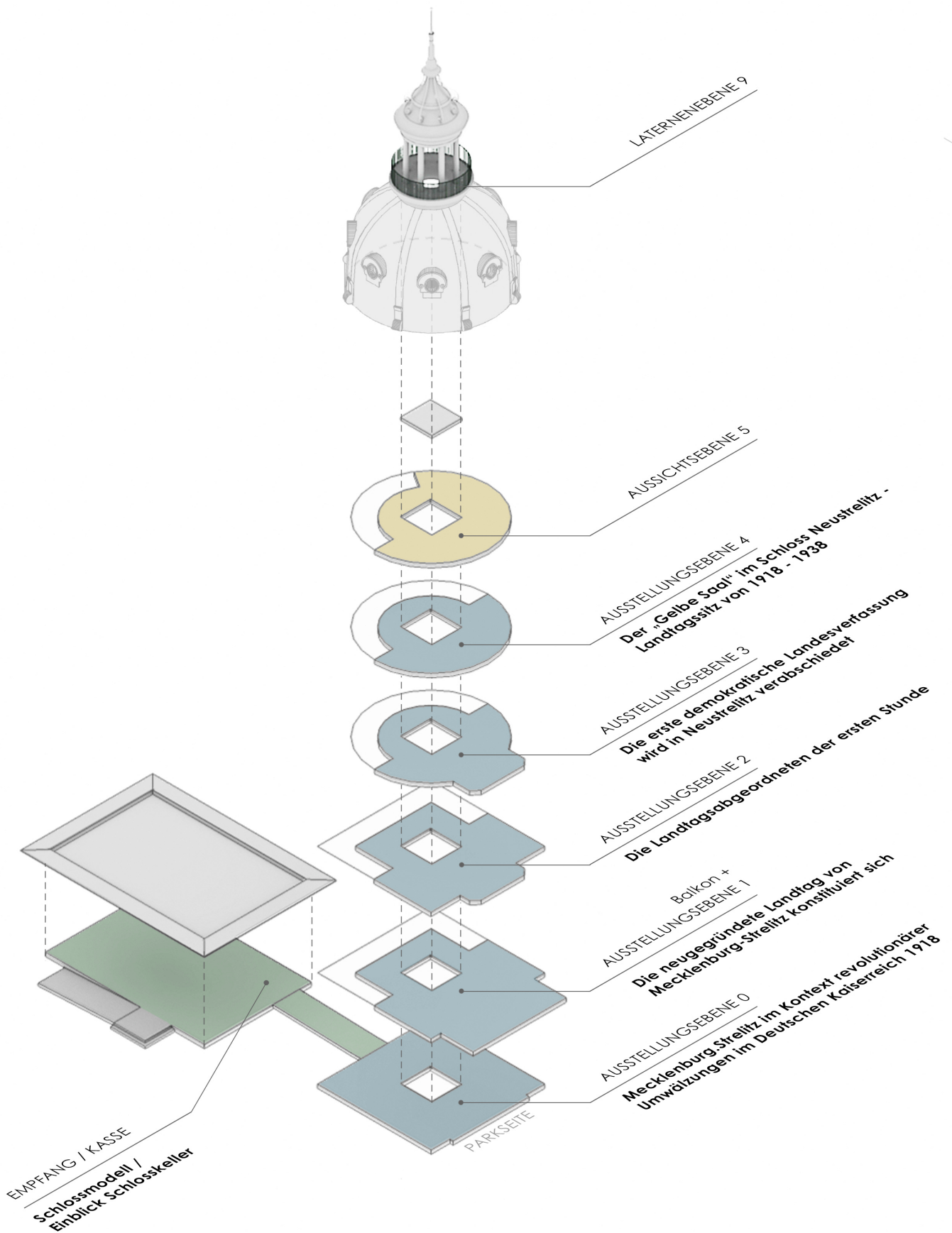
AK01

Maßstab: ohne Maßstab

Blattgröße: 297*420 A3

Datum: 03.12.21

Quellen Fotos nach Ebenen: 0 - www.ndr.de, 1 und 4 "Das Residenzschloss zu Neustrelitz" Torsten Foelsch, 2 - www.wikipedia.de, 3 - www.nordkurier.de, 5 - MKK



Auftraggeber:
Stadt Neustrelitz
Wilhelm-Riefstahl-Platz 3
17235 Neustrelitz
Tel: 03981-25 33 12
Mail: stadtplanung@neustrelitz.de



Architekt:
MIKOLAJCZYK · KESSLER · KIRSTEN
ARBEITSGEMEINSCHAFT FREIER ARCHITEKTEN
Dr.-Hans-Wolf-Straße 3 19055 Schwerin
Tel: 0385-55584-0 Fax: 0385-5558412
Mail: info@mkk-architekten.de



Planungsphase: Ausstellungskonzept
Planverfasser: MKK Architekten
Bearbeiter: Kirsten
Planersteller: Gerlach

Ausstellungsebenen

AK02

Wiederaufbau des Schlossturms Neustrelitz

Maßstab: ohne Maßstab

Blattgröße: 297*420 A3

Datum: 03.12.21



Route der Demokratiegeschichte

Strategiekonzept zum Aufbau eines
gemeinsamen touristischen Angebotes



Route der Demokratiegeschichte

Strategiekonzept zum Aufbau eines gemeinsamen touristischen Angebotes

Auftraggeber:

Projekt *Orte der Demokratiegeschichte*, Gesellschaft zur Erforschung der Demokratie-Geschichte e.V., www.gedg.org

Auftragnehmer:

FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung GmbH
Kardinal-Döpfner-Str. 8 80333 München, www.futour.com
Bearbeiterinnen: Dr. Heike Glatzel, Melanie Knievel

Stand: 20.09.2023

Das Projekt *Orte der Demokratiegeschichte* wird gefördert von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) und der Thüringer Staatskanzlei.

Diese Studie wurde finanziert von der Thüringer Staatskanzlei.

Hinweis zur Geschlechtergleichbehandlung: Für die Inhalte dieses Dokuments werden geschlechtsneutrale Formulierungen bevorzugt oder alle Geschlechter gleichberechtigt erwähnt. Wo dies aus Gründen der Lesbarkeit unterbleibt, sind ausdrücklich stets alle Geschlechter angesprochen.



Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung

1	Vorbemerkungen zum Projekt.....	9		
2	Projekthistorie und Aufgabenstellung	12		
2.1	Projekthistorie	12		
2.2	Aufgabenstellung	13		
3	Untersuchungsdesign.....	15		
3.1	Überblick.....	15		
3.2	Kick-off-Workshop	15		
3.3	Expert:innengespräche.....	15		
3.4	Online Workshop	16		
4	Bestandsaufnahme	18		
4.1	Regionale Cluster, Ankerpunkte und weitere Kandidaten.....	18		
4.2	Touristische Angebotspalette der Orte der Demokratiegeschichte.....	18		
5	Bewertung und Bedarfsanalyse	21		
5.1	Definition Themenstraße	21		
5.2	Benchmarks für Themenstraßen	22		
5.2.1	Relevante touristische Trends.....	22	5.3	Ausgewählte Ergebnisse Expert:innengespräche.....
5.2.2	Best-Practice Beispiele	23	5.3.2	Zum touristischen Angebot.....
5.2.3	Allgemeine Erfolgskriterien für Themenstraßen	30	5.3.3	Zur Kontroverse Straße – Route – Netz.....
5.2.4	Allgemeine Strategie-Empfehlungen für die Route der Demokratiegeschichte auf Basis des Benchmarkings	31	5.3.5	Zum Thema Cluster.....
			5.3.6	Zur touristischen Positionsbestimmung.....
			5.4	Touristische Stärken-Schwächen-Einschätzung
			5.5	Potenzialbestimmung für ein gemeinsames touristisches Angebot der Route der Demokratiegeschichte.....
				42
			6	Strategische Elemente
				45
			6.1	Exkurs: Touristisches Destinationsmarketing in Deutschland
				45
			6.2	Grundidee
				47
			6.3	Strategie-Kompass
				50
			6.3.1	Angebotsentwicklung
				51
			6.3.2	Kommunikation
				54
			6.3.3	Distribution / Vertrieb
				58
			6.3.4	Innenmarketing
				62
			7	Fahrplan.....
				65
			8	Verzeichnisse und Anlagen.....
				70
			8.1	Abbildungsverzeichnis
				70
			8.2	Tabellenverzeichnis
				70
			8.3	Quellenverzeichnis
				71
			8.5	Anlagen.....
				72



Zusammenfassung

Die Route der Demokratiegeschichte ist ein Projekt, mit dem touristische Zielgruppen für das Thema Demokratiegeschichte gewonnen werden sollen. Kernprodukt der Route ist ein Internet-Portal, für das die Projektleitung verantwortlich ist (derzeit: GEDG). Die Projektleitung koordiniert die Entwicklung einer gemeinsamen Marke, gemeinsamer Textbausteine und übergreifender Narrative. Die Route ist ein offener Zusammenschluss von Projektpartnern, die an dem gemeinsamen Ziel mitarbeiten. Wichtige Kategorien von Projektpartnern sind:

Ankerpunkte: *Orte der Demokratiegeschichte*, die ein umfangreiches touristisches Angebot vorweisen. Sie sind in der Regel überregional bekannt, gut touristisch erschlossen (Erreichbarkeit, Barrierefreiheit, Öffnungszeiten, im Umfeld kulinarische Angebote und Übernachtungsmöglichkeiten). Die Ankerpunkte sind die primären Ansprechpartner für die Projektleitung zur Koordinierung des gemeinsamen Auftritts.

Cluster: Um die Ankerpunkte herum können sich weitere Orte oder Stationen auf der Route gruppieren.

Touristische und kulturelle Akteur:innen, die selbst keine *Orte der Demokratiegeschichte* sind: Lokale, regionale und landesweite Tourismusorganisationen oder Verbände, die bei der Vermarktung der Route und der Cluster helfen. Landschaftsverbände, die in ihren eigenen kulturellen Angeboten auf die Route der Demokratiegeschichte aufmerksam machen. Weitere Akteur:innen, die das Projekt unterstützen.

Die GEDG arbeitet seit 2021 an einem Projekt zur Neokonzeption und Neubelebung der „Straße der Demokratie“. Im Dezember 2022 wurde die Agentur FUTOUR mit der Ausarbeitung der vorliegenden Strategiekonzeption beauftragt.

Als **Top-Level Erkenntnis** haben Telefoninterviews, die im Rahmen der Projekterarbeitung mit möglichen Projektpartnern geführt wurden ergeben:



Das Netzwerk will gemeinsam weitergehen.

Es verfügt über zahlreiche kreative Köpfe, in verantwortlichen Funktionen, die professionell im museumspädagogischen Umfeld und im Veranstaltungs- und Eventmanagement agieren. In Austausch und Kooperationen der Netzwerkpartner (digital oder in Präsenz) liegt der Mehrwert des Netzwerks, denn aufgrund begrenzter personeller und finanzieller Ressourcen erscheint eine Arbeits- und Aufgabenteilung eine Lösung zu sein. Alle einbezogenen Akteur:innen finden den fachlichen und strukturellen Netzwerk-Background wichtig und inspirierend. Sie schätzen ein, dass dieser das individuelle Angebot der einzelnen *Orte der Demokratiegeschichte* positiv nach vorne bringt.

Auf dieser Basis kommt das Strategiekonzept zu den folgenden stärker operativen **Schlüsselerkenntnissen**, aus denen sich am Schluss eine konkrete Handlungsempfehlung ableitet.



1. Route mit Ankerpunkten statt Straße mit Anfang und Ende

Eine typische touristische Themenstraße mit Anfang und Ende und einer klaren Wegeführung scheint kein geeignetes Modell im Rahmen der *Orte der Demokratiegeschichte* zu sein. Statt einer linearen Verknüpfung sollten herausragende Standorte (Ankerpunkte) und regionale Schwerpunkte (Cluster) dargestellt werden. Für die Begrifflichkeit Route spricht zudem, dass sie Raum für zeitgemäße Ansprüche an verschiedene Mobilitätsformen und sanfte Mobilität lässt. Der Begriff Straße ist diesbzgl. assoziativ nicht zeitgemäß und aus touristischer Sicht wenig positiv. Also weg von der Straße, hin zur Route!

2. Vielfalt bewahren und als Ressource nutzen

▪ Strukturierung der Route mit Ankerpunkten und Clustern

Heterogenität (räumlich und inhaltlich) – das ist eine der wesentlichen Herausforderungen, die es zu meistern gilt für den Aufbau eines gemeinsamen touristischen Angebots im Rahmen der Route der Demokratiegeschichte. Ziel muss es sein, unabhängig von den individuellen Angeboten vor Ort eine bundesweite Wahrnehmung zu etablieren. Die Gliederung in Ankerpunkte und Cluster hilft dabei, mit der gegebenen Heterogenität umzugehen.

▪ Breite Zielgruppenansprache

Die einzelnen Orte auf der Route der Demokratiegeschichte bedienen unterschiedliche Zielgruppen und richten Ihre Angebotsgestaltung darauf aus. Diese Vielfalt ist eine wertvolle Ressource und wird beibehalten. Gleichzeitig erschließt die Route der Demokratiegeschichte als Gesamtprodukt ihre eigenen Zielgruppen und lenkt deren Aufmerksamkeit auf die einzelnen Orte. Besonders interessant für die Route sind der Kreis der Kultur- und Geschichtsinteressierten sowie ein internationales Publikum. Die heterogene Zielgruppenstruktur verlangt sowohl nach einem niederschweligen, gleichwohl fachlich fundierten Einstieg in das Thema (Stichworte erlebnisorientierter „Teaser“, leicht konsumierbare Informationen) als auch nach Möglichkeiten der fachlichen Vertiefung

3. Gemeinsames Narrativ und Wording

Von der deutschlandweiten Gesamtroute sollte ein gemeinsames Narrativ ausgehen: Wie verstehen wir Demokratie? Was bedeutet uns Demokratie? So viel Positives gibt uns Demokratie! Hierfür gilt es, ein stimmiges und ansprechendes Wording zu entwickeln und zu kommunizieren. Textbausteine und Sprachregelungen erleichtern die Kontaktaufnahme gerade auch mit touristischen Akteur:innen.



- Gemeinsame Marke und gemeinsames Wording mit Erlebnisbotschaften

Eine bundesweit einsetzbare Design- und Layoutvorlage (auf Basis der vorhandenen Logos) ist als optische Klammer eine wichtige Voraussetzung für die einheitliche bundesweite touristische Wahrnehmung.

- Leichtigkeit und Emotionalität mit wissenschaftlicher Verankerung

Bildungsanspruch und Tourismus müssen sich nicht ausschließen. Dafür ist ein gewisser Paradigmenwechsel hinsichtlich des inhaltlichen Anspruchs sinnvoll, um touristisch ansprechender zu werden. Es gilt, den Spagat zwischen fachlich versierter Vermittlung von Demokratiegeschichte und emotionalem Zugang zum Thema hinzubekommen; eine Kombination also aus niederschwelligen „Teasern“ und Erlebnissen mit inhaltlichem Tiefgang. Ein emotionaler Zugang zum Thema ist wichtig. Mit dem Blick durch die touristische Brille sollte die Route der Demokratiegeschichte einen „vergnüglichen Erkenntnisgewinn“ ermöglichen, ohne dabei eine oberflächliche Wohlfühlgeschichte zu erzählen. Dieses Mehr an Leichtigkeit hilft zudem, Berührungsängste bei touristischen Akteur:innen und anderen abzubauen (raus aus der historischen Nische).

- Digitalisierung nutzen für mehr Information und Erlebnismöglichkeiten

Alle Chancen der Digitalisierung nutzen! Denn, sie eröffnet Tourist:innen vielfältige Möglichkeiten, die Route der Demokratiegeschichte auf eine neue und spannende Weise zu erleben und zu erkunden. Die Benefits für das touristische Erlebnis der Route der Demokratiegeschichte durch Digitalisierung sind vielfältig und werden im Strategiekonzept umrissen.

4. Bringschuld gegenüber touristischen Akteur:innen

Die Tourismusorganisationen unterscheiden sich von Region zu Region, in ihrer Struktur und in ihren Ressourcen wie Personalstärke, Entscheidungsbefugnisse, verfügbare Arbeitskraft und finanzielle Mittel erheblich. Daher ist es ratsam, proaktiv Kontakt zu den regionalen und örtlichen Tourismusvertreter:innen aufzunehmen (Bringschuld) und hier abzufragen, welche Möglichkeiten der Kooperation in Angebotsentwicklung und Marketing es gibt. Form und Inhalt der Kooperation müssen sich daher regionsspezifisch ausrichten.



5. Schritt 1 zur Umsetzung der Strategie: „Basis-Arbeitspaket“

Aus den empfohlenen Elementen des Strategiekonzeptes leiten sich mehrere Handlungsfelder mit unterschiedlicher Priorität und Verantwortlichkeiten ab. Diese werden im „Fahrplan“ zusammengestellt. An den Start gehen sollte man mit dem „Basis-Arbeitspaket“:

Sofort

- Verständigung über das Strategiekonzept
- Festlegung erster Ankerpunkte und regionaler Cluster
- Gemeinsames bundesweites Narrativ (Kernbotschaften) für die Gesamtroute
- Verständigung auf Basis-Qualitätskriterien
- Weiterentwicklung der gemeinsamen Web-Präsentation („touristischer Abzweig“)
- Entwicklung von Layout- und Designvorlagen

Laufend:

- Netzwerkarbeit und Abstimmung der Aufgabenverteilung
- Aktive Ansprache der möglichen Tourismuspartner

Netzwerk will gemeinsam weitergehen

**Route mit
Ankerpunkten
statt Straße mit
Anfang
und Ende**

**Vielfalt bewahren
und als
Ressource
nutzen**

Strukturierung der
Route mit
Ankerpunkten und
Clustern

Breite
Zielgruppenansprache

**Gemeinsames
Narrativ
und Wording**

Gemeinsame Marke
und gemeinsames
Wording mit
Erlebnissbotschaften

Leichtigkeit/
Emotionalität mit
wissenschaftlicher
Verankerung

Digitalisierung nutzen
für mehr Information
und Erlebnismög-
lichkeiten

**Bringschuld
gegenüber
touristischen
Akteur:innen**

Schritt 1 zur Umsetzung der Strategie: „Basis-Arbeitspaket“

Abbildung 1: Zusammenfassung auf einen Blick

Vorbemerkungen zum Projekt



1 Vorbemerkungen zum Projekt

Ziele und Werte¹

Orte der Demokratie-Geschichte ist ein Projekt der Gesellschaft zur Erforschung der Demokratie-Geschichte, gefördert von der Bundesbeauftragten für Kultur und Medien und der Staatskanzlei des Freistaats Thüringen.

Ziel der Arbeitsgemeinschaft Orte der Demokratiegeschichte ist es, die Wahrnehmung der deutschen Demokratie- und Freiheitsgeschichte lokal, regional und deutschlandweit zu fördern und darüber demokratische Teilhabe und Zivilcourage anzuregen.

- Durch das Wissen um die schwierigen Wege zu Freiheit und Demokratie kann die Sensibilität entwickelt werden, Gefährdungen des demokratischen Grundkonsenses zu erkennen.
- Das Erinnern an historische Konstellationen der Demokratiegeschichte fördert das Erkennen eigener Handlungsspielräume und damit die aktive Mitgestaltung und Teilhabe am Prozess der politischen und gesellschaftlichen Willensbildung.
- Durch die Auseinandersetzung mit den demokratischen und freiheitlichen Traditionen sollen Respekt gegenüber

demokratischen Einrichtungen und die Bereitschaft, sich gesellschaftlich zu engagieren, gefördert werden.



Wichtige Epochen der deutschen Demokratiegeschichte „erfahrbar“ und „erlebbar“ machen und dabei eine Verbindung von Geschichte, Gegenwart und Zukunft schaffen.

Das Ziel des Projektes² besteht darin, Demokratiegeschichte nahe zu bringen. Auf der „Deutschlandkarte“³ sind Orte markiert, die zeigen: In allen Regionen des Landes haben sich Menschen für Freiheit, Mitbestimmung und Menschenwürde eingesetzt. Demokratie wurde und wird nicht nur in Berlin oder in den Landeshauptstädten gemacht. In dem der lange Kampf für Demokratie in unserem Land sichtbar und in wörtlichem Sinne begreifbar wird, wollen die Akteur:innen dazu motivieren, diesen Einsatz weiterzuführen.

Demokratiegeschichte untersucht historische Ereignisse, Prozesse, Organisationen und Institutionen, in denen Individuen und Gruppen um die Verwirklichung von Grund- und Menschenrechten, Mitbestimmung, freien Wahlen und Parlamentarismus, Gewaltenteilung und Rechtsstaatlichkeit in Staat und Gesellschaft gerungen haben – egal ob die konkreten Bemühungen im Einzelfall von Erfolg gekrönt waren

¹ Gesellschaft zur Erforschung der Demokratiegeschichte (2023a).

² Gesellschaft zur Erforschung der Demokratiegeschichte (2023c).

³ Die „Deutschlandkarte“ ist ein Teilprojekt der Orte der Demokratiegeschichte. <https://demokratie-geschichte.de/karte/>



oder nicht. *Orte der Demokratiegeschichte* sind dann physische oder symbolische Orte, an denen die Erinnerung an diese Demokratiegeschichte kristallisiert.

Auf der „Deutschlandkarte“ findet man sowohl Ereignisorte als auch Erinnerungsorte der Demokratiegeschichte. Markierungen zeigen, wo über Verfassungen diskutiert wurde und historische Parlamente getagt haben. Wo Grundrechte mit Argumenten eingefordert oder mit Waffen erstritten wurden. Wo Parteien gegründet wurden und Protestbewegungen sich zu Wort gemeldet haben. Große Museen und Denkmäler sind ebenso verzeichnet wie unscheinbare Plätze oder Orte, die es so gar nicht mehr gibt. Die Vielfalt der Orte spiegelt die Vielfalt der Demokratie wider.

Die „Deutschlandkarte“ der Demokratie will dazu ermutigen, im kommunalen und regionalen Umfeld nach weiteren, bislang unbekannten Orten der Demokratie zu suchen und neue Themenfelder der Demokratiegeschichte zu erschließen. Das Projekt sucht Kontakt mit zivilgesellschaftlichen Organisationen und engagierten Bürgerinnen und Bürgern vor Ort. Anregungen werden gerne entgegen und gemeinsam nach neuen Orten der Demokratiegeschichte gesucht. Das Projekt Deutschlandkarte will sich als dynamischen Prozess verstanden wissen; Erweiterung und Fortschreibung mit neuen Orten der Demokratiegeschichte ist gewünscht, damit laufend neue Orte auf der Deutschlandkarte erscheinen.

Die Geschichte der Demokratie kann so aus vielen verschiedenen Perspektiven weitergeschrieben werden.



Abbildung 2: Deutschlandkarte

Projekthistorie und Aufgabenstellung



2 Projekthistorie und Aufgabenstellung

2.1 Projekthistorie

Die Gesellschaft zur Erforschung der Demokratie-Geschichte e.V (GEDG) arbeitet seit 2021 an einem Projekt zur Neukonzeption und Belebung der „Straße der Demokratie“.⁴ Die grundlegende Idee zielt darauf ab, dass diese Straße oder Route der Demokratiegeschichte bedeutende und attraktive Erinnerungsorte an die Geschichte der Demokratie in der gesamten Bundesrepublik Deutschland miteinander verbindet und erfahrbar macht. Sie bietet damit eine Orientierung beim Erkunden der Demokratiegeschichte an den vielfältigen Orten, an denen diese über die letzten Jahrhunderte hinweg geschrieben wurde.

Das Projekt knüpft an eine Initiative von Akteuren aus dem deutschen Südwesten an. Bereits Ende der 1990er Jahre wurde dort eine Straße der Demokratie von Lörrach bis Frankfurt am Main ins Leben gerufen. In einer ersten Annäherung entstand ein Grobkonzept, nach dem grundsätzlich diejenigen Institutionen sich an dem gemeinsamen Netzwerk beteiligen, die Erinnerungsarbeit zur Demokratiegeschichte betreiben. Dazu können auch Städte und Kommunen Mitglieder der Route der Demokratiegeschichte werden, die das

gemeinsame Anliegen unterstützen möchten. Zur Erleichterung der Vernetzung entlang der Route, um die sie für Besucher leichter erfahrbar zu machen, war von Anfang an geplant, die Route in Abschnitte oder Cluster zu gliedern, deren Vernetzung untereinander und mit anderen Clustern mit je eigener Geschwindigkeit voranschreiten kann.

Im Juni 2022 lud die GEDG zentrale Akteur:innen aus Thüringen zu einem Netzwerktreffen im Augustinerkloster Erfurt ein, um die Möglichkeit der Umsetzung eines Thüringer Clusters der „Straße der Demokratie“ zu besprechen. Nachdem das Konzept in Erfurt breiten Anklang fand, folgte eine Vorstellung in breiterem Rahmen im September 2022 auf der bundesweiten Jahrestagung der AG *Orte der Demokratiegeschichte* in Lübeck. Dort gab es breite Zustimmung, aber auch skeptische Stimmen zur Realisierbarkeit des Projektes.

Es wurde schnell klar, dass noch zu viele Fragen offen waren und ein gangbarer Weg zur Realisierung des Projektes noch nicht erkennbar war. Um diese offenen Fragen anzugehen, beauftragte die GEDG die Agentur FUTOUR mit der Erstellung des vorliegenden Strategiekonzeptes.

⁴ Nachfolgende Ausführungen Vgl.: Gesellschaft zur Erforschung der Demokratiegeschichte (2023b).

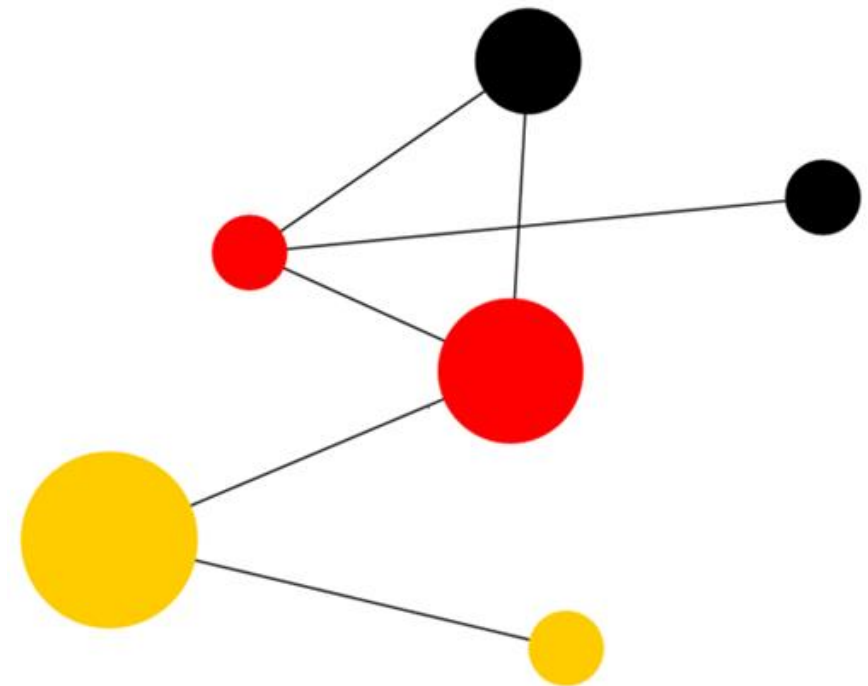


2.2 Aufgabenstellung



Route der Demokratiegeschichte durch die touristische Brille

- Wo steht die Route der Demokratiegeschichte im Vergleich zu anderen Themenrouten?
- Welche touristischen Angebote bieten ausgewählte *Orte der Demokratiegeschichte* an und wie sind diese aus touristischer Sicht zu bewerten?
- Wie sollen sich die Route der Demokratie und ausgewählte *Orte der Demokratiegeschichte* zukünftig touristisch positionieren? Welche relevanten touristischen Trends sind zu beachten?
- Welche Gäste sollen mit dem Angebot Route der Demokratiegeschichte erreicht werden? Welche Erwartungen haben sie? Welcher Mindeststandard an touristischen Qualitätskriterien soll angeboten werden?
- Welche Marketingkooperationen mit Partner:innen aus dem Tourismus sind nötig?
- Welche Organisationsform und Aufgabenverteilung sind sinnvoll?
- Welche Umsetzungsschritte und Aufgabenpakete leiten sich ab?



Untersuchungsdesign



3 Untersuchungsdesign

3.1 Überblick



Abbildung 3: Überblick Untersuchungsdesign

3.2 Kick-off-Workshop

Am 13.02.2022 fand in Weimar ein Kick-off-Workshop statt mit einem Teilnehmerkreis von ca. 10 Personen. Programmpunkte waren: kurzer Überblick zur Projekt-Historie, Einführung in touristische Straßen (Möglichkeiten und Grenzen, Benchmarks, Beispiele).

3.3 Expert:innengespräche

Im Rahmen der Untersuchung wurden im Zeitraum März-Juni 2023 14 leitfadengestützte Expert:innengespräche geführt.

- **Ziel:** Sachinformationen sowie individuelle Einschätzung und Anregungen der Expert:innen aus touristischer Sicht
- **Teilnehmende:**
 - unterschiedliche Akteur:innengruppen (Netzwerk *Orte der Demokratiegeschichte*, Thüringer Tourismus GmbH, Universität Jena, etc.)
 - aus den regionalen Clustern Thüringen, Rhein-Ruhr, Rheinland, Rhein-Main, Hansestädte und "Der echte Norden", etc.
 - Zuarbeit der Kontakte über Gesellschaft zur Erforschung der Demokratie-Geschichte e.V. (s. Anlage)
- **Methode:**
 - Leitfadengestütztes Telefongespräch, Dauer 30- 90 Min (s. Anlage)



Dokumentation, Aufbereitung als Zusammenfassung und Auswertung (Ergebnisse s. Kapitel.5.2)



3.4 Online Workshop

„Route der Orte der Demokratie Geschichte“
Strategiekonzept zum Aufbau eines
gemeinsamen touristischen Angebotes

Online-Workshop
1. Juni 2023
14:00 – 16:00 Uhr

Die Ergebnisse sind in die Präsentation integriert
– gelb hinterlegt.

**orte der
demokratie
geschichte**

FUTOUR
Die Umsetzungsberatung

www.futour.com

 Kurze Vorstellungsrunde	 Stand der Dinge	 Ergebnisse Expert:innengespräche
 Touristische Trends und Qualitätskriterien	 Ausblick: Erste Ideen zum Zielkonzept	 Diskussion
 Nächster Schritt		

Abbildung 4: Programmpunkte Online-Workshop



Die Ergebnisse des Workshops sind dargestellt in Kapitel 5.3.

Bestandsaufnahme



4 Bestandsaufnahme

4.1 Regionale Cluster, Ankerpunkte und weitere Kandidaten



Regionale Cluster

Hansestädte – Berlin und Umgebung – Leipzig und Umgebung – Thüringen – Nördliche Mittelgebirge – Rhein-Ruhr – Rheinland – Rhein-Main – Pfalz – Baden – Stuttgart/Württemberg – Bayern

Die als **Ankerpunkte und mögliche Kandidaten** geltenden *Orte der Demokratiegeschichte* in den regionalen Schwerpunkten sind in *Anlage 3: Liste Ankerpunkte und Stationen Orte der Demokratiegeschichte* aufgelistet.⁵

⁵ Einen vollständigen Überblick über alle *Orte der Demokratiegeschichte* bietet die Homepage <https://demokratie-geschichte.de/karte/a-z.php>

4.2 Touristische Angebotspalette der Orte der Demokratiegeschichte

Im Rahmen der Expert:innengespräche wurden in die Untersuchung ausgewählte *Orte der Demokratiegeschichte* exemplarisch einbezogen, von denen Aussagen und Erkenntnisse zu erwarten waren, die übertragbar sind für zukünftige konzeptionelle Entwicklungsansätze zur Route der Demokratiegeschichte (s. Anlage).

Was bieten die Orte der Demokratie für die touristische Vermarktung? Welches Angebot bieten sie aus touristischer Sicht im Kontext der Demokratiegeschichte?

Angebotsschwerpunkte sind:⁶

- Sammlungsmuseen und Ausstellungshäuser
- Spezifisches Museum zum Thema
- Dauerausstellungen, Sonderausstellungen, Wanderausstellungen
- Homepage (allgemeine Infos, Lernportale. Interaktive Tools)
- Multimediale Ausstellung, Filme, Slight-Shows, Augmented Reality-Guide
- Führungen (öffentlich + individuell)

⁶ Die Auflistung erfasst das große Ganze, also die Angebotskategorien. In diesen Kategorien bieten die einzelnen *Orte der Demokratiegeschichte* individuelle Einzelangebote.



- Ortsrundgänge mit Kennzeichnung der Objekte/ Infotafeln
- Theater, Lesungen, Konzerte
- Vorträge, Tagungen, Konferenzen, Workshops
- Broschüren, Karten, Stelen
- Fachwissenschaftliche Perspektive, um abzusichern, dass gewisse Ideen, Narrative und das Wording inhaltlich stimmig und auf dem Stand der Wissenschaft sind
- Z.T. Museums-Shop, gastronomische Einrichtung (im Haus oder in Kooperation Umgebung)



- **Von allem etwas dabei!** Sowohl altbewährt als auch innovativ kreativ und wissenschaftlich begleitet
- Zahlreiche **individuelle Einzelangebote** innerhalb der Angebotsschwerpunkte
- **Beständig im Wandel:** neben festen auch flexible Angebote und aktuelle Bezüge
- **Sehr unterschiedliche Ausstattung** mit touristischer Basisinfrastruktur

Bewertung und Bedarfsanalyse



5 Bewertung und Bedarfsanalyse

5.1 Definition Themenstraße

Was ist überhaupt eine Themenstraße? Woran muss sich die Route der Demokratiegeschichte messen lassen? Welche Definition bildet die Grundlage für strategische Überlegungen zur Schaffung eines gemeinsamen touristischen Angebots für die Route der Demokratiegeschichte?:

„Themenstraßen sind Leistungsbündel, die dem Besucher angeboten werden, und gleichzeitig eine Gemeinschaft von Anbietern, die gemeinsam auftreten und versuchen, sich ein Image aufzubauen, sich zu positionieren und dadurch am Markt zu behaupten.“⁷

- Nach dem ADAC ist eine Ferien- oder Themenstraße in Deutschland eine auf Dauer angelegte Reiseroute mit einem speziellen Thema, die den Zweck verfolgt, das Gebiet der Streckenführung touristisch besser zu vermarkten.
- In Österreich werden Ferien- und Themenstraßen auch Erlebnisstraßen genannt.
- Ferien- und Themenstraßen in Deutschland sind vorwiegend durch in braun gehaltene amtliche Richtzeichen mit weißer

Schrift und dem Logo oder der Raute der jeweiligen Straße ausgewiesen.

- Initiatoren von Ferien- und Themenstraßen sind vielfach Regionen, die bestrebt sind, sich besser touristisch zu vermarkten.
- Typische Themen sind Landschaften, (ehemaliges) regionaltypisches Gewerbe oder kulturelles Erbe.
- Die Zielgruppe einer Ferien- oder Themenstraße sind kulturell interessierte Touristen.



„In Deutschland gibt es derzeit eine nicht quantifizierbare Anzahl von Ferienstraßen bzw. touristischer Routen, wobei es nur wenige ins Bewusstsein einer breiten Öffentlichkeit geschafft haben, da sie oft nicht kontinuierlich vermarktet werden oder den Qualitätsansprüchen der Branche nicht gerecht werden.“⁸

⁷ Meyer-Cech, Kim (2003), S. 172.

⁸ Deutscher Tourismusverband e.V. (2017), S. 2.



5.2 Benchmarks für Themenstraßen

5.2.1 Relevante touristische Trends



Abbildung 5: Relevante touristische Trends

Beachten: Die dargestellten touristischen Trends gilt es, für die Entwicklung eines gemeinsamen touristischen Angebots für die Route der Demokratiegeschichte zu beachten.

Rückenwind: Die Trends sind Rückenwind für die Route der Demokratiegeschichte und können (und sollten) in der Angebotsgestaltung gut bedient werden.

Übertragbar: Die Trends spielen nicht nur für die touristische Angebotsgestaltung der Route der Demokratiegeschichte eine Rolle, sondern auch für den museumspädagogischen Bereich allgemein und das Fachpublikum.



5.2.2 Best-Practice Beispiele

Weg der Demokratie

<https://www.wegderdemokratie.de/>

Grunddaten / Überblick

Weg der Demokratie

- Kooperationsprojekt der Stadt Bonn und der Stiftung Haus der Geschichte
 - Rundweg zur Erinnerung an wichtige Orte der deutschen Demokratiegeschichte
 - Eröffnung: 2004
 - Länge: Unterschiedlich, je nach Route
 - Stationen: 65
 - 21 Tafeln und 43 Textschilder
- Gebäude mit historisch-politischer Bedeutung und Geschichte zur jungen Demokratie in Bonn und zur Anwesenheit des Bundes in Bonn



Angebotsbündel

- Geführte Rundgänge, die durch die Stadt Bonn angeboten werden (weitere Infos und Termine auf www.bonn.de)
- **Online – Weg:** Navigation mit dem Smartphone von Ort zu Ort oder entspanntes Erleben der Orte von zuhause
- **Offline Möglichkeiten** - jeweils mit historischen Aufnahmen und Hörbeiträgen zu besonderen Ereignissen der bundesdeutschen Geschichte:
 - Auswahl von Routenvorschlägen (zu Fuß / Rad und Nahverkehr)
 - Eigenständige Zusammenstellung von Lieblingsorten
 - Festlegen thematischer Schwerpunkte wie beispielsweise Parteien, Staatsgäste oder Wohnen



<https://www.thefreedomtrail.org/>

Grunddaten / Überblick

The Freedom Trail Boston

- Verbindung von 16 historischen Sehenswürdigkeiten
- durchgezogene rote Linie
- Beliebte Touristenattraktion
- Erlaubt schnellen Überblick über das historische Boston
- Länge: ca. 4 km
- Stationen: 16
- Führt durch Sammlung von Museen, Kirchen, Versammlungshäuser, Friedhöfe, Parks, ein Schiff und historische Markierungen, die die Geschichte der Amerikanischen Revolution und darüber hinaus erzählen



Angebotsbündel

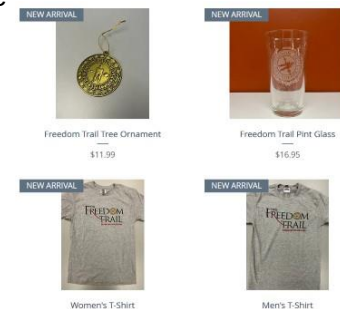
Geführte Touren (1-8), virtuelle Führungen (9), App (10), private Führungen (11)

1) WALK INTO HISTORY®, 90 Min., 1,6 km
3) HISTORIC PUB CRAWL PRIVATE TOUR, 90 Min., 0,4 km
5) NORTH END, 90 Min., 1,3 km
7) LANTERN, 90 Min., 1,6 km
9) WALK INTO HISTORY® WEB TICKETS ONLY TOUR, 90 Min., 1,3 km
PRIVATE & CUSTOM => ALLE FÜHRUNGEN ALS PRIVATE TOUREN VERFÜGBAR

Angebotsbündel

Freedom Trail Store

- bietet Ermäßigungen auf Tour -Tickets, Bücher wie den „Freedom Trail Walking Guide“ (Freiheitspfad Wanderführer) und „A Kid's Guide to the Freedom Trail“ (Führer für Kinder zum Freiheitspfad) sowie andere interessante Bücher für Schüler und Erwachsene, Audioguides und andere Artikel zum Freedom Trail





<https://www.erih.de/>

Grunddaten / Überblick

Europäische Route der Industriekultur

- Netzwerk der wichtigsten Standorte des industriellen Erbes Europas
- Gründung: 2003 – 2008
- Länge: Unterschiedlich, je nach Route
- Aufbau durch 11 Projektpartner mit finanzieller Unterstützung der EU (Förderprogramm INTERREG III B - Nordwest-Europa)



Grunddaten / Überblick

Europäische Route der Industriekultur

- Vorstellung auf der Website von über 2.200 Objekten bzw. Städten oder Regionen aus allen Ländern Europas
 - Hauptroute: Hervorhebung der touristisch bedeutendsten Industriestandorte: 80 Ankerpunkte in 12 Staaten Europas
- Ziel:
 - Stärkung von Interesse für das gemeinsame europäische Erbe der Industrialisierung und ihrer Hinterlassenschaften,
 - Vorstellung von Regionen, Orten und Objekten der Industriegeschichte
 - Etablierung im Freizeit- und Tourismusbereich als Ausflugs- und Reiseziel

Angebotsbündel – Routensystem

STANDORTE



Standorte sind die Grundlage
2.200 Standorte

ANKERPUNKTE



Ankerpunkte bilden die virtuelle Hauptroute
Standorte mit besonderer historischer Bedeutung und herausragender touristischer Attraktivität und Qualität

REGIONALE ROUTEN



Regionale Routen erschließen die Industriegeschichte einer Region
Erschließung von Landschaften und Gebieten, denen die europäische Industriegeschichte ihren Stempel aufgedrückt hat, z.B. Ruhrgebiet oder Südwales

EURO THEMENROUTEN



Themenrouten zeigen die europaweiten Verbindungen auf
16 Routen mit 270 Biografien: Aufzeigen von Verflechtungen gemeinsamen Wurzeln z.B. Bodenschätze oder Textilproduktion



Angebotsbündel

- Möglichkeit zur ERIH – Mitgliedschaft
- Bereits über 300 Mitglieder aus 27 Ländern
- Gründung des Vereins im Jahr 2008 nach deutschem Recht, um nach Auslaufen der Projektförderung das Netzwerk fortzuführen
- Wer kann ERIH-Mitglied werden?
 - Industriekulturelle Standorte
 - Öffentliche und private Einrichtungen und Organisationen
 - Firmen
 - Einzelpersonen



Zwischenfazit:

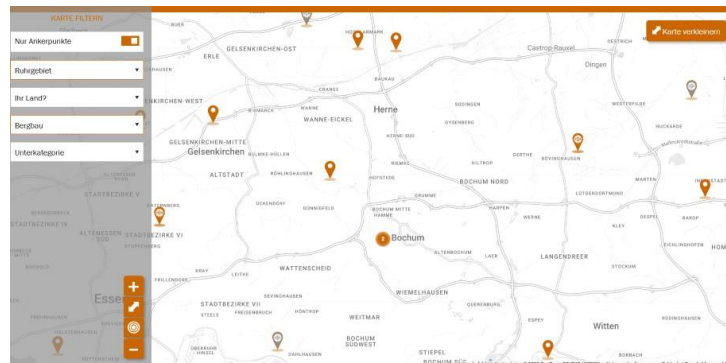
Blaupause Europäische Route der Industriekultur!

Die Europäische Route der Industriekultur vereint Basis-Elemente, die für die Route der Demokratiegeschichte sinnvoll übertragbar sind.

- gute Kombination aus Ankerpunkten und regionalen Angeboten
- eine Vielfalt an unterschiedlichen touristischen Akteuren und Leistungsträgern kann teilhaben und sich einbringen
- Gäste können sich regional oder thematisch orientieren

Beispiel

Ankerpunkte im Ruhrgebiet (Industriezweig Bergbau)





Deutsche Fußballroute NRW

https://de.wikipedia.org/wiki/Fu%C3%9Fballroute_NRW

Grunddaten / Überblick

- Als Erlebnis-Radwanderweg gedachte Ferienstraße in NRW zum Thema Fußball
- Kooperation von dem Westdeutschen Fußballband mit dem Land Nordrhein -Westfalen und dem Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V.
- Stationen: 15 Städte, deren Traditionsvereine nationale und internationale Bekanntheit erlangt haben
- Erläuterung der Geschichte der Heimatvereine in den verschiedenen Städten anhand 11 Stationen pro Stadt mit je einer Informationstafel
- Länge: 825 km
- Gründungsjahr: 2005
- Ausschilderung über das Radverkehrsnetz NRW



Angebotsbündel

Stationen



1) Aachen
3) Leverkusen
5) Krefeld
7) Wuppertal
9) Oberhausen
11) Gelsenkirchen
13) Dortmund
15) Bielefeld

Tafeln – Deutsch und Englisch





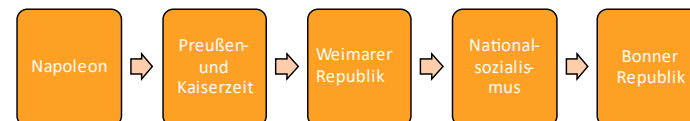
<https://portal.uni-koeln.de/universitaet/aktuell/presseinformationen/detail/geschichte-erlebbar-machen-app-orte-der-demokratie-in-koeln-startet>

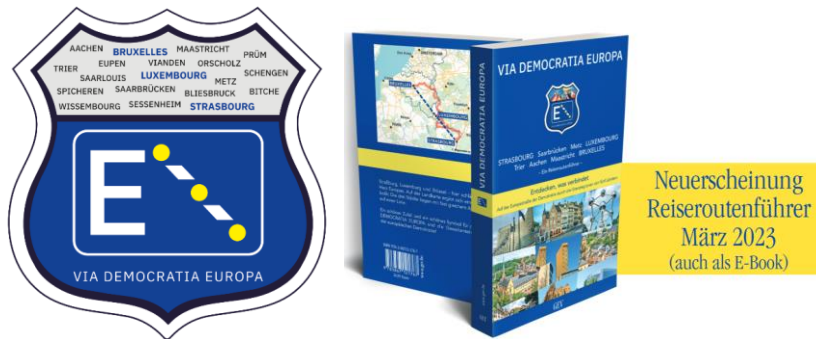


Grunddaten / Überblick

- Geschichte -App mit interaktivem Stadtplan Demokratie- und Freiheits -Geschichte anhand konkreter Orte in Köln
- Erzählung in Videos von Zeitzeugeninterviews und historischen Fotos
- Entwicklung durch Studiengang „Public History“, Universität Köln
- Gründungsjahr: 2021
- Länge: Unterschiedlich
- Themen: z.B. Widerstand gegen Preußen, von dem NS-kritischen Karnevalisten Karl Küpper und Hans Böcklers Zeit in Köln

Timeline





Europastraße der Demokratie

<https://via-democratia.eu/>

Grunddaten / Überblick

- Die „Europastraße der Demokratie“ ist eine Initiative überzeugter Europäer, die sich im Verein Via Democratia Europa e. V. zusammengefunden haben.
- Die „Europastraße der Demokratie“ verbindet Städte, Orte und Ereignisse, die mit der Gründung und Entwicklung der Europäischen Union in enger Verbindung stehen. Die Route führt entlang der kaum noch sichtbaren nationalen Grenzen zwischen dem Elsass, Rheinland -Pfalz und Lothringen, dem Saarland, Luxemburg und Ost -Belgien.
- 2020 Vereinsgründung Via Democratia Europa e. V.

Angebotsbündel

Charakteristika/Alleinstellungsmerkmal, Aufbau

Inhaltlich

1. Beschreibt eine Route/Straße im Herzen Europas mit 8 Städten, Zwischenstationen und Weltkulturerbe.
2. Es gibt viele Europastraßen aber durch die Verbindung der europäischen Städte Straßburg/Legislative- Luxemburg/Judikative-Brüssel /Exekutive ist Sie ein **einmaliges** Symbol für die demokratische Gewaltenteilung (Alleinstellungsmerkmal).
3. Verläuft durch das Gebiet mit Ursprung und Entstehung Europas (SaarLorLux).
4. Hotels, Restaurants, Theater, Museen, Veranstaltungen werden mit einem QR-Code am Ende jeder Stadt auf die Internetseite der Tourismusagenturen verlinkt (immer aktuell).
5. Mit einem Quote/Grußwort von Ursula von der Leyen – Präsidentin der Europäischen Union.

Angebotsbündel

Aufbau

1. Zwei Teile: 1.Kulturteil: Textbeiträge verschiedener Autoren über die „VIA DEMOCRATIA EUROPA“ und Europa; Darstellung der Regionen und grenzüberschreitende politische Institutionen entlang der Route; Entstehung der EU
2. Reiseroutenteil: 8 Städte mit Zwischenstationen und Weltkulturerbe entlang der Route, Kulinarik-Beitrag,
2. Inhalt Städte: Steckbrief, Stadt und Europa, Stadtrundgang mit Stadtplan, Sehenswürdigkeiten mit Bildern, Gut zu Wissen, Fahrten in die Umgebung, QR-Code zum Tourismusteil der Städte, Stadtplan mit weitere Sehenswürdigkeiten
3. Wegebeschreibung für Auto, Motorrad, Wohnmobil und Fahrrad, 2 Reisevorschläge, Sponsoren, Beteiligte, Büchertips
4. Die Route auf dem Cover vorne innen als Lesezeichen



5.2.3 Allgemeine Erfolgskriterien für Themenstraßen

Das Benchmark zeigt, welche Maßnahmen für den Erfolg einer Themenstraße verantwortlich sind. Zusammenfassend sind dies⁹:

	Thema: Die Straße sollte ein eindeutiges Thema haben, damit der Gast mit dem Thema Erlebnisse und Emotionen verbinden kann.		Erlebbarkeit vor Ort: Das jeweilige Thema sollte vor Ort niederschwellig, erlebnisorientiert und komfortabel erlebbar sein (z.B. gästefreundliche Öffnungszeiten, Führungen, Feste, Veranstaltungen, Events, Ausstellungen etc).
	Finanzielle Unterstützung: Langfristiger Erfolg gelingt durch kontinuierliche finanzielle Unterstützung (Gemeinde, Landkreis, politische Ebenen).		Ansprechpartner:innen: Es sollte feste Ansprechpartner:innen und eine Koordinationsstelle geben.
	Trägerschaft: Sicherung der dauerhaften Trägerschaft als regionale touristische Infrastruktur und Teil der kulturellen Identität.		Kundenmanagement: Professionelles Kundenmanagement ist wichtig, dazu gehört auch ein eindeutiges touristisches Marketing und ggf. eine klare Zielgruppendefinierung.
	Routenverlauf: Das namensgebende Thema muss einen „Roten Faden“ darstellen. Dieser Faden muss nicht zwangsläufig nur räumlich definiert, sondern kann auch thematisch interpretiert werden.		Regionale Identifikation: Wenn Menschen aus der Region einbezogen werden (Gästeführer:innen), kann dies ein Beitrag zur regionalen Identität leisten. Dies spiegelt sich positiv in der Erlebbarkeit für die Gäste wider.
	Corporate Design: Innen- und Außenmarketing, Pflege und Fortschreibung der Medien und Beschilderungssysteme (Einheitlichkeit)		Touristische Pakete: Für Gäste (auch internationale) sollte die Möglichkeit bestehen, eine Pauschalreise inkl. Themenstraßenbesuch u.a. buchen bzw. aus unterschiedlichen Bausteinen wählen zu können.
	Digitale Erlebbarkeit: Ein zeitgemäßer Internetauftritt und weitere digitale Tools sind heutzutage ein „Must have“. Die Internetpräsenz sollte regelmäßig überarbeitet, erweitert und aktualisiert werden.		Qualitätskriterien: Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung garantieren ein gleichbleibend gutes Produkt einer Themenstraße; ein Kriterienkatalog zur Aufnahme und Einstufung der Standorte ist dafür hilfreich.

Abbildung 6: Erfolgskriterien Themenstraßen und -routen

⁹ Vgl.: Ostdeutscher Sparkassenverband (2008): S. 171-172, eigene Zusammenstellung.



5.2.4 Allgemeine Strategie-Empfehlungen für die Route der Demokratiegeschichte auf Basis des Benchmarkings

Straßen, Wege oder Routen, die sich auf eine Stadt oder ein kleineres Gebiet beziehen, wie zum Beispiel der Weg der Demokratie in Bonn oder der Freedom Trail in Boston, sind für den Gast gut zu erleben. Sie bieten kurze Wege und eine hohe Erlebnisdichte und lassen sich hervorragend mit touristischen Angeboten kombinieren, sei es mit Pauschalen oder im Rahmen geführter Touren. Sie können auch sehr gut räumlich und visuell dargestellt werden, beispielsweise als Rundwege oder durchgezogene Linien.

Bei Routen oder Straßen, die sich auf größere Gebiete erstrecken, etwa deutschlandweit oder länderübergreifend, ist es viel schwieriger, dem Gast ein entsprechendes Erlebnis zu bieten. Wenn dieses Erlebnis hauptsächlich aus Informationstafeln besteht, ist das für den heutigen Gast zu wenig und kann zu Enttäuschungen führen. Insbesondere dann, wenn diese Erlebnispunkte über eine längere Strecke angefahren werden müssen, wie beispielsweise bei der "Deutschen Fußballroute NRW" oder der "Via Democratica". Durch Reiseroutenführer und digitale Informationen können dem interessierten und im besten Fall fachlich vorgebildeten Gast zwar ergänzende Erlebnispunkte geboten werden, diese ersetzen in der Regel aber keine sichtbaren Vor-Ort-Angebote.

Die Route der Industriekultur, als europäisches Projekt, deckt eine sehr große Fläche ab. Indem besonders wichtige Standorte mit hohem Erlebnischarakter, sogenannte Ankerpunkte, herausgestellt werden und das Angebot in kleinräumigere regionale Routen und spezielle Themenrouten aufgeteilt wird, ist das umfangreiche Angebot von 2.200 Standorten für den Gast greifbar. Die Europäische Route der Industriekultur kann sowohl vor Ort auf einer regionalen Route erlebt werden, bietet aber auch etwas für themeninteressierte und spezialisierte Besucher durch die Themenrouten. Mit den Ankerpunkten werden bedeutende und touristisch erschlossene Punkte hervorgehoben. Eine gute digitale Aufbereitung ermöglicht, die Routen auf zeitgemäße und neue Weise erleben zu können.



Fazit: Ankerpunkte sowie regionale und thematische Routen statt typische Themenstraße

Eine typische touristische Themenstraße mit Anfang und Ende, einer klaren Wegeführung und einem eindeutigen übergreifenden Thema, scheint kein geeignetes Modell für die *Orte der Demokratiegeschichte* zu sein. Für das komplexe Angebot der *Orte der Demokratiegeschichte* bietet sich eher die Europäische Route der Industriekultur als „Blaupause“ an. Die dargestellten allgemeinen Erfolgsfaktoren von Themenstraßen sind allgemein zu beachten wobei sich für die Route der Demokratiegeschichte insbesondere die Punkte **Erlebbarkeit, Digitalisierung und Qualitätskriterien** als wichtig andeuten.



5.3 Ausgewählte Ergebnisse Expert:innengespräche

Die Expert:innengespräche (s. auch Kapitel Untersuchungsdesign) bieten einen großen Fundus für sog. „Schlüsselzitate“, aus denen sich eine Reihe von thematischen Schnittmengen identifizieren ließ. Im Folgenden sind diese Ergebnisse tabellarisch aufbereitet.



Abbildung 7: Daumen hoch für Ergebnisse der Expert:innengespräche



5.3.2 Zum touristischen Angebot

Angebot	
Schlüsselzitate	Schnittmengen / Themenbereiche
„... außerdem ist Demokratiegeschichte nicht so sexy.“	Spagat zwischen sachbezogener Vermittlung von Demokratiegeschichte und emotionalem Zugang zum Thema
„Wir haben eine hohe Authentizität.“	Authentizität ist Alleinstellungsmerkmal
„1. Liga“, „Zugpferd“, „Perle auf der Kette“, „Kleine Facette“, „Demokratiethema wird überstrahlt von ...“	Es gibt große und kleine Perlen im Netzwerk, die ihren Platz finden müssen in der bundesweiten Wahrnehmung
	Bedeutung internationales Publikum
„... ein Angebot unter Vielen“	Verschiedene touristische Attraktionen an einer Stelle, Orte der Demokratie Geschichte nur ein Baustein.
„ Infotafel zum Ort der Demokratie Geschichte“	Abhängig vom Angebot, für die einen wichtig, für die anderen nicht möglich → Flexibilität ist gefragt
„ wenig Manpower vor Ort“	Einfache und digitale Angebot sind wichtig, nutzen von bestehenden Angeboten, nicht jeder muss alles selbst machen.

Tabelle 1: Schlüsselzitate Expert:innengespräche touristisches Angebot



5.3.3 Zur Kontroverse Straße – Route – Netz

Straße – Route – Netz	
Schlüsselzitate	Schnittmengen / Themenbereiche
„... Abkehr von Straße sinnvoll, auch aus Nachhaltigkeitsgründen – andere Mobilitätsformen.“	Gebot der Stunde: Multimobilität, sanfte Mobilität
„Straße ist zu verstaubt.“	Assoziation Straße eher negativ Touristische Straßen sind nicht mehr zeitgemäß Entfaltungsmöglichkeiten und Flexibilität bieten
„Straße ist eine schlechte Metapher“	
„Straße ist zu statisch, ist schon fertig und bietet keine Entfaltungsmöglichkeiten. Assoziation mit Asphalt; Route wäre besser, das ist assoziativ offener. Oder: Wege der Demokratie	
„Straße, wenn überhaupt nur kleinräumig“	
„Straße ist gar nicht so schlecht; eingeführter Begriff, der schon als Prädikat wahrgenommen wird.“	

Tabelle 2: Schlüsselzitate Expert:innengespräche Straße – Route – Netz?



5.3.5 Zum Thema Cluster

Cluster	
Schlüsselzitate	Schnittmengen / Themenbereiche
„Der bundesweite Gemeinschafts- und Vernetzungscharakter sollte erlebbar sein.“	Gemeinsame bundesweite Wahrnehmung in Inhalt und Optik, Wiedererkennung, überregionale Informationen
„Wichtig ist eine Design- und Layout-Vorlage, welche alle Orte der Demokratiegeschichte nutzen und in die, neben bundesweiten, auch individuelle Inhalte eingespeist werden können.“	
„... offenes Konzept, aber es gibt Leuchttürme. ... andere Cluster-Bausteine müssen sich mit touristischen Erlebnissen noch etablieren.“	Vergleichbare Qualität und Standards Offen für Neuzugänge
„Ort der Demokratie Geschichte auch zu Themenbereichen clustern“	Fachlich sinnvolle Themen entwickeln
„ ...regionale Angebote mit Anknüpfung an Leuchttürme“ „Ankerpunkte – gute Idee“	Regionale Cluster mit Leuchtturmangebot (überregional bekannt, dauerhaft erlebbar) mit weiteren regionalen Angeboten verknüpfen.
„Käseglocke Bonner Republik“, „... überstrahlt von Luther“, „Der Blick geht Richtung Ostsee und Mecklenburg.“, „... mal was anderes als Marzipan und Klinker.“	Inhaltlicher Roter Faden im Cluster und / oder räumliche Nähe. Jeder hat seine eigene Käseglocke Jeder hat ein Alleinstellungsmerkmal
Jeder Ort muss eine Kernbotschaft haben, es muss ein gemeinsames Narrativ geben	Kernbotschaften

Tabelle 3: Schlüsselzitate Expert:innengespräche Thema Cluster



5.3.6 Zur touristischen Positionsbestimmung

Touristische Positionierung	
Schlüsselzitate	Schnittmengen / Themenbereiche
„Emotionaler Zugang zum Thema ist wichtig; darstellen, was Demokratie uns ermöglicht und nicht immer nur den Blick darauf richten, wie schwer sie erkämpft wurde.“	Positiver Spirit
„Es muss ein vergnüglicher Erkenntnisgewinn möglich sein, ohne dabei eine triviale Wohlfühlgeschichte zu erzählen.“	Niederschwellige Infos und Erlebnisse mit Tiefgang
„... nicht denken: Oh, da kommt jetzt was Langweiliges und Anstrengendes auf mich zu.“	
„Bildungsanspruch und Tourismus sollten sich nicht ausschließen, aber es muss konsumierbar sein.“	
„Ort der Demokratie Geschichte zu sein hat bereits einen Marketingeffekt.“	Rückenwind durch Zeitgeist
„Besucher haben ganz unterschiedliche Erwartungen.“	Zielgruppenspezifische Angebote
„.....spezielles Thema - nichts für Kinder“ „...aber für Schüler – Revolution ist Unterrichtsstoff“	Spezielle Zielgruppe: Schulklassen (Ansprache der Lehrer und der Schulen)





Touristische Positionierung	
Schlüsselzitate	Schnittmengen / Themenbereiche
„... ideale Bedingungen für die Verbindung Kultur – Natur.“	Einbindung in die Region
„... eingebunden in ...“ „... werden Kontakte gepflegt zu ...“ „... Verknüpfung mit ...“	Kontakte zu touristischen Akteuren Verknüpfung mit weiteren touristischen Themen
„... das Amazon-Prinzip“	Empfehlungsmarketing
„Geschichts-Festival <i>Weimarer Rendezvous mit der Geschichte</i> stünde als Format bereit...“	Verbindendes Veranstaltungsformat
„Digitalisierung – jede Möglichkeit nutzen“	Angebote sollen immer erlebbar sein- auch ohne vor Ort zu sein. Ideen: Podcast, App, Videos und mehr.
	Ggf. auch als Gegenmodell zu z.B. Reichstag
„...nicht jeder muss alles selbst erfinden“	Gemeinsame App, weitere gemeinsame digitale Angebote (virtuell Reality)

Tabelle 4: Schlüsselzitate Expert:innengespräche touristische Positionsbestimmung



5.4 Touristische Stärken-Schwächen-Einschätzung

In der Stärken-Schwächen-Einschätzung bündeln sich wichtige Erkenntnisse vorangegangener Kapitel. Die Bewertungsreferenz orientiert sich an den Rubriken von Erfolgskriterien für Themenstraßen.

Thema und Bezeichnung

Stärken

Eindeutiges Thema mit emotionaler Strahlkraft
Für die touristische Positionierung ein Alleinstellungsmerkmal
Nachgefragtes Thema für internationales Publikum
Rückenwind durch öffentliche Aufmerksamkeit (Zeitgeist Demokratie)
Reicher Fundus für touristisches Storytelling, möglicher Blick auf das Positive der Demokratie

Schwächen

Erklärungsbedürftiges Thema
Akademischer Habitus, Historiker-Nische
Bedeutungsschwere Vermittlung des Demokratiethemas (Berührungsängste)
Schmaler Grat zwischen sachbezogener Information und trivialer Wohlfühlgeschichte
Schwer, zu verbildlichen
Komplexe Thematik verleitet dazu, Erwartungen zu wecken, die nicht erfüllt werden können
„Straße“ erweckt negative Assoziationen, kein Bezug zu Multimobilität, sanfte Mobilität, Nachhaltigkeit

Finanzielle Unterstützung

Stärken

Finanzierung durch Bundesstiftung möglich
Wertschätzung durch bundespolitische Ebenen

Schwächen

Ist Kontinuität gesichert?
Kommunen, Gemeinden, Landkreise könnten sich offener positionieren

Routenverlauf

Stärken

Zahlreiche Orte der Demokratiegeschichte in allen Bundesländern
Regionale Cluster möglich
Zahlreiche Anknüpfungsmöglichkeiten in den touristischen Destinationen
Offen für Neuzugänge

Schwächen

Räumliche Verteilung über ganz Deutschland erschwert bundesweite Wahrnehmung



Trägerschaft

Stärken



Schwächen



Bei Projektfinanzierung ist dauerhafte Trägerschaft (momentan GEDG) nicht gesichert.

Corporate Identity und Corporate Design

Stärken



Gemeinsames bundesweites Narrativ möglich
Wissenschaftliche Untersetzung und Begleitung
Visuelle Grundelemente vorhanden, die man kreativ weiter entwickeln kann (v.a. Plakette)

Schwächen



Bundesweiter Roter Faden für gemeinsame thematische und optische Wahrnehmung fehlt (kein einheitliches Erscheinungsbild, kaum Wiedererkennungseffekte)

Erlebbarkeit vor Ort

Stärken



Highlights mit Ausstrahlung (Ankerpunkte)
Hohe Authentizität vor Ort
Teilweise Einbindung in andere touristische Angebote
Vielfalt an Angebotsformen, sowohl traditionell klassisch als auch innovativ kreativ
Modularer Gedanke ist umsetzbar (niederschwellig + vertiefend)

Schwächen



Ein Angebot unter vielen (Konkurrenz)
Sehr große Spannbreite
Unterschiedlicher Erlebnisscharakter, verschiedene Qualitätsansprüche
Teilweise isoliertes Angebot mit wenig Verknüpfung in das touristische Umfeld
Historische Expertise steht im Vordergrund; touristische Bedürfnisse werden z.T. vernachlässigt
Unterschiedliche Erwartungshaltungen der Gäste



Digitale Erlebbarkeit



Stärken

Zunehmend zeitgemäße digitale Aufbereitung



Schwächen

„Luft nach oben“ bei digitalen Angeboten, die erlebbar sein sollten, auch ohne vor Ort zu sein
Wenig zielführender Verlinkungen



Kundenmanagement



Stärken

Jedes Museum regelt es bisher (erfolgreich) für sich selbst



Schwächen

Keine verbindliche bundesweite Struktur
Kein gemeinsames bundesweites Marketing



Ansprechpartner



Stärken

Hohe fachliche Kompetenz in den Themenfeldern Demokratiegeschichte, Museumspädagogik, Öffentlichkeitsarbeit v.a. bei den Ankerpunkten
Leidenschaft für das Thema
Eingespieltes bundesweites Netzwerk



Schwächen

Unterschiedliche Ansprechpartner:innen
Unterschiedliche Zuständigkeiten
Enge personelle Ressourcen vor Ort
Berührungspunkte der Tourismusverbände



Regionale Identifikation



Stärken

Regionale Identifikation könnte potenziell stark sein, da hohe Authentizität vor Ort gegeben ist
Ort der Demokratie Geschichte zu sein hat bereits einen Marketingeffekt



Schwächen

Sehr unterschiedliche Identifikation mit den Orten der Demokratie, evtl. auch durch mangelnde Bekanntheit



Touristische Pakete

Stärken

/



Schwächen

Keine speziellen touristische
Pakete durch externe Anbieter

Begrenztes Nachfragepotenzial



Qualitätskriterien

Stärken

Könnte jeder Ort entsprechend
seiner Rahmenbedingungen
individuell ausgestalten auf Basis
verbindlicher Qualitätskriterien



Schwächen

Verbindliche Qualitätskriterien
gibt es noch nicht (da die
Standorte so unterschiedlich sind,
machen nur Basiskriterien Sinn)





5.5 Potenzialbestimmung für ein gemeinsames touristisches Angebot der Route der Demokratiegeschichte

Die *Orte der Demokratiegeschichte* stellen ein heterogenes, deutschlandweit verteiltes Netzwerk historisch bedeutsamer Standorte dar. Diese repräsentieren verschiedene Ereignisse und bedeutende Persönlichkeiten aus unterschiedlichen geschichtlichen Epochen. Die Bandbreite reicht von regional bedeutsamen Bauwerken bis hin zu Ereignisorten mit eher informativem Charakter (Bildtafel o.Ä.).

Dies gilt es bei der Entwicklung eines gemeinsamen touristischen Produkts zu berücksichtigen.

Räumliche Verteilung:

Die räumliche Verteilung macht es schwierig die Standorte linear, nach der Idee einer Straße, miteinander zu verknüpfen. Die Standorte sind z.T. weit verstreut, einige Entfernungen dadurch sehr groß und manche Regionen Deutschlands verfügen über wenige oder keine Standorte. In manchen Regionen verdichten sich die Standorte jedoch, meist zu bestimmten historischen Epochen oder Themenbereichen. Dies eröffnet die Chance, ein erlebbares touristisches Angebot in der Nähe von Tourismus-Highlights mit Unterkünften und Gastronomie zu schaffen.

Standorte und Standortqualität:

Die Standorte variieren stark in Größe, touristischer Ausrichtung und Zugänglichkeit. Die Herausforderung besteht darin, alle Standorte in

ein gemeinsames touristisches Angebot zu integrieren. Die Chance für ein solches Angebot liegt darin, herausragende und gut zugängliche Ankerpunkte in den Vordergrund zu stellen und diese dann mit einer Vielzahl ergänzender Standorte zu verbinden. So kann ein umfassendes Erlebnis geschaffen werden, welches über den Besuch einer einzelnen Sehenswürdigkeit hinausgeht.

Thema als Alleinstellungsmerkmal:

Das Thema *Orte der Demokratiegeschichte* ist ein herausragendes Alleinstellungsmerkmal. Besonders hervorzuheben ist die gründliche wissenschaftliche Aufarbeitung, die für ein nachhaltiges Angebot zu einem gesellschaftspolitisch wichtigen Thema unabdingbar ist. Die Herausforderung liegt darin, das Thema verständlich zu präsentieren und Neugierde zu wecken, und dabei gleichzeitig mögliche Berührungspunkte abzubauen.

Marktpotenzial:

Ein gut konzipiertes gemeinsames touristisches Angebot, bestehend aus Ankerpunkten und regionalen sowie thematischen Routen, besitzt bei ausgewählten Zielgruppen ein beträchtliches Marktpotenzial. Es könnte sich zu einem Zusatzangebot entwickeln, das Gäste in ihr Urlaubserlebnis einbeziehen. Für geschichtsinteressierte Gäste kann es eine willkommene Ergänzung zu "Kirchen, Burgen und Schlössern" darstellen. Nur für ganz spezifische Zielgruppen oder im



Rahmen von thematischen Jahren werden die *Orte der Demokratiegeschichte* der Reiseanlass sein.

Eine digitale Präsentation ist von großer Bedeutung für die Etablierung eines gemeinsamen touristischen Angebotes.

Fazit

- Statt einer linearen Verknüpfung sollten herausragende Standorte und regionale Schwerpunkte dargestellt werden.
- Das Thema sollte ansprechend präsentiert werden, um Berührungängste abzubauen, basierend auf solider wissenschaftlicher Analyse.
- Arbeiten mit Ankerpunkten und sicherstellen hoher touristischer Qualität, kontinuierliche Verbesserung der Standortqualität.
- *Orte der Demokratiegeschichte* sind besonders, dennoch nur eine ergänzende touristische Option, selten Hauptreisemotiv.

Strategische Elemente



6 Strategische Elemente

6.1 Exkurs: Touristisches Destinationsmarketing in Deutschland

Insgesamt ist das touristische Destinationsmarketing in Deutschland ein komplexes Zusammenspiel von Organisationen auf verschiedenen Ebenen, das darauf abzielt, die Vielfalt des Landes als attraktives Reiseziel zu präsentieren und Besucher anzuziehen. Der Tourismus in Deutschland ist in jedem Bundesland und in jeder Region zwar etwas anders organisiert; die Tourismusentwicklung und das Tourismusmarketing folgen aber in der Regel den nachfolgenden Grundsätzen:

Touristisches Destinationsmarketing

Dieses umfasst die Planung, Umsetzung und Steuerung von Marketingaktivitäten, um Reiseziele attraktiv zu präsentieren und Besucher anzuziehen. Tourismusorganisationen spielen eine zentrale Rolle bei der Entwicklung der touristischen Region bzw. Destination. Ihre Aufgaben umfassen die Entwicklung von Strategien, die Koordination von Marketingaktivitäten und die Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteur:innen. In Deutschland ist das touristische Marketing auf mehreren Ebenen organisiert:

- **Landesebene:** Hier agieren Tourismusorganisationen der Bundesländer, die übergreifende Marketingstrategien entwickeln und fördern. Sie setzen Schwerpunkte für das jeweilige

Bundesland und koordinieren die Zusammenarbeit der Regionen.

- **Regionsebene:** Regionale Tourismusverbände fokussieren sich auf die Vermarktung von bestimmten geografischen Gebieten innerhalb eines Bundeslandes. Sie entwickeln spezifische Marketingstrategien, um die Attraktivität der Region hervorzuheben.
- **Lokale Ebene (Städte und Gemeinden):** Auf dieser Ebene engagieren sich Städte und Gemeinden, um ihre eigenen Besonderheiten und Attraktionen zu bewerben. Sie kooperieren oft mit übergeordneten Organisationen, um in größeren Kampagnen präsent zu sein.

Ebenen des Tourismusmarketings (in der Regel auf Regionsebene = touristische Destination)

- **Ziele / Zielkonzeption: Wo wollen wir hin?**

Das Hauptziel des touristischen Destinationsmarketings ist die Steigerung der Besucherzahlen und Verweildauer. Dies wird erreicht, indem man das Reiseziel als attraktiv und einzigartig positioniert.

- **Strategien: Wie kommen wir dorthin?**

Marketingstrategien variieren je nach Zielgruppe und Marktsegment. Sie können auf kulturelle Erlebnisse, Naturerfahrungen, sportliche Aktivitäten oder historische Aspekte fokussieren.



Das Marketing setzt sich aus einem Marketingmix folgender Ebenen zusammen:

Angebotspolitik: Wie gestalten wir das Angebot?

Hier geht es um die Gestaltung des Reiseangebots, inklusive Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten, Aktivitäten und Veranstaltungen. Die Vielfalt des Angebots ist entscheidend, um unterschiedliche Interessen abzudecken.

Kommunikationspolitik: Wie machen wir unser Angebot bekannt?

Die Kommunikation erfolgt über Werbung, PR, Social Media und Online-Marketing. Ziel ist es, potenzielle Besucher neugierig zu machen und relevante Informationen zu liefern.

Vertriebspolitik /Distribution: Wie verkaufen wir unser Angebot?

Effektive Vertriebskanäle sorgen dafür, dass potenzielle Besucher Zugang zu Informationen und Buchungsmöglichkeiten haben. Das schließt Online-Plattformen und Informationszentren ein.

Preispolitik: „Wie gestalten wir den Preis unseres Angebotes?“

Preisstrategien sollten wettbewerbsfähig sein und den Wert des Reiseerlebnisses widerspiegeln. Sonderangebote, Paketpreise und Rabatte können genutzt werden, um Besucher anzulocken.

Was bedeutet das für die Orte der Demokratiegeschichte?

Im deutschen Tourismus gibt es kein fest etabliertes System, und die Kooperation auf lokaler und regionaler Ebene variiert. Die Tourismusorganisationen unterscheiden sich in ihren Ressourcen wie Personalstärke, Entscheidungsbefugnisse, verfügbare Arbeitskraft und finanzielle Mittel erheblich. Daher ist es ratsam, aktiv Kontakt zu den örtlichen Tourismusvertreter:innen aufzunehmen.

In der Zusammenarbeit wird oft „Hol- und Bringschuld“ diskutiert. Um dies zu umgehen, empfiehlt es sich, direkt und unkompliziert Kontakt zu den relevanten Organisationen aufzunehmen. Oft sind Mitarbeiter:innen der Gemeinde oder des Landkreises mit Zusatzaufgaben im Bereich Tourismus betraut, eine gezielte Nachfrage, wie und was sie in das jeweilige Tourismusmarketing einbringen könnten, ist sinnvoll. Je passgenauer von Seiten der *Orte der Demokratiegeschichte* das Angebot gestaltet ist, desto wahrscheinlicher wird es im Tourismusmarketing berücksichtigt.



6.2 Grundidee

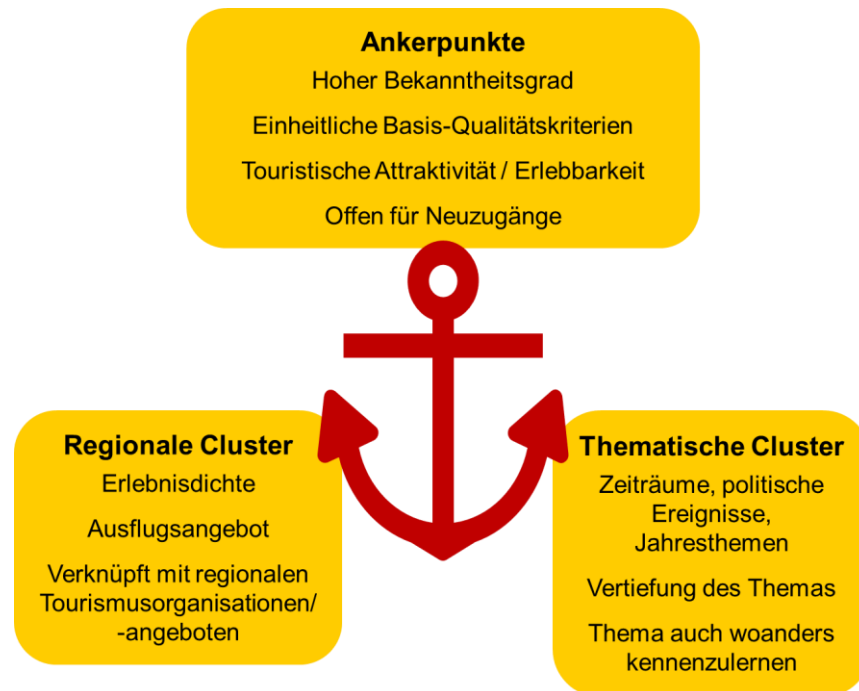


Abbildung 8: Ankerpunkte und regionale und thematische Cluster

Während der Analyse zeichnete sich schnell ab, dass das traditionelle Modell einer touristischen Themenstraße nur begrenzt geeignet ist, um das komplexe Angebot der *Orte der Demokratiegeschichte* als gemeinsames touristisches Angebot zu repräsentieren. Stattdessen hat sich das Konzept einer Route (in Anlehnung an die Route der Industriekultur) herauskristallisiert. Hinzu kommt, dass die **Bezeichnung** Raum für zeitgemäße Ansprüche an verschiedene

Mobilitätsformen und sanfte Mobilität lassen sollte. Insofern ist der Begriff „Straße“ assoziativ nicht zeitgemäß und aus touristischer Sicht wenig positiv. Also weg von der Straße, hin zur Route!

Insgesamt betrachtet gibt es große und kleine „Perlen“ im Netzwerk der *Orte der Demokratiegeschichte*, die ihren Platz finden müssen in der touristischen Wahrnehmung. In der bundesweiten Wahrnehmung sollte man sich auf die **Ankerpunkte** konzentrieren. Es gilt, sich bewusst zu machen, dass einerseits die Ankerpunkte über eine Vielzahl touristischer Attraktionen verfügen; *Orte der Demokratiegeschichte* sind also nur ein Baustein in ihrem touristischen Portfolio. Aber andererseits sind die „Ankerpunkt-Highlights“ gerade ein Vorteil, denn in ihrem Schatten können viele weitere *Orte der Demokratiegeschichte* und regionale **Cluster** Aufmerksamkeit gewinnen.

Durch einen konzeptionellen Aufbau, welcher sowohl die Ankerpunkte als auch regionale und thematische Cluster einschließt, kann eine **modulare Struktur** geschaffen werden. Diese bietet **Flexibilität** sowohl was grundlegende und niederschwellige als auch vertiefende Informationen betrifft. Zudem erlaubt die Flexibilität eine kontinuierliche Erweiterung der Ankerpunkte und regionalen Cluster. Dabei ist die Frage zu klären, wie viele Ankerpunkte mit ihren Clustern beteiligt werden können.

Die Einbindung in die jeweilige Region kann durch verschiedene Anknüpfungspunkte realisiert werden, insbesondere durch



Verknüpfungen mit kulturellen, theater- und literaturbezogenen Veranstaltungen, um einen touristischen Erlebniswert zu schaffen.

Das beschriebene Grundmodell setzt sich also aus ausgewählten Ankerpunkten zusammen, an die räumlich verbundene regionale Routen und regionale Cluster anknüpfen. Ebenso können hier thematische Routen ansetzen. Die einzelnen Standorte werden vor Ort klar gekennzeichnet, während die Routen nicht ausgeschildert, sondern ausschließlich digital oder auf Karten dargestellt werden.

Die Ankerpunkte müssen bestimmte **Grundvoraussetzungen** erfüllen, wie überregionale Bekanntheit, gute durchgängige Zugänglichkeit sowie vorhandene touristische Infrastruktur (direkt am Standort oder in dessen unmittelbarer Nähe). Auf diese Weise kann der Gast ein umfassendes touristisches Angebot inklusive Gastronomie, Unterkünften und weiterer touristischer Einrichtungen nutzen. Die Ankerpunkte können überregional beworben und in das regionale Tourismusmarketing integriert werden.

Ausgehend von den Ankerpunkten werden **regionale Routen** entwickelt. Abhängig von der Dichte der Standorte und der geographischen Lage können diese Routen größer oder kleiner gestaltet werden. Hauptbestandteil sind weitere *Orte der Demokratiegeschichte*, diese werden im Idealfall durch Führungen und Veranstaltungen bereichert. Je umfangreicher das Angebot, desto reichhaltiger wird das Erlebnis. Die regionalen Routen ergeben ein kohärentes Angebot, das für regionale Tourismusorganisationen interessant sein kann.

Thematische Routen verbinden Standorte, die denselben historischen Zeitraum oder ähnliche Ereignisse behandeln. Dadurch kann das übergeordnete Thema "Demokratiegeschichte" aufgegliedert werden und für den Gast möglicherweise verständlicher werden. Gemeinsame Themen ermöglichen eine bessere Erzählung durch Storytelling.

Die **Idee der "Route der Industriekultur" ist anpassungsfähig**. Es ist möglich, sofort mit der Auswahl einiger Ankerpunkte und daran anschließenden regionalen Routen zu beginnen. Das Angebot kann kontinuierlich erweitert werden. Bei der Entwicklung eines neuen Angebots ist es essenziell, erst dann mit der Gästewerbung zu beginnen, wenn ein solides Grundangebot zur Verfügung steht.



Aufgabe:

Verständigung des Netzwerks über das Strategiekonzept zur Route der Demokratiegeschichte und Festlegung erster Ankerpunkte und regionaler Cluster

In den Vorbemerkungen zum Projekt kommt der hohe gesellschaftspolitische Bildungsanspruch des Projektes zum Ausdruck. Für die touristische Vermarktung ist dies nicht ganz einfach, denn für Touristen sollten die *Orte der Demokratiegeschichte* „**konsumierbar**“ sein. So gilt es, ein kulturgeschichtlich oftmals bedeutungsschweres Thema mit positivem Spirit zu vermitteln und zu präsentieren, so dass



die Gäste ein positives (Bildungs-) Erlebnis haben, bei dem auch das weitere touristische Umfeld stimmt und Anknüpfungen an bestehende touristisch interessante Ziele in räumlicher Nähe möglich sind. **„Mir fehlt etwas die Leichtigkeit!“**: Dieses Zitat eines Teilnehmers des Online-Workshops bringt gut auf den Punkt, dass es zu einem gewissen **Paradigmenwechsel** kommen muss, will man touristisch ansprechender zu werden. Es gilt, den Spagat zwischen fachlich versierter Vermittlung von Demokratiegeschichte und emotionalem Zugang zum Thema hinzubekommen; eine Kombination also, aus niederschwelligen „Teaser“ und Erlebnissen mit inhaltlichem Tiefgang. Bildungsanspruch und Tourismus müssen sich nicht ausschließen. Zudem ist ein **emotionaler Zugang** zum Thema wichtig. (Weiteres im Kapitel „Kommunikation“).



Aufgabe:

Gemeinsame Verständigung der Verantwortungsträger:innen auf einen **Paradigmenwechsel** „Mut zur Leichtigkeit“. Mit dem Blick durch die touristische Brille sollte die Route der Demokratiegeschichte einen vergnüglicher Erkenntnisgewinn ermöglichen, ohne dabei eine oberflächliche Wohlfühlgeschichte zu erzählen.



Abbildung 9: Grundidee



6.3 Strategie-Kompass

Der Strategie-Kompass gibt Orientierung für die wichtigsten „Marschrichtungen“, um bei einem gemeinsamen touristischen Angebot anzukommen.

Der Kompass ist mit Blick auf die Gesamtroute angelegt.

Die im Folgenden beschriebenen Handlungserfordernisse orientieren sich an diesen Richtungen; man könnte auch sagen „Leitplanken“.

Abgeleitet aus den dargestellten fachlichen Erwägungen sind direkt konkrete Aufgaben identifiziert worden (in „Blauen Kästen“). Diese einzelnen Aufgaben werden im Kapitel „Fahrplan“ wieder aufgegriffen, in Form von Arbeitspaketen strukturiert und mit Angaben zu Verantwortlichkeiten und Prioritäten ergänzt.



Abbildung 10: Kompass für die touristische Entwicklung



6.3.1 Angebotsentwicklung

Was ist bei der Angebotsgestaltung aus touristischer Sicht sinnvoll?



Qualitätsanspruch und einheitliche Qualitätskriterien

Insbesondere die Ankerpunkte müssen - neben überregionaler Bekanntheit - bestimmte qualitative Grundvoraussetzungen erfüllen, so dass der Gast ein umfassendes touristisches Angebot inklusive Gastronomie, Unterkünften und weiterer touristischer Einrichtungen nutzen kann. Folgende Qualitätsstandards sind **einfach aber wirkungsvoll** für das allgemeine touristische Wohlbefinden:

- Nutzerfreundliche, verlässliche Öffnungszeiten
- Öffentliche Toilette
- Parkmöglichkeiten/komfortable Erreichbarkeit mit ÖPNV
- Barrierefreiheit so weit möglich
- Familienfreundlichkeit
- Digitaler und analoger Auftritt mit einheitlichem Design
- Eindeutige Eingangssituation, gut zu finden
- Verpflegung/Café vor Ort oder in der Nähe
- Eingebunden in das Orts- oder Stadtmarketing
- Erreichbare Ansprechpartner
- Nachhaltigkeit



Aufgabe:

Verständigung auf Basis-Qualitätskriterien – einfach aber wirkungsvoll



Wissenschaftliche Begleitung

Die hohe fachliche Expertise im Netzwerk ist ein großes Potential für die Entwicklung eines anspruchsvollen touristischen Angebotes. Die komplexe Thematik und die bundesweite und sogar internationale Wahrnehmung machen die wissenschaftliche Begleitung auch zukünftig unabdingbar. Hierbei sollten sich die Beteiligten aus dem wissenschaftlichen Kontext nicht auf die historische Nische „reduzieren“ lassen, sondern auch aus ihr heraustreten - Stichwort „Leichtigkeit“.



Aufgabe:

Kontinuierliche Netzwerkarbeit



Zielgruppen (national und international) spezifizieren

Im Rahmen dieses Strategieplans soll ein grober Überblick gegeben werden, welche Gruppen von Reisenden man als potenziellen Zielgruppen für die Route der Demokratiegeschichte im Blick haben sollte. Die in der touristischen Zielgruppenspezifizierung gemeinhin zur Anwendung kommenden Sinus-Milieus und Persona-



Beschreibungen führen hier zu weit, da sie ein sehr aufwendiges Verfahren darstellen. Deshalb im Folgenden ein Zielgruppen-Überblick: Das Spektrum der Zielgruppen für die Route der Demokratiegeschichte ist breit gefächert, insbesondere im Gesamtzusammenhang mit den einzelnen regionalen Clustern. Diese haben vielfältige individuelle Angebote (welche auf unterschiedliche Zielgruppen orientieren). Ziel des Strategiekonzeptes kann es deshalb nur sein, **für die Gesamtroute, also für das große Ganze**, wichtige Zielgruppen zu benennen¹⁰. Daraus können vor Ort Schlussfolgerungen z.B. für Stil und Ton bzgl. der optischen und inhaltlichen Präsentation gezogen werden können sowie hinsichtlich der zu beachtenden touristischen Qualitätsstandards. Für die bundesdeutsche Gesamtroute kann - neben dem klassischen Spektrum aus dem Bildungsbereich - **der Kreis der Kultur- und Geschichtsinteressierten** identifiziert werden, **internationales Publikum** sowie **Radtourist:innen** auf tangerenden überregionalen Radrouten. Bei der touristischen Angebotsgestaltung sollten die Erwartungen und Bedürfnisse dieser Zielgruppen berücksichtigt werden.

- **Geschichtsinteressierte, Bildungsreisende und Kulturtourist:innen**

Diese Gruppe von Reisenden ist besonders daran interessiert, historische Ereignisse, Regionen und Denkmäler zu erkunden und dies zu kombinieren mit kulturellen Events der Orte, die sie besuchen (Kunst, Architektur, Theater u.ä.). Die Ankerpunkte entlang der Route der Demokratiegeschichte bieten als touristische Highlights diese Kombinationsmöglichkeiten und mit einem geschickten Marketing, welches eingebunden ist in die örtlichen Tourismusorganisationen sollte es gelingen, diese Gruppe von Reisenden zu „Abstechern“ zu den Orten der Demokratie zu verleiten.

- **Internationales Publikum**

Entlang der Route der Demokratiegeschichte liegen zahlreiche touristische Hotspots, die im Fokus internationaler Tourist:innen stehen. Die *Orte der Demokratiegeschichte* dürften bei dieser Zielgruppe auch deshalb auf Interesse stoßen, weil die deutsche Demokratiegeschichte eine einzigartige Gelegenheit bietet, landschaftliche Schönheit, kulturelle Vielfalt, bekannte historische Persönlichkeiten sowie gesellschaftliche Veränderungen zu erleben und miteinander zu verknüpfen.

Unter dem Link <https://www.germany.travel/de> greift die Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) das Thema in weitestem Sinne unter Schlösser & Burgen auf mit dem Slogan: „Hier wurde Weltgeschichte geschrieben“. Ob und wie zukünftig eine Verlinkung zur Route der Demokratiegeschichte möglich ist, sollte diskutiert werden.

- **Tagesausflügler:innen (Auto, Rad, ÖPNV)**

Die regionalen Cluster zeichnen sich durch die räumliche Nähe der einzelnen *Orte der Demokratiegeschichte* aus. Ideal also für Tagesausflüge der ansässigen Bevölkerung. Die gezielte Ansprache der

¹⁰ Die für die *Orte der Demokratiegeschichte* klassischen Zielgruppen im Bereich der Bildung (Schulklassen, Sommerkurse, Fachkonferenzen, Workshops, Forschende etc.) werden im

Rahmen dieses Konzeptes nicht näher in den Blick genommen; diese können als „gesetzt“ angenommen werden.



Bevölkerung vor Ort kann den Orten der Demokratiegeschichte außerdem zu mehr Verankerung im regionalen Bewusstsein verhelfen.

- **Radtourist:innen überregionale Radrouten**

Die Gruppe der Radtourist:innen, die auf überregionalen Routen unterwegs sind, sollten nicht vergessen werden, denn diese Gruppe kann insbesondere auch durch die Nutzung von E-Bikes (auch durch ältere Semester) zunehmend relevant werden. Es gilt, wo Radwegeinfrastruktur vorhanden ist, die entsprechenden Marketingkanäle zu bespielen, um die Angebote der Route der Demokratiegeschichte ins Bewusstsein zu rücken und ein Radfahrer:innenfreundliches Umfeld zu schaffen.

Die heterogene Zielgruppenstruktur verlangt sowohl nach einem niederschweligen, gleichwohl fachlich fundierten, Einstieg in das Thema (Stichworte erlebnisorientierter „Teaser“, leicht konsumierbare Informationen, vergnüglicher Erkenntnisgewinn) als auch nach Möglichkeiten der fachlichen Vertiefung.



Aufgaben:

Tourismuspartner proaktiv ansprechen hinsichtlich Kooperations- und Marketingmöglichkeiten in den oben genannten Zielgruppensegmenten (Kombinationsmöglichkeiten mit vorhandenen touristischen Angeboten der Region)

Mehrsprachigkeit_(Deutsch/Englisch) in Öffentlichkeitsarbeit/im Ausstellungsbereich gewährleisten

Kontakt aufnehmen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) hinsichtlich Verlinkung

<https://www.germany.travel/de> („Hier wurde Weltgeschichte geschrieben“)

Kernbotschaften als erlebnisorientierte Teaser formulieren

Radfahrer:innen willkommen als Basis-Qualitätskriterium umsetzen



Nicht verheben

Das Netzwerk verfügt über zahlreiche kreative Köpfe, in verantwortlichen Funktionen, die professionell im museumspädagogischen Umfeld und im Veranstaltungs- und Eventmanagement agieren. Hier besteht die „Gefahr“, dass in der theoretischen Auseinandersetzung mit dem Thema und durch Ideen, „was man alles noch machen könnte“, Erwartungen geweckt werden, die in Praxis nicht erfüllt werden können. Hier gilt es u. a. die begrenzte Personaldichte zu beachten.

Aber, es muss ja nicht jeder alles selbst machen; Aufgabenteilung ist angesagt. Austausch und Kooperationen der Netzwerkpartner sind sowohl digital als auch analog möglich.



6.3.2 Kommunikation

Wie kann das Angebot für Tourist:innen besser bekannt gemacht und Neugierde geweckt werden?



Stimmige Narrative, stimmiges Wording, Emotionen und Storytelling mit Tiefgang

Insbesondere von der deutschlandweiten Gesamtroute sollte die Botschaft eines Narrativs ausgehen: Wie verstehen wir Demokratie? Was bedeutet uns Demokratie? So viel Positives gibt uns Demokratie! Hierfür gilt es, ein stimmiges Wording zu entwickeln. Auf diese Weise kann Touristiker:innen auch die „Angst“ (ungute Erinnerungen an den Geschichtsunterricht und Bildungslücken ...) vor dem vielleicht als sperrig empfundenen Thema Demokratiegeschichte genommen werden. Zugearbeitete Textbausteine und Sprachregelungen helfen die Hemmschwelle zu überwinden.

Im Gegensatz zur Gesamtroute muss vor Ort nicht in erster Linie die Botschaft des Narrativs im Vordergrund stehen; Vor Ort ist die Authentizität wichtig für die touristische Positionierung.

Aus touristischer Sicht ist es im Wording insgesamt wünschenswert, für die Route der Demokratiegeschichte eine Erlebnisbotschaft zu senden. Also nicht auszudrücken „Das haben wir“, sondern „Das bekommen Sie!“ (aktivierende und inspirierende Kommunikation). Und, die gewünschten Kernbotschaften, die klar und einfach formuliert sein sollten, kommen v.a. über Emotionen beim Publikum an. Dies können sowohl positive als auch negative Emotionen sein,

Hauptsache, die Gäste werden in ihrer ersten Begegnung mit der Route der Demokratiegeschichte nicht mit jahreszahlengespickten Texten u. ä. konfrontiert.

Gute Geschichten hört jeder gern. Storytelling bietet ausgezeichnete Möglichkeiten, die Themenpalette der Demokratiegeschichte authentisch zu präsentieren, zumal diese Geschichte voll ist von Persönlichkeiten, menschlichen Schicksalen und Lebenswegen. Dieses Instrument wird in einigen Orten der Demokratiegeschichte bereits in vielfältiger Weise praktiziert (z.B. 100 Köpfe); es sollte überall konsequenter zum Einsatz kommen. Wissenschaft und Erlebnis müssen kein Widerspruch sein.

Was vermieden werden sollte, ist, den Blick nur darauf zu richten, wie schwer und mit wie vielen Opfern Demokratie in Deutschland erkämpft wurde. Stattdessen: Für die Demokratie werben, die Demokratie schmackhaft machen durch Darstellung dessen, was uns die Demokratie alles ermöglicht hat und weiterhin ermöglichen wird.



Aufgaben:

Narrativ für Gesamtroute entwickeln und in Kernbotschaften formulieren

Textbausteine und Sprachregelungen für *Orte der Demokratiegeschichte* und touristische Akteur:innen erarbeiten

Erlebnisbotschaften formulieren



Chance Digitalisierung

Alle Chancen der Digitalisierung nutzen! Denn sie eröffnet Tourist:innen vielfältige Möglichkeiten, die Route der Demokratiegeschichte auf eine neue und spannende Weise zu erleben und zu erkunden. Die Benefits für das touristische Erlebnis der Route der Demokratiegeschichte durch Digitalisierung sind vielfältig und können hier nur allgemein umrissen werden. Es ist Aufgabe der einzelnen *Orte der Demokratiegeschichte* hier zeitgemäß am Ball zu bleiben und aus dem Portfolio, die zur jeweiligen Einrichtung passenden zu bespielen. Die Gesamtroute betreffend sollte allerdings - abgestuft nach Ankerpunkten und regionalen Einrichtungen - ein Grundangebot an digitalen Tools vorhanden sein, die ein erlebnisorientiertes Eintauchen in das Thema sowie zusätzliche Informationen über Exponate und

historische Hintergründe ermöglichen. Für die Gesamtroute ist in erster Linie eine gemeinsame „touristische“ Website der Route der Demokratiegeschichte, bzw. ein auffälliger touristischer „Abzweig“ zu nennen. Für die Ankerpunkte sind denkbar: QR-Codes, Bespielung ausgewählter Social-Media-Kanäle, multimediale Eyecatcher, digitale Übersetzungs- und Untertiteldienste.

Im Folgenden sind allgemeine Benefits für das touristische Erlebnis¹¹ der Route der Demokratiegeschichte durch Digitalisierung aufgelistet, die je nach individuellen Rahmenbedingungen eingesetzt werden können.

- **Erlebnisorientiertes Eintauchen in das Thema sowie zusätzliche Informationen über Exponate und historische Hintergründe durch digitale Tools (auch direkt am Handy abrufbar)**
 - gemeinsame „**touristische**“ **Website** der Route der Demokratiegeschichte, bzw. ein auffälliger touristischer „Abzweig“ von der Seite <https://demokratie-geschichte.de/>
 - **QR-Codes** eröffnen Erlebnis- und Informationsangebote, die nahezu überall eingesetzt werden können, auch an Orten mit reinem Symbolwert bieten
 - Bespielung ausgewählter Social-Media-Kanäle

¹¹ Alles, was dem touristischen Erlebniswert steigert, ist natürlich auch für das Fachpublikum ein Mehrwert.



- **gemeinsame App**, die auf smarte Weise regelmäßig über Aktuelles, Veranstaltungen und allgemeine Reise-Tipps informiert
 - **digitale Audio- oder Videoguides** können Tourist:innen begleiten und ihnen interaktive Inhalte, Geschichten und Hintergrundinformationen bieten
 - **multimediale Eyecatcher** wie Videos, Bilder, Audioaufnahmen und Animationen können auf *Orte der Demokratiegeschichte* aufmerksam machen
 - **Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR)** eröffnen neue Möglichkeiten für emotionale Erlebnisse. Tourist:innen können historische Szenen rekonstruieren, virtuell in vergangene Zeiten eintauchen.
 - Tourist:innen können **digitale Souvenirs**, wie Fotos oder personalisierte Videos, von ihrem Besuch mit nach Hause nehmen. Die Erlebnisse können zudem in Echtzeit über soziale Medien geteilt werden, was den Bekanntheitsgrad der Route der Demokratiegeschichte steigert.
 - Durch die Integration von **Gamification-Elementen** kann die Route der Demokratiegeschichte spielerische Ansätze verwenden, was den Erlebniswert steigert (Quiz, Rätsel und Belohnungssysteme)
-
- **Deutlich sichtbare Verlinkungen** der individuellen Homepages der *Orte der Demokratiegeschichte* auf die gemeinsame Homepage
 - auch **von zu Hause aus erlebbar**; virtuelle Rundgänge ermöglichen es, *Orte der Demokratiegeschichte* online zu erkunden, unabhängig von ihrem geografischen

Standort. Dies eröffnet die Möglichkeit, ein breiteres Publikum zu erreichen und auch etwas unscheinbarere Standorte zu

- **Sprachunterstützung** (digitale Übersetzungs- und Untertiteldienste) für ein internationales Publikum
- Digitale Plattformen ermöglichen es Tourist:innen, **Feedback** zu geben. Die Route der Demokratiegeschichte erhält so kontinuierlich Lob und Tadel – im besten Fall ist es Empfehlungsmarketing.
- Digitale Angebote erleichtern **Barrierefreiheit und Inklusion**. Menschen mit Behinderungen können von Technologien profitieren, die beispielsweise Untertitel, Übersetzungen oder Audiodarstellungen bieten.



Aufgaben:

Webseite relaunchen (Ergänzung um touristischen „Abzweig“)

QR-Code-Konzept entwickeln

Social-Media-Kanäle bespielen

Gemeinsame multimediale Eyecatcher für Ankerpunkte entwickeln

Digitale Übersetzungs- und Untertiteldienste einsetzen



Bundesweit einheitliche Design- und Layout-Vorlage

Eine bundesweit einsetzbare Design- und Layoutvorlage für ausgewählte analoge und digitale Kommunikationsmaterialien im Zusammenhang mit der Route der Demokratiegeschichte ist eine wichtige Voraussetzung für die einheitliche bundesweite touristische Wahrnehmung. Sie ist Grundlage für Professionalität, Vertrauen, klare Kommunikation und effiziente Gestaltung. Insbesondere die räumliche Verteilung der *Orte der Demokratiegeschichte* über ganz Deutschland erfordert eine **optische Klammer, die auch die gemeinsame bundesweite Botschaft unterstützt** und die Marke positiv verankert. Die Basis dafür ist mit Logo *Orte der Demokratiegeschichte*, Farbgebung Schwarz Rot Gold, Schilder für *Orte der Demokratiegeschichte* bereits vorhanden, sollte aber noch präsenter zum Einsatz kommen und vor Ort ergänzt werden durch ausdrucksstarke Bilder (Eyecatcher).

Vorteile aus touristischer Sicht sind im Einzelnen:

- Einheitliches Erscheinungsbild: Eine gemeinsame Design- und Layoutvorlage schafft ein einheitliches Erscheinungsbild für touristische Materialien und Informationen. So wird eine konsistente visuelle Identität etabliert und der Wiedererkennungswert gefördert.
- Vertrauenswürdigkeit: Konsistenz im Design vermittelt Vertrauenswürdigkeit und Seriosität. Tourist:innen

schätzen es, zu sehen, dass die Informationen von offiziellen Quellen stammen und professionell gestaltet sind.

- Klare Kommunikation: Eine einheitliche Designvorlage kann helfen, Informationen klarer zu kommunizieren. Kernbotschaften können hervorgehoben und der Lesefluss verbessert werden, was insgesamt zu einer besseren Verständlichkeit beiträgt.
- Effizienz und Kostenersparnis: Wenn für verschiedene touristische Materialien (z.B. Broschüren, Websites, Plakate) eine gemeinsame Vorlage verwendet wird, kann dies den Erstellungsprozess beschleunigen. Vordefinierte Designelemente und Layouts müssen nicht jedes Mal von Grund auf neu erstellt werden. Einmal entwickelte Designelemente können wiederverwendet werden, was die Notwendigkeit für wiederholte Gestaltungsarbeit verringert
- Einfache Orientierung: Konsistente Designelemente können dabei helfen, Reisende bei der Orientierung zu unterstützen.

Jedem Netzwerkpartner sollte eine Vorlagen-Grundausstattung (Digital, Layout und ggf. Schilder) zur Verfügung gestellt werden. Dabei ist darauf zu achten, dass genügend Flexibilität



und Spielraum bleibt, um bei Bedarf das Layout der regionalen Tourismusmarketings zu integrieren.



Aufgaben:

Bundesweit einsetzbare Design- und Layoutvorlage für ausgewählte (für Gesamtroute) entwerfen und zur Verfügung stellen → Vorlagen-Grundausrüstung



Markenzeichen

Eine jährliche bundesweite Veranstaltung könnte zum **verbindenden Veranstaltungsformat** und im besten Fall zu einem Markenzeichen für die Route der Demokratiegeschichte werden. Beispiele aus anderen Kontexten sind die "Nacht der Wissenschaften" oder die "Museumsnacht". Das jährliche Geschichtsfestival „Weimarer Rendezvous mit der Geschichte“ könnte dafür eine Blaupause sein und entsprechend weiterentwickelt werden.



Aufgaben:

Netzwerkitern darüber verständigen, ob das gewollt ist.

6.3.3 Distribution / Vertrieb

Wie verkaufen wir unser Angebot?



Gemeinsames Marketing mit Tourismuspartnern und weiteren Institutionen

Die Tourismusorganisationen sind wichtige Vertriebspartner im Tourismus. Sie haben den direkten Kontakt zu den Gästen und verfügen über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle. Es empfiehlt sich, proaktiv den direkten Kontakt und den Austausch zu suchen. Ziel ist es, Kooperations- und Marketingmöglichkeiten herauszuarbeiten. Je intensiver die Tourismusorganisationen auf den verschiedenen Ebenen in die Angebotsentwicklung eingebunden werden, desto eher findet das Angebot der *Orte der Demokratiegeschichte* den Weg in das Tourismusmarketing.

Hinweise Kooperation mit Tourismusorganisationen

Für die regionalen Cluster und die gesamte Route der Demokratiegeschichte ist es strategisch wichtig, ihre Angebote (Museen, Führungen, Wege, Veranstaltungen u. a.) in das regionale Tourismusmarketing zu integrieren.

Dazu muss das Angebot aktiv an die Tourismusorganisation herangetragen werden. Dies kann entweder durch die Vertretung der Ankerpunkte, die Vertretung der regionalen Cluster und/oder durch die GEDG selber geschehen.



Einbindungsmöglichkeiten der Angebote der *Orte der Demokratiegeschichte* im Tourismusmarketing sind z. B. kulturelle Angebotsreihen, Veranstaltungskalender, Themenmarketing oder auch die Kennzeichnung als „POI“ (Point of Interest) im analogen oder digitalen Marketing.

Ebenso können die einzelnen Orte oder regionalen Routen auch „Geschichten“ (Storytelling) als Inhalte, sprich Content, produzieren. Dieser wird in der Regel von den Tourismusorganisationen immer gesucht. Dabei gilt: Je ungewöhnlicher die Geschichte, desto besser.

Inwieweit die Tourismusorganisation die regionalen Cluster bei ihrem Marketing integriert, bleibt der Organisation überlassen.

Route der Demokratiegeschichte – Gesamtangebot

Landesweite Tourismusorganisationen

Das übergreifende Angebot Route der Demokratiegeschichte sollte bei den deutschlandweiten Tourismusorganisationen (Deutscher Tourismusverband, Deutsche Zentrale für Tourismus) bekannt gemacht werden. Diese Organisationen können bereits jetzt eingebunden werden, wobei klarzustellen ist, dass die Route der Demokratiegeschichte in Entwicklung ist. Sobald das Angebot, beispielsweise durch eine gut aufgebaute Webseite, erkennbar ist, können die Organisationen erneut aktiv angesprochen und über das Angebot informiert werden. Dabei sollte geklärt werden, in welcher Form und über

welche Kanäle – etwa Veranstaltungskalender – eine Einbindung möglich ist.

Nach demselben Verfahren sollten auch die Landestourismusorganisationen der einzelnen Bundesländer angesprochen werden. Eine informative Mail-Anfrage gefolgt von einer telefonischen Kontaktaufnahme ist empfehlenswert, um sicherzugehen, dass die E-Mail den richtigen Adressaten erreicht hat.



Aufgaben:

Anschreiben erstellen (durch GEDG) für die Tourismusorganisation. Ein Standardtext, der weiterverwendet werden kann, ist ratsam.

Anschließend telefonisch Kontakt aufnehmen, mit dem Ziel, die geplante Route darzustellen und zu erfragen, welche Marketing- und Kooperationsmöglichkeiten bestehen.

Hinweis: Je nach Struktur kann es sinnvoll sein, dass die Vertretung der regionalen Cluster den Kontakt zur Tourismusorganisation herstellt.



Weitere Institutionen/Organisationen

Zusätzlich zu den Tourismusorganisationen des Bundes und der Länder sind Institutionen mit ähnlichen oder angrenzenden Themenbereichen wichtige strategische Partner in Kommunikation und Vertrieb. Dazu zählen z.B. die Europäische Route der Industriekultur (Verbindung durch ähnliche Struktur oder Themen wie die Arbeiterbewegung), Organisationen zum Thema Demokratie oder weitere Stiftungen wie die "Stiftung Forum Recht". Diese Organisationen sollten nach dem oben genannten Prinzip aktiv angesprochen werden.



Aufgaben:

Mögliche Kooperationspartner kontinuierlich identifizieren und Kontakt aufnehmen

Cross-Marketing¹²

Eine Kooperation und gegenseitiges Marketing mit anderen Institutionen und Organisationen sollte aktiv gesucht werden. Insbesondere thematisch ähnliche Organisationen oder Projekte sind strategisch sinnvoll. Durch den gemeinsamen thematischen Bezug sind die Chancen für Cross-Marketing in der Regel höher. Mögliche Cross-Marketing-Partner könnten z.B. die "Touristische

Werbegemeinschaft historischer deutscher Städte (Historic Highlights of Germany)", die "ZeitgeistApp" oder das Projekt "Der Geist der Freiheit – Freiheit des Geistes" sein.



Aufgaben:

Mögliche Cross-Marketing-Partner kontinuierlich recherchieren

Anschreiben oder Vorschlägen für gemeinsame Angebote erstellen

Direkt Kontakt aufnehmen

Regionale Cluster – Teilangebot

Regionale Tourismusorganisationen

Für die regionalen Cluster sind die regionalen Tourismusorganisationen, welche die touristischen Destinationen vertreten, von Bedeutung. Die Organisation variiert; manchmal spiegeln sie die Landkreise wider, manchmal sind sie breiter aufgestellt. Die regionalen Cluster bzw. ihre Vertreter sollten die regionalen Tourismusorganisationen bezüglich Kooperationen und Marketingmöglichkeiten ansprechen.

¹² Crossmarketing bezeichnet eine Strategie, bei der zwei oder mehr Organisationen zusammenarbeiten, um gemeinsame Angebote oder Werbeaktionen zu erstellen und so ihre jeweiligen Zielgruppen effektiver zu erreichen und Synergieeffekte im Marketing zu nutzen.



Aufgaben:

Aufgabenverteilung im Netzwerktreffen abstimmen:
*Route der Demokratiegeschichte für überregionale Ko-
operation - Regionale Cluster für regionale Kooperation -
Orte der Demokratiegeschichte für direkte Kooperation
mit lokalen Organisationen*

Regionale Tourismusorganisation ansprechen durch die
regionalen Cluster bzw. deren Vertreter. Ziel: Weiterent-
wicklung von Kooperationsmöglichkeiten

Lokale Ebene/Ortsebene

Für die *Orte der Demokratiegeschichte* sind lokale Tourismusorgani-
sationen oder Vertretungen auf der Stadt- oder Gemeindeebene be-
sonders relevante Ansprechpartner. Der Grundsatz hierbei sollte lau-
ten: „Einfach einmal anrufen“.



Aufgaben:

„Einfach einmal anrufen“ (kontinuierliche Kontaktpflege
mit den Orten der Demokratiegeschichte und Aufbau lo-
kaler Kooperationen).



Weitere Vertriebsstrategien:

Events und Veranstaltungen kommunizieren: Veranstaltungen
und Events sollten zentral auf der Webseite der Route der Demokra-
tiegeschichte präsentiert werden. Dabei sollten Nutzen und Aufwand
stets abgewogen werden. Aufwendige Abfragen sollten vermieden
werden. Ein Online-System, in dem die *Orte der Demokratiege-
schichte* ihre Angebote eigenverantwortlich einstellen können, wäre
empfehlenswert.



Aufgaben:

Einfaches Online-System zur Kommunikation von Events
und Veranstaltungen entwickeln
Vorgehensweise auf Netzwerktreffen abstimmen

Digitale Vertriebsplattformen und -medien: Es gibt zahlreiche On-
line-Plattformen und/oder Datenbanken im Tourismus, z.B. ThüCAT
(Thüringer Content Architektur Tourismus) von der Thüringer Touris-
mus Gesellschaft, im Kulturangebot in Deutschland. Diese sind über-
all unterschiedlich organisiert. Die Integration der Angebote der *Orte
der Demokratiegeschichte* in regionale und überregionale digitale
Plattformen ist wichtig und sollte regelmäßig überprüft werden. Die
enge Kooperation mit regionalen Tourismusorganisationen wird emp-
fohlen. Kostenfreie Angebote sollten bevorzugt, kostenpflichtige An-
gebote gut auf Mehrwert geprüft werden.



Aufgaben:

Möglichkeiten der Einbindung von Datenbanken etc. abfragen

Innerhalb des Netzwerks klären, wer für die Zuarbeit bzw. Einarbeitung der Daten verantwortlich ist.

Eingetragene Marke: Es ist sinnvoll, das Logo als Wort- und Bildmarke zu schützen.



Aufgabe:

Wort- und Bildmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt eintragen lassen

Der projektbezogene Austausch sollte sowohl durch Vor-Ort-Workshops (ca. 1-2 mal pro Jahr), als auch durch digitale Formate (bedarfsabhängige thematische Videokonferenzen von ca. 1-2 Stunden) fortgeführt werden. Beim Aufbau der regionalen und thematischen Routen sollte mit den Akteuren eine Arbeitsgruppe gebildet werden und Arbeitstreffen (vor Ort oder digital) durchgeführt werden.



Aufgaben:

1-2 Netzwerk-Workshops pro Jahr durchführen

Bei Bedarf thematische digitale Workshops/Arbeitsgruppen organisieren

Bei Bedarf Präsenz-Arbeitsgruppen vor Ort in den regionalen Cluster einberufen

6.3.4 Innenmarketing



Inspiration und Struktur durch Netzwerk-Background

Das bestehende Netzwerk und der regelmäßige Austausch werden von allen Partnern positiv bewertet und bilden das Rückgrat für die zukünftige Weiterentwicklung. Die fachliche Expertise, der gemeinsame Spirit und nicht zuletzt der vertrauensvolle Umgang miteinander machen das Netzwerk zu einem großen Potenzial. Aus touristischer Perspektive wäre es wünschenswert, wenn das Netzwerk etwas aus seiner „Historiker-Blase“ hinaustreten würde.

Hilfreich für den gesamten Entwicklungsprozess sind **klare interne Kommunikations- und Aufgabenstrukturen**: Je klarer die interne Kommunikation, desto stärker sind das gegenseitige Vertrauen und der Austausch untereinander. Bei der Auswahl der Ankerpunkte und der Entwicklung der regionalen oder thematischen Cluster sollte eng mit den Vertretern der Orte kooperiert werden. Wer macht was? Es gilt genau abzustimmen: Welche Aufgaben und Unterstützungen leistet die Projektleitung? Welche Aufgaben liegen bei den Vertretern der *Orte der Demokratiegeschichte*? Wer ist jeweils Sprecher



und verantwortlich für die regionalen Cluster bzw. Routen? Nach dem Motto "Weniger ist mehr" sollten die Aufgabenpakete klar umrissen sein und ausreichend Kapazitäten für deren Bewältigung zur Verfügung stehen.



Aufgabe:

Aufgabenverteilung klären, Faustregel:

- Überregional:
GEDD für Route der Demokratiegeschichte
- Regional:
Vertreter regionale Cluster (z.B. Ankerpunkte)
- Lokal:
Vertreter der *Orte der Demokratiegeschichte*



Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusorganisationen

Die Entwicklung der Ankerpunkte und der regionalen Cluster sollte zu einem möglichst frühen Zeitpunkt in Abstimmung mit den regionalen Tourismusorganisationen, auch Destination Management Organisation (DMO) genannt, stehen bzw. diese sollten informiert werden. Der Kontakt kann entweder direkt über den jeweiligen Ankerpunkt, die regionalen Partner oder über die Projektleitung erfolgen. Das Hauptziel ist es, Synergien zu identifizieren und zu nutzen. Es ist zudem entscheidend, den Tourismusverantwortlichen zu erläutern, dass kein konkurrierendes, sondern ein ergänzendes Angebot geschaffen wird.



Aufgabe:

Kontinuierliche Abstimmung und Zusammenarbeit mit Tourismusorganisationen etablieren

Und last not least:

„Tu Gutes und rede darüber.“

(Georg-Volkmar Graf Zedtwitz-Arnim (1961))

Im Sinne dieses zum geflügelten Wort gewordenen Buchtitels soll dazu angeregt werden, das Netzwerk mehr dafür zu nutzen, Good-Practice-Beispiele bekannt zu machen.

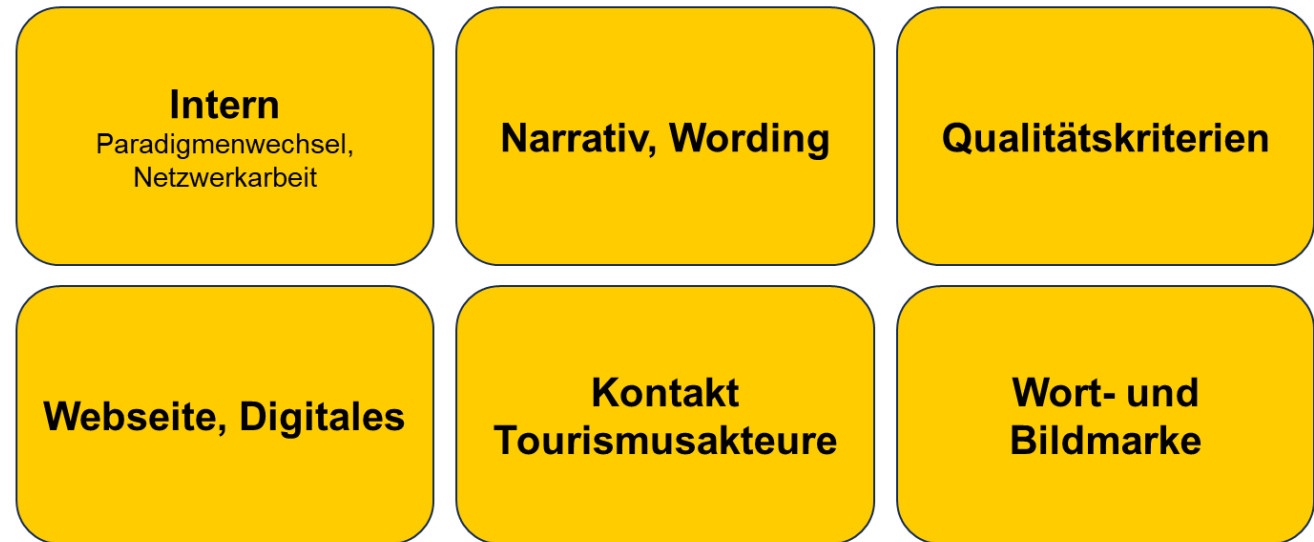
Fahrplan



7 Fahrplan

Im Kapitel „Strategische Elemente“ deuteten sich bereits konkrete Aufgaben an. Diese werden im Folgenden unterschiedlichen Handlungsfeldern zugeordnet sowie mit Angaben zu Verantwortlichkeiten und Prioritäten ergänzt. Als Quintessenz wird ein „Basis-Arbeitspaket“ vorgeschlagen, um mit direkt wirkenden und sichtbaren Schritten zu beginnen.

Handlungsfelder



Basis-Arbeitspaket

- Verständigung im Netzwerk über das Strategiekonzept
- Festlegung erster Ankerpunkte und regionaler Cluster
- Gemeinsames bundesweites Narrativ (Kernbotschaften) für die Gesamtroute
- Verständigung auf Basis-Qualitätskriterien
- Weiterentwicklung der gemeinsamen Web-Präsentation („touristischer Abzweig“)
- Entwicklung von Layout- und Designvorlagen

Abbildung 11: Übersicht Handlungsfelder und Basis-Arbeitspaket



Was	Wer	Wann	Priorität
Handlungsfeld Intern			
Gemeinsame Verständigung der Verantwortungsträger:innen auf einen Paradigmenwechsel („Mut zur Leichtigkeit“)	GEDG, Netzwerk	sofort	A
Kontinuierliche Netzwerkarbeit mit klarer Aufgabenverteilung und Festlegung von Verantwortlichkeiten (Faustregel: Überregional: GEDG für Route der Demokratiegeschichte / Regional: Vertreter regionale Cluster (z.B. Ankerpunkte) / Lokal: Vertreter der Orte der Demokratiegeschichte)	GEDG, Netzwerk	sofort laufend	A
1-2 Netzwerk-Workshops pro Jahr durchführen (bedarfsorientiert thematische oder regional orientiert Workshops/Arbeitsgruppen einberufen)	GEDG, Netzwerk	laufend	B
Handlungsfeld Narrativ und Wording			
Narrativ für Gesamtroute entwickeln und in Kernbotschaften formulieren	GEDG	sofort	A
Erlebnisbotschaften formulieren	Orte der Demokratiegeschichte	laufend	A
Textbausteine und Sprachregelungen für die einzelnen Orte der Demokratiegeschichte und touristische Akteur:innen erarbeiten	GEDG	sofort	A
Bundesweit einsetzbare Design- und Layoutvorlage für Gesamtroute entwerfen und zur Verfügung stellen (Vorlagen-Grundausstattung)	GEDG	sofort	A
Handlungsfeld Qualitätskriterien			
Verständigung auf Basis-Qualitätskriterien (Basisinfrastruktur und digitale Tools), einfach aber effektiv für die Ankerpunkte und abgestuft auf die einzelnen Orte der Demokratiegeschichte	GEDG, ggf. mit externer Agentur	sofort	A
Handlungsfeld Webseite und Digitales			
Webseite relaunchen (Ergänzung um touristischen „Abzweig“)	GEDG, Netzwerk, externe Agentur	sofort	A
Möglichkeiten der Einbindung von Datenbanken (z.B. ThüCAT etc.) abfragen, klären, wer für die Zuarbeit bzw. Einarbeitung der Daten verantwortlich ist	Netzwerk	sofort	A
QR-Code-Konzept entwickeln	GEDG, Orte der Demokratiegeschichte, externe Agentur	sofort	B
Digitale Übersetzungs- und Untertiteldienste einsetzen	GEDG, Orte der Demokratiegeschichte, externe Agentur	mittelfristig	B



Was	Wer	Wann	Priorität
Social-Media-Kanäle bespielen	Orte der Demokratiegeschichte	laufend	B
Verständigung auf die Entwicklung ein einfachen Online-Systems zur Kommunikation von Events und Veranstaltungen	Netzwerk	langfristig	C
Gemeinsame multimediale Eyecatcher für Ankerpunkte entwickeln	GEDG, Orte der Demokratiegeschichte, externe Agentur	mittelfristig	C
Handlungsfeld Kontakt Tourismusakteure			
Tourismuspartner proaktiv ansprechen hinsichtlich Kooperations- und Marketingmöglichkeiten in den oben genannten Zielgruppensegmenten (Kombinationsmöglichkeiten mit vorhandenen touristischen Angeboten der Region) — Anschreiben erstellen für die Tourismusorganisation; ein Standardtext, der weiterverwendet werden kann, ist ratsam. Und dann „einfach einmal anrufen“ mit dem Ziel, die geplante Route darzustellen und zu erfragen, welche Marketing- und Kooperationsmöglichkeiten bestehen.	Regionale Cluster, GEGD	mittelfristig (nach Abschluss Basis-Arbeitspaket, also sobald das Angebot steht)	A
Mögliche Kooperationspartner (auch Cross-Marketing-Partner) kontinuierlich identifizieren und Kontakt aufnehmen	Netzwerk	laufend	B
Etablierung von Gesprächskanälen zur kontinuierlichen Abstimmung und Zusammenarbeit	Regionale Cluster	laufend	B
Kontakt aufnehmen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) hinsichtlich Verlinkung https://www.germany.travel/de („Hier wurde Weltgeschichte geschrieben“)	GEDG	langfristig	C
Handlungsfeld Wort- und Bildmarke			
Wort- und Bildmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt eintragen lassen	GEDG	sofort	B





Basis -Arbeitspaket			
Vorstellung und Verständigung über das Strategiekonzept im Netzwerk	GEDG	sofort	A
Festlegung erster Ankerpunkte und regionaler Cluster — Wissenschaftliche Auswahl, Auswahl nach touristischen Kriterien — Identifikation möglicher Partner (Ankerpunkte der <i>Orte der Demokratie Geschichte</i>, Ansprechpartner für regionale Routen aus dem Netzwerk) <i>Hinweis: Modularer Aufbau, kann kontinuierlich erweitert werden.</i>	GEDG mit den Netzwerkpartnern	sofort laufend	A
Gemeinsames bundesweites Narrativ (Kernbotschaften) für die Gesamtroute und Entwicklung eines abgestimmten Wordings mit Erlebnisbotschaften	GEDG, Netzwerk	sofort	A
Verständigung auf Basis-Qualitätskriterien (Basisinfrastruktur und digitale Tools) für die Ankerpunkte und abgestuft auf die einzelnen <i>Orte der Demokratiegeschichte</i>	GEDG, ggf. mit externer Agentur	sofort	A
Weiterentwicklung der gemeinsamen Web-Präsentation (Einstellung eines „touristischen Abzweigs“ auf der vorhandenen Homepage)	GEDG, mit externer Agentur	sofort	A
Entwicklung von bundesweit einheitlichen Design- und Layoutvorlagen, die jedem <i>Ort der Demokratiegeschichte</i> zur Verfügung gestellt wird	GEDG, ggf. mit externer Agentur	sofort	A

Tabelle 5: Fahrplan mit Verantwortlichkeiten und Prioritäten

Verzeichnisse und Anlagen

8 Verzeichnisse und Anlagen

8.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zusammenfassung auf einen Blick	7
Abbildung 2: Deutschlandkarte	10
Abbildung 3: Überblick Untersuchungsdesign	15
Abbildung 4: Programmpunkte Online-Workshop	16
Abbildung 5: Relevante touristische Trends.....	22
Abbildung 6: Erfolgskriterien Themenstraßen und -routen	30
Abbildung 7: Daumen hoch für Ergebnisse der Expert:innengespräche ...	32
Abbildung 8: Ankerpunkte und regionale und thematische Cluster	47
Abbildung 9: Grundidee.....	49
Abbildung 10: Kompass für die touristische Entwicklung.....	50
Abbildung 11: Übersicht Handlungsfelder und Basis-Arbeitspaket.....	65

8.2 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Schlüsselzitate Expert:innengespräche touristisches Angebot..	33
Tabelle 2: Schlüsselzitate Expert:innengespräche Straße – Route – Netz?.....	34
Tabelle 3: Schlüsselzitate Expert:innengespräche Thema Cluster.....	35
Tabelle 4: Schlüsselzitate Expert:innengespräche touristische Positionsbestimmung	37
Tabelle 5: Fahrplan mit Verantwortlichkeiten und Prioritäten	68
Tabelle 6: Fahrplan.....	69



8.3 Quellenverzeichnis

AG Orte der Demokratiegeschichte (2023a): [<https://www.demokratie-geschichte.de/ziele-und-werte/>] [21.04.2023].

Deutscher Tourismusverband e.V. (2017a): Qualitätskriterien für Deutsche Ferienstraßen.

Gesellschaft zur Erforschung der Demokratiegeschichte (2023a): Regionale Schwerpunkte (= Zuarbeit im Rahmen des Projektes).

Gesellschaft zur Erforschung der Demokratiegeschichte (2023b): Auszug aus: Vorschlag zur Neukonzeption und Neubelebung. Ein Projekt der GEDG, gefördert von der Bundesbeauftragten für Kultur und Medien und der Thüringer Staatskanzlei.

Gesellschaft zur Erforschung der Demokratiegeschichte (2023c): Wo die Geschichte der Demokratie geschrieben wurde. Eine Deutschlandkarte.

Meyer-Cech, Kim (2003): Themenstraßen als regionale Kooperation und Mittel zur touristischen Entwicklung – Ausführungen von Dipl. Ing. Kim Meyer-Cech im Rahmen ihrer Dissertation an der Universität Wien, Institut für Raumplanung und Ländliche Neuordnung, Wien, 2003.

Ostdeutscher Sparkassenverband (Hrsg.) (2008): Tourismusbarometer Jahresbericht 2008.

Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH (2023): [<https://www.sinus-institut.de/sinus-mileus/>] [25.08.2023].



8.5 Anlagen

Anlage 1: Liste Expert:innengespräche

Name	Vorname	Institution	Ort
Piereth	Uta	Bayerische Schlösserverwaltung	Verfassungskonvent Herrenchiemsee
Greiner	Bettina	Willy-Brandt-Haus Lübeck	Lübeck
Waibel	Claudia	Bundeskanzler-Adenauer-Haus	Bad Honnef
Matuschek, Dr.	Beate	Stadt Kelkheim, Kulturreferat	Martinskirche
Bluma, Dr.	Lars	Zentrum für Stadtgeschichte u. Industriekultur	Engels-Haus Wuppertal
Gallé	Volker	ehemals Kulturdirektor Worms	Rathaus Worms
Hoppe	Martin	Fachbereich Kultur Stadt Hanau	Mehrere Orte in Hanau
Widmann	Bernhard	Thüringer Tourismus gGmbH	Thüringen
Miksch	Daniel	Wartburg Stiftung	Wartburg
Braune, Dr.	Andreas	Forschungsstelle Weimarer Republik, Weimarer Rendezvous mit der Geschichte	allgemein
Steck	Volker	Kulturamt Stadt Karlsruhe	Ständehaus Karlsruhe
Zänker	Stephan	Haus der Weimarer Republik, Weimarer Republik e.V.	Weimar
Ankerhold	Katerina	Stadt Offenburg, Fachbereich Kultur, Leitung Salmen	Offenburg
Zeller	Magdalena	Kulturregion Rhein-Main	Frankfurt



Anlage 2: Gesprächsleitfaden Expert:innengespräche

Gesprächsleitfaden Experteninterviews „Orte der Demokratiegeschichte“

1. **Ihr Angebot** als Ort/im Kontext der Demokratiegeschichte und aus touristischer Sicht
2. **Straße – Route – Netz – Cluster?** Ihre Meinung zur Abkehr von der Bezeichnung „Straße“ hin zu Leuchttürmen und regionalen Clustern
3. **Regionales Cluster:** Wo sehen Sie sich mit Ihrem Angebot?
Welche Rolle kann Ihr Ort der Demokratiegeschichte darin spielen?
Gibt es einen inhaltlichen roten Faden im Cluster? Ist der überhaupt nötig?
4. **Touristische Positionierung:** Wie wollen Sie Ihren Ort der Demokratiegeschichte auf dem touristischen Markt positionieren?



Anlage 3: Liste Ankerpunkte und Stationen Orte der Demokratiegeschichte¹³

HANSESTÄDTE

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Willy-Brandt-Haus Lübeck - Ausstellung/Museum. Helmut Schmidt-Forum - Ausstellung/Museum – Hamburg Innenstadt	Orte der Demokratie Schleswig-Holstein - Ausstellung/Museum. – ohne konkreten Ort, Initiative des Landtags Kieler Matrosenaufstand - Ausstellung/Museum. Wohnhaus von Helmut und Loki Schmidt - Ausstellung/Museum. – Hamburg Vorort Hamburgische Bürgerschaft - Ausstellung/Museum. Garten der Frauen - Ausstellung/Museum. Hamburg Siedlerstelle von Wilhelm und Helene Kaisen - Ausstellung/Museum. Bremen Vorort Bremische Bürgerschaft - Ausstellung/Museum.

BERLIN UND UMGEBUNG

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Friedhof der Märzgefallenen - Ausstellung/Museum	Schloss Freienwalde - Ausstellung/Museum. Brandenburg Deutscher Dom - Ausstellung/Museum. Parlamentshistorische Ausstellung, gehört zum Bundestag, am Gendarmenmarkt Deutsches Historisches Museum - Ausstellung/Museum. Forum Willy Brandt Berlin - Ausstellung/Museum. Brandenburger Tor - Denkmal. Deutscher Bundestag - Ausstellung/Museum. Erinnerungsstätte der deutschen Arbeiterbewegung Berlin-Friedrichsfelde / Gedenkstätte der Sozialisten - Ausstellung/Museum. Nikolaikirche Berlin - Ausstellung/Museum. Zionskirche - Ausstellung/Museum. Gedenkstätte Deutscher Widerstand - Ausstellung/Museum. Zentraler Runder Tisch - Ausstellung/Museum. AlliiertenMuseum Berlin - Ausstellung/Museum.

	Gedenkstätte 17. Juni 1953 - Ausstellung/Museum. Studentendorf Schlachtensee - Ausstellung/Museum. Abgeordnetenhaus von Berlin - Ausstellung/Museum. Rathaus Schöneberg - Ausstellung/Museum. Gedenkstätte Lindenstraße Potsdam - Ausstellung/Museum. Landtag Brandenburg - Ausstellung/Museum.
--	--

LEIPZIG UND UMGEBUNG

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Zeitgeschichtliches Forum Leipzig - Ausstellung/Museum.	Deutsches Genossenschaftsmuseum im Schulze-Delitzsch-Haus - Ausstellung/Museum. - Delitzsch Erich-Zeigner-Haus - Ausstellung/Museum. – Leipzig Gedenkstätte Museum in der „Runden Ecke“ - Ausstellung/Museum. – Leipzig Herbert-Wehner-Denkmal - Denkmal. – Dresden Friedrich-Ludwig-Jahn-Museum - Ausstellung/Museum. – Freyburg/Unstrut Burg und Schloss Allstedt - Ausstellung/Museum. – Allstedt, Sachsen-Anhalt

CLUSTER THÜRINGEN

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Haus der Weimarer Republik – Forum für Demokratie - Ausstellung/Museum. - Weimar	Stadtmuseum Weimar - Ausstellung/Museum. Denkmal für die Opfer des Kapp-Putsches - Denkmal. – Weimar Friedhof Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße - Ausstellung/Museum. – Erfurt Tivoli Gotha - Ausstellung/Museum. Wartburg - Ausstellung/Museum. – Eisenach

¹³ Vgl.: Gesellschaft zur Erforschung der Demokratiegeschichte (2023a).



NÖRDLICHE MITTELGEBIRGE

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
AddF – Archiv der deutschen Frauenbewegung - Ausstellung/Museum. – Kassel	Universität Göttingen - Denkmal. – Göttinger Sieben Braunschweiger Schloss - Ausstellung/Museum. Hoffmann-von-Fallersleben-Museum - Ausstellung/Museum. – Wolfsburg Erich Maria Remarque-Friedenszentrum - Ausstellung/Museum. – Osnabrück

RHEIN-RUHR

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Haus der Geschichte Nordrhein-Westfalen - Ausstellung/Museum. – Düsseldorf Engels-Haus / Museum für Frühindustrialisierung - Ausstellung/Museum. – Wuppertal	Brücke der Solidarität - Denkmal. – Duisburg Denkmal für Ebert, Erzberger und Rathenau - Denkmal. – Dortmund Heinrich-Heine-Institut - Ausstellung/Museum. – Düsseldorf Villa Horion - Ausstellung/Museum. – Düsseldorf, gehört zum Haus der Geschichte NRW und zum Landtag LSBTIQ+ Erinnerungsort Düsseldorf - Denkmal. – Düsseldorf Ständehaus Düsseldorf - Ausstellung/Museum. – ehemaliger Landtag, heute Kunstaussstellung Zeughaus Iserlohn - Ausstellung/Museum.

RHEINLAND

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Bundeskanzler-Adenauer-Haus (für Weg der Demokratie und „Haus der Geschichte“) - Ausstellung/Museum. – Rhöndorf, Bad Honnef	Haus der Geschichte - Ausstellung/Museum. – Bonn Bundeskanzleramt - Ausstellung/Museum. – Bonn

	Raiffeisenmuseum - Ausstellung/Museum. – Hamm/Sieg Willy-Brandt-Forum Unkel - Ausstellung/Museum. – Unkel Wiege der Bundeswehr - Ausstellung/Museum. – Andernach Rittersturz-Konferenz und Denkmal - Denkmal. – Koblenz
--	--

RHEIN-MAIN

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Paulskirche - Ausstellung/Museum. – Frankfurt Nationaldenkmal der Brüder Grimm von 1896 - Denkmal. – Hanau	Einheitsdenkmal - Denkmal. – Direkt vor der Paulskirche Deutsches Exilarchiv 1933-1945 der Deutschen Nationalbibliothek - Ausstellung/Museum. – Frankfurt Stoltze-Museum der Frankfurter Sparkasse - Ausstellung/Museum. – Frankfurt Friedrich-Stoltze-Brunnen - Denkmal. – Frankfurt, direkt neben Stoltze-Museum Goldhalle - Denkmal. – Frankfurt Büchnerhaus - Ausstellung/Museum. – Riedstadt

PFALZ

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Hambacher Schloss - Ausstellung/Museum.	Freiheitsbrunnen Homburg - Denkmal. Stadtmuseum Zweibrücken - Ausstellung/Museum. Ebert-Erzberger-Rathenau-Denkmal - Denkmal. – Zweibrücken, Stadtmuseum hat Tafel für das zerstörte Denkmal am historischen Ort aufgestellt Museum für Stadtgeschichte / Stadtarchiv Landau - Ausstellung/Museum.



BADEN

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Erinnerungsstätte für die Freiheitsbewegungen in der deutschen Geschichte - Ausstellung/Museum. – Rastatt Kultur- und Erinnerungsstätte "Salmen" - Ausstellung/Museum. – Offenburg	Reichspräsident-Friedrich-Ebert-Gedenkstätte - Ausstellung/Museum. – Heidelberg Stadtmuseum Sinsheim im Städtischen Kulturquartier - Ausstellung/Museum. Theodor-Heuss-Museum der Stadt Brackenheim - Ausstellung/Museum. Freiheitsdenkmal Waghäusel - Ausstellung/Museum. Erinnerungsstätte Ständehaus - Ausstellung/Museum. – Karlsruhe

BAYERN

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Verfassungskonvent Herrenchiemsee - Ausstellung/Museum.	Orte der Demokratie in Bayern - Ausstellung/Museum. – ohne Ort, betrieben vom Landtag Erinnerungsstätte Baltringer Haufen - Ausstellung/Museum. – Baltringen Kramerzunft Memmingen - Ausstellung/Museum. Gaibacher Fest - Denkmal. – Volkach bei Würzburg Straße der Menschenrechte - Denkmal. – Nürnberg

STUTT GART / WÜRTTEMBERG

Zugpferd(e)	Kandidaten für Stationen
Haus der Geschichte Baden-Württemberg - Ausstellung/Museum. – Stuttgart	Museum Hohenasperg - Ausstellung/Museum. – bei Stuttgart, bespielt von HDGBW Theodor-Heuss-Haus - Ausstellung/Museum. – Stuttgart, bespielt von Stiftung Bundespräsident-Theodor-Heuss-Haus Landesarchiv Baden-Württemberg - Ausstellung/Museum. – Stuttgart, mit Außenstellen im ganzen Bundesland, die auch z.T. als Stationen interessant sein könnten (v.a. für Veranstaltungen) Heckerhaus - Ausstellung/Museum. – Eichtersheim, Gemeinde Angelbachtal, bei Sinsheim Erinnerungsstätte Matthias Erzberger - Ausstellung/Museum - Münsingen-Buttenhausen (Schwäbische Alb) Deutsches Bauernkriegsmuseum Böblingen - Ausstellung/Museum.

Residenzschlossverein Neustrelitz e.V.

- Mitglied der AG Orte der Demokratiegeschichte -

Residenzschlossverein Neustrelitz e.V., Tiergartenstr. 15, 17235 Neustrelitz



Neustrelitz, d. 02.11.2024

Der Residenzschlossverein schlägt hiermit dem Schloss-Areal-Beirat vor, der Stadtvertretung zu empfehlen, baldmöglichst einen Beschluss über die inhaltliche Ausrichtung der Ausstellung in Schlossturm auf der Basis des folgenden Konzeptvorschlags zu fassen:

Konzeptvorschlag für die Nutzung des wiederzuerrichtenden Schlossturms Neustrelitz als „Leuchtturm der Demokratie“

Am 29. Januar 1919 verabschiedete das Parlament des nach dem Sturz der Monarchie gegründeten Freistaates Mecklenburg-Strelitz die erste demokratische Verfassung im Deutschen Reich, noch bevor dies für die Weimarer Republik erfolgte. Damit wurde erstmalig ein freiheitlich demokratischer Rechtsstaat auf deutschem Boden begründet.

Der Ort dieses Geschehens, der Schlossberg Neustrelitz, ist vor allem mit Bezug auf dieses Ereignis ein „Ort der Demokratiegeschichte“. [demokratie-geschichte.de]

In einem Grundsatzbeschluss hat sich die Stadtvertretung Neustrelitz dazu bekannt, mit der Schließung der durch Brand und Abriss des Residenzschlosses Neustrelitz entstandenen städtebaulichen Wunde durch Wiederaufbau des stadtbildprägenden Schlossturms zu beginnen.

Aufgrund der schlanken Bauform und der sich daraus ergebenden verfügbaren Nutzflächen, die überwiegend auch Verkehrsflächen für die Turmbesucher sind, eignet sich dieser Turm vor allem zur Nutzung für thematische Ausstellungen in Form von Bildern, Texten und Videopräsentationen.

Auf der Basis eines Bürger-Vorschlags reifte in mehrjährigen Diskussionen die Idee, durch entsprechende Ausstellungsinhalte entsprechend der Bedeutung des historischen Ortes den Turm als „Leuchtturms für Demokratie“ erstrahlen zu lassen.

Im Rahmen der Mitgliedschaft des Residenzschlossvereins in der bundesweiten AG Demokratiegeschichte ist die Aufnahme des fertigen Bauwerks in die „Straße der Demokratiegeschichte“ vorgesehen.

Kontakt: info@residenzschloss-verein.de, Tel. über: 03981 24500

Freistellungsbescheid 2018-2020 – erteilt durch das Finanzamt Waren am 19.01.2022

Finanzamt Waren Steuer-Nr. 075/141/03474

Kto.: Sparkasse Mecklenburg-Strelitz IBAN: DE26 1505 1732 0035 0122 09 BIC: NOLADE21MST

Darüber hinaus wird dieses Bauwerk durch die Möglichkeit der Aussicht über die Stadt mit barrierefreiem Zugang zur obersten nutzbaren Etage einen weiteren Baustein zur Erhöhung der touristischen Attraktivität der Residenzstadt bilden.

Eine virtuelle Darstellung des Schloss-Ensembles vor seiner Zerstörung, deren Erstellung mit Hilfe ehrenamtlicher Arbeit und Bürgerspenden weit fortgeschritten ist, wird diese touristische Funktion ergänzen.

Folgende Themenschwerpunkte schlagen wir auf der Basis der inhaltlichen Auseinandersetzung mit diesem Thema seitens des Neustrelitzer Unternehmers Holger Wilfarth vor:

1. Zum Demokratiebegriff

- Definition und Bedeutung
- Demokratie und Rechtsstaat
- Formen der Demokratie

2. Vorgeschichte: demokratische Bewegungen vor 1918

- Vaterlandstreue und/oder Freiheitswille bei den freiwilligen C-Husaren in den Befreiungskriegen
- Streben nach mehr Rechten und Freiheiten nach 1815
- Forderungen der Bürger an die Großherzöge 1848
- Turnvater Jahn und sein Wirken in Neustrelitz

3. Mecklenburg-Strelitz 1918/19 und die Verfassung

- Erste parlamentarisch-demokratische Verfassung auf deutschem Boden, die Bestand hatten und gelebt wurde
- Erna Weiland – erste Frau in einem deutschen Parlament (ein Kurzfilm zu einem Aspekt ihres Wirkens wurde bereits in Kooperation mit dem Theater Neustrelitz erstellt)

4. Nachgeschichte – Demokratien und Diktaturen

1919-1933

- Arbeitsweise des Landtags
- Der Weg zur Diktatur
- Auflösung des Parlaments und des Freistaates durch die Zwangsvereinigung mit Mecklenburg-Schwerin 1934

1933-1945

- Jüdisches Leben im alten Strelitz
- Schlossnutzung für die Sportlehrer-Bildung im Sinne des Nationalsozialismus

Kontakt: info@residenzschloss-verein.de, Tel. über: 03981 24500

Freistellungsbescheid 2018-2020 – erteilt durch das Finanzamt Waren am 19.01.2022

Finanzamt Waren Steuer-Nr. 075/141/03474

Kto.: Sparkasse Mecklenburg-Strelitz IBAN: DE26 1505 1732 0035 0122 09 BIC: NOLADE21MST

- Entwicklung der Sportabzeichen – Bewegung
- mit der Zwangsvereinigung und Umstrukturierung einhergehender Bedeutungsverlust der Residenzstadt

1945-1989

- Sprengung und Beseitigung der Schlossruine bis 1950 nach dem Brand 1945
- weiterer Bedeutungsverlust der Residenzstadt durch Bildung der Bezirke (Neubrandenburg wurde Bezirksstadt), Neustrelitz bleibt nur Kreisstadt
- Nutzung der ehem. Amts- und Landgerichts-UHA durch Stasi-Bezirks- und später -Kreisbehörde
- der Schlossberg wird Standort von DDR-Behörden in Holzbaracken

ab 1989

- bürgerschaftliche Bemühungen um die Wiederbelebung des Schlossbergs, der Geburtsstätte der Stadt Neustrelitz
- Erfolg: denkmalgeschützte Teile des ehemaligen Schlosses (Keller) werden erhalten
- weiterer Bedeutungsverlust durch eine erneute Kreisreform: Neustrelitz bleibt nur kreisangehöriges Mittelzentrum
- ein Bürgervorschlag hat Chancen für eine Verwirklichung mit Unterstützung der Bundesrepublik Deutschland und das Land Mecklenburg-Vorpommern: der Schlossturm-Wiederaufbau

Kontakt: info@residenzschloss-verein.de, Tel. über: 03981 24500

Freistellungsbescheid 2018-2020 – erteilt durch das Finanzamt Waren am 19.01.2022

Finanzamt Waren Steuer-Nr. 075/141/03474

Kto.: Sparkasse Mecklenburg-Strelitz IBAN: DE26 1505 1732 0035 0122 09 BIC: NOLADE21MST

Konzeptvorschlag Schlossturm Neustrelitz

Nutzung und Bewirtschaftung

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	2
2	Einleitung	3
3	Konzeptvorschlag	5
3.1	Was ist eigentlich Demokratie? Ein Einstieg.	5
3.2	Die Vorgeschichte: Demokratische Bewegung bis 1918	5
3.3	Mecklenburg-Strelitz 1918/1919 und die Verfassung	5
3.4	Die Nachgeschichte. Demokratien und Diktaturen	5
3.5	Gegenwart und Zukunft. Labor der Demokratie	6
4	Bewirtschaftung	6

Abbildungsverzeichnis:

Abb. 1: vier Turmansichten © architectura virtualis GmbH und Holger Wilfarth.....	2
Abb. 2: modellierte Turmansicht © architectura virtualis GmbH und Holger Wilfarth..	3
Abb. 3: Turm Vorplanung © MKK – Architekten, Schwerin.....	4

Dokument-Änderungsnachweis:

Version	Datum	Änderung	Bearbeiter
0	30.06.2023	Erstellung	Holger Wilfarth

Konzeptvorschlag Schlossturm Neustrelitz

Nutzung und Bewirtschaftung

1 Zusammenfassung

Demokratische Prozesse beginnen an der Basis. Umzusetzende Vorhaben werden von der Stadtvertretung beschlossen und aktiv begleitet. Sie können nicht von „Oben“ bestimmt und angeordnet werden. Liegen keine Beschlüsse vor, fehlt der rechtliche und inhaltliche kontrollierbare Rahmen für das Handeln der Verwaltung.

Die Entwicklung der letzten Jahre hat gezeigt, dass sich immer mehr Teile aus der Bevölkerung mit dem Vorhaben identifizieren können und das Interesse am Gelingen des Projektes wächst.

Jetzt ist es an der Stadtvertretung Neustrelitz, die nötigen Beschlüsse zu fassen. Die Zeit drängt, da Förderung nur eine **Kannbestimmung** ist. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, die Baumaßnahme schnellstmöglich umzusetzen.

Die Grundvoraussetzungen für einen langfristigen Betrieb werden durch die bauliche Gestaltung gelegt. Hier sind digitale und nachhaltige Lösungen zu finden und umzusetzen. Das liegt in der Verantwortung der Stadtverwaltung Neustrelitz.

Mit dem „Leuchtturm für Demokratie“ wird ein Leuchtturmprojekt in doppelter Hinsicht geschaffen. Zum einen erinnert die Form an den Wegweiser durch Sturm, Nacht und Wind und zum anderen strahlt die inhaltliche Gestaltung der Ausstellung weit in das Bundesgebiet und darüber hinaus. Es liegt in unser aller Verantwortung, dieses Strahlen zu ermöglichen.

Abb. 1 zeigt die vier Ansichten in Anlehnung an das Original. Die Blickrichtungen stehen unter der jeweiligen Turmansicht.

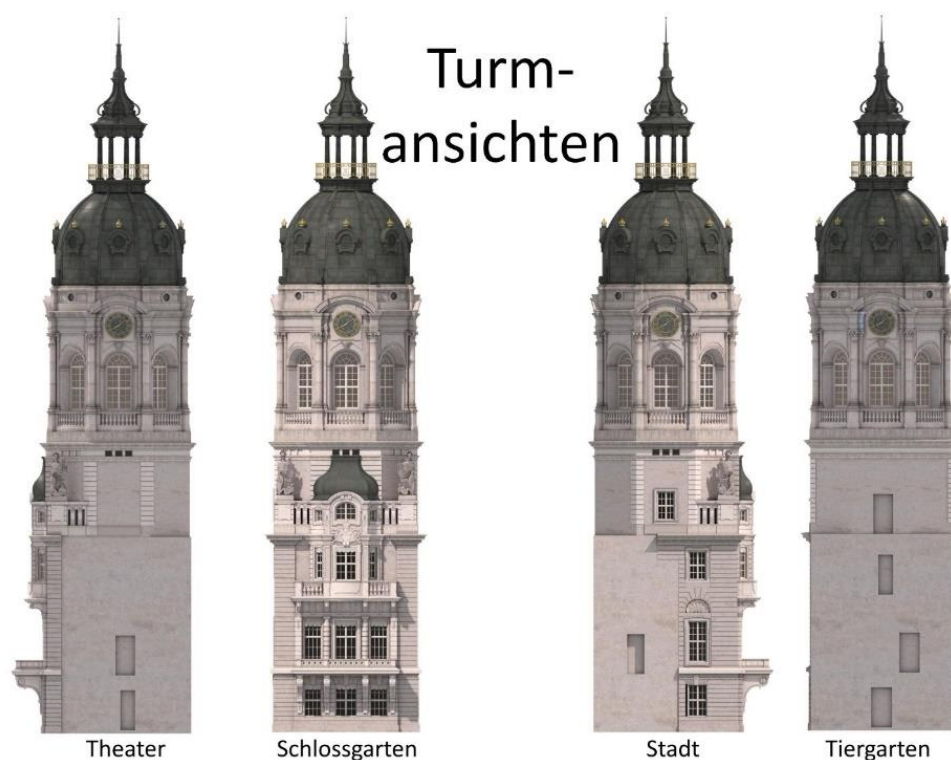


Abb. 1: vier Turmansichten © architectura virtualis GmbH und Holger Wilfarth

Konzeptvorschlag Schlossturm Neustrelitz

Nutzung und Bewirtschaftung

2 Einleitung

Gemäß den Beschlüssen der Landesregierung MV und der Stadtvertretung Neustrelitz wird der Schlossturm mit der originalen Fassade wiedererrichtet. Fördermittel des Bundes stehen unter der Einhaltung bestimmter Rahmenbedingungen derzeit noch bereit. Das ist ein Erfolg des bürgerlichen Engagements in der Region. Abb. 2 stellt eine Ansicht des Schlossturms dar.



Abb. 2: modellierte Turmansicht © architectura virtualis GmbH und Holger Wilfarth

Authentisch und einmalig in Neustrelitz ist, dass am 29. Januar 1919 im Residenzschloss die erste demokratisch-parlamentarische Verfassung in Deutschland beschlossen wurde und mit Erna Weiland die erste Frau in einem Parlament mitgewirkt hat. Dieses Ereignis mit bundesweiter Bedeutung gilt es angemessen darzustellen und zu würdigen.

Auch fanden auf dem Schlossbergareal Ereignisse der Revolution 1848 statt. In der Zeit von 1933 bis 1945 wurden die Gebäude für die Ausbildung nationalsozialistischer Kader genutzt. In der Nähe befindet sich der Erinnerungsort des Stasiuntersuchungsgefängnisses.

Ausgehend von der Schlossturmgrundfläche von 10 x 10 m und einer Höhe von ca. 53 m können die Abmessungen ungefähr mit denen des Stadtkirchturms am Markt verglichen werden. Die Ausführung ist als unbeheizter Turm vorgesehen und es werden sich ein Fahrstuhl und Treppen im Turm befinden. Abb. 3 zeigt den Vorentwurf vom 23.02.2021 aus der Projektvorstellung im Ausschuss für Stadtentwicklung und Bau der Stadtvertretung Neustrelitz.

Konzeptvorschlag Schlossturm Neustrelitz

Nutzung und Bewirtschaftung

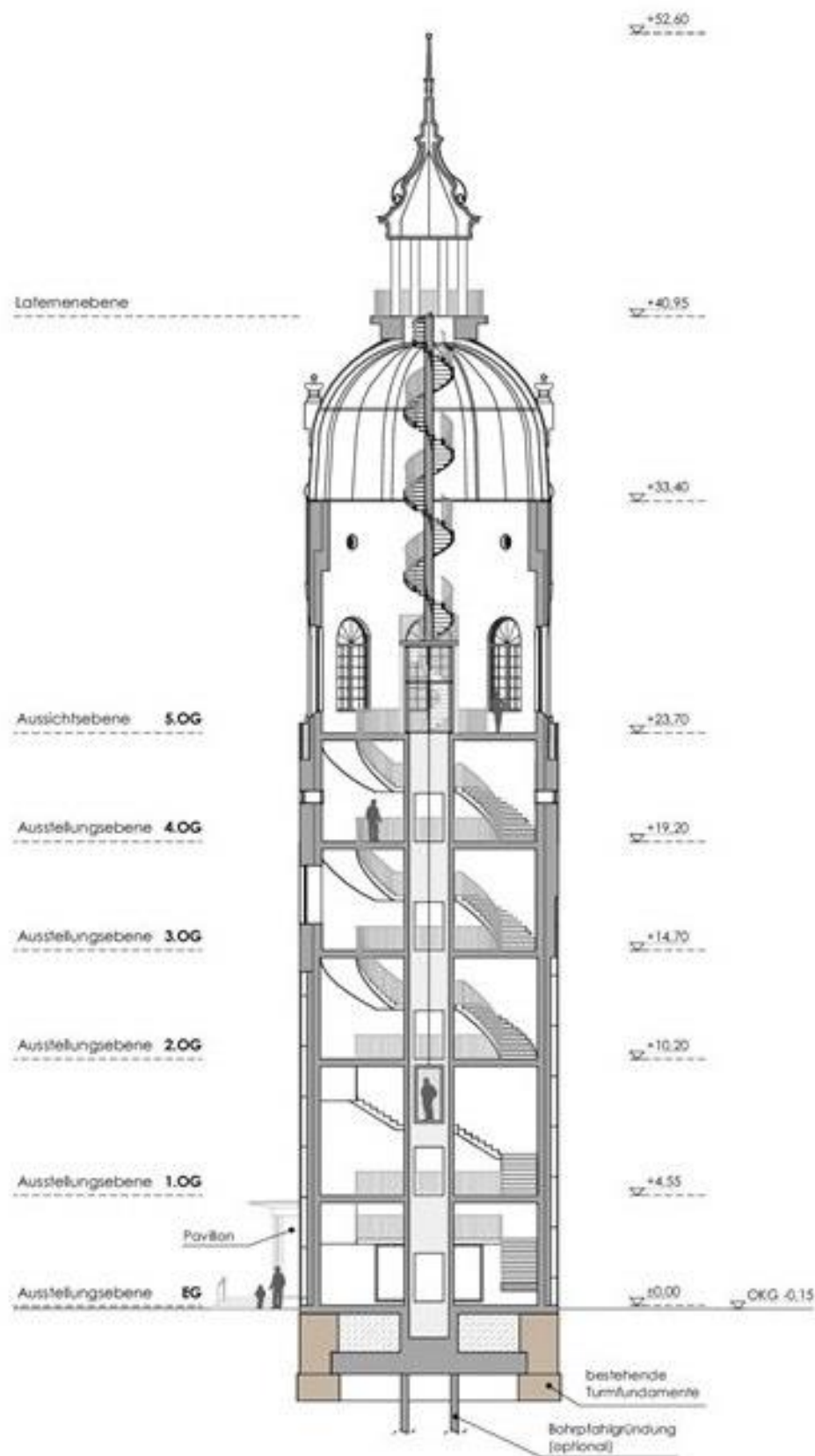


Abb. 3: Turm Vorplanung © MKK – Architekten, Schwerin

Konzeptvorschlag Schlossturm Neustrelitz

Nutzung und Bewirtschaftung

3 Konzeptvorschlag

Die Nutzung des Turmes als Aussichtspunkt über die Stadt und die Natur sowie eine Ausstellung zur Geschichte des Schlosses sind allgemeiner Konsens.

Es gibt noch eine weitere Nutzungsmöglichkeit für den Turm. Als Ort der Demokratiegeschichte und von bundespolitischer Bedeutung könnte hier der „Leuchtturm für Demokratie“ entwickelt werden.

Unter dem Motto „Fit für die Demokratie“ sind Bildungsmaßnahmen und Aktivitäten geplant. Es kann z.B. ein Wettbewerb zum Thema Demokratie stattfinden.

Folgende Themenschwerpunkte für eine Ausstellung werden vorgeschlagen:

3.1 Was ist eigentlich Demokratie? Ein Einstieg.

- Austausch über die Definitionen und die Bedeutung der Demokratie
- Demokratie und Rechtsstaat
- Informationen über unterschiedliche Demokratieformen

3.2 Die Vorgeschichte: Demokratische Bewegung bis 1918

- Welche demokratischen Bewegungen gab es bis 1918 in Mecklenburg-Strelitz? Was haben sie bewirkt?
- Über die Revolution 1848 in Mecklenburg-Strelitz wird derzeit eine Dokumentation vorbereitet
- Einordnung der Aufstellung der freiwilligen C-Husaren im Befreiungskrieg. (Vaterlandstreue oder Freiheitswille?)
- Turnvater Jahn und sein Wirken in Mecklenburg-Strelitz

3.3 Mecklenburg-Strelitz 1918/1919 und die Verfassung

- erste demokratisch-parlamentarische Verfassung auf deutschem Boden, die Bestand hatte und gelebt wurde
- Erna Weiland, erste Frau in einem deutschen Parlament
- ein Kurzfilm zum Thema „Verfassung und Rede Erna Weilands“ wurde von der TOG produziert und ist im Internet sichtbar

3.4 Die Nachgeschichte. Demokratien und Diktaturen 1919 bis 1933

- Arbeitsweise des Landtags
- Der Weg zur Diktatur
- Auflösung durch die Zwangsvereinigung 1933

Konzeptvorschlag Schlossturm Neustrelitz

Nutzung und Bewirtschaftung

1933 bis 1945

- jüdisches Leben in Strelitz
- Sportabzeichen im Schloss
- reichsweite Sportlehrerausbildung
- Bedeutungsverlust von Neustrelitz im Rahmen der Umstrukturierung

1945 bis 1989

- Sprengung und Beseitigung des Schlosses
- Funktionsumlagerung nach Neubrandenburg
- Stasi-Untersuchungsgefängnis
- Zusammenarbeit mit dem Grenzhut Schlagsdorf, innerdeutsche Grenze
- Bedeutungsverlust von Neustrelitz im Rahmen der Umstrukturierung

1989 bis 2015

- Funktionsumlagerung nach Neubrandenburg und in andere Landesteile
- Bedeutungsverlust von Neustrelitz im Rahmen der Umstrukturierung

3.5 Gegenwart und Zukunft. Labor der Demokratie

- Warum gibt es Wanderbewegungen der Menschen?
- Politik und Verwaltung – Erwartungshaltung und Möglichkeiten
- Sprachliche Barrieren überwinden (z.B. Amt- und Umgangssprache)

4 Bewirtschaftung

Vereine der Stadt haben sich bereit erklärt bei der Bewirtschaftung mitzuwirken.

Das Projekt wird in zwei Arbeitsfelder eingeteilt.

Bereich 1: bauliche Umsetzung, in der Verantwortung der Stadtverwaltung Neustrelitz

Bereich 2: Entwicklung eines Nutzungskonzeptes, in der Verantwortung der Stadtverwaltung Neustrelitz mit der Unterstützung örtlicher Vereine

Diese Einteilung soll zu enger Zusammenarbeit führen und zur zeitnahen Abstimmung der einzelnen Bereiche dienen.

Für die Planung der Einsatzzeiten ist die technische Ausstattung des Gebäudes von entscheidender Bedeutung und es sind digitale Lösungen zu bevorzugen. Das liegt im Verantwortungsbereich der Stadtverwaltung Neustrelitz (Eigentümerfunktion).