

Stellungnahme der Verwaltung

	<i>Fachbereich/Referat</i>	<i>Nummer</i>
	Dez. VI	7767/10
zur Anfrage Nr. 1102/10 d. Frau/Herrn/Fraktion SPD - Fraktion, v. 13. Jan. 10	Datum 8. Februar 2010	
	Genehmigung	
Überschrift Besucherzahlen Landesausstellungen	Dezernenten VI	
Verteiler Rat	Sitzungstermin 16. Febr. 10	

Meiner Antwort auf Ihre Fragen möchte ich zunächst folgende Bemerkungen vorausschicken:

Mit dem Stadtmarketing-Projekt „Otto IV. - Traum vom welfischen Kaisertum“ beabsichtigte die Stadt nicht etwa, eine einzelne, zeitlich begrenzte Landesausstellung besonders zu fördern oder auch nur ansatzweise mitzuorganisieren. Für diese Veranstaltung hatte die Stadt selbst im Übrigen auch keine Verantwortung. Vielmehr ging es bei dem großen und nicht nur kostenmäßig aufwendigen Projekt darum, über ein *ganzes* Jahr die Stadt Braunschweig in den *überregionalen* Medien bekannt zu machen und für sie zu werben. Idee und Hoffnung war, dass es durch eine solche geschichtliche Figur wie einen deutschen Kaiser und die damit verbundene Emotionalität und Fassbarkeit gelingen würde, die Medien dafür zu interessieren, nach Braunschweig zu kommen, um sich dadurch mit der Stadt zunächst einmal zu befassen und dann darüber natürlich auch breit zu berichten. Diese Idee entstand vor dem Hintergrund, dass man zum einen aufbauen wollte auf den Erfolgen der Kulturhauptstadtwerbung und des Jahres „Stadt der Wissenschaft“, um nicht den Anschluss an diese erfolgreichen Imagekampagnen zu verlieren. Zum anderen aber war Stadtverwaltung und Stadtmarketing immer klar, dass es nach wie vor schwierig ist, solche Journalisten nach Braunschweig zu bringen. Deshalb haben Stadtmarketing und Stadtverwaltung mit großer Freude festgestellt, dass die Erwartungen an das Projekt noch übertroffen worden sind. Der dem Rat zugesandte überregionale Pressepiegel verzeichnet eine noch größere Resonanz selbst als bei dem Jahr „Stadt der Wissenschaft“. Insbesondere die sehr renommierten großen deutschen Tages- und Wochenzeitungen haben fast ausnahmslos berichtet und Korrespondenten zu Besuchen hierher geschickt. Allein schon unter diesem Gesichtspunkt ist die Aktion sehr erfolgreich gewesen.

Die erwünschte Imageaufwertung wurde zusätzlich flankiert durch den auch von der Stadtverwaltung mit initiierten Besuch des Herrn Bundespräsidenten am Grabe von Otto IV. und dem kurzen Besuch in der Ausstellung.

Darüber hinaus ging es Verwaltung und Stadtmarketing darum, auch der Bevölkerung über ein *ganzes Jahr* zum einen mit vielen, unterschiedlichen Veranstaltungen einen Zugang zu diesem Thema zu verschaffen, zum anderen aber auch schlicht und einfach darum, den Menschen in dieser Stadt mit solchen Veranstaltungen eine Freude zu bereiten. Der gute Besuch dieser Veranstaltungen hat gezeigt, dass auch diese Absichten erfolgreich verwirklicht worden sind.

Im Vergleich dazu waren die Landesausstellung selbst und die mit ihr verbundenen Besucherzahlen für das Projekt des Stadtmarketing relativ uninteressant. Die Landesausstellung spielte freilich für das Gesamtprojekt schon eine gewisse Rolle, da ohne eine solche Landesausstellung die „wissenschaftliche Unterfütterung“ dieses Großprojektes nicht möglich gewesen wäre.

Dies vorausgeschickt beantworte ich Ihre Fragen wie folgt:

1. Welche Besucherzahlen erreichten die Landesausstellungen „Stadt im Wandel“, „Troja“, „Schöninger Speere“ und „Otto IV – Traum vom welfischen Kaisertum“?

Landesausstellungen	Besucherzahlen
Stadt im Wandel (24. August bis 24. November 1985)	458.000
Troja (14. Juli bis 14. Oktober 2001)	311.000
Schöninger Speere (24. November 2007 bis 24. Februar 2008)	15.000
Otto IV. – Traum vom Welfischen Kaisertum (8. August bis 8. November 2009)	53.440

Wie das Braunschweigische Landesmuseum mitteilte, in dessen Verantwortung die Durchführung der Landesausstellung lag, sind die Ausstellungen „Stadt im Wandel“ und „Troja“ nur bedingt mit der Ausstellung „Otto IV. – Traum vom Welfischen Kaisertum“ vergleichbar, weil diese Themen ein weitaus breiteres Publikum ansprachen. Zudem hat sich die Zahl der historischen Ausstellungen seither ebenso deutlich erhöht wie die Konkurrenz um die Besucher kultureller Veranstaltungen. Eine vergleichbare Landesausstellung über den historisch bekannteren Friedrich II. hat bei längerer Laufzeit vor zwei Jahren in Oldenburg ca. 38.000 Besucher angezogen, was dort als großer Erfolg gewertet wurde. Die Landesausstellung in Magdeburg „Aufbruch in die Gotik“ (31. August bis 6. Dezember 2009) hatte bei einem jahreszeitlich günstigeren Ausstellungszeitraum 72.200 Besucher. Dabei ist anzumerken, dass Magdeburg bereits seit einigen Jahren regelmäßig solche Großausstellungen praktiziert und eine deutlich längere Vorlaufzeit hatte.

2. Wie schlüsseln sich die bekanntgewordenen Besucherzahlen zum Kaiserjahr auf die einzelnen Veranstaltungen auf?

Veranstaltungen im Kaiserjahr	Besucherzahlen
Hoftag (29. Mai bis 1. Juni 2009)	65.000
Minne meets...? (17./18. Juli 2009)	4.000
Ritterturnier (12./13. September 2009)	16.000
Minnesang-Festival (15. bis 18. Oktober 2009)	1.600
Landesausstellung „Otto IV. - Traum vom Welfischen Kaisertum“ (8. August bis 8. November 2009)	53.440
Dom St. Blasii, Teil der Ausstellung und zudem Ort weiterer Veranstaltungen	150.000
Kemenaten-Ausstellung (5. Juni bis 8. November 2009)	9.541
Drittprojekte des Kaiserjahres in Braunschweig und der Region	67.570

Es gilt das gesprochene Wort.

I. V.

Gez.

Roth