

# Otto der Große, Magdeburg und Europa

## Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt



Ministerium für Wirtschaft und Arbeit  
des Landes Sachsen-Anhalt



Die Stadt mit Zugkraft

**Tourismus-Studien  
Sachsen-Anhalt  
9**



# **OTTO DER GROSSE, MAGDEBURG UND EUROPA**

## **Auf den Spuren Ottos des Großen**

Die 27. Ausstellung des Europarates und Landesausstellung Sachsen-Anhalt  
im Kulturhistorischen Museum Magdeburg  
und die Tourismusprojekte des Landes Sachsen-Anhalt im Jahr 2001

Magdeburg 2002



# Inhalt

Vorwort	6
Matthias Puhle Historische Großausstellungen und ihre kulturpolitische Bedeutung	7
Claus-Peter Hasse „Einfach atemberaubend und beeindruckend“ - Zur Durchführung und Resonanz der 27. Ausstellung des Europarates und Landesausstellung Sachsen-Anhalt OTTO DER GROSSE, MAGDEBURG UND EUROPA	14
Gabriele Köster/Heike Pöppelmann Otto der Große, Magdeburg und Europa – Texte und Bilder einer Ausstellung	29
Christian Antz Die Europaratsausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ und das Landesprojekt „Auf den Spuren Ottos des Großen“ als Bausteine für Tourismus und Image Sachsen-Anhalts	43
Heinzgeorg Oette/Ursula Schild Das Tourismusjahr „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ – Vom „Kaiserzug“ der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH bis zum „Glanz der Romanik“ der Deutschen Zentrale für Tourismus	49
Anlagen	59

## Vorwort

Kein deutsches Bundesland ist reicher an kulturhistorischen Denkmälern als Sachsen-Anhalt. Viele haben Weltrang, so die Altstadt von Quedlinburg, das Bauhaus in Dessau, das Dessau-Wörlitzer Gartenreich, die Luthergedenkstätten von Wittenberg und Eisleben. Sachsen-Anhalt ist damit ein überaus reizvolles Ziel für Kulturtouristen. Ein Highlight ist seit 1993 die „Straße der Romanik“. Sie lockt alljährlich tausende Touristen ins Land.

Natürlich wollen sie mehr von Sachsen-Anhalt sehen und über Geschichte und Gegenwart erfahren. Dazu gibt es von Jahr zu Jahr neue Höhepunkte:

- 2001 war das „Ottonen-Jahr“;
- 2002 stand ganz im Zeichen Otto von Guericke, dessen Geburtstag sich zum 400. Mal jährte;
- 2003 wird die „Straße der Romanik“ zehn Jahre alt – ein guter Anlass zum Feiern und für neue Aktivitäten;
- in den Jahren 2004 bis 2006 feiern die Städte Halberstadt, Magdeburg und Halle 1200-jährige Jubiläen.

Mit dem Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen“ ist es 2001 vortrefflich gelungen, die Straße der Romanik mit der international stark beachteten 27. Ausstellung des Europarates und des Landes „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ zu verbinden. Die starke Berichterstattung bundesweit und auch im Ausland hat den Bekanntheitsgrad und das Image von Sachsen-Anhalt beträchtlich befördert. Allein zur Ottonen-Ausstellung in Magdeburg kamen über 300.000 Be-

sucher. Hier haben sich gemeinsame Marketing- und Vertriebsmaßnahmen für das Gesamtprojekt „Auf den Spuren Otto des Großen“ bestens bewährt.

Beispielgebend für weitere Projekte war dabei das landesweite Zusammenwirken der Landeshauptstadt Magdeburg, des Kultus- und des Wirtschaftsministeriums des Landes Sachsen-Anhalt. Erstmals praktiziert wurde auch die enge, vertraglich fixierte Kooperation mit den am Projekt beteiligten zehn Ottonen-Orten. Das Thema „Romanik und Ottonen“ konnte erfolgreich am Reisemarkt platziert werden. Das hat Auswirkungen, die über das Themenjahr 2001 hinausgehen. Allein bei der Veranstaltungsreihe „Kaiserzug“, die in den Ottonen-Orten stattfand, gab es rund 110.000 Besucher. All das führte zu überdurchschnittlichen Steigerungsraten bei den Übernachtungen – im Land gab es ein Plus von 2,1 Prozent - bei bundesweiten Rückgängen.

Mit der Ihnen vorliegende Studie möchten die Akteure erstens das erfolgreiche Themenjahr 2001 „Auf den Spuren Otto des Großen in Sachsen-Anhalt“ bilanzieren und dokumentieren. Zweitens empfehlen sie allen Partnern im Landestourismus die positive Kooperation im Ottonen-Jahr als Modell für die touristischen Höhepunkte der nächsten Jahre. Drittens werden alle bewährten Partner und Förderer dazu eingeladen, mit dem ähnlich gelagerten Ausstellungsprojekt „Das Heilige Römische Reich“ als gemeinsame Ausstellung des kulturhistorischen Museums in Magdeburg und des Deutschen Historischen Museums in Berlin im Jahre 2006 wieder hunderttausende Kulturtouristen in unser schönes Sachsen-Anhalt zu holen.

Prof. Dr. Jan-Hendrik Olbertz  
Kultusminister des Landes  
Sachsen-Anhalt

Dr. Horst Rehberger  
Minister für Wirtschaft und Arbeit  
des Landes Sachsen-Anhalt

Dr. Lutz Trümper  
Oberbürgermeister  
der Landeshauptstadt Magdeburg

## Historische Großausstellungen und ihre kulturpolitische Bedeutung

Seit mehreren Jahrzehnten hat sich in Deutschland eine Ausstellungsform herausgebildet, die in dieser Dichte und Vielfalt sicher weltweit als Besonderheit anzusehen ist: Die historische Großausstellung. Häufig orientiert an Jubiläen bzw. Jahrestagen wird in diesem Ausstellungstypus versucht, anhand von Originalobjekten und Inszenierungen das Bild einer vergangenen Epoche zu entwerfen.

Man kann sich natürlich fragen, warum die historische Großausstellung sich gerade in Deutschland so stark etabliert hat. Denn auf der anderen Seite fallen etwa in angelsächsischen und in skandinavischen Ländern historische Museen mit stark inszenierten Dauerausstellungen auf, die sich beim Publikum größten Interesses erfreuen. In Deutschland dagegen dominieren selbst in den historischen Museen noch immer an Kunst- und Kunstgewerbemuseen angelehnte Konzepte, ganz offensichtlich, weil hierzulande dem historischen Dauerausstellungskonzept der Geruch von Heimatstube anhaftet, was mit Entwicklungen zu Beginn des 20. Jahrhunderts zusammenhängt.

Die Erfolgsgeschichte der historischen Großausstellungen in Deutschland läßt sich am ehesten mit den enormen Brechungen deutscher Geschichte im 20. Jahrhundert und den sich daraus ergebenden Folgen erklären. Zwei verschuldete Weltkriege, Faschismus, Völkermord, nach 1945 ein geteiltes Land mit größtenteils zerstörten Städten. Deutsche Identität konnte weder in der alten Bundesrepublik noch in der DDR auf den Trümmern der Ergebnisse des 2. Weltkriegs unbefangen wachsen. Die DDR besann sich auf die revolutionären Volksbewegungen im Verlauf der Geschichte, berief sich auf sie und sah ihre eigene Existenz als vorherbestimmtes Ergebnis der sich über Epochen hinziehenden Klassenkämpfe. Die Bundesrepublik mußte sich, noch fast betäubt in den fünfziger Jahren, mit der Theorie des deutschen Sonderwegs auseinandersetzen, die belegen sollte, daß Deutschlands Weg in den Untergang nicht zufällig, sondern durch preußische und wilhelminische Geschichte und die daraus resultierende Verzögerung der Demokratisierung der Gesellschaft gleichsam vorstrukturiert war.

In einem Deutschland, das geteilt und moralisch desavouiert war und die schlechtesten Erfahrungen mit einem heillos übersteigerten Nationalismus gemacht hatte, konnte nur ein gebrochenes nationales Selbstverständnis entstehen, das Gefahren anderer Art als der vorher herrschende Chauvinismus in sich barg und birgt. Folgende Sätze im Nachwort des Verlegers von Platons „Verteidigung des Sokrates“ von 1947 geben recht gut wieder, in welcher emotionalen Verfassung

sich das intellektuelle Deutschland nach dem 2. Weltkrieg befand. „Wir Deutschen sind als Volk, als Staat, als Masse und Typus im Banne unserer verheerenden Leidenschaften (...) dahingelangt, wo wir stehen: nicht direkt an einen Abgrund heran, sondern mitten in ihn hinein. Wir „stehen“ auch nicht, sondern wir sind abgestürzt und liegen jetzt mit zerschmetterten Reichsgliedern in der Tiefe. Es kann sogar sein, daß wir zu guter Letzt noch erlöschen, daß wir als besondere Spielart des Menschengeschlechts zu bestehen aufhören. Der Rest von Lebenskraft, der noch in uns geistert, ist teils Wehleidigkeit, teils Selbsthaß, teils ehrliches Unverständnis dessen, was mit uns passiert ist. So herrscht denn um uns das purpurne Dunkel, das auf Götterdämmerungen folgt.“<sup>1</sup>

Die historischen Großausstellungen, die sich im letzten Viertel des 20. Jahrhunderts zu voller Blüte entwickelt haben, sind eine spezifische Antwort der deutschen Kulturpolitik auf die noch immer erkennbar schwache Ausprägung historischer Identität in Deutschland. Hinzu tritt das intensive Bemühen, deutsche Geschichte nicht auf die unseligen 12 Jahre Nationalsozialismus reduzieren zu lassen. Gottfried Korff, Generalsekretär der Ausstellung „Preußen. Versuch einer Bilanz“, 1981, stellte damals fest, „daß man sich hierzulande mit historischen Ausstellungen schwer tut, in einer Gesellschaft, die nach 1945 zeitweise nicht mit ihrer Geschichte leben wollte,

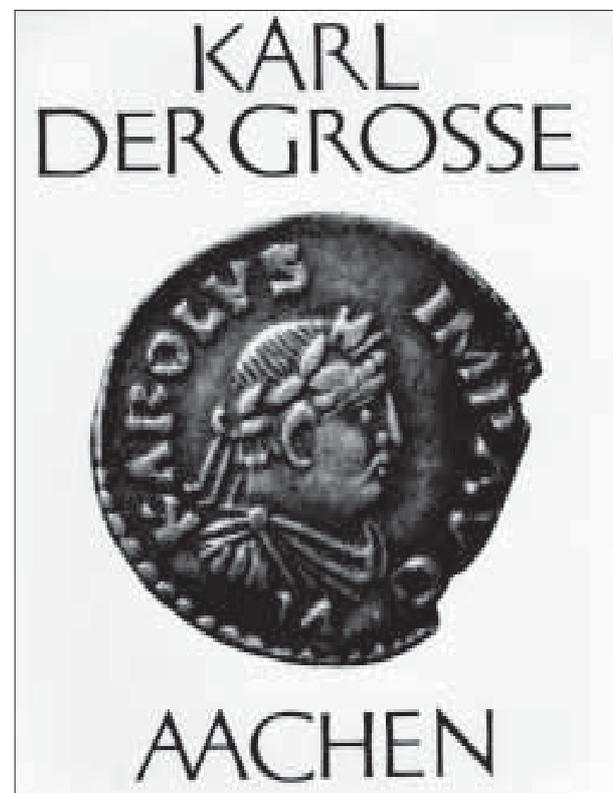


Abb.1: „Karl der Große“. Aachen 1965.  
Titelbild des Ausstellungskataloges.

<sup>1</sup> Platon, Die Verteidigung des Sokrates, Stuttgart 1947, Nachwort v. F.M. Reifferscheidt, S. 67f.

<sup>2</sup> Preußen, Versuch einer Bilanz, Ausstellungsführer, hrsg. v. Gottfried Korff, Bde. 1-5, Berlin 1981, Bd. 1, S. 23.

dann aber auf einmal Antworten und Rechtfertigungen für jedes und alles aus ihr zu beziehen versucht“.<sup>2</sup>

Inzwischen kann man vielleicht immer noch sagen, daß man sich hierzulande mit historischen Ausstellungen schwer tut, ganz sicher aber nicht in dem Sinne, daß es wenige davon gibt. Ausländische Museumskollegen sprechen schon von einem spezifisch deutschen Ausstellungstyp und meinen damit die monumentale historische Sonderausstellung, die einer Epoche oder einer historischen Persönlichkeit gewidmet ist. Als Startschuß für die monumentalen historischen Mittelalter-Ausstellungen gilt allgemein die Staufer-Ausstellung 1977, weiter ging es mit „Stadt im Wandel. Kunst und Kultur des Bürgertums in Norddeutschland 1150-1650“, 1985, den „Saliern“ 1992, mit „Bernward von Hildesheim und dem Zeitalter der Ottonen“ 1993, „Heinrich der Löwe und seine Zeit“ 1995 und 1999: „799: Kunst und Kultur der Karolingerzeit“. Schließlich mit den Ausstellungen „Otto der Große, Magdeburg und Europa“, 2001, und „Kaiser Heinrich II.“, 2002. Die Reihe ließe sich mit den Wittelsbachern, den Alemannen, den Franken usw. fast beliebig verlängern.

### Welche Ziele verfolgen die Ausstellungen in aller Regel?

Allgemeine politische Tendenzen bzw. Anforderungen in der deutschen Nachkriegsgesellschaft spiegeln sich bei einer näheren Betrachtung in der Zielsetzung der Ausstellungen wieder. Die stark kunsthistorisch geprägte Europaratsausstellung „Karl der Große. Werk und Wirkung“ 1965 in Aachen, Vorläufer der Stauferausstellung 1977, verfolgte mit der Darstellung einer für die europäische Geschichte grundlegenden Epoche auch eine politische Zielsetzung. Im Vorwort von Wolfgang Braunsfels, dem Vorsitzenden des Arbeitsausschusses, kommt eine Intention wie „Identitätsstiftung“ oder „Vermittlung von Geschichtskennntnissen“, was bei späteren Ausstellungen selbstverständliche Grundmotivation wird, nicht vor. Man kann daraus schließen, daß eine Erosion der Allgemeinbildung der Bevölkerung in der Mitte der sechziger Jahre offenbar noch nicht eingesetzt hat und die Suche nach nationaler oder regionaler Identität wegen zu großer zeitlicher Nähe zur nationalsozialistischen Zeit noch verdächtig war. Die Ausstellung hatte vielmehr eine eminent außenpolitische Komponente, die durch die Erhebung zur Europaratsausstellung noch unterstrichen wurde. Durch die Erinnerung an eine Epoche zu Beginn des christlichen Abendlandes, in der Deutschland noch vor seiner Entstehung vereint war mit Frankreich im Reich Karls des Großen, in engem Kontakt mit England und Italien, wird die Verbundenheit mit den neuen Verbündeten demonstriert. 20 Jahre nach Ende des 2. Weltkriegs erinnert die Bundesrepublik Deutschland an die gemeinsamen abendländischen kulturellen Grundlagen der westeuropäischen

Wertegemeinschaft. Etwas zugespitzt könnte man sagen, die Westbindung der Bundesrepublik in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts war schon durch Karl den Großen vorstrukturiert worden. Dementsprechend wird die Ausstellung auch als „europäische Gemeinschaftsleistung“ gewürdigt. Anlaß für die Ausstellung war übrigens die im Jahr 1965 1200-jährige Wiederkehr des ersten bezeugten Aufenthaltes des Vaters Karls des Großen, Pippins des Jüngeren also, 765 in Aachen und die Erhebung Karls des Großen durch Friedrich Barbarossa 1165 in den Kreis der heiligen Könige.

Eine weitergehende Zielsetzung verfolgte die Staufer-Ausstellung 1977 in Stuttgart. Westbindung, Nato-Mitgliedschaft, Demokratiefestigkeit waren gut dreißig Jahre nach dem Krieg nicht mehr infrage gestellt. Dafür berief sich der Ministerpräsident des Landes Baden-Württemberg Hans Filbinger in seinem Vorwort auf die vom Bundespräsidenten Walter Scheel auf dem Historikertag von 1976 konstatierte drohende Geschichtslosigkeit Deutschlands, der mit einer Mittelalter-Ausstellung über die Zeit der Staufer entgegengewirkt werden könne.<sup>3</sup> Auch Filbinger betont die abendländische Verflechtung deutscher Geschichte: „So wichtig die Bewältigung der jüngeren Vergangenheit ist, auch die ältere Geschichte verdient unsere Aufmerksamkeit. Seien wir uns auch darüber im klaren, daß es keine isolierte deutsche Geschichte gibt, daß diese vielmehr



Abb. 2: „Die Zeit der Staufer“. Stuttgart 1977. Titelbild des Ausstellungskataloges.

<sup>3</sup> Die Zeit der Staufer: Geschichte, Kunst, Kultur, Stuttgart 1977, Bd. 1, hrsg. v. Reiner Hausherr, S. VIII.

<sup>4</sup> Ebda.

seit alters untrennbar verwoben ist in die europäische Geschichte und die Weltgeschichte. Gerade im Denken und Handeln des staufischen Zeitalters waren der gesamtabendländische Bezug, ein gemeineuropäisches Bewußtsein und die Einbettung in eine übergreifende Kontinuität von der Antike her markant entwickelt.“<sup>4</sup>

Gegen das Ludwig Börne-Wort von der „langen Nacht des Mittelalters“ empört sich Filbinger: „Wie falsch, wie vorurteilsbehaftet sind solche pauschale Wertungen allein angesichts der staufischen Ära. Nennen wir an dieser Stelle das oberste politische Ziel, um das es den großen Staufer-Persönlichkeiten ging; denn es war ein humanes Ziel. Sie wollten keinen Tyrannenstaat errichten. Sie wollten eine universelle Rechts- und Friedensordnung – pax et iustitia – verwirklichen, zum Schutz des Einzelnen vor Willkür und Gewalt; sie wollten – unter den seinerzeitigen Gegebenheiten – so etwas wie menschliche Freiheit schützen.“<sup>5</sup>

Anlaß für die Staufer-Ausstellung war nicht ein staufisches Jubiläum, sondern der 25. Jahrestag des Landes Baden-Württemberg. „Baden-Württemberg mit seinen landschaftlichen Reizen, seinem reichen Kulturerbe und seinen arbeitsamen und heimatverbundenen Menschen hat sich rasch zu einem gesunden und blühenden Bundesland von ausgewogener, kräftiger und krisenfester Struktur entwickelt. Breiteste Kreise der Bevölkerung haben die erweiterte und gestärkte staatliche Heimat in erstaunlich kurzer Frist und mit erfreulicher und nachhaltiger Zustimmung bejaht.“ „Schon einmal jedoch, viele Jahrhunderte zuvor“, so fährt Filbinger fort, „ist der südwestdeutsche Raum zusammengefaßt gewesen, in den Zeiten des mittelalterlichen schwäbisch-alemanischen Stammesherzogtums, ... Das deutsche Herzogtum Schwaben umfaßte in seinem Kern einen Großteil der beiden späteren Länder Baden und Württemberg.“<sup>6</sup> Dem prosperierenden Staat Baden-Württemberg wird mit der Staufer-Ausstellung die passende historische Fundamentierung quasi untergeschoben. Einen Bogen sollte die Ausstellung also schlagen zwischen großer Vergangenheit und nicht weniger großer baden-württembergischer Gegenwart.

Die Ausstellung „Stadt im Wandel. Kunst und Kultur des Bürgertums in Norddeutschland 1150–1650“ 1985 in Braunschweig stellte sich zwar bewusst in die Tradition von „Großausstellungen zur deutschen und europäischen Geschichte“, betonte aber, anders zu sein als die anderen. „Statt Geschichte und Bedeutung einer Dynastenfamilie stehen die Ursprünge und der erste geschichtliche Höhepunkt einer für unsere Gegenwart grundlegenden Schicht der Gesamtbevölkerung im Mittelpunkt. Sie (die Lebenswelt des Bürgertums) ist für unser politisches und kulturelles Bewußtsein prägend geworden.“<sup>7</sup> Erstmals, so Cord Meckseper, der Ausstellungsverantwortliche, führe eine Ausstellung „eine Lebenswelt vor Augen ..., der wir Heutigen weitgehend unser Selbst-



**Abb. 3: „Stadt im Wandel“. Braunschweig 1985. Titelbild des Ausstellungskataloges.**

verständnis verdanken: die des Bürgertums.“ „In einer historischen Ausstellung das politische und kulturelle Selbstverständnis der eigenen Gegenwart zu reflektieren, erweist sich insgesamt als eine Aufgabe nicht ohne Sinn und Reiz.“<sup>8</sup>

Offensichtlich steht hinter der „Stadt im Wandel“-Ausstellung der Gedanke, daß es einer demokratisch strukturierten Gesellschaft gut ansteht, wenn sie an ihre demokratischen und republikanischen Wurzeln erinnert wird.

Einen besonderen Reiz scheinen aber doch die großen Dynastien auszuüben. 1992 fand knapp zehn Jahre, nachdem der Oberbürgermeister der Stadt Speyer den Ministerpräsidenten des Landes Rheinland-Pfalz ange-regt hatte, seiner Stadt Speyer zur 2000-Jahr-Feier eine Salier-Ausstellung zu schenken, tatsächlich die Ausstellung „Das Reich der Salier 1024–1125“ statt.

Rudolf Scharping, der damalige Ministerpräsident des Landes Rheinland-Pfalz, hob in seinem Vorwort folgende Aspekte hervor:

1. Die Geschichte der Salier gehöre zur Identität des Landes Rheinland-Pfalz.
2. Die Ausstellung gehe weit über Regional- oder Heimatgeschichte hinaus. Deutsche Geschichte werde vielmehr im Rahmen europäischer Geschichte präsentiert.

<sup>5</sup> Ebda., S. IX.

<sup>6</sup> Ebda., S. VI.

<sup>7</sup> Stadt im Wandel. Kunst und Kultur des Bürgertums in Norddeutschland 1150 – 1650, Bd. 1-4, hrsg. v. Cord Meckseper, Stuttgart 1985, Bd. 1, S. 27.

<sup>8</sup> Ebda.

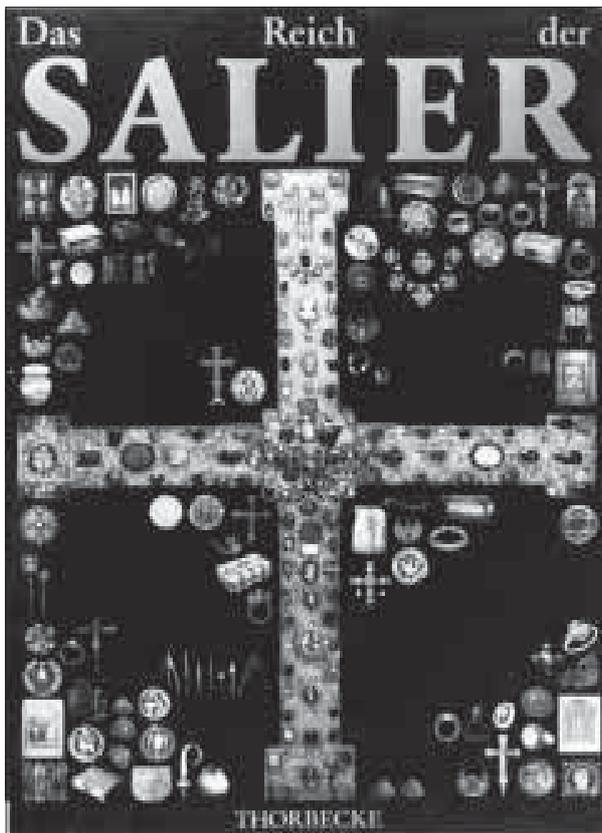


Abb. 4: „Das Reich der Salier“. Speyer 1992.  
Titelbild des Ausstellungskataloges.

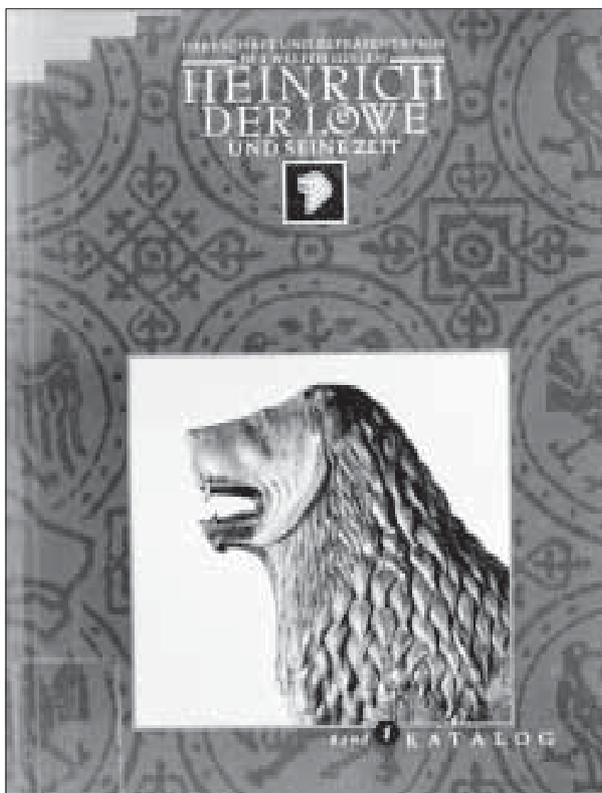


Abb. 5: „Heinrich der Löwe“. Braunschweig 1995.  
Titelbild des Ausstellungskataloges.

3. Das Land bewiese mit dieser Ausstellung die Lebendigkeit des Kulturföderalismus. „Die Kulturhöhe beruht auf der kulturellen Eigenständigkeit der Länder. Dazu gehört die eigene Geschichte.“
4. Die Ausstellung sei keine reine Kunstausstellung, keine „Gold-Ausstellung“, die nur die prächtige Seite einer Epoche zeigt. Sie informiert auch über das Alltagsleben der ganz überwiegenden Mehrheit der damaligen Bevölkerung.“<sup>9</sup>

Hatte Hans Filbinger 1977 die moderne Gesellschaft noch auf die Staufer-Zeit zurückgeführt, belehrte Konrad Weidemann, der wissenschaftliche Kopf des Ausstellungsunternehmens, ihn eines besseren und lenkt die Aufmerksamkeit auf die salische Zeit. „Das Jahrhundert der Herrschaft salischer Kaiser ist eine folgenreiche Zeit deutscher Geschichte gewesen. Im historischen Geschehen der Jahre von 1024 bis 1125 fanden Vorgänge ihren Anfang, die dann das weitere Schicksal der Menschen in Europa andauernd bestimmt haben. Eine neue Vorstellung von Macht, umgesetzt in das Streben nach umfassender Herrschaft, erfaßte damals alle Bereiche der Gesellschaft. Obwohl mehr als neun Jahrhunderte seit dem Beginn dieser Auseinandersetzung vergangen sind, werden wesentliche Bereiche unserer gesellschaftlichen Wirklichkeit von Ergebnissen dieses historischen Prozesses bestimmt. Der Wahlcharakter der hohen Staatsämter, die föderative Struktur unseres Staates, eine umfassende Verwaltung, die Eigenverantwortlichkeit der Kommunen und die Scheidung von Kirche und Staat wurden damals zu formulierten Zielen historisch handelnder Kräfte, die dadurch bis in die Gegenwart fortwirken.“<sup>10</sup>

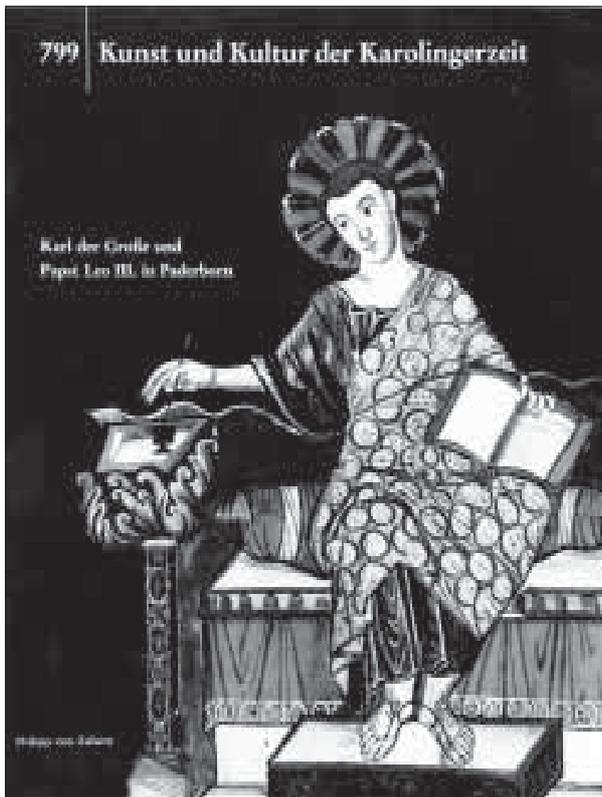
Wie keine Ausstellung zuvor betonte die Salier-Ausstellung den Gegenwartsbezug der salischen Zeit. Für Gerhard Schröder als niedersächsischen Ministerpräsidenten war es drei Jahre später wichtig, die Ausstellung „Heinrich der Löwe und seine Zeit: Herrschaft und Repräsentation der Welfen 1125-1235“ in Braunschweig mit der Vermittlung von Geschichte und der sich daraus formenden historischen Identität in Verbindung zu bringen. Natürlich soll Heinrich der Löwe nicht heroisiert werden, sondern ein Einblick in die von ihm entscheidend mit geprägte Zeit gegeben werden. Wer nach einem inhaltlichen Dissens zwischen Schröder und Scharping sucht, findet ihn überraschender Weise. Schröder verwahrt sich gegen das Schlagen einer „direkten Brücke vom Mittelalter in die Gegenwart“ und hält es mit den Ergebnissen der Forschung für unvereinbar, hinter dem Heiligen Römischen Reich Deutscher Nation ein föderalistisches Prinzip entdecken und zur Ausstellung bringen zu wollen. Diese Aspekte waren den Saliern nun gerade wichtig. Man fragt sich: Ist denn dem föderalen salischen Reich in der dann folgenden Zeit Heinrichs des Löwen, die 1977 im übrigen noch

<sup>9</sup> Das Reich der Salier 1024 – 1125. Katalog zur Ausstellung, Sigmaringen 1992, S. VII.

<sup>10</sup> Ebda., S. IX.

als primär staufisch angesehen wurde, der Föderalismus etwa abhandeln gekommen?

Konzeptionell gab es darüber hinaus einen ganz gravierenden Unterschied zwischen den Saliern und dem berühmten Welfen: Die Salier kamen explizit historisch und nicht kunsthistorisch daher, während Heinrich der Löwe, dessen Todestag sich 1995 zum 800. Mal jährte, vom Anspruch her versuchte, Geschichte und Kunst gleichermaßen zu berücksichtigen, was auch aus dem Vorwort von Jochen Luckhardt hervorgeht.

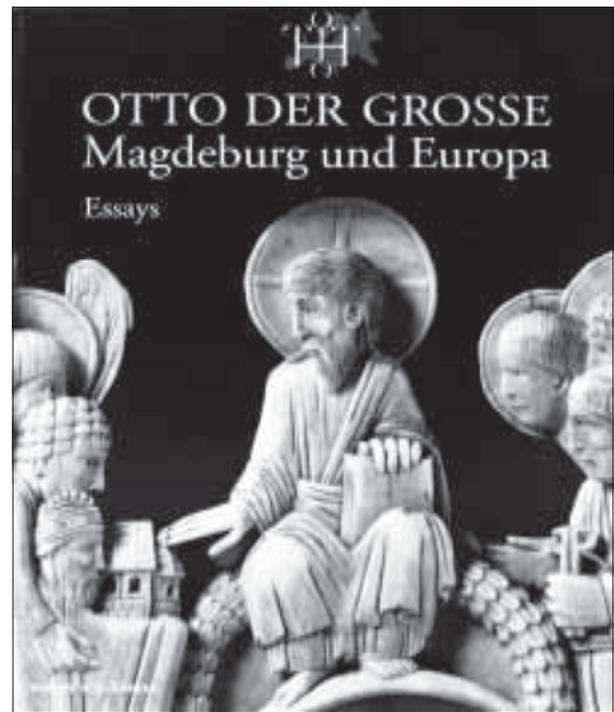


**Abb. 6: „799“. Paderborn 1999.**  
Titelbild des Ausstellungskataloges.

Vom ausstellungstheoretischen Ansatz her liegen Welfen und Staufer also wesentlich näher beieinander als Welfen und Salier.

Die Karolinger-Ausstellung in Paderborn 1999 schließlich scheint vom Anspruch und der Zielsetzung her den Bogen zur Karl der Große-Ausstellung 1965 in Aachen zu schlagen. Im Vorwort des Katalogs heißt es: „Der Gestaltungswille und die schöpferische Kraft der Karolingerzeit haben bis heute nichts von ihrer Faszination verloren. Gerade am Vorabend der Jahrtausendwende erscheint es daher angebracht, sich der Wurzeln des lateinisch-christlichen Abendlandes neu zu vergewissern. Aus ihnen lassen sich Perspektiven für die Zukunft in einem geeinten Europa entwickeln.“

Uns verbindet das gemeinsame Ziel, die aus der Begegnung mit der Antike erwachsene christliche Kultur des Abendlandes als Fundament unserer demokrati-



**Abb. 7: „Otto der Große“. Magdeburg 2001.**  
Titelbild des Ausstellungskataloges.

schen Gesellschaft ins Bewußtsein zu rücken. Mit der großen Karolinger-Ausstellung in Paderborn wollen wir dazu einen Beitrag leisten.“<sup>11</sup>

Die Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ 2001 hatte ebenfalls eine wichtige kulturpolitische Funktion zu erfüllen. „Sachsen-Anhalt – Wiege der deutschen Geschichte“ überschreibt der Ministerpräsident von Sachsen-Anhalt sein Grußwort. „Längst sind die Magdeburger stolz, die Stadt Ottos des Großen zu sein“, ergänzt der Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Magdeburg in seinem Grußwort. Im gemeinsamen Vorwort des Museumsdirektors und des Projektleiters heißt es: „Die friedliche Revolution in der DDR 1989 und die am 3. Oktober 1990 wiederhergestellte deutsche Einheit sowie die vorwärtsschreitende europäische Einigungsbewegung haben den Weg für die Herstellung einer gemeinsamen historischen Identität in der Vielfalt der europäischen Völker freigemacht. Es ist nach den schweren Verwerfungen des 20. Jahrhunderts geradezu unabdingbar, daß die Wurzeln Europas und kulturellen Verbindungslinien zwischen den Völkern stärker als bisher herausgearbeitet und in das Bewußtsein einer möglichst breiten Öffentlichkeit gehoben werden.“

Das ottonische Zeitalter ist wie wenige andere Epochen Europas geeignet, auf diese Wurzeln und Verbindungslinien hinzuweisen.“<sup>12</sup>

Als sogenanntes „Bindestrich-Land“ hatte und hat Sachsen-Anhalt unter den neuen Bundesländern besonders große Schwierigkeiten, seinen Ort unter den inzwischen 16 Bundesländern zu finden und zu definieren. An-

<sup>11</sup> 799: Kunst und Kultur der Karolingerzeit, Karl der Große und Papst Leo III, 3 Bde., Mainz 1999, Bd. 1, Zum Geleit.

<sup>12</sup> Otto der Große, Magdeburg und Europa, Katalog der 27. Ausstellung des Europarates und Landesausstellung Sachsen-Anhalt, 2 Bde., hrsg. v. Matthias Puhle, Mainz 2001, Bd.1 S. XV.

fang der neunziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts machte sogar das Gerede vom „geschichtslosen Land“ Sachsen-Anhalt die Runde. Diesem Land als dem Kernland der Ottonen eine klare historische Verortung zu geben, war eines der wichtigsten Ziele der Ausstellung. Im politischen Raum gab es über die Parteigrenzen hinaus ähnlich wie in Teilen der Bevölkerung trotz aller Traditionsabrisse, die seit dem Ausgang des Mittelalters in ganz Norddeutschland immer wieder für Neuanfänge, aber auch für kollektives Vergessen verantwortlich sind, ein Wissen über die herausragende Bedeutung der Region zwischen Harz und Elbe für die Anfänge der europäischen und deutschen Geschichte, auf das die Ausstellung aufbauen konnte.

### **Die Voraussetzungen historischer Großausstellungen in der Zukunft**

Die seit der Staufer-Ausstellung immer wieder beschworene „Identitätsstiftung“ hat sich als ein tragendes Grundmotiv für die Organisation historischer Großausstellungen bis in unsere Tage erhalten.

Neben dieses wichtige Motiv tritt natürlich auch das Repräsentationsbedürfnis des modernen Staates, das kaum schwächer ist als das früherer Staaten und Staatsformen.

Als ein immer wichtiger werdendes Motiv für die Durchführung aufwendiger Großausstellungen hat sich der Marketing-Effekt von Groß-Events für die Stadt, die Region, das Bundesland und manchmal auch darüber hinaus entwickelt. Die Erfahrung mit den erfolgreichsten Großausstellungen hat gezeigt, daß der Imagegewinn weit über die Dauer der Ausstellungen hinaus Bestand hat. Im Bewußtsein des Kulturpublikums, der Medien, der Reiseveranstalter und der Fachwelt etablieren sich das veranstaltende Museum und die gastgebende Stadt dauerhaft als ein hochkarätiger Kulturstandort, der auch für zukünftige Events qualifiziert erscheint. Ohne das Angebot von besonderen Ausstellungen ist das Publikum allerdings nicht zurückzugewinnen, der gute Ruf alleine zieht Besucher nicht in die Stadt, wenn nicht von vornherein eine hohe touristische Anziehungskraft vorhanden ist. Von entscheidender Bedeutung für dauerhaft oder periodisch hohe Besucherzahlen ist daher ein Ausstellungskonzept, das Ausstellungen von weit überregionaler Bedeutung in gewissen zeitlichen Abständen vorsieht.

Natürlich sind historische Großausstellungen mit erheblichen Kosten verbunden. Es müssen enorme finanzielle Mittel von der öffentlichen Hand und von Sponsoren aufgebracht werden. Der wissenschaftliche und organisatorische Aufwand für das verantwortliche Museum ist immens und erstreckt sich nicht selten über vier oder fünf Jahre. Nicht zuletzt wird wertvollen und hochempfindlichen Objekten, die sich in der Regel auch noch durch ihre Einmaligkeit auszeichnen, der Transport und die mehrmonatige Lagerung in einem vom Gewohnten abweichenden klimatischen Milieu zuge-

mutet. Zwar wird das Risiko eines Schadens durch Versicherungsschutz minimiert, aber selbst die größte Geldsumme kann ein zerstörtes oder verlorengangenes Original nicht wieder erschaffen. Der insgesamt erhebliche Aufwand einer Großausstellung mit allen damit verbundenen Risiken muß also gerechtfertigt werden.

Grundlage aller Bemühungen um eine Großausstellung stellt immer eine überzeugende und vollkommen schlüssige Ausstellungsidee dar. Bei historischen Ausstellungen geht es fast immer um die Verbindung einer Region mit überregionaler, nicht selten europäischer Geschichte. Bedeutende Persönlichkeiten oder Dynastien, die sich mit einem Ort durch Geburt, Tod oder Wirken in eine besondere Verbindung bringen lassen, eignen sich vor allem für historische Großausstellungen. Allen Bemühungen der Sozialgeschichte zum Trotz interessieren sich die Menschen noch immer, vielleicht sogar mehr denn je, für das Schicksal einzelner, herausragender Menschen. In ihnen personalisiert sich Geschichte, werden Identifikationsmöglichkeiten geschaffen. Jubiläen bzw. Jahrestage eignen sich als gegebener Anlaß für Ausstellungen besonders gut.

Wenn eine überzeugende Idee den politischen und gesellschaftlichen Entscheidungsträgern überzeugend vorgebracht wird, ist das Fundament für das Gelingen einer historischen Großausstellung gelegt. Für das Museum, das sich eine solche Großausstellung zutraut, geht es nun darum, die Ziele für sich zu definieren. Diese Ziele sollten und müssen mit den Zielen der Politik weitgehend übereinstimmen, aber in einigen Punkten darüber hinausgehen. D.h. für ein aktives kulturgeschichtliches Museum muß es eigentlich eine Selbstverständlichkeit sein, eine auf ein breites kulturinteressiertes Publikum abgestellte Ausstellungspolitik zu betreiben, um Geschichtsbewußtsein, kulturelles Verständnis zu vertiefen bzw. herzustellen und historische Identitätsbildung zu ermöglichen, was auch die Politik motiviert, historische Großausstellungen zu finanzieren. Nicht zuletzt sollte ein kulturgeschichtliches Museum möglichst oft ein Ort der Begegnung und kulturellen Interaktion sein.

Darüber hinaus muß das betreffende Museum bereit sein, eine jahrelange erhebliche Bindung seiner Kräfte auf eine auf 100 Tage limitierte Ausstellung in Kauf zu nehmen. Damit verbunden ist ganz automatisch eine Vernachlässigung anderer wichtiger Arbeiten, z.B. der Inventarisierung und Erschließung der eigenen Bestände und der aus dieser Arbeit resultierenden Ausstellungen. Im Idealfall sind alle Bestände glänzend erschlossen und der Bauzustand des Museums hervorragend, so daß von dieser Basis aus große Aufgaben in Angriff genommen werden können. Naturgemäß kommt dieser Idealfall eher selten vor. Im Normalfall muß eine Großausstellung von einer weniger perfekten Grundlage aus initiiert und durchgeführt werden. Gerade dann gilt es aber, für die Weiterentwicklung des Museums durch den immen-

sen Arbeitsaufwand für eine Großausstellung nicht zurückgeworfen zu werden, sondern die Ausstellung auch als Beschleuniger für bestimmte, ohnehin notwendige Prozesse zu nutzen. Vorgesehene, aber immer wieder verschobene Baumaßnahmen können auf diese Weise genauso wie eine ausstellungstechnische Aufrüstung und Verbesserung der Museumsinfrastruktur im allgemeinen endlich realisiert werden. Wenn diese Vorwärtsentwicklung mit Hilfe einer Großausstellung erreicht werden kann, dann rechtfertigt sich der beschriebene Arbeitsaufwand nach innen und außen von allein.

Es sollte auch nicht unerwähnt bleiben, dass historische Großausstellungen zur Pflege des Nachwuchses an Museen in den vergangenen Jahren einen erheblichen Beitrag geleistet haben. Das gilt vor allem für Wissenschaftler, aber in abgeschwächter Form auch für andere Berufsgruppen wie etwa Restauratoren. Die überaus harte und nicht selten nervenaufreibende Arbeit an Großausstellungen macht die daran Beteiligten in kurzer Zeit mit fast allen Facetten der Museumsarbeit vertraut und versetzt sie so in die Lage, sich mit guten Chancen auf Stellen in kulturgeschichtlichen Museen oder Ausstellungsbetrieben zu bewerben.

Fazit: Historische Großausstellungen haben sich in den letzten 25 Jahren in Deutschland so etabliert, dass sie

aus dem Kulturleben nicht mehr wegzudenken sind. Solange das Publikum ein solch immenses Interesse wie bei den meisten bisherigen Großausstellungen zeigt, werden die Museen sich darum bemühen, geeignete Themen entsprechend aufzubereiten, und wird die Politik bereit sein, die notwendigen Finanzmittel zur Verfügung zu stellen, wobei es allerdings nicht zu einer Inflation von großen Ausstellungen kommen darf. Entscheidende Voraussetzungen für den Erfolg historischer Großausstellungen bleiben außerdem ein solider wissenschaftlicher Ansatz, der auch einen Erkenntnisfortschritt erwarten läßt, und großer Respekt vor den einzuwerbenden Leihgaben, damit spätere Generationen nicht den Vorwurf erheben können, die postindustrielle Gesellschaft des späten 20. und frühen 21. Jahrhunderts hätte in ihrer unermeßlichen Genußsucht den einmaligen Objekten der Vergangenheit durch den intensiven „Leihgabentourismus“ einen nicht mehr zu behebenden Substanzverlust beigebracht.

Bevor dieses allerdings eintritt, würden die Restauratoren der leihgebenden Institutionen diesem Treiben sicher ein Ende bereiten, was den historischen Großausstellungen den Boden entziehen würde. Verfeinerte Transportmethoden und sich immer mehr optimierende Ausstellungsbedingungen lassen diese Befürchtung jedoch als unbegründet erscheinen.

**Matthias Puhle**



Abb. 8: Besucherandrang vor dem Museum

**„Einfach atemberaubend und beeindruckend“  
Zur Durchführung und Resonanz der  
27. Ausstellung des Europarates und  
Landesausstellung Sachsen-Anhalt  
OTTO DER GROSSE, MAGDEBURG UND EUROPA**

Hinsichtlich der Idee und der Konzeption der Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ hat der Verfasser im Vorfeld schon einen programmatischen Aufsatz<sup>1</sup> mit dem Sach- und Vorbereitungsstand des Frühjahres 2000 vorgelegt. Wesentliche Motive und Hintergründe ergeben sich ferner aus den auf die Ausstellung hin publizierten Broschüren<sup>2</sup> sowie aus den Gruß- und Vorworten des Katalogwerks<sup>3</sup> der Ausstellung.

Auch sind diejenigen Persönlichkeiten und Institutionen, ohne deren Unterstützung und Rat die Ausstellung nicht oder nicht in diesem Ausmaß erfolgreich geworden wäre, meist namentlich in der sogenannten Titelei des Katalogs, insbesondere der Sponsoren- und Dankesliste, dem Ausstellungsimpressum und der Listen der Mitglieder des wissenschaftlichen Beirates sowie der internationalen Leihgeber, aufgeführt und gewürdigt<sup>4</sup>. Ihnen allen und auch den vielen anderen Ungenannten gilt in jedem Fall der tief empfundene Dank des Verfassers.

Nun wäre es sicher möglich, die Jahre und Mühen seit der aufkeimenden Idee bis zur blühenden Konzeption der Ausstellung noch detaillierter zu beschreiben, und dies wäre angesichts des Erfolgs möglicher-

<sup>1</sup> Claus-Peter Hasse, Otto der Große, Magdeburg und Europa: Paralipomena zu einer Europarats- und Landesausstellung im Kulturhistorischen Museum Magdeburg, in: Wege ins Museum. Zwischen Anspruch und Vermittlung. Berichte zu einer Tagung im Kulturhistorischen Museum Magdeburg (Magdeburger Museumshefte 13, hrsg. von Matthias Puhle), Magdeburg 2000, S. 95-120

<sup>2</sup> Otto der Große, Magdeburg und Europa. Landes- und Europaratsausstellung im Kulturhistorischen Museum Magdeburg, hrsg. von Matthias Puhle, Redaktion und Texte: Organisationsbüro der Landes- und Europaratsausstellung, Magdeburg 1999. Otto der Große, Magdeburg und Europa. 27. Ausstellung des Europarates, Landesausstellung Sachsen-Anhalt, hrsg. von Matthias Puhle, Text: Michael Peter, 1. Auflage Magdeburg 2000, 2. Veränderte Auflage Magdeburg 2001

<sup>3</sup> Otto der Große, Magdeburg und Europa. Eine Ausstellung im Kulturhistorischen Museum Magdeburg vom 27. August – 2. Dezember 2001; Katalog der 27. Ausstellung des Europarates und Landesausstellung Sachsen-Anhalt, hrsg. von Matthias Puhle, Mainz 2001

<sup>4</sup> Wie Anm. 3, S. IV-XXIII. Vgl. auch im Anhang 1-4 dieses Bandes.

weise auch sinnvoll, dennoch erscheint es angebrachter, sich hier auf die Durchführung der Ausstellung und ihre Resonanz zu beschränken. Im Hinblick auf die gebotene Kürze ist auch kein Gesamteindruck aller ausstellungsbegleitenden Aktivitäten intendiert, und es mag schon jetzt um Entschuldigung dafür gebeten sein, daß es sich nur um ein erstes, vorsichtiges Eintauchen in die Tiefe einer erst vor einem Jahr endenden Großausstellung handeln kann.

### Katalog

Wenn eine große Ausstellung ihre Pforten schließt, dann sollte etwas bleiben, was die wissenschaftliche Arbeit dokumentiert: der Katalog zur Ausstellung. Von Beginn an wurde größter Wert darauf gelegt, daß die zwei im Verlag Philipp von Zabern erschienenen, reich illustrierten Bände ein Handbuch zur Geschichte und Kunst der ottonischen Zeit werden sollten<sup>5</sup>. Pünktlich zur großen Eröffnungs-Presskonferenz am 24. August 2001 lag der Katalog frisch gedruckt und gebunden vor. Sorgfältige Text- und Bildredaktion, wissenschaftlicher Fortschritt und aufwendige Ausstattung sowie hervorragende Druckqualität sorgten für viele positive Stimmen und Rezensionen und für 14.000 verkaufte Exemplare allein im Museum.

### PR- und Öffentlichkeitsarbeit

Die PR- und Öffentlichkeitsarbeit war geprägt von der Einschätzung, daß dieser Bereich eine Managementaufgabe hoher Priorität darstellt. Zum Vermittlungsauftrag eines Museums und einer Ausstellung gehört auch die Vermarktung, wobei der wissenschaftliche Kern unberührt bleiben sollte. Gemeinsam mit der Agentur Text & PR Christina Müller (Bremen) hat das Organisationsbüro der Ausstellung genaue Pläne für eine dem Thema angemessenen, nicht marktschreierischen Vermarktung entwickelt.

Ein Beispiel für die Bedeutung eines langen Vorlaufs und langen Atems in diesem Bereich bietet die Pressearbeit, die im Marketing-Mix einen hohen Stellenwert einnahm. Hierzu gehörten u.a. die Gewinnung von Medienpartnern auf den Bereichen Print (Volksstimme) und TV/Hörfunk (Mitteldeutscher Rundfunk) sowie die Entwicklung medienspezifischer Themen-Angebote. Schon ein Jahr vor Ausstellungsbeginn führte die erste große Pressekonferenz zu einer hohen Akzeptanz bei den Medien, und im Beobachtungszeitraum von Januar bis Dezember 2001 wurden rund 4.200 Beiträge gezählt, womit die Auflage der gesamten Print-Medien über 125 Millionen betrug<sup>6</sup>.

Seit Sommer 2000 war die Ausstellung in einem der wichtigsten neuen Medien, dem weltweiten Internet, durch eine Website unter der Adresse [www.ottodergrosse.de](http://www.ottodergrosse.de) präsent. Um weiter reichenden Ansprüchen genüge zu



Abb. 9: Katalog und Kurzfürer zur Ausstellung

tun, wurde im Frühjahr 2001 eine neue Website konstruiert, die großen Beifall gerade auch in der Fachwelt der Mediendesigner fand. Die schier unglaubliche Zahl von gezählten über 520.000 Zugriffen auf die Homepage beweist wieder einmal, welche Bedeutung diesem Medium mittlerweile zukommt. Auf der Website bestand auch die Möglichkeit für Journalisten, sich einzuloggen und auf Pressefotos zurückgreifen zu können. Dieses Angebot wurde 700 mal genutzt.

### Tourismus

Im Bereich des Tourismus setzte das Organisationsbüro der Ausstellung schon weit im Vorfeld auf die Kooperation mit den Vertretern auf Bundes-, Landes-, Regional- und Ortsebenen. Gerade auf diesem Gebiet kam es nämlich auf die rechtzeitige Präsenz in Broschüren und auf Messen an. So wurde die Ausstellung fester Bestandteil des von der Deutschen Zentrale für Tourismus (Frankfurt am Main) ausgerufenen Tourismusjahres „Glanz der Romanik“ 2001 und zusammen mit der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH (LMG) etablierte sich das erfolgreiche Angebot von Reisen „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“<sup>7</sup>. Auch der Regionalverband Elbe-Börde-Heide und insbesondere die Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH (MMKT) bewarben die Ausstellung und das umfangreiche Beiprogramm im Land.

<sup>5</sup> Wie Anm. 3

<sup>6</sup> Siehe hierzu auch die kleine Auswahl von Presseartikeln im Anhang dieses Bandes.

<sup>7</sup> Siehe hierzu ausführlich in den Beiträgen von Christian Antz und Heinzgeorg Oette in diesem Band.



**Abb. 10: Blow-Up des Ausstellungsplakates am Karstadt-Warenhaus in Magdeburg**

Beispielsweise war die MMKT in Zusammenarbeit mit dem Kulturhistorischen Museum und der ausstellungsbetreuenden Agentur auf 18 Messen und 31 Präsentationen deutschlandweit für Magdeburg zur Otto der Große-Ausstellung vertreten.

### **Werbung**

Klassische Werbemaßnahmen wurden im Jahre 2001 intensiv betrieben, wobei die Plakatierungsaktionen in ausgewählten Zielgebieten, sogenannten Quellräumen, zu besonderen Zeiten durchgeführt wurden. Innerhalb Magdeburgs zum Beispiel wurde die Größe, Anzahl und Menge der Ausstellungsplakate geradezu auf den Beginn der Ausstellung hin inszeniert, so daß sich die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit stetig steigerte. Auf dem Bereich der Plakatierung arbeiteten wir sehr eng und konstruktiv mit der Firma Ströer-City Marketing zusammen. Insgesamt wurde für eine sechsstellige DM-Summe Stadtplakatierung betrieben, wobei der echte Media-Wert bedeutend höher als die Kosten für das Museum waren. Nicht nur durch Plakate und sogenannte City-Lights war die Otto der Große-Ausstellung im Stadtbild präsent: Straßen und Plätze der Landeshauptstadt waren

dank der Unterstützung des Elbuenparks und der MMKT mit Otto-der-Große-Fahnen geschmückt. Das Karstadt-Warenhaus in Magdeburg ermöglichte ein riesiges Blow-up an seiner Fassade, ebenfalls die Deutsche Bahn im Inneren der Bahnhofshalle. Mit Karstadt wurden auch zwei weitere Aktionen gemeinsam durchgeführt, nämlich eine auf die Ausstellung hinweisende Fotoausstellung sowie eine Münzprägungsaktion. Mercedes-Benz in Magdeburg stellte dem Organisationsbüro der Ausstellung für einen Zeitraum von zwei Jahren einen Kombi zur Verfügung, der mit dem Logo der Ausstellung und Hinweisen darauf geschmückt war.

Die in drei Auflagen aufgelegten Vorab-Broschüren<sup>8</sup> wurden in einer Gesamtauflage von 72.000 Exemplaren produziert. Vom Flyer der Ausstellung, der auch in englischer und französischer Sprache aufgelegt wurde, wurden 286.000 Stück gedruckt und vertrieben. 20.000 Haftetiketten dienten insbesondere der Bewerbung auf der abgehenden Post der Museen, der Frankierstempel der Landeshauptstadt war mit dem Logo und den Daten der Ausstellung versehen, und 8.000 Pins mit dem Motiv des Magdeburger Reiters wurden an besonders Interessierte vergeben.

<sup>8</sup> Wie Anm. 2

## Kooperationsprojekte

Im Jahr 2000 konnte ein Kooperationsprojekt mit Partnern in Kloster Seeon (Oberbayern) und Volterra (Toscana) vereinbart werden. Ein gemeinsamer, zweisprachiger Flyer verband die 27. Ausstellung des Europarates mit zwei kleineren Ausstellungsprojekten zum Thema: „Otto der Große, Bayern und Europa“ vom 15. Juni bis 2. Dezember 2001 im Kultur- und Bildungszentrum des Bezirks Oberbayern Kloster Seeon<sup>9</sup> sowie „Otto der Große und Europa. Volterra von Otto I. bis zur Stadtrepublik“ vom 2. September bis zum 4. November 2001 im Palazzo Minucci-Solaini in Volterra, organisiert vom Centro Interculturale Villa Palagione<sup>10</sup>.

## Rahmenprogramm

Das vom Beigeordneten für Kultur, Schule und Sport der Landeshauptstadt, Dr. Rüdiger Koch, initiierte und koordinierte Rahmenprogramm der Ausstellung setzte seine Schwerpunkte von Juni bis Dezember 2001 und half mit, während der Ausstellung Festivalatmosphäre zu schaffen.

Im 20seitigen Programm der Veranstaltungen waren Ausstellungen, Vorträge, Konzerte, Theater-, Oper- und Ballettaufführungen sowie weitere Aktivitäten von Seiten der Kirchen oder für Kinder und Jugendliche handlich zusammengefasst worden<sup>11</sup>. So konnten die Einheimischen und Auswärtigen ein besonders vielfältiges kulturelles Angebot erleben und ihren Ausstellungsbesuch mit zusätzlichen Aktivitäten kontrastieren. Das Programmheft wurde in der hohen Auflage von 40.000 Stück produziert und vertrieben.

## Beiprogramm im Museum

Das Museum setzte im Jahr 2001 auch die seit Jahren sich als überaus erfolgreich etablierende Reihe der „Magdeburger Mittelalter-Vorträge“ fort. Im Rahmen des vorbereitenden Beiprogramms der Ausstellung wurden von renommierten Wissenschaftlern vier, und als wissenschaftliche Vortragsreihe während der Laufzeit der Ausstellung insgesamt zehn öffentliche Abendvorträge gehalten, die teilweise sogar in einer der wissenschaftlichen Publikationsreihen der Magdeburger Museen publiziert werden konnten<sup>12</sup>.

In Vorbereitung der Ausstellung wurden im Jahre 1999 ein historisch geprägtes sowie 2000 ein archäologisches Kolloquium im Kulturhistorischen Museum Magdeburg organisiert, deren Ergebnisse auch gedruckt vorliegen<sup>13</sup>. Während der Laufzeit der Ausstellung fand dann sozusagen angesichts der ca. 400 Originaldenk-

mäler noch ein kunsthistorisches Symposium mit dem Titel „Traditionen und Neubeginn – Kunst und geistiges Leben zur Zeit der frühen Ottonen“ unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Rainer Kahsnitz (München) und Prof. Dr. Dethard von Winterfeld (Mainz) statt.

Neben den vielfältigen Zusatzattraktionen neben dem Ausstellungskern, die weiter unten beschrieben werden, zogen als weitere besondere Aktionen Werkstattgespräche, Familienwochenenden und Theateraufführungen im Kaiser-Otto-Saal ihr Publikum an. Zusätzlich in das Programm wurde als ein spezielles „Event“ die sogenannte Lange Otto-Nacht eingebaut, die am vorletzten Tag der Ausstellung von 21.00 bis 1.00 Uhr das Kulturhistorische Museum Magdeburg zum Ziel von über 1.500 Personen werden ließ. Die Eintrittskarten hierzu waren schon im Vorverkauf vergriffen. Neben dem Besuch der Ausstellung waren ein breites Spektrum an ausgewählten musikalischen und schauspielerischen Darbietungen zu genießen.



**Abb. 11: In der Langen Otto-Nacht:  
Musik vor dem Magdeburger Reiter**

## Ausstellungsaufbau

Der eigentliche Aufbau der Ausstellung setzte sich aus fünf großen Aufgabengebieten zusammen: Den Kernbereich bildeten die Ausstellungsräume mit den sechs Ausstellungskapiteln. Der Ausstellungsgestalter Gottfried von Haeseler (München) hatte die Räume mit einer Innenarchitektur<sup>14</sup> versehen, welche nunmehr umgesetzt wurde: Die Firma Wagner Vollholzwerkstätten (Augsburg) hatte die Vitrinen und Aufbauten gebaut, und stellte sie sukzessive in den Räumen auf. Die Firma Design Position, München, setzte den graphischen Teil innerhalb der Kernaussstellung um.

<sup>9</sup> Faszination Mittelalter. Otto der Große, Bayern und Europa. Katalog der Ausstellung im Kloster Seeon, Kloster Seeon 2001

<sup>10</sup> Otto der Große und Europa. Volterra von Otto I. bis zur Stadtrepublik. Katalog der Ausstellung, hrsg. von Andrea Augenti, Villa Palagione 2001

<sup>11</sup> Otto der Große, Magdeburg und Europa. Programm der Begleitveranstaltungen zur Ausstellung. Juni bis Dezember 2001. Hrsg. von der Landeshauptstadt Magdeburg, Kulturhistorisches Museum Magdeburg, Kulturamt der Landeshauptstadt und der MMKT

<sup>12</sup> Der Kaiser-Otto-Saal. „...ein Raum zur Hebung des stadtgeschichtlichen Interesses“ im Kulturhistorischen Museum (Magdeburger Museumshefte 15); Gerd Althoff, Schuhe für den Bischofshut. Anekdoten über die „großen“ Herrscher des Mittelalters, Karl der Große und Otto der Große im Vergleich (Magdeburger Museumshefte 16); Hans K. Schulze, Kaiserin Theophanu 972-991. Eine junge Frau zwischen Orient und Okzident (Magdeburger Museumshefte 17)

<sup>13</sup> Ottonische Neuanfänge. Symposium zur Europarats- und Landesausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“, hrsg. von Bernd Schneidmüller und Stefan Weinfurter, Mainz 2000.

Europa im 10. Jahrhundert. Archäologie einer Aufbruchzeit. Internationale Tagung Magdeburg, hrsg. von Joachim Henning, Mainz 2002

<sup>14</sup> Siehe hierzu den Beitrag von Heike Pöppelmann in diesem Band.



Abb. 12: Eröffnungsveranstaltung im Magdeburger Dom am 26. August 2001

In den gestalterischen Vorlauf war das Organisationsbüro der Ausstellung intensiv eingebunden, und sämtliche Einbauten, Stoffe und Textsysteme waren unter realistischen Ausstellungsbedingungen und unter Einbringung von Originalobjekten eingehend bemustert worden.

Die Zusatzangebote wurden von der Haustechnik des Kulturhistorischen Museums, der Computer-Visualistik-Raum von der Fa. e/mergent media (Magdeburg) aufgebaut.

Die Logistik der Ausstellung erfolgte arbeitsteilig: Personal, Bewachung und Versorgung oblagen dem Verwaltungsleiter; Ein- und Aufbauten realisierten der Hausverwalter und der Projektleiter gemeinsam mit der Haustechnik und dem Hochbauamt; die dazugehörige Graphik setzte die Gestalterin der Magdeburger Museen um.

Die Transporte der über 400 Originaldenkmäler des 10. Jahrhunderts von 170 Leihgebern aus 21 Nationen wurden von der Firma Schenker Stinnes Logistics (Berlin) geplant und durchgeführt. In enger Zusammenarbeit mit dem Organisationsbüro der Ausstellung wurden die Ankunftszeiten der Objekte, die notwendige restauratorische Fachaufsicht und die Betreuung der jeweiligen Kuriere minutiös geplant. Die Polizei der Landeshauptstadt war in die Durchführung eingebunden.

Zwischenlagerung im begehbaren Tresor des Museums, Auspacken der Objekte, Herstellung und Montage der Präsentationshilfen wie z. B. das individuelle Herstellen von Buchwiegen für die Handschriften, und schließlich das Einbringen der Originale in die Vitrinen erfolgte durch Teams von Wissenschaftlern, Restauratoren und Haushandwerkern unter Leitung des Chefrestaurators.

Eine schier unglaubliche Leistung: Schon am Spätnachmittag des 25. August 2001 stand die Ausstellung. Wochen unendlicher Mühen lagen hinter allen Beteiligten.

### **Eröffnung**

Am Sonntag, den 26. August 2001, fand die feierliche Eröffnung im Magdeburger Dom statt. Diese Veranstaltung war im Rahmen einer von Dr. Rüdiger Koch, Beigeordneter für Kultur, Schule und Sport der Landeshauptstadt, einberufenen Stabsstelle vorbereitet worden. Die Wünsche des Landes, vertreten durch die Staatskanzlei, der Landeshauptstadt und der Domgemeinde, vertreten durch den Domprediger, waren mit dem Festprogramm abzugleichen und entsprechende Einladungslisten zu erstellen. Es luden gemeinsam ein Dr. Reinhard Höppner, Ministerpräsident des Landes Sachsen-Anhalt, und Dr. Willi Polte, Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Magdeburg.

Der Tag begann mit einem Ökumenischen Gottesdienst und anschließend je nach Klassifizierung optionalen Domführungen oder einem gemeinsam von Land und Landeshauptstadt gegebenen Empfang im Palais am Fürstenwall. Der eigentliche Festakt ab 14.00 Uhr struk-

turierte sich so: Nach der Begrüßung durch Bischof Axel Noack richteten der damals neue Oberbürgermeister Dr. Lutz Trümper und der Ministerpräsident Grußworte an die Festgemeinde. Es folgten Ansprachen des in Vertretung des verhinderten Schirmherrn der Ausstellung, Bundespräsident Dr. Johannes Rau, handelnden Staatsministers für Kultur, Prof. Julian Nida-Rümelin, sowie des Generalsekretärs des Europarates, Dr. Walter Schwimmer, bevor Prof. Dr. Herwig Wolfgram (Wien) den Festvortrag mit dem Titel „Otto der Große, der „dritte Augustorum Augustissimus nach Konstantin und Karl“ hielt. Abschließend sprach der Direktor der Magdeburger Museen, Dr. Matthias Puhle, über die Ausstellung. Die musikalisch vom Magdeburger Domchor, der Choralschola der Benediktinerabtei Königsmünster und den Bläsern der Magdeburgischen Philharmonie umrahmte Veranstaltung gestaltete sich zu einer besonders würdigen Feier. Über 1.700 Personen waren im Dom versammelt und eilten danach zum Rundgang durch die Ausstellung.

### **Wege und Umfeld**

Für den normalen Besucherverkehr freigegeben war die Ausstellung ab Montag, dem 27. August 2001. Traf der Besucher mit der Eisenbahn in Magdeburg ein, konnte er sich an der Information in der Bahnhofshalle nach dem Weg erkundigen; dort war ein Hinweis-Schild mit Stadtplan aufgestellt. Vom Bahnhof führten Weg-Hinweisschilder (Plakat der Ausstellung mit Pfeil) zum Museum. War der Besucher mit dem Auto unterwegs, so fingen ihn insgesamt vier Autobahn-Schilder sowohl auf der A 2 (Berlin-Hannover) als auch auf der A 14 (Halle-Magdeburg) ab, die mit Hilfe des sachsen-anhaltischen Verkehrsministers, dem Regierungspräsidium und dem Autobahnamt Halle und mit Unterstützung der MMKT realisiert werden konnten. Von den Abfahrten an wirkte das Verkehrs-Leitsystem, welches gemeinsam mit dem Tiefbauamt entwickelt worden war. Die Schilder führten jedoch nicht direkt an das Museum, sondern zu einigen ausgewählten Parkhäusern in dessen Umgebung. In diesen hingen Plakate der Ausstellung mit einem Stadtplan, aus dem der fußläufig rascheste Weg zum Museum hervorging.



**Abb. 13: Hinweisschilder an den Autobahnen**



**Abb. 14: Otto der Große-Fahnen vor dem Museum**

Das Museum war schon von weitem als Veranstaltungsort zu erkennen: Vor dem Haus wehten drei Otto-der-Große-Fahnen, am Giebel des Hauses war ein mehr als acht Meter breites Transparent gespannt und die Straßenseite des Garderobencontainers war mit einem Großmotiv geschmückt. Vor dem Gebäude standen die Funktionscontainer: Zwei Kassencontainer, jeweils mit EC-Cash, wobei in einem der beiden eine separate Kasse für Gruppen untergebracht war sowie ein Garderobencontainer. Später kam noch ein zweiter Garderobencontainer hinzu, der vor allem für den stetig anwachsenden Bedarf der vielen Schulklassen diente. Regenschirme, Baby-Tragegurte, Buggys für Kleinkinder sowie Rollstühle wurden vorgehalten und bei Bedarf verliehen.

Von besonderer Bedeutung ist, daß sowohl das Museum als auch die Ausstellung behindertengerecht erschlossen war. Diese auch überregional vermittelte Tatsache führte zu einem verstärkten Besuch gerade auch von Rollstuhlfahrern.

### **Im Erdgeschoß**

Der Besucher betrat das Kulturhistorische Museum Magdeburg, wobei seine Karte - keine Tages-, sondern eine echte Eintrittskarte - entwertet wurde. Im unteren Foyer befand sich zur Linken der an die Gemeinschaft

Tillmann-Bengsch verpachtete Museumsshop. Hier konnten eine Vielzahl von Literatur zum Thema, aber auch eigens produzierte Merchandising-Artikel erstanden werden. Die Palette reichte vom Otto-Radiergummi bis zum exklusiven Otto der Große-Wein des Landesweinguts Kloster Pforta.

Zur Rechten befand sich im Durchgang zum Kaiser-Otto-Saal ein großer Verkaufstresen, an dem der Katalog der Ausstellung, der Kurzführer sowie ausgesuchte Publikationen des Verlags Philipp von Zabern angeboten wurden. Als besonderer Verkaufsschlager erwies sich der Kurzführer<sup>15</sup> zur Ausstellung, der trotz seiner gediegenen und reich bebilderten Ausstattung keinerlei Konkurrenz zum Katalog darstellte. Von dem in Deutsch und Englisch angebotenen Kurzführer wurden über 42.000 Stück verkauft.

Zwei weitere Serviceangebote waren im rückwärtigen Bereich des unteren Foyers untergebracht: Einmal ein Service-Counter, an dem allgemeine Informationen und Auskünfte erteilt wurden und an dem die Tickets für die öffentlichen Führungen verkauft wurden; und zum anderen ein Info-Tresen, der gemeinsam von LMG und MMKT gebildet wurde. Zwei Mitarbeiter gaben vor Ort sachkundige Auskünfte und Tipps zur weiteren Gestaltung des Magdeburg-Aufenthaltes. Im Säulen-

<sup>15</sup> Otto der Große, Magdeburg und Europa. Kurzführer, Texte: Michael Peter, Heike Pöppelmann, hrsg. von Matthias Puhle, Mainz 2001

saal des Erdgeschosses war das an die Konditorei Mund verpachtete Museumscafé untergebracht, welches auch kleine Warmgerichte anbot.

Im unteren und im oberen Foyer des Museums hielten sich auch diejenigen auf, die als freiwillige Helfer im Servicebereich den Ablauf der Ausstellung unterstützen. Erstmals für Magdeburg wurde nämlich im Vorfeld der Ausstellung um ehrenamtliche Unterstützung aus dem Museumsförderverein geworben. Etwa 20 Personen übernahmen freiwillig und unentgeltlich Aufgaben im Service- und Informationsbereich sowie bei Katalog- und Kurzführerverkauf. Die Zusammenarbeit zwischen der Ausstellungsorganisation und diesen hochmotivierten, im englischsprachigen Raum als „Volunteers“ bekannten Ehrenamtlichen war für beide Seiten eine bewegende Erfahrung. Schließlich wurden die ehrenamtlichen Helfer der Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ im April des Jahres 2002 im Kaiser-Otto-Saal des Kulturhistorischen Museums Magdeburg mit der silbernen Ehrennadel des Landes Sachsen-Anhalt geehrt, wobei der Ministerpräsident die Auszeichnung persönlich übergab.

### **Computer-Visualistik-Raum**

Der Große Saal, der alte Veranstaltungsraum des Museums, diente als Multimedia-Raum der Ausstellung. Man hatte zwei Optionen: Im Kino-Raum wurde der vom MDR produzierte 45minütige Film über Kaiser Otto den Großen vorgeführt. Die ganze Tiefe des Saales wurde von der Computervisualistik des Instituts für Simulation und Graphik der Otto-von-Guericke-Universität bespielt (Leitung Prof. Dr. Thomas Strothotte). Dieses Projekt „Virtuelle Geschichte“ ermöglichte erstmals ein unmittelbares Zusammenwirken von Archäologie und Computervisualistik<sup>16</sup>. In verschiedenen, auch interaktiven Bereichen konnte der Besucher verschiedene Varianten der Rekonstruktion der ottonischen Pfalz in Magdeburg in spannungsreicher und innovativer Form erleben.

### **Megedeborch**

Vom Säulensaal durch die Geologie-Ausstellung des Museums für Naturkunde führte der Weg zum Museumseingang in das museumspädagogische Dorf „Megedeborch“, das im Innenhof des Museums unter freiem Himmel durchgeführt wurde. Das seit Jahren erfolgreiche museumspädagogische Projekt wurde konzeptionell auf die Zeit Ottos des Großen eingestellt. Über 25.100 Besucher ließen sich auf das von einer Fülle von Tätigkeiten geprägte Geschehen ein und spielten ihre Rolle im Treiben am kaiserlichen Hof und in der Marktsiedlung Megedeborch.



**Abb. 15: Museumspädagogisches Projekt Megedeborch**

### **Kaiser-Otto-Saal**

Einen Glanz- und Höhepunkt eines Besuchs im Kulturhistorischen Museum Magdeburg bildete und bildet der Kaiser-Otto-Saal. Der früher als „Magdeburger Saal“ bezeichnete Prachtraum des Historismus stellte über mehrere Jahre den Kern der auf die Otto der Große-Ausstellung hinführenden Umbau- und Rekonstruktionsarbeiten dar<sup>17</sup>. Unmittelbar vor der Ausstellung wurden in ihm zwei Hauptwerke der Rezeptionsgeschichte Kaiser Ottos des Großen vereint: Der um 1240 entstandene Magdeburger Reiter als Höhepunkt der „ottonischen“ Gotik und das über 120 Quadratmeter große Wandgemälde „Drei Wandbilder aus dem Leben Ottos des Großen“ des Historienmalers Arthur Kampf (1864-1950) als Höhepunkt des „ottonischen“ Historismus<sup>18</sup>. Am 27. März 2001 war der Raum feierlich als Kaiser-Otto-Saal der Öffentlichkeit übergeben worden.

Während der Ausstellung wurde der Kaiser-Otto-Saal multifunktional genutzt, denn er war Veranstaltungsort und Ausstellungsraum in einem. Beispielsweise fand in ihm die Preisverleihung des gemeinsam mit dem Bischöflichen Ordinariat organisierten Schülerwettbewerbs statt, und hier kam es auch zur feierlichen Übergabe der Faksimile-Edition der Sächsischen Weltchronik durch den Faksimile-Verlag (Luzern) an das Museum.

### **Medienkunstprojekt**

Um neue Betrachtungsmöglichkeiten zu eröffnen, die den Sehgewohnheiten des digitalisierten Zeitalters gerecht werden, wurde hier unter dem Titel „Zeit – Raum – Geschichte“ zeitgenössische Medienkunst gezeigt. Damit sollten historische Fragestellungen durch einen gegenwärtigen künstlerischen Blick auf die Person Ottos des Großen, die mittelalterliche Welt und den Europagedanken erweitert werden.

<sup>16</sup> Virtuelle Zeitreise. Der Computer-Visualistik-Raum in der Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ mit interaktiver CD-ROM und Hintergrundinformationen. Hrsg. von Maic Masuch und Thomas Strothotte, Magdeburg 2001

<sup>17</sup> Der Kaiser-Otto-Saal. „...ein Raum zur Hebung des stadthistorischen Interesses“ im Kulturhistorischen Museum (Magdeburger Museumshefte 15), Magdeburg 2001

<sup>18</sup> Claus-Peter Hasse, Otto der Große und Magdeburg. Das Nachleben eines Kaisers in seiner Stadt, in: Otto der Große, Magdeburg und Europa (wie Anm. 3), S. 427-443

Diese von der Kunststiftung der Stadtparkasse Magdeburg finanzierten Positionen aktueller Medienkunst wurden hintereinander von den drei Künstlern Andreas Köpnick (Köln)<sup>19</sup>, Jörg Herold (Berlin/Leipzig)<sup>20</sup> und Jean-Francois Guiton (Bremen)<sup>21</sup> mit ihren Installationen bestückt und stand unter der Leitung von Dr. Sabine Maria Schmidt.



Abb. 16: Gruppe auf der Treppe zum oberen Foyer

### Im Obergeschoß

Im oberen Foyer war die Ausgabestation des Hörführers zur Ausstellung. Gegen eine geringe Gebühr konnte man hier den Audio-Guide in Empfang nehmen. Allgemeine Texte zur Ausstellung sowie zu ausgesuchten Objekten ließen sich an den in den Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch angebotenen elektronischen Geräten abrufen. Dieser Service wurde zusammen mit der Firma Eit-Systems & Technologies (Eching) etabliert und in stetig steigendem Maße von den Besuchern genutzt. Im letzten Drittel der Ausstellungszeit entliehen täglich bis zu 900 Personen Audio-Guides; insgesamt kam man auf die ungewöhnlich hohe Zahl von mehr als 46.000 Entleihungen.

### Lebenswelten vor 1000 Jahren

Um die Ausstellung besser verstehen zu können und um dem Ausstellungsbesucher neben den Objektbeschriftungen ergänzende Informationen zur Verfü-



Abb. 17: Blick in den Didaktikraum „Lebenswelten vor 1000 Jahren“

gung zu stellen, die in den begrenzten räumlichen Möglichkeiten der Ausstellungsräume nicht zu realisieren waren, wurde direkt neben dem ersten Ausstellungsraum als fakultatives Angebot ein didaktischer Raumbereich eingerichtet. Hier bestand auch eine gute Möglichkeit, Schülergruppen zu versammeln.

Schon weit im Vorfeld der Ausstellung waren über 1.500 eigens entwickelte Mappen mit Unterrichtsmaterialien über die Welt des 10. Jahrhunderts flächendeckend an die Schulen Sachsen-Anhalts verteilt worden. Damit konnte der Ausstellungsbesuch in den Schulen rechtzeitig inhaltlich und organisatorisch vorbereitet werden.

In drei großen Abteilungen Lebenswelt (Alltag, Handel, Religiosität), Herrschaft (Territorium, König/Kaiser, Reisekönigtum, Pfalz, Herrschaftsausübung) und Kloster (Kloster als Funktionseinheit, Klosterkirche, Skriptorium, Kunstproduktion) konnte man zusätzliche Informationen über die Lebenswelt der Menschen vor 1000 Jahren erhalten.

In die Gestaltung des Raumbereiches waren Objekt-nachbildungen und haptische Elemente aufgenommen worden. So war es möglich, daß während Schülerführungen Dinge wie beispielsweise echtes Pergament oder eine nachgebaute Klappwaage aus den Vitrinen herausgenommen und ausprobiert werden konnten.

Von Prof. Dr. Dieter Stellmacher (Göttingen) gesprochen, bestand am Ende der Abteilung die Möglichkeit, Auszüge aus dem altsächsischen Versepos Heliand zu hören.

### mdr-Hörbuch

Der Mitteldeutsche Rundfunk hatte in seinem Bereich MDR Kultur mit der Sendung von zehn ausgesuchten Themen inhaltlich auf die Ausstellung hingearbeitet.

<sup>19</sup> Zeit-Raum-Geschichte. Andreas Köpnick, Timetable. Ein synchronographisches Kaleidoskop. Hrsg. von Sabine Maria Schmidt, Magdeburg 2001

<sup>20</sup> Zeit-Raum-Geschichte. Jörg Herold, 1000 Jahre Schönheit. Hrsg. von Sabine Maria Schmidt, Magdeburg 2001

<sup>21</sup> Zeit-Raum-Geschichte. Jean-Francois Guiton, Die Audienz. Hrsg. von Sabine Maria Schmidt, Magdeburg 2001



Abb. 18: Vor dem Mantel Ottos des Großen in Abteilung IV.

Diese beliebten Beiträge, die auch als Hör-CD gekauft werden konnten<sup>22</sup>, waren innerhalb der Ausstellung in einen dafür hergerichteten Raum zu „erhören“.

### Mitmachbereich

An diesen Raumbereich gliederte sich der Mitmachbereich an, in dem interessierte Besucher u.a. Tätigkeiten eines frühmittelalterlichen Schreibers selbst haptisch nachvollziehen konnten.

Den Grundrahmen bildete ein nachempfundenes Skriptorium, das eine Kapazität von 80 Arbeitsplätzen besaß und wo unter Anleitung verschiedene Tätigkeiten nachgestaltet werden konnten: Schreiben mit einer Feder, Nachgestalten eines Herrschermonogramms oder eines eigenen Monogramms, Aufbringen eines Siegels. Den Weg in den Mitmachbereich fanden 46.635 Besucher, davon 19.775 Schüler, was einem Anteil von fast 30 % entspricht. Das Verhältnis von Schülern zu Erwachsenen im Mitmachbereich unterstützt die auch von uns vertretene These, daß Angebote haptischer Aktion in Ausstellungen nicht nur die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen ansprechen.

### Die Ausstellung

Den Kern der Ausstellung bildeten die sechs großen Ausstellungskapitel in den teil- und vollklimatisierten Räumen des Kulturhistorischen Museums. Eine grundsätzliche Entscheidung war es, ausschließlich Originale zu zeigen und auf jegliche Kopien zu verzichten. Die Ausstellungsarchitektur mit wenigen, würdigen Inszenierungen und keinen flackernden Bildschirmen wahrte die Würde der Originalobjekte des 10. Jahrhunderts, in großen Teilen besonders verehrte oder liturgisch verwendete Denkmale christlicher Kultur. Eine ausgewählte Kombination von Einführungs-, Kapitel- und Thementexten bot zusammen mit einer prägnanten Objektbeschriftung die Gewähr für ein hohes Maß an Wissensvermittlung<sup>23</sup>.

Nachdem in einem historischen Einführungskapitel I „Otto der Große – Geschichte und Überlieferung“ dem Besucher originale Handschriften mittelalterlicher Historiographen gezeigt wurden, stellte die Abteilung II „Die ottonische Königslandschaft in Sachsen“ die Grundlagen dar, wie sie auch Otto der Große im Sachsen des

<sup>22</sup> Starke Kaiser – Frühe Gründer. Die Ottonen in Sachsen-Anhalt und Europa. Ein Hörbuch von Stefan Nölke. Mainz, Magdeburg 2001

<sup>23</sup> Siehe dazu auch den Beitrag von Heike Pöppelmann in diesem Band.



**Abb. 19: Magdeburger Elfenbeintafeln in Abt. V.**

10. Jahrhunderts vorfand. Hier wurde die Alltagsgeschichte umfassend dokumentiert: Königspfalzen, der sächsische Adel, das Aufblühen von Wirtschaft und Handel mit dem Harzer Bergbau sowie die Alltagskultur. Das Nebeneinander von Sachsen und Slawen mit dem Gegeneinander von christlicher und heidnischer Religion war ebenfalls hier zu sehen. Eigens für die Ausstellung gebaute Modelle von drei Kirchenbauten des 10. Jahrhunderts stellten die ottonische Architektur vor.

Die Abteilung III „Otto der Große und seine Familie“ zeigte Bilder und Denkmäler der ottonischen Familie und präsentierte ausgewählte Hausklöster der Ottonen: Quedlinburg, Gandersheim und Essen. Hier bildeten farbenprächtige Miniaturen, kunstvoll geschnitzte Elfenbeinreliefs und einzigartige Siegel Glanzpunkte. Beispielsweise versammelten sich die Besucher hier um die Heiratsurkunde der Theophanu aus Wolfenbüttel, den Coronation Gospels aus London und den Kana-Krug aus Quedlinburg.

In der Abteilung IV „Herrschaft im Reich – Otto der Große“ wurden ausgesuchte Herrschaftszentren des 10. Jahrhunderts sowie Zentren der Kunstproduktion vor allem mittels reich illustrierter Buchmalerei präsentiert. Der Gang begann am Krönungsort Ottos 936, in Aachen, und setzte sich über Corvey, Fulda, St. Gallen und die Reichenau nach Augsburg fort, wo 955 mit der Schlacht auf dem Lechfeld eine wichtige Zäsur innerhalb der Herrschaft Ottos stattfand. Schließlich wurden Einsiedeln, Freising, Köln, Regensburg, Mainz, Lothingen und zum Abschluß Trier – jeweils mit Bezug auf Werkstätten und Herrscherpersönlichkeiten - dargestellt. Einer der Höhepunkte hier war zweifellos die nach 1000 Jahren erstmals wieder gelungene Zusammenführung aller drei erhaltenen Teile des Petrus-Stabes aus Köln, Limburg und Prag. In der sogenannten oberen Kapelle des Kaiser-Otto-Saales fand diese Abteilung mit der Darstellung der Kaiserkrönung Ottos des Großen 962 in Rom ihren Abschluß.

In der Abteilung V „Magdeburg – „die königliche Stadt“ bildeten die Magdeburger Kaiserpfalz, die Stiftung des Klosters St. Mauritius und die Errichtung des Erzbistums Magdeburg 968 mit seinen Suffraganen die wich-

tigsten Themen. Mit dem sogenannten Magdeburger Haus, einem Steinbau aus der Zeit Ottos des Großen, wurde auch der Alltag im Magdeburg des 10. Jahrhunderts greifbar.

Das eigentliche Herz der Europarats- und Landesausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ befand sich hier mit der Wiedervereinigung auf Zeit der über die ganze Welt (New York, Berlin, München, London, Compiègne, Darmstadt, Paris, Liverpool) verstreuten 16 Elfenbeinreliefs des Magdeburger Antependiums, in dessen Mittelpunkt die Stiftertafel aus New York stand. Sie versinnbildlichte wie kein anderes Denkmal den Inhalt der Ausstellung: Otto der Große ist auf ihr dargestellt, wie er mit der Unterstützung einer heiligen Gruppe Jesus Christus als Weltenherrscher das Erzbistum Magdeburg darbringt, und sie ist wahrscheinlich in Oberitalien entstanden, was den europäischen Kontext der ottonischen Kunst dokumentiert. Die folgende Abteilung VI „Das Kaisertum der Ottonen und Europa“ hob darauf ab, die mit Otto den Großen durch verwandtschaftliche und diplomatische Kontakte verbundenen Länder darzustellen. Die schon länger in Kontakt zum ostfränkischen Reich stehenden Bereiche Europas wie Italien, Rom und das Papsttum, das westfränkische Reich und Burgund sowie England wurden jenen Gebiete zur Seite gestellt, die eher neu



**Abb. 20: Museumsdirektor Dr. Matthias Puhle führt Ministerpräsident Dr. Reinhard Höppner, Oberbürgermeister Dr. Lutz Trümper und Kultusminister Dr. Gerd Harms**

in den Blick des ottonischen Herrscherhauses gerieten: Byzanz, Bulgarien, Skandinavien, die Kiewer Rus, Ungarn, Böhmen, Mähren, Polen und schließlich das Kalifat Cordoba.

Es ist zu konstatieren, daß die eindrucksvollsten Kunstwerke des 10. Jahrhunderts - Schlüsselwerke der europäischen Goldschmiedekunst, der Elfenbeinschnitzerei und der Buchmalerei - in der Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ zu einer in einer wissenschaftlich wie ästhetisch einmaligen Schatzkammer auf Zeit zusammengeführt waren.

### Gruppen

Eine organisatorische Leistung besonderer Qualität war die Abwicklung der Gruppenbuchungen und die Organisation der Gruppenführungen. An den Service-Telefonen im Organisationsbüro klingelten seit dem Frühjahr des Jahres die Telefone heiß. Es galt, nicht nur sofort zu informieren, sondern Tausende von Anfragen nach Materialien zu befriedigen. Auch konnte hier direkt gebucht werden: Gruppenführungen in verschiedenen Längen und Qualitäten sowie Kombinationsführungen „Ausstellung und Dom“. Um die Leistungsfähigkeit der Ausstellungsmoderatoren sicher zu stellen, waren über 150 Interessenten in Kooperation mit der Otto-von-Guericke-Universität in zwei Unterrichtseinheiten bei etlichen Terminen geschult worden. Die Leitung des Führungsdienstes vor Ort stellte den reibungslosen Ablauf der exorbitant hohen Anzahl von insgesamt 3.050 Gruppenführungen sicher. Davon waren 824 Schülerführungen und 292 öffentliche Führungen. 29 Führungen wurden in Fremdsprachen durchgeführt.

Von allen Gruppenführungen flossen 2.325 in eine Auswertung ein, die folgende prozentuale Herkunftsverteilung der Gruppen auf Bundesländer ergab:

Sachsen-Anhalt	54,8 %
Niedersachsen, Hamburg, Bremen	11,8 %
Nordrhein-Westfalen	9,9 %
Bayern	5,1 %
Hessen	4,2 %
Baden-Württemberg	3,8 %
Sachsen	2,6 %
Berlin	2,5 %
Schleswig-Holstein	2,4 %
Thüringen	1,3 %
Rheinland-Pfalz	0,8 %
Mecklenburg-Vorpommern	0,4 %
Brandenburg	0,3 %
Saarland	0,1 %

Über die Hälfte aller Gruppenbuchungen kamen aus Magdeburg und Sachsen-Anhalt. Hierin drückt sich nicht nur die hohe Akzeptanz des Themas innerhalb des eigenen Bundeslandes aus, sondern auch die Erfahrung, daß zu einem Erfolg einer Großausstellung in erster Linie die Mobilisierung der heimischen Be-

völkerung gehört. Besonders hohe Anteile an Gruppen kamen aus dem westlich angrenzenden Bundesland Niedersachsen sowie dem bevölkerungsreichsten Bundesland Nordrhein-Westfalen. Neben der räumlichen Nähe dürfte im Vergleich zu anderen wie beispielsweise Sachsen und Thüringen hierfür ein hoher Stand des Kulturreise-Tourismus sowie die Tradition von Großausstellungen des Mittelalters verantwortlich sein. Nicht zu unterschätzen ist auch die unterschiedliche Dimension des Wirkens Ottos des Großen in ihrer Auswirkung auf die jeweilige Landesgeschichte.

Die Gruppen setzten sich wie folgt zusammen:

Reiseveranstalter, Sonstiges	44,0 %
Schulen	31,3 %
Verbände/Vereine	13,0 %
Kirchliche Einrichtungen	4,5 %
Volkshochschulen	4,0 %
Universitäre Einrichtungen	2,8 %
VIP's	0,4 %

Der hohe Anteil der Busreiseveranstalter beweist, daß es gelungen ist, u.a. über die frühzeitige Präsenz auf den jeweiligen Messen sowie Direktmailing diese wichtigen Partner zu motivieren, die Ausstellung in ihre Programme zu nehmen. Im Verhältnis von Gesamtbesucherzahl und Schülerbesuchen gesehen ist der Anteil an Schülerführungen überproportional hoch. Dies ist darauf zurückzuführen, daß gemeinsam mit dem Kultusministerium und den Schulämtern frühzeitig geworben wurde und der Besuch von Schulklassen mit einer (kostenfreien) obligatorischen Führung verbunden war. Die übrigen Anteile spiegeln die frühzeitigen, intensiven Kontakte und Kooperationen mit den genannten Institutionen wider.



**Abb. 21: Altbundespräsident Dr. Richard von Weizsäcker mit Gattin zu Besuch**

### VIP's

Auf der Liste der (erkannten) prominenten Besucher der Ausstellung finden sich der Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Magdeburg, Dr. Lutz Trümper, und der Ministerpräsident des Landes Sachsen-Anhalt, Dr. Reinhard Höppner. Beide besuchten mehrfach mit



**Abb. 22: Projektleiter Dr. Claus-Peter Hasse begrüßt den König von Allada**

Gästen die Ausstellung. Als Vertreter der Bundespolitik kamen der Altbundespräsident Richard von Weizsäcker, Innenminister Otto Schily und Justizministerin Hertha Däubler-Gmelin, der Staatsminister für Kultur, Prof. Julian Nida-Rümelin, sowie die ehemaligen Bundesminister Anke Fuchs, Otto Graf Lambsdorff und Hans-Jochen Vogel nebst einer Reihe von Bundestagsabgeordneten. Aus den Bundesländern war der ständige Beirat des Bundesrates vertreten, aus Sachsen-Anhalt alle Kabinettsmitglieder, u.a. der Kultusminister Dr. Gerd Harms und der Innenminister Dr. Manfred Püchel; von der kommunalen Ebene der Alt-Oberbürgermeister Dr. Willi Polte die Fraktionen des Magdeburger Stadtrates sowie die Oberbürgermeister der ostdeutschen Städte und die Vertreter des Kulturausschusses des Deutschen Städtetages. Der König Kpodegbe von Allada (Rep. Benin) und die Botschafter u. a. folgender Länder besuchten die Ausstellung: USA, Mexiko, Italien, Schweden, Niederlande, Großbritannien, Belgien, Dänemark, Griechenland, Frankreich, Lettland. Von Seiten der Kirche kamen u.a. die katholischen und evangelischen Bischöfe von Magdeburg. Weitere prominente Besucher waren die Delegierten der Welt-Umweltkonferenz von Daimler-Chrysler, der Intendant des MDR, Prof. Udo Reiter, Sportler wie der Boxer Sven Ottke, der Schriftsteller Martin Walser und die Kanzlergattin Doris Schröder-Köpf.

### Besucherverhalten

Bei der während der Ausstellung täglich jeweils eine Stunde vormittags und nachmittags durchgeführten Besucherbefragung (700 Fragebögen) ergaben sich folgende Statistiken:

Anteil der männlichen Befragten: 311 = 44,43%  
 Anteil der weiblichen Befragten: 389 = 55,57%

#### Alter der befragten Besucher

Unter 20 Jahren: 75 = 10,7%  
 20-29 Jahre: 67 = 9,7%  
 30-39 Jahre: 57 = 8,1%  
 40-49 Jahre: 93 = 13,3%  
 50-59 Jahre: 132 = 18,8%  
 60-69 Jahre: 185 = 26,4%  
 über 70 Jahren: 91 = 13%

Es wurde versucht, den Anteil der weiblichen und männlichen Besucher paritätisch zu halten. Die Altersstruktur der Befragten entsprach nicht den Erfahrungen im Museumsalltag, da gerade der Anteil der „Problemgruppe“ der zwischen 20 und 40-Jährigen verhältnismäßig hoch war. Deutlich wird, daß gerade die reisefreudig gewordene sogenannte ältere Generation einen wesentlichen Anteil stellte.

#### Herkunft der befragten Besucher

Magdeburg	23,4%
Sachsen-Anhalt	17,4%
Niedersachsen	13,2%
Nordrhein-Westfalen	9,5%
Berlin	8,2%
Sachsen	7,5%
Bayern	4,1%
Hessen	3,1%
Baden-Württemberg	2,7%
Thüringen	2,2%
Hamburg	2,0%
Brandenburg	1,2%
Schleswig-Holstein	1,2%
Rheinland-Pfalz	1,1%
Bremen	0,5%
Mecklenburg-Vorpommern	0,4%
Saarland	0,1%
Ausland	2,2%

Ein Vergleich mit der weiter oben abgedruckten Herkunftstatistik der Gruppenbuchungen unterstützt zunächst die dort getroffenen Aussagen. Die Masse der Einzelbesucher kam aus Sachsen-Anhalt und Magdeburg; höhere Anteile als bei den Gruppen erzielten insbesondere die umgebenden bevölkerungsreicheren Bundesländer wie Niedersachsen, Berlin, Hessen und Sachsen. Nordrhein-Westfalen als bevölkerungsreichstes Bundesland ist herausragend vertreten, und auffällig ist auch der relativ hohe Anteil aus Bayern. Der Schnitt von ausländischen Besuchern in einer Stadt ohne bisherige große Anbindung an den Ferntourismus kann als überproportional gut bewertet werden.



**Abb. 23: Oberbürgermeister Dr. Lutz Trümper (rechts), Beigeordneter für Kultur, Schule und Sport Dr. Rüdiger Koch (mitte) und Museumsdirektor Dr. Matthias Puhle (links) begrüßen die 200.000. Besucherin**

#### Dauer des Aufenthalts in Magdeburg

Ein Tag	77,5%
2 Tage	10,4%
3 Tage	6,2%
4-6 Tage	2,8%
1 Woche und länger	2,1%
Rundreise	1%

Diese Auswertung wirft zunächst einmal aus, daß der Anteil der Tagesbesucher im Bereich von zwei Drittel der Gesamtbesucherkzahl gelegen hat. Angesichts der Herkunft der Masse der Besucher verwundert dies nicht, im Gegenteil: Im Vergleich zu anderen Großveranstaltungen ist die längere Verweilzeit von etwa einem Drittel der Besucher als überdurchschnittlich hoch zu bewerten.

#### Woher haben die Besucher von der Ausstellung erfahren?

Medien	404 = 71,6%
Freunde/Verwandte	63 = 11,2%
Werbung	40 = 7,1%
Poster	28 = 5,0%
Sonstiges	29 = 5,1%

Auch an diesen Zahlen drückt sich aus, daß dem Medienverhalten der Bevölkerung durch eine moderne Presse- und Öffentlichkeitsarbeit - wie oben ausgeführt - entsprochen wurde. Besonders erfreulich ist aber auch der beträchtliche Anteil derer, die auf Empfehlung von Freunden und Verwandten die Ausstellung besucht haben, denn dies dokumentiert den großen positiven Eindruck der Besucher, die als begeisterte Multiplikatoren wirkten.

#### Beurteilung der Ausstellung

Sehr gut	66,8%
Gut	30,5%
Weniger gut	2,7%

97,3 % der befragten Besucher beurteilten die Ausstellung mit gut, über der klassischen 2/3-Mehrheit sogar mit sehr gut.

Der Haupttenor vereinzelter Kritik galt der großen Menge an Ausstellungsbesuchern. Aber daß es voll gewesen war, bestätigt ja eher die Qualität der Ausstellung.

#### Erträge

Resümierend läßt sich sagen, daß die Ausstellung große Fortschritte im Bereich der Forschung bewirkte und ein Gewinn für die Wissenschaft vom Mittelalter darstellt. Sie brachte einen unermeßlichen Vermittlungserfolg innerhalb der Auseinandersetzung mit unserer

Geschichte mit sich<sup>24</sup>: Während der ca. 100 Tage Öffnungszeit vom 27. August bis zum 2. Dezember 2001 besuchten insgesamt 301.590 Personen die Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“; davon waren 23.747 Schülerinnen und Schüler.

Die auswärtigen Besucher trugen die Nachricht von Otto dem Großen, Magdeburg und Sachsen-Anhalt nach ganz Deutschland, nach Europa und in die Welt. Und für die Magdeburger und Sachsen-Anhalter kam es zu einer identitätsstiftenden Wiederentdeckung einer Persönlichkeit und ihrer Zeit.

Im Zuge des Programms „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ kam es zu einer Vielzahl von Verbesserungen in den weiteren neun Ottonenorten im Lande: Neue Forschungsergebnisse, Sonder- und Dauerausstellungen sowie Restaurierungs- und Infrastrukturmaßnahmen<sup>25</sup>.

Wirtschaftlich hat sich das 8,5 Millionen DM-Projekt der Ausstellung in jedem Fall gelohnt, denn neben der vom Museum erwirtschafteten Senkung der Zuschüsse, die an Stadt und Land zurückgegeben wurden, müssen alle Übernachtungs- und Umsatzdaten der Stadt Magdeburg und des Landes Sachsen-Anhalt berücksichtigt werden. Es ist davon auszugehen, daß jeder auswärtige Besucher neben dem Eintritt rund fünf Mark im Café und Museumsshop ausgegeben hat und für Essen oder Shopping nebenbei in der Stadt noch einmal rund 50 Mark.

Diese Einschätzung wird von den Verantwortlichen der Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH bestätigt: An den in der Tourist-Information Magdeburg gebuchten Übernachtungen gemessen, stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum August bis Dezember die Zimmervermittlung um 50 %. Ein erheblichen Zuwachs konnten auch die Stadtführungen verbuchen, denn mit etwa 1.000 Gruppen und etwa 32.000 Personen ist auch hier ein Anstieg von 50 % zu verzeichnen gewesen.

Ähnlich positive Effekte ergaben sich auch für die City-Gastronomie und den Einzelhandel. Im Fachhandel wurden im Vergleich zu den Monaten des Vorjahres zwischen 10 und 15 % mehr Umsatz gemacht; in der City-Gastronomie gar zwischen 20 und 30 %.

Neben Gastronomie und Einzelhandel profitierten auch der Dom (allein im September 2001 mit 15.000 Besuchern Zuwachs 50 % im Vergleich zum Vorjahr; dort allerdings auch die Sonderausstellung „Goldschmiedekunst im Gebrauch der Gemeinden“) und das Kloster Unser Lieben Frauen (mit 12.028 Besuchern allein im September 2001; Vorjahr: 5.293 Besucher) von der Anziehungskraft Ottos des Großen.

Nicht zu messen ist der Imagegewinn: Die Landeshauptstadt Magdeburg und das Land Sachsen-Anhalt haben mit der ersten Europaratsausstellung in den neuen Bundesländern einen so gewaltigen Zuspruch

und so positive Berichterstattungen erhalten, wie sie keine kostspielige Werbekampagne je erreichen kann. Folgerichtig benannte der Ministerpräsident a.D. Dr. Höppner, in einem Fernseh-Interview befragt, als die wichtigsten Ereignissen seiner zweiten Amtsperiode: Den Solidarpakt II zwischen Bund und den Ländern und – die Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“.

### **„Atemberaubend und beeindruckend“**

Neben dem Dank, den der Verfasser gleich zu Beginn dieses Beitrags allen am Erfolg der Ausstellung Beteiligten ausgesprochen hat, sei zum Schluß dieses Resümées den Besucherinnen und Besuchern der 27. Ausstellung des Europarates und Landesausstellung Sachsen-Anhalt „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ gedankt. Dies soll auch dadurch geschehen, dass die Ausstellungsbesucher hier das letzte Wort haben sollen, indem etwas gedruckt wird, was sonst meist ungedruckt bleibt, nämlich ausgewählte, aber die mehrheitliche Stimmung wiedergebende Zitate aus dem Besucherbuch der Ausstellung:

*„Herzlichen Dank für die gediegene, einmalig schöne Ausstellung. So viel Geschichte, solch „Übermaß“ an Ästhetik – da genügt nicht ein Besuch. Eine große Aufwertung für Magdeburg!!! Weiter so!!!“*

(Besucher aus Wolfenbüttel)

*„Diese Ausstellung ist phantastisch! Wir waren in Speyer, Aachen, Paderborn, Braunschweig etc., aber Magdeburg war Spitze. Vielen Dank für alles!“*

(Besucher aus Essen)

*„Hochachtung, Ehrfurcht, Anerkennung, Dank.“*

(Besucher aus Magdeburg)

*„Diese Ausstellung ist outstanding. Ich bedanke mich bei all den Menschen, die diese Leihgaben der verschiedenen Länder und Museen ins richtige Licht gerückt haben!“*

(Besucher aus Samoa, Südpazifik)

*„Sehr übersichtliche, vorzüglich gegliederte Ausstellung. Gut lesbare (Höhe, Größe) Infotafeln, vorzügliche Beschriftung. Freundliche, hilfreiche Beratung. Danke für die behindertengerechte Anlage und den Rollstuhl.“*

(Besucher aus Magdeburg)

*„Diese Ausstellung ist ein schöner, erlebter Traum!“*

(Besucher aus Freiburg)

*„Für jeden Freund des Mittelalters ganz einfach unvergesslich! Ich danke allen, die diese wunderbare Ausstellung möglich gemacht haben, aus ganzem Herzen.“*

(Besucher aus Hamburg)

*„Der Ruf dieser einmaligen Ausstellung gelangte bis ans Ende der Welt, und wir haben die weite Anreise nie und nimmer bereut. Einfach atemberaubend und beeindruckend.“*

(Besucher aus Kapstadt, Südafrika)

Claus - Peter

Hasse

<sup>24</sup> Siehe hierzu den Beitrag von Matthias Puhle in diesem Band.

<sup>25</sup> Siehe dazu den Beitrag von Christian Antz in diesem Band.

# Otto der Große, Magdeburg und Europa – Texte und Bilder einer Ausstellung

## Vorbemerkung

Am 2. Dezember 2001 endete nach 100 Tagen die 27. Europarats- und Landesausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ im Kulturhistorischen Museum mit 301.590 Besuchern. Auf ca. 2000 m<sup>2</sup> wurden mehr als 400 Leihgaben aus Europa und Übersee präsentiert, die für kurze Zeit einen großen Teil der heute weltweit verstreuten Kunstdenkmäler der frühen Ottonenzeit vereinte. Kostbare Handschriften und Elfenbeinarbeiten,



Abb. 24: Elfenbeine aus Mailand, um 970/80, Maistas Domini und Christus, umgeben von den Büsten der zwölf Apostel

Schmuck, liturgisches Geräte aus Gold, Silber und Edelsteinen zusammen mit Urkunden, Waffen und Zeugnissen des Alltagslebens veranschaulichten das Bild einer Epoche, in dessen Mittelpunkt Otto der Große als eine herausragende Herrscherpersönlichkeit deutscher und europäischer Geschichte stand. Auf Kopien wurde bewußt verzichtet. Vor diesem Hintergrund fiel die Wahl auf eine sachliche und zurückhaltene Ausstellungsarchitektur, in der die Objekte ihre Wirkung entfalten konnten<sup>1</sup>.

Grundelemente des Stellwandsystems waren Türme mit integrierten Leuchtf lächen („Alabasterfenster“) bzw. Einbauvitri- nen sowie Brücken zur Verbindung der Türme, zwischen denen die Vitri- nen standen. Indem die Räume durch die Alabasterfenster und die Vitri- nen diffus beleuchtet wurden, betonte die Lichtregie die ästhetische Insze- nierung der Exponate. Das System selbst war nicht als starres Gebilde geplant, sondern strukturierte die Räume in regelmäßigen Wellen). Der Besucher sollte über die konzentrierte sinnliche Wahrnehmung zur Auseinander- setzung mit einer Epoche verführt werden, zu der heute im Allgemeinen kein oder nur geringer Bezug herrscht. Die historische und kulturelle Bedeutung der Objekte er- gab sich durch die „neue Ordnung der Dinge“. Das Aus- stellungskonzept fügte Bild- und Kunstwerke, Urkunden und archäologische Funde sechs Abteilungen unter- schiedlichen Themen zu, wobei die Lebenswelt und Herr- schaft Ottos des Großen Wahl und Gliederung der Leitbegriffe bestimmten<sup>2</sup>. Den Auftakt bildete die Abtei- lung „Geschichte und Überlieferung“ mit Handschriften mittelalterlicher Geschichtsschreiber. Deren Worte führ-

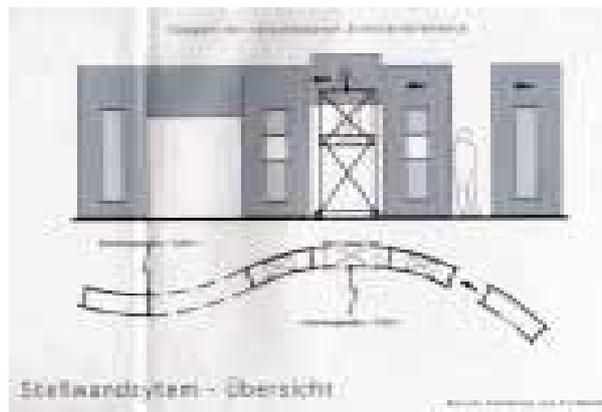


Abb. 25: Grundelemente des Stellwandsystems

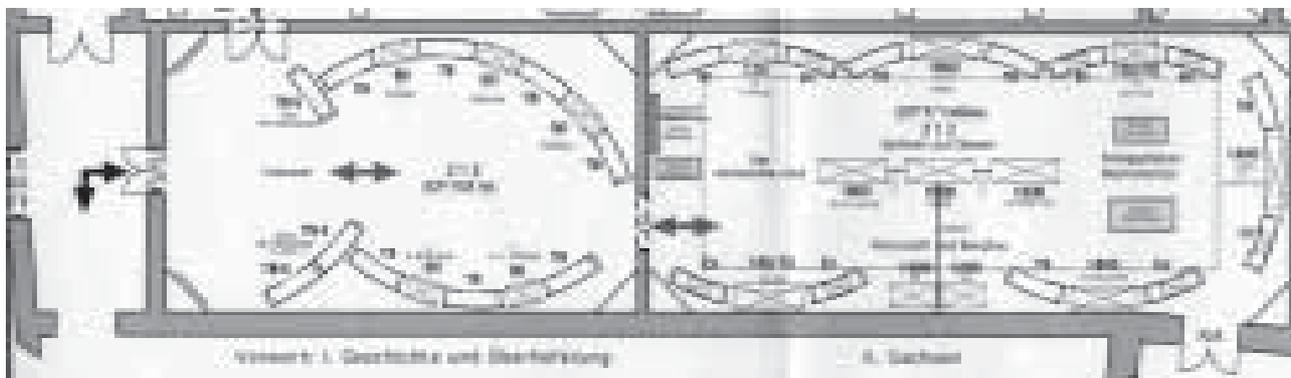


Abb. 26: Grundriß der Abteilungen I und II

<sup>1</sup> Die Ausstellungs-gestaltung übernahm das Büro für Gestaltung, Gottfried & Anna Chr. von Haeseler, München.

<sup>2</sup> Matthias Puhle (Hrsg.), Otto der Große, Magdeburg und Europa. 2 Bde (Mainz 2001). – Ders. (Hrsg.), Otto der Große, Magdeburg und Europa. Kurzfürher (Mainz 2001).

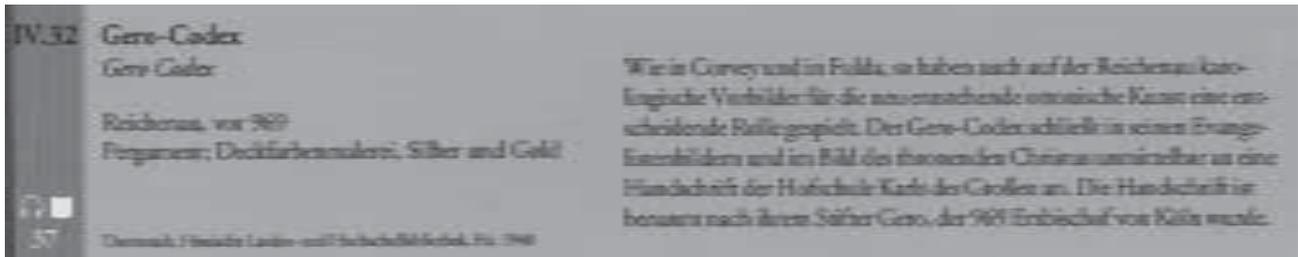


Abb. 27: Beispiel eines Objekttextes mit Nummer und Zeichen für den Kurzführer und Audioführung

912	Geburt Ottos des Großen
919	Heinrich I., der Vater Ottos des Großen, wird in Frittlar zum König gewählt
929/30	Heirat Ottos des Großen mit der angelsächsischen Prinzessin Edgith
936	Tod König Heinrichs I. Königskrönung Ottos des Großen in Aachen
937	Otto der Große gründet das Mauritius-Kloster in Magdeburg
946	Tod der Königin Edgith. Bestattung in Magdeburg
951	Erster Italienzug Ottos des Großen. Heirat mit Adelheid, der Witwe König Lothars von Italien
955	Schlacht auf dem Lechfeld. Baubeginn des Doms in Magdeburg
962	Kaiserkrönung Ottos des Großen in Rom durch Papst Johannes XII.
967	Krönung Ottos II. zum Mitkaiser
968	Einrichtung des Erzbistums Magdeburg
972	Hochzeit Ottos II. mit der byzantinischen Prinzessin Theophanu in Rom
973	Tod Ottos des Großen in Memleben. Bestattung in Magdeburg

Abb. 28: Zeittafel

ten uns einerseits Persönlichkeit und Wirkung des Kaisers aus der Sicht der Zeitgenossen und der Nachwelt vor Augen, andererseits die spärliche und zu Formeln erstarrte Überlieferung, die kein Bild seiner wirklichen Gestalt und Erscheinung bietet. In der zweiten Abteilung wurde die ottonische Königslandschaft in Sachsen mit ihren politischen und wirtschaftlichen Voraussetzungen für den Aufstieg der Ottonen betrachtet. Von besonderer Bedeutung waren hier das Gegen-, Neben- und auch Miteinander von Sachsen und Slawen. Das dritte Kapitel „Herrschaft und Reich“ stellte Otto den Großen und die

Mitglieder seiner Familie in den Mittelpunkt. In ihren Stiftungen für bedeutende Klöster und Kirchen des Reiches tritt der neue repräsentative Anspruch des Herrscherhauses deutlich in Erscheinung. Die vierte Abteilung war wichtigen politischen und künstlerischen Zentren des ottonischen Reiches gewidmet, in denen sich der politische und kulturelle Wandel widerspiegelte. Im Rückgriff auf karolingische Traditionen gelang Otto dem Großen ein Neubeginn, der im Jahr 962 in der Kaiserkrönung gipfelte. Abteilung V galt der Pfalz Magdeburg, die wie kein anderer Ort eng mit Leben und Wirken des Herrschers verbunden ist. Der europäische Rang im Kaisertum Ottos des Großen bildete die letzte Abteilung. Hier begegneten den Besuchern das ottonenzeitliche Europa vom kalifalen Córdoba Spaniens bis Byzanz, von Rom bis zu den Wikingern Südkandinaviens.

Die Ausstellungstexte sollten die historische Dimension vermitteln, doch waren sie ebenso Teil der ästhetischen Dimension. Auf Bahnen gedruckt, waren die Texte in den Türmen hinter Glas gelegt, die als Leuchtfäche die Räume erhellten. Jede Abteilung besaß die gleiche Textstruktur: Einführungs-, Themen<sup>3</sup>- und Objekttexte<sup>4</sup>. Durch ein jeweils eigenes Piktogramm<sup>5</sup> unterschieden sich die Texte der sechs Abteilungen deutlich. Die Thementexte wiederum setzten sich von den Abteilungseinführungen optisch durch Einfügung von Bildern sowie Verwendung von unterschiedlich gefärbtem Papier ab. In den Einführungen und Thementexten wurde im wesentlichen die Bedeutung des behandelnden Ausstellungsabschnittes erläutert. Bei den Objekttexten folgte der gängigen Objektbeschriftung<sup>6</sup> eine kurze Erläuterung seiner Bedeutung für die Ausstellung.

Sofern Ausstellungstexte nicht in einer Begleitpublikation erscheinen, sind diese in der Regel nach dem Ende der Ausstellung verloren. Mit dem Abdruck der Abteilungs- und Thementexte<sup>7</sup> ergibt sich die Möglichkeit, nicht nur das Bemühen um ein besucherfreundliches Konzept zu dokumentieren, sondern auch einen Gang durch eine bereits beendete Sonderausstellung nachzuvollziehen.

Heike Pöppelmann

<sup>3</sup> Je nach Vitrinen- bzw. Turmtyp mit oder ohne Einbauvitrine enthielten die Thementexte einen längeren Inhalt oder beschränkten sich auf Titel und Headline. Englische Übersetzungen gab es für Abteilungseinführungen, Thementexte sowie Objektbezeichnungen, die kursiv gesetzt waren.

<sup>4</sup> Die Objekttexte lagen auf Schrägen in den Vitrinen.

<sup>5</sup> Objektbezeichnung in deutsch und englisch, Lokalisierung, Datierung, Fundort bei archäologischen Objekten, Material, Technik, Ort, Sammlung, Inventarnummer/Signatur.

<sup>6</sup> Die Piktogramme sind hier den Abteilungstexten vorangestellt.

<sup>7</sup> Den Bereich „Ausstellungstexte“ im Ausstellungssekretariat betreuten Gabriele Köster und Heike Pöppelmann. An der Verfassung der Texte beteiligt waren Sebastian Kreiker, Michael Peter, Thilo Reichelt und Dietmar Salewsky. Die Umsetzung erfolgte durch Design Position, München.



## Abteilung I Geschichte und Überlieferung

Keiner weiß, wie Otto der Große ausgesehen hat. Keine Zeile existiert, die er mit eigener Hand geschrieben hat. Kein Wort von ihm ist verbürgt. Was er dachte, was er fühlte, ist hinter Formulierungen verborgen, die jahrhundertlang verwendet wurden. Wo in den Chroniken der Aufzug Ottos des Großen geschildert wird, spiegelt sich darin ein festes Ritual. Die Reden, die ihm in den Mund gelegt werden, wiederholen alte Vorbilder. Die Berichte heben Eigenschaften und Tugenden hervor, die auch schon früheren Herrschern zugeschrieben wurden. Eines bezeugen die Werke der mittelalterlichen Geschichtsschreiber trotzdem mit aller Deutlichkeit: den starken Eindruck, den die Persönlichkeit Ottos des Großen zu allen Zeiten hervorgerufen hat. Indem sie sein Aussehen, seine Worte und seine Taten nach alten Vorbildern formten, führten sie zugleich seine Ebenbürtigkeit mit den ruhmreichen Vorgängern vor Augen.

*„Als der König Heinrich in jenen Tagen starb, entbrannte ein Streit unter seinen Söhnen über das Königtum. Die Herrschaft fiel schließlich dem älteren, Otto, zu.“*

Flodoard von Reims, Annalen, ad 936

*„Dazu kam noch der gewaltige Körperbau, der die ganze königliche Würde zeigte, das Haupt bedeckt mit ergrauendem Haar, die Augen funkelnd und gleißend wie ein Blitz, der plötzlich aufleuchtet, das Gesicht rötlich und der Bart reichlich niederwallend, und zwar entgegen dem alten Brauch. Die Brust war wie mit einer Löwenmähne bedeckt, der Bauch nicht zu dick, der Schritt früher schnell, jetzt gemessener.“*

Widukind von Corvey, Sachsengeschichte II.36

*„Du weißt, liebster Bruder, schmerzlich ist es mir daran wieder zu denken, daß die häufig sich gegen mich am härtesten und treulosesten benommen haben, welche ich mehr denn andere gehegt und gepflegt, die ich als Genossen in so vielen Lebensverhältnissen geliebt, von denen ich geglaubt habe, sie hingen mir am festesten an. Was mich aber am meisten niederdrückt, alle anderen Übel übertrifft, ist, daß mein Sohn gelernt hat, seinen Vater zu verfolgen und zu bekämpfen.“*

Otto der Große über den Aufstand seines Sohnes Liudolf. Ruotger, Vita Brunonis, cap. 20.

*„Das ist der Otto, der nach vielen Siegen, die ich genannt habe, auch die Griechen in Apulien und Kalabrien überwunden und durch seine Tatkraft die römische Kaiserkrone an die Ostfranken gebracht hat. Er hat ferner die Metropole Magdeburg, wo man ihn, im Königsornat bestattet, noch heute sieht, mit vielen Kostbarkeiten geschmückt.“*

Otto von Freising, Weltchronik, VI.24.

*„Als darauf der sieggekrönte König Otto zur Befreiung des apostolischen Sitzes nach Italien berufen wurde, soll er eine Beratung angestellt haben über die Frage, wen er als seinen bevollmächtigten Stellvertreter hinterlassen könne, um in den an die fremden Lande grenzenden Teilen des Reiches Recht und Gerechtigkeit zu üben. Denn noch hatte seit Karls des Großen Zeiten Sachsen, wegen der alten Aufstände des dortigen Volkes, keinen anderen Herzog gehabt als nur den Kaiser selbst. Nun aber von der Notwendigkeit dieser Maßregel überzeugt, übertrug der König das Amt der Regierung von Sachsen zunächst dem Hermann.“*

Adam von Bremen, Geschichte der Hamburger Kirche, II.7.



## Abteilung II Die ottonische Königslandschaft in Sachsen

Das Sachsen des 10. Jahrhunderts umfaßte das gesamte Gebiet zwischen Ruhr, Elbe und Nordsee. Nachdem es über hundert Jahre lang ein königsfernes Randgebiet gewesen war, stieg es in der Regierungszeit Heinrichs I. und Ottos des Großen zu einer bedeutenden Landschaft des Reiches auf. Die bevorzugten Plätze herrscherlicher Hofhaltung rund um den Harz wurden zu repräsentativen Pfalzen ausgebaut, an denen Reichsversammlungen abgehalten und Abgesandte aus fernen Ländern empfangen wurden. Von großer Bedeutung für die Entwicklung Sachsens war das Verhältnis zu den Slawen. Mehr noch als sein Vater Heinrich I. versuchte Otto der Große, weite slawisch besiedelte Gebiete östlich von Elbe und Saale dauerhaft in das Reich einzugliedern. In den Auseinandersetzungen unterstützte ihn vor allem der sächsische Adel, der zugleich Nutznießer dieser Politik wurde: In den abhängig gewordenen Gebieten besetzte Otto der Große die kirchlichen und weltlichen Machtpositionen mit Persönlichkeiten des sächsischen Adels, die einen wichtigen Rückhalt für seine Herrschaft schufen.

### Der König und der Adel

Zahlreiche Adelsaufstände, an denen auch Ottos jüngerer Bruder Heinrich und sein Sohn Liudolf teilnahmen, erschütterten die Herrschaft Ottos fast zwei Jahrzehnte lang. Der König besetzte zentrale Positionen des Reiches durch treue Gefolgsleute und Familienangehörige. So mancher fühlte sich dadurch gekränkt und versuchte, sich zu rächen. An einer solchen Verschwörung beteiligte sich Graf Lothar II. von Walbeck. Der Plan, den König zu Ostern 941 in Quedlinburg zu ermorden, schlug fehl. Doch Graf Lothar kam mit einer milden Strafe davon.

Um seine Teilnahme an der Verschwörung zu sühnen, ließ Lothar auf dem Burgberg zu Walbeck an der Aller ab dem Jahre 942 eine Stiftskirche errichten, die bis zu seinem Tode 964 vollendet war. An prominenter

Stelle - im Chor nahe am Altar - bestatteten seine Nachkommen den Grafen. Im Bauschutt der Gruft lag eine aus Gipsstück gegossene Deckplatte, die sich noch im 18. Jahrhundert über dem Stiftergrab erheben hatte. Soweit bekannt, waren im 10. Jahrhundert überirdische Grabdenkmäler unüblich. Daher ist es denkbar, daß die Deckplatte das Stiftergrab erst im 11. oder 12. Jahrhundert schmückte.

Otto der Große setzte gezielt sichere Gefolgsleute auf Schlüsselpositionen. So übertrug er Hermann Billung den Oberbefehl über den Grenzschutz zum Slawenland. Seiner Treue sicher, verlieh der König dem Billunger schließlich die Verantwortung für ganz Sachsen. Hermann verstarb 973 wenige Wochen vor dem alten Kaiser.

Der König und die Pfalz



**Abb. 29: Abteilung II: Blick auf die Modelle von Memleben und Gernrode**

Otto der Große besaß keine feste Residenz, sein Reich keine Hauptstadt. Politische und militärische Aufgaben verlangten stets die Anwesenheit des Königs vor Ort. Wo sich der Herrscher aufhielt, schlug das Herz des Reiches. Für den reisenden König und seinen Hof entstanden in Sachsen zahlreiche Pfalzen mit umfangreichen Befestigungsanlagen. Hier boten sich eine oder mehrere Kirchen an, angemessene Unterkünfte und Wirtschaftshöfe, die mehrere Hundert Personen versorgen konnten.

Die Pfalz Werla wird 926 erstmals genannt, als Heinrich I. mit seinem Heer während eines Ungarneinfalls in die sichere Burg zurückzog. Für Otto den Großen sind mindestens sechs Aufenthalte bezeugt. Bis in das frühe 11. Jahrhundert war die Pfalz Werla als militärische Anlage, als wirtschaftlicher Stützpunkt, als Ort für königliche Hoftage und für sächsische Landtage bedeutsam.

Bereits im 9. Jahrhundert befand sich auf der Werla ein befestigter Hof, den die Liudolfinger im 10. Jahrhundert zu einer der größten Burgen Sachsens ausbauten. An zwei Vorburgen schloß sich eine runde

Hauptburg von ca. 140 m Durchmesser an, die durch eine Ringmauer mit Türmen, Toren und Gräben geschützt war. Im Zentrum der Hauptburg standen eine Kirche und eine Kapelle. Ein 30 m langes Gebäude besaß eine *caminata* (heizbares Gemach) im Erdgeschoß und eine *aula* (Saal) im Obergeschoß.

Der König und der Bischof

Sachsen unterstand im 10. Jahrhundert kirchenrechtlich den Erzbischöfen von Mainz, Köln und Hamburg-Bremen. Bischofssitze waren in Münster, Osnabrück, Minden, Verden, Paderborn, Hildesheim und Halberstadt. Das Bistum Halberstadt wurde 814 begründet. Sein Aufstieg begann unter den Ottonen. Dies zeigte sich nicht zuletzt am Widerstand Bischof Bernhards (923-968) gegen die Pläne zur Gründung des Erzbistums Magdeburg, dem er dann unterstellt werden sollte. Bis zu seinem Tode konnte sich Bernhard dem Plan Ottos des Großen widersetzen. Sein Nachfolger Hildeward (968-996) stimmte schließlich zu, allerdings erst nachdem er bedeutende Zugeständnisse von Kaiser Otto erhalten hatte.

Auch in kultureller Hinsicht spielte das Bistum Halberstadt mit seinem Skriptorium eine wichtige Rolle. Sogar ein wichtiger Schreiber dieses Skriptoriums – der Mönch Igi – ist namentlich zu benennen. Das Skriptorium schuf nicht nur neue und prächtige Evangelienhandschriften, sondern neben Urkunden auch wichtige Abschriften antiker und anderer Autoren. Auf diese Weise wurden nicht nur Rechtsgeschäfte ausgeführt und neue, prächtige Schmuckhandschriften geschaffen. Die Skriptorien sorgten ebenso für Erhalt, Überlieferung und Verbreitung von Wissen.

Mit der Gründung des Erzbistums Magdeburg und der Entstehung des dortigen Skriptoriums nahm die Bedeutung des Halberstädter ab. Die Befürchtung Bischof Bernhard schien sich in dieser Hinsicht erfüllt zu haben.

Handel und Wirtschaft

Unter den Ottonen erlebte Sachsen einen enormen wirtschaftlichen Aufschwung. Die bereits im 9. Jahrhundert gegründeten Bischofssitze und Klöster, aber auch die ottonischen Pfalzen entwickelten sich zu zentralen, befestigten Orten, die umfangreichen Handel und vielfältiges Handwerk anzogen. Mit der Verbindung von Burg und Markt entstand die charakteristische Form der frühen europäischen Stadt. Häfen an Nord- und Ostsee sowie an der Elbe dienten als Aus- und Eingangstore des Fernhandels. Einen starken Anteil am Handel besaßen die an der dänischen und slawischen Ostseeküste gelegenen Häfen von Halthabu und Wolin. Das bei weitem profitabelste Handelsgut im osteuropäischen Raum waren Sklaven. Eine wichtige Rolle im Export spielten Luxuswaren wie Glasgefäße und Schmuck sowie Waffen und Handwerkszeugnisse.

Bis in die erste Hälfte des 10. Jahrhunderts war Sachsen ein „münzloses Land“, das erst unter Otto dem Großen zu einer zentralen Münzlandschaft des ostfränkischen Reiches wurde. Das Zahlungsmittel bestand

ausschließlich aus Silberpfennigen (Denare). Den Rohstoff lieferten die reichen Erzvorkommen des Harzes. In Magdeburg, Goslar und anderen Orten wurden die sog. Sachsen- oder Randpfennige, später die Otto-Adelheid-Pfennige geprägt. An der Elbe lag die Grenze zweier unterschiedlicher Währungsgebiete: Im Westen herrschte die Münzgeldwirtschaft, im Osten die Gewichtsgeldwirtschaft. Dort bezahlte man mit Denaren, hier mit einer Menge abgewogenen Silbers. Für den ausgehandelten Preis wurden Barren, Schmuck und Münzen mitunter zerhackt.

**Bergbau im Harz:** Die Gewinnung von Silber und Blei Der Harz kann mit seinen reichen Erzvorkommen als „Schatzkammer des Kaisers“ gelten. In ottonischer Zeit wurden bekannte Lagerstätten intensiver genutzt als zuvor. Dabei erschlossen die Bergleute neue Vorkommen von Blei/Silber wie das Oberharzer Gangergz. Das Metall wurde in kleinen, saisonal betriebenen Schmelzhütten gewonnen. Diese lagen an Höhenwegen, die dem Lauf der Bergkämme folgten. Man errichtete die Hütten häufig an Bachläufen, um vermutlich Wasser und Wasserkraft für den Schmelzprozeß zu nutzen. Holz genügte als Brennmaterial, da bei dem angewandten Schmelzverfahren Temperaturen von weniger als 1000 °C ausreichten.

Zuerst wurde das Erz auf einem Unterlegstein grob zerkleinert. Beim anschließenden Schmelzen des Rohstoffes entstand silberhaltiges Werkblei als Zwischenprodukt. Dieses wurde in spezialisierten Hütten erneut verflüssigt und in Silber und Blei getrennt. Sinterschlacke war dabei ein Abfallprodukt. Das gewonnene Blei diente beispielsweise zur Herstellung von Gewichten. Das Silber wurde zu Münzen geschlagen.

**Bergbau im Harz:** Die Gewinnung von Kupfer Die Gewinnung von Kupfer aus Rammelsberger Erz erforderte Temperaturen von über 1200 °C, die nur mit Holzkohle erreicht werden konnten. Produkt des Schmelzvorganges war Schwarzkupfer, aus dem durch weiteres Schmelzen Kupfer gewonnen wurde. Durch Zugabe von Zinn erhielt man Bronze; die Verschmelzung mit Zinkoxid oder -carbonat ergab Messing. Fließ- oder Plattenschlacken bildeten Abfallprodukte. Durch die Gewinnung und Aufbereitung des Erzes sowie durch Flugfunken, die beim Verhütten aus den Öfen entwichen, kam es zu einer dauerhaften Vergiftung des Bodens mit Schwermetallen. Diese Verunreinigung war derart stark, daß Mikroben und Kleinstlebewesen, die normalerweise für die Zersetzung organischer Stoffe sorgen, abgetötet wurden und somit nicht wirksam werden konnten. So blieben Vegetationsreste, wie Fichtenzapfen und Buchenblätter, aber auch Nahrungsreste der Hüttenleute, wie Haselnußschalen und Obstkerne, aus dem 10. Jahrhundert erhalten.

**Sachsen und Slawen:** Die alten Götter Neben der fremden Sprache war die heidnische Religion die am stärksten hervorstechende Eigentümlichkeit der Slawen. Christentum und Heidentum waren

auf Dauer unvereinbar: hier Glaube an einen Gott, dort die Verehrung vieler Götter, hier Kirchen, dort heilige Haine und Quellen. Die bekannteste Gottheit der Slawen war der vierköpfige Svantevit, der „Krafterfüllte“. Seine Mehrköpfigkeit steht vielleicht für unterschiedliche Funktionen oder Zuständigkeiten.

Auf den Sieg über die Slawen ließ Otto der Große die Missionierung folgen, indem er 968 dem geschaffenen Erzbistum Magdeburg neue Bistümer aus den Slawengebieten zuordnete. Die systematische Vernichtung heidnischer Kultbilder und Bauten erreichte somit eine neue Dimension.

**Sachsen und Slawen:** Die Brandenburg

Auf einer Insel in der Havel, der späteren Dominsel, entstand aus einer frühen slawischen Siedlung die Brandenburg. Sie war die Hauptburg der slawischen Heveller, deren Machtbereich sich vom Havelland bis zur Oder erstreckte. Im Winter 928/29 eroberte Heinrich I., der Vater Ottos des Großen, die Brandenburg und nahm den vornehmen Heveller Tugumir und dessen namentlich nicht bekannte Schwester als Geiseln. Am königlichen Hof begann der junge Otto mit der unbekanntem Slawin eine Liebesbeziehung, aus der sein erster Sohn, der spätere Erzbischof Wilhelm von Mainz, hervorging.

Im Jahre 948 gründete Otto der Große das Bistum Brandenburg, dem das ebenfalls im Slawenland liegende Bistum Havelberg zur Seite trat. Beide Bistümer unterstanden zunächst dem Erzbistum Mainz, nach 968 dem Erzbistum Magdeburg. Im großen Aufstand der slawischen Lutizen 983 ging die Brandenburg für das ottonische Reich wieder verloren.

**Sachsen und Slawen:** Leben im Grenzgebiet

In den Gebieten westlich von Elbe und Saale lebte die slawische Bevölkerung zusammen mit der sächsischen. Im Alltag war das Miteinander der beiden Völker weitgehend zur Normalität geworden. Dies gilt auch für das ottonische Herrschaftszentrum Magdeburg, das mit seiner Lage an der Elbe unmittelbar an die slawischen Gebiete grenzte. Archäologisch faßbar werden die slawischen Gruppen durch ihre charakteristische Keramik, die sich deutlich von sächsischen Gefäßformen unterscheidet. In Magdeburg fand man Scherben slawischer, sächsischer und lokaler Ware zusammen in Abfallgruben und Häusern.



Abteilung III

### **Otto der Große und seine Familie**

Der Aufstieg der Ottonen zum führenden Adelsgeschlecht des Reiches spiegelte sich, wie bei vielen Adelsfamilien des frühen Mittelalters, in der Gründung von Kirchen und in der Stiftung kostbarer Reliquiare

und kirchlicher Ausstattungsgegenstände wider. Vielfach waren diese Werke durch den Austausch von Gesandtschaften und durch die verwandtschaftlichen Beziehungen der Ottonen zu den anderen europäischen Herrscherhäusern in den Besitz der Familie gelangt. Ihre Stiftung an die Kirchen war nicht nur Teil der herrscherlichen Repräsentation, sondern zugleich ein Akt tief empfundener Frömmigkeit, in der die Sorge um das eigene Seelenheil und um das Totengedenken der Familie zum Ausdruck kam.

Der Wunsch der ottonischen Familie, ihre Macht und Würde öffentlich zum Ausdruck zu bringen, trat jedoch nirgends deutlicher hervor als in den Darstellungen der Herrscher selbst. Diese Darstellungen waren keine Bilder im Sinne neuzeitlicher Porträts. Sie sollten nicht das tatsächliche Aussehen des Herrschers wiedergeben, sondern sein Amt und seinen Rang in gültiger Form vor Augen führen.

#### Quedlinburg

Mathilde, die Mutter Ottos des Großen, gründete als Witwe im Jahr 936 am Grab ihres Gatten, Heinrichs I. in Quedlinburg ein Kanonissenstift. Während der ganzen Ottonenzeit diente Quedlinburg als Ort von Hoftagen. Die Äbtissinnen entstammten in der Regel der königlichen Familie. Die Bibliothek des Kanonissenstifts in Quedlinburg zeugt von der Kenntnis westlicher Literatur und Buchkunst im ottonischen Sachsen. Brunshausen und Gandersheim



**Abb. 30: Abteilung III: Im Vordergrund liegt die Heiratsurkunde der Theophanu**

Vorfahren Ottos des Großen waren vermutlich an der Gründung des Klosters Brunshausen im 8. Jahrhundert beteiligt, eines der frühesten Missionsklöster Sachsens. Die Urgroßeltern Ottos des Großen, Graf Liudolf und seiner Frau Oda, gründeten im 9. Jahrhundert das benachbarte Kanonissenstift Gandersheim. Es ist das älteste Hauskloster der ottonischen Familie. Zur Zeit der Äbtissin Gerberga II., einer Nichte Ottos des Großen, lebte die Dichterin Hrotsvit als Stiftsdame in Gandersheim. Essen

Die Äbtissinnen des Kanonissenstiftes in Essen waren traditionell Mitglieder der ottonischen Familie, der auch der Gründer des Stiftes angehört hatte. Am Ende des 10. Jahrhunderts hatte mit der Äbtissin Mathilde eine Enkelin Ottos des Großen die Leitung des Stiftes inne. Zeugnisse der religiösen und kulturellen Blüte sind Werke der Schatzkunst und der reiche Bestand der überlieferten Handschriften.



#### Abteilung IV Herrschaft und Reich

Nach dem Zusammenbruch des Karolingerreiches und der Abwehr von Normannen, Ungarn und Sarazenen setzte unter Otto dem Großen ein Neubeginn ein. Dabei verschoben sich mit den politischen auch die künstlerischen Schwerpunkte von den alten karolingischen Zentren wie Reims und Tours im Westen stärker nach Osten. Im Rheinland waren es vor allem Köln und Trier, im Süden Regensburg und die Reichenau, in Franken Fulda, in Sachsen Corvey, die durch die Förderung des Kaisers und der Kirchenfürsten die kulturelle Entwicklung der Epoche prägten. Wichtigstes Element des Neubeginns war die Wiederbelebung der karolingischen Tradition. Karolingische Bilderhandschriften, die sich im Besitz der Kirchen befanden, wurden wieder hervorgeholt und als künstlerische Anregungen benutzt. Überall wurde die karolingische Überlieferung zur Grundlage der neu entstehenden ottonischen Kunst.

Mit den verschiedenen Orten treten aber auch die Persönlichkeiten hervor, die an diesem Wandel beteiligt waren. Hierzu zählen neben Brun von Köln und Wilhelm von Mainz, dem Bruder und dem Sohn Ottos des Großen, die Bischöfe Ulrich von Augsburg, Abraham von Freising, Wolfgang von Regensburg und Ruotbert von Trier. Sie verkörperten jenen neuen Typ des ottonischen Reichsbischofes, der weltliche und kirchliche Aufgaben miteinander verband und damit zu einem wichtigen Träger der ottonischen Herrschaft wurde.

#### Aachen

Die Königskrönung in Aachen folgte einer festgelegten Krönungszeremonie. „Dort aber vor dem Chor legt der erwählte Fürst den Mantel und die Waffen ab, und an den Händen der Bischöfe in den Chor geführt, gelangt er bis zu den Stufen des Altares. Auf der Stelle wurde er mit dem heiligen Öl gesalbt und mit der goldenen Krone gekrönt von eben den Bischöfen Hildebert und Wigfried, und nachdem die rechtmäßige Weihe vollzogen war, wurde er von denselben Bischöfen zum Thron geführt, zu dem man über eine Wendeltreppe hinaufstieg, und er war zwischen zwei Marmorsäulen von wunderbarer Schönheit so aufgestellt, daß er von



**Abb. 31: Abteilung IV: Inszenierung zur Königskrönung Ottos des Großen 936 in Aachen mit Säulen aus dem Aachener Münster**

*da aus alle sehen und selbst von allen gesehen werden konnte.*“ (Widukind, Die Sachsengeschichte)

Am 7. August 936 wurde Otto der Große von den weltlichen und geistlichen Großen des Reiches zum König erhoben. Besondere Bedeutung erhielt der Vorgang durch den Ort, an dem sich die Krönung vollzog: Aachen, die Residenz Karls des Großen, der dort Pfalz und Pfalzkapelle gegründet hatte, der dort begraben lag und dort jenen Thron errichtet hatte, auf dem Otto die Huldigungen der Großen entgegennahm. Nach der Zäsur, die durch den Ansturm von Normannen, Ungarn und Sarazenen verursacht worden war, knüpfte Otto da wieder an, wo die Entwicklung vor dem Zusammenbruch ihren Höhepunkt gefunden hatte.



**Abb. 32: Abteilung IV Präsentation von Handschriften – Quedlinburger Evangeliar, Evangeliar in Reims, Fragment eines Evangeliiars aus Nordfrankreich oder Corvey**

#### Corvey

Die erste Werkstatt, die im Auftrag des ottonischen Herrscherhauses und des ottonischen Hofes Prunkhandschriften schuf, war die des Klosters Corvey, die möglicherweise in dieser frühen Zeit eine Art Hofskriptorium war. Die Benediktinerabtei hatte zudem als Missionszentrum und Bildungsstätte bei der Eingliederung Sachsens in das karolingische Reich eine herausragende Rolle gespielt. Widukind von Corvey verfaßte hier mit seiner Sachsengeschichte das erste Geschichtswerk der Sachsen und des neuen Herrscherhauses.

#### Fulda

Das 744 gegründete Kloster Fulda war in karolingischer und ottonischer Zeit die bedeutendste, nach der Zahl der Mönche auch die größte Abtei des Reichs. Sie verfügte über ein großes, wohlorganisiertes Skriptorium, das über den eigenen Bedarf hinaus für den Export arbeitete. Fuldaer Äbte dienten Otto dem Großen als wichtige kirchliche Ratgeber und Diplomaten und wurden häufig mit diplomatischen Missionen am päpstlichen Hof betraut.

#### Reichenau

Die Abtei Reichenau auf der gleichnamigen Insel im Bodensee erlebte nach ihrer Blüte in karolingischer Zeit unter den Ottonen nochmals einen Höhepunkt ihrer geistlichen Würde und weltlichen Macht. In dem einzigartigen Malereizyklus von St. Georg hat sich das bedeutendste Dokument ottonischer Wandmalerei nördlich der Alpen erhalten. Die Reichenau war außerdem eines der wichtigsten Zentren der Buchmalerei.

#### St. Gallen

Die am Grab des Einsiedlers Gallus (+ ca. 650) gegründete Abtei hatte bereits in karolingischer Zeit eine große Klosterschule und Schreibstube. Nachdem die Ungarn 926 das Kloster verwüstet hatten, lebte die Tradition in ottonischer Zeit wieder auf. Die große Bibliothek des Klosters wurde gerettet, weil sie zum Schutz vor den Ungarn auf die Reichenau in Sicherheit gebracht worden war.

#### Münzprägung Ottos des Großen

Der Aufschwung des Reiches und des Königtums zeigt sich deutlich an der Zunahme der Münzprägestätten, an denen Münzen im Namen Ottos geprägt wurden. Als „friedensbringender König“, „frommer König“ oder bereits als Otto „der Große“ wird er auf den Münzen bezeichnet, von denen einige auch das Herrscherbildnis zeigen.

#### Die Schlacht auf dem Lechfeld

*„Und nachdem er (Otto der Große) das gesagt hatte, ergriff er den Schild und die Heilige Lanze und richtete selbst als erster sein Pferd gegen die Feinde, wobei er seine Pflicht als tapferster Krieger und bester Feldherr erfüllte. (...) Aber nicht gerade unblutig war der Sieg über ein so wildes Volk.“*

(Widukind von Corvey, Die Sachsengeschichte)

Seit dem Beginn des 10. Jahrhunderts versetzten die Streifzüge der ungarischen Reiterscharen Europa in Angst und Schrecken. Bereits Heinrich I. hatte im Abwehrkampf gegen die Ungarn gestanden und sie in der Schlacht bei Riade an der Unstrut 933 geschlagen. Nachdem ungarische Gesandte am Hofe Ottos des Großen die politische Lage erkundet hatten, fielen die Ungarn im Sommer 955 in Süddeutschland ein. Otto der Große brach sofort mit einem kleinen sächsischen Kontingent auf. Abteilungen der Franken, Schwaben, Bayern und Böhmen sowie ein berittenes Aufgebot des Herzogs von Lothringen stießen hinzu. Am 10. August, dem Tag des heiligen Laurentius, kam es auf dem Lechfeld bei Augsburg zur Schlacht. Dabei führte Otto der Große, nach dem Bericht des Geschichtsschreibers Widukind von Corvey, die Heilige Lanze als siegbringende Reliquie in den Kampf. Nach anfänglichen Erfolgen wandte sich das Kriegsglück gegen die Ungarn, die eine verheerende Niederlage erlitten. Auf dem Rückzug erlitten sie weitere schwere Verluste und wurden schließlich vollständig aufgerieben. Ihre Anführer wurden gefangengenommen und gehängt. Der Sieg in der Schlacht auf dem Lechfeld erhöhte das Ansehen Ottos des Großen beträchtlich und bahnte ihm den Weg zur Kaiserkrönung. Die Ungarn wandten sich im Gefolge der Niederlage dem Christentum zu: In den Jahren 1000/1001 gründete Stephan I., der mit Gisela, einer Großnichte Ottos des Großen, verheiratet war, das christliche Königreich Ungarn.

#### Die Kaiserkrönung

Am 2. Februar 962 wurde Otto der Große in Rom von Papst Johannes XII. zum Kaiser gekrönt. Mit ihm empfing seine Gemahlin Adelheid die Weihe zur Kaiserin. Der Tag kann mit Fug und Recht als historisches Datum bezeichnet werden. Der Sieger über die Ungarn und Slawen, der durch die Heirat mit Königin Adelheid die Oberhoheit über Italien erhielt und das von Karl dem Großen begründete Kaisertum wiederbelebte, verhalf damit der Idee eines universellen Kaisertums zum Durchbruch. Sie blieb für mehr als 800 Jahre europäischer Geschichte prägend. Von da an war das Kaisertum im Westen den Königen vorbehalten, die von den Großen Frankens, Sachsens, Bayerns, Schwabens und Lothringens erhoben wurden und bis zum Ausgang des Mittelalters normalerweise in Aachen die Königskrone empfangen.

#### Die Reichsbischöfe

Unter der Herrschaft Ottos des Großen veränderte sich die Art der Herrschaftssicherung. Er stellte der Macht der herrschenden Familien in den Herzogtümern Funktionsträger der Kirche entgegen.

Otto der Große konnte seit 937 an den Bischofssitzen und an den großen Klöstern des Reiches durchsetzen, daß er bei der Besetzung dieser Stellen eingeschaltet wurde und vielfach seine Kandidaten berufen wurden. Diese kamen häufig aus dem Kreis seiner Hofkapelle. Seit karolingischer Zeit bestand die Kapelle aus einem Kreis von Geistlichen am Hofe des Königs, die

dort die Seelsorge und das geistliche Leben gestalteten. Hier bildeten herausragende Lehrer die jungen Geistlichen in religiösen und kulturellen Belangen aus. Otto der Große beschenkte Bistümer und Klöster reichhaltig mit Gütern und Privilegien wie Immunität, Zölle sowie Münz-, Markt- und Forstrechte. Dafür bekam er das sogenannte *servitium regis*, das heißt festgelegte Abgaben und die Bewirtung des Hofes auf seinen Reisen. Außerdem gehörte zu den Pflichten auch Heeresfolge, Geschenke, weitere Abgaben sowie Unterstützung in politischen und religiösen Belangen. So schuf sich Otto der Große eine neue Machtbasis. Im Falle des Erzbischofs Brun von Köln ging er sogar noch einen Schritt weiter: Er unterstellte ihm auch die Verwaltung des Herzogtums Lothringen. Diese Doppelfunktion war neu. Sie sollte in den folgenden Jahrhunderten allerdings Schule machen.

#### Trier

Durch seine Lage an der Nahtstelle zwischen dem ostfränkischen und dem westfränkischen Reich hatte das Erzbistum Trier besondere politische Bedeutung. Erzbischof Ruotger (915-931) schloß sich nach dem Sturz des westfränkischen Königs Karl III., genannt der Einfältige, König Heinrich I. an. Er hatte maßgeblichen Anteil an der Anbindung Lothringens an das ostfränkische Reich im Jahre 925 und wurde Erzkanzler Heinrichs I. für Lothringen. Auch seine Nachfolger waren enge Vertraute des ottonischen Herrscherhauses. Erzbischof Ruotbert (931-956) war unter Heinrich I. ebenfalls Erzkanzler für Lothringen, und später lange Jahre Erzkaplan und Erzkanzler Ottos des Großen, mit dem er 951 nach Italien zog. Kunst und Kultur erlebten eine besondere Blüte unter Erzbischof Egbert (977-993), der zeitweilig Kanzler Ottos II. war. Nach dem Tod Ottos II. schloß er sich zunächst der Opposition gegen die Regentin Theophanu an, versöhnte sich aber schließlich mit dem ottonischen Hof und wurde Berater und Vermittler in den westlichen Angelegenheiten des Reiches.

Aus der bedeutenden und wohlhabenden Benediktinerabtei St. Maximin vor den Toren der Stadt Trier, die unter dem persönlichen Schutz Ottos der Großen stand, kamen der Abt und die ersten Mönche des Moritzklosters in Magdeburg.

#### Brun von Köln und der Stab des heiligen Petrus

*„Mit welchem Eifer, mit welcher Glut und mit welcher Freude er den Stab und die Kette des heiligen Petrus nach Köln brachte, jenen aus Metz, diese aus Rom, wissen wir alle.“* Die Rede ist von Brun, dem Bruder Ottos des Großen, der 953 zum Erzbischof von Köln erhoben wurde und damit eines der höchsten kirchlichen Ämter inne hatte. Noch im gleichen Jahr übertrug Otto der Große ihm auch die Verwaltung des Herzogtums Lothringen. Damit war zum ersten Mal ein kirchlicher Würdenträger auch im Besitz der weltlichen Macht eines Herzogtums.

Der Erwerb des Petrusstabes durch Brun von Köln hatte für die Kölner Kirche überragende Bedeutung. Der

dem heiligen Petrus geweihte Kölner Dom befand sich nun mit Petrusstab und Petruskette im Besitz zweier kostbarer Reliquien ihres Schutzheiligen. Darüber hinaus konnte der Petrusstab aber auch als „Amtszeichen“ des Apostelfürsten gelten, von dem sich in der Konkurrenz der Erzbistümer Köln, Mainz und Trier eine Vorrangstellung ableiten ließ.

Welche kirchenpolitische Bedeutung dem Besitz des Stabes zugemessen wurde, zeigt die Reaktion auf den Erwerb aus Trier. Auch Trier erhob nun Anspruch auf die Reliquie. Auf Drängen Ottos II. überließ der Kölner Erzbischof seinem Trierer Amtsbruder 980, lange nach dem Tod Bruns von Köln, einen Teil des Holzstabes. Die herausragende kirchenpolitische Bedeutung des Petrusstabes als Zeichen des durch Petrus legitimierten Bischofsamtes machte sich noch im 14. Jahrhundert Kaiser Karl IV. zunutze, der in Trier ein Stück des dort aufbewahrten Stabes erwarb und nach Prag überführte.



**Abb. 33: Abteilung IV: Im Vordergrund stehen die drei Teile des Petrusstabes aus den Domschatzkammern von Köln, Limburg und Prag – erstmals nach mehr als 1000 Jahren wieder vereint.**

Der Bischof und die Bücher

Welche Bedeutung dem Erwerb von Büchern und der Vervollständigung von Bibliotheken geschenkt wurde und welcher Aufwand betrieben werden mußte, zeigt eine Notiz in einer Handschrift, die im Auftrage des Bischofs Abraham von Freising entstand. Er hatte mit Unterstützung seines Erzkaplans einen Schreiber in das mehr als 300 km entfernte Metz geschickt, um dort Bücher zu kopieren, die man in dem bayerischen Bistum nicht besaß.

*„Auf Befehl des verehrungswürdigen Bischofs Abraham, unter Mithilfe seines Erzkaplans Goteschalch und dank der Schreibtätigkeit des Willihalm ist dieses bedeutende Buch in Metz erworben worden zum dauernden Dienst gegenüber der heiligen Maria und dem heiligen Corbian.“* (Eintrag in der Abschrift des Kommentars zu den Paulusbriefen des Kirchenvaters Hieronymus)

Abraham v. Freising

Der Name Abraham von Freising (957-993/94) ist untrennbar mit der Geschichte Bayerns und der Ottonen verbunden. Heinrich hatte 948 das Herzogtum Bayern von seinem Bruder Otto dem Großen erhalten. Er begründete hier eine Dynastie, die in den nächsten Generationen die bayerischen Herzöge stellen sollte. Unter Herzog Heinrich I. stand Bayern treu zu Kaiser Otto I. und erlebte einen Aufschwung in politischer und kultureller Hinsicht.

Unter Herzog Heinrich I. wurde Abraham Bischof von Freising. In dieser Zeit entwickelte sich Freising zu einem wichtigen Zentrum. Abraham gehörte zu den engsten Beratern von Judith, der Witwe Heinrichs I. Als allerdings der Sohn Judiths, Heinrich II., genannt der Zänker, sich gegen Kaiser Otto II. wendete und die Krone erringen wollte, stellte sich Abraham auf die Seite des Bayern. Folge war eine zeitweilige Verbannung, vermutlich in das Kloster Corvey, hatte jedoch keine weiteren einschneidenden Konsequenzen für sein Leben. Die Politik Abrahams führte zu Besitzungen des Bistums bis nach Oberitalien und Krain. In den Kärntner Besitzungen unterstützte und förderte er gezielt die Mission der Slawen. Abraham schuf in Freising eine wichtige Ausbildungsstätte von künstlerischer und literarischer Bedeutung.

Udalrich von Augsburg – Der heilige Ulrich

Udalrich (Ulrich) von Augsburg entstammte der alemannischen Adelssippe der Hupaldinger. Über seine Mutter Thietpurg war er vermutlich mit den Herzögen von Schwaben verwandt - durch Kaiserin Adelheid auch mit den Ottonen.

Vermutlich um 890 in Augsburg geboren, wurde er in St. Gallen erzogen und amtierte schon früh unter Bischof Adalbero in Augsburg als Kämmerer. Nach dessen Tod als Nachfolger übergegangen, wurde er 923 von Heinrich I. auf Bitten Burchards I. von Schwaben zum Augsburger Bischof ernannt.

Vor allem in der Regierungszeit Ottos I. nahm Udalrich von Augsburg regen Anteil an den Geschehnissen im ottonischen Reich. Er nahm an den Synoden von Ingelheim, Augsburg und Rom teil. Er stand während des Aufstandes Liudolfs gegen seinen Vater treu an Ottos Seite und vermittelte mit Bischof Hartbert von Chur einen Waffenstillstand zwischen Vater und Sohn.

Besondere Bedeutung hatte Udalrichs Einsatz im Kampf gegen die Ungarn. Nach deren Einfall und der Zerstörung des Augsburger Domes ließ er das Kirchengebäude neu errichten und sicherte die Stadt mit einem Mauerring. Bei der Belagerung Augsburgs durch die Ungarn 955 kämpfte er selbst auf den Mauern mit. Er hatte einen großen Anteil am Sieg Ottos des Großen gegen das ungarische Heer auf dem Lechfeld.

Udalrich von Augsburg erreichte im gleichen Jahr die Verleihung des Münzrechts durch Otto den Großen.



## Abteilung V Magdeburg - „Die königliche Stadt“

Magdeburg, von Widukind von Corvey als „königliche Stadt“ benannt, ist wie kein anderer Ort mit Leben und Wirken Ottos des Großen verbunden. Schon im Jahre 929 wurde Magdeburg von Otto dem Großen als Morgengabe für seine angelsächsische Gemahlin Edgith ausgesucht. Bald nach seiner Thronbesteigung im Jahre 936 ließ er dort den Bau einer gewaltigen Pfalzanlage beginnen. Gleichzeitig leitete er mit der Gründung des Moritzklosters im Jahre 937 die kirchliche Rangerhöhung Magdeburgs ein. Einer ersten Kirche, in der Königin Edgith bestattet wurde, folgte nach 955 ein noch stattlicherer Neubau. Ausschlaggebend dafür war die damals bereits erkennbare und 968 schließlich gegen alle Widerstände durchgesetzte Absicht Ottos des Großen, Magdeburg zum Erzbistum zu erheben. Damit wurde die Grundlage nicht nur für die kirchliche, sondern auch die politische Vorrangstellung Magdeburgs im 10. Jahrhundert geschaffen. Auch wenn die Herkunft der Bewohner Magdeburgs im einzelnen nicht bekannt ist, würde man sie heute als „international“ bezeichnen. Durch die Grenzlage gehörten hierzu Sachsen und Slawen. Möglicherweise zählten auch friesische Händler zu den Bewohnern der Stadt. Jüdische Kaufleute werden in den Schriftquellen genannt.

### Leben und Wohnen im 10. Jahrhundert – ein Beispiel aus Magdeburg

Im 10. Jahrhundert wuchs die Besiedlung Magdeburgs schnell über die Größe der heutigen Altstadt hinaus. Es entstanden mehrere, vielleicht funktional getrennte Siedlungskonzentrationen. Frühe Kirchengründungen, Besitztümer von Adligen und einsetzende Marktstätigkeit verliehen den Ansiedlungen außerhalb des Dombezirks besondere Bedeutung. So wurden ca. 30 m nordöstlich der Johanniskirche am Alten Markt Reste eines rechteckigen Gebäudes mit Steinfundamenten gefunden. Es handelte sich um einen Ständerbau auf Schwellbalken, ein Bautyp, der bis in das hohe Mittelalter nur selten im frühstädtischen Umfeld auftrat. Mit einer rekonstruierbaren Länge zwischen 17,60 m und 21 m und einer Breite von 7,50 m stellte er einen Hallenbau von erheblichen Ausmaßen dar.

Eine Reihe von Pfostenlöchern und grubenartige Eintiefungen im Innern sind Reste hölzerner Vorgängerbauten. Zu dieser älteren Bauphase gehört vermutlich eine Brandschicht mit verkohlten Getreidekörnern und Erbsen, Webgewichten und Spinnwirteln, die Vorratshaltung und handwerkliche Tätigkeiten belegen. Anhand der Jahrringe verkohlter Eichenholzbalken konnte als Fälldatum der verwendeten Stämme die Jahre um 963 ermittelt werden.

### 805 - Die Ersterwähnung Magdeburgs

Bereits im 8./9. Jahrhundert war Magdeburg als Grenzort zu den slawischen Gebieten ein wichtiger Marktplatz für die Fernhändler. Das Diederhofener Kapitular – eine der bedeutendsten Verordnungen Karls des Großen – informiert über einen Beauftragten des Königs namens Aito, der den Handel mit den Gebieten östlich der Elbe überwachen sollte.

### Die Pfalz Ottos des Großen

„Keimzelle“ des frühmittelalterlichen Magdeburgs war der heutige Domplatz, dessen Areal sowohl die karolingerzeitlichen Befestigungsanlagen als auch die ottonische Pfalz umfaßte. Zur Pfalz gehörten repräsentative Gebäude für weltliche und geistliche Zwecke, die den umherziehenden König mit seinem Hof aufnahmen. Als man vor über 30 Jahren auf dem Domplatz auf Reste eines solchen repräsentativen Baus stieß, vermutete man, dort den Palast Ottos des Großen gefunden zu haben. Doch handelt es sich vielmehr um Reste eines Kirchengebäudes des 10. Jahrhunderts, das im 12. Jahrhundert durch einen noch größeren und monumentaleren Bau ersetzt wurde. Die Mosaiksteinchen und Werkabfälle aus Marmor stammen wohl noch vom Bau des 10. Jahrhunderts und bezeugen seine einstmals prachtvolle Ausstattung. Die königlichen Repräsentationsgebäude, und damit auch der Palast, scheinen dagegen eher im Bereich des erzbischöflichen Sitzes südlich der heutigen Staatskanzlei gelegen zu haben.

### Der lange Weg zur Gründung des Erzbistums Magdeburg

Die Gründung des Erzbistums Magdeburgs im Jahre 968 hatte eine lange Vorgeschichte. Als Anfangspunkt dieser Geschichte wird von manchen die Gründung des Moritzklosters im Jahre 937 gesehen. Konkreter lassen sich die Pläne Ottos des Großen erst 955 erkennen. Er versprach, im Falle eines Sieges über die Ungarn, in Magdeburg ein Bistum und einen großen Kirchenbau am Grab seiner Gattin Edgith erbauen zu lassen.

Auf diese Nachricht hin formierte sich sofort Widerstand gegen diese Pläne. Sein illegitimer Sohn Erzbischof Wilhelm von Mainz und vor allem Bischof Bernhard von Halberstadt wehrten sich nachhaltig gegen diese Pläne. Erzbischof Wilhelm sandte sofort einen Brief an Papst Agapet II. in Rom, in dem er sich heftig gegen die Pläne seines Vaters wandte. Ein neues Erzbistum, das Halberstadt aus dem Verband des Erzbistums Mainz herauslösen und vor allem auch einen wichtigen Missionsauftrag erfüllen sollte - bisher den Mainzern vorbehalten -, stellte für ihn eine Einschränkung seiner Machtverhältnisse dar.

Im Jahre 962 konnte Otto in Rom zwar die Kaiserkrone, nicht aber die Gründung des Magdeburger Erzbistums durchsetzen. Es sollte noch bis zum Jahr 968 dauern, bis er durch Papst Johannes XIII. die faktische Gründung erreichen konnte.

Die Durchsetzung seines Planes war allerdings erst gelungen, als die beiden härtesten Widersacher seiner Pläne, Wilhelm von Mainz und Bernhard von Halberstadt, gestorben waren. Zum Erzbischof wurde Adalbert ernannt, dem die Bischöfe von Brandenburg, Havelberg, Zeitz, Meißen und Merseburg unterstellt wurden.



**Abb. 34: Abteilung V: Blick auf die Magdeburger Elfenbeintafeln**

Die Gruppe der Magdeburger Elfenbeintafeln Sieht man von Münz- und Siegelbildern ab, so begegnet die einzige erhaltene zeitgenössische Darstellung Ottos des Großen im Zusammenhang mit Magdeburg. Es handelt sich um eine Elfenbeintafel, die Otto den Großen als Stifter mit dem Modell des Magdeburger Domes vor Christus zeigt. Die Elfenbeintafel gehört zu einer ganzen Gruppe von Elfenbeinreliefs, die Otto der Große für die Ausstattung des Magdeburger Domes in Auftrag gab. Sechzehn dieser Elfenbeintafeln haben sich bis heute erhalten. Hinzu kommen noch zwei weitere Tafeln, die nur noch durch spätere Darstellungen überliefert sind. Sie stammen alle von demselben Gegenstand – einem Altarvorsatz, einer Kanzel oder einem Bischofsthron –, den Otto der Große für den Neubau des Magdeburger Domes stiftete. Anlaß war vermutlich die Erhebung Magdeburgs zum Erzbistum im Jahre 968.

Die Elfenbeinplatten lassen deutlich erkennen, daß der Zyklus ursprünglich noch weit mehr Tafeln umfaßte. So sind aus der Jugendgeschichte Christi nur die Heim-suchung Mariens und die Darstellung des zwölfjährigen Jesus im Tempel erhalten, andere, wichtigere Szenen aber fehlen. Von den Passionsdarstellungen ist nur die Geißelung und die Verurteilung Christi erhalten, nicht

dagegen Kreuzigung und Abendmahl. Ebenso fehlen die entscheidenden Szenen der Auferstehung Christi. Insgesamt muß der Zyklus ca. fünfzig Elfenbeintafeln umfaßt haben. Der neue, universale Herrschaftsanspruch des ottonischen Kaisertums und die herausragende Stellung Magdeburgs in der Geschichte und Politik des 10. Jahrhunderts kommen hier deutlich zum Ausdruck. Schon einhundert Jahre später, um die Mitte des 11. Jahrhunderts, waren die Elfenbeintafeln im ottonischen Dom nicht mehr vollständig erhalten.

#### Magdeburg und die Antike

Nach seiner triumphalen Rückkehr von der Lechfeldschlacht im Jahre 955 verkündete Otto der Große seinen Entschluß, in Magdeburg eine neue prachtvolle Kirche zu beginnen. Von diesem Kirchenbau berichtet der Chronist Thietmar von Merseburg zu Beginn des 11. Jahrhunderts: „Auch kostbaren Marmor, Gold und Edelsteine ließ der Caesar (Otto I.) nach Magdeburg schaffen. In alle Säulenkapitelle befahl er sorgsam Heiligenreliquien einzuschließen.“ Als Herkunftsort der Säulen deutet Thietmar Italien an.

Im heutigen Dom und seinen Anbauten haben sich zahlreiche römisch-antike Säulenschäfte und Kapitelle erhalten, die durch Otto den Großen nach Magdeburg gelangten und später in den Neubau des gotischen Domes übernommen wurden. Diese antiken Säulen und Kapitelle hätte Otto der Große auch in den alten Römerstädten am Rhein finden können. Doch allein die Herkunft aus Italien konnte Ottos Anspruch auf angemessene Repräsentation seines Herrschertums genügen. Solche bewußten Anknüpfungen an die imperiale Tradition des antiken Italien waren vor allem Ausdruck eines Hochgefühls erreichter Ebenbürtigkeit. Mit dem Transport antiker Säulen und Kapitelle über die Alpen schloß Otto der Große unmittelbar an das Vorbild Karls des Großen an, der für seine neu errichtete Pfalzkapelle in Aachen ebenfalls antike Säulen aus Italien herbeigeschafft hatte.

#### Der Dom

In Magdeburg stiftete Otto der Große im Jahre 937 das Moritzkloster, das er mit Mönchen aus der Abtei St. Maximin in Trier besetzte. In der Kirche des Klosters fand im Jahre 946 Ottos erste Frau, die angelsächsische Prinzessin Edgith, ihre letzte Ruhestätte. Als der Herrscher den Entschluß faßte, Magdeburg zum Sitz eines Erzbistums zu erheben, ließ er seit 955 als Neubau eine Kathedrale errichten. Otto der Große schaffte zu ihrer Ausschmückung kostbare antike Baumaterialien aus Italien herbei, womit er der Tradition Karls des Großen in Aachen folgte. Wie er es gewünscht hatte, wurde der Kaiser nach seinem Tod 973 in dem ottonischen Dom beigesetzt. Der ottonische Dom besaß einen kreuzförmigen Grundriß wahrscheinlich mit drei Apsiden. Die Arkaden des Langhauses ruhten vermutlich auf den aus Italien stammenden Säulen. Nach Westen schloß sich ein großzügiges Atrium an

Der ottonische Dom brannte im Jahre 1207 infolge eines Unglücks ab. Damals entschloß man sich zu einem Neubau: Es entstand die erste gotische Kathedrale in Deutschland. Das Stiftergrab Ottos des Großen befindet sich noch im Dom, umgeben von zahlreichen antiken Bauelementen, die aus dem ottonischen Dom ganz bewußt in den gotischen Neubau integriert wurden.

#### Die Handelsmetropole

Die vielfachen Aufenthalte des wandernden Königshofes, aber auch die jahrelange Bautätigkeit sorgten zugleich für einen Aufschwung von Handel und Wirtschaft. Schon 942 verfügte der König über örtliche Einkünfte aus Zoll und Münzprägung. In einer Urkunde des Jahres 965 ist von Markt, Münze und Zoll, von Abgaben für Schiffe, Wagen und sonstigen Fuhrwerken sowie von allen zum Handel kommenden Leuten die Rede. In einer anderen Magdeburger Urkunde findet sich der früheste Beleg für niedergelassene Juden östlich des Rheins. Im Jahre 975 bestätigte Otto II. sogar eine unmittelbar den Kaufleuten in Magdeburg gewährte Vergünstigung seines Vaters, die ihnen weitgehende Abgabefreiheit im ganzen Reich zugestand. Wo sich die seit der Karolingerzeit herausbildende Siedlung der Kaufleute befand, ist nicht mit Sicherheit zu bestimmen. Als mögliche Standorte werden Gebiete südlich und nördlich der Domburg angenommen. Keiner der beiden Standorte ist bisher urkundlich und archäologisch zweifelsfrei nachweisbar. Sicher ist nur, daß eine Besiedlungskonzentration um den Johanniskirchhof während des 10. Jahrhunderts bestand. Möglicherweise handelte es sich bei dem archäologisch nachweisbaren Vorgängerbau der Johanniskirche um die schriftlich überlieferte *ecclesia mercatorum* (Kaufmannskirche).



#### Abteilung VI Das ottonische Kaisertum in Europa

Weitgespannte Beziehungen verbanden Otto den Großen mit den übrigen Mächten des damaligen Europa. Durch seine Ehen war er sowohl mit dem angelsächsischen als auch mit dem burgundischen Königshaus verwandt. Die Ehe mit Adelheid, der Witwe des italienischen Königs Lothar, hatte ihm darüber hinaus das italienische Königtum und in der Folge die Kaiserkrone eingebracht. Seine Schwester Gerberga vermählte er mit Ludwig IV., dem König des westfränkischen Reiches. In Byzanz warb er um eine Braut für seinen Sohn. Mit dem Kalifen von Cordoba tauschte er mehrfach Gesandtschaften aus. Seine Missionare gelangten bis nach Ungarn und in die Kiewer Rus'. Kriegerisch, erobernd, tributfordern, aber auch friedensbereit und vertragsschließend näherte er sich den Slawen jenseits von Elbe und Oder sowie den Dänen.

Das Osterfest des Jahres 973, das Otto der Große wenige Wochen vor seinem Tod in Quedlinburg begeht, zeigte ihn umgeben von Gesandtschaften aus Dänemark, Polen, Böhmen, Ungarn, Byzanz, Bulgarien, Unteritalien und Rom, ja selbst aus Spanien. Der Hoftag führte den Sachsen noch einmal vor Augen, daß ihr König zum Herrn über viele Völker und zur zentralen Gestalt des Jahrhunderts geworden war.

#### Oberitalien

Im Jahre 951 zog Otto der Große nach Italien, übernahm die Königswürde und heiratete Adelheid, die Witwe König Lothars von Italien. Hiermit setzte eine zunehmende Einbindung Italiens in das ottonische Reich ein, die mit der tatsächlichen Ausübung der Königsherrschaft in Italien durch Otto ab 961 und der Kaiserkrönung 962 ihren Höhepunkt erreichte. Neun seiner elf Lebensjahre als Kaiser verbrachte Otto der Große in Italien.

#### England

Seit 925 war Aethelstan aus dem Hause Wessex König der Angelsachsen. Nach anfänglichen Auseinandersetzungen mit der heimischen Opposition und den Wikingern erlebte England unter Aethelstan eine Blütezeit. Im Jahre 929 warb Heinrich I. um Aethelstans Halbschwester Edgith als Gemahlin für seinen Sohn Otto. Die Werbung Heinrichs I. knüpft an traditionelle Verbindungen des Karolingerreiches und der Sachsen zu den Angelsachsen an. Die über Jahrhunderte währenden dynastischen und diplomatischen Kontakte spiegeln sich im gegenseitig beeinflussten Kunstschaffen wider.

#### Abb. 35: Abteilung VI: Rom und das Papsttum



#### Rom und das Papsttum

Bereits bei seinem ersten Italienzug im Jahre 951 hatte Otto der Große das Kaisertum angestrebt. Die Gesandtschaft, die er nach Rom zum Papst schickte, erhielt jedoch einen abschlägigen Bescheid. Zu groß dürfte die Sorge des Papstes gewesen sein, daß der neue

Machthaber in Oberitalien nun auch Einfluß auf die päpstlichen Territorien in Mittelitalien und auf Rom selbst gewinnen könnte.

Die Situation änderte sich 960, als Papst Johannes XII. Otto gegen den wiedererstarkten König Berengar II. zur Hilfe rief. Wie bereits die Kaiserkrönung Karls des Großen eine Gegenleistung des Papstes für dessen Unterstützung gewesen war, stand nun auch Otto dem Großen der Weg zum Kaisertum offen. Am 2. Februar 962 wurde Otto der Große in St. Peter in Rom zum Kaiser gekrönt und seine Gattin Adelheid zur Kaiserin geweiht. Wenige Tage nach seiner Wahl zum Kaiser sicherte Otto der Große dem Papst und der römischen Kirche in einer Prachturkunde den Bestand des Kirchenstaates zu.

Im Jahre 967 wurde Otto II. in Rom zum Mitkaiser seines Vaters gekrönt und 972 Theophanu anlässlich ihrer Hochzeit mit Otto II. zur Kaiserin geweiht.

#### Münzen des Königreiches Italien

Die Einbindung des italischen Königreiches in das Reich Ottos des Großen läßt sich an den Münzen ablesen. Erst nach seiner Kaiserkrönung 962 wurde ein neues Zahlungsmittel mit dem Namen Ottos eingeführt. Zuvor hatten Berengar II. und sein Sohn Adalbert, denen Otto 952 das italische Königtum übertragen hatte, selbst das Münzrecht ausgeübt. Durch die eigene Münzprägung Ottos ist das Ende ihrer Königsherrschaft dokumentiert.

#### Byzanz

Im Jahre 972 heiratete Otto II. die byzantinische Prinzessin Theophanu. Damit wurden die Bemühungen Ottos des Großen, seinen Sohn mit einer Angehörigen des byzantinischen Kaiserhauses zu verheiraten, zum erfolgreichen Abschluß gebracht. Nicht weniger als acht Gesandtschaften waren in Vorbereitung des Heiratsprojektes nach Byzanz gereist.

Zahlreiche byzantinische Luxusgegenstände, die in ottonischer Zeit nach Westen gelangten, sowie griechische Schriftzeugnisse zeugen von dem Interesse an griechisch-byzantinischer Kultur und Bildung am ottonischen Hof.

#### Das Kalifat von Cordoba

Unter Abd ar-Rahmān III. (912-961) erlebte der arabische Teil der iberischen Halbinsel mit der Hauptstadt Cordoba eine Blütezeit. Der Nachfahre der Omayyaden von Damaskus, hatte 929 den Kalifentitel „Führer der Gläubigen“ angenommen, den seine Vorfahren im 7. und 8. Jahrhundert geführt hatten. Otto der Große schickte 953 den Mönch Johannes von Gorze als Gesandten nach Cordoba. Aufgrund diplomatischer Verwicklungen wurde dieser erst 956 vom Kalifen empfangen.



**Abb. 36: Abteilung VI: Präsentation der Objekte zum Thema „Das Kalifat von Cordoba“**

#### Dänemark

Im 10. Jahrhundert war die nordische Welt im Umbruch begriffen. König Harald Blauzahn erlangte die politische Macht über „ganz Dänemark“, ein Gebiet, das das heutige Königreich Dänemark und Landschaften Südschwedens umfaßte. Zu den wichtigsten Bauten seiner Herrschaft zählen die Monumente von Jelling in Mitteljütland. Harald ließ dort mächtige Grabhügel und eine hölzerne Kirche errichten. Zwei große Gedenksteine mit Inschrift erinnern an seine Eltern und an die königlichen Taten. Die Kontakte zum ottonischen Reich ergaben sich durch den Fernhandel und die Missionierung der Dänen. Harald selbst wurde vermutlich 965 in Mainz getauft. Trotz der Annäherung an das christlich geprägte ottonische Reich blieb der Norden noch lange dem alten Glauben verhaftet.

Der zunehmende geistige und kulturelle Einfluß des karolingischen und ottonischen Reiches spiegelt sich in den materiellen Hinterlassenschaften wider. Die weibliche Bevölkerung Dänemarks übernahm die Kleidermode des ottonischen Reiches. Neuartige Schmuckformen und einzelne Handwerkstechniken, wie die Anwendung von Granulation und Filigran, haben ihre Vorbilder im Reich Ottos des Großen.

#### Ungarn

*„Danach kamen die alten Feinde, die Ungarn, um die Tapferkeit des neuen Königs zu erproben.“*

(Widukind von Corvey, Die Sachsengeschichte)

Aus den Steppen Asiens kommend, drangen die Ungarn im Jahre 894 in das Karpatenbecken ein und brachten es in kurzer Zeit in ihren Besitz. 899 überfielen Truppen Italien und wurden von nun an für Jahrzehnte zum Schrecken Mittel- und Westeuropas. Viele Länder zahlten Tribut, um verschont zu bleiben. Der Sieg Heinrichs I. im Jahre 933 bei Riade an der Unstrut dämmte die ungarische Kampfeslust ein. Doch die Streifzüge nach Westen endeten erst mit dem Sieg Ottos des Großen im Jahre 955. Die Niederlage auf dem Lechfeld galt als Verlust des „Glücks“ und erschütterte die Macht der einzelnen Stammesfürsten.

Diese Niederlage an sich hätte kaum langfristige Auswirkungen gehabt, hätte sich nicht dadurch die Politik von Byzanz gegenüber Ungarn geändert. Der byzantinische Kaiser hielt die Ungarn für so geschwächt, daß er die Tributzahlungen einstellen ließ. Sein Heer erlang schließlich 970 einen triumphalen Sieg. Die Ungarn verfolgten nun eine neue Politik. 972 schickte der ungarische Großfürst seine Gesandten zu Otto dem Großen, die um einen dauerhaften Frieden und um Unterstützung bei der Christianisierung bitten sollten. Otto bestimmte den St. Galler Mönch Bruno zum Missionsbischof für Ungarn.

#### Mähren

Nach dem Untergang des Awarenreiches um 800 orientierte sich der mährische Adel zunehmend am Karolingerreich. An ihren Höfen errichtete die Oberschicht die ersten Kirchen, so daß sich das Christentum nach und nach ausbreitete. Zu einem der wichtigsten Zentren zählt der auf einer Insel in der March gelegene Fürstensitz Mikulčice. Hier präsentierte sich die Oberschicht mit einem stattlichen Palast und mehreren Kirchen.

Während des 10. Jahrhunderts geriet das Land zunehmend unter ungarische Herrschaft. Innere Thronstreitigkeiten förderten schließlich den Zerfall des Mährenreiches.

#### Böhmen

Fürst Boleslav I. unterwarf um die Mitte des 10. Jahrhunderts die böhmischen Stämme. Nach langjähriger Auseinandersetzung verpflichtete sich Boleslav I. gegenüber Otto dem Großen zu Tribut und Heeresfolge. Die böhmische Herrschaft stützte sich auf ein planmäßig angelegtes Burgennetz. Das Zentrum des böhmischen Reiches und Drehscheibe des internationalen Slawenhandels war Prag, das alle böhmischen Burgen überragte. Große Bedeutung erlangte auch die Burg Libice. Hier verbrachte der heilige Adalbert Vojtech seine Jugend, bevor er 972 seine Ausbildung in der Magdeburger Domschule begann. Der heilige Adalbert war vor seinem Märtyrertod durch die Pruzen im Jahre 995 der zweite Bischof von Prag.

#### Polen

Polen, das Land inmitten der slawischen Welt, fernab von den politischen Zentren jener Zeit, trat im 10. Jahrhundert in das Licht der Geschichte. Ausgehend von einem Kerngebiet um Gnesen (Gniezno) unterwarfen die Fürsten der Piasten bis zur Jahrtausendwende große Gebiete von der Ostsee bis zu den Karpaten. Der Piastenfürst Mieszko I. eroberte auch Gebiete westlich der Oder, die jedoch Otto der Große beanspruchte. Um einen Konflikt zu vermeiden, erkannte Mieszko I. schließlich die Tributhoheit Ottos über die Gebiete an der mittleren Oder an und ließ sich als erster polnischer Herrscher 966 taufen. Dies war der Beginn einer engen Beziehung zu den Ottonen, dessen Höhepunkt der Akt von Gnesen war: Im Jahr 1000 empfing hier Mieszkos Sohn, Boleslaw Chrobry I., Kaiser Otto III. Über dem Grab des heiligen Adalbert wurde ein Erzbistum gegründet.

**Gabriele Köster/Heike Pöppelmann**

# **Die Europaratsausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ und das Landesprojekt „Auf den Spuren Ottos des Großen“ als Bausteine für Tourismus und Image Sachsen-Anhalts**

Das Mittelalter übt auf uns, die wir in einer hektischen hochtechnisierten Zeit leben, einen ganz besonderen Reiz aus. Mittelalter, das ist die Zeit der schwer befestigten Burgen und kunstreichen Kirchen, die Zeit von Kaisern und Königinnen, aber auch die Zeit der Sagen und Mythen. Nichts ist deshalb spannender als ein Blick in diese Zeit zu werfen - alte Geschichte selbst zu erleben. Wie das Mittelalter wirklich war, kann man natürlich nur erahnen. Die Sachsen-Anhalter sind allerdings in der glücklichen Lage, in einem Landstrich zu leben, wo im Mittelalter bedeutende Geschichte geschrieben wurde. Heute erinnern über tausend Jahre alte steinerne Zeugen an diese glanzvolle Zeit der mittelalterlichen Höfe und beflügeln unsere Phantasie.

## **1. Straße der Romanik**

Wie kein anderes Land der Bundesrepublik Deutschland besitzt Sachsen-Anhalt einen unschätzbaren Reichtum an Denkmälern aus der Ottonik und Romanik. Das Gebiet des heutigen Bundeslandes war in der Zeit zwischen 950 und 1250 ein politisches und kulturelles Zentrum in Europa. Von noch größerer Wichtigkeit ist es, daß sich hier in ungewöhnlicher Dichte die künstlerischen Zeugen dieser mittelalterlichen Periode erhalten haben. Klöster und Dome, Dorfkirchen und Wohnhäuser, Stadtanlagen und Burgen, Straßen und Skulpturen, Malerei und Schatzkunst sind Ausdruck eines gemeinsamen abendländischen Denkens. Zum größeren Teil besitzen diese Kunstwerke europäischen Rang. In Deutschland kann sich in Hinblick auf Qualität und Anzahl der erhaltenen romanischen Kunst nur noch das Rheinland mit Sachsen-Anhalt messen.

Diese Fülle mittelalterlicher Kunst sowie die historischen Parallelen zur aktuellen Lage Sachsen-Anhalts im Zentrum Deutschlands und Europas waren Anlaß zur Projektierung der „Straße der Romanik“<sup>1</sup>. Sie ist eine touristische Kulturstraße, die die bedeutendsten erhaltenen Denkmäler der Ottonik und Romanik in Sachsen-Anhalt zusammenführt. Die Bedeutung dieser vom Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt konzeptionierten und 1993 eröffneten Tourismusstraße kann schon durch zwei Hinweise ermesselt werden. Einerseits ist sie die erste Tourismusstraße in den neuen deutschen Bundesländern.

Durch ihre regionenumgreifende Form verkörpert sie andererseits die erste Tourismusstraße Deutschlands, die sich auf ein Bundesland beschränkt und dieses gleichzeitig flächendeckend zusammenfaßt<sup>2</sup>.

### **1.1. Konzeption der Straße der Romanik**

Die Idee zur Straße der Romanik entstand 1991 in Zusammenhang mit den Vorbereitungen zu der 1993 eröffneten Ausstellung „Bischof Bernward von Hildesheim und das Zeitalter der Ottonen“ in Hildesheim. Das Wirtschaftsministerium von Niedersachsen spielte zunächst mit dem Gedanken, das Jahr 1993 als „Jahr der Romanik '93“ touristisch aufzuarbeiten, hat sich jedoch dann für ein Pendant zu Sachsen-Anhalt, den niedersächsischen „Wegen in die Romanik '93“, entschieden. Das Partnerland Sachsen-Anhalt griff den Ottonen-Gedanken bereits Anfang 1992 auf, erkannte das kulturelle, touristische und ökonomische Potential im eigenen Land und konzipierte das touristische Landesvorhaben der „Straße der Romanik“ in Sachsen-Anhalt.

Ein aus verschiedenen Fachgebieten gebildetes Expertengremium unter Teilnahme des Wirtschafts- und Kultusministeriums, des Landesamtes für Denkmalpflege, des Landestourismusverbandes, der evangelischen und katholischen Kirchen, wurde 1992 mit der kritischen Auswahl der ottonischen und romanischen Objekte betraut. Als Kriterien dienten zunächst Qualität und Erhaltungszustand, in zweiter Linie Abwechslungsreichtum und regionale Ausgewogenheit. Aus der Vielzahl der romanischen Objekte haben sich 72 Kulturdenkmäler in 60 Städten und Gemeinden herauskristallisiert. Diese schon recht hohe Zahl für eine Tourismusstraße soll trotz weiterer Bewerbungen von Objektträgern und Kommunen konstant bleiben, um die Konzeption nicht zu verwässern und den Touristen nicht durch wechselnde Routen zu verunsichern. Das touristische Produkt „Straße der Romanik“ muß wie jedes Konsumgut eindeutig bleiben. Zusätzliche interessante Denkmäler links und rechts der Straße der Romanik werden regional, kreislich oder örtlich mitvermarktet – ebenso die niedersächsischen Objekte der Wege in die Romanik, insbesondere im länderübergreifenden Harz. Gleichzeitig wurde mit dem Landesamt für Straßenbau die Streckenführung der Tourismusstraße festgelegt. In Form einer „8“ mit dem Schnittpunkt

<sup>1</sup> Zur Entwicklung der Straße der Romanik siehe Antz 1994, Reschke 1995, Antz 1996, Becker 1996

<sup>2</sup> Zu Tourismusstraßen insgesamt siehe insbesondere Deutscher Tourismusverband 1981, Hey 1986, Schmeer-Sturm 1989, Hey 1993, Antz-Becker u.a. 1994, Dreyer 1996

Magdeburg führt die Straße der Romanik auf einer Nord- und einer Südroute ungefähr 1000 Kilometer quer durch Sachsen-Anhalt.

Je nach Zeitansatz können die Gesamtstrecke, die Nord- bzw. die Südroute oder nur Teilstrecken abgefahren werden. In ihrer Gesamtheit stellt die Straße der Romanik ein einzigartiges, raumumgreifendes Kulturmuseum mittelalterlicher Geschichte dar<sup>3</sup>.

## 1.2. Fördermaßnahmen an der Straße der Romanik

Um ein solch groß angelegtes Tourismusprojekt in einem neuen Bundesland umzusetzen, müssen über die unmittelbare Entwicklung und Begleitung hinausreichende infrastrukturelle Anstrengungen - allein schon zur Erfüllung der touristischen Grundversorgung - unternommen werden. Die gesamte touristische Entwicklung Sachsens-Anhalts, insbesondere aber der Städte und Gemeinden an der Straße der Romanik, wurde deshalb von der Landesregierung mit umfangreichen Fördermaßnahmen begleitet. Darin zeigt sich der hohe Stellenwert, der dem Tourismus bei der Wirtschaftsentwicklung des Landes eingeräumt wird. Der hohe Anteil der Förderung für die Straße der Romanik verdeutlicht wiederum deren herausragende Stellung innerhalb der Tourismusprojekte des Landes. Nur allein durch die Gemeinschaftsaufgabe des Wirtschaftsministeriums wurden in den Tourismus Sachsen-Anhalts insgesamt von 1991 bis 2001 mehr als 700 Millionen Euro an Zuschüssen ausgereicht und damit knapp 1,6 Milliarden Euro Investitionen ausgelöst, in den 60 Orten der Straße der Romanik davon ungefähr 240 Mio. Euro an Zuschüssen für etwa 500 Mio. Euro Gesamtinvestitionen.

Auch die anderen Ministerien Sachsens-Anhalts haben sich mit Fördermaßnahmen an dem Projekt Straße der Romanik großflächig beteiligt. Zu nennen wären besonders die Denkmalschutz- und Kunstprogramme des Kultus-, die großen Beschäftigungsmaßnahmen des Arbeits-, die Verkehrswegeplanung des Verkehrs-, die Städtebausanierung des Bau- und die Dorferneuerung des Landwirtschaftsressorts. Auf keinen Fall sollen die Maßnahmen der verschiedenen Stiftungen und Sponsoren, Gesellschaften und Vereine vergessen werden, die mit dem Wirtschaftsministerium beim Aufbau der Straße der Romanik zusammenarbeiten. Beispielhaft sind dabei die Deutsche Stiftung Denkmalschutz und die Bundesstiftung Umwelt zu nennen. Die damit geschaffenen und weiter vorbereiteten infrastrukturellen Rahmenbedingungen bieten günstige Voraussetzungen für regionale und örtliche Vorhaben und für private Investitionen. Nur durch kommunales und privates

Engagement im finanziellen wie im organisatorischen Bereich kann das Gesamtprojekt der Straße der Romanik Erfolg haben.

## 1.3. Marketing zur Straße der Romanik

Corporate Identity ist das Schlagwort für die einheitliche, wiedererkennbare Verpackung und Wirkung eines jeden Produktes. Auch eine Tourismusstraße benötigt solch ein unverwechselbares Erscheinungsbild, um nicht in der heutigen Informations- und Angebotsflut unterzugehen. Deshalb wurde von Anfang an eine einheitliche Werbelinie zur Straße der Romanik entwickelt. Zunächst wurde dazu ein Wettbewerb zu einem Logo für die Straße der Romanik an der Burg Giebichenstein, Hochschule für Gestaltung in Halle an der Saale, ausgeschrieben. Das gewählte hochrechteckige Logo besteht aus einem weißen Symbol - bestehend aus drei Tiefen- bzw. Straßenwirkung implizierenden, an die Romanik angelehnten Rundbögen und dem Schriftzug „Strasse der Romanik“ - auf nahezu bordeauxrotem Grund.



Abb. 37: Als Romanik-Pfadfinder aktiv ins Mittelalter

<sup>3</sup> Zu Kulturreisen und deren touristischer Bedeutung insgesamt siehe die Literaturliste zu Kulturreisen (Anlage 6)

Es begleitet die Tourismusstraße bei allen Maßnahmen nach innen und nach außen. Auch die Streckenführung der Straße der Romanik wurde durch ein Wegeleitsystem mit diesem Logo seit 1993 erschlossen. Straßenschilder mit Logo und Richtungshinweisen führen den Besucher einerseits in beiden Richtungen entlang der Strecke und geben ihm andererseits beim jeweiligen Objekt Informationen zu den Öffnungszeiten bzw. den Ansprechpartnern. Seit 2001 werden an den 72 Objekten großflächigere Tafeln aufgestellt, die in Verbindung mit den Sparkassen und dem Ostdeutschen Sparkassen- und Giroverband dem Touristen mehr Informationen zur Straße der Romanik und bereits im Jahr 2001 zu den Orten Ottos des Großen liefern.

Gleichzeitig wurden seit 1992 gemeinsam mit den touristischen Marketingorganisationen, wie dem Landestourismusverband (1992-1998), der Tourismusagentur (1998-1999) und der Landesmarketinggesellschaft (2000ff.), verschiedenste Werbemittel entwickelt, die sich ebenfalls des Logos bedienen. Dazu gehören eine Broschürenfamilie (deutsch, englisch, französisch), eine Faltblattserie (deutsch, englisch, französisch, schwedisch, italienisch, niederländisch), eine Imagebroschüre, ein Werbeplakat, ein Veranstaltungskalender und ein Video (deutsch, englisch, französisch). Ein wichtiger Vermarktungsbereich sind auch die privatwirtschaftlich entwickelten Buchpublikationen, die verschiedene Verlage in Absprache mit dem Wirtschaftsministerium auf eigenes unternehmerisches Risiko vorlegten. Dabei sollen unterschiedliche Zielgruppen nach preislichem und inhaltlichem Niveau erreicht werden. Bisher befinden sich im Angebot Kurzführer, Taschenbücher, Buchschuber mit drei Taschenbüchern, Kunstführer, Einzelführer zu den Denkmälern, die auch zusammen in einer Kulturführerkassette erhältlich sind, Bildbände, Kinderbuch und Straßenkarte<sup>4</sup>.

Der Erfolg eines Tourismusproduktes hängt jedoch neben einer guten Infrastruktur und einem professionellen Außenmarketing wesentlich von einem funktionierenden Innenmarketing ab. Vom Einwohner eines der 60 Romanikorte bis zum Museumsleiter, vom Taxifahrer bis zum Touristiker, vom Pastor bis zum Gastronom, alle müssen das Projekt der Straße der Romanik verinnerlicht haben, um es dem Besucher glaubwürdig zu vermitteln. Hier haben sich der Landestourismusverband, die regionalen und örtlichen Tourismusverbände sowie die touristischen Fachverbände gemeinsam mit Museen, Kirchen, Medien, Schulen etc. einen Namen gemacht. Schulprojekte oder Fotowettbewerbe, Romanikpreise oder Malwettbewerbe, Romanikreferenten oder Zeitungsserien sind Teil einer sich entwickelnden Corporate Identity der Straße der Romanik.

Zur Beförderung des Bekanntheitsgrades der Straße der Romanik haben neben vielen landesweiten, regionalen und örtlichen Festivitäten in zehn Jahren insbesondere die beiden Eröffnungsveranstaltungen im Jahr 1993 beigetragen. Am 7. Mai, dem 1020. Todestag Kaiser Ottos des Großen, wurde die Straße der Romanik durch den damaligen Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker im Kloster Unser Lieben Frauen in Magdeburg der Öffentlichkeit übergeben. Eher einen Volksfestcharakter hatte dann die zweite Eröffnung im Juni 1993 in Zusammenhang mit dem Burg- und Altstadtfest in Querfurt. Innerhalb weniger Monate, insbesondere seit der Eröffnung durch den Bundespräsidenten hatte sich die Straße der Romanik auch medial zu einer Touristenattraktion ersten Ranges entwickelt. Um nur ein Beispiel zu nennen: allein im Beobachtungszeitraum von März bis September 1993 wurden durch die Printmedien 112 Mio. (Auflagenhöhe) und durch die TV-Medien 17 Mio. (Einschaltheite) Menschen in Deutschland zum Thema Straße der Romanik erreicht.

#### **1.4. Die Erfolgsgeschichte der Straße der Romanik**

Mit dem Konzept Straße der Romanik ist auch die Erfolgsgeschichte guter Tourismusarbeit des Landes Sachsen-Anhalt insgesamt verbunden. Nur einige wenige Fakten können hier genannt sein:

- Heute zählt diese Straße der Romanik bei über 150 Konkurrenten zu den zehn erfolgreichsten Themenstraßen Deutschlands.
- In den Objekten an der Straße der Romanik, die eine Besucherzählung durchführen, wurden 2001 über 1,3 Mio. Touristen gezählt. Dazu gehören der Naumburger Dom mit 166.000 und die Stiftskirche Quedlinburg mit 127.000 Besuchern.
- Über 300.000 Besucher haben im Jahr 2001 die Landes- und Europaratsausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ und über 100.000 den „Kaiserzug“ auf den Spuren Ottos des Großen aufgesucht.
- In den touristischen Schwerpunktregionen Sachsen-Anhalts gab es auch in dem schwierigen Jahr 2000 erhebliche Steigerungen in den Übernachtungszahlen: in der Altmark, im Dessau-Wörlitzer Gartenreich und im Harz 5 bis 6 Prozent Wachstum bei ungefähr 3 Übernachtungstagen im Durchschnitt. Insgesamt konnte Sachsen-Anhalt im Jahr 2001 als eines der ganz wenigen Bundesländer

<sup>4</sup> Eine Literaturliste zur Straße der Romanik befindet sich in der Anlage 6

eine Steigerung, und zwar von 2,1 Prozent, bei den Übernachtungen verbuchen.

- Die neuesten Übernachtungszahlen belegen, das Interesse am Land ist ungebrochen – im Jahr 2001 wurden über 5,6 Mio. gewerbliche Übernachtungen gezählt.
- Direkt sind heute in der Tourismuswirtschaft Sachsen-Anhalts 41.000 Menschen beschäftigt.
- Auch wenn Sachsen-Anhalt nicht zu den klassischen Tourismusländern gehört, ist der Tourismus heute ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für das Land mit 5 % Anteil am Bruttoinlandsprodukt.



**Abb. 38: Kulinarische Reise ins Mittelalter**

## 2. Ottonik und Romanik

### 2.1. Otto der Große, Magdeburg und Europa

Acht Jahre nach Eröffnung der Straße der Romanik fand vom 27. August bis 2. Dezember 2001 in Magdeburg, dem Ausgangs- und Endpunkt der Straße der Romanik, die Großausstellung „Otto der Große Magdeburg und Europa“<sup>5</sup> statt. Sie stellt in dem Bemühen des Landes Sachsen-Anhalt, seine bedeutenden mittelalterlichen Wurzeln der deutschland- und weltweiten Öffentlichkeit zu präsentieren, bisher das kultur- und tourismuspolitische Highlight dar.

Denn in Sachsen-Anhalt lag genau vor 1000 Jahren das politische Zentrum Deutschlands. Hier war die Heimat der Liudolfinger, aus deren Familie Kaiser Otto der Große hervorging. Von ihrem Besitz im Harz aus errangen sie in Aachen die deutsche Königs- und in Rom die römische Kaiserkrone. Von hier aus führten sie Kriege gegen Slawen oder Ungarn. Hier gründeten sie Klöster und Bistümer, setzten geistliche und weltliche Würdenträger ein und ab.

Von hier aus gingen Reisen nach Gnesen/Polen oder Apulien/Italien. Hier spinnen sie ihre Heiratsfäden nach Wessex/England oder Konstantinopel/Byzanz. Hier empfangen sie Gesandtschaften aus Cordoba/Spanien oder Kiew/Ukraine. Nach Sachsen-Anhalt versuchten sie zurückzukehren, um ihre letzte Ruhe zu finden. Otto der Große, Magdeburg und Europa müssen als Einheit begriffen werden: In Sachsen-Anhalt wurde europäische Geschichte geschrieben. All dies fand Eingang in Titel und Ausstellung: Otto der Große, Magdeburg und Europa. Über 300.000 Besucher aus nah und fern haben das Ausstellungsangebot angenommen.

Die Landes- und Europaratsausstellung führte damit die Kräfte des Europa vor 1000 Jahren und des Europa an der Schwelle des 21. Jahrhunderts zusammen an einen zentralen Ort: Magdeburg.

Daß das Land Sachsen-Anhalt der Ausstellung<sup>6</sup> einen hohen Stellenwert zumaß, zeigt unter anderem, dass es mitgeholfen hat, dem Prädikat „Landesausstellung“ das der „Europaratsausstellung“ hinzuzufügen. Es war die erste Europaratsausstellung in den neuen Bundesländern, was Magdeburg und Sachsen-Anhalt auszeichnet, und die erste über einen mittelalterlichen Herrscher seit der Karlsaustellung 1965 in Aachen, was auf die europäische Dimension Ottos des Großen und Magdeburgs hinweist. Das Land Sachsen-Anhalt hat diese Ausstellung in bisher einmaliger Weise finanziell, logistisch und inhaltlich in vier Jahren mit allen zur Verfügung stehenden Kräften unterstützt. Daß dazu auch der grundlegende Umbau des Kulturhistorischen Museums in Magdeburg gehört, verdeutlicht beispielhaft die langfristig und nachhaltig ausgelegte, nicht auf Effekte, sondern auf Entwicklung ausgelegte Planung auch des Gesamtprojektes der Straße der Romanik.

### 2.2. Auf den Spuren Ottos des Großen

Ausgehend von der Europaratsausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“<sup>7</sup> hat das Wirtschaftsministerium deshalb auch ein Projekt entwickelt, das – von welcher Seite man es auch sehen will

- von Magdeburg ins Land strahlt bzw. nach Magdeburg zurückstrahlt – auf jeden Fall aus einer örtlichen Ausstellung ein landesweites Erlebnisprojekt macht. Gemeinsam mit dem Kultusministerium, dem Landesamt für Denkmalpflege und dem Kulturhistorischen Museum in Magdeburg wurden 1998 aus dem Projekt der Straße der Romanik zehn Orte zu einem Netzwerk von „Ottonen-Orten“ zusammengefasst. Als hochrangige Kriterien dienten einerseits die historische Dimension dieser Orte zur Zeit der Liudolfinger – von Heinrich I. bis Heinrich II. – und

<sup>5</sup> Zu den Inhalten der Europarats- und Landesausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ siehe den Beitrag von Claus-Peter Hasse sowie Heike Pöppelmann/Gabriele Köster in diesem Band

<sup>6</sup> Zu den kulturellen, touristischen und wirtschaftlichen Effekten siehe umfassend den Beitrag von Claus-Peter Hasse in diesem Band

<sup>7</sup> Zu der Bedeutung von Großausstellungen allgemein für Kultur und Wirtschaft siehe den Beitrag von Matthias Puhle in diesem Band

andererseits der sich heute an diesen Orten befindliche architektonische Bestand. Wie ein weiter Halbkreis gruppieren sich nun diese neun Orte Walbeck an der Aller, Halberstadt, Quedlinburg, Gernrode, Tilleda, Querfurt, Memleben, Zeitz, und Merseburg um das Zentrum Magdeburg.

Kein Land in Deutschland kann diese Bündelung an ottonischer Kunst und Geschichte in situ aufweisen. Diese deutschland- und sogar europaweite Einmaligkeit war die Grundidee des Projektes „Auf den Spuren Ottos des Großen“:

- Erstens sollten den Besuchern der Europaratsausstellung bewusst werden, dass es sich nicht nur um eine Ausstellung an einem beliebigen Ort, sondern inmitten der ottonischen Königslandschaft handelt – deshalb bilden allein schon in Magdeburg der Rundgang durch Ausstellung und Dom eine Einheit.
- Zweitens sollte dem Besucher aus diesem Bewusstsein heraus die unglaublich klingende Chance gegeben werden, tausendjährige Kunst und Kultur nicht nur hinter Vitrinen zu sehen, sondern in der Realität mit allen Sinnen zu erleben – um nur das Beispiel des Totengedenkens herauszugreifen – das reale „Erfahren“ (mit dem Auto und den Sinnen) der Grastätten Ottos I. und Edithas in Magdeburg, Lothars II. in Walbeck, Geros in Gernrode oder Thietmars in Merseburg.
- Drittens dient dieses „Konzentrat“ der zehn Orte dazu, das Landesprojekt der Straße der Romanik mit seinen 60 Orten insgesamt zu verstärken. Auch nach der Ausstellung bleibt die Route „Auf den Spuren Ottos des Großen“ bestehen und wird mit der Erinnerung an die Europaratsausstellung im Hinterkopf hoffentlich noch Jahrzehnte das Bewusstsein an die ottonische Königslandschaft innerhalb und außerhalb des Landes prägen.

Durch Einrichtung eines interministeriellen Beirates, der gemeinsamen Bereisung und Begehung mit den örtlichen und regionalen Vertretern sowie einer gemeinsamen Maßnahmenplanung konnte bereits 1999 ein Motivationsschub bei den örtlichen Trägern und Kommunen sowie bei den Ministerien und Verbänden erreicht werden, der das Gesamtprojekt der zehn Orte schon weit vor Beginn des Jahres 2001 „ins Rollen“ brachte. In den meisten Orten, wie in Magdeburg und Walbeck, kam es zu einer Infrastruktur- und Sanierungswelle, die von allen Ministerien mitgetragen wurde und noch lange nicht abgeschlossen ist. Für Museen, wie in Quedlinburg und Merseburg, oder Archäologieparks, wie in Memleben und Tilleda, war

das Ottonen-Jahr Anlaß und Beginn von Orientierung und Entwicklung. Damit werden wertvolle Kulturgüter für die Nachwelt erhalten und spannend präsentiert – eine nachhaltige, nicht auf ein Jubeljahr konzipierte Investition für Bürger und Gäste.

Gemeinsam mit der Landesmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalts ließ die Landesregierung für die Sachsen-Anhalter und für die vielen Gäste aus dem In- und Ausland im Jahr 2001 das Mittelalter wieder aufleben und schickte sie auf Entdeckungstour durch die Geschichte<sup>8</sup>. Das ganze Jahr stand, kulturell und touristisch gesehen, ganz im Zeichen eines Themas: Auf den Spuren Ottos des Großen. Es war nicht nur eingebunden in das Landesprojekt „Straße der Romanik“, sondern auch in das deutschlandweite Schwerpunktthema „Glanz der Romanik – Entdeckungsreise ins deutsche Mittelalter“, mit dem die Deutsche Zentrale für Tourismus weltweit in diesem Jahr warb. Mit der Konzeption zum touristischen Thema „Auf den Spuren Ottos des Großen“ ist ein Netzwerk von zehn Orten entstanden, das in Deutschland eine Vorreiterrolle beim qualitätsvollen Mittelaltermarketing spielt.

### 2.3. Kaiserzug

Im Infrastrukturbereich wurde seit 1998 viel Bleibendes auf den Weg gebracht und im Eventbereich wurde 2001 ebenso viel Spannendes den Besuchern geboten. Dazu gehören auch die vom Kulturhistorischen Museum Magdeburg mitbetreuten dezentralen Ausstellungen zu mittelalterlicher Kunst in den anderen neun Ottonen-Orten, besonders in Merseburg und Quedlinburg. Zur Koordinierung des landesweiten ottonischen Marketings, wozu auch die Veranstaltungen und der Vertrieb gehörte, hatte die Landesmarketinggesellschaft neben der Landesmarketingkonferenz einen speziellen Marketingausschuß Ottonen ins Leben gerufen, in dem auch alle Träger der ottonischen Stätten vertreten waren. Wirklich „ins Rollen“ kamen die zehn Ottonen-Orte: Magdeburg, Walbeck, Halberstadt, Quedlinburg, Gernrode, Tilleda, Querfurt, Memleben, Zeitz und Merseburg durch den durch sie ziehenden und von der Landesmarketinggesellschaft konzipierten „Kaiserzug“.

Sozusagen vor der Kulisse der ottonischen Architektur boten das Land und die Orte mit dem Kaiserzug einen außergewöhnlich guten Anlass, einen oder mehrere Tage zu verweilen und mitzufeiern. In vielen Monaten wurde in den Ottonen-Orten mit viel Fleiß und Phantasie gearbeitet – entstanden war ein ausgesprochen vielfältiges Angebot für über 110.000 Besucher – Einheimische und Gäste. Der Kaiserzug war eine Event-Inszenierung in modernem, nicht historischem oder historisierendem Erscheinungsbild und schlug damit

<sup>8</sup> Zum Gesamtmarketing des „Ottomenjahres“ siehe den Beitrag von Heinzgeorg Oette in diesem Band

die Brücke über 1000 Jahre hinweg in die Zukunft. Bereits vom 7. Mai 2001 an – dem Todestag Kaiser Ottos des Großen – in Memleben bis zum 26. August 2001 in Magdeburg brachte der Kaiserzug Land und Leute innerhalb und außerhalb Sachsen-Anhalts in Bewegung. Gerade die Vielfalt von Hochkultur mit der Magdeburger Ausstellung bis Volkskultur mit dem Kaiserzug machte das ottonische Jahr Sachsen-Anhalts zu einer deutschlandweit herausragenden Veranstaltung. Das touristische Jahr „Auf den Spuren Ottos des Großen“ wurde ein attraktives, buntes und im besten mittelalterlichen Sinn auch ein volkstümliches Jahr 2001 – das für jeden eine Überraschung bereit hielt und hoffentlich auch viele junge Menschen wieder zu mittelalterlicher Geschichte und Kultur führt.

### 3. Landesidentität Sachsen-Anhalts

Das 1993 nicht auf wissenschaftliche Kunstgeschichte, sondern auf sanften Kulturtourismus angelegte Projekt der „Straße der Romanik“ eröffnet dem Land vielfältige Chancen. Und auch das darin eingebundene touristische Verstärkerthema für 2001 „Auf den Spuren Ottos des Großen“ sowie die kulturgeschichtliche Landes- und Europaratsausstellung „Otto der Große Magdeburg und Europa“ spielen aus Landessicht nicht nur eine Melodie.

Als Zielgruppen sind nicht nur auswärtige Besucher, sondern auch die Landesbevölkerung angesprochen. In einem Bundesland, dessen einzelne Regionen sich historisch unterschiedlich entwickelt haben, obwohl sie bereits eine dreihundertjährige gemeinsame Vergangenheit besitzten, trägt die landesumgreifende, orts- und regionenumfassende Straße der Romanik zur Identitätsstiftung bei. Preußische, brandenburgische, magdeburgische, anhaltische oder wettinische Traditionen werden auf der Grundlage der gemeinsamen romanischen Wurzeln zu einem neuen landesträgenden Gefühl „Wir in Sachsen-Anhalt“ zusammengeführt.

Auch in der Tourismuspolitik des Landes stellt die Straße der Romanik mehr als nur ein Baustein dar. Auch die Landesmarketinggesellschaft und der Landestourismusverband Sachsen-Anhalts schließen unter der „Krone“ der Straße der Romanik die fünf Tourismusverbände des Landes fester zusammen:

den romantischen Harz, die burgen- und weinreiche Saale-Unstrut-Region mit der Salz- und Händelstadt Halle, Anhalt-Wittenberg als Wirkungsstätte Luthers Wiege der Reformation, die Landschaften der Altmark und die Elbe-Börde-Heide-Region mit der Landeshauptstadt Magdeburg. Die touristische Landesstrategie Sachsen-Anhalts firmierte lange Zeit nur unter dem Slogan „Ein Land macht Geschichte“. Die Straße der Romanik etablierte sich in diesem Konzept durch umfassendes Innen- und Außenmarketing fest als Markenzeichen des ganzen Landes.

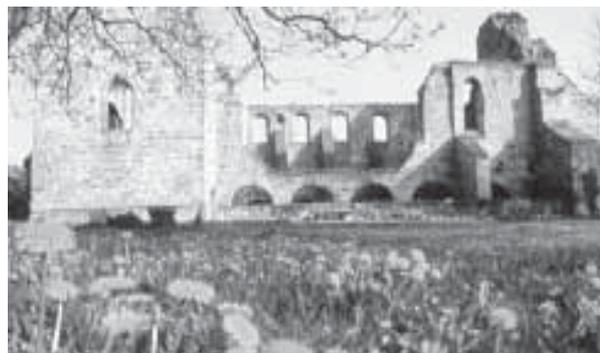


Abb. 39: Ruine der Stiftskirche Walbeck

Die Straße der Romanik beschäftigt sich zwar mit Geschichte und Kunstgeschichte, doch zielt sie auf die Zukunft der Geschichte. Tourismuspolitik ist Wirtschaftspolitik, und der Kulturtourismus entwickelte sich seit etwa fünfzehn Jahren zu einem der bedeutenden Faktoren dieses Wirtschaftszweiges. Die Steigerungsraten bei den Gästeübernachtungen in Sachsen-Anhalt sind auch auf den Ausbau des Kulturtourismus zurückzuführen. Dabei wurde das Mittelalter spätestens seit der Erstpublikation von Umberto Eco's Buch „Der Name der Rose“ 1980 zum „Renner“ in diesem Tourismuszweig. Sachsen-Anhalt ist auf diesen Zug frühzeitig aufgesprungen und hat die Straße der Romanik auf dem Reisemarkt verankert. Im Jahr 2003 wird die Tourismusstrasse im zehnten Jahr ihres Bestehens wieder im Mittelpunkt des Landesmarketings stehen.

Gerade die Landesbevölkerung bedient sich nunmehr dieses Angebots. Mit Hilfe der Straße der Romanik kann mittelfristig eine, mittelständische - vor allem gewerbliche und gastgewerbliche - Infrastruktur aufgebaut und langfristig stabilisiert werden. Durch sanften, regionalgeprägten Tourismus können - wie das u.a. Bayern gezeigt hat - Langzeitbetriebe und -arbeitsplätze geschaffen werden. Ziel der Straße der Romanik ist die Schaffung eines von Landschaft und Kultur geprägten, wirtschaftlich stabilen Arbeits- und Lebensraumes. Die Zielsetzung des Projektes Straße der Romanik muß immer wieder vor Augen geführt werden. Es geht um den Aufbau einer mittelständischen wirtschaftlichen Infrastruktur mit dem Ziel einer langfristigen Konsolidierung auch wirtschaftlich benachteiligter Gebiete durch sanften Tourismus.

Mit den Landesprojekten „Straße der Romanik“, „Auf den Spuren Ottos des Großen“ und „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ hat Sachsen-Anhalt die richtige zukunftsweisende Entscheidung getroffen. Sie sind einmaliger Ausdruck von Landesidentität (nach innen) und Landesimage (nach außen) – nachhaltige „Alleinstellungsmerkmale“ für das Land Sachsen-Anhalt. Tourismus schafft Bekanntheit und Sympathie, aber auch Geld und Arbeitsplätze. Durch die Straße der Romanik werden in Sachsen-Anhalt seit 1993 erfolgreich Kulturschätze in Tourismuswerte umgemünzt, und diese Politik wird das Land fortsetzen.

**Christian Antz**

## **Das Tourismusjahr „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ Vom „Kaiserzug“ der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH bis zum „Glanz der Romanik“ der Deutschen Zentrale für Tourismus**

Das Jahr 2001 rückte Sachsen-Anhalt als kultur-touristisches Reiseziel in einer bis dahin nicht gekannten Art und Weise in das Blickfeld der Öffentlichkeit. Große deutsche Zeitungen konzedierten – ohne Scheu vor Superlativen – der Region zwischen Harz und Elbe eine Bedeutung als „...eines der Kernländer des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation.“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung)<sup>1</sup> und als „Wiege der Alten Welt“ (Die Welt)<sup>2</sup>.

Die in den Katalogen der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH (LMG) und der weltweit agierenden großen deutschen Reiseveranstalter offerierten, um das Thema „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ geschnürten Reisepackages waren gut gebucht<sup>3</sup>; das Themenjahr der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) „Glanz der Romanik – Entdeckungsreise ins deutsche Mittelalter“ sorgte für spürbare Nachfrage in den DZT-Dependancen in aller Welt.

Fragt man nach den Ursachen all dessen, so wird schnell klar, dass es neben der attraktiven Europarats- und Landesausstellung, die – aufs Engste verbunden mit wichtigen infrastrukturellen Entwicklungen an vielen Orten im Land - über Jahre hinweg vorbereitet worden war<sup>4</sup>, vor allem ein hoch professionelles Marketing war, das zum Erfolg des „ottonischen Jahres“ beitrug.

### **1. Ottonenprojekt und Tourismus-Marketingstruktur**

Nach deutlichen Zuwächsen in der sachsen-anhaltischen Tourismuswirtschaft in der ersten Hälfte der neunziger Jahre sowohl bei Ankünften als auch bei Übernachtungen, folgte eine Phase der Stagnation. Diese hatte vielfältige Ursachen, eine davon war die Zersplitterung in den touristischen Strukturen und die mangelnde Aufgabenzuordnung der verschiedenen Akteure im Land.

Dies deckte sich mit ähnlichen Entwicklungen im gesamten Deutschlandtourismus – in vielen Bundesländern wurden zügig Konsequenzen gezogen: Es entstanden zentrale Tourismus-Marketingorganisationen, deren Aufgabenstellung mit der Koordination aller touristischen Bemühungen, vor allem aber mit einem strategisch begründeten, offensiven Außenmarketing beschrieben wurden. Angesichts der Tatsache, dass die deutschen Reise-regionen sich nicht nur untereinander als Konkurrenten zu begreifen hatten, sondern vom Kunden mit Destinationen in ganz Europa, ja der Welt verglichen werden, wurde die Konzentration der Kräfte zu einer *conditio sine qua non* für erfolgreiches Bestehen im Wettbewerb.

In Sachsen-Anhalt verlief der entsprechende Erkenntnisprozess zeitgleich mit der Vorbereitung der Europaratsausstellung und je weiter deren Vorbereitungen gediehen, desto drängender wurde die Frage danach, wie denn das immer sichtbarer werdende Potenzial dieser Ausstellung weit über den engeren Rahmen hinaus zu nutzen sei: identitätsstiftend im Inneren des Landes, für einen Imagegewinn darüber hinaus, für die deutschland- und weltweite Präsentation Sachsen-Anhalts als kulturtouristisches Reiseziel *par excellence*.

Immer klarer wurde, von welcher weitreichender wissenschaftlicher und kulturhistorischer, auch politischer Bedeutung die Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ sein würde. Konturen gewannen zunehmend auch die Aktivitäten in den Museen und den „ottonischen“ Stätten außerhalb der Landeshauptstadt. Infrastrukturelle Vorhaben von kommunaler, aber auch regionaler und überregionaler Bedeutung waren auf den Weg gebracht – doch wie und von wem sollte das Ganze – und dies vor allem koordiniert – touristisch vermarktet und damit auch in wirtschaftliche Effekte umgemünzt werden? Schlußfolgernd aus diesen Fragen und den Entwicklungen der neunziger Jahre, hat das Land Sachsen-Anhalt die Entscheidung vorbereitet und getroffen, 1999 die Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH (LMG) einzurichten<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Bernd Fritz, „Das Ottonenbrot wird mit Bier gebacken“, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 31. Mai 2001 (in Anlage 5)

<sup>2</sup> „Ottonen on tour“, in: Die Welt, 25. April 2001

<sup>3</sup> Die im Zusammenhang mit dem Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ entwickelten Pakete und Bausteine waren in zahlreichen Katalogen enthalten. Dazu zählen u.a.

- Sales Guide für Gruppenreisen Sachsen-Anhalt 2001

- Reisekatalog Sachsen-Anhalt 2001 „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“

- Ameropa-Katalog: Faszination Deutschland – Urlaub in Thüringen und Sachsen-Anhalt, Oktober 2000 bis Oktober 2001

- Neckermann-Katalog „City & Events“ 2001

- TUI Deutschland – Katalog April – Oktober 2001

<sup>4</sup> Siehe auch die Beiträge von Christian Antz und Claus-Peter Hasse in diesem Heft

<sup>5</sup> Kabinettsbeschluss vom 29. Juni 1999

Die Gründung der LMG, die ihre operative Arbeit zu Beginn des Jahres 2000 aufnahm, und deren Aufgaben zunächst in der Entwicklung von Strategien für das touristische Außenmarketing und in der Vermarktung des touristischen Potenzials des Landes bestehen, war insofern auch ein Ergebnis des Nachdenkens über das Ottonenprojekt.

Zugleich war mit der LMG neben den gleichsam objektiven Gegebenheiten (Europaratsausstellung, infrastrukturelle Aktivitäten in den Orten etc.) das entscheidende Instrument für einen möglichen touristischen Erfolg des Projekts geschaffen worden.

## 2. Was will der Markt ?

Eine der Ursachen für die weiter oben schon erwähnte Stagnation im sachsen-anhaltischen Tourismus bestand in der – in der Phase des „Neugiertourismus“ Anfang der neunziger Jahre sicher richtigen, zumindest aber ausreichenden – fast ausschließlich vom Angebot geprägten Art des Herangehens. Dies musste schnell korrigiert, die Sicht gleichsam vom Kopf auf die Füße gestellt werden. Die Frage, die sich die LMG von Beginn ihrer Arbeit an stellte, war: Was will der Tourist, der Kunde also, was wird nachgefragt, was will der Markt ?

Faßt man die Vielzahl der dazu vorliegenden Untersuchungen und Überlegungen von Wissenschaftlern und Praktikern der Tourismusbranche zusammen, so geht es um drei Dinge:

- Der Tourist von heute will wiedererkennbare Marken (und Destinationen), er will Unverwechselbarkeit, er will Alleinstellungsmerkmale.
- Der Tourist von heute will attraktive Events, er will Erlebnisse, er will Highlights, die für ihn zunehmend zum Reiseanlaß werden.
- Der Tourist von heute will Qualität in der ganzen Reisekette, von der Information über potenzielle Reiseziele über den eigentlichen Aufenthalt bis zur Abreise und danach und er will diese Qualität unabhängig davon, ob er im Premium- oder im Low-Budget-Segment bucht.

Prof. Dr. Felizitas Romeiß-Stracke vom Münchner Creative Leisure Research sprach auf einer Tagung der Unesco-Welterbestätten im Jahre 2001 von einer sich zunehmend entwickelnden „Experience-Economy“, von der Notwendigkeit des Schrittes von der „Kulturarroganz

zur Erlebnisökonomie“, davon, dass es ein unendliches Bedürfnis nach erzählter Geschichte („Das dynamische Denkmal“) gäbe<sup>6</sup>. Und ihr Kollege Dr. Mathias Feige vom dwif München verwies auf einer Marketing-Tagung des Regionalen Fremdenverkehrsverbandes Anhalt-Wittenberg im Oktober 2001 unter dem Titel „Trends und Märkte“ darauf, dass der Tourist zunehmend auf der Suche nach emotionaler Aufladung sei, nach Exklusivität unter dem Motto „Once-in-the-Life“<sup>7</sup>. Dies alles berücksichtigend war und ist natürlich immer auch die Frage zu stellen, ob die Inhalte, ob die Potenziale, über die der Anbieter – in unserem Falle das Land Sachsen-Anhalt – verfügt, der Nachfrage entsprechen. Hier ist, ganz zweifellos, ebenso viel antizipatorische wie analytische Marktarbeit nötig. Und im übrigen auch das Nachdenken darüber, ob für ein vorhandenes Angebot, zumindest langfristig, nicht auch Nachfrage geschaffen werden kann.

## 3. Vom Landesthema zum Themenjahr der Deutschen Zentrale für Tourismus

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) als Marketingorganisation des Bundes und der Bundesländer legte in der 2. Hälfte der neunziger Jahre in einem intensiven Diskussionsprozeß die Schwerpunkte für das Deutschlandmarketing zunächst bis zum Jahre 2001 fest. Mit Blick auf die für eben dieses Jahr geplante Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“, aber auch auf die 1993 ins Leben gerufene „Straße der Romanik“ mit ihren 72 attraktiven romanischen Bauwerken in 60 Orten, die sich binnen kurzem zu einer der erfolgreichsten deutschen Tourismusstraßen entwickelte<sup>8</sup>, schlug Sachsen-Anhalt vor, die Romanik im engeren bzw. das Mittelalter im weiteren Sinne zum DZT-Jahresthema für 2001 zu erklären.

Nach der Entwicklung eines Kataloges für die Entscheidungsfindung durch die DZT gemeinsam mit den Bundesländern, in dem Kriterien wie Marktchancen im In- und Ausland, Angebotsqualität, Events, infrastrukturelle Voraussetzungen etc. gründlich geprüft wurden, wurde festgelegt, Deutschland mit Blick auf das Jahr 2001 weltweit unter dem Titel „Glanz der Romanik – Entdeckungsreise ins deutsche Mittelalter“ zu vermarkten. Kern dabei sollte das sachsen-anhaltische Angebot sein. Den Ausschlag dafür hatte neben den annähernd 300 sichtbaren Zeugnissen der Romanik in ganz Deutschland vor allem die immer erkennbarer werdende hohe Qualität der für den Zeitraum vom 27. August bis zum 2. Dezember 2001 in Magdeburg geplanten Europa-

<sup>6</sup> Zitiert nach einem Vortrag auf der ersten Tagung der deutschen Unesco-Welterbestätten am 1.2./2.2.2001 in Weimar. Die schriftliche Fassung des Vortrags liegt als Kopie bei der LMG vor. Felizitas Romeiß-Stracke, Bernhard Scheller, BSF Creative Leisure Research: Die Zukunft der touristischen Vermarktung des Unesco-Welterbes in Deutschland durch die Werbegemeinschaft der Unesco-Weltkulturgüter, München, Januar 2001

<sup>7</sup> Zitiert nach einem Vortrag auf der Marketing-Konferenz des Regionalen Fremdenverkehrsverbandes Anhalt-Wittenberg am 10.10. 2001 in Dessau. Charts unter dem Titel „Tourismusbarometer 2001 – Rahmendaten für Anhalt-Wittenberg“ liegen dazu bei der LMG vor.

<sup>8</sup> Entwicklung der Besucherzahlen Straße der Romanik: 1995: 840.000; 1996: 940.000, 1997: 1.130.000; 1998: 1.160.000; 2000: 1.115.000; 2001: 1.320.000 (Quelle: Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e.V., Angaben zu Besucherzahlen beruhen in einzelnen Bauwerken auf Schätzungen.)

ratsausstellung einerseits, aber auch die spürbar steigende Nachfrage bei Touristen in aller Welt nach dem Thema Mittelalter andererseits gegeben.

Sachsen-Anhalt sah sich damit der bis dahin einmaligen Chance gegenüber, sein touristisches Angebot durch die DZT weltweit in einer Weise platziert zu bekommen, wie es bis dahin noch nicht geschehen war und wie es mit eigenen Kräften auch nicht möglich wäre. Zugleich aber stellte sich die Frage, ob die Magdeburger Ausstellung allein – bei aller Bedeutung – dieser Chance gerecht würde, ja, ob es nicht nachgerade unabdingbar sei, die Ausstellung in ein deutlich größeres Angebot einzubetten und zugleich das touristische Potenzial des Landes, weit über die Romanik hinaus, in die Angebote einzuarbeiten. Sachsen-Anhalt wollte (und sollte) nicht nur Geburtshelfer des Themenjahres „Glanz der Romanik – Entdeckungsreise ins deutsche Mittelalter“ sondern zugleich in vielfältiger Weise dessen Nutznießer sein.

#### **Abb. 40: Ankünfte in Sachsen-Anhalt**

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

#### **4. Vom ortsbezogenen Event zum Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“**

Als die LMG zu Beginn des Jahres 2000 ihre operative Geschäftstätigkeit aufnahm, war genau dieser Punkt der Erkenntnis erreicht, ohne dass klar gewesen wäre, was und in welcher Weise es zu tun sei.

Eine erste Potenzialanalyse machte deutlich, dass die Magdeburger Ausstellung mit Sicherheit viele Geschichtsinteressierte und Kulturtouristen anziehen würde, andererseits aber auf Grund ihres Anspruchs aber auch wegen der begrenzten Laufzeit von 100 Tagen keine massenhafte touristische Nachfrage würde generieren können.

Zugleich war natürlich klar, dass neben Gernrode, Halberstadt, Magdeburg, Memleben, Merseburg, Quedlinburg, Querfurt, Tilleda, Walbeck (Ohrekreis) und Zeitz – die nach einer umfänglichen Bereisung und gründlichen Debatten 1999 von einer vielköpfigen Expertenkommission als wichtigste und für die touristische Vermarktung interessanteste zehn „ottonische“ Orte benannt worden waren - die ganze „Straße der Romanik“ Bestandteil des touristischen Angebot sein müsste.

#### **Abb. 41: Übernachtungen in Sachsen-Anhalt**

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Das schnell erkannte Defizit bestand in der nicht vorhandenen Veranstaltungs-Klammer zwischen den Ottonen-Orten, im Fehlen eines überregional bedeutsamen, länger dauernden, ggf. wiederkehrenden Events, der vor allem für deutsche Touristen aus den für Sachsen-Anhalt interessanten Quellgebieten zum Reiseanlaß werden könnte. Die Schlußfolgerung, die die LMG zog, bestand aus touristischer Sicht darin, um die Ausstellung herum für 2001 in Sachsen-Anhalt ein Romanik- bzw. Mittelalterangebot über einen großen Teil des Jahres, in vielen Teilen des Landes und für möglichst viele touristische Ansprüche zu gestalten.

So entstand in enger Zusammenarbeit mit externen kreativen Partnern zwischen Februar und Mai 2000 zunächst die Idee eines Kaiserzuges, der über mehrere Monate hinweg die „ottonischen“ Orte im Lande verbinden könnte. Diese Idee wurde auf einer erweiterten Landesmarketingkonferenz im Juni 2000 erstmals den touristischen sowie den Partnern aus den Kommunen und Regionen vorgestellt und von ihnen grundsätzlich begrüßt.

Insgesamt sollte das Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ auf drei Säulen ruhen: der Europaratsausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ als zentralem Angebot, der „Straße der Romanik“ mit ihren 72 Objekten und dem, was mit ihnen und um sie herum touristisch anzubieten ist und schließlich dem „Kaiserzug“ von Ottonenort zu Ottonenort.

Zu realisieren war das gesamte Projekt – daran gab es in der LMG nie einen Zweifel – nur durch eine kollektive Kraftanstrengung sehr vieler Partner, durch die Einbeziehung zahlreicher Akteure und Kooperationsmaßnahmen sowohl „vertikal“ als auch „horizontal“, wie es sie bis dahin im Land noch nicht gegeben hatte.

So schloß die LMG mit den zehn Ottonenorten, vertreten durch ihre Oberbürgermeister und Bürgermeister, noch im Frühjahr 2000 Kooperationsverträge ab, die das gemeinsame Ziel und die beiderseitige Verantwortung beschrieben. So kompliziert dies im Prozeß der Realisierung gelegentlich auch war – die Verträge

waren die Basis dafür, auch in schwierigen Situationen eine gemeinsame Lösung zu suchen.

Darüber hinaus bildete die LMG eine „Koordinierungsstelle Otto“, gleichsam das beratende Begleitgremium der operativen Arbeit am Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“. In dieser Koordinierungsstelle waren alle Partner vertreten – von den Orten bis zu den Ministerien und vom Landesh Heimatbund bis hin zur den Kaiserzug realisierenden Eventagentur – die für den Erfolg des Projekts unabdingbar waren<sup>9</sup>. Die Koordinierungsstelle tagte regelmäßig und nahm so über Monate hinweg unmittelbar Einfluß auf die Vorbereitung und Durchführung des Vorhabens. Zugleich sei an dieser Stelle darauf verwiesen, dass – neben den enormen Beträgen, die aus vielen Förder- und anderen Quellen schon seit Jahren in das Projekt flossen – allein der Kaiserzug ein finanzielles Engagement in Millionenhöhe erforderte, um das sich das Land Sachsen-Anhalt in einzigartiger Weise und darüber hinaus eine Reihe von Sponsoren verdient machten.

In seiner Gesamtheit hatte das Projekt fünf wesentliche Ziele, die deutlich machen, dass es um mehr als die touristische „Sofortwirkung“ ging und geht:

- In Vorbereitung auf das Projekt und mit Blick auf das „ottonische“ Jahr und die Zukunft sollten in den Kommunen an vielen Stellen infrastrukturelle Verbesserungen mit möglichst langfristigen Wirkungen erreicht werden. Dazu gehörten Baumaßnahmen unterschiedlichster Art ebenso wie die Restaurierung bedeutender historischer Objekte und Dokumente, die Schaffung von Dauerausstellungen in den ottonischen Stätten bis hin zu Verbesserungen in der Hotellerie und Gastronomie.
- Sachsen-Anhalt sollte als Schatzkammer des Mittelalters, als Kernland deutscher Geschichte, als Reise- und Ausflugsziel, in dem sich deutsche und europäische Geschichte und Kultur einzigartig konzentrieren, positioniert werden. Zugleich ging es dabei um einen spürbaren Beitrag zu einer positiven Imageveränderung des Landes und zur Identitätsstiftung im Inneren.
- Gewollt waren von Anfang an ökonomische Effekte durch einen wachsenden Besucherstrom, durch steigende Übernachtungszahlen, durch einen Aufschwung der Tourismuswirtschaft im weitesten Sinne.
- Gewollt war, den Kaiserzug als ein Volksfest - im übrigen auch in Orten, in denen solche Höhepunk

## Abb. 42: Besucherzahlen Memleben

Quelle: Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.

te ansonsten eher selten sind - zu gestalten, als einen Weg, sehr viele Menschen ganz unterschiedlichen Bildungsniveaus zum Thema Romanik/Ottonen hinzuführen.

- Last but not least war das gesamte Projekt und nicht zuletzt der Kaiserzug auch ein Test auf die Leistungsfähigkeit der noch jungen Landesmarketinggesellschaft, viel mehr aber noch für eine bis dato nicht gekannte Art der Zusammenarbeit, die auch helfen sollte, die betroffenen Orte selbst miteinander zu verknüpfen.

## 5. Der Kaiserzug - Von der Idee bis zum Finale

Die Idee des Kaiserzuges entstand, wie weiter oben schon beschrieben, im Frühjahr 2000. Legt man den schnell gemeinsam gefundenen „Starttermin“ 7. Mai 2001 für das gesamte Projekt zugrunde, standen nicht einmal zwölf Monate für die Organisation zur Verfügung. Der Idee des Zuges lag das Wanderkönigtum des Mittelalters zugrunde, die Tatsache, dass die Ottonen mit großem Gefolge von Pfalz zu Pfalz zogen und die Regierungsgewalt immer von jenem Ort ausging, an dem man sich gerade aufhielt. Als Event-Inszenierung mit wechselnden Schauplätzen wurden für den Zug zahlreiche Programmteile entwickelt, die es so oder in dieser Kombination noch nicht gegeben hatte, zugleich bildete der Zug die Kulisse für traditionelle ortsbezogene Veranstaltungen. Insofern ergänzte und erweiterte der Kaiserzug die Angebote der Orte mit dem exklusiv für diesen Event Geschaffenen und verknüpfte beides zu einer außergewöhnlichen Inszenierung.

Nach der Auftaktveranstaltung des Landes für das Gesamtprojekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in

<sup>9</sup> In der Koordinierungsstelle Otto bei der LMG wirkten mit: Ministerium für Wirtschaft und Technologie, Ministerium für Arbeit, Frauen, Gesundheit und Soziales, Kultusministerium, Ministerium des Innern, Ministerium für Wohnungswesen, Städtebau und Verkehr, Regierungspräsidien Magdeburg und Halle, Landesamt für Denkmalpflege, Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e.V., Landesh Heimatbund Sachsen-Anhalt e.V., Evangelische Erwachsenenbildung der Kirchenprovinz Sachsen, Bischöfliches Ordinariat des katholischen Bistums Magdeburg, Magdeburger Museen, Verwaltungsgemeinschaft Gernrode, Evangelisches Pfarramt Gernrode, Evangelisches Kreisoberpfarramt Halberstadt, Domschatzverwaltung Halberstadt, Stadt Halberstadt, Landeshauptstadt Magdeburg, Stadtverwaltung Merseburg, Verein Kloster und Kaiserpfalz Memleben, Gemeindeverwaltung Memleben, Stadtverwaltung Quedlinburg, Museum Burg Querfurt, Stadtverwaltung Querfurt, Gemeinde Tilleda, Gemeinde Walbeck, Verwaltungsgemeinschaft Weferlingen, Stadt Zeitz, Museum Schloß Moritzburg Zeitz, compact team Berlin, catering company Berlin



**Abb. 43: Klosterruine St. Marien Memleben**

Sachsen-Anhalt“ am 7. Mai 2001, dem Todestag Ottos des Großen, an historischer Stätte in Memleben, einer der Lieblingspfalzen Ottos und zugleich seines und seines Vaters Heinrich I. Sterbeort, begann der Kaiserzug am 11. Mai seinen 16 Wochen währenden Marsch durch das Land. Immer am Freitagabend zog die bunte Truppe der Ritter und Gaukler in die Ottonenorte ein und begann mit dem „Prolog der Sinne“ ihr drei Tage währendes Spiel. An insgesamt 31 Veranstaltungstagen zwischen Mai und August boten mehrere Hundert Mitwirkende weit über 200 Stunden Programm in Memleben, Merseburg, Quedlinburg, Querfurt, Zeitz, Halberstadt, Gernrode, Walbeck, Tilleda und Magdeburg, wo das Finale des Kaiserzuges am 26. August 2001 zugleich den spielerischen Rahmen für den Auftakt der Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ bildete<sup>10</sup>.

Annähernd 110.000 Besucher aus ganz Deutschland und dem Ausland wurden in den zehn ottonischen Orten gezählt. Und bei ihnen und – dies kann man ohne Übertreibung sagen – Hunderttausenden mehr wurde die Neugier auf die große Ausstellung um den ersten Kaiser des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation von Tag zu Tag größer.

Waren die LMG und vieler ihrer Mitstreiter natürlich mit dem Willen zum Erfolg aber auch mit einiger Skepsis an die Organisation des Zuges gegangen, so lässt sich mit einigem Abstand sagen, dass der Kaiserzug in verschiedener Weise sehr viel mehr wurde, als man zunächst zu erwarten geneigt war:

- Er wurde zum attraktiven Event, zum Reiseanlaß für Sachsen-Anhalter, für Tagesausflüge und Wochenendreisen für Touristen aus dem In- und Ausland.

- Er wurde zum hinführenden und insofern auch zum ergänzenden Veranstaltungsangebot zur Europarats- und Landesausstellung Magdeburg.
- Er wurde zum Auslöser für eine ortsübergreifende kulturelle Kooperation und damit zu einem verbindenden Element zwischen den ottonischen Orten in Sachsen-Anhalt.
- Er wurde zu einer identitätsfördernden Initiative für die Sachsen-Anhalter in allen Landesteilen und er leistete damit einem Beitrag dazu, Sachsen-Anhalt als ein aufgeschlossenes und interessantes Bundesland für den kulturell Interessierten, für Touristen aus dem In- und Ausland zu positionieren.

## **6. Das Ottonenjahr – Vom Produkt zum Kunden**

Die – neben der Organisation des Gesamtprojekts – für die LMG entscheidende Frage war natürlich die nach der Vermarktung im engeren Sinne, die Frage danach, wie das Produkt erfolgversprechend an den Kunden zu bringen war. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation im weitesten Sinne ebenso wie die gezielte Ansprache potentieller Gäste rückten in den Focus der Überlegungen. Die Landes- und Europaratsausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“, die Straße der Romanik mit den zehn „Ottonenorten“ und die Veranstaltungsreihe „Kaiserzug“ sollten ab August 2000 im Mittelpunkt einer Marketing- und Vertriebskampagne stehen, angestrebt wurde von der LMG, mit der „Otto-Kampagne“ eine neue Qualität im touristischen Marketing zu erreichen.

Mit zuvor nicht gekannter Konsequenz

- wurden die Einzelmaßnahmen und im Zusammenspiel der Marketingmix auf Zielgruppen, Märkte und Vertriebswege zugeschnitten
- wurde auf die Nutzung von Synergien aus der Kooperation mit potenten Vertriebspartnern im In- und Ausland gesetzt
- wurde der ortsbezogene touristische „Leuchtturm“ Landes- und Europaratsausstellung zu einem Motor für eine auf das ganze Land bezogene imagefördernde Kommunikation entwickelt.

Markt- und Zielgruppenansprache erfolgten erstmals außerordentlich offensiv und mit bisher nicht praktizierter Intensität. Der Startschuß für den Otto-Werbezug wurde im August 2000 auf dem RDA-Workshop - der weltgrößten Einkaufsmesse für Veranstalter von Bus- und Gruppenreisen - gegeben. Möglichst früh-

<sup>10</sup> Mitwirkende bei der Veranstaltungsreihe Kaiserzug waren u.a.: Roland Kaiser, Wolfgang Ziegler, Achim Mentzel, Dagmar Frederic, Roland Neudert, Gruppe City, Gruppe Stern Combo Meißen, Gruppe Juckreiz, Corvus Corax-die Könige der Spielleute, Aufführung „Kaiserbilder“ des Musik- und Theaterförderverein Priester e.V., Aufführung „Prolog der Sinne“, Freier Ritterbund Thüringen, Vox Nostra, Gruppe Wilk & Friends, Märchenfee Anett Kölpin, Städtisches Puppentheater Magdeburg, DI GRINE KUZINE, Jean Pacalet, Gruppe father's best, Clownerie Eddy & Locci, Horus Falknerie, Ausstellung „Königlicher Kaiserkitsch“

zeitig sollte dieses wichtige Marktsegment erschlossen und mit attraktiven Angeboten Nachfrage im Gruppentourismus initiiert werden.

Bis zum Abschluß der Landes- und Europaratsausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ im Dezember 2001 ebnete ein umfangreiches Paket von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen Wege zu potentiellen Kunden. Eine Auswahl soll dies nachfolgend verdeutlichen:

• **Entwicklung, Produktion und zielgruppenorientierter Vertrieb von Katalogen und Werbeprospekten** mit Kommunikationsschwerpunkt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“

- Reisekatalog 2001 für Einzelreisende, Familien und Kleingruppen
- Sales Guide 2001 für Veranstalter von Gruppenreisen
- Falblatt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“
- Falblatt und ortsbezogene Programmzettel Veranstaltungsreihe Kaiserzug
- Aufkleber und Anstecker Kaiserzug
- ADAC-Freizeitbroschüre „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ (Kooperation mit ADAC)
- Gästezeitung „Auf den Spuren Ottos des Großen“ (Kooperation mit Harzdruckerei Wernigerode)

• **Mediawerbung**

- Großflächenplakatierung „Faszination Romanik“ und „Kaiserzug“ in ausgewählten Quellgebieten und Großstädten
- Veranstaltungsbezogene Plakatierung Kaiserzug
- Anzeigenschaltungen in der Fachpresse für Bus- und Gruppenreisen
- Anzeigenschaltungen und Programmbeilagen „Kaiserzug“ in Tageszeitungen und Anzeigenblättern

• **Mailings**

• **Verlagskooperationen**

• **Messen, Workshops, Präsentationen**

- Kommunikation des Themas und Bewerbung von „Otto-Angeboten“, u.a. auf der ITB 2001 und auf dem Bundeskongreß des Deutschen Fußballbundes in Magdeburg

• **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

- Öffentlichkeits- und medienwirksame Veranstaltungen, u.a. Festveranstaltung zur Eröffnung des Themenjahres 7. 5. 2001 in Memleben, Renntag des Magdeburger Rennvereins April 2001
- Pressekonferenzen, Pressegespräche
- Studienreise für Journalisten und Veranstalter von Gruppenreisen
- Gewinnspiele in Tageszeitungen, MDR-Hörfunk, MDR-Fernsehen

- Medienkooperation mit dem MDR
- Presseinformationsdienst
- Fotowettbewerb
- Bilderdienst/Foto-CD

• **Internet-Präsentation**



Abb. 44: Kaiserzug

• **Kooperationen mit Vertriebspartnern**

- Reiseveranstalter AMEROPA, NUR, TUI
- Einträge in Katalogen von über zwanzig Veranstaltern
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT, Marktbearbeitung Inland und ausländische Märkte)
- ADAC Niedersachsen/Sachsen-Anhalt (Freizeitführer, Pressearbeit)

Wesentlichen Anteil an der erfolgreichen Markteinführung des Projektes „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ hatte die konsequente Nutzung der Synergien aus den bundes- und weltweiten Marketing- und Vertriebsmaßnahmen der DZT. Schon frühzeitig wurden die Landes- und Europaratsausstellung und die Straße der Romanik als herausragende Angebotssäulen im DZT-Schwerpunktthema 2001 „Glanz der Romanik“ platziert. Im Ergebnis dessen gab es eine herausgestellte Berücksichtigung der sachsen-anhaltischen Romanik-Angebote in den auf das Thema „Glanz der Romanik“ bezogenen Marketing- und Vertriebs-

maßnahmen der DZT. Rund 20 Studienreisen für Journalisten und Veranstalter aus dem Ausland führten „Auf den Spuren Ottos des Großen“ durch Sachsen-Anhalt. Druckwerke und Kataloge der DZT warben vielsprachig für die Straße der Romanik und die Ottonenausstellung.

Die Bilanz am Jahresende 2001 verdeutlichte, dass es der LMG gemeinsam mit den Partnern in bis dato nicht gekanntem Umfang gelungen war, den Markt und die Kunden tatsächlich zu erreichen und neugierig darauf zu machen, im Kernland deutscher Geschichte auf Entdeckungsreise zu gehen:

- Im Tourismusjahr 2001 gehörte Sachsen-Anhalt mit einem Zuwachs von 2,1 % bei den Übernachtungen zu den Gewinnern unter den deutschen Bundesländern. Höhere Zuwächse gab es nur in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Im Bundesdurchschnitt blieben die Übernachtungen bei einem Plus von 0,1 % etwa auf Vorjahresniveau.
- Deutlich über dem Landesdurchschnitt fiel der Übernachtungszuwachs 2001 in den meisten Ottonenorten aus (Gernrode +4,4 %, Quedlinburg +37,1%, Querfurt +18,2 %, Halberstadt +21,5%, Magdeburg +6,1 %).
- Erstmals nach 1990 kamen einige Orte an ihre Kapazitätsgrenze bei Übernachtungen. Ebenfalls angestiegen ist die Zahl der Tagesbesucher, in einigen Orten zwischen 30 bis 75 %. Die Mehrheit der Besucher entlang der „Straße der Romanik“ kam auch 2001 aus Sachsen-Anhalt und Niedersachsen. Weitere wichtige Quellgebiete waren die Großräume Berlin und Frankfurt am Main sowie Rheinland-Pfalz und Mecklenburg-Vorpommern.
- Die Aufenthaltsdauer der Touristen betrug im Durchschnitt 2,4 Tage mit Tagesausgaben von durchschnittlich 60 Euro. Das Durchschnittsalter der Touristen lag bei 48 Jahren – eine kultur- und geschichtsinteressierte sowie finanzstarke Kundenschicht.
- Deutliche Zuwächse verzeichneten die Ottonenorte bei Stadtführungen und Gästezahlen in den Bauwerken Straße der Romanik.
- Rund 110 000 Besucher ließen sich durch das Programm des Kaiserzuges auf die Spuren der Ottonen locken.
- Rund 300 000 Besucher wurden in der „Otto-der Große-Ausstellung“ im kulturhistorischen Museum Magdeburg gezählt.
- Weit mehr als die Hälfte der touristischen Informationsanfragen 2001 bei der LMG betrafen das Thema Romanik/Otto.

Übernachtungen	2000	2001
Ottonenorte	626.691	714.971
Gesamt	5.440.659	5.552.933

**Abb. 45: Übernachtungen in Sachsen-Anhalt**

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

- Eine sehr gute Medienresonanz im In- und Ausland sorgte für nachhaltige Wirkung, Imagegewinn und Erhöhung des Bekanntheitsgrades von Sachsen-Anhalt als lohnenswertes kulturtouristisches Reiseziel. Dies wird weit über das „Ottonenjahr“ hinaus nachwirken.

## 7. Einige Schlußfolgerungen aus dem Projekt

Das Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ fordert nachgerade dazu heraus, Schlußfolgerungen für weitere solcher oder ähnlicher Projekte zu ziehen - auch und gerade, was die Art und Weise des Herangehens anbetrifft.

Wesentliche dieser Schlußfolgerungen bestehen aus der Sicht der LMG in folgendem:

- Projekte der Größenordnung wie das hier betrachtete bedürfen einer außerordentlich **langfristigen Vorbereitung**. Die ersten Entscheidungen für das, was im Jahr 2001 tatsächlich geschah, fielen 1995. Wirklich erfolgversprechende Strategien erfassen heute Zeiträume von fünf bis zehn Jahren – was ihre ständige Aktualisierung nicht ausschließt, sondern geradezu erfordert.

- Erfolge, wie die im Jahre 2001 erreichten, setzen nationale und internationale Strahlkraft voraus. Das ist denkbar nur bei einer Konzentration auf wirklich tragfähige Schwerpunktthemen bzw. -ereignisse. So problematisch es dem einen oder anderen auch erscheinen mag: Konzentration heißt auch, Mut zur Lücke zu haben. Jede touristische Destination in Sachsen-Anhalt, jedes Thema, das am Markt platziert werden soll, befindet sich heute à priori im internationalen Wettbewerb und der diktiert die Spielregeln.
- Das Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ wäre in keiner seiner Facetten erfolgreich gewesen ohne ein großes Maß an Engagement, ohne ausgeprägte Beharrlichkeit, ja vielleicht sogar Euphorie. Mehr als einmal gab es in den Jahren der Vorbereitung Zweifel am Gelingen, nicht selten schienen Zweifler die Meinungshoheit zu gewinnen. Am Ende behielten jene recht, die den Erfolg wollten und unbeirrt für ihn arbeiteten.
- Dass dies sehr viele waren, macht auf eine andere Schlußfolgerung aufmerksam: Das Projekt wäre ohne ein Höchstmaß an Gemeinsamkeit quer durch das ganze Land, über alle Ebenen hinweg, vom ersten Schritt der Aktion an nicht möglich gewesen. Angesichts der gerade den Tourismus prägenden Konkurrenzsituation, unter Berücksichtigung der Tatsache, dass vorhandene Mittel auf immer mehr Projekte oder sinkende Mittel auf das Vorhandene aufzuteilen sind, und mit Blick auf die Skepsis, mit der „Zentrale“ und „Basis“ einander begegnen, ist dies ein nicht zu unterschätzender Faktor.



**Abb. 46: Dom und Schloß Merseburg**

- Dies führt zu einer weiteren Erkenntnis: Vorhaben wie das „Otto-Projekt“ bedürfen eines soliden finanziellen Fundaments und damit verbunden – und dies auch mit schaffend – wirklich engagierter Sponsoren. Man kann es auch anders sagen: So wünschenswert die unendlich vielen Vorhaben auch sind, die es im kulturellen und kulturtouristischen Bereich dank vieler ideenreicher Menschen im

Land gibt – wenn sie an der heute weit verbreiteten Mangelkrankheit fehlender Gelder leiden, sollte man von ihnen absehen oder - siehe oben - die Mittel konzentrieren.

- Das Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ war dort erfolgreich, wo es und insofern professionell gemacht wurde. Ein Höchstmaß an Professionalität auf den jeweiligen Teilgebieten und ein breiter Kreis entsprechender Partner, die einander in ihrer Professionalität auch respektieren, ist unerlässlich. Dazu ist aus Sicht der LMG ein Gedanke besonders wichtig: Vielerorts wird Marketing auch heute noch erheblich verkürzt – grob gesagt als Vermarktung, die irgendwann einsetzt – betrachtet. Dies ist grundfalsch. Marketing begleitet ein Projekt von der ersten Idee an, ja konstituiert manches Projekt eigentlich erst. Für Vorhaben wie das „Otto-Projekt“ heißt dies, alle Aspekte eines erfolgreichen Marketings von Anfang an zu bedenken, die entsprechenden Fachleute von der ersten Minute an dabei zu haben.
- Nur dann wird auch etwas möglich, was beim „Otto-Projekt“ erheblich zum Erfolg beigetragen hat. Die Rede ist vom geschickten Nutzen von Synergien durch Einordnung in nationale und internationale Aktivitäten, ja, auch durch das Initiieren solcher Aktivitäten. Darauf hat die LMG - zum Beispiel mit Blick auf die Deutsche Zentrale für Tourismus - von Anfang an nicht nur geachtet, sondern es aktiv betrieben.
- Last but not least bedürfen Projekte wie das des Jahres 2001 auch ein Denken weit über das eigentliche Projekt hinaus, in gewisser Weise auch ein Denken vom Ende her. Gemeint ist damit: Die Frage danach, wie sich ein solches Projekt in das Gesamtbild des Landes oder in eine übergeordnete Strategie einordnet, das Nachdenken über die Schritte nach Abschluß des Projekts müssen in der Projektgestaltung selbst eine Rolle spielen, weil sie möglicherweise prägend für gewisse Teilaspekte des Projekts selbst sind, zumindest aber die Bedeutung der einen oder anderen Teilentscheidung in einem anderen Licht erscheinen lassen.

Das Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ hat, das lässt sich aus der Sicht der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH und mit dem Abstand von einigen Monaten konstatieren, erhebliche Spuren hinterlassen.

Es hat, einerseits, das Bild des Landes von einem Kernland deutscher Geschichte, von einer Schatzkammer des Mittelalters nachhaltig geprägt, was sich in der konkreten touristischen Nachfrage ausdrückt.

Und es wird uns mit seinen Ergebnissen bei der Arbeit an den wichtigen Vorhaben der nächsten Jahre helfen – so mit dem Blick auf das Jahr 2003, in dem wir das zehnjährige Bestehen der Straße der Romanik zum

Anlaß nehmen, um die „Faszination Romanik“ noch lebendiger werden zu lassen, mit dem Blick auf die Jubiläen der Städte Halberstadt (hier genauer des Bistums), Magdeburg und Halle, die in den Jahren 2004, 2005 und 2006 1200 Jahre alt werden, mit dem Blick auf das Projekt „Blaues Band“, mit dem wir 2004 das Augenmerk der Touristen auf das wassertouristische

Potenzial Sachsen-Anhalt lenken wollen und – um nur noch ein Beispiel zu nennen – mit dem Blick auf das Jahr 2006, in dem unter dem Titel „Gartenträume – Historische Gärten und Parks in Sachsen-Anhalt“ ein in wachsendem Maße nachgefragtes touristisches Thema im Zentrum des touristischen Marketings stehen wird.

**Heinzgeorg Oette/Ursula Schild**



## Anlage1

### Wissenschaftlicher Beirat der 27. Ausstellung des Europarates und Landesausstellung Sachsen-Anhalt OTTO DER GROSSE, MAGDEBURG UND EUROPA

Prof. Dr. Gerd Althoff, Münster

Dr. Christian Antz, Magdeburg

Dr. Karlotto Bogumil, Magdeburg

Prof. Dr. Hansjürgen Brachmann, Berlin †

Dr. Michael Brandt, Hildesheim

Prof. Dr. Arne Effenberger, Berlin

Prof. Dr. Joachim Ehlers, Berlin

Prof. Dr. Hermann Fillitz, Wien

Prof. Dr. Johannes Fried, Frankfurt/Main

Dr. Josef Hartmann, Magdeburg

Prof. Dr. Prof. Joachim Henning, Frankfurt/M.

Dr. Prof. Werner Jacobsen, Münster

Dr. Horst-Rüdiger Jarck, Wolfenbüttel

Dr. Theo Jülich, Darmstadt

Prof. Dr. Rainer Kahsnitz, München

Prof. Dr. Hagen Keller, Münster

Prof. Dr. Bernd Kluge, Berlin

Prof. Dr. Dietrich Kötzsche, Berlin

Dipl.-Ing. Gerhard Leopold, Halle/Saale

Prof. Dr. Uwe Lobbedey, Münster

Prof. Dr. Christian Lübke, Greifswald

Prof. Dr. Cord Meckseper, Hannover

Prof. Dr. Rudolf Schieffer, München

Dr. habil. Gerlinde Schlenker, Halle/Saale

Prof. Dr. Bernd Schneidmüller, Bamberg

Prof. Dr. Ernst Schubert, Halle/Saale

Prof. Dr. Hans K. Schulze, Marburg

Prof. Dr. Matthias Springer, Magdeburg

Dipl.-Ing. Gotthard Voß, Halle/Saale

Dr. habil. Thomas Weber, Magdeburg

Prof. Dr. Stefan Weinfurter, München

Dr. Hiltrud Westermann-Angerhausen, Köln

Prof. Dr. Dethard von Winterfeld, Mainz

## Anlage 2

### Leihgeber der **27. Ausstellung des Euro- parates und Landesausstellung Sachsen- Anhalt „Otto der Große, Magdeburg und Europa“**

Aachen, Domkapitel	Düsseldorf, Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf
Augsburg, Diözesanmuseum St. Afra	
Augsburg, Staatsarchiv	
Bad Gandersheim, Ev.-luth. Stiftskirchengemeinde St. Anastasius und St. Innocentius	Einsiedeln, Stiftsbibliothek
Bamberg, Staatsbibliothek Bamberg	Emmerich, Kath. Kirchengemeinde St. Martin
Basel, Öffentliche Bibliothek der Universität Basel	Erlangen, Friedrich Alexander Universität Erlangen- Nürnberg, Universitätsbibliothek
Berlin, Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz, Kunstbibliothek	Essen, Hohe Domkirche, Domschatzkammer
Berlin, Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz, Kunstgewerbemuseum	Firenze, Biblioteca Nazionale Centrale
Berlin, Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz, Münzkabinett	Fulda, Dommuseum
Berlin, Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz, Museum für Islamische Kunst	Fulda, Hessische Landesbibliothek
Berlin, Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz, Museum für Vor- und Frühgeschichte	Gent, Bisdomsarchief
Berlin, Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz, Skulpturensammlung und Museum für Byzantinische Kunst	Göppingen, Städtisches Naturkundliches Museum
Berlin, Staatsbibliothek zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz	Goslar, Goslarer Museum
Bonn, Rheinisches Landesmuseum	Goslar, Niedersächsisches Landesamt für Denkmalpflege, Arbeitsstelle Montanarchäologie
Brandenburg (Havel), Domstiftsarchiv und -bibliothek	Göttingen, Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen
Brandenburg (Havel), Museum im Frey-Haus	Halberstadt, Domschatz
Braunschweig, Herzog Anton Ulrich-Museum	Halle (Saale), Landesamt für Archäologie Sachsen- Anhalt, Landesmuseum für Vorgeschichte
Brno, Archeologicky ústav Akademie ved České republiky	Halle (Saale), Universitäts- und Landesbibliothek Sachsen-Anhalt
Bruxelles, Bibliothèque Royale de Belgique	Hamburg, Dr. Jörn Günther - Antiquariat
Budapest, Magyar Nemzeti Múzeum	Hamburg, Helms-Museum
Burgos, Museo de Burgos	Hamburg, Museum für Hamburgische Geschichte
	Hamburg, Museum für Kunst und Gewerbe
	Hannover, Kestner-Museum
	Hannover, Niedersächsisches Hauptstaatsarchiv
	Heidelberg, Universitätsbibliothek Heidelberg
	Helsinki, Suomen Kansallismuseo
	Hildesheim, Dommuseum Hildesheim
	Jena, Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek
	Karlsruhe, Badische Landesbibliothek in Karlsruhe
	Kassel, Universitätsbibliothek Kassel, Landesbibliothek und Murhardsche Bibliothek
	Köln, Erzbischöfliche Diözesan- und Dombibliothek Köln
	Köln, Historisches Archiv der Stadt Köln
	Köln, Metropolitankapitel der Hohen Domkirche Köln (Schatzkammer)
	Köln, Museen der Stadt Köln, Schnütgen-Museum
	Kopenhagen, Nationalmuseet
	Kremsmünster, Stift Kremsmünster, Kunstsammlungen

Leiden, Universiteitsbibliotheek Leiden  
 Leipzig, Universitätsbibliothek „Bibliotheca Albertina“  
 Lille, Archives Départementales du Nord  
 Limburg, Domschatz  
 Liverpool, The Trustees of the National Museums  
 and Galleries on Merseyside, Liverpool Museum  
 London, The British Library  
 London, The Trustees of the British Museum  
 London, The Trustees of the Victoria and Albert  
 Museum  
 Los Angeles, The J. Paul Getty Museum of Art  
 Lucca, Biblioteca Capitolare Feliniana  
 Lund, Universitets Historiska Museum  
 Luxemburg, Großherzogliches Palais  
 Lyon, Musée des Beaux Arts

Maastricht, Het Kerkbestuur van de Basiliek van Sint-  
 Servaas  
 Madrid, Instituto de Valencia de Don Juan  
 Magdeburg, Kulturhistorisches Museum Magdeburg  
 Magdeburg, Landeshauptarchiv Sachsen-Anhalt  
 Mainz, Martinus-Bibliothek, Wissenschaftliche  
 Diözesanbibliothek im Priesterseminar  
 Marburg, Hessisches Staatsarchiv Marburg  
 Merseburg, Vereinigte Domstifter zu Merseburg und  
 Naumburg und des Kollegiatstifts Zeitz -Domstifter-  
 verwaltung Merseburg (Domstiftsarchiv und -bib-  
 liothek)  
 Milano, Biblioteca e Archivio del Capitolo  
 Metropolitano  
 Milano, Civiche Raccolte d'Arte Applicata ed  
 Incisioni, Castello Sforzesco  
 Milano, Tesoro del Duomo  
 Montpellier, Bibliothèque  
 Interuniversitaire de Montpellier, Section Médecine  
 Monza, Museo del Duomo di Monza  
 München, Bayerische Staatsbibliothek  
 München, Bayerisches Nationalmuseum  
 Münster, Nordrhein-Westfälisches Staatsarchiv  
 Naumburg, Vereinigte Domstifter zu Merseburg und  
 Naumburg und des Kollegiatstifts Zeitz – Dom-  
 stifterverwaltung Naumburg (Domstiftsarchiv)  
 New York, The Trustees of the Metropolitan Museum  
 of Art  
 New York, The Pierpont Morgan Library  
 Nürnberg, Germanisches Nationalmuseum

Oldenburg, Landesmuseum für Natur und Mensch  
 Oranienbaum, Landeshauptarchiv Sachsen-Anhalt,  
 Abt. Oranienbaum  
 Oslo, Universitetets Kulturhistoriske Museer  
 Paris, Bibliothèque nationale de France  
 Paris, Musée du Louvre  
 Paris, Musée national du Moyen Age, thermes &  
 hôtel de Cluny  
 Poznan, Muzeum Archeologiczne  
 Praha, Správa Pražského hradu (Metropolitní  
 kapitula v Praze)

Praha, Národní muzeum v Praze  
 Preslav, Arkheologičeski Muzei »Veliki Preslav«  
 Quedlinburg, Ev. St. Servatii Domgemeinde  
 Reims, Bibliothèque Municipale  
 Schaffhausen, Stadtbibliothek Schaffhausen,  
 Ministerialbibliothek  
 Schladen, Heimathaus Alte Mühle  
 Schleswig, Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmu-  
 seen Schloß Gottorf, Archäologisches Landesmuseum  
 Schmallenberg-Oberkirchen, Kath. Pfarrei St.  
 Gertrud  
 Siena, Archivio di Stato  
 Sofia, Nationalen Arkheologičeski Muzei na  
 Bălgarskata Akademija na Naukite  
 St. Gallen, Stiftsarchiv  
 Stockholm, Statens Historiska Museum  
 Stralsund, Kulturhistorisches Museum der Hansestadt  
 Stralsund  
 Stuttgart, Landesdenkmalamt Baden-Württemberg  
 Stuttgart, Württembergische Landesbibliothek  
 Stuttgart, Württembergisches Landesmuseum

Torino, Biblioteca Nazionale Universitaria  
 Trient, Castello del Buonconsiglio, Monumenti e  
 collezioni provinciali  
 Trier, Bibliothek des Bischöflichen Priesterseminars  
 Trier, Hohe Domkirche  
 Trier, Kath. Kirchengemeinde Unser Lieben Frauen  
 und St. Laurentius  
 Trier, Stadtbibliothek

Vercelli, Archivio e Biblioteca Capitolare  
 Verona, Biblioteca Capitolare  
 Visby, Gotlands Fornsal, Länsmuseum på Gotland  
 Weimar, Herzogin Anna Amalia Bibliothek, Stiftung  
 Weimarer Klassik  
 Wien, Institut für Ur- und Frühgeschichte der  
 Universität Wien  
 Wien, Kunsthistorisches Museum Wien, Kunstammer  
 Wien, Österreichische Nationalbibliothek  
 Wolfenbüttel, Braunschweigisches Landesmuseum,  
 Abt. Vor- u. Frühgeschichte  
 Wolfenbüttel, Herzog August Bibliothek  
 Wolfenbüttel, Niedersächsisches Staatsarchiv  
 Wolin, Pracownia Archeologiczna, Instytutu  
 Archeologii i Etnologii PAN  
 Wünsdorf, Brandenburgisches Landesamt für Denkmal-  
 pflege und Archäologisches Landesmuseum  
 Würzburg, Mainfränkisches Museum

Xanten, Kath. Propsteigemeinde St. Viktor,  
 Domschatzkammer  
 Zürich, Schweizerisches Landesmuseum

Anlage 3

Sponsorenliste der **27. Ausstellung des Europarates und Landesausstellung Sachsen-Anhalt „Otto der Große, Magdeburg und Europa“**

Träger der Ausstellung



Förderer

Gefördert von der **K**ulturstiftung der Länder  
aus Mitteln des Beauftragten der Bundesregierung für  
Angelegenheiten der Kultur und der Medien



Sponsoren

**NORD LB**  
NORDDEUTSCHER LANDESBANK  
GROSSZENTRALE



Medienpartner

**Volksstimme**  
Musik. Ich. hier hören



## Anlage 4

### Impressum der **27. Ausstellung des Euro- parates und Landesausstellung Sachsen- Anhalt „Otto der Große, Magdeburg und Europa“**

GESAMTLEITUNG: Dr. Matthias Puhle

PROJEKTLEITUNG: Dr. Claus-Peter Hasse

#### AUSSTELLUNG

##### *Wissenschaftliches Sekretariat:*

Dipl.-Prähist. Gert Böttcher (bis 2/2000)

Dr. Susanne Beatrix Hohmann

Dr. Sebastian Kreiker

Dr. Markus Müller (bis 11/1999)

Dr. Michael Peter

Dr. Heike Pöppelmann

Thilo Reichelt

Dietmar Salewsky M.A.

Dr. Steffen Stuth

*Organisation:* Cornelia Lärm

##### *Verwaltung:*

Dipl.-Verw.wirt Uwe Korb (Leitung)

Anita Musch

Elke Unger

##### *Sekretariat:*

Johanna Steinhauer, Carola Lipaczewski, Cornelia Völlger

##### *Leihverkehr*

Betreuung: Dr. Michael Peter

##### *Ausstellungsarchitektur:*

Anna und Gottfried von Haeseler, München

Betreuung: Dr. Michael Peter

##### *Graphik:*

Jan Neuffer, Freiburg (Corporate Design, Internet)

designposition, München (Ausstellungsgraphik)

headline GmbH, Bremen

Jeannette Lieberwirth

Dietmar Salewsky M.A., AGD

##### *Wissenschaftliche Kartographie:*

Prof. Dr. Gyula Pápay, Rostock

Betreuung:

Thilo Reichelt

Dr. Steffen Stuth

##### *Modellbau:*

Dipl.-Ing. Wolfgang Hannemann, Oldenburg

Betreuung:

Dr. Sebastian Kreiker

wissenschaftliche Beratung:

Dr. Stefan Breitling, Berlin

Prof. Dr. Johannes Cramer, Berlin

Dr. Clemens Kosch, Paderborn

Dipl.-Ing. Gerhard Leopold, Halle

Prof. Dr. Uwe Lobbedey, Münster

Prof. Dr. Cord Meckseper, Hannover

Prof. Dr. Dethard von Winterfeld, Mainz

##### *Inszenierung Johanniskirchhof*

Betreuung: Dr. Heike Pöppelmann

Axel Grünwald

Martin Hagen

Jeannette Lieberwirth

Dipl.-Rest. Bernd Staschull

##### *Museumspädagogik und didaktische Materialien:*

Thilo Reichelt, Dr. Steffen Stuth

Mitarbeit: Jochen Kreinberger

##### *Führungsschulung:*

Dr. Steffen Stuth, Thilo Reichelt

##### *Führungsdienste:*

Juan E. Condori Larraguibel M.A.

Nina-Jeanette Jakubczyk M.A.

Christine Rödling M.A.

Arne Zerbst M.A.

##### *Informationsservice:*

Günter Bohn

Dr. Dagmar Denecke

Hans Mikulas

Volker Wedig

##### *Marketing:*

Christina Müller, Text & PR, Bremen

Dr. Steffen Stuth

Dietmar Salewsky M.A.

##### *PR und Pressearbeit:*

Dietmar Salewsky M.A. (Pressesprecher)

Dr. Steffen Stuth

##### *Eröffnungsveranstaltung*

Betreuung: Dr. Sebastian Kreiker

##### *Konservatorische Betreuung:*

Dipl.-Rest. Tilman Krause (Leitung)

Dipl.-Rest. Sebastian Anastasow

Francesco Carmenati

Friederike Koschate

Kurt Schäfer

Evemarie Schaper

Dipl.-Rest. Ulrich Schreinert

Dipl.-Rest. Bernd Staschull

Falk Strobach

Adelheid Thiede

##### *Beschriftungen:*

Gabriele Köster M.A., Dr. Heike Pöppelmann

*EDV-Betreuung:* Thilo Reichelt

##### *Transporte:*

SCHENKER-BTL Stinnes Logistics, Geschäftsstelle Berlin

*Versicherung:*  
ÖSA Öffentliche Versicherungen Sachsen-Anhalt

*Aufbau und Technik:*  
Axel Grünwald (Leitung)  
Jens Kutzner, Jörg Mysliwiec, Kurt Schäfer, Valeri Hochweiß

*Übersetzungen:*  
Dr. Barbara Brandt  
Dr. Sierra Bruckner  
Dr. Valerie-Anne Sircoulomb-Müller

*Recherchen:*  
Dr. Kerstin Dietzel  
Gerhard Gosch  
Dr. Alice Gudera  
Heidemarie Hofmann M.A.  
Christine Rödling M.A.  
Dipl.-Hist. Heide Lore Schulz  
Dr. Valerie-Anne Sircoulomb-Müller

*Bibliothek:*  
Dipl.-Bibl. Helga Schettge  
Karin Reitz

*Redaktion „Kurzführer zur Ausstellung“:*  
Dr. Michael Peter  
Dr. Heike Pöppelmann  
Uta Siebrecht M.A.

*Audioguide:*  
eit Systems & Technologies GmbH, Eching  
Betreuung: Uta Siebrecht M.A.

*Projekt „Virtuelle Geschichte“:*  
Institut für Simulation und Graphik  
der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg  
Gesamtleitung: Prof. Dr. Thomas Strothotte  
Projektleitung: Maic Masuch, Bert Freudenberg  
Inhaltliche Realisierung:  
Ragnar Bade, Bernd Eckardt, Birger Schmidt, Ingo Thieme  
wissenschaftliche Betreuung: Dr. Sebastian Kreiker  
wissenschaftliche Beratung:  
Dr. Stefan Breitling, Berlin  
Dr. Maike Kozok, Hannover  
Dr. Babette Ludowici, Leipzig/Magdeburg  
Prof. Dr. Cord Meckseper, Hannover

Produktion und Inszenierung:  
e/mergent media AG, Magdeburg

*Medienkunstprojekt:* Dr. Sabine Maria Schmidt, Bremen  
Betreuung: Dietmar Salewsky M.A.

*Internetpräsentation:* primapropaganda GmbH, Bremen  
Betreuung: Dietmar Salewsky M.A.

*Film:* Mitteldeutscher Rundfunk  
Andreas Tempelhof (Redaktion)  
Betreuung: Dietmar Salewsky M.A.

*Historisches Spiel „Megedeborch“:*  
Wolfgang Hugk  
Dr. Karlheinz Kärbling  
Thomas Stieghan

*Tourismusprojekte „Auf den Spuren Ottos des Großen“:*  
Betreuung: Dr. Sebastian Kreiker

*Praktika:*  
Anke Jakob, Martin Pfeiffer, Dr. Valerie Figge, Alexandra Fink, Marcus Rau M.A., Anne-Kathrin Helbig

KATALOG  
*Herausgeber:* Dr. Matthias Puhle

*Leitung Katalogredaktion:* Dr. Susanne Beatrix Hohmann

*Textredaktion:*  
Juan E. Condori Larraguibel M.A.  
Dr. habil. Dagmar Denecke  
Abú Bakr Ulrich Heyn M.A.  
Mitarbeit: Hans Mikulas

*Bildredaktion:* Gabriele Köster M.A.  
Mitarbeit: Juan Ernesto Condori Larraguibel M.A.

*Bibliographie:* Christine Rödling M.A.

*Recherchen:*  
Dr. Alice Gudera  
Miriarn Hübner

*Photokampagnen:*  
Hans-Wulf Kunze  
Jutta Rödling  
Betreuung:  
Gabriele Köster M.A.  
Dr. Heike Pöppelmann

*Übersetzungen:*  
Dr. Alice Gudera  
Rudolf Kräuter M.A.

*Praktika:* Brunhilde Gedderth, Uta Siebrecht M.A.

# Das Ottonenbrot wird mit Bier gebacken

Wie man in Sachsen-Anhalt Geschichte zum Anfassern inszeniert – Der „Kaiserzug“ und seine Stationen / Von Bernd Fritz

Nicht alle Autobahnen nach Berlin führen durch Sachsen-Anhalt, aber die beiden wichtigsten: die A 2 und die A 9. Als Transitstrecken prägen sie ein Bild einer unansehnlichen DDR, und seit 1990, als hinter Helmstedt die ersten Willkommensafeln auf Sachsen-Anhalt wiesen, prägen sie das Bild eines scheinbar uninteressanten Bundeslandes: Die A 2 führt durch den wenig attraktiven nördlichen Landesteil mit der blickfangarmen Börde und der vollends langweiligen, rechtseibischen Mittelmark, und die A 9 macht mit dem riesigen, östlich der Saale gelegenen Braunkohlegebiet bekannt mit abschreckenden Namen wie Leuna und Bitterfeld. Zudem machte die Landeshauptstadt Magdeburg durch Gewalttaten mit rechtsextremem Hintergrund von sich reden und durch die erste mit Duldung der PDS gebildete Landesregierung. So weckt Sachsen-Anhalt eher Assoziationen zu Industriestruken, Landschaftszerstörung und postsozialistischen Verhältnissen als zu Romanik und grünen Auen, waldigen Höhen und wilden Orchideen.

Doch zu Sachsen-Anhalt gehören auch der halbe Harz samt seinem höchsten Gipfel, dem Brocken, und ein gut Teil des thüringischen Hügellands. Zwischen Unterharz und Kyffhäuser breitet sich die Goldene Aue aus, eine ebenso fruchtbare wie anmutige Talgegend, und durch das nach Osten hin sanfter werdende, von Rapfeldern gelbgescheckte grüne Hügelland fließt die Unstrut, bis sie, nach den Weinbergen von Freyburg, vor Naumburg in die Saale mündet. All dies liegt in der Mitte des Winkels, den die Autobahnen 2 und 9 zwischen Braunschweig, Berlin und dem Hermsdorfer Kreuz bilden, und hier, im sachsen-anhaltinischen Südwesten, wachsen nicht nur Frauenschuh und Knabenkraut, es wimmelt auch von romanischen Kirchen und ottonischen Kaiserpfälzen. Darauf vor allem versucht das Land seit 1993 mit der „Straße der Romanik“ aufmerksam zu machen. Die nach der sächsischen Weinstraße zweitfrüheste Tourisusroute in den neuen Bundesländern führt über etwa sechzig Städte und Gemeinden, auf die sich mehr als siebzig Baulichkeiten aus dem zehnten bis dreizehnten Jahrhundert verteilen.

Diese Fülle, die in Deutschland nur vom Rheinland übertrifft wird, verdankt Sachsen-Anhalt dem Umstand, daß die schöne Gegend zwischen Harz und Elbe so tüchtige deutsche Könige und Kaiser wie die Ottonen hervorbrachte. Schon als Herzöge waren diese Sachsen tüchtig, und deren allertüchtigster, Herzog Heinrich, setzte nicht nur den jenseits von Elbe und Saale siedelnden Slawen zu, sondern auch seinem König, dem vorläufig letzten Franken auf dem deutschen Thron, Konrad I., und zwar dezent undrucksvoll, daß

dieser seinen sächsischen Widersacher auf dem Sterbebett zum Nachfolger erkort. Der erste Ottoner hieß somit Heinrich I., obwohl dieser Sammelname seinem Sohn Otto zu verdanken ist, der den Vater noch an Tüchtigkeit übertraf und, nach Karl, als zweiter deutscher Kaiser den Beinamen „der Große“ erhielt. Das übrige taten zwei weitere Ottos, die als Kaiser folgten, und Heinrich II. als fünfter und letzter dieses Geschlechts.

Eine „Ottontour“ zu zehn besonders sehenswerten Orten soll nun in diesem Jahr den bislang mäßigen Besucherstrom auf der Straße der Romanik nachhaltig anschwellen lassen. Anlaß der Konzentration auf die wesentlichen Punkte an den insgesamt mehr als tausend romanischen Straßenkilometern ist die große Ottonen-Ausstellung in Magdeburg. Sie wird von Ende August an im Kulturhistorischen Museum der Landeshauptstadt zu sehen sein und trägt den Titel „Otto der Große, Magdeburg und Europa“. Sie hat den Rang einer Europaratsausstellung und ist nach den Worten des Magdeburger Beigeordneten für Kultur „das zentrale Kultur-Highlight des Jahres 2001 in Sachsen-Anhalt“. Sechshundert „hochrangige“ Kunstwerke aus Übersee und ganz Europa sollen „das Fachpublikum und interessierte Laien“, aber auch alle diejenigen zum Besuch motivieren, „die sich bislang nicht für Geschichte interessierten“.

Für Otto Normalbürger haben die tüchtigen Magdeburger sich eine Art historischen Appetitanreger ausgedacht: den „Kaiserzug“. Der ist seit dem 11. Mai auf Ottontour und wird am 24. August pünktlich zur Ausstellungseröffnung im zehnten und letzten Routenort, Magdeburg, eintreffen. Die Idee lieferte dem Veranstalter, der Landesmarketing GmbH Sachsen-Anhalt, die Historie. So, wie die mittelalterlichen Könige und Kaiser, die Karolinger, Ottonen, Salier und Staufer, in Ermangelung eines festen Regierungssitzes von Platz zu Platz zogen, um zu herrschen und zu richten, soll der Kaiserzug überall dort Station und Laune machen, wo die Herrschaft Ottos des Großen mehr oder weniger deutliche Spuren hinterließ. Nach einem Tröb von Reitern, Wagen und Fußvolk in mittelalterlicher Optik, mit tätigen Kaiserdarstellern und schönen, jungen Königinnen, mit klingendem Spiel und perzelbaumschlagenden Narren, hält man auf den Bundes-, Landes- und Kreisstraßen freilich vergeblich Ausschau. Auch von Straßengäbten, Umleitungen und anderen Verkehrsbehinderungen bleibt man verschont. Denn der Kaiserzug „symbolisiert“ nur „die Dimensionen des Wanderkönigtums“. Tatsächlich ist er das, als was ihn die Marketing GmbH ausgibt: „eine Event-Inszenierung mit wechselnden Schauplätzen“.

Der regionale Volkumund spricht von einer Art „Kirmes mit Thema“. Dementsprechend sieht es jeweils von Freitag bis Sonntag an den Schauplätzen aus. Des Themas neigen sich Buden und Stände mit Met, Krüuterfladen („3 Silberlinge“) und Ottonenbrot (Roggen, mit Bier gebacken) an. Kostimierte Steinsetzer hauen Kapelle aus Quadern, der Münzschläger trägt Erinnerungsmedaillen, und die Marketerin bietet Wams und Beutel frei. Aber auch wer fernöstlichen Nippes und afrikanische Skulpturen schätzt, wird seine Taler los, und mit einer Tüte Soft-Eis auf der Hand läßt sich die „Falknershow“ (mit Wolfshunden und Fretchen) ebensogut bestaunen wie bei einem Napf voll frisch am ottonischen Endofen gerösteter Kartoffellecken. Der Freie Ritterbund Thüringen e. V. verabreicht einigen Jungmannen, nachdem sie die Nacht zuvor in einer kalten romanischen Krypta überstanden haben, den Ritterschlag, und ein wenig abseits bedient eine Ausstellung über „Kaiserkitisch“ kritische Distanz zum Thema. „Betont unwissenschaftlich“ sei man vorgegangen, erläutert ihr Erfinder – den Bedürfnissen der Spaßgesellschaft angepaßt. Herausgekommen ist eine respektable Sammlung über die Hohenzollern, Napoleon auf St. Helena, Sissi auf Kafleedosen und Pralinschachteln, Kaiser-Pils auf Lastwagen, Kaisermärchen und Kaisermode – alles in allem mehr als zweihundert verschiedene „Kaiserschmarrn“.

Der Auftritt des Schlagersängers Roland Kaiser findet indessen nicht in den Ausstellungsräumen, sondern auf der acht mal zehn Meter großen „Show-Bühne“ des Kaiserzugs statt. Auf dieser werden die Haupt-„Events“ inszeniert. Aus Thema halten sich ein „Prolog der Sinne“, der freitags des großen Otto Entstehen und Vergehen reflektiert, ein Volkstheaterstück „Kaiserbilder“, das tags drauf zeigt „Was nicht im Geschichtsbuch steht“ und ein Pappenspiel „Ottos Welt“, das sowohl samstags wie sonntags verrät „Wie man Kaiser wird“. Diejenigen, die sich nicht für Geschichte interessieren, werden mit Auftritten der bekannten Ost-Rockbands City, Karat und Puhdys (bei geringem oder freiem Eintritt), dem „DJ-Tippi und den Clowns Eddi und Locci zum Schauplatz gelockt. Zehn Klafter hoch über allem schwebt eine stülzierte Kaiserkrone aus Stahl und Aluminium; das weithin sichtbare Wahrzeichen der Ottonen-Roadshow. Es mißt vier Meter im Durchmesser, wiegt 400 Kilogramm und wird von einem Teleskop-Kran gehalten. Die Krone ist vom Technischen Überwachungsverein geprüft und anstelle von Rubinen mit roten Rundarmleuchten besetzt. Sonntags um 18 Uhr werden sie eingeschaltet. Dann blinken sie wie das Blaulicht eines Rettungswagens, und die Kirmes ist zu Ende. Hat sich der Rummel samt Kran, Krone und Satelischleppern verzogen, können die stimmigen Zeugn der Geschichte zu

Fortsetzung auf der folgenden Seite

Wort. Am Sterbeort Ottos des Großen in Memleben, der ersten Station des Kaiserzuges, sind dies das mächtige Hauptportal, ein Rest der Außenmauer und der auf dem Gelände mit Steinplatten nachgebildete Grundriß einer gewaltigen Basilika aus dem zehnten Jahrhundert. Was immer man über die Erdschwere und das Schutzburghafte des romanischen Sakralbaustils gelesen hat, die rohen, vier Meter dicken Bruchsteinmauern des „Kaisertors“ genannten Portals prägen sich ins Gedächtnis. Die doppelhöckerige Pfalzkirche übertraf in ihren Ausmaßen von 82 Metern mal 39 Metern fast alle zeitnahen Bischofskirchen, und sie unterstreicht wie kein zweites Bauwerk an der Straße der Romanik die Bedeutung dieser Region als eines der Kernländer des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation.

Hier nutzten und bauten die Ottonen eine ganze Reihe von Pfalzen, von denen zehn in Sachsen-Anhalt liegen und sechs zu den Routenorten des Kaiserzuges gehören. Neben Memleben, wo auch Heinrich I. starb, und Magdeburg, wo sein großer Sohn Otto begraben liegt, sind dies Merseburg, die Lieblingsresidenz der beiden, der karolingische Bischofssitz Halberstadt, die Fachwerkstadt Quedlinburg, die von der Unesco zum Weltkulturerbe erhoben wurde, und Tilleda.

Tilleda liegt am Südrand des Harzes in der Goldenen Aue, hart an der Grenze zu Thüringen. Die Aue war als Pfalzstandort sehr beliebt und beherbergt deren vier, darunter auch die Pfalz Nordhausen, den Geburtsort Ottos des Großen. Hier hätte die Ottonentour dem „Prolog der Sinne“ gemäß beginnen müssen, doch dann käme man zunächst nach Thüringen, denn dort liegt Nordhausen, und bald darauf nach Niedersachsen zu den Westharzpfalzen Pöhlde und Goslar. Aber der Kaiserzug soll kein Dreiländerevent sein, sondern eine Angelegenheit Sachsen-Anhalts bleiben, weshalb man hier die Niederkunft der Königin Mathilde, Ottos Mutter, gern in die Pfalz Wallhausen verlegt.

Tilleda kann man auf der Straße der Romanik über Sangerhausen erreichen; mittelalterlicher aber wird es, nimmt man den Weg über den thüringischen Kyffhäuser. Hier läßt man die „Barbarosahöhle“, den Inbegriff des volkstümlichen Kaiserkitsches, rechts liegen und fährt zügig an den Souvenirbuden vorbei zum letzten Parkplatz. An dessen Ende beginnen zwei Wanderwege. Den einen bevölkern die Besucher des wilhelminischen Kyffhäuserdenkmals, eines Musters des politischen Kaiserkitsches, der andere führt den Berg hinab zur Pfalz. Er wird wenig gegangen. Auf den 2,3 Kilometern bis zum Ziel liegt nicht eine Getränkedose, auch kein Eispapier, nur ein einziges Papiertaschentuch. Eine Weile noch tönt oben vom Denkmalsweg Kinderlärm, dann wird es still in dem lichten Eichenwald. Nach achthundert Metern beginnen Streuobstwiesen und Vogelgezwitscher. Noch immer kein Mensch, dafür Zilpzalp, Rotkehlchen und Waldlaubsänger. Hoch am Himmel schreit, wie es sich am Kyffhäuser gehört, ein Rabe. Dann schattiger Mischwald, an einer Wegscheide tauchen Informationstafeln auf. Die eine informiert über die

Pfalz und die Lehnspyramide mit (von oben nach unten) dem König, den Herzögen und Bischöfen, Rittersn, Abten und sonstigen Freien und den andern, den Unfreien: Leibeigenen und Hintersassen. Die andere Tafel weist auf das nahe Totholz hin und dessen bemerkenswerte Fauna: tausend Käferarten, zuzüglich Wildbienen und Hornissen, Hohltauben und Käuze – alles Tiere, denen schon die Ottonen begegneten, namentlich der „Vogler“, wie Heinrich I. genannt wurde, da ihn die Biene, Konrads Nachfolger zu werden, an seinem Vogelherd bei Quedlinburg erreicht haben soll. Der Wanderweg führt nun durch freies Feld mit freiem Blick auf den „blühenden Vorhof des Paradieses“, wie der Chronist Thietmar von Merseburg die Goldene Aue damals nannte, danach kommen hektargehohe Kirschplantagen und Verbundsteinpflaster. Nun ist das „Freilichtmuseum Königspfalz Tilleda“ erreicht.

Zuerst fallen einige rührend schlichte, schiffgedeckte Katen auf. Es sind Rekonstruktionen der Grubenhäuser. Diese zwölf Quadratmeter großen, fast fensterlosen Gelasse waren klaffertief in die Erde hineingesenkt, hatten eine Feuerstelle und standen in großer Zahl in der Vorburg, dem äußeren, am schwächsten befestigten Teil der Pfalz. Hier lebten die Unfreien. Schon besser geschützt war die innere Vorburg. Hier standen, neben einer Menge von Grubenhäusern, auch einige ebenerdige Pfostenhäuser von etwa zwanzig Quadratmetern. Darin wohnten die Freien. Ziemlich genau doppelt so stark befestigt war die Kernburg. Dort stiegen die Kaiser ab. Ihr Quartier bestand aus einem Wohnturm und zwei Palasbauten. Sie waren, den noch vorhandenen Grundmauern zufolge, viermal so groß wie ein Pfostenhaus und hatten eine Fußbodenheizung. Diesen Luxus leisteten sich wahrscheinlich aber erst die Staufer, die auch die beiden Vorburgen anlegten. Der letzte, der sich in Tilleda nachgewiesenermaßen die Füße wärmte, war Friedrich Barbarossa. Zur Ottonenzeit hauste die gesamte Belegschaft der Pfalz im Bereich der Kernburg.

Das Zusammenrücken von Volk und Herrscher war allerdings auch angebracht. Vor allem der Ungarn wegen, die Heinrich I., kaum daß er zum deutschen König gewählt worden war, gewaltig zusetzten und fortwährend ins Reich einfielen. Am 3. August fällt übrigens der Kaiserzug in das Gelände des Freilichtmuseums ein, mit „Karst in Concert“, Bierzelten und den „Stamping feet“, die fernöstliche Kampfkunst vorführen. Da heißt es, die Häuslein mit ihren Vitrinen voller ottonischer Grabungsfunde gut abschließen. Doch zurück zu den Ungarn. 924 verheerten sie sogar die „Küche des Kaisers“, wie ein Chronist die Goldene Aue nannte, und Heinrich mußte sich auf eine feste Burg (ohne Fußbodenheizung) zurückziehen. Da der tüchtige Sachse aber einen Anführer der Ungarn gefangen hatte, gewährten ihm diese im Austausch einen neunjährigen Waffenstillstand. Sogleich wurden nicht nur zahlreiche umwallte Zufluchtsplätze geschaffen und vorhandene Orte befestigt, Heinrich nutzte die Frist auch, um eine Reiterei aufzubauen und für den nächsten Gang mit den Ungarn zu üben. Dazu fing er mit den östlich von El-

be und Saale siedelnden slawischen Völkern Krieg an und drang bis Brennaborch, das heutige Brandenburg, vor. Sohn Otto sprang mit den sich immer wieder erhebenden Sorben und Wenden nicht viel zimperlicher um und bewies mit Zwangsbekehrungen, was er von der Freiheit eines Heidenmenschen hielt. Für der Europarat und seine Ausstellung ist diese Art der Ost-Erweiterung kein Thema und auch kein „Identitätsstiftendes Datum der europäischen Geschichte“ – im Gegensatz zum endgültigen Sieg Ottos über die Ungarn auf dem Lechfeld und zu seinen Ehen mit einer englischen Prinzessin und einer italienischen Königin.

Der imposanteste umwallte Ort Sachsen-Anhalts ist die Burg der Kaiserzugstation Querfurt. Nimmt man die drei Hauptkriterien für den Rang einer Burg zusammen – Alter, Größe und Erhaltenheit –, ist sie unter den deutschen Burgen die Nummer eins. Der wenig bekannte Bau aus dem 11. Jahrhundert ist bedeutend älter als die wenigen Burgen, die größer sind, und ist bedeutend größer und weitaus besser erhalten als womöglich ältere. Zudem stellt sie eine Seltenheit dar, weil sie keine Höhenburg, sondern eine Talburg ist. Das macht den eigentümlichen Effekt, daß ihre drei gewaltigen, fast dreißig Meter hohen Türme wie Säulbauten aus der ebenen Erde zu ragen scheinen. Erst wenn man vor ihr steht, wird die Burgmauer sichtbar. Sie schaut nur wenig aus dem Boden und reicht zum Grund des heute sieben Meter tiefen, ringförmig angelegten Spitzgrabens. Ursprünglich war dieser noch zehn Meter tiefer und ließ so einen künstlichen Berg in Form eines in die Erde gesetzten Kegelstumpfes entstehen, dessen oberer Teil dann durch die Burgmauer regelrecht gepanzert wurde. Es versteht sich, daß in diese Mauer keine Bresche gebrochen oder geschossen werden konnte, so daß die Querfurter Burg nie, auch nicht während des Dreißigjährigen Krieges, mit Gewalt eingenommen werden konnte. Dementsprechend gibt es im Burginneren viel zu sehen; dazu sind die wissenschaftlichen Mitarbeiter des Burgmuseums erfreulich kompetent und haben die Ottonen-„Roadshow“ am 15. Juni auf den Querfurter Marktplatz verbannt. Auch der gewöhnliche Souvenirkummer findet weder in noch an der Burg statt, und der Weg durch den Grund des Burggrabens läßt den einsamen Spaziergänger fast spüren, wie sich die Ungarn an den Ottonen die magyrischen Zähne ausgebissen haben.

Zur Burg gelangt man über einen Kreisverkehr am südlichen Ortseingang, wo auch eine der weinroten touristischen Hinweistafeln der Straße der Romanik mit dem stilisierten Gewölbe der Memlebener Krypta steht. Diese Tafeln tauchen stets in der Nähe romanischer oder ottonischer Sehenswürdigkeiten auf und sind praktisch über das gesamte Straßennetz Sachsen-Anhalts verteilt. Die wenigsten findet man im Norden, wo der Kaiserzug nur in Wallbeck mit seiner Klostersruine Station macht, und auch östlich der Elb-Saale-Linie, wo die Slawen, jenes „böse und schlechte Volk“ (Bischof Anselm von Halberstadt), lebten, ist nicht viel, es sei denn Spätromantisches, zu finden.

*Fortsetzung auf der folgenden Seite*

Von einer Route im eigentlichen Sinn kann bei der Straße der Romanik nicht die Rede sein. Vielmehr erhalten Abschnitte von Bundes- und Landesstraßen oder einzelne Kreis- und Ortsstraßen diesen Titel. In Gernrode ist dies die Clara-Zetkin-Straße. Sie führt zur ottonischen Basilika St. Cyriakus, der ältesten erhaltenen Kirche am Harz. Dreischiffig liegt der helle, mit runden Türmen ausgestattete Sandsteinbau in einem stattlichen, parkähnlichen Kirchhof, den mehrere zu Naturdenkmälern erhobene Exemplare einer seltenen Baumart beschatten. Deren Namen, Elsbeere, lernen die recht zahlreichen Besucher, die zunehmend auch aus den alten Bundesländern hierherkommen, ebenso erbaut-andächtig wie den seltenen Frauennamen Hathui. So apart hieß die Schwiegertochter des Markgrafen Gero, die dem Damenstift als erste Abtissin vorstand. Die dritte Seltenheit findet sich im linken Seitenschiff der geräumigen Stiftskirche: die älteste deutsche Nachbildung des Grabes Christi, in der Form, wie es die Kreuzritter um 1150 in Jerusalem hinterließen.

Wer sich an der Romanik satt gesehen hat, den führt die Straße der Romanik aber auch zu anderen Kuriositäten. In Gernrode ist es die an einer buckligen Pflasterstraße gelegene, putzige protestantische Elementarschule Deutschlands aus dem Jahr 1533, in Schulforte bei Naumburg die sieben Jahre später gegründete fürstliche Landesschule mit ihren berühmten Schülern Klopstock, Fichte und Nietzsche. In der Fachwerkstadt Quedlinburg gibt es ein Holzwurm-Museum, und wer vom Fachwerk nicht genug bekommt, ist beim Harzkurort Stolberg, der ausschließlich aus solchen Häusern besteht, sogar noch besser bedient.

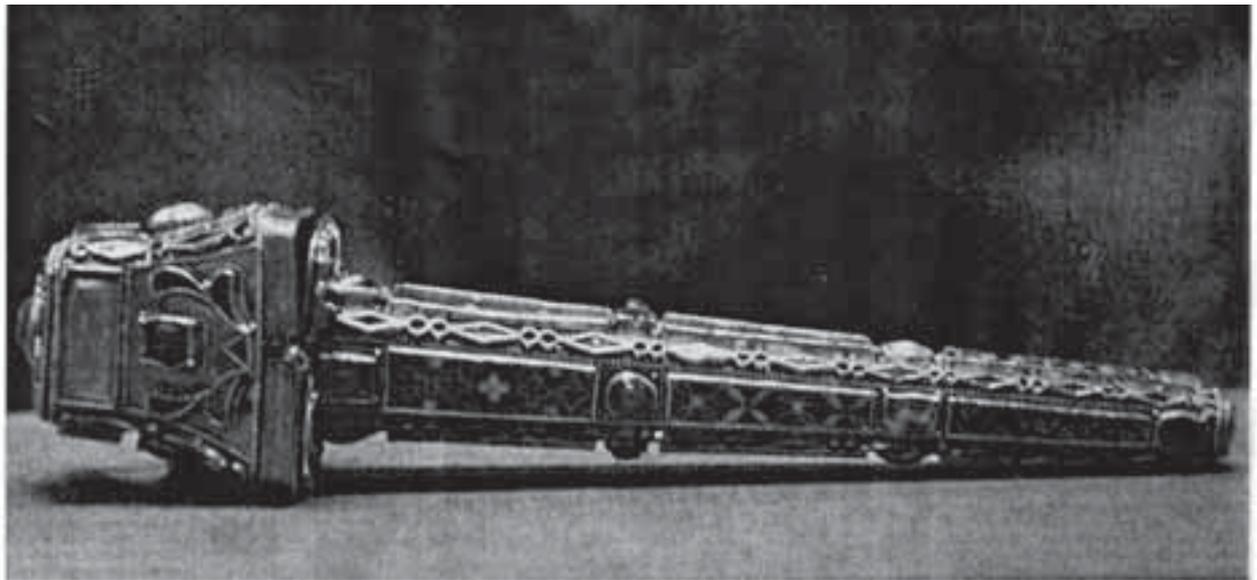
Wer schließlich von Gebäuden und Mittelalter genug hat, fährt nach Krawinkel. Wo Krawinkel liegt, erfährt man in Steinbach bei Memleben, und zwar von Ruth Weber, Dorfstraße 22. Sie ist fünfundsiebzig Jahre alt und bessert ihre Rente durch ein Salär von 200 Mark auf, das sie für die Betreuung der Steinbacher Dorfkirche bekommt, für zwölf Monate Läuten, Pflege und Führungen. Das, abgesehen von dem barocken Turmhelm, stilsreine hochromanische Kirchlein ist in keinem der Sachsen-Anhalter Romanikführer erwähnt, und nicht nur die Sattelschlepper des Kaiserzugs rauschen achtlos an ihm vorbei. Gleichwohl liegt es als eines der wenigen Objekte direkt an der Landstraße, wodurch die Straße der Romanik hier ausnahmsweise ihren Namen im Wortsinne verdient. Das Kirchlein ist aber auch allerliebst, so wie es mitten im Friedhof aus einer ungemähten Blumenwiese schaut. Ein verliebtes Paar, berichtet Ruth Weber, habe sich bei einem Zufallsbesuch spontan entschlossen, hier zu heiraten, und soll bislang noch nicht wieder geschieden sein. Sie selbst hat hier ihre goldene Hochzeit gefeiert, und wenn sie einmal ins Erzählen kommt, erfährt man alles über die DDR-

Zeiten: über einen Arzt, der die hölzernen Madonnenstatuen gestohlen hat, über den faulen Steinmetz, der die Ausbesserungen am Sockel so stilllos hingebauen hat, über die Mauersegler und Fledermäuse des Kirchturms und, am Schluß, über die Orchideen von Krawinkel. Von der Steinbacher Kirche aus sieht man den Berghang, auf dem sie wachsen. Wer hinwandert, ist in zwei Stunden bei Knabenkraut und Frauenschuh, wer mit dem Auto über Laucha fährt, ist nach zwanzig Minuten und zwei Kilometer Kopfsteinpflaster dort, vorausgesetzt, er trifft in dem Nest, das weder Läden noch Gaststätten besitzt, eine Menschenseele, die ihm den Weg weist. Dann aber steht er vor Hunderten dieser Pflanzen und kann sich wundern, wieso *Cypripedium* L. den Namen Frauenschuh bekommen hat. Denn die gelbe Honiglippe der Blüte gemahnt eher an einen Filzpantoffel denn an ein feminines Fußkleid. Aber so war sie wohl, die Damenschuhmode der Ottonenzeit.

**Der „Kaiserzug“ macht noch Station in Quedlinburg (8. bis 10. Juni), in Querfurt (15. bis 17. Juni), in Zeitz (22. bis 24. Juni), in Halberstadt (6. bis 8. Juli), in Gernrode (20. bis 22. Juli), in Walbeck (27. bis 29. Juli), in Tilleda (3. bis 5. August) und in Magdeburg (24. bis 26. August).**

**Literatur:** „Straße der Romanik“ – Führer zu Architektur, Kunst und Geschichte an der Tourismusstraße in Sachsen-Anhalt. 160 Seiten. Verlag Janos Stekovic, Halle an der Saale, 2001, 160 Seiten, kart., 18 Mark, ISBN 3-929330-89X

**Information:** Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH, Am Alten Theater 6, 39104 Magdeburg, Tel. 03 91-567 7080, Fax 567 7081, Service-Telefon 01 80-5 37 20 00.



Dieses Schlüssel aus dem späten Jahrhundert führt zu dem Frankfurter der Schau, in dem Behälter soll einer der Hiltig stehen, mit dem Christus aus Kreuz geschlagen worden ist.

hsw epd

## Feinsinniger Herrscher oder teutonischer Haudrauf?

Originale aus dem Mittelalter sind selten, und doch gibt die Schau „Otto der Große“ in Magdeburg Einblick in die Welt des Kaisers

Von Tilmann Fliet

Sie kommen nicht nur in eine wichtige historische Stadt. Sie kommen auch, wenn Sie nach Magdeburg und hier in diese Region kommen, in das Kernland deutscher Geschichte, hat selbstbewusst sachtem-Anhalt Ministerpräsident Reinhold Höfner zur Eröffnung der Ausstellung über Otto den Großen im Kulturhistorischen Museum verkündet. Und doch: am Ende der Urlaubszeit wirkt Magdeburg nurwiederig verlassen. Selbst auf der Ellbogenmode begegnet einem bei herrlichen Wetter kaum ein Passant, geschweige denn ein Tourist. Verloren wirkt auch die Handvoll übrig gebliebener musischer und geistlicher Kirchen zwischen den Wohnblöcken der Nachkriegszeit. Wie kam es in einer anderen deutschen Stadt sind in Magdeburg die Wunden der Vergangenheit noch präsent.

Bestenfalls unversehrt scheint nur der Magdeburger Dom. Und der Verlust der Burglängener Gemächte den selten schönen Skulpturen sogar zum Vorteil, etwa dem Turm der heiligen Mauritius, der – ganz ungewöhnlich für seine Entstehungszeit um 1250 – auf fast klassizistischer Schönheit ist und zugleich realistische Porträt eines Afrikaner zeigt.

### Schwierige Rezeptionsgeschichte

Wenige Schritte davon entfernt steht der Sarkophag Ottos des Großen. Allen Verheerungen trotzend bildet er den archaischen Punkt dieser Stadt. So schön ist er, mit einem einfachen Marmorplatte ohne Inschrift versehen, dass man ihn übersehen könnte, wäre nicht gegenüber ein Blumengehäule darauf angebracht. „Die Welt war glücklich, als er das Zepher Röhre“, steht in Goldchrift auf dem Kreuzschloß. Aber das erschröck sich nur dem Lesenden. Glücklich unbeschrieben ließ man sagen vor dem Dom eine Platte mit eingraviertem Eintragskarte ein. Magdeburg, das in Otto's Zeiten (912 bis 973) das neue Byzanz werden sollte, ist darauf als Zentrum dargestellt. Die übrigen europäischen Hauptstädte sind nur kleine, namenlose Pflänzchen.

Zwei Otto's lächeln einen beim Eintritt in die Ausstellung entgegen, in dem dafür eigens in den wühlmännischen Originalzustand wiederhergestellten Magdeburg-Saal im Kulturhistorischen Museum. Einmal als feinsinniger Herrscher mit lockigen Haar, Bankier von zwei Jungfrauen, in der berühmten gütlichen Kaiserplastik, die aber erst fast dreihun-

dert Jahre nach seinem Tod entstand, und zum anderen als brutaler Haudrauf und Sieger über die Slawen und Wenden in dem Monumentalwandgemälde von 1906. Zu DDR-Zeiten hatte man es unter Putz gelegt.

Besser lässt sich der Umgang mit der römischen, Griechische nicht darstellen. Auch wenn leider nicht direkt thematisiert, veranschaulicht die Ausstellung doch die gesamte unglückliche Rezeptionsgeschichte Ottos im 19. und 20. Jahrhundert, die in der Tausendjahrfeier von Otto's Krönung 1936 gipfelte. Man glaubt man sich vor solchen, nationalistisch-ideologischen Vereinnahmungen gefeit, indem man Deutschland durch Europa ersetzt – „Magdeburg und Europa“ nennt sich die Ausstellung daher recht großzügig im Untertitel – und aus Otto, wormalt dem „Vater der deutschen Nation“, einen „Europapolitiker“ macht. Eins ist so unsonstig und historischer Bildeinst wie das andere.

Doch wenn man dieses problematische Purgatorium in der Ausstellung hinter sich gelassen hat, schreitet man eine Treppe hinauf und gelangt in Räume der Stille. So wenig wie ein reales Abbild von Otto besitzen oder wenigstens schriftliche Hinterlassenschaften von ihm, so wenig versucht die Ausstellung ein solches Bild künstlich zu rekonstruieren. Man zeigt, was man wirklich besitzt, als Original, und das ist aus diesen „hundert“ Jahrhunderten des frühen Mittelalters nicht viel.

Umso strahlender glänzen in den Vitrinen die prächtigen Buchmalereien, Evangelien, Goldschmiedarbeiten, Siegel und wertvollen Urkunden. Was man im Mittelalter herum nur als Kopie zu sehen bekommt, hier zeigt man den Schatz von Hildesheim, ebenso den byzantinischen Kaiserschmuck aus Berlin, den Kaisermantel Ottos des Großen aus dem Halberstädter und dem Krug von Kana aus dem Quedlinburger Domchatz und zum ersten Mal komplett den Petrusstuhl, der ansonsten dreigeteilt zwischen Köln, Limburg und Prag aufgeteilt ist. Die Verschönerungsumme von 500 Millionen Mark beträgt in diesem Zusammenhang gar nichts, denn die Stücke sind allesamt unerschätzlich.

Das prächtigste Stück ist die Hochzeitskrone der byzantinischen Prinzessin Theophano, die mit Otto II. erheiratet wurde. Otto I. betriebs stets kluge Heranpolizei. Durch seine zweite Heirat mit Adelheid, der Königin von Italien, wurde er zum König der Franken und Langobarden und so schließlich 962 zum Kaiser gekrönt. Adelheid führte ihn auch der Kultur zu. Bis dahin hatte er in den Urkunden in seinem Signet aus dem letzten

wagrechteten Strich gesetzt, nun lernte er auch lesen und schreiben.

Bi kurz vor der Eröffnung der Schau trafen Kisten aus der ganzen Welt mit dem Objekt ein, als Letztes aus dem New Yorker Metropolitan Museum die Schatzkiste, eine von dem reicherin der ehemals wohl fünfzig Elfenbeinstatuen, die Otto für eine Dom in Mailand in Auftrag gab. Nur wenig von dem Gezeigten wurde in diesem „Kernland deutscher Geschichte“ selbst gefertigt. Wenn sich aus diesen Einzelobjekten etwas über die damalige Gestalt und Vorstellung von Europa ablesen lässt, dann in Form eines durch ein Wegenetz verbundenen Archipels von Städten, Buzgen, Handelsminderlassungen und Klöstern. Darzwischen war überall Ausland und ungewisse Fremde.

Gänzlich unaufgegriffen ist die Gestaltung und Befragung der Vitrinen. Im Gegensatz alle Gegenstände werden gleichermaßen unabhängig von ihrem Wert – man könnte daher auch sagen: demokratisch – in ein gedämpftes Licht gerückt. Dem Besucher wird dabei kein leuchtender und schneller Zugang zu dieser fernem Epoche versprochen. Die Erläuterungen sind kurz, Schlußsätze oder Modelle findet man fast gar nicht. Die für das „heutige Ausstellungsverhältnis“ offenbar überflüssige Multimedia-Computersimulationen ist in das Erdgeschoss ver-



Elfenbeinstatue „Matruca Dominus“, Mailand um 970/90, Fassung 17. Jahrhundert

banen. Wer also all die Fragmente in ein Ganzes einordnen will, kommt um die Lektüre der beiden schwerwichtigen Kataloge nicht herum. Insofern ist es die eigene Imagination gefordert. Gerade der immer häufigere Einsatz des Computers in Ausstellungen als didaktisches Mittel beschuldigend ja nicht nur die Einbildungskraft, er vertritt auch die historische Zeit selbst, denn er ist nun mal das Medium „zweiter Gegenwart“.

### Im Spiegel der Gegenwart

Die Ausstellung „Otto der Große“ in Magdeburg könnte ein Prüfstein dafür sein, wie es klappt mit einem „Fernverhältnis“ zum Vergangenen betrifft ist Die Vergangenheit der Gegenwart findet immer nur im Spiegel der Gegenwart statt. Und wie alle großen, mythischen, heroischen und Unvollständigkeiten lässt sich auch die Geschichte Ottos als Fülle für die Gegenwart besitzen, denn der Erfolg Ottos ist auch eine stehende Erlösungsgeschichte. Von dem aus dem Westen kommenden Franken Kall dem Großen wurden die Sachsen zuerst blutig niedergeworfen und dann gewonnen, dessen Weiterausbreitung anzuerkennen; das Christentum, nur wenige Generationen später wurden aus aus den Slawen und unruhlichen Sachsen die Herren vieler Völker, wie damals stolz der Chomost Widukind schrieb. Die Ausstellung selbst verweigert sich allerdings allen politischen, als nun schrittweise oder europäischen, Lesenden. Zum Glück.

Zur Eröffnungsfest in Magdeburg Dom wurde eine Kopie der Latze des heiligen Mauritius freierlich herbeigetragen – das Original befindet sich in Wien und wurde nicht ausgeliehen – eben jener Latze, mit der Otto 935 die Litzen besiegte, durch ein Wunder, wie die Chronisten sagen. Mühsam und Spektakel? Sicher auch. Und doch ist es nicht abwegig, dass auch der Versuch zu sehen, das „Ungewöhnliche“ schlechter, so Ludwig von Chomost, in ein Bild der Hoffnung zu verwandeln, sodass diese Latze gleich der des Andorfas aus der Passauwager die Wunde Magdeburgs schließen möge.

Mit einem Afrikaner als Schausteller in Magdeburg mag man dies nicht anonymerisch finden, ob es nun ein weißer „Fernverhältnis“ zu unserer Geschichte ausdrückt oder auch nicht.

■ Bis zum 2. Dezember 2001, täglich 10 bis 18 Uhr im Kulturhistorischen Museum Magdeburg, Anstalt zwei Bände, Verlag Philipp von Zabern, an der Ecke 98 Markt, weitere Informationen: www.ottobergstra.de

# Das Ottonenbrot wird mit Bier gebacken

Wie man in Sachsen-Anhalt Geschichte zum Anfassen inszeniert – Der „Kaiserzug“ und seine Stationen / Von Bernd Fritz

Nicht alle Autobahnen nach Berlin führen durch Sachsen-Anhalt, aber die beiden wichtigsten: die A 2 und die A 9. Als Transitstrecken prägten sie einst das Bild einer unansehnlichen DDR, und seit 1990, als hinter Helmstedt die ersten Willkommenstafeln auf Sachsen-Anhalt wiesen, prägen sie das Bild eines scheinbar uninteressanten Bundeslandes: Die A 2 führt durch den wenig attraktiven nördlichen Landesteil mit der blickfangarmen Börde und der vollends langweiligen, rechtsextremistischen Mittelmark, und die A 9 macht mit dem riesigen, östlich der Saale gelegenen Braunkohlegebiet bekannt mit abschreckenden Namen wie Leuna und Bitterfeld. Zudem machte die Landeshauptstadt Magdeburg durch Gewalttaten mit rechtsextremem Hintergrund von sich reden und durch die erste mit Duldung der PDS gebildete Landesregierung. So weckt Sachsen-Anhalt eher Assoziationen zu Industrieruinen, Landschaftszerstörung und postsozialistischen Verhältnissen als zu Romanik und grünen Auen, waldigen Höhen und wilden Orchideen.

Doch zu Sachsen-Anhalt gehören auch der halbe Harz samt seinem höchsten Gipfel, dem Brocken, und ein gut Teil des thüringischen Hügellands. Zwischen Unterharz und Kyffhäuser breitet sich die Goldene Aue aus, eine ebenso fruchtbare wie anmutige Talgegend, und durch das nach Osten hin sanfter werdende, von Rapsfeldern gelbescheckte grüne Hügelland fließt die Unstrut, bis sie, nach den Weinbergen von Freyburg, vor Naumburg in die Saale mündet. All dies liegt in der Mitte des Winkels, den die Autobahnen 2 und 9 zwischen Braunschweig, Berlin und dem Hermsdorfer Kreuz bilden, und hier, im sachsen-anhaltinischen Südwesten, wachsen nicht nur Frauenschuh und Knabenkraut, es wimmelt auch von romanischen Kirchen und ottonischen Kaiserpaläzen. Darauf vor allem versucht das Land seit 1993 mit der „Straße der Romanik“ aufmerksam zu machen. Die nach der sächsischen Weinstraße zweitfrühe Tourisusroute in den neuen Bundesländern führt über etwa sechzig Städte und Gemeinden, auf die sich mehr als siebzig Baulichkeiten aus dem zehnten bis dreizehnten Jahrhundert verteilen.

Diese Fülle, die in Deutschland nur vom Rheinland übertroffen wird, verdankt Sachsen-Anhalt dem Umstand, daß die schöne Gegend zwischen Harz und Elbe so tüchtige deutsche Könige und Kaiser wie die Ottonen hervorbrachte. Schon als Herzöge waren diese Sachsen tüchtig, und deren allertüchtigster, Herzog Heinrich, setzte nicht nur den jenseits von Elbe und Saale siedelnden Slawen zu, sondern auch seinem König, dem vorläufig letzten Franken auf dem deutschen Thron, Konrad I., und zwar derart eindrucksvoll, daß

dieser seinen sächsischen Widersacher auf dem Sterbebett zum Nachfolger erkor. Der erste Otton hieß somit Heinrich I., obwohl dieser Sammelname seinem Sohn Otto zu verdanken ist, der den Vater noch an Tüchtigkeit übertraf und, nach Karl, als zweiter deutscher Kaiser den Beinamen „der Große“ erhielt. Das übrige taten zwei weitere Ottos, die als Kaiser folgten, und Heinrich II. als fünfter und letzter dieses Geschlechts.

Eine „Ottonentour“ zu zehn besonders sehenswerten Orten soll nun in diesem Jahr den bislang mäßigen Besucherstrom auf der Straße der Romanik nachhaltig anschwellen lassen. Anlaß der Konzentration auf die wesentlichen Punkte an den insgesamt mehr als tausend romanischen Straßenkilometern ist die große Ottonen-Ausstellung in Magdeburg. Sie wird von Ende August an im Kulturhistorischen Museum der Landeshauptstadt zu sehen sein und trägt den Titel „Otto der Große, Magdeburg und Europa“. Sie hat den Rang einer Europaratsausstellung und ist nach den Worten des Magdeburger Beigeordneten für Kultur „das zentrale Kultur-Highlight des Jahres 2001 in Sachsen-Anhalt“. Sechshundert „hochrangige“ Kunstwerke aus Übersee und ganz Europa sollen „das Fachpublikum und interessierte Laien“, aber auch alle diejenigen zum Besuch motivieren, „die sich bislang nicht für Geschichte interessierten“.

Für Otto Normalverbraucher haben die tüchtigen Magdeburger sich eine Art historischen Appetitanreger ausgedacht: den „Kaiserzug“. Der ist seit dem 11. Mai auf Ottonentour und wird am 24. August pünktlich zur Ausstellungseröffnung im zehnten und letzten Routenort, Magdeburg, eintreffen. Die Idee lieferte dem Veranstalter, der Landesmarketing GmbH Sachsen-Anhalt, die Historie. So, wie die mittelalterlichen Könige und Kaiser, die Karolinger, Ottonen, Salier und Staufer, in Ermangelung eines festen Regierungssitzes von Pfalz zu Pfalz zogen, um zu herrschen und zu richten, soll der Kaiserzug überall dort Station und Laune machen, wo die Herrschaft Ottos des Großen mehr oder weniger deutliche Spuren hinterließ. Nach einem Troß von Reitern, Wagen und Fußvolk in mittelalterlicher Optik, mit bärtigen Kaiserdarstellern und schönen, jungen Königinnen, mit klingendem Spiel und purzelbaumschlagenden Narren, hält man auf den Bundes-, Landes- und Kreisstraßen freilich vergeblich Ausschau. Auch von Straßensperren, Umleitungen und anderen Verkehrsbehinderungen bleibt man verschont. Denn der Kaiserzug „symbolisiert“ nur „die Dimensionen des Wanderkönigtums“. Tatsächlich ist er das, als was ihn die Marketing GmbH ausgibt: „eine Event-Inszenierung mit wechselnden Schauplätzen“.

Der regionale Volksmund spricht von einer Art „Kirmes mit Thema“. Dementsprechend sieht es jeweils von Freitag bis Sonntag an den Schauplätzen aus. Des Themas nehmen sich Buden und Stände mit Met, Kräuterfladen („3 Silberlinge“) und Ottonenbrot (Roggen, mit Bier gebacken) an. Kostümierte Steinmetze hauen Kapitelle aus Quadern, der Münzschläger prägt Erinnerungsmedaillen, und die Marketerin bietet Wams und Beutel feil. Aber auch wer fernöstlichen Nippes und afrikanische Skulpturen schätzt, wird seine Taler los, und mit einer Tüte Soft-Eis auf der Hand läßt sich die „Falknershow“ (mit Wolfshunden und Frettchen) ebenso gut bestaunen wie bei einem Napf voll frisch am ottonischen Erdofen gerösteter Kartoffelecken. Der Freie Ritterbund Thüringen e. V. verabreicht einigen Jungmannen, nachdem sie die Nacht zuvor in einer kalten romanischen Krypta überstanden haben, den Ritterschlag, und ein wenig abseits fördert eine Ausstellung über „Kaiserkitsch“ kritische Distanz zum Thema. „Betont unwissenschaftlich“ sei man vorgegangen, erläutert ihr Erfinder – den Bedürfnissen der Spaßgesellschaft angepaßt. Herausgekommen ist eine respektable Sammlung über die Hohenzollern, Napoleon auf St. Helena, Sissi auf Kaffeedosen und Pralinenschachteln, Kaiser-Pils auf Lastwagen, Kaisermärchen und Kaisermode – alles in allem mehr als zweihundert verschiedene „Kaiserschmarrn“.

Der Auftritt des Schlagersängers Roland Kaiser findet indessen nicht in den Ausstellungsräumen, sondern auf der acht mal zehn Meter großen „Show-Bühne“ des Kaiserzugs statt. Auf dieser werden die Haupt-„Events“ inszeniert. Ans Thema halten sich ein „Prolog der Sinne“, der freitags des großen Otto Entzeden und Vergehen reflektiert, ein Volkstheaterstück „Kaiserbilder“, das tags drauf zeigt „Was nicht im Geschichtsbuch steht“ und ein Puppenspiel „Ottos Welt“, das sowohl samstags wie sonntags verrät „Wie man Kaiser wird“. Diejenigen, die sich nicht für Geschichte interessieren, werden mit Auftritten der bekannten Ost-Rockbands City, Karat und Puhdys (bei geringem oder freiem Eintritt), dem „DJ“ Tippi und den Clowns Eddi und Locci zum Schauplatz gelockt. Zehn Klafter hoch über allem schwebt eine stilisierte Kaiserkrone aus Stahl und Aluminium: das weithin sichtbare Wahrzeichen der Ottonen-Roadshow. Es mißt vier Meter im Durchmesser, wiegt 400 Kilogramm und wird von einem Teleskop-Kran gehalten. Die Krone ist vom Technischen Überwachungsverein geprüft und anstelle von Rubinen mit roten Rundumleuchten besetzt. Sonntags um 18 Uhr werden sie eingeschaltet. Dann blinken sie wie das Blaulicht eines Rettungswagens, und die Kirmes ist zu Ende.

Hat sich der Rummel samt Kran, Krone und Sattelschleppern verzogen, kommen die stummen Zeugen der Geschichte zu

Fortsetzung auf der folgenden Seite

# Kaiser Otto der Große – 100 000 kommen für ihn nach Magdeburg

Von CATHRIN BACKHAUS  
**Magdeburg ehrt einen großen Sohn der Stadt – einen Kaiser, der einst Europa veränderte: Kaiser Otto den Großen (912 bis 963).**

Mit 18 Jahren verheiratete sein Vater, der sächsische König Heinrich, ihn mit der englischen Prinzessin Editha. Später, (Editha starb nach 16 Ehejahren) Otto Adelheid, Königin von Italien. Ehen der Macht. 955 schlug er die Ungarn, bis dahin unbesiegbar. Grundlagen für das heutige Europa. 936 wurde Otto in Aachen zum König gekrönt, und nach diversen Kämpfen und Intrigen 962 in Rom zum Kaiser...

**2001, das Ottonen-Jahr.** 1700 Gäste kamen gestern zur feierlichen Eröffnung in den Magdeburger Dom Ehrengast: Kulturstatsminister Julian Nida-Rümelin (45, SPD – der mit dem langen Urlaub).

Dazu zeigt das Kulturhistorische Museum eine sagenhafte Ausstellung: 400 Stücke geliehen von Museen aus 17 Ländern, alle über tausend Jahre alt, Gesamtwert: 650 Millionen Mark.

Sachsen-Anhalts Ministerpräsident Reinhard Höppner freut sich: „Es tut Magdeburg gut, mal wieder im Mittelpunkt europäischer Aufmerksamkeit zu stehen. Das war zu Zeiten Ottos ganz selbstverständlich.“

**Leihgabe aus Trier: Eine Schmuckdose, in der (angeblich) ein Nagel vom Kreuz Jesu aufbewahrt wurde**



Der steinerne „Magdeburger Reiter“, er soll den Otto darstellen

Fotos: GERCKE





Am Sonntag schließt Ausstellung, die mehr als 270 000 Besucher hatte

# Nach 100 Tagen nimmt morgen „Otto der Große“ Abschied

Die letzten Stunden der Euro-parats- und Landesausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ sind gezählt. Wenn sich am morgigen Sonntag um 20 Uhr letztmalig der Schlüssel „abschließend“ im Türschloss des Kulturhistorischen Museums dreht, werden mehr als 270 000 Besucher die Entführung in die frühe Welt des Mittelalters genossen haben.

Von Cordula Hornburg

„Altstadt, 100 000 plus x“, lautet die Formel, mit der die Magdeburger Initiatoren der „Otto-Ausstellung“ noch vor deren Eröffnung in die Besucherzahlen-Prognose starteten. Ein aus heutiger Sicht äußerst bescheidener Blick in die Zukunft. Die Macher der Ausstellung wurden buchstäblich von der Realität überrannt. Mehr als 270 000 Besucher aus dem In- und Ausland werden letztlich auf der Habenseite des Kulturhistorischen Museums stehen, wenn Magdeburg am morgigen Sonntag Abschied von der Euro-parats-Ausstellung nimmt. Eine Zahl, die für „ein gutes Gefühl“ sorgt, wie Dr. Claus-Peter Hasse, Projektleiter der Ausstellung, gestern der Volksstimme sagte.

Mehr als 3000 Führungen wurden seit der Eröffnung der Exposition am 27. August registriert. 140 ausgewählte Führerinnen und Führer, die an der Guericke-Universität speziell für diese Ausstellung geschult wurden, entführten die



Tausende strömten täglich in die Ottonen-Ausstellung, um das Weltkulturerbe zu bestaunen. Foto: Viktoria Kühne

Besucher Tag für Tag in die frühe Welt des Mittelalters.

## Begeisternde Führungen

„Eine begeisternde Ausstellung“ sei es gewesen, wie unter anderem Prof. Martin Uhlmann aus Nürnberg an die Volksstimme schrieb. Selbst mehrstündige Wartezeiten vor der Museumspforte waren nicht geeignet, den Zauber von der Ausstellung zu nehmen. Die Großartigkeit dessen, was Magdeburg zu bieten hat, sprach sich herum. Nicht nur innerhalb des Landes, sondern auch weit über die Landesgrenzen hinaus. Die Kunde von der

Ausstellung machte, so beweist auch ein Blick in das Gästebuch, eine Reise um den Erdball.

„Von Woche zu Woche kamen mehr Besucher“, erzählt Claus-Peter Hasse. Verdrängt solch ein Andrang besondere Erlebnisse aus dem Gedächtnis? „Nein“, sagt Hasse, und hat ein paar Beispiele parat. So seien die letzten Worte des Bundesinnenministers Otto Schily beim Abschied von Dr. Hasse und Museumsdirektor Dr. Matthias Puhle gewesen: „Sie haben sich um das Vaterland verdient gemacht!“ „Und das lässt einen natürlich nicht kalt“, sagt Hasse. Er, der selbst

mehr als 70 Führungen geleitet hat, kann sich auch noch sehr gut an den König von Allada (Benin) erinnern. Hasse durfte bei des Königs Besuch dessen goldenen Stab berühren, eine Auszeichnung, in deren Genuss nur Auserwählte kommen.

## Karten ausverkauft

Bevor die 400 Objekte aus 170 Leihgaben in den kommenden Wochen gut verpackt und streng gesichert wieder Kurs auf ihr Zuhause (21 Nationen) nehmen werden, startet die Museumsmannschaft heute und morgen nochmals mit Voll-dampf durch. An beiden Tagen werden Besucher von 10 bis 20 Uhr letztmalig willkommen heißen. „Für den Fall, dass wir vor den Kassenhäuschen wieder Schlangen züchten“, wie Hasse sagt, sei auch vorgesorgt. Das Café werde dann wieder Kaffee an die unter freiem Himmel Wartenden verteilen.

Für das heute Abend um 21 Uhr beginnende große Abschlussfest in der Ausstellung mit Musik, Theater und mittelalterlichem Spektakel gibt es jedoch keine Karten mehr, so Dr. Hasse gestern auf Nachfrage. „Innerhalb kurzer Zeit haben wir die 1000 Eintrittskarten verkauft“, so der Projektleiter. Auch Restkarten seien nicht mehr zu bekommen, nimmt er jenen Nicht-Karten-Besitzern jegliche Hoffnung, die am heutigen Abend noch auf eine glückliche Schicksalsaufhebung vor der Museumspforte setzen wollten.

## Schlangestehen vor totem Haus

Biennale und Nationalgalerie  
Otto und das Fürstenerbe

Die Kunst-Biennale von Venedig, im Juni eröffnet, war das Spektakel des Jahres. Noch größer, noch opulenter, noch unübersichtlicher geriet Harald Szeemanns „Plateau der Menschheit“, eine Hochebene kultureller Produktion, die noch von keinem Landvermesser umfassend kartografiert wurde. Den Goldenen Löwen erhielt in Venedig Gregor Schneider, der sein „totes haus ur“ in den deutschen Pavillon verpflanzt hatte, wo die Besucher vor einer biederen Haustür aus Rheydt stundenlang Schlange stehen mußten.

Mehr als 300 000 Besucher lockte im Herbst die Schau „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ an, weit mehr, als Stadt und Museum erwartet hatten. Ohne didaktische Umständlichkeit verdeutlichte die Schau allein durch die transparente Anordnung des Materials, daß es die Konservierung war, die in ötonischer Zeit als Inhalt der Kultur bestimmt werden muß. Selten hat sich gelehrte Gründlichkeit so umstandslos in den Dienst einfachen Bildverstehens gestellt.

Im Juni wurde das Museumsquartier Wien eröffnet – ein Produkt von tausend Kompromissen, und doch ein Erfolg, da sich zu guter Letzt doch noch gegen alle Wahrscheinlichkeit etwas erhoben hat. Genauer gesagt: Ein heller Würfel für die Sammlung Leopold, eine dunkle, im Volksmund sogleich „Dampfnudel“ genannte Schachtel für das „Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig“, und ein roter Ziegelbau für die Kunsthalle. Und in der Mitte des großen Hofes – die berühmte Winterreithalle.

Nach dreieinhalb Jahren aufwendiger Restaurierung wurde am 2. Dezember die Alte Nationalgalerie auf der Berliner Museumsinsel feierlich wiedereröffnet. Die Neupräsentation nährt kein falsches Pathos, nimmt die Scheu vor dem spätromantisch-wilhelminischen Erbe und entschlackt das neunzehnte Jahrhundert, dessen Gegensätze souverän gemeistert werden. Wie sehr Berlin auf eine Wiederherstellung der gesamten Museumsinsel wartet, zeigte der Besucherandrang. Schon am ersten Tag nach der Eröffnung standen fünftausend Neugierige Schlange.

Übers ganze Jahr gab es Kummer mit exportgeschützten „Nationaldenkmälern“, die noch in fürstlichem Besitz sind. Ungläubig staunte der Staatsbürger, als Washington den Empfang der singulären, exportgeschützten Weltkarte Martin Waldseemüllers von 1507, die als erste den Kontinent „Amerika“ verzeichnet, bestätigte. Die Verwunderung wuchs noch, als man erfuhr, daß der Kulturstaatsminister, der oberste Schutz-Beauftragte, den Export insgeheim lanciert hatte. Im Dezember überraschte die Nachricht, daß plötzlich die Doanueschinger Gemäldegalerie aufgelöst und weggeschafft wurde. Bleiben die geschützten Altarbilder Holbeins d.A. und des Meisters von Meßkirch im Lande? (tw.)

## Anlage 6

### Literaturauswahl zu Kulturreisen

- Antz, Christian - Becker, Christoph u.a.: Touristische Straßen. Beispiele und Bewertung. Bayreuth 1994 (Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung 137)
- Becker, Christoph (Hg.): Denkmalpflege und Tourismus 1-3. Mißtrauische Distanz oder fruchtbare Partnerschaft. Vorträge und Diskussionsergebnisse der 1.-3. Internationalen Symposien 1986, 1988, 1990 in Trier. Trier 1987, 1989, 1991 (Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie 15, 18, 23)
- Becker, Christoph - Steinecke, Albrecht (Hg.): Kulturtourismus in Europa: Wachstum ohne Grenzen ?. Europäisches Tourismus Institut GmbH an der Universität Trier. Trier 1993 (ETI-Studien 2)
- Becker, Christoph - Steinecke, Albrecht (Hg.): Megatrend Kultur ?. Chancen und Risiken der touristischen Vermarktung des kulturellen Erbes. 2. Europäisches Wissenschaftsforum auf der Internationalen Tourismus-Börse Berlin '93. Europäisches Tourismus Institut GmbH an der Universität Trier. Trier 1993 (ETI-Texte 1)
- Deutscher Fremdenverkehrsverband (Hg.): Die deutschen Ferienstraßen. Frankfurt a.M. 1981
- Deutsches Seminar für Fremdenverkehr (Hg.): Kultur und Tourismus. Berlin 1989
- Dreyer, Axel (Hg.): Kulturtourismus. München-Wien 1996 (Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit)
- Dubbi, Franz-Josef: Geschichte vor Ort. Eine Handreichung in Beispielen, Hinweisen und Empfehlungen. Hg.: Regierungspräsident Detmold. Detmold 1991
- Günter, Wolfgang (Hg.): Handbuch für Studienreiseleiter. Pädagogischer, psychologischer und organisatorischer Leitfaden für Exkursionen und Studienreisen. 2.A. Starnberg 1991
- Hey, Bernd: Das Museum draußen. Historische Lehrpfade, Geschichtsstraßen und Lernlandschaften. In: Geschichtsdidaktik 11.1986, 336-348
- Hey, Bernd: Der Weg ist das Ziel. Historische Kultur routen. In: Becker-Steinecke 1993 (ETI-Studien 2), 212-232
- Hey, Bernd: Die historische Exkursion. Zur Didaktik und Methodik des Besuchs historischer Stätten, Museen und Archive. Stuttgart 1978
- Isenberg, W.: Über das Lesen von Kulturlandschaften. Spurensuche im Urlaub als spontanes Verfahren der Auseinandersetzung mit fremden Alltagswelten. In: Freizeitpädagogik 8.1986, 109-116
- Köcke, Christoph: Sehnsucht Abeunteurer. Auf den Spuren der Erlebnisgesellschaft. Berlin 1990
- Locher, Hubert: Anleitung zum Genuß ?. Überlegungen zu einer Didaktik der Kunstreiseleitung. In: Kritische Berichte 1.1991, 83-97
- Mielke, Friedrich: Die Zukunft der Vergangenheit. Grundsätze, Probleme und Möglichkeiten der Denkmalpflege. Stuttgart 1975
- Ongyerth, G.: Reiseziel Heimat. Anstiftung zur Spuren- und Identitätssuche in der eigenen Stadt. In: Freizeitpädagogik 1990.3-4
- Römhild, R.: Lokale Geschichte als Ressource zwischen Selbst- und Fremdbestimmung. Zum Phänomen des „Historismus“. Implikationen fremdenverkehrsorientierter Sanierungspraxis im ländlichen Raum. MA. Ms. Frankfurt a.M. 1987
- Roth, Peter - Langenmeyer, Alfred: Die Studienreise der 90er Jahre. Einstellungen, Erwartungen, Entwicklungen. München 1992
- Schmeer-Sturm, Marie-Louise: Geschichtsstraßen und historische Lehrpfade. In: Pädagogische Welt 1. 1989, 32-34
- Steinecke, Albrecht (Hg.): Lernen. Auf Reisen ?. Bildungs- und Lernchancen im Tourismus der 90er Jahre. Bielefeld 1990 (Institut für Freizeitpädagogik und Kulturarbeit. Schriftenreihe 9)
- Wagner, Friedrich A.: Fremdenverkehr und Geschichte. Die Nutzung historischer Anlässe im Tourismus. Starnberg 1982
- Wasem, Erich (Hg.): Der Odem der Geschichte. Vor Ort erlebte Pädagogik. München 1988

### Literaturauswahl zur Straße der Romanik

- Antz, Christian: Die Straße der Romanik durch Sachsen-Anhalt. Entdeckungsreise in das deutsche Mittelalter mit postmodernem Tourismuskonzept. In: Standort. Zeitschrift für Angewandte Geographie 20.1996.4, 11-15

- Antz, Christian: Straße der Romanik. Entdeckungsreise in das deutsche Mittelalter. In: Antz-Becker-u.a. 1994, 75-90
- Antz, Christian: Straße der Romanik. Entdeckungsreise ins Mittelalter. Hamburg 1997 (Eine Bildreise)
- Antz, Christian – Kreiker, Sebastian: Auf den Spuren Ottos des Großen. Halle 2001 (Kulturreisen in Sachsen-Anhalt 2)
- (Ausstellungskatalog) Otto der Große, Magdeburg und Europa. Europarats- und Landesausstellung Sachsen-Anhalts Magdeburg 2001. 2 Bde. Mainz 2001
- (Ausstellungskatalog) Baukunst der Romanik in Sachsen-Anhalt. Altmärkisches Museum Stendal 1994. Be.: Jördis Lademann. Stendal 1994 (Projekte-Informationen Altmärkisches Museum Stendal 4)
- (Becker, Manfred): Straße der Romanik. 60 Stationen zu über 70 der interessantesten romanischen Bau denkmälern. Mit Hinweisen zu Hotels, Gastronomie, Kultur- und Serviceeinrichtungen sowie weiteren sehenswerten Orten in Sachsen-Anhalt. Berga (1994)
- Becker, Peter: Themenstraßen am Beispiel der „Straße der Romanik,“. In: Dreyer 1996, 137-150
- Boockmann, Hartmut - Thielen, Hugo - Thies, Harmen (Rd.): Wege in die Romanik. Das Reisehandbuch. Hg.: Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Verkehr. 2 Bde. Hannover 1993
- (Engelhardt, Heiderose (Rd.)): Straße der Romanik - Die Kunstführerkassette. Kirchen, Klöster, Burgen in Einzelheften. München-Berlin 1993-1994 (Große Baudenkmäler. Denkmal an der Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt)
- (Frenzel, Reiner (Rd.)): Straße der Romanik. Kunst- und Kulturführer Sachsen-Anhalt. Leipzig 1994
- Große, Gerald - Wolff, Bernd: Straße der Romanik. Würzburg 1995
- Hausmanns, Ulf: Straße der Romanik. Hamm 1995
- Kaps, Sebastian - Boeckh, Wolfgang: Die Straße der Romanik. Bilder aus Sachsen-Anhalt. Halle a. S. 1992
- Knape, Rose-Marie: Strasse der Romanik. Führer zu Architektur, Kunst und Geschichte an der Tourismusstrasse in Sachsen-Anhalt. Hg.: Christian Antz. Halle 2001 (Kulturreisen in Sachsen-Anhalt 1)
- Reschke, Jürgen: Das Tourismuskonzept „Straße der Romanik,“ in Sachsen-Anhalt. Potentiale und Entwicklungsmöglichkeiten. Diplomarbeit. Hannover 1995
- Schmidt, Marion: Auf der Straße der Romanik. Ein praktischer Reiseführer entlang der Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt. Be.: Helga Neumann. Wernigerode 1993 (Kleine Touristen-Reihe)
- (Schmidt, Marion und Torsten (Hg.)): Romanik in Mitteledeutschland. Die Reiseführer-Kassette. (Romanik in Sachsen-Anhalt und Niedersachsen, Auf der Straße der Romanik, Links und rechts der Straße der Romanik). Wernigerode 1994

## Anlage 7

### Förderung der Ottonenorte 1991-2001 Zusammenstellung der Förderung ausgewählter Ressorts

Gemeinde	Förderprogramm	Ressort	Gesamtkosten (Mio. DM)	Zuschuss (Mio. DM)
Gernrode	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) Museen	MW	16,591	10,124
		MK		0,316
	Städtebauliche Sanierungsmaßnahmen im ländlichen Bereich	MWV	2,320	1,160
	<i>Summe</i>		<i>18,91</i>	<i>1 11,600</i>
Halberstadt	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) Museen	MW	49,26	1 15,286
		MK	0,371	
	Denkmalpflege	MK	1,263	
	Städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen	MWV	95,29	2 70,395
	städtebaulicher Denkmalschutz, Sicherung und Erhaltung historischer Stadtkerne	MWV	14,500	11,600
	SAM	MS	2,222	0,694
<i>Summe</i>		<i>161,27</i>	<i>5 99,609</i>	
Magdeburg	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) Museen	MW	270,46	2151,561
		MK		12,332
	Städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen	MWV	124,41	6 89,009
	städtebaulicher Denkmalschutz, Sicherung und Erhaltung historischer Stadtkerne	MWV	68,04	3 56,115
	Dorferneuerung	MRLU	5,900	2,963
	SAM	MS	17,158	4,795
<i>Summe</i>		<i>485,979</i>	<i>316,775</i>	
Memleben	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) Museen	MW	0,563	0,345
		MK	0,177	
	Denkmalpflege	MK	3,307	
	Dorferneuerung	MRLU	1,300	0,579
<i>Summe</i>		<i>161,275</i>	<i>99,609</i>	
Merseburg	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) Museen	MW	32,031	14,301
		MK	1,570	
	Städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen	MWV	28,38	1 19,000
	städtebaulicher Denkmalschutz, Sicherung und Erhaltung historischer Stadtkerne	MWV	35,629	26,475
	SAM	MS	1,767	0,550
<i>Summe</i>		<i>97,808</i>	<i>61,896</i>	

Quedlinburg	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA)	MW	70,919	27,681
	Museen	MK		1,076
	Denkmalpflege	MK		2,041
	Städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen	MWV	50,874	37,804
	städtebaulicher Denkmalschutz, Sicherung und Erhaltung historischer Stadtkerne	MWV	75,793	62,029
	SAM	MS	1,524	0,462
<i>Summe</i>			<i>199,110</i>	<i>131,093</i>
Querfurt	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA)	MW	12,339	6,588
	Museen	MK		0,379
	Städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen	MWV	36,018	26,197
	Dorferneuerung	MRLU	7,500	1,956
	SAM	MS	0,275	0,076
	<i>Summe</i>			<i>56,132</i>
Tilleda	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA)	MW	0,172	0,153
	Museen	MK		1,627
	Dorferneuerung	MRLU	5,100	1,324
	SAM	MS	0,488	0,128
	<i>Summe</i>			<i>5,760</i>
Walbeck	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA)	MW	0,605	0,270
	Museen	MK		0,177
	Denkmalpflege	MK		0,307
	Dorferneuerung	MRLU	4,100	2,388
	SAM	MS	0,097	0,030
	<i>Summe</i>			<i>4,802</i>
Zeitz	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA)	MW	21,637	7,118
	Museen	MK		0,222
	Städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen	MWV	49,970	36,614
	städtebaulicher Denkmalschutz, Sicherung und Erhaltung historischer Stadtkerne	MWV	28,426	22,345
	SAM	MS	1,125	0,328
	<i>Summe</i>			<i>101,158</i>
<b>Gesamt</b>			<b>1.132,798</b>	<b>733,608</b>

## Anlage 8

### Förderung der Ottonenorte 1991-2001 GA-Tourismusförderung des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt (gewerbliche Wirtschaft/Infrastruktur)

Investitions-ort	gewerbliche Wirtschaft		Dauerarbeitsplätze		Betten		Infrastruktur		Summe	
	Gesamt-invest.	Zu-schuss	neu	ge-sichert	neu	ge-sichert	Gesamt-invest.	Zu-schuss	Gesamt-invest.	Zu-schuss
	(in Mio. DM)						(in Mio. DM)		(in Mio. DM)	
Gernrode	4,20	1,02	12,00	10,00	43,00	90,00	12,39	9,10	16,60	10,12
Halberstadt	49,11	15,21	125,00	166,00	249,00	427,00	0,15	0,08	49,26	15,29
Magdeburg	92,55	15,14	120,00	3,00	125,00	514,00	177,91	136,42	270,46	151,56
Memleben	0,15	0,03	2,00	1,00	0,00	6,00	0,41	0,32	0,56	0,35
Merseburg	26,70	9,90	64,00	9,00	57,00	306,00	5,33	4,41	32,03	14,30
Quedlinburg	59,19	20,40	102,00	134,00	438,00	871,00	11,73	7,28	70,92	27,68
Querfurt	5,52	2,38	13,00	15,00	80,00	46,00	6,82	4,21	12,34	6,59
Tilleda	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,17	0,15	0,17	0,15
Walbeck	0,60	0,27	2,00	5,00	3,00	14,00	0,00	0,00	0,61	0,27
Zeitz	12,37	1,17	34,00	3,00	0,00	163,00	9,27	5,95	21,64	7,12
<b>Gesamt</b>	250,39	65,52	474,00	346,00	995,00	2.437	224,19	167,91	474,59	233,43

## Anlage 9

### Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ Eine Chronologie

#### **1995:**

Entscheidung zur Ausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“

- als Ausstellung mit internationaler Ausstrahlung und international beachtetes Event
- erste Ansätze für Entwicklung des touristischen Landesprojektes „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“

#### **1996:**

Deutsche Zentrale für Tourismus definiert „Glanz der Romanik“ als Schwerpunkt für Deutschlandmarketing 2001

#### **September 1998:**

Startschuß für das Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ im Ministerium für Wirtschaft und Technologie (MW)

#### **April 1999:**

Gründung eines interministeriellen Beirates

- Angesiedelt bei MW
- Istanalyse Potentiale (touristische Attraktivität, erforderliche Maßnahmen zur Verbesserung der Infrastruktur)
- Einbindung Landeskonservator, Partner vor Ort und „Vermarkter“
- Konzentration von Förderprogrammen verschiedener Ministerien
- Koordination örtlicher Aktivitäten
- Netzwerk Ausstellung/sonstige Potentiale
- Grundlagen für attraktives Angebotspaket, Landesmarketing, bundesweite Vermarktung durch die DZT

#### **Sommer 1999:**

Vorortbereisung Straße der Romanik und Entscheidungsfindung zu Ottonenorten

- Bestandsaufnahme „Ottonenorte“ Straße der Romanik
- Maßnahmeplan Infrastruktur
- Maßnahmeplan Angebotsoptimierung
- Entscheidungsfindung zur Auswahl der „Ottonenorte“, vor allem unter Berücksichtigung der bestehenden ottonischen Architektur, der touristischen Attraktivität und der internationalen Vermarktbarkeit

#### **1. Halbjahr 2000:**

Konzeptionelle Vorbereitung Marketing/Vertrieb/ Veranstaltungen

- Abschluß von Kooperationsvereinbarungen LMG/ Ottonenorte
- Entwicklung Veranstaltungskonzept „Kaiserzug“
- Entwicklung Marketing- und Vertriebskonzept

#### **Ab 2. Halbjahr 2000:**

Umsetzung Marketing-, Vertriebs-, Veranstaltungskonzept

#### **Dezember 2000:**

- Eröffnungspressekonferenz zum Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“
- Präsentation des Projektes im Rahmen eine DZT-Pressekonferenz in Frankfurt/Main

#### **Mai 2001:**

- Eröffnungsveranstaltung in Memleben
- Start Veranstaltungsreihe Kaiserzug

#### **26./27. August 2001:**

Abschluß Veranstaltungsreihe Kaiserzug, Eröffnung Landes- und Europaratsausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“

## Anlage 10

### Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ Die „Ottonenorte“

Folgende Routenorte der „Straße der Romanik“ waren am Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ beteiligt:

- **Gernrode** mit
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Stiftskirche St. Cyriakus
- **Halberstadt** mit
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Liebfrauenkirche
  - Dom St. Stephanus
- **Magdeburg** mit
  - Landes- und Europaratsausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“
  - Ausstellung „Goldschmiedekunst des Mittelalters“
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Dom
  - Kloster Unser Lieben Frauen
  - St. Petri-Kirche
  - St. Sebastianskirche
- **Memleben** mit
  - Eröffnungsveranstaltung am 7. Mai 2001
  - Ausstellung „Memleben – Sterbeort Ottos des Großen“
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Klosterkirche St. Marien
- **Merseburg** mit
  - Ausstellung „Thietmar, Bischof von Merseburg, Chronist der Ottonen“
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Dom St. Johannes und Laurentius
  - Neumarktkirche
- **Quedlinburg** mit
  - Ausstellung „Goldschmiedekunst des Mittelalters“
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Stiftskirche St. Servatii
  - Wipertikirche
- **Querfurt** mit
  - Ausstellung „Die edlen Herren von Querfurt und die Zeit der Ottonen“
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Burg
- **Tilleda** mit
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Königspfalz
- **Walbeck** mit
  - Ausstellung „Geschichte des Stiftes Walbeck“
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Stiftskirche St. Marien
  - Sarkophag Graf Lothars II. (Dorfkirche)
- **Zeitz** mit
  - Ausstellung „Das ottonische Zeitz“
  - Gastspiel Kaiserzug
  - Moritzburg mit Dom St. Peter und Paul

## **Anlage 11**

Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen  
in Sachsen-Anhalt“  
**Entwicklung der Besucherzahlen in den  
Ottonen-Orten 2001**

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

## Anlage 12

### Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ Medienresonanz - Eine Auswahl

Beiträge zum Projekt „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“ sind einer Vielzahl Printmedien in Deutschland und im Ausland erschienen. Darüber hinaus gab es umfangreiche Berichterstattung in Hörfunk, Fernsehen und im Internet.

Veröffentlichungen in folgenden Printmedien sind der LMG zur Kenntnis gelangt:

**ADAC** Motorwelt, Allgemeine Hotel- und Gaststätten-Zeitung, Auf Achse, Augsburger Allgemeine, Auto Motor Sport, Avacon-Magazin,

**B**adische Neueste Nachrichten, Berlin Express, Berliner Allgemeine, Berliner Morgenpost, Berliner Zeitung, Bild Halle, Burgen Echo, Bus Aktuell, Bus Blickpunkt, Bus Tourist International, Busfahrt, BusMail,

**D**er Harz, Der Markt in Mitteldeutschland, Der neue Tag, Der Nordschleswiger, Die Christliche Familie, Die Welt, Donau – Kurier, Dresdner Neueste Nachrichten,

**E**lbe-Elster-Report, Elbe-Report, Erbenheimer Anzeiger, Eßlinger Zeitung, EuroBus,

**F**lensburger Tageblatt, Frankenpost, Frankfurter Allgemeine, Frankfurter Rundschau, Fränkischer Tag, Freie Presse Chemnitz, Freies Wort, Fremdenverkehrswirtschaft International,

**G**'sund + Aktiv, Glaube und Heimat, Göppinger Kreisnachrichten,

**H**amburger Abendblatt, Hanauer Anzeiger, Hannoversche Allgemeine, Heilbronner Stimme, Holsteinischer Kurier, Husumer Nachrichten,

**IKK** – Gesundheitstelegramm, Invest Spezial,

**K**atholische Kirchenzeitung – Berlin, Kieler Nachrichten, Kinderreisezeitung, Kirchenzeitung – Hildesheim, Kirchenzeitung für das Bistum Aachen, Kölner Morgen,

**I**a tribune, Lausitzer Rundschau, Le Moci, Leipziger Volkszeitung, Loisirs, Lübecker Nachrichten,

**M**agdeburger Generalanzeiger, Main Post, Mainpresse, Mannheimer Morgen, Märkische Allgemeine, Märkische Oderzeitung, Märkische Rundschau, Meininger Tageblatt, Mitteldeutsche Wirtschaft, Mitteldeutsche Zeitung, Mobil,

**N**iederlands Dagblad, Neue Kronen Zeitung, Neue Presse, Neue Ruhr Zeitung, Norddeutsche Hotel- und Gaststättennachrichten, Norddeutsches Handwerk, Nordsee Zeitung, Nürnberger Zeitung,

**O**mnibusrevue, Osnabrücker Zeitung, Österreichisches Magazin für Freizeit, Kultur und Tourismus,

**P**forzheimer Zeitung, Praxis Journal, Prisma,

**R**B Hotel Marketing – Der Graue München, Recklinghäuser Zeitung, Reise-Blitz, Rhein Zeitung, Rheinische Post, Rundrum,

**S**aarbrücker Zeitung, Sächsische Zeitung, Schwäbische Donauzeitung, Schwäbische Zeitung, Schwarzwälder Bote, Schweriner Nachrichten, Segeberger Zeitung, Siegener Zeitung, Sonntagsnachrichten, Straubinger Tageblatt, Südwest Presse, Südwestfälische Wirtschaft, Super Illu, Super Sonntag,

**T**hüringer Allgemeine, Trierischer Volksfreund,

**V**ocable, Vogtland Anzeiger, Volksblatt, Volksstimme, Vorwärts,

**W**eser Kurier, Westdeutsche Allgemeine, Westdeutsche Zeitung, Westfalenpost, Wetzlarer Neue Zeitung, Wirtschaftsspiegel, Woche der Frau, Wochenchronik Nordhausen, Wochenspiegel Zeitung für Kunden und Geschäftsfreunde

## **Impressum**

Herausgeber:  
Ministerium für Wirtschaft und Arbeit  
des Landes Sachsen-Anhalt,  
Kulturhistorisches Museum Magdeburg

Idee und Konzept:  
Christian Antz, Claus-Peter Hasse, Matthias Puhle

Redaktion: Claus-Peter Hasse

Autoren:  
Dr. Christian Antz, Referatsleiter Tourismus  
Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes  
Sachsen-Anhalt

Dr. Claus-Peter Hasse, Projektleiter  
Kulturhistorisches Museum Magdeburg

Dr. Gabriele Köster,  
Kulturhistorisches Museum Magdeburg  
(bis 12/2001)

Dr. Heinzgeorg Oette, Geschäftsführer  
der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH

Dr. Heike Pöppelmann,  
Kulturhistorisches Museum Magdeburg

Dr. Matthias Puhle,  
Ltd. Direktor der Magdeburger Museen

Ursula Schild,  
Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH

Abbildungsnachweis:  
Umschlag: Hauptmotiv der 27. Ausstellung des Euro-  
parates und Landesausstellung Sachsen-Anhalt  
„Otto der Große, Magdeburg und Europa“  
vom 27. August bis 2. Dezember 2001  
1-7, 12, 15, 20-23, 34: Kulturhistorisches Museum  
Magdeburg, Jutta Rödling; 8-11, 13-14, 16, 18-19,  
24: Text & PR Bremen, Peter Förster (Schönebeck);  
17, 27-33, 35-36: Kulturhistorisches Museum Mag-  
deburg; 25-26: Büro für Gestaltung, Gottfried & Anna  
von Haeseler, München; 37-46: Landesmarketing  
Sachsen-Anhalt GmbH, Magdeburg.

ISBN: 3-935971-08-7

Herstellung: Grafisches Centrum Cuno, Calbe





Ministerium für Wirtschaft und Arbeit  
des Landes Sachsen-Anhalt

ISBN 3-935971-08-7