

Sachbericht zur institutionellen Förderung 2020

der

Brandenburgischen Gesellschaft
für Kultur und Geschichte gemeinnützige GmbH

Stand: 19. März 2021

Übersicht

| | |
|---|----|
| Übersicht..... | 2 |
| 1 Vorbemerkung und Aufgaben der Gesellschaft..... | 3 |
| 2 Tätigkeiten der Gesellschaft..... | 4 |
| 2.1 Übergreifende Aktivitäten und Projekte..... | 4 |
| 2.1.1 Wirtschaftsjahr 2020, Gremien..... | 4 |
| 2.1.2 Pandemische Lage..... | 4 |
| 2.1.3 Umsetzung des Innovationskonzepts..... | 4 |
| 2.1.4 Förderformel..... | 5 |
| 2.2 Geschäftsbereich „Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte“..... | 5 |
| 2.2.1 Weiterentwicklung des Innovationskonzepts: Ertüchtigung der Funktionsräume/ Brandenburg.Ausstellung/ Brandenburg.Werkstatt/ Brandenburg.Studio..... | 5 |
| 2.2.1 Vermittlungs- und Veranstaltungsprogramme..... | 7 |
| 2.2.2 Medien- und Partizipationsprojekte..... | 8 |
| 2.2.3 Digitale Strategie..... | 9 |
| 2.2.4 Ausstellung „Mensch Brandenburg!“..... | 10 |
| 2.2.5 Projekt „SPUR.lab. ERINNERN IM VIRTUELLEN RAUM“..... | 11 |
| 2.2.6 Kommunikation und Marketing..... | 13 |
| 2.2.7 Veranstaltungen..... | 14 |
| 2.2.8 Besucher*innen-Statistik..... | 14 |
| 2.3 Geschäftsbereich „Kulturland Brandenburg“..... | 16 |
| 2.3.1 Kulturland Brandenburg..... | 16 |
| 2.3.2 Statistische Auswertung Kulturland Brandenburg 2019..... | 23 |
| 3 Auswertung des Geschäftsjahres..... | 26 |

1 Vorbemerkung und Aufgaben der Gesellschaft

Der folgende Sachbericht zur institutionellen Förderung 2020 wertet die Tätigkeit der Brandenburgischen Gesellschaft für Kultur und Geschichte gGmbH („BKG“) im Geschäftsjahr 2020 im Hinblick auf Erfolge und Ergebnisse bei der Erreichung der Gesellschaftsziele aus.

Gemäß Gesellschaftsvertrag wollen die beiden Gesellschafter, das Land Brandenburg und die Landeshauptstadt Potsdam, mit der Gesellschaft Kunst und Kultur, die Heimatpflege und Heimatkunde, die Wissenschaft und Forschung sowie das bürgerschaftliche Engagement zugunsten gemeinnütziger Zwecke fördern.

Die BKG soll dazu die geschichtliche und kulturelle Vielfalt Brandenburgs allen Bevölkerungsgruppen, insbesondere der jungen Generation sowie Besucher*innen und Gästen des Landes zugänglich machen. Ihre Aufgabe ist es insbesondere,

- als öffentliches Forum und zentrale Plattform für den fachlichen und kulturpolitischen Austausch sowie die thematische Vernetzung kultureller Initiativen und Institutionen zu dienen;
- klassische Museumstätigkeit mit Aufgaben der kulturellen Bildung, der Vernetzung kultureller Akteure und des nicht wirtschaftlich orientierten Kulturmarketings zu verbinden;
- das Geschichtsbewusstsein zu fördern und dadurch das kulturhistorische Erbe Brandenburgs im nationalen und internationalen Rahmen sichtbar zu machen.

Zur Erreichung dieser Aufgaben betreibt die Gesellschaft im Berichtsjahr die Konzeptionierung, Initiierung und Durchführung kultureller Projekte im Land Brandenburg, insbesondere durch:

- Veranstaltungen kultureller und wissenschaftlicher Art zur Landesgeschichte, zu zeitgenössischer Kunst und Kultur sowie zur Entwicklung von Staat und Gesellschaft;
- Betrieb des Kutschstalls Am Alten Markt in der Landeshauptstadt Potsdam als multifunktionales Ausstellungs- und Veranstaltungsgebäude sowie als Schaufenster für Geschichte und Kultur des Landes Brandenburg unter der Marke „Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte“;
- Themenjahre unter der Marke „Kulturland Brandenburg“;
- Unterstützung der Akteure vor Ort bei der Umsetzung ihrer Projekte; die Beratung von Projektpartnern und die Weiterentwicklung von kulturellen Netzwerken;
- übergreifendes nicht wirtschaftlich orientiertes Marketing z.B. für Verbundprojekte, Landesausstellungen und Themenjahre sowie für Kooperationsprojekte mit ausgewählten Kulturakteuren der historischen Innenstadt der Landeshauptstadt Potsdam;
- Verbreitung von Forschungsergebnissen zum historischen Erbe und zur Kultur des Landes.

2 Tätigkeiten der Gesellschaft

Neben dem Bericht über die übergreifenden Aktivitäten und Projekte der BKG als Ganzes im Berichtsjahr wird nachfolgend auch näher auf die Darstellung der Tätigkeiten der beiden Geschäftsbereiche der Gesellschaft, des „Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte“ („HBPG“) und „Kulturland Brandenburg“ („KLB“) eingegangen.

2.1 Übergreifende Aktivitäten und Projekte

2.1.1 Wirtschaftsjahr 2020, Gremien

Der Wirtschaftsplan für das Geschäftsjahr 2020 wurde nach erfolgter Abstimmung mit den Zuwendungsgebern Land Brandenburg und Landeshauptstadt Potsdam durch den Aufsichtsrat in seiner 19. Sitzung am 06. April 2020 unter Vorbehalt beschlossen und der Gesellschafterversammlung zur endgültigen Bestätigung vorgeschlagen, diese erfolgte am 15.07.2020. Der WP 2020 umfasst ein Gesamtvolumen von EUR 3.597.758,00 und weist damit gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung um EUR 534.158,00 aus.

Die Bestätigung des Jahresabschluss 2019 einschließlich der Prüfung der Verwendungsnachweise und des Testats der Wirtschaftsprüfer erfolgte durch den Aufsichtsrat in seiner 20. Sitzung am 30. Juli 2020. Am 08. Dezember 2020 bestätigte die Gesellschafterversammlung den Abschluss und sprach die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats und der Geschäftsführung aus.

Der Aufsichtsrat trat im Jahr 2020 zu Sitzungen am 06.04.2020, am 30.07.2020 und am 02.11.2020 zusammen, die Gesellschafterversammlung zu einer Sitzung am 08.12.2020, der Fachbeirat zu einer Sitzung am 18.09.2020.

2.1.2 Pandemische Lage

Die Arbeit der Gesellschaft stand im Jahr 2020 unter dem Eindruck der covid-19-Pandemie. Den Eindämmungsverordnungen des Landes Brandenburg folgend mussten Ausstellungen und Veranstaltungen des Hauses der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte ab November 2020 geschlossen bzw. abgesagt werden. Da das Haus wegen Umbaumaßnahmen ohnehin bis September geschlossen war, hielten sich die direkten Auswirkungen in Grenzen. Auch die Durchführung von Programmen von Kulturland Brandenburg und Plattform Kulturelle Bildung waren durch die Pandemie beeinträchtigt. In allen Aktivitätsfeldern ist es gelungen, wenigstens einen Teil der Aktivitäten auf digitalem Wege zu ersetzen, durch online-Ausstellungen und digitale Veranstaltungsformate aller Art. Hierbei kam der BKG die Tatsache zugute, dass im Zuge der Umsetzung des Innovationskonzepts die technische Ausstattung wesentlich verbessert werden konnte und dass bereits seit mehreren Jahren digitale Strategien systematisch entwickelt worden sind.

In der internen Arbeit wurden alle notwendigen Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter ergriffen und u.a. konsequent Homeoffice für die Mehrzahl der Betriebsangehörigen verwirklicht.

2.1.3 Umsetzung des Innovationskonzepts

Das Innovationskonzept der BKG sieht vor, dass das Kutschstallgebäude am Neuen Markt noch stärker zu einem zeitgemäßen und lebendigen Mittelpunkt des kulturellen Lebens ertüchtigt und als touristischer Anlaufpunkt in der Landeshauptstadt Potsdam und im Land Brandenburg ausgebaut wird. Es wurde vom Aufsichtsrat am 17. Oktober 2017 und in der Gesellschafterversammlung am 22. November 2017 zur Ausführung beschlossen und

anschließend durch Kabinettsbeschluss der Landesregierung gebilligt. Es bildet die Grundlage der Wirtschaftspläne der Jahre 2019 bis 2023.

Nach intensiver konzeptioneller Diskussion und der Durchführung eines Workshops unter Einschluss der Gremien der BKG beschloss der Aufsichtsrat am 11. November 2019 eine Neuausrichtung der künftigen Überblickspräsentation „Brandenburg.Ausstellung“ und, damit verbunden, der übrigen öffentlichen Funktionsflächen für die Vermittlungs- und Bildungsarbeit der BKG. Ziel dieser konzeptionellen Erweiterung ist die Betonung digitaler, medialer und partizipativer Aktivitäten sowie die Stärkung des Erlebniswerts und damit der Publikumsattraktivität des Kutschstalls.

Auf der Grundlage dieses Konzepts und eines von der Agentur NeoNext entwickelten Gestaltungsentwurfs konnte 2020 eine Ausfinanzierung durch das MWFK sowie begleitende Förderprogramme gesichert werden. Der entsprechende Projektansatz ist in einer gesonderten Titelgruppe (TG 92) als Anlage zum Wirtschaftsplan enthalten. Über die Detailmaßnahmen wird unten berichtet.

2.1.4 Förderformel

In allen Veröffentlichungen war der Hinweis „Die Brandenburgische Gesellschaft für Kultur und Geschichte gGmbH wird gefördert mit Mitteln des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg und durch die Landeshauptstadt Potsdam“ vermerkt (siehe Belegexemplare).



2.2 Geschäftsbereich „Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte“

Die Arbeit des Geschäftsbereichs HBPg war im Jahr 2020 wesentlich durch die pandemische Lage und daraus resultierenden Restriktionen sowie durch die Umsetzung des Innovationskonzepts und die Konzeption einer neuen Überblickspräsentation geprägt.

2.2.1 Weiterentwicklung des Innovationskonzepts: Ertüchtigung der Funktionsräume/ Brandenburg.Ausstellung/ Brandenburg.Werkstatt/ Brandenburg.Studio

Es wurden im Jahr 2020 wesentliche Schritte der konkreten Vorbereitung und Realisierung des Innovationskonzepts in den Bereichen *Change Management Prozess*, *Digitale Strategie* sowie *Konzeption und Umsetzung der Brandenburg.Ausstellung*, der *Brandenburg.Werkstatt* und des *Brandenburg.Studio* umgesetzt.

Im Einzelnen wurden folgende Maßnahmen realisiert:

Fachplanung Architektur und Ausstattung (alle Bereiche Kutschstall): Im Brandenburg.Studio wurden durch das Büro FOCKE Änderungen in der Baugenehmigungsplanung durchgeführt (Verlegung der „BrandenBox“). Gemeinsam mit dem Büro NeoNext wurden Planung und Gestaltung des Kutschstalls vorangetrieben. So konnten der Innenausbau (Ausbau und Technik) der Bereiche Foyer und Konferenzraum in allen Leistungsphasen fertig gestellt werden. Darüber hinaus konnte die Entwurfsplanung für die Bereiche Bran-

denburg.Ausstellung, Brandenburg.Werkstatt, Brandenburg.Studio, Studio Museumspädagogik und Veranstaltungshalle EG Nord abgeschlossen werden. Mit Herrn Prof. Saalfeld wurde ein Beratervertrag zur Planung/ Bemusterung der Bestuhlung (Konferenzraum und Gewölbehalle EG Nord) sowie zur Konzeptionierung des Besucherleitsystems abgeschlossen. Das Büro Rosenspieß wurde mit der Lichtberatung für diverse Bereiche des Kutschstalls betraut (Ausstellungshalle, Veranstaltungshalle EG Nord, Brandenburg.Werkstatt, Brandenburg.Studio, Konferenzraum).

Kuratoren/Autoren: In Kooperation mit dem Institut für Neue Soziale Plastik e.V. konnten Medieninhalte für die Brandenburg.Ausstellung bereitgestellt werden. In Zusammenarbeit mit dem Autorenteam wurden die Inhalte für die Ausstellung wissenschaftlich aufbereitet und kuratiert.

Restaurierung, restauratorische Betreuung: In Kooperation mit dem Förderverein Ofen- u. Keramik Museum Velten e.V. konnte eine Dauerleihgabe (Veltener Ofen) für die Brandenburg.Ausstellung gewonnen werden, diese wurde für den Einsatz in der Ausstellung restauriert. Von der Gipsformerei der SMB wurde ein Gipsabguss von Moses Mendelssohn erworben.

Datenbank: Für Objektdokumentation und Ausstellungsmanagement wurde die Software FAUST beschafft und eingeführt. Zunächst wird sie für die Vorbereitung der neuen Dauerausstellung genutzt. Vorbereitet wird die Einarbeitung des Bibliotheksbestandes in die Datenbank.

Kooperation Filmuniversität Babelsberg: Ein Element der künftigen Brandenburg.Ausstellung sind „Lebendige Porträts“, d.h. Videosequenzen mit fiktiven geschichtlichen Persönlichkeiten, die dem Publikum einen faszinierenden und attraktiven Zugang zu komplexen historischen Themenkreisen eröffnen. Die Produktion wurde als Kooperationsprojekt mit der Filmuniversität Babelsberg realisiert.

Erwerb von Geräten und Ausrüstungsgegenständen/ IT-Technik: Für die Steigerung der Attraktivität und Funktionalität wurden umfangreiche Beschaffungen getätigt. So wurde u.a. die Bestuhlung des Konferenzsaals und der Gewölbehalle, die Ausstattung mit Ausstellungslicht, die Ertüchtigung der Teeküchen für Catering, die Erneuerung der Veranstaltungstechnik sowie die Erneuerung der Informations- und Kommunikationstechnik (Serverstruktur, Datennetze, Datenanbindung, Telefonanlage usw.) ermöglicht.

Potsdam-Modell: Das Potsdamer Stadtmodell wird als beliebter Besuchermagnet auch in der neuen Brandenburg.Ausstellung zu sehen sein. Während der Sanierungsarbeiten war es eingehaust, um es vor Beschädigungen zu schützen. Nach der Übergabe des Kutschstalls an die BKG gGmbH wurde die Einhausung beseitigt und die Firma Raumlichtlabor Potsdam beauftragt, das Modell wieder betriebsfähig zu machen, entstandene Schäden zu beseitigen, Modellverluste zu ergänzen, die Textrollen wieder anzubringen und die Elektrik funktionsfähig zu halten. Damit ist es wieder in den alten Betriebszustand versetzt.

Besucherleitung Außenbereich: Im Rahmen der Umsetzung der Digitalen Strategie wurde auf dem Kutschstallhof eine Outdoor-Hörstation realisiert, die Bestandteil eines neuen, umfangreichen Besucherleitsystems ist.

Bau Tresen im Foyer/ Täfelung oberes und unteres Foyer einschl. Ausstattung eines Backoffice-Bereichs im Foyer/ Erneuerung der Garderobenspinde: Im Rahmen der Sanierung des HBPG erhielt u.a. auch der Eingangsbereich im Anbau (unteres und oberes Foyer) ein neues Erscheinungsbild. Im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung konnte das Unternehmen Mkt Möbelmanufaktur mit diversen Tischlerarbeiten beauftragt werden. Um dem Anspruch einer Landeseinrichtung zur Vermittlung der Landeskultur Rechnung zu tragen und um breite Publikumsschichten anzusprechen, wurden ein funktioneller und einladender Besuchertresen gebaut, das untere und obere Foyer vertäfelt und ein Backoffice-Bereich für das Kassenpersonal eingerichtet. Die Baumaßnahmen wurden rechtzeitig zur Eröffnung der Sonderausstellung „Mensch Brandenburg!“ anlässlich des 30. Jahrestages der

Wiederbegründung des Landes Brandenburg im September 2020 erfolgreich abgeschlossen. Die Garderobenspinde im UG des HBPG wurden komplett erneuert.

Beschaffung und Implementierung eines Kassensystem: Ein neues Kassensystem, bestehend aus Kassenhardware und einer Software, die sowohl für den Betrieb der Kasse als auch das Tickethandling im Rahmen von Ausstellungen und Veranstaltungen ermöglicht, wurde beschafft und implementiert.

Medientechnische Ausstattung des Konferenzraums: Nach der bautechnischen und gestalterischen Erneuerung des Konferenzraums wurde die Räumlichkeit mit einer professionellen Audiotechnik ausgestattet und kann somit für Veranstaltungen, Vorträge und Diskussionen genutzt werden. Darüber hinaus können die Veranstaltungen Dank erneuerter Videotechnik auch durch Film-, Video- und Grafikdarbietungen unterstützt werden. Die Maßnahme wurde im September 2020 erfolgreich abgeschlossen.

2.2.1 Vermittlungs- und Veranstaltungsprogramme

Die Programme zur Geschichtsvermittlung und zur kulturellen Bildung konnten im Jahr 2020 vor dem Hintergrund der Pandemie nur eingeschränkt weitergeführt werden.

Schüler-Programm „Ein Tag in Potsdam – Auf den Spuren der Migration in der brandenburgisch-preußischen Geschichte.“: Das Schüler-Programm „Ein Tag in Potsdam“ ist eines der erfolgreichsten Projekte seiner Art in Brandenburg. Seit 2007 haben daran über 70.000 SchülerInnen teilgenommen. Es ist eine Kooperation des Hauses der Brandenburgischen-Preußischen Geschichte, der Stiftung Preußischer Schlösser und Gärten sowie der Ostdeutschen Sparkassenstiftung. Im Kalenderjahr 2020 wurde das Programm überschattet von der Corona-Pandemie. Bis zum 17. März wurde das Programm weitergeführt, dann mussten jedoch alle weiteren Aktivitäten bis zum Jahresende eingestellt werden. Um das Programm in der Corona-Pandemie trotz Einschränkungen weiterführen zu können bzw. die Inhalte des Programms an die Schulen zu vermitteln, wurden weitreichende Anstrengungen von Seiten der BKG unternommen. So wurde eine gesamte Ausstellung innerhalb der Räumlichkeiten des HBPG verlagert, um eine Corona-gerechte Begehung der Ausstellung durch eine größere Präsentationsfläche sicherzustellen. Neben der Verlegung der Schüler-Ausstellung hat die BKG digitale Vermittlungsformate produziert, um Lehrkräften die Inhalte der Ausstellung anzubieten. Es wurde eine Video-Führung erstellt, die zielgruppengerecht und lehrplanrelevant konzipiert wurde. Über die Vermittlungsangebote hinaus hat die BKG den bestehenden Kooperationsvertrag mit den Partner-Organisationen im Jahr 2020 an die Corona-Situation angepasst, um für das Schuljahr 2020/ 21 die Finanzierung zu sichern. So wurde der Weg geebnet für die Fortführung des Programms und die Produktion weiterer digitalen Angebote. Für das Schuljahr 2021/ 22 wurde bereits ein Antrag auf Fortführung des erfolgreichen Programms gestellt.

Digitale Vermittlungsformate: Alle Vermittlungsangebote wurden auf Flyern, den Webseiten des HBGP und der Sonderausstellung veröffentlicht, ebenso auf allen Social-Media-Kanälen der BKG. Die digitalen Unterrichtsmaterialien wurden online zum Download bereitgestellt. Der 360-Grad-Film wurde auf der Video-Plattform YouTube und auf der Webseite der Sonderausstellung veröffentlicht.

„Spot On!“/ Entwicklung eines Workshops in Kooperation mit dem Landesjugendring Brandenburg: Im Jahr 2020 begannen die Planungen für ein zukünftiges Vermittlungsprogramm, das die BKG in Kooperation mit dem Landesjugendring Brandenburg entwickelt.



Aufbauend auf dem Programm des Landesjugendrings für Jugendliche mit den Namen „Zeitensprünge“ wird ein Workshop entwickelt, in dem die Jugendlichen lernen, wie sie Ergebnisse ihrer lokalen Geschichtsprojekte in einem Museum präsentieren können. Dadurch erfahren sie das Museum als öffentlichen Raum, den auch Jugendliche partizipativ mitgestalten können. Der Workshop soll als dauerhaftes Angebot innerhalb des Programms des Brandenburg.Studios entwickelt

werden und wird auch in den Räumlichkeiten des Studios stattfinden.

Kooperationspartner: Der Landesjugendring Brandenburg e.V. wurde 1990 als Arbeitsgemeinschaft der landesweit tätigen Jugendverbände sowie Stadt- und Kreisjugendringe gegründet. Mit dem Projekt Zeitensprünge werden Jugendliche in Gruppen unter ehrenamtlicher Betreuung eingeladen, sich mit der Geschichte ihres Heimatortes zu beschäftigen. Dabei entstehen Ausstellungen, Filme, Installationen und Texte.

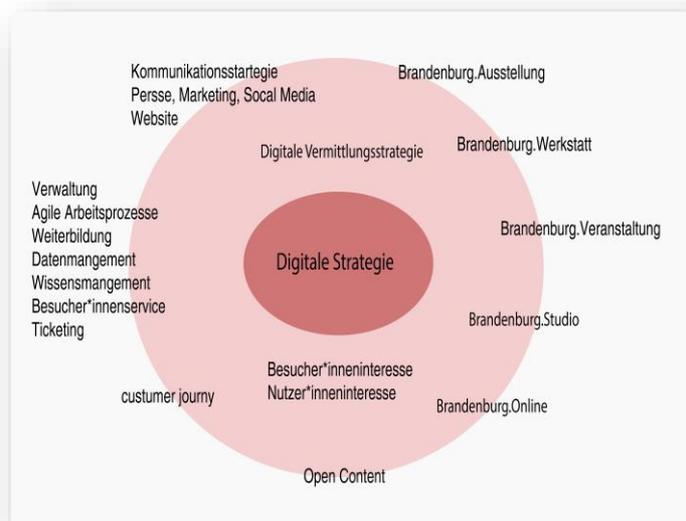
Ausblick: Für die Zukunft sollen noch mehr Vermittlungsformate entwickelt werden, die angesichts der Corona-Pandemie und der Digitalisierung sowohl vor Ort als auch digital angeboten werden können. Dafür wird die Eröffnung einer Sonderausstellung und der neuen Dauerausstellung im HBPB 2021 Gelegenheit geben. So können die Erfahrungen mit digitalen Formaten, wie digitale Live-Führungen, auch nach der Pandemie für zukünftige Projekte genutzt werden. Neben der Entwicklung von digitalen Vermittlungsformaten hat das Jahr 2020 gezeigt, dass es noch mehr und verlässlichere Methoden braucht, um die Teilhabe an diesen Angeboten in Zahlen messen zu können. Dies ist unerlässlich, um Erfolg und Misserfolg solcher Projekte einschätzen zu können. Für die Entwicklung von Vermittlungsformaten soll weiter mit lokalen Kultureinrichtungen gearbeitet und sich mit ihnen vernetzt werden. Für die Zukunft gilt es zudem, mehr inklusive Vermittlungsformate zu entwickeln, um somit auch unterrepräsentierten Gruppen Teilhabe an den Inhalten der Ausstellungsvorhaben des HBPB bieten zu können.

2.2.2 Medien- und Partizipationsprojekte

Brandenburg.Studio - Entwurf eines neuen Bereichs für teilhabeorientiertes Sammeln und Ausstellen: Wie wird Geschichte gemacht? Welche Geschichten bewegen Brandenburg? Wer erzählt diese und wie erreichen sie uns? Mit dem Brandenburg.Studio entsteht im Dachgeschoss des HBPB ein Ort aktiver Aneignung und Äußerung. Hier haben aktuelle Themen ebenso ihren Platz wie die Beschäftigung mit der Landeskultur und -geschichte. Ziel des Studios ist es, die Brandenburger*innen einzuladen, ihre eigenen Themen und Erzählungen einzubringen. Die Teilnehmenden werden dabei als Expert*innen für Ihre Themen ernst genommen und erhalten kuratorische und gestalterische Begleitung. Dabei arbeiten wir projektbasiert mit Partnern und experimentieren mit verschiedenen Workshopmethoden und Erzählformaten. Auch die medienpädagogische Arbeit mit Schulklassen ist angedacht. Ein Schwerpunkt liegt in der Erprobung technologiegestützter Erzähl- und Erinnerungsformate – eine Aufnahmekabine (Brandenbox) ermöglicht die Produktion von Video-, Ton- und Bildmaterial. Ein weiterer Schwerpunkt sind Fragen zur Wissensproduktion selbst und wie man diese nachhaltig zugänglich hält. Neben einem Archiv privater Nachlässe, sollen über die Zeit verschiedene (auch performative) Ausstellungs- und Veranstaltungsformate entstehen.

Ausblick: Partizipative Ausstellung MORGEN << Jetzt entdecken >> (Nov. 2021 – Feb. 2022): Das partizipative Projekt MORGEN << Jetzt entdecken >> fragt danach, wie sich Zukünfte in Brandenburg gemeinsam gestalten lassen. Mit der Projektidee konnten wir im Herbst 2020 drei Kooperationspartner, die jeweils unterschiedliche Aspekte, Ansätze und Methoden vertreten, gewinnen. Kooperationspartner sind das Netzwerk Zukunftsorte e.V., Słubfurt e.V. des Künstlers Michael Kurzwelly sowie der Landesjugendring Brandenburg e.V.

Eingebunden ist zudem Kulturland Brandenburg und die Plattform Kulturelle Bildung, parallel laufen Gespräche mit weiteren möglichen Partner*innen. Seit Dezember erstellen wir gemeinsam mit ihnen in einer Workshopreihe das Grobkonzept. Die Pandemie hat das Projekt gebremst, jegliche Kommunikation wurde ins Digitale verlegt. Grundlage der Zukunftswerkstatt, die im November 2021 eröffnet wird, bilden Fragen, welche die Brandenburger*innen mit Blick auf die Zukunft beschäftigen. Die Kooperationspartner vermitteln als Multiplikatoren den Zugang zu diversen im ganzen Land verteilten Zielgruppen und Beitragenden. Es entsteht ein lebendiger Verhandlungsraum, der Menschen aller Altersgruppen und Herkunft einlädt, gemeinsam mit Expert*innen, Aktivist*innen, Künstler*innen ins Gespräch zu kommen und Zukunft zu gestalten.



2.2.3 Digitale Strategie

Vermittlungsauftrag: Wesentlicher Bestandteil der digitalen Strategie war 2020 die Konzeption einer digitalen Vermittlungsstrategie für das Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte, damit verbunden die Planung und Realisierung der notwendigen digitalen Infrastruktur für die Bereiche Brandenburg.Ausstellung, Brandenburg.Werkstatt und Brandenburg.Studio, für Veranstaltungen sowie für Brandenburg.Online. Das Konzept sieht vor, digitale Vermittlungsformate begleitend

zu den Ausstellungsvorhaben sowie den Veranstaltungen des HBPB zu entwickeln. Darauf aufbauend musste die nötige digitale Infrastruktur geplant und aufgebaut werden, die es ermöglicht digitalen Content zu erstellen, Daten aufzubereiten zu speichern und zielgruppenorientiert zu vermitteln. Alle Maßnahmen wurden erfolgreich abgeschlossen.

Medientechnik: Das Haus wurde mit moderner Medientechnik ausgestattet, die eine Kommunikation der Inhalte in alle Bereiche ermöglicht, die einzelnen Räume können nun über das Datennetz mit einander kommunizieren, Inhalte können an alle Endgeräte im Haus und in das Internet gestreamt werden. Die geplante und realisierte technische Ausstattung ermöglicht dem HBPB aktuell und zukünftig eigenständig digitale Inhalte zu produzieren.

Content Management System: Für die zielgruppenspezifische Vermittlung der Inhalte wurde ein Content Management System geplant und angeschafft, Das CMS ermöglicht extern und intern auf alle generierten Inhalte zuzugreifen und diese themenspezifisch auszuspielen. Das Backend des CMS wurde geplant und eingerichtet, das Frontend ist prototypisch entwickelt worden und wird 2021 besucherorientiert getestet. Medienstationen, Multimediaguides und Onlineausstellungen können agil überarbeitet, ergänzt und aktualisiert werden. Dazu wurde eine erste thematische Onlineausstellung zur Kutschstallgeschichte konzipiert, mit der die digitale Besucherleitung über den Kutschstallhof

erprobt werden soll. Die Onlineausstellung soll die Aufenthaltsqualität auf dem Kutschstallhof steigern. Zusätzlich wurde eine Outdoormöblierung mit Hörstationen konzeptioniert und erworben. Besucherleitung und Besucherresonanz werden begleitend evaluiert.

Digitale Formate und Projekte: Bedingt durch die pandemische Situation wurden kurzfristig bereits vorhandene digitale Inhalte überarbeitet und dem Publikum online zur Verfügung gestellt. Darunter virtuelle Ausstellungsrundgänge durch die Ausstellung „Land und Leute“ sowie die Ausstellung „Reformation und Freiheit“. Neu entwickelt wurde eine 360-Grad-Kuratorenführung durch die Ausstellung „Mensch Brandenburg!“. Veranstaltungen konnten schon seit Beginn der pandemischen Situation 2020 online durchgeführt werden, und erhielten hohen Besucherzuspruch. Weitere Formate wie Fortbildungen, Konferenzen und Tagungen konnten als hybride Veranstaltungen mit Publikum vor Ort und online durchgeführt werden. Das digitale Angebot wurde gut angenommen. Weitere digitale Vermittlungsangebote konnten schnell realisiert werden.

Im Rahmen der digitalen Strategie entstand 2019 das Projekt Spur.lab das seit 2020 realisiert wird. Hier entstehen gemeinsam mit den Brandenburgischen Gedenkstätten innovative neue digitale Vermittlungsangebote. 2020 wurden für die BKG Anwendungsfelder in der Brandenburg.Ausstellung für das Projekt entwickelt. Für die gesamte Brandenburg.Ausstellung wurde ein differenziertes Medienkonzept entwickelt und beplant, die Realisierung erfolgt 2021. Erste digitale Inhalte wurden 2020 mit der Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf konzeptioniert und realisiert. Es sind 10 historische Portraits für die Brandenburg.Ausstellung sowie ein Werbetrailer entstanden.

Ausblick: Mit Brandenburg.Online entsteht im Rahmen der digitalen Strategie eine Onlineplattform, die alle Bereiche der BKG online vernetzt und erlebbar macht. Es entsteht eine erlebnisorientierte, usergenerierte Mediathek zur Brandenburgischen Geschichte. Hierfür wird ein spezielles Interface entwickelt, das den Besuchenden je nach Interessengebiet Beiträge in unterschiedlichen Vermittlungsformaten zur Verfügung stellt. Mit Brandenburg.Online kann die BKG seine bundesweite Reichweite ausbauen.

Open Access: Die BKG fühlt sich der Open Access Strategie des Landes Brandenburg verpflichtet. 2020 wurde eine Open Access Strategie für die Arbeitsbereiche der BKG entwickelt, die ab 2021 sensibel und konsequent umgesetzt wird.



2.2.4 Ausstellung „Mensch Brandenburg!“

Ausstellung: Seit dem 26. September 2020 und nach Verlängerung noch bis 5. April 2021 zeigt das HBPB die Ausstellung „Mensch Brandenburg! - 30 Jahre, 30 Orte, 30 Geschichten“. 30 Orte und damit verbundene Themen, die das Land seit 1990 geprägt haben, werden in der Ausstellung und hier auf der Webseite vorgestellt. Für »Mensch Brandenburg!« haben wir 30 ausgewählte Menschen gebeten, über ihre Arbeit und ihr Engagement in Brandenburg zu erzählen. So entsteht eine bunte Karte von

Erzählungen und ein Mosaik des historischen und strukturellen Umbruchs bis hinein in die Gegenwart.

Themen der Ausstellung sind beispielsweise die treuhänderische Abwicklung und der Wiederaufbau des Textilstandorts Premnitz, die grenzübergreifenden Projekte in der Eurostadt

Guben/ Gubin, Maßnahmen gegen Lichtverschmutzung im Sternenpark Westhavelland, die Rückkehragentur in Finsterwalde oder der Wandel der Landwirtschaft im Barnim und dem Oderbruch.

Die Ausstellung wird begleitet von einem ausführlichen Vortrags- und Vorlesungsprogramm und ist auf einer eigenen website www.menschbrandenburg.de präsent.

Vermittlung innerhalb des Ausstellungsprojekts: Die Herausforderung bei der Entwicklung von Vermittlungsformaten für die Sonderausstellung „Mensch Brandenburg“ war die Einschätzung der pandemischen Situation. So wurde entschieden, flexible Angebote zu konzipieren und zu produzieren, die sowohl vor Ort als auch digital funktionieren. In diesem Sinne wurde im Bereich der personalen Vermittlung das Format der Live-Speaker eingeführt. Am Wochenende und vor Abend-Veranstaltungen standen kundige Ausstellungsbegleiter*innen für Fragen und kleine Vorträge in der Ausstellung bereit. So konnte trotz Einlassbeschränkung eine personale Vermittlung gewährleistet und auf individuelle Interessen von Besuchenden eingegangen werden. Neben der personalen Vermittlung wurde auch ein digitales Vermittlungsangebot zur Sonderausstellung „Mensch Brandenburg“ entwickelt. Für Lehrkräfte wurden Unterrichtsblätter entwickelt, die Videos, Objekte und Themen der Ausstellung in schülerzentrierter Perspektive vermitteln. Diese Unterrichtsblätter wurden kostenlos zur Verfügung gestellt. Als die Ausstellung im Herbst 2020 schließen musste, wurde ein 360-Grad Film produziert, in dem die Kuratorin der Ausstellung zeitgemäß durch die Ausstellung führt.

Partizipative Strategie innerhalb des Ausstellungsprojekts: Die Sonderausstellung fragt, was das Bundesland in den letzten 30 Jahren geprägt hat und was es heute ausmacht. Dem Ausstellungsteam war es wichtig, Perspektiven einzufangen, die über die in der Ausstellung präsenten Akteure hinausreichen und Besuchenden ermöglicht selbst Teil des Diskurses zu werden. Eine mobile aus Holz konstruierte 2,10 m hohen Leporello-Box lädt Besuchende mit unterschiedlichen Formaten ein, Fragen zu beantworten, die auch den Protagonist*innen der Ausstellung gestellt wurden („Brandenburg wäre nicht Brandenburg ohne..“; „Was wünschst du Brandenburg für die nächsten 30 Jahre?“). Die Box wurde im Zeitraum der Öffnung (welcher leider stark durch die Pandemie eingeschränkt wurde) sehr gut angenommen. Auch innerhalb der Ausstellung sind Besuchende mehrmals eingeladen, eigene Beiträge zu hinterlassen, etwa wenn es um die Protestkultur im Holländischen Viertel Potsdams in den 1990er Jahren geht. Diese Angebote wurden sehr gut angenommen und haben überdies das Potential, Menschen zu den Themen ins Gespräch zu bringen. Es wurden zudem gemeinsam mit dem Team interaktive Elemente entwickelt, wie eine Gemüsewaage und spielerische Ansätze, etwa beim Thema Lichtverschmutzung, um Besuchende unterschiedlichen Alters zu aktivieren und Erfahrungsräume zu eröffnen.

2.2.5 Projekt „SPUR.lab. ERINNERN IM VIRTUELLEN RAUM“

SPUR.lab



ERINNERN IM VIRTUELLEN RAUM

Das Projekt: Das SPUR.lab (Site Specific Storytelling lab) widmet sich dem Thema des Nationalsozialismus und den ehemaligen Konzentrationslagern in Brandenburg. Als interdisziplinäres Forschungslabor erkundet SPUR.lab hier die narrativen Möglichkeiten interaktiver digitaler Technologien. Ziel ist, neue Erzählformen zur NS-Zeit in Brandenburg zu entwickeln und dabei die Projektpartner als vernetzte Erinnerungslandschaft zu verbinden. Die Forschung des SPUR.lab wird geleitet von drei zentralen Themenfeldern: Erinnern, Verbinden, Erzählen. Die Projektpartner entwickeln gemein-

sam Anwendungsideen. Dabei stehen explizit nicht die technologischen Möglichkeiten im Vordergrund, sondern das dem Thema angemessene Erzählen und das Bewahren von Erinnerung. Das .lab ist offen für neue Erzählformen, die nicht nur visuelle Darstellungsformen, sondern auch akustische oder abstraktere Dimensionen mitdenken.

SPUR.lab läuft von 01/ 2020 bis 12/ 2023 und wird gefördert im Programm Kultur Digital der Kulturstiftung des Bundes. Die am Projekt beteiligten Partner sind das Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte, die Mahn- und Gedenkstätte Ravensbrück, die Gedenkstätte und Museum Sachsenhausen und die Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF. Projektträgerin ist die Brandenburgische Gesellschaft für Kultur und Geschichte

Inhaltliche Arbeit: Im ersten Quartal 2020 wurden die institutionellen Voraussetzungen geschaffen: die im Projekt vorgesehenen Stellen für das Projektbüro wurden besetzt bzw. ausgeschrieben. Zwischen den Partnern wurde ein Kooperationsvertrag geschlossen. Die Leitung Projektbüro nahm an verschiedenen Schulungen zur Projektadministration und – abrechnung bei der Kulturstiftung des Bundes teil. Zudem wurden die Grundlagen für digitale Kommunikationsmöglichkeiten geschaffen: für die Arbeit im SPUR.lab wird das Tool Stackfield genutzt, Workshops und Veranstaltungen werden pandemiebedingt mit den Tools zoom, miroboard und Wonder durchgeführt.

Der Start ins erste Projektjahr stand im Zeichen des gegenseitigen Kennenlernens und des gegenseitigen Verständnisses für die unterschiedlichen Herangehens- und Arbeitsweisen. Eine große Herausforderung war dabei Covid 19: die gesamte Phase des Kennenlernens musste remote stattfinden. Trotzdem konnten sich im ersten Projektjahr alle Partner-einrichtungen entweder vor Ort oder digital kennenlernen. Zudem wurden in mehreren Brainstorming-Workshops erste Anwendungsideen entwickelt. Zusätzliche Inspiration und Ideen brachten uns Projekteinsblicke bei anderen Kulturinstitutionen. Im zweiten Projektjahr starten wir mit diesen entwickelten Ideen in die Konzeptionsphase: in der Zusammenarbeit mit Experts in Residence werden diese Ideen ausgereift und zu ersten low fidelity Prototypen weiterentwickelt.

Netzwerke, Community, Öffentlichkeitsarbeit: Für das Projekt wurde die Projektwebseite www.spurlab.de beauftragt und umgesetzt. Der Webseite angegliedert ist ein blog, der einen Überblick über die verschiedenen Facetten, Herausforderungen und Diskurse im Themenspektrum Bewahrung von Erinnerung, Erzählen von NS-Geschichte und den Möglichkeiten von Augmented und Virtual Reality in der Geschichts- und Erinnerungsarbeit geben wird. Ein kurzer Film über SPUR.lab wurde gedreht, um die Idee und die Herausforderungen im Projekt einer interessierten (Fach-)Öffentlichkeit deutlich zu machen. Er ist sowohl auf der Webseite wie auch über die Social Media Kanäle der Partner zugänglich und wurde bereits auf mehreren Veranstaltungen gezeigt. Eine breitere öffentliche Aufmerksamkeit bekam SPUR.lab durch Beiträge in der MAZ, im rbb Kulturradio und in einem Beitrag im Heute Journal des ZDF. Die Veranstaltung ‚Immersion und Reflexion‘, der erste große öffentliche Workshop im Rahmen von SPUR.lab hat im November als Kooperationsveranstaltung mit der S+T+Arts Initiative der EU stattgefunden. An dieser eintägigen Zoom-Konferenz haben mehr als 80 Personen teilgenommen.

Ausblick: In der jetzt beginnenden Konzeptionsphase des Projekts erarbeiten wir gemeinsam mit Experts in Residence künstlerische und wissenschaftliche Konzepte für das digitale Erzählen der Geschichte des Nationalsozialismus in Brandenburg. In dieser Phase werden „low fidelity“ Prototypen entwickelt, die im Anschluss bewertet und in Zusammenarbeit mit externen Unternehmen zu drei „high fidelity Prototypen“ weiterentwickelt werden (Entwicklungsphase). Diese Prototypen werden in den beteiligten Kultureinrichtungen zum Einsatz kommen.

2.2.6 Kommunikation und Marketing

Ziele des Marketings 2020: Aufmerksamkeit schaffen für die Umgestaltung des Hauses und die Wieder-Eröffnung mit der Sonderausstellung „Mensch Brandenburg! - 30 Jahre, 30 Orte, 30 Geschichten“. Die Ansprache der bisherigen Zielgruppen sowie die Gewinnung einer jüngeren Zielgruppe (18 bis 49 Jahre) stand im Fokus der Marketingaktivitäten. Die Ansprache der Zielgruppen erfolgte jeweils im B2C und B2B-Bereich. Weiteres Ziel des Marketingbereichs waren erste Schritte zu einer internen Neuausrichtung des Bereichs als übergreifender Marketingbereich. Aufgrund der zu Anfang des Jahres ungeahnten und im Laufe des Jahres sich vielfach verändernden Situation rund um das Corona-Virus, konnten einige im Vorfeld geplanten Maßnahmen nicht im analogen Raum durchgeführt werden. Diese mussten verstärkt in den digitalen Bereich verlegt werden. Das gilt insbesondere für die erste Jahreshälfte sowie für den Zeitraum ab November.

Neuausrichtung des Bereichs Marketing, Kommunikation und Veranstaltungen: Im Zuge der Neuausrichtung des Marketingbereichs als übergreifender Bereich wurde als erster Schritt der Pressebereich als Gesamtpressebereich für die BKG formuliert und für die neuen Aufgaben ab Juni 2020 ein einheitliches E-Mail und Newsletter Tool für das bestehende CRM COBRA eingesetzt.

Redesign des Corporate Design der BKG: Im Zuge des Innovationsprozesses war es wichtig, das bisherige Corporate Design hinsichtlich seiner Funktion als Bindeglied zwischen den Marken und als Kommunikationsmittel nach außen zu untersuchen. Im Mai 2020 wurde das Redesign des Corporate Design der BKG öffentlich ausgeschrieben. Am Teilnahmewettbewerb nahmen 13 Grafikagenturen teil, fünf wurden zum Pitch am 2. September eingeladen, vier Agenturen nahmen teil. Der Zuschlag ging an die Berliner Grafikagentur Ta-Trung. Die auftragnehmende Agentur erhielt ein Preisgeld, die weiteren am Pitch teilnehmenden Agenturen ein Pitchgeld. Nach Erhalt des Zuschlags begann die Grafikagentur mit der Gestaltung des zukünftig neuen Besucherleitsystem und der Gestaltung der neuen Website für die BKG.

Printprodukte (Gestaltung und Druck): Für die Wiedereröffnung des HBPG mit der Sonderausstellung „Mensch Brandenburg!“ im September 2020 wurde ein neues Kassensystem inkl. eines Ticketdruckers erworben. Zum Zweck des Ticketverkaufs wurden neue Eintrittskarten für die Besucher*innen gestaltet und gedruckt.

Presse- und Medienarbeit/ Anzeigen: Eine hohe Aufmerksamkeit für den Umbau und den Innovationsprozess konnte im Laufe des Jahres durch gezielte Anzeigen und Presseinformationen hin zur Pressekonferenz zur Wieder-Eröffnung des HBPGs erreicht werden. Die Zielgruppen des HBPG wurden in folgenden lokalen und regionalen Medien angesprochen und informiert: Events, MittZeit, Magazin 55+, Potsdamlife, Quer durch Brandenburg, Landsicht. Während der Umbaumaßnahmen und des Aufbaus der Ausstellung sowie nach Eröffnung der Sonderausstellung „Mensch Brandenburg!“ berichteten lokale aber auch regionale Medien über die Wieder-Eröffnung. Im lokalen und regionalen Umfeld erschienen Presseartikel und Beiträge in den Potsdamer Neuesten Nachrichten (PNN), in der Märkischen Allgemeinen Zeitung (MAZ), Märkischen Oderzeitung (MOZ), Potsdam TV, Blickpunkt Brandenburg, beim Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb). Der Berliner Markt wurde gezielt mit Berichten im Tagesspiegel und der Berliner Morgenpost informiert.

Social Media/ Online-Angebote: Aufgrund der sich schnell verändernden Situation rund um das Corona-Virus wurde verstärkt auf Werbemaßnahmen im Online-Bereich gesetzt, insbesondere in den Sozialen Medien. Ein Online-Angebot zur Ausstellung Mensch Brandenburg und zu Veranstaltungen des HBPG unabhängig von der Sonderausstellung (Ringvorlesung Preußen und Sternenfestival digital) konnte die analog nicht oder nur unter sehr eingeschränkten Bedingungen stattfindenden Veranstaltungen gut auffangen und den Besucher*innen und Interessenten dennoch ein vielfältiges Angebot zugänglich machen. Bewor-

ben wurde die Wieder-Eröffnung des HBPG nach den Umbaumaßnahmen, hybride oder Online-Veranstaltungen und Online-Angebote. Hierzu zählten gesponserte Posts, vor allem auf Instagram (Feed & Story) sowie bei Facebook (Feed). Die (bezahlte) Reichweite der Beiträge ist stark gewachsen, was sich im Traffic auf der Projektwebsite Mensch Brandenburg und auf HBPG widerspiegelte sowie in den Anmeldungen zu den Online-Veranstaltungen.

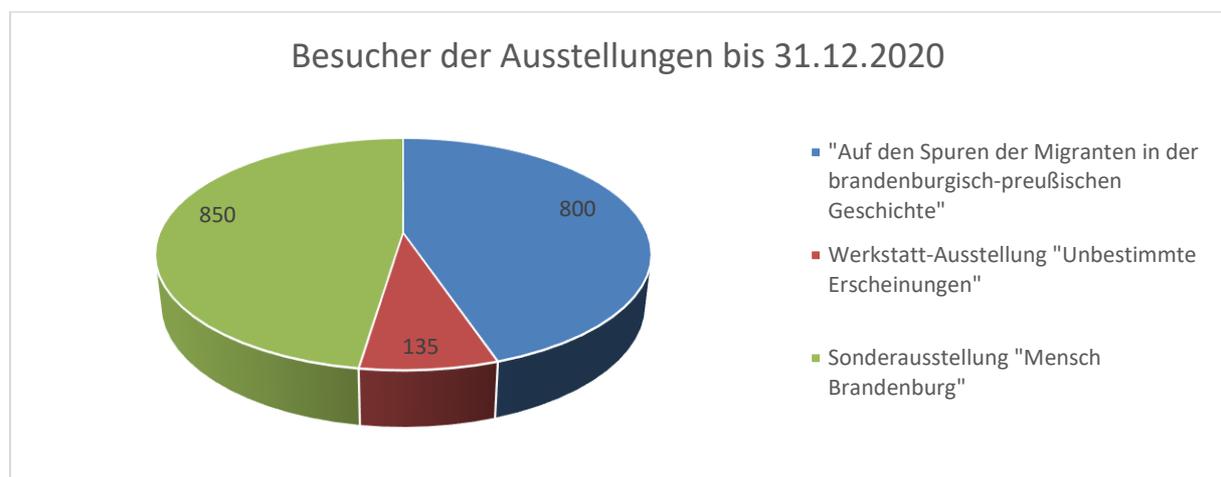
2.2.7 Veranstaltungen

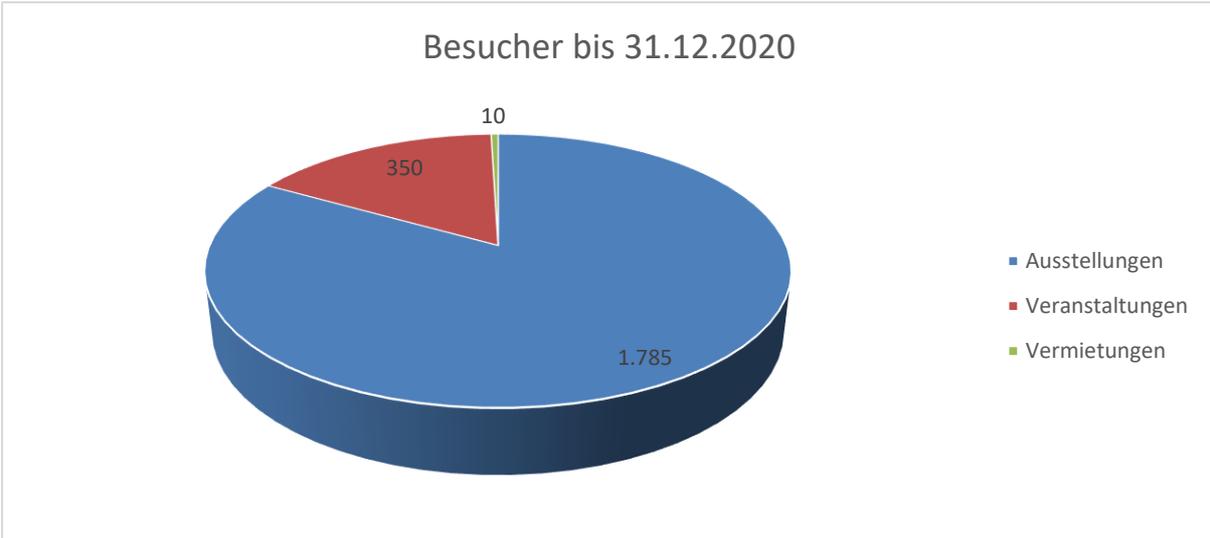
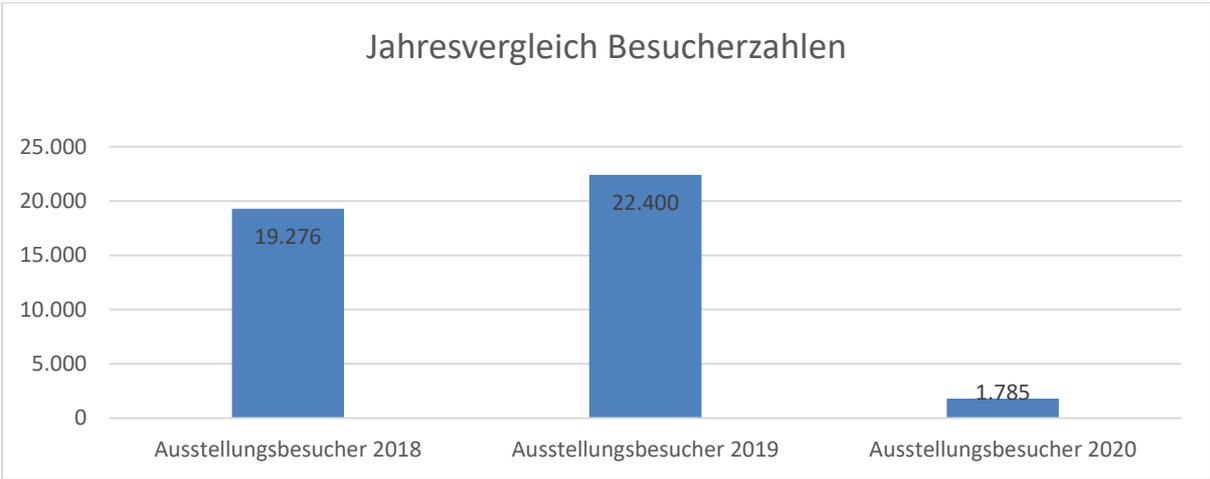
Im Januar 2020 war das HBPG Teil des städtischen Events „Unterwegs im Licht“ mit Lesungen, Vorträgen und einem Kinderprogramm. Somit konnte trotz Schließung durch die Umbauarbeiten das HBPG weiterhin Besucher*innen anziehen.

Das analog nur stark eingeschränkt durchführbare Veranstaltungsangebot wurde durch digitale Formate ergänzt bzw. aufgefangen. Der Internationaler Museumstag im Mai 2020 konnte als digitale Variante umgesetzt werden, in der die BKG sowie der Innovationsprozess in kurzen Videos erläutert wurden. Über die Kooperation mit der Kammerakademie wurden die Beiträge mit Musikstücken unterstrichen.

Die Ringvorlesung zu Preußen in Kooperation mit der Universität Potsdam konnte im Herbst 2020 als hybride Veranstaltung (analog im Konferenzraum sowie als Online-Veranstaltung abrufbar) von beiden Partnern durchgeführt werden. Im Vermietungsbereich konnten im Laufe des Jahres durch die Anpassung der Vermietungsbuchungen an die Hygiene- und Abstandsregeln einige Vermietungsanfragen wahrgenommen werden. Der traditionelle Sternenmarkt/ das Sternefest wurde dank der Kooperation mit dem Projektbüro „deutschundpolnisch“ und etlicher Künstler*innen zu einem digitalem Sternenfestival mit einer Grußbotschaft in polnischer und deutscher Sprache umgesetzt werden.

2.2.8 Besucher*innen-Statistik





2.3 Geschäftsbereich „Kulturland Brandenburg“

2.3.1 Kulturland Brandenburg

Das Themenjahr „KRIEG und FRIEDEN. 1945 und die Folgen in Brandenburg“ Kulturland Brandenburg 2020

Der 8. Mai 1945 symbolisiert die »Stunde Null« in der Deutschen Geschichte. Aus der individuellen Erfahrung heraus haben die Menschen in Brandenburg diesen Tag gleichermaßen als »Befreiung« und als »Katastrophe« erlebt. Denn wie auch sonst sollten die allorts anzutreffenden massiven Zerstörungen, die schier endlose Zahl der Opfer, das Maß an Verletzung und die Angst vor der sowjetischen Besatzung auf der einen Seite und die Hoffnung auf Frieden, Freiheit und ein Ende des Nationalsozialismus auf der anderen Seite greifbar werden.



75 Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges hat das Themenjahr »KRIEG und FRIEDEN. 1945 und die Folgen in Brandenburg – Kulturland Brandenburg 2020« die zeithistorische Phase von 1945 bis heute in den Blick genommen und nach den individuellen Erinnerungen und Erfahrungen der Brandenburger*innen gefragt. Das Themenjahr 2020 wollte dabei zum Diskurs über die historische, erinnerungskulturelle und demokratische Entwicklung der vergangenen 75 Jahre anregen.

Kulturland Brandenburg 2020 hat die Brandenburger*innen und ihre Gäste eingeladen, das kulturelle Erbe und die

kulturelle Vielfalt des Landes, aber auch die Zäsuren und Brüche in dessen Geschichte kennenzulernen. Mit zahlreichen Partnern wurden künstlerische und kulturelle Projekte an den Schnittstellen zu Wissenschaft, Tourismus und kultureller Bildung präsentiert, die die Auswirkungen der zeitgeschichtlichen Ereignisse des Jahres 1945 auf Land und Leute betrachtet haben. Sie widmeten sich den individuellen Lebensschicksalen, den Hinterlassenschaften des Krieges und dem, durch die politischen Neuordnungen bedingten, gesellschaftlichen Wandel in der brandenburgischen Geschichte.

Kulturland Brandenburg 2020 ist damit gleichzeitig einer Initiative der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg gefolgt. Mit dem Ausstellungsprojekt »Potsdamer Konferenz 1945 – die Neuordnung der Welt« im Schloss Cecilienhof blickt die Stiftung auf die bis heute spürbaren Auswirkungen der Potsdamer Konferenz und auf die daraus resultierende Nachkriegsordnung, die Europa bis heute prägt.

Auswirkungen und Chancen der Corona-Pandemie

Das Themenjahr »KRIEG und FRIEDEN. 1945 und die Folgen in Brandenburg – Kulturland Brandenburg 2020« sollte am 23. April 2020 im Rahmen der dreitägigen offiziellen Gedenk-

veranstaltung zur Erinnerung an die Opfer des »Verlorenen Transports« in Tröbitz im Landkreis Elbe-Elster eröffnet werden. Gäste aus dem In- und Ausland waren geladen. Zeitzeug*innen, Überlebende der Shoah, hatten ihre Teilnahme an der öffentlichen Auftaktveranstaltung und an einem Symposium zugesagt. Eine Vertreterin der israelischen Botschaft und ein Vertreter des Zentralrats der Juden in Deutschland waren eingeladen, ein Grußwort zu sprechen. Rabbiner Joseph Polak von der Boston University, der als Dreijähriger die Irrfahrt des »Verlorenen Transports« überlebt hatte, wollte mit einer Rede zu jüdischen Kinderschicksalen im Holocaust auf diese eher vergessene Opfergruppe aufmerksam machen. Auch die Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Dr. Manja Schüle, sowie der Staatssekretär im Ministerium für Infrastruktur und Landesplanung, Rainer Genilke, hatten sich angekündigt.

Die Geschichte von Tröbitz ist einzigartig. Die Begegnungen zwischen der deutschen Bevölkerung, den jüdischen Befreiten und den sowjetischen Soldaten steht als ein erster Moment der »Hinwendung zur Menschlichkeit« am Ende der Shoa. Durch das Engagement der Überlebenden und Hinterbliebenen, aber auch vieler Bürger*innen der Gemeinde wurde und wird die Erinnerung an den »Verlorenen Transport« bis heute wachgehalten.

Als Soldaten der Roten Armee am 23. April 1945 bei Tröbitz auf einen Häftlingstransport aus dem KZ Bergen-Belsen stießen, fanden sie etwa 2.400 Menschen, eingepfercht in 45 »Viehwaggons«. Zwölf Tage lang waren sie unter katastrophalen Bedingungen durch Deutschland gefahren worden. Auf Befehl der Roten Armee hatten die umliegenden Dörfer eilig Unterkünfte und genügend Verpflegung bereitzustellen. Doch das Engagement der Tröbitzer*innen ging über das Befohlene weit hinaus.

Mit der Eröffnung des Themenjahres 2020 am authentischen Ort wollte Kulturland Brandenburg an die Befreiung des »Verlorenen Transports« in Tröbitz erinnern und das unermüdlige und anhaltende Engagement der jüdischen Überlebenden und der Tröbitzer*innen zur Wahrung der Erinnerung würdigen.

Aufgrund der zunehmenden Corona-bedingten Gefährdungslage mussten Ende März jedoch alle Kulturveranstaltungen im Land Brandenburg auf unbestimmte Zeit verschoben werden. Davon war nicht nur die öffentliche Auftaktveranstaltung des Themenjahres betroffen, auch viele weitere Eröffnungs- und Gedenkveranstaltungen unserer Projektpartner mussten abgesagt oder verschoben werden.

Die Eröffnungstermine einer Vielzahl von Ausstellungen und Veranstaltungsreihen, die Premierentermine von Theateraufführungen und szenischen Lesungen sowie die Termine von Gedenkveranstaltungen, Symposien und Tagungen orientierten sich häufig an den historischen Daten des Jahres 1945. Die Projektpartner wollten 75 Jahre nach der Befreiung von jüdischen Häftlingen oder 75 Jahre nach dem Ende der Kampfhandlungen in ihren Kommunen und Regionen an die Opfer des Zweiten Weltkrieges, an die Zerstörungen und das schier endlose Leid erinnern. Sie wollten die öffentliche und publizistische Aufmerksamkeit für das Thema nutzen, um im Sinne des Themenjahres eine offene Diskussion über die Erinnerungskultur in Brandenburg anzuregen. Überlebende und Zeitzeug*innen sollten mit Menschen jüngerer Generationen in Kontakt treten. Gleichzeitig sollte dem in den vergangenen Jahren wiedererstarkende Rassismus, Antisemitismus und Rechtsterrorismus eine diverse Erzählung über die Schicksale der Menschen zwischen Krieg und Frieden entgegengesetzt werden.

Die zunächst vorherrschende Unsicherheit der Partner über das weitere Vorgehen im Zuge des Lockdowns wich schnell dem Bedürfnis, die im Zuge der Projektarbeiten entstandenen Fragen und Ergebnisse, die in vielen Bereichen bisher unbekannte Einblicke in die Geschichte Brandenburgs zum Ende des Zweiten Weltkriegs lieferten, in digitaler Form zu präsentieren.

So startete Kulturland Brandenburg gemeinsam mit den Projektpartnern des Kulturland-Themenjahres 2020 die neue Webserie »Kulturland entdecken«. Auf der Website von Kulturland

land Brandenburg, auf dem YouTube-Channel, auf Facebook und Instagram erhielten die Besucher*innen des Themenjahres einen ersten Einblick in die Vielfalt der Projekte und in die verhandelten Themen. Verschiedene Videos sind zum Ort des »Verlorenen Transports« in Tröbitz entstanden. Das Dominikanerkloster Prenzlau, das Kinderbuchmuseum in Kleßen, der Kornspeicher Neumühle, das Museum Park und Schloss Branitz, das Kunstarchiv Beeskow, das Museum Viadrina und viele weitere Partner beteiligten sich mit Videobeiträgen und gaben so einen ersten Einblick in das Themenjahr.

Dieses Format wurde auch nach den Lockerungen im Juni beibehalten. Die Projekte nutzten die Aufmerksamkeit der digitalen Formate, um auf ihre Einrichtungen, die Inhalte der Projekte und die Akteure vor Ort aufmerksam zu machen.

Zunächst verschobene Eröffnungen konnten im Laufe des Sommers und in den Herbstmonaten nachgeholt werden. Unter den Umständen strenger Hygienerichtlinien verzeichneten die teilnehmenden Projektpartner*innen eine positive Besucherentwicklung. Die Erwartungen wurden dabei vielfach übertroffen und veranlassten einige Projektpartner wie die Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg, das Fürst-Pückler-Museum in Branitz oder das Kunstarchiv Beeskow, die Laufzeit ihrer Ausstellungen zu verlängern.

Die neuerliche Schließung der Kulturorte aufgrund steigender Infektionszahlen in Deutschland veranlasste einige Projektpartner, die Veranstaltungen und Ausstellungseröffnungen für den Spätherbst geplant hatten, vollständig auf digitale Präsentationen zu setzen. So fand das FilmFestival Cottbus ausschließlich im Stream statt. Das Museum Schloss Lübben begleitete die Zeit der eigentlichen Ausstellung mit Fotos, Kurzfilmen und Interviews in den Social Media.

Letztlich zeigten die Projektpartner*innen eine hohe Flexibilität, wenn es um die Anpassung von Veranstaltungsformaten an die Corona-bedingten Vorgaben ging. Nur zwei Partner mussten ihre Teilnahme am Themenjahr zurückziehen, da die notwendige Förderung dritter nicht wie geplant ausgezahlt und somit die Durchführbarkeit der Projekte nicht gewährleistet werden konnte. Alle anderen Projekte konnten erfolgreich durchgeführt und kommuniziert werden. Das Themenjahr 2020 erreichte insgesamt 150.000 Besucher, - die Hälfte bzw. ein Drittel der Besucherzahlen, die in anderen Kulturland-Themenjahren erreicht worden sind. Dies ist den Folgen der Pandemie und der Lockdown-Phasen im Kulturbereich zuzuschreiben. Andererseits konnte ein zusätzliches Publikum über die digitalen Präsenzen und Formate angesprochen werden.

Marketing und Kommunikation

Die geplanten Marketingmaßnahmen zum Themenjahr »KRIEG und FRIEDEN. 1945 und die Folgen in Brandenburg – Kulturland Brandenburg 2020« konnten trotz der sich ab Mitte März 2020 aufgrund der Corona-Pandemie verändernden Situation für die Projekt- und Vertriebspartner von Kulturland Brandenburg beinahe vollständig umgesetzt und durch digitale Formate ergänzt werden.

So wurde das Programmheft zum Themenjahr mit einem Umfang von 80 Seiten und Veranstaltungen von 40 Projektpartnern im Frühjahr in einer Auflage von 65.000 Exemplaren gedruckt. Mitte März wurden 40.000 Exemplare an den Vertriebspartner Dinamix Media versandt, die jedoch vorläufig aufgrund der Schließung der Verteilerstellen in Berlin und Brandenburg nicht ausgelegt werden konnten. 10.000 weitere Exemplare konnten allerdings an die Partnerprojekte, an die Tourist-Infos im Land und gezielt an interessierte Einzelpersonen versandt werden.

Erste Lockerungen für Kultureinrichtungen im Land Brandenburg wurden genutzt, um mit einer gezielten Plakatierung Aufmerksamkeit für das Themenjahr im öffentlichen Raum zu schaffen. Im Februar begann eine Plakataktion mit 18/1-Plakaten an strategischen Ver-

kehrspunkten, wie z.B. im Bahnhof Frankfurt (Oder) mit einer Dauerwerbefläche über dem Eingang des Reisezentrums. Im März wurde mit einer Plakatierung auf Potsdamer Litfaß-Säulen verstärkt in der Landeshauptstadt für das Themenjahr geworben. Im Mai, also pünktlich zur Wiedereröffnung der brandenburgischen Kultureinrichtungen, erfolgte eine Großflächenplakatierung im Bahnhof Berlin-Friedrichstraße, flankiert von weiteren parallelen Großflächenplakatierungen im gesamten Land Brandenburg. Im September folgte eine erneute Plakatierung auf den Litfaß-Säulen im Potsdamer Stadtgebiet.

In enger Absprache mit dem Distributionspartner Dinamix konnte auf die veränderte Situation ab März/ April reagiert werden. In vier Sondertouren konnten an 490 Stellen in Berlin und Brandenburg Image-Postkarten zum Themenjahr verteilt werden. Ein zweiter Vertrieb fand dann im August 2020 statt. Zudem konnte in Kooperation mit der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg (SPSG) ein Vertrieb der Postkarten im Besucherzentrum der SPSG und im Kassenbereich des Schlosses Cecilienhof realisiert werden.

Mit einer Kombination aus klassischen und Online-Anzeigen sowie redaktionellen Beiträgen wurde in verschiedenen Medien, z.B. in der „Landsicht“ oder im FREITAG auf die Projekte und die Veranstaltungen des Themenjahres aufmerksam gemacht.

Neben Printprodukten und einer umfassenden Distribution stand eine intensive Pressearbeit im Zentrum der Kommunikation des Themenjahres. Die ursprünglich für Ende März angesetzte Auftakt-Pressekonferenz in der Vertretung des Landes Brandenburg beim Bund in Berlin konnte zwar nicht durchgeführt werden, sie wurde jedoch durch den gezielten Versand einer ausführlichen Pressemappe ersetzt.

Die ursprünglich für Anfang Mai geplante Pressereise in Kooperation mit der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) konnte schließlich vom 29. Juni bis 1. Juli in Potsdam nachgeholt werden. Regionale und überregionale Medienvertreter*innen wurden über die Projekte des Themenjahres informiert und erhielten einen konkreten Einblick in die Kulturland-Projekte.

Im Rahmen der Kooperation mit der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) wurden das Themenjahr Kulturland Brandenburg 2020 sowie die Projekte zum Themenjahr über die gemeinsame Pressearbeit und insbesondere über die entsprechenden Netzwerke sowie die Online-Kanäle der TMB gezielt kommuniziert. Die geplanten gemeinsamen Auftritte auf der Internationalen Tourismus-Börse in Berlin vom 4.–8. März 2020, der gemeinsame Auftritt auf dem BerlinTravel Festival vom 6.–8. März 2020 sowie die Informationsstände auf dem Brandenburgischen Reisemarkt im Ostbahnhof und dem Brandenburg-Tag in Spandau konnten jedoch aufgrund der Pandemie leider nicht stattfinden.

Auch mit Hilfe bestehender Medienkooperationen konnte auf aktuelle und zukünftige Themen und Eröffnungstermine aufmerksam gemacht werden. Wichtige Partner hierbei waren und sind rbb Kultur, Inforadio, die Punkt3-Zeitung sowie DB Regio.

Die sich ab März/ April verändernde Situation für Kulturakteure konnte auch bei Kulturland Brandenburg in Zusammenarbeit mit den Kooperations- und Projektpartnern durch digitale Formate sehr gut aufgefangen werden. Diese Formate haben sich nun als ein fester Bestandteil der Kommunikation von Kulturland Brandenburg etabliert und werden auch in Zukunft weitergeführt.

Online-Aktivitäten/ Social Media

Kernstück des digitalen Auftritts von Kulturland Brandenburg ist die Website www.kulturland-brandenburg.de. Diese wurde im ersten Halbjahr 2020 umfangreich aktualisiert und erweitert. Besucher*innen finden hier nach wie vor alle wesentlichen Informationen über das Konzept des Themenjahres, über die beteiligten Projekte und die Arbeit von Kulturland Brandenburg.

Der Online-Auftritt wurde um eine Brandenburg Karte und ein Videoarchiv erweitert. Besucher*innen können sich nun vorab oder auch im Nachhinein noch umfangreicher über die Projekte des Themenjahres, die beteiligten Akteur*innen und die verhandelten Themen von Kulturland Brandenburg informieren.

Durch kontinuierliche Präsenz des Kulturland-Teams vor Ort, eine fotografische Begleitung von Eröffnungs-Veranstaltungen und Projektpräsentationen sowie die Begleitung von Projekten mit kurzen Videointerviews ist sukzessive eine lebendige Dokumentation des gesamten Themenjahres auf der Website und auf den Social-Media-Kanälen von Kulturland Brandenburg entstanden. Mittlerweile verzeichnet Kulturland Brandenburg sowohl auf Facebook als auch auf Instagram mehr als 2.000 Abonnent*innen.

Darüber hinaus nutzt Kulturland Brandenburg seit März 2020 auch YouTube zur Dokumentation.

Begleitpublikation

Begleitend zum Themenjahr ist eine Publikation erschienen, die sich mit dem gesellschaftlichen und erinnerungskulturellen Wandel in Brandenburg auseinandersetzt.

Mit Beiträgen von Aleida Assmann, Christoph Bernhardt, Knut Elstermann, Norbert Frei, Thomas Kersting, Katinka Meyer, Christian Müller-Lorenz, Manja Präkels, Andreas Roehring, Matthias Simmich, Andreas Weigelt und Michael Zajonz.

Mit Fotos des Potsdamer Fotografen Frank Gaudlitz, dem es in beeindruckender Weise gelingt, die Spuren des Zweiten Weltkrieges in Brandenburg freizulegen. Sie zeigen Lebensschicksale, Hinterlassenschaften des Krieges und sind Momentaufnahmen der Jahre 1945 und 2020.

KRIEG und FRIEDEN. 1945 und die Folgen in Brandenburg

Hrsg.: Brandenburgische Gesellschaft für Kultur und Geschichte gGmbH, Kulturland Brandenburg

Verlag Verlagskooperation lesen lokal, Berlin 2020, 192 Seiten, 75 Abb., Hardcover, Preis 20 Euro; ISBN 978-3-9396-2961-0

Netzwerk

Die Dachmarke Kulturland Brandenburg nimmt sich des kulturellen Erbes und der kulturellen Vielfalt im Land rund um Berlin an und lädt die Brandenburgerinnen und Brandenburger sowie ihre Gäste dazu ein, sich jedes Jahr unter einem neuen Motto auf Entdeckungsreise und Spurensuche zu interessanten Themen, Persönlichkeiten und authentischen, teilweise unbekanntem Orten zu begeben. Dabei entstehen aus zahlreichen Kooperationen an den Schnittstellen zwischen Kultur, Bildung, Tourismus und Wissenschaft jedes Jahr aufs Neue vielfältige Projekte. Durch den interdisziplinären Ansatz und die dezentralen Aktivitäten trägt Kulturland Brandenburg zielgerichtet zur Förderung und Stärkung von Projekten und Einrichtungen im ländlichen Raum bei. Durch Vernetzung, Kooperationen und regionale bzw. thematische Verbundprojekte können strategische Synergieeffekte erzielt werden. Es folgen einige Beispiele.

Offene Ateliers 2020

Auch in diesem Jahr sollten den Brandenburger*innen am ersten Wochenende im Mai erneut die Türen zahlreicher Ateliers offenstehen. Künstler*innen aus dreizehn brandenburgischen Landkreisen und der kreisfreien Stadt Potsdam wollten Kunstinteressierte begrüßen, mit ihnen ins Gespräch kommen oder sie einladen, sich auch selbst künstlerisch zu erproben – um dann nicht nur die Erinnerungen an besondere Erlebnisse und Begeg-

nungen, sondern auch Kunstwerke und Kunsthandwerk mit nach Hause zu nehmen. Aufgrund der Corona-Pandemie mussten auch die Tage der Offenen Ateliers 2020 kurzfristig verschoben werden. Sie wurden am 24./ 25. Oktober erfolgreich nachgeholt. Die bereits gedruckten Broschüren, die in jedem Jahr mit den Beiträgen und Kontaktdaten der beteiligten Künstler*innen zu den Tagen der Offenen Ateliers erscheinen, wurden mit einem Aufkleber versehen, der das neue Datum beworben hat.

Aufgrund der steigenden Infektionszahlen und den sich daraus ergebenden Hygiene- und Abstandsbestimmungen konnten jedoch nicht alle der etwa 600 angemeldeten Ateliers und der über 750 Künstler*innen an den landesweiten »Offenen Ateliers« teilnehmen. Dennoch konnte das Ziel, die Potenziale und die Vielfalt der Bildenden Kunst im Land Brandenburg konzentriert und gebündelt vorzustellen, erreicht werden. Die Künstler*innen einerseits und die Besucher*innen andererseits nahmen das nachgeholt Veranstaltungsangebot dankbar und mit Engagement und Begeisterung an. Die BKG/ Kulturland Brandenburg hat diese Aktion erneut koordiniert.

Arbeitskreis der Kulturverwaltungen im Land Brandenburg (AKK)

Auch das Netzwerk des Arbeitskreises der Kulturverwaltungen wird durch Kulturland Brandenburg weiterhin federführend koordiniert. Ziel des Arbeitskreises ist es, die kulturellen Akteure im Land miteinander zu vernetzen und die Möglichkeit zu bieten, sich zu aktuellen kulturpolitischen und kulturpraktischen Fragen fachlich auszutauschen sowie Kooperationsprojekte zu entwickeln, – auch die Tage der Offenen Ateliers gehen auf dieses Netzwerk zurück.

Für Ende März 2020 war eine nächste Tagung des Arbeitskreises der Kulturverwaltungen im Land Brandenburg zu den Themen »Rückkehrer und Zuzügler« sowie »Vergaberecht im Kulturbereich« geplant. Sie musste jedoch kurzfristig aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt bzw. verschoben werden. Die Tagung wurde schließlich in digitaler Form am 10./ 11. November 2020 mit dem bereits geplanten Programm und mit gutem Erfolg nachgeholt.

Plattform Kulturelle Bildung Brandenburg

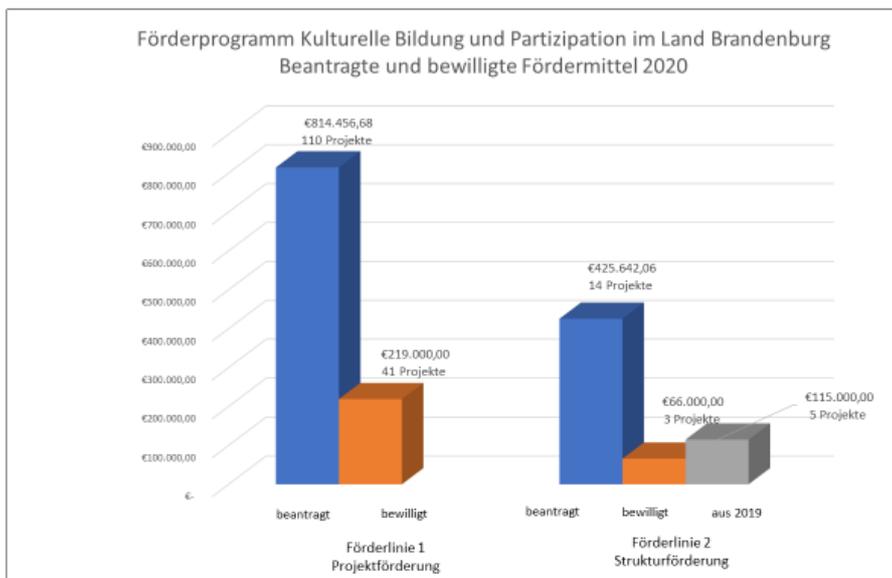
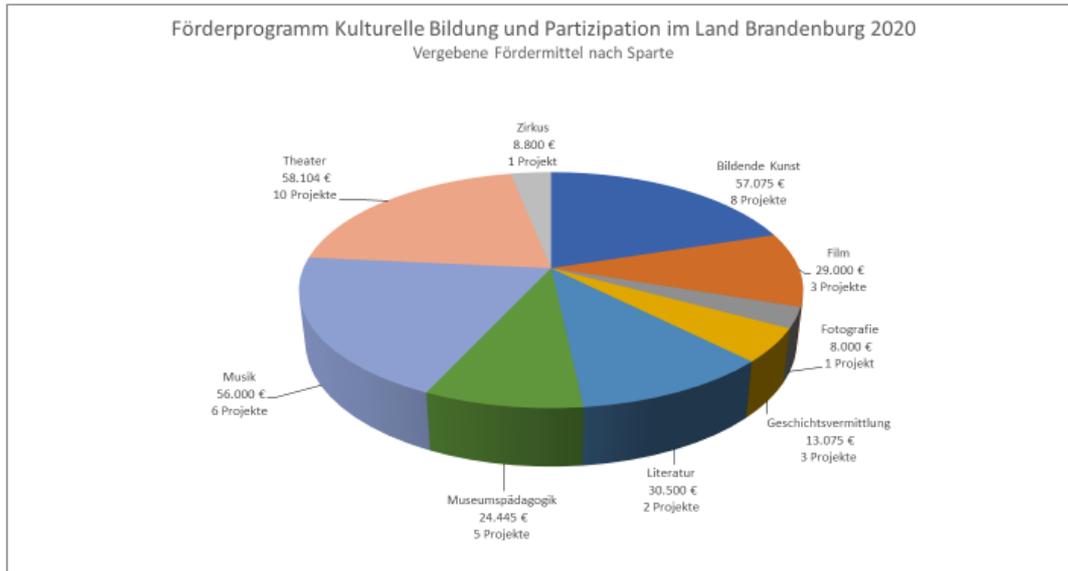
Die Plattform Kulturelle Bildung hat im Jahr 2020 mit den drei Regionalbüros erneut den Förderfonds Kulturelle Bildung und Partizipation des MWFK in Höhe von 400.000 Euro und das entsprechende Förderverfahren betreut.



Das Förderprogramm Kulturelle Bildung und Partizipation wurde wie geplant durchgeführt und die geförderten Akteure waren bestrebt, ggf. mit entsprechenden Terminverschiebungen und durch digitale Formate, ihre Projekte allen Corona-bedingten Herausforderungen zum Trotz in guter Qualität zu realisieren.

Die Plattform und die drei Regionalbüros Kulturelle Bildung haben sich umgehend auf die Corona-bedingten veränderten Rahmenbedingungen eingestellt und für ihre eigenen Qualifizierungs- und Vernetzungsangebote digitale Formate entwickelt. Dadurch wurde einschlägiges Know How erworben, das u.a. auch in einem Inhouse-Workshop mit den anderen Mitarbeiter*innen der BKG geteilt wurde.

Das Regionalbüro in Eberswalde konnte ein neues Büro in einer Bürogemeinschaft mit dem Quillo-Ensemble für Neue Musik beziehen, mit dem ein mehrjähriges gemeinsames Projekt umgesetzt wird, für das eine Förderung der international agierenden Drosos Stiftung akquiriert werden konnte.



2.3.2 Statistische Auswertung Kulturland Brandenburg 2019



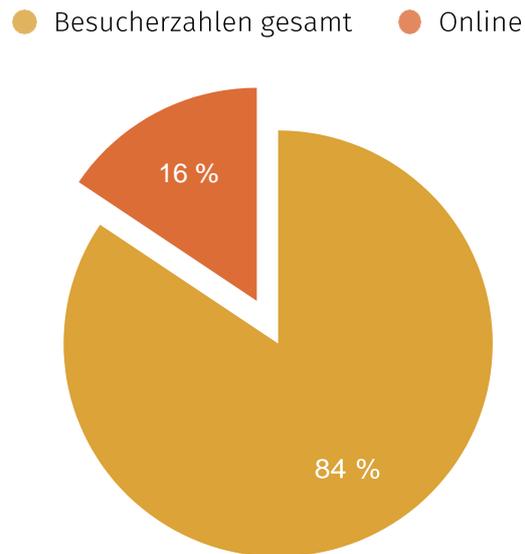
Die Karte zeigt die geplanten Veranstaltungsorte mit Stand 31. Januar 2020.

1. Besucher*innen

Die Projektpartner*innen des Themenjahres KRIEG und FRIEDEN. 1945 und die Folgen in Brandenburg – Kulturland Brandenburg 2020 verzeichneten insgesamt 185.000 Besucher*innen.

2. Digital/ vor Ort

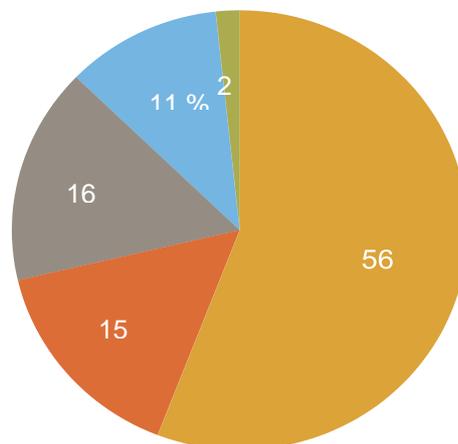
Aufgrund der Corona-Pandemie konnten einige Veranstaltungen nicht oder nur bedingt vor Ort durchgeführt werden. Das folgende Tortendiagramm zeigt, wie viele Besucher*innen den Projekten des Themenjahres in digitaler Form folgten und wie viele vor Ort waren.



Digitale Angebote waren eigens erstellte Websites, Audio-Apps, Vermittlungsangebote, Streaming- und Social-Media-Angebote sowie nachträglich zur Verfügung gestellte Aufnahmen von Veranstaltungen. Ein Vergleich zum Vorjahr ist nicht möglich, da diese Daten zum ersten Mal erhoben wurden

3. Herkunft

Woher stammten die Besucher*innen des Themenjahres 2020?



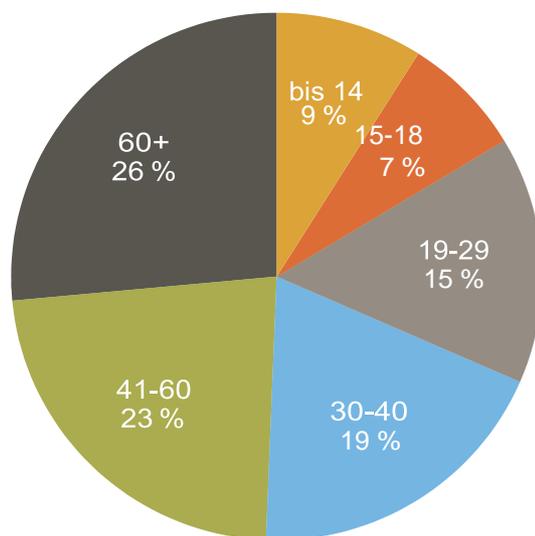
Im Vergleich zum Vorjahr (22 %) ist der prozentuale Anteil der Gäste aus anderen Bundesländern und anderen Nationen stark zurückgegangen. Dieser Umstand ist vor allem auf die pandemische Situation zurückzuführen.

Bei der Frage, woher internationale Gäste stammten, wurden folgende Länder genannt: Polen, Belgien, Niederlande, Dänemark, Österreich, USA, Griechenland, England, Schweiz, Tschechien, Frankreich (Orte nach Häufigkeit der Nennung sortiert).

4. Altersstruktur

In welchem Alter waren die Besucher*innen des Themenjahres 2020?

● bis 14 ● 15-18 ● 19-29 ● 30-40 ● 41-60 ● 60+



Im Vergleich zum Vorjahr (28 % und 24 %) ist der prozentuale Anteil der unter 30-jährigen und der über 60-jährigen Besucher*innen gestiegen. Hervorzuheben ist der Anstieg des prozentualen Anteils der unter 14-Jährigen von 4 % auf 9 %.

3 Auswertung des Geschäftsjahres

Für die zahlenmäßige Auswertung des Geschäftsjahres 2020 verweisen wir auf die Erläuterungen zum Verwendungsnachweis als Teil des zahlenmäßigen Nachweises.

Potsdam, 19. März 2021 / BKG gGmbH