

# Momente

BEITRÄGE ZUR LANDESKUNDE  
VON BADEN-WÜRTTEMBERG



3|2018

Einzelverkaufspreis 7,00 €

Momente  
kennenlernen:  
kostenloses  
Probeexemplar  
unter  
[www.staatsanzeiger.de/  
shop](http://www.staatsanzeiger.de/shop)

## 1918/19 Kriegsende und Neuanfang



**TÖDLICH** – Die Grippe-Epidemie  
1918 belastete den Neuanfang



**UNERWÜNSCHT** – Ausgewiesene  
aus dem Elsass hatten es schwer



**SPURENSUCHE** – Esslingen vollendet  
Langzeitprojekt zur Heimatfront

Titel: Friedrich Ebert (links, mit Hand am Hut) und unbekannter Begleiter am 18. März 1920 auf dem Platz zwischen Kunstvereinsgebäude und Neuem Schloss in Stuttgart. (Siehe Beitrag S. 24.)

02



06



29



32



36



**02 REVOLUTIONÄRE UMTRIEBE**

**Unruhe im Südwesten**

Revolutionäre Ereignisse 1918 in Baden, Württemberg und Hohenzollern  
Simone Ruffer

**06 TÖDLICHE GRIPPE**

**Tanzen am Abgrund**

Die tödliche Grippe-Epidemie des Jahres 1918 traf eine bereits schwer kriegsgeschädigte Gesellschaft  
Wolfgang U. Eckart

**11 IM BILD**

**Neuanfang vor 100 Jahren**

Die Objekte der Großen Landesausstellung „Vertrauensfragen“ im Haus der Geschichte Baden-Württemberg erzählen starke Geschichten vom Weg in die Demokratie nach 1918

**14 DEMOBILMACHUNG**

**Heimkehr in die Menschlichkeit?**

Umsetzung und Folgen der Demobilisierung 1918/19 in Württemberg und Baden  
Franziska Dunkel

**18 UNERWÜNSCHTE „ALTDEUTSCHE“**

**Als „boches“ vertrieben, als „Wackes“ unerwünscht**

Die Ausweisung der Deutschen aus Elsass-Lothringen nach 1918 und ihre Aufnahme in Baden  
Angela Borgstedt

**22 RUBRIK: LAND&LEUTE**

**Friedrich Ebert**

(1871 bis 1925)  
Walter Mühlhausen

**23 Mathilde Planck**

(1861 bis 1955)  
Mascha Riepl-Schmidt

**24 INNERE SICHERHEIT**

**„Ruhe und Ordnung sind unsere Rettung“**

Wie es in Württemberg und Baden nach 1918 um Sicherheit und Vertrauen in die neuen Demokratien bestellt war  
Christopher Dowe

**28 AUSSTELLUNGSNETZWERK**

**Zeitenwende – Le Tournant 1918/1919**

Das Ausstellungsvernetzwerwerk aus 30 Museen der drei Länder am Oberrhein widmet sich jeweils eigenen Aspekten von Kriegsende und Revolution  
Markus Moehring

**29 FÜNF FRAGEN AN...**

**Fünf Kurzinterviews zu Ausstellungen des Netzwerkes**

**32 RUBRIK: AUF SPURENSUCHE**

**52 Monate Heimatfront unter der Lupe**

Das innovative historisch-kulturelle Langzeitprojekt „52 x Esslingen und der Erste Weltkrieg“ steht kurz vor dem Abschluss  
Martin Beutelspacher und Joachim J. Halbekann

**36 RUBRIK: SÄUREFREI**

**Online von der Monarchie zur Republik**

Das Landesarchiv Baden-Württemberg hat Quellen zur Weimarer Republik online in einem Themenmodul aufbereitet  
Andreas Neuburger

**40 RUBRIK: MUSEUMSLAND**

**Als Tandempartner zum Erfolg**

Über das lohnende Miteinander von Museen und Tourismusmarketing  
Beate Mehlin

**SERVICE**

42 BUCHTIPPS

44 AUSSTELLUNGEN & AKTUELLES

48 AUSFLUG IN DIE GESCHICHTE

49 IMPRESSUM

**49 VERLOSUNG**

**Gewinnen Sie einen Museumspass und einen Katalog**

Zusammen mit dem Dreiländermuseum Lörrach verlosen wir diesmal das Erleben der „Zeitenwende“-Ausstellungen



**Migranten wider Willen ...**

... strömten ab November 1918 in großer Zahl nach Baden und mussten unter schwierigsten Bedingungen versorgt werden: Deutschland hatte den Ersten Weltkrieg verloren und erlebte einen beispiellosen politischen Umbruch. Reihenweise traten die Monarchen zurück und der Kampf um die Macht wurde teilweise direkt auf der Straße ausgetragen. Zwar blieb es im Südwesten vergleichsweise ruhig, doch die Ereignisse vom November 1918 und den Monaten danach waren auch hier umstürzend, sie betrafen viele Menschen direkt und existenziell. Die Beiträge in dieser Ausgabe werfen Schlaglichter auf die Grippe-Epidemie, auf Schießereien und eine Flüchtlingskrise, auf blanke Not – aber auch auf die unbändige Lust am Aufbruch in neue Formen von Gesellschaft und Politik. Dass Museen aus drei Ländern heute zu diesem Thema eine Ausstellungsreihe anbieten, ist ein Beispiel dafür, wie lebendig Europa sein kann.

Ihre Redakteurin  
**Meike Habicht**

# Als Tandempartner zum Erfolg

Die Rubrik **Museumsland** berichtet in Zusammenarbeit mit dem Museumsverband Baden-Württemberg e.V. regelmäßig über die Arbeit der Museumsleute im Südwesten – diesmal über das lohnende Miteinander von Museen und Tourismusmarketing.

Mit mehr als einer Million Gästen pro Jahr ist Schloss Heidelberg sicherlich ein touristischer Hotspot. Ins Deutsche Apotheken-Museum im Ottheinrichsbau kamen im vergangenen Jahr stolze 741.000 Besucher. Gesundheit interessiert jeden, könnte man meinen, und deshalb gehen die Leute hin, wenn sie ohnehin schon einmal da sind. Museen und Tourismus scheinen also ideale Partner zu sein. Aber ganz so einfach ist es nicht.

Baden-Württemberg ist mit 21 Millionen Gästeankünften und 54 Millionen Über-

nachtungen im Jahr 2017 ein beliebtes Urlaubsland. Mit 1.300 Museen in 1.101 Kommunen und rund 16 Millionen Museumsbesuchen (2016) ist es ebenso Museumsland. Aber Museen profitieren nicht selbstverständlich von Touristenströmen.

Auf seiner Frühjahrstagung im März 2018 hat sich daher der Museumsverband Baden-Württemberg unter dem Titel „Zugpferd oder Trittbrettfahrer. Museen und Tourismus“ intensiv mit dieser Thematik auseinandergesetzt.

„Der Tourist“ schwebt als Zielpublikum für Museen stets im Raum und spielt in der Rechtfertigung, im Selbstverständnis und in der Selbstdarstellung von Museen immer eine Rolle. Auch die Analysen der Tourismusfachleute zeigen, dass „der Tourist“ bereit ist, im Urlaub „etwas für Kultur und Bildung zu tun“ und eventuell ins Museum zu gehen. Aber, das wissen auch Touristiker wie Andreas Braun, Geschäftsführer der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg: „Kultur und Museen sind für die Reisemotivation ein Add-on.“ Museen dürfen sich also

selbstbewusst als Sahnehäubchen verstehen – sollten sich aber entsprechend zu Markte tragen. Das mahnte Braun auf der Tagung ebenso an wie die Reisebloggerin und Journalistin Julia Bauer: Viele Museen, so ihr Eindruck, verzichten darauf, aktiv um Besucher zu werben und ihre qualitativsten Angebote im Wettbewerb mit anderen Freizeitangeboten modern zu bewerben und zu präsentieren. Braun empfahl den Museen, sich zu vernetzen: untereinander, mit der Gastronomie und mit dem Stadt- und Regionalmarketing.

Museen können auf dieser Ebene den digitalen Wandel direkt für sich nutzen. Sie sind so unabhängiger von ihrem Umfeld, etwa durch eine gezielt entwickelte eigene Marketingstrategie oder durch die regionale Vernetzung mit anderen Museen. Diese hilft auch, ein Problem zu lösen, das oft die Erfahrung von Museumsfachleuten bestimmt: In manchen Orten endet das Tourismusmarketing an der Gemeindegrenze, anderswo findet es gar nicht statt. Gegenüber regionalen Tourismusinitiativen hat das einzelne Museum einen schweren Stand. In Basel dagegen hat man mit dem Netzwerk „museen basel“ sehr gute Erfahrungen gemacht. Es vertritt die Marke „Museumsstadt Basel“ mit und ist ein loser Zusammenschluss von 35 Museen in der Region Basel. Große Häuser wie die Fondation Beyeler oder das Vitra Design Museum in Weil am Rhein sind hier ebenso vertreten wie das Cartoonmuseum Basel oder das Sportmuseum Schweiz. Gemeinsame Projekte, Flyer in drei Sprachen oder die „Lange Nacht der Museen“ machen die Museen im trinationalen Eurodistrikt Basel bekannt. Diese Art der Zusammenarbeit gibt es in Baden-Württemberg selbst in den Ballungszentren nicht.

Doch bevor man sich als Museum um die Aufmerksamkeit internationaler Gäste kümmert – die man im Deutschen Apotheken-Museum unter anderem mit einem Audioguide auf Japanisch bedient – kann man sich um Tagestouristen bemühen, die aus dem näheren Umfeld kommen. 370 Millionen Tagestouristen sind in Baden-Württemberg pro Jahr unterwegs. Ein Potenzial, das von Touristikern wie Museumsleuten gepflegt werden sollte, so Armin Dellnitz von der Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH. „Der Tagestourist entscheidet sich beim Frühstück, was er unternehmen will, und lässt sich über die digitalen Medien, eine gute Homepage und passende Serviceangebote unmittelbar gewinnen.“ In Heidelberg führen ein überzeugendes inhaltliches Konzept, zielgruppenspezifische Angebote und Ansprache und die Kooperation verschiedener Partner zum Erfolg, denn Schloss und Apotheken-Museum werden auch, aber nicht nur, von Touristen aus Übersee besucht. Museen und Tourismus sind Tandempartner – wenn es ihnen gelingt, für das Wohl der Besucher zusammenzuarbeiten.

**Dr. Beate Mehlin** ist für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den Museumsverband Baden-Württemberg zuständig

## NEUES AUS DER MUSEUMSSZENE BADEN-WÜRTTEMBERGS

### Eckart Köhne erneut Präsident

Am 8. Mai 2018 hat die Mitgliederversammlung des Deutschen Museumsbundes Prof. Dr. Eckart Köhne, den Direktor des Badischen Landesmuseums, erneut zum Präsidenten des Deutschen Museumsbundes (DMB) gewählt. Eckart Köhne beginnt damit seine zweite Amtszeit. Seit 2014 trägt er den Titel und konnte nun erneut von sich überzeugen. Seine Stellvertreterin ist Prof. Dr. Christina Haak aus Berlin. Auf der Jahrestagung in Bremen beschäftigte sich der DMB auch mit dem Thema „Eine Frage der Haltung. Welche Werte vertreten Museen?“. Es nahmen Referierende aus aller Welt und ungefähr 400 Kulturschaffende teil.

<https://www.museumsbund.de>

### Interkulturelles Förderprogramm auch für Museen

„Interkulturelle Qualifizierung vor Ort“ heißt ein neues Programm des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst, das sich auch an Museen richtet. Wer sich interkulturell öffnen möchte, weil er in Vielfalt einen Mehrwert erkennt (oder Museumsarbeit und ehrenamtliches Engagement auf eine breitere gesellschaftliche Basis stellen möchte) kann sich um Förderung bewerben. Das Programm bietet Inhouse-Schulungen, Unterstützung beim Aufbau eines Netzwerks sowie Workshops bzw. Fachtagungen. Die Koordination hat das Forum der Kulturen Stuttgart übernommen. Förderberechtigt sind gemeinnützig organisierte Kulturinstitutionen und Kommunen aus Baden-Württemberg.

<https://www.forum-der-kulturen.de>

### Museumsmesse in Leipzig

Die internationale Fachmesse für Museums- und Ausstellungstechnik, kurz MUTEK, findet zusammen mit der denkmal, der europäischen Leitmesse für Denkmalpflege, Restaurierung und Altbausanierung, vom 8. bis zum 10. November 2018 in Leipzig statt. Die MUTEK ist eine Eigenveranstaltung der Leipziger Messe und macht es sich zum Ziel, Lösungsansätze für alle zeitgenössischen Probleme im und ums Museum auszustellen. Zentral sind dabei die Themen Sichern und Bewahren, Digitalisierung, Licht und Barrierefreiheit. Durch die Kooperation mit der denkmal kann eine Brücke zwischen Denkmalschutz und Museumsarbeit geschlagen werden.

<http://www.mutec.de/>



Der Schlosshof in Heidelberg – links der Eingang ins Deutsche Apotheken-Museum.

