

Fragenkatalog für die öffentliche Anhörung im Ausschuss für Tourismus am 16.01.2008 im Deutschen Bundestag

Thema der Anhörung: „Luther 2017 - 500 Jahre Reformation“

1) Worin besteht aus Ihrer Perspektive die kulturelle, religiöse und gesellschaftliche Dimension des Reformationsjubiläums im Jahre 2017 für die Bundesrepublik Deutschland? Welches sind die zentralen Ergebnisse bzw. Entwicklungen, die von Luther und seinem Werk bis zum heutigen Tag für die Kulturlandschaft Deutschlands ausgegangen sind? Welche Beiträge kann das Jubiläum für die Fragen und Probleme unserer Zeit entwickeln?

- Wittenberg ist der Ausgangsort der Lutherischen Ideen, die als Reformation der Kirche gelten. Damit ist die Stadt als geistiges Zentrum der Reformation zu betrachten. Die authentischen Orte der Kirchenerneuerung und die etablierten Veranstaltungsangebote vermitteln heute noch die Aura der damaligen Zeit. Hier ist Geschichte erlebbar.
- In Wittenberg befinden sich auch die Ausgangsorte für die grundlegende geistig- kulturelle Veränderung Europas.
- In der Reformation kulminierte der Wechsel von der Alten Welt in die Neue. Das neue lutherische Gottesbild war Voraussetzung für die Entwicklung eines neuen aufgeklärten Weltbildes.
- Daher hat die Reformation immense sowohl kulturelle, religiöse als auch gesellschaftliche Bedeutung von nationaler und internationaler Tragweite.
- Durch die Reformation wurde das individuelle Glaubensbekenntnis zur entscheidenden Instanz. Auch heute wird die Spannung von Individuum/Individualisierung und sozialer Gemeinschaft neu diskutiert.

2) Inwiefern und an welcher Stelle berührt das Reformationsjubiläum jetzt schon die Aktivitäten Ihrer Institution? Welche Chancen und Herausforderungen verbinden Sie mit dem Reformationsjubiläum in den kommenden Jahren?

- Die Sanierung der Welterbestätten und der Pufferzone (Altstadt Wittenberg) wird zielstrebig auf das Reformationsjubiläum verfolgt. Dazu werden die Programme Stadtsanierung, Denkmalschutz und Stadumbau Ost genutzt. Der rechtzeitige Abschluss stellt die Stadt vor große Herausforderungen und ist mit eigenen Mitteln nicht zu erreichen.
- Für die Lutherstadt Wittenberg bedeutet die Dekade eine große Herausforderung beim Kultur- und Veranstaltungsmanagement. Es besteht die Chance, einzigartige und unverwechselbare Veranstaltungsformen zu entwickeln, die so nur in der Lutherstadt Wittenberg zu erleben sind. Dabei sollte wie in den vergangenen Jahren die hohe Qualität und der hohe Anspruch, der durch die authentischen Orte vorgegeben ist, gewahrt und ausgebaut werden.
- Das Reformationsjubiläum soll einen hohen Werbeeffekt für die Stadt entwickeln. Die Imagebildung als Lutherstadt ist dabei für Wittenberg entscheidend. Das muss einhergehen mit intensiven Bemühungen von allen Seiten für eine weltweite Gästegewinnung. Das kann zu einem entscheidenden Wirtschaftsmotor werden.

3) In welchem Rahmen und Umfang bereitet sich Ihre Institution auf dieses Jubiläum vor? Welche konkreten Vorhaben (z.B. Veranstaltungsformate, touristische Angebote) planen Sie dazu?

- Die kommenden Jahre der Dekade sollen durch Themenjahre strukturiert werden (z.B. 2010: 450. Todestag Melanchthons und 2015: 500. Geburtstag L. Cranach d.J.).
- Wittenberg plant außerdem ein großes Theaterstück, welches jährlich in den Sommermonaten auf dem Schlosshof aufgeführt werden soll. Es soll Touristen in die Stadt locken und ihnen ein theatralisches Erlebnis von hohem künstlerischem Wert vermitteln. Mit einer attraktiven Inszenierung sollen die Ereignisse und Personen der Reformationszeit lebendig werden. Hierzu ist eine besondere Projektförderung notwendig!
- In den Kirchen der Stadt werden wie in den vergangenen Jahren monatliche Kanzelreden prominenter Persönlichkeiten gehalten. Das evangelische Predigerseminar lädt regelmäßig zu den

Sonntagsvorlesungen ein. Im Wittenberger Kultursommer werden Feste („Luthers Hochzeit“), Open Air Veranstaltungen und Konzerte (z.B. Renaissancemusikfestival) stattfinden. Die Evangelische Akademie und die Stiftung Luthergedenkstätten werden spezielle Veranstaltungs- und Seminarreihen entwickeln („Luther im Gespräch“, Disputationen)

- Touristische Angebote werden entwickelt (z.B. Führungen in 10 Sprachen per Audio- Guide-System, thematische Führungen, Einbindung in überregionale Reiseangebote, Fokus auf spirituelles Reisen und Pilgerrouten)

4) Mit welchen Institutionen auf landes-, bundes- oder internationalen Ebene tauschen Sie sich bereits zum Reformationsjubiläum aus? Wie sieht konkret die Zusammenarbeit aus? Was wäre an darüber hinausgehender Zusammenarbeit aus Ihrer Sicht wünschenswert?

- Austausch im Bereich Tourismus:
 - DZT-Zentrale in Frankfurt
 - IMG Sachsen-Anhalt
 - Verein „Wege zu Luther“
 - UNESCO Welterbestätten e.V.
- Austausch mit Kirche:
 - EKD Hannover
 - LWB Genf
 - VELKD
 - ELCA (USA)
 - LCMS (Missouri Synod USA)

5) Wie viele Touristen haben nach Ihren Erhebungen religiöse Motive oder Themen als Grundlage ihrer Reise? Mit welchen Besucherzahlen aus dem In- und Ausland rechnen Sie in der Lutherdekade 2008-2017 und zum Reformationsjubiläum 2017? Sind die Beherbergungsbetriebe in den Lutherstädten in der Lage, die erwarteten Pilger und Touristen zum Reformationsjubiläum aufzunehmen? Welche Vorbereitungen werden getroffen, um eine zufriedenstellende Information und Betreuung der in- und ausländischen Gäste zum Reformationsjubiläum abzusichern? Wie kann das Ziel der Barrierefreiheit verwirklicht werden?

- Die Zahl der Touristen, die religiöse oder kulturelle Ziele haben, ist in den letzten Jahren stark angewachsen. Deutschland ist weltweit Kulturreiseziel Nr. 2 der Europäer.
- 400 Mio. Protestanten weltweit (5,8 % der Weltbevölkerung) sind ein hohes Potenzial.
- Die USA mit 156 Mio. Protestanten sind größter Quellmarkt. Südkorea nimmt mit 4,3 Mio. Protestanten eine Sonderstellung in Asien ein.
- Skandinavien mit 20 Mio. Lutheranern rangiert noch vor den USA mit 7,8 Mio. Lutheranern.
- Durch die Integration der Kirchen weltweit (im Gegensatz zu 1996) kann mit einer Verdoppelung der Besucherzahlen gerechnet werden.
- Die ab Februar bestehende Website www.luther2017.de wird zur zentralen Informationsplattform ausgebaut werden.
- Wittenberg hat z. Zt. ausreichend Beherbergungsbetriebe. Die weitere Infrastruktur wird in den kommenden Jahren ausgebaut (u.a. im Zuge des IBA- Prozesses). Die verschiedenen Informationssysteme und Marketingmaßnahmen (elektronische Informationssysteme per Audio-Guide und Handy, „i-Punkt“, Internet, Werbeauftritte auf Messen, etc.) sind in der Startphase. Barrierefreiheit wird bei den geplanten Baumaßnahmen als auch bei der Konzipierung von Veranstaltungen berücksichtigt.

6) Ist es aus Ihrer Sicht notwendig, ein bundesweites Motto und ein gemeinsames Kommunikationskonzept zum Reformationsjubiläum als Grundlage für die Öffentlichkeitsarbeit und die Bewerbung im In- und Ausland zu entwickeln? Wie könnte dieser Entwicklungsprozess aus Ihrer Sicht aussehen und welche Institutionen sollten daran teilhaben? An welche Zielgruppen richtet sich die Bewerbung?

- Eine gemeinsame Wortbildmarke ist sehr sinnvoll, ja notwendig. Unter dieser Marke sollte alles gebündelt und koordiniert werden was deutschlandweit veranstaltet wird. Es sind sowohl „weltliche“ wie auch kirchliche Veranstaltungen darunter zu bewerben. Als Zielgruppe gelten alle Menschen, die sowohl kulturell als auch spirituell an der Thematik interessiert sind. Dabei ist auf den latenten Vorsatz und Wunsch der Menschen zu zielen, schon immer einmal die Lutherstadt

Wittenberg besuchen zu wollen. Bei fast jedem evangelischen Christ ist dieser Wunsch vorhanden. Er sollte durch die Werbung aktiviert werden. Hierbei ist ein abgestimmtes Vorgehen mit Kirche und DZT anzustreben.

7) Welche Bedeutung misst Ihre Institution der Lutherdekade 2008-2017 zu und inwieweit besteht ein Interesse, sich an der Ausgestaltung der Dekade aktiv zu beteiligen? Gibt es von Ihrer Seite schon Vorbereitungen dafür.

- Die Lutherstadt Wittenberg und ihr kultureller Träger WittenbergKultur messen der Dekade im Blick auf die Steigerung der Bekanntheit und Ausstrahlung der Stadt große Bedeutung bei. Die Dekade ist die einmalige Chance, die Originalschauplätze der Reformation für Besucher noch interessanter zu machen. Daher plant WittenbergKultur zur Ausgestaltung der Dekade, jährlich ein Theaterevent zum Thema „Luther in Wittenberg“ zu veranstalten, das in den Sommermonaten tausende Touristen in die Stadt lockt. Mit dem Fest „Luthers Hochzeit“ und dem Reformationsfest sollen bereits bestehende Feste und Ereignisse zum interessanten Angebot in Dekade beitragen. Die Erwartungen, die bei den Menschen mit der Dekade geweckt werden, sollten erfüllt werden. Dazu benötigt die Lutherstadt Wittenberg bzw. WittenbergKultur zusätzliche Mittel. (siehe Pkt. 3)

8) Bitte nennen Sie weitere wichtige Aspekte oder Hinweise zum Reformationsjubiläum und der Lutherdekade, die Ihnen besonders wichtig sind.

- Ein effektives Marketing muss das Ziel haben, einen nachhaltigen wirtschaftlichen Effekt für die Tourismusregion Wittenberg über den Zeitraum der gesamten Dekade zu erreichen. Nachhaltigkeit ist bei allen Vorhaben ein prioritäres Ziel, sowohl bei den Baumaßnahmen als auch bei kulturellen Vorhaben. Die Effekte müssen über das Jahr 2017 hinaus von Wirkung bleiben. Die Lutherstadt Wittenberg sollte mit dem Jubiläum als **d e r** Ort der Protestanten gelten, der symbolisch für die Grundlage ihres Glaubensverständnisses steht.

9) In welcher Weise kann aus Ihrer Sicht die politische Unterstützung zu den Vorbereitungen zum Reformationsjubiläum 2017 aussehen?

- Die Lutherstadt Wittenberg und das Land Sachsen-Anhalt können allein nicht alle notwendigen Maßnahmen bewältigen. Hier ist eine nationale Kraftanstrengung nötig. Das gilt für bauliche wie für kulturelle Maßnahmen. Das Jubiläum muss als nationale Aufgabe wahrgenommen werden. Hier sind konkrete Schritte abzuleiten (Briefmarke, Schirmherrschaft, Budget im Haushaltsplan des BKM, zentrale Ausstellungen, Publikationen, internationale Kulturarbeit- Goetheinstitut-, ...)
- Unterstützung bei Sanierung Welterbe/Reformationsstätten
- Internationales Marketing zur Präsentation des Welterbes - Lutherstätten