



# HESSISCHER LANDTAG

21. 04. 2023

## Kleine Anfrage

**Dr. Frank Grobe (AfD) und Heiko Scholz (AfD) vom 15.02.2023****Umbenennung der Museumslandschaft Hessen Kassel****und****Antwort****Ministerin für Wissenschaft und Kunst**

### Vorbemerkung Fragesteller:

Medienberichten ist zu entnehmen, dass Ende Januar 2023 die Museumslandschaft Hessen Kassel zusammen mit der Agentur Dorfmeyster den künftigen Namen der Institution des Landes vorgestellt haben. Dieser soll ab 01.05.2023 „Hessen Kassel Heritage – Museen, Schlösser, Parks“ lauten. Der neue Name soll im Rahmen eines sorgfältigen Auswahlprozesses gefunden worden sein.

In einem weiteren Medienbericht der Fritzlar-Homberger Allgemeine ist zu lesen, dass sich um die Kasseler Kunsthistorikerin Andrea L.-W. eine Initiative gebildet hat, die von Ministerpräsidenten Rhein und Kunstministerin Dorn den Stopp der Umbenennung fordert. Weitere Unterzeichner seien nicht nur „zahlreiche prominente Köpfe des Kasseler Kunst- und Kulturbetriebs“, sondern auch Gregor J.M.W., zuständig für die Alten Meister im Amsterdamer Rijksmuseum, und die Berliner Kunsthistorikerin Sabine T.

Als Begründung für die Umbenennung wird unter anderem angeführt, dass der alte Name Museen zu sehr in den Fokus gerückt hat sowie mit dem englischen Begriff „Heritage“ das internationale Publikum besser angesprochen werden würde.

### Vorbemerkung Ministerin für Wissenschaft und Kunst:

Die Namensgebung „Museumslandschaft Hessen Kassel“ (MHK) stammt von 2006, als die damaligen Staatlichen Museen Kassel mit den Kasseler Liegenschaften der damaligen Verwaltung der Staatlichen Schlösser und Gärten Hessen fusionierten. Das Ministerium für Wissenschaft und Kunst (HMWK) teilt die Einschätzung der MHK, dass die Vielfalt der Einrichtungen mit dem Begriff „Museumslandschaft“ nur unzureichend abgebildet wurde, da neben fünf Museen und drei Schlossmuseen mit insgesamt zwölf kunst- und kulturgeschichtlichen Sammlungen auch drei Parks und vier Schlösser, das UNESCO-Weltkulturerbe Bergpark Wilhelmshöhe sowie zahlreiche weitere Garten- und Baudenkmäler dazugehören. Auch ließ sich der Name kaum ins Englische oder Französische übertragen. Dass der bisherige Name nicht überzeugt, ist auch daran erkennbar, dass er meist nur als „MHK“ genutzt wird. Schon bei der Einführung 2006 wurde öffentlich kritisiert, die Abkürzung erinnere eher an ein Müllheizkraftwerk.

Namensänderungen sind erfahrungsgemäß häufig mit Irritationen verbunden. Wie schon der 2006 gewählte Name, provoziert auch der neue Name starke Meinungsäußerungen. Gefunden wurde er in einem sorgfältigen Auswahlprozess, zu dem auf Bitten des HMWK auch eine Befragung zum vorgeschlagenen Namen gehörte. Diese wurde mit einem positiven Ergebnis umgesetzt. Auch der Namensbestandteil „Heritage“ wurde dabei überwiegend verstanden und mit den Begriffen Geschichte, Erbe und Kultur in Verbindung gesetzt. Möglicherweise unterschätzen die am Begriff Kritik übenden Personen die sprachliche Flexibilität der hessischen bzw. deutschsprachigen Bevölkerung. Die Landesregierung ist zuversichtlich, dass sich der neue Begriff etablieren wird. Er wird nach und nach beim Neudruck von Unterlagen und Materialien kostenbewusst eingeführt. Auch für die Umbenennung wurden keine zusätzlichen Mittel bewilligt; sie erfolgt aus dem regulären Marketingbudget, das der Museumslandschaft Hessen Kassel zur Verfügung steht.

Der Begriff „Heritage“ ist in der Kunst- und Kulturwelt weit verbreitet und wird im Zusammenhang mit der Bewahrung von kulturellem Erbe gesehen. Aus Anlass des zehnjährigen Jubiläums der Ernennung zur Weltkulturerbestätte soll die Umbenennung vollzogen werden.

Zum umfassenden Konzept der Namensänderung, das so nur bedingt in den Medien wiedergegeben wurde, gehört auch, dass der neue Name vor allem bei überregionalen und internationalen Auftritten verstärkt verwendet wird. Im regionalen Kontext werden nach wie vor die Orte hervorgehoben, also „Schloss Wilhelmshöhe“, „Landesmuseum“ oder „Bergpark“.

Die Vorbemerkungen vorangestellt, beantworte ich die Kleine Anfrage wie folgt:

Frage 1. Durch wen wurde der Prozess der Umbenennung mit welcher Begründung initiiert?

Der Umbenennungsprozess wurde von der Dienststellenleitung der MHK initiiert und in Abstimmung mit dem HMWK umgesetzt. Darüber hinaus wird auf die Vorbemerkung verwiesen.

Frage 2. Wie ist die Entwicklung der Besucherzahlen der Museumslandschaft Hessen Kassel in den letzten zehn Jahren? Bitte auflisten nach jeweiliger Liegenschaft und jährlicher Besucherzahl.

Die Entwicklung der Besuchszahlen der letzten zehn Jahre (nach Liegenschaften) ist der Anlage 1 zu entnehmen.

Frage 3. Die Internetseite der Museumslandschaft Hessen Kassel ist bereits so gestaltet, dass diese in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und teilweise Arabisch abrufbar ist. Welche konkreten Verbesserungen im Zugang für internationales Publikum erwartet man durch eine Änderung des Namens in einen teilweisen englischen Begriff? Bitte begründen.

Im Gegensatz zum Begriff „Museumslandschaft“, welcher ins Englische übersetzt („museum landscape“) irreführend ist und eher falsch verstanden wird, wird mit der neuen Bezeichnung „Hessen Kassel Heritage Museen – Schlösser – Parks“ verständlich, um welche Einrichtungen es geht. Durch das Hinzufügen eines englischen Wortes, das im Deutschen bekannt ist, erschließt sich englischsprachigen Personen in diesem Zusammenhang auch der Begriff „Schlösser“ (Museen und Parks ohnehin). Dies ermöglicht eine überregionale und internationale Werbung, die gleichzeitig auch den Inhalt transportiert bzw. was Besucherinnen und Besucher erwartet.

Frage 4. Im Hinblick auf die Verbesserung des Zugangs für internationales Publikum: Wie erklärt sich die Landesregierung die Tatsache, dass Museen wie das Louvre, Museo Reina Sofia, Musée National d'Art Moderne, Musée d'Orsay, Museo del Prado, Galleria degli Uffizi usw. zu den meistbesuchten Museen der Welt gehören, obwohl diese allesamt ihre ursprünglichen, landeseigenen Namen erhalten haben und lediglich im internationalen Sprachgebrauch übersetzt werden?

Bei den Bezeichnungen der genannten Museen handelt es sich um historische Namen von Orten oder Personen. Die Uffizien waren ursprünglich Büros, in denen im 16. Jahrhundert Ministerien untergebracht wurden, später dann die Kunstsammlungen der Medici. Dieser Name setzte sich im Laufe der Geschichte durch. Ähnliches gilt für den Louvre, Name des französischen Königsschlosses, in dem seit dem 19. Jahrhundert die Sammlungen untergebracht wurden. Es handelt sich somit um Namen- oder Ortsbezeichnungen, die nicht der Übersetzung bedürfen, da sie historisch überliefert wurden. Eine solche historische Bezeichnung hat es für die Kasseler Sammlungen, Parks und Schlösser nie gegeben.

Frage 5. Im Hinblick auf die Verbesserung des Zugangs für internationales Publikum: Mit welcher Begründung wurde eine Änderung zu einem teilweise englischen (378 Mio. Muttersprachler) Begriff gewählt, wohingegen die Sprachen Spanisch mit 534 Mio. Muttersprachlern und Mandarin mit 918 Mio. Muttersprachlern deutlich häufiger international vertreten sind?

Englisch ist mit rund 1,5 Mrd. Menschen die meist gesprochene Sprache der Welt. Sie wird zudem in den Schulen vieler Länder als erste Fremdsprache gelehrt und ist offizielle Sprache der meisten internationalen Organisationen. Es ist also naheliegend, für einen international gängigen Begriff die englische Sprache zu wählen. Auch in Ländern, in denen Englisch nicht die Landessprache ist, ist der Begriff (World) Heritage gerade im Zusammenhang mit UNESCO-Welterbestätten ein aussagekräftiger Begriff.

Frage 6. Wie hoch sind die Kosten für die Namensänderung? Bitte auflisten mit einzelner Ausweisung aller Kosten inkl. der Beauftragung der Agentur Dorfmeyster.

Die Gesamtkosten für die Namensänderung können der Anlage 2 entnommen werden.

Frage 7. Welche Dienstleistungen umfasst die Beauftragung der Agentur Dorfmeyster im Einzelnen?

Die Dorfmeyster, Digital- und Designagentur wurde mit der Konzeption des Designs und dem Projektmanagement des Rebrandings beauftragt. Einen Großteil des Auftrages nimmt hierbei die Entwicklung eines neuen Corporate Designs – inklusive Logoentwicklung, Farbgestaltung, Typografie und Gestaltungs-konzept – und die komplette Neugestaltung der Website ein. Zudem wurde die Agentur mit einer quantitativen, repräsentativen Online-Umfrage beauftragt. Ziel hierbei war es, die Wahrnehmung und Assoziationen mit dem Begriff „Hessen Kassel Heritage | Museen, Schlösser, Parks“ zu prüfen.

Frage 8. Wie gestaltete sich der „sorgfältige Auswahlprozesses“ zur Namensfindung? Bitte ausführen unter Angaben der beteiligten Personen und Begründung für die erfolgte Namensfindung.

Frage 9. Welche anderen Namensvorschläge gab es noch?

Die Fragen 8 und 9 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die Agentur Dorfmeyster wurde beauftragt, einen Begriff zu entwickeln, der die Vielfalt der unterschiedlichen Einrichtungen beschreibt und die regionale Zugehörigkeit zum Land Hessen mit einer gleichzeitigen Verortung in Kassel kombiniert.

Die Agentur präsentierte die folgenden Vorschläge, inklusive einer jeweiligen Herleitung und Begründung:

- Staatliche Schlösser, Gärten und Museen – Hessen Kassel,
- Panorama Hessen Kassel – Staatliche Schlösser, Gärten und Museen sowie
- Hessen Kassel Heritage – Museen, Schlösser, Parks.

Da sichergestellt werden sollte, dass eine Verwechslung mit der Dienststelle Staatliche Schlösser und Gärten Hessen in Bad Homburg vermieden wird, wurden die ersten beiden Namensvorschläge verworfen.

Um zu prüfen, ob der dritte Namensvorschlag „Hessen Kassel Heritage – Museen, Schlösser, Parks“ verstanden wird, fand eine Befragung von 500 Personen statt. Im Ergebnis wurde festgestellt, dass „Hessen Kassel“ ein mehrheitlich bekannter Begriff ist, der mit der Region und einer historischen Kultur assoziiert wird. Auch der zweite Bestandteil des Namens „Heritage“ wird größtenteils verstanden und mit den gewünschten Begrifflichkeiten Geschichte, Erbe und Kultur verbunden.

Der Name wird in der Umfrage mit positiven Eigenschaften belegt. Er erzeugt Interesse, Vertrauen und Sympathie und transportiert Bedeutsamkeit und Größe.

Der Namensvorschlag sowie das Ergebnis der Befragung wurden vorgelegt und eine Freigabe erfolgte durch das HMWK.

Innerhalb der MHK sind seit Beginn des Prozesses zwei Arbeitsgruppen mit Beschäftigten aus unterschiedlichen Abteilungen in die einzelnen Schritte eingebunden.

Frage 10. Wie steht die Landesregierung zu der Aussage von Andrea L.-W., dass der englische Begriff „Heritage“ (deutsch: Erbe, Erbschaft, Erbgut) nicht treffe, da es sich bei dem Kulturensemble der Museumslandschaft Hessen Kassel nicht um ein Erbe handelt, sondern „um das Ergebnis jahrzehntelanger wissenschaftlicher Arbeit der jeweiligen Sammlungsleiter“?

Das Kulturensemble der Museumslandschaft Hessen Kassel ist eine durch die jahrhundertlange Sammelleidenschaft der hessischen Landgrafen und Kurfürsten entstandene Institution, bestehend aus verschiedenen kunst- und kulturhistorischen Sammlungen. Insofern handelt es sich sehr wohl um ein Erbe. (Welt-)Kulturerbe gilt es in der Gegenwart zu pflegen und für die Zukunft zu entwickeln.

Der Begriff „Heritage“ berücksichtigt eben auch die beständige herausragende Arbeit in den vergangenen Jahrzehnten.

Wiesbaden, 3. April 2023

In Vertretung:  
**Ayse Asar**

**Anlagen**

Anlage 2, KA20/10619, Frage 6

<b>Jahr</b>	<b>Thema</b>	<b>Beschreibung</b>	<b>Kosten (netto)</b>
<b>2020</b>	Corporate Design	Entwicklung des neuen Namens	12.632,00 €
<b>2021</b>	Corporate Design	Umfrage zum neuen Namen	2.100,00 €
	Corporate Design	Strategische Beratung zum weiteren Prozess	7.510,00 €
<b>2022</b>	Corporate Design	Beratung, Projektmanagement, Formulierung von Konzept und Strategie	10.948,00 €
	Corporate Design	Kreation Corporate Design (Logo, Typografie, etc.)	32.100,00 €
	Corporate Design	Konzeption Anwendungen (Visitenkarten, Stempel, Eintrittskarten, Namensschilder, Pressemappe)	6.188,00 €
	Corporate Design	Konzeption Vorlagen (Briefvorlage, Einladungsvorlage, PowerPoint-Präsentation, E-Mail-Signatur, Templates für Social Media, Beschilderung (innen und außen))	20.468,00 €
	Website	Beratung, Projektmanagement, Formulierung von Konzept und Strategie	8.330,00 €
	Website	UX-Design (Struktur neue Website)	3.808,00 €
	Kampagne	Konzeption, Design und Rollout der Kampagne zur Bekanntmachung des Rebrandings	17.850,00 €
<b>2023</b>	Corporate Design	Lizenzgebühren Typografie	5.950,00 €
	Corporate Design	Buyout Kreation (Übertragung der Nutzungsrechte: weltweit, unbegrenzt)	16.050,00 €
	Website	Entwicklung Website (Livegang im April 2023 geplant)	54.978,00 €
	Website	Kosten neue Website-Domain (12 €/Jahr pro Domainname)	96,00 €
<b>Gesamtkosten Corporate Design inkl. Namensfindung</b>			<b>113.946,00 €</b>
<b>Gesamtkosten neue Website</b>			<b>67.212,00 €</b>
<b>Gesamtkosten Kampagne</b>			<b>17.850,00 €</b>
<b>Gesamtkosten 2020-2023</b>			<b>199.008,00 €</b>

<b>Jahr</b>	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Schloss Wilhelmshöhe</b>	45.106	42.441	57.259	64.176	45.240	51.645	36.807	61.259	22.914	19.374	45.770
<b>Hessisches Landesmuseum</b>	geschl.	geschl.	geschl.	geschl.	7.674	140.239	15.434	14.888	4.059	3.748	77.850
<b>Neue Galerie</b>	419.368	20.234	21.933	23.009	18.189	406.607	16.525	19.139	8.631	5.232	18.309
<b>Schloss Friedrichstein</b>	9.664	10.303	10.059	10.024	9.620	10.803	9.302	10.234	5.009	5.794	6.738
<b>Torwache</b>	geschl.	21	82	32	49	25	geschl.	geschl.	geschl.	geschl.	geschl.
<b>Ballhaus</b>	geschl.	geschl.	geschl.	geschl.	geschl.	3.921	126	2.416	541	1.191	1.374
<b>Orangerie</b>	344.629	31.423	30.467	28.999	34.862	35.120	37.343	39.629	12.982	4.942	20.690
<b>Weißenstein-Flügel</b>	8.292	10.111	9.257	8.914	8.736	9.196	9.837	11.764	3.024	geschl.	geschl.
<b>Siebenbergen geöffnet April- Oktober</b>	17.872	33.653	37.301	41.545	38.588	36.363	39.027	34.120	37.140	41.023	47.765
<b>Löwenburg</b>	19.760	23.203	21.272	19.333	15.272	10.542	8.375	11.509	4.450	2.865	20.364
<b>Turm Löwenburg (seit 2022)</b>											7.447
<b>Herkules geöffnet April - Okt.</b>	38.570	40.619	53.570	52.564	50.516	65.345	56.550	39.176	15.821	18.756	31.431
<b>Gewächshaus mit Sonderveranst. geöffnet Nov. - März</b>	12.957	9.914	12.824	12.953	12.159	12.147	10.988	13.369	5.401	2.494	8.080
<b>Schloss Wilhelmsthal</b>	11.965	13.173	12.414	10.278	9.686	8.758	9.828	10.458	2.519	2.761	5.536
<b>Wartturm teilw. geschlossen wg. Instandsetzung</b>	1.824							795	0	2	0
<b>Marmorbad</b>	46	5.436	5.706	5.909	6.355	2.921	6.829	4.229	1.218	2.326	1.980

<b>Jahr</b>	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Westpavillon Orangerie</b>	geschl.	4.306	3.227	3.690	2.029	geschl.	geschl.	geschl.	geschl.	1.864	geschl.
<b>Museum Fridericianum</b>	0	19.493	0	0	0	0	17.898	0	0	0	0
<b>Bibliothek/Graphik</b>	0	877	645	0	710	646	470	455	19	0	0
<b>Besucher gesamt</b>	930.426	265.207	276.016	281.426	258.975	793.632	274.869	272.985	123.709	112.372	293.334
<b>Besucher- zentrum Wilhelmshöhe</b>	6.124	7.512	25.666	13.238	15.867	20.834	15.419	18.148	8.024	7.062	15.194
<b>Besucher- zentrum Herkules</b>	159.813	252.362	239.888	231.165	199.815	229.251	285.670	287.606	99.891	121.121	191.543
<b>Welterbeveranst.</b>	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Feste</b> (Besucher werden nicht über Kassen erfasst)	6.800	20.000	32.000	0	6.500	25.000	3.500	6.500	0	0	1.000
<b>Planetarium</b> (Zahl in OR-Zahl enthalten)	4.973	15.713	17.415	16.475	23.020	27.680	25.151	27.380	8.967	4.942	20.690