

Zeppelin Museum Friedrichshafen GmbH

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025

Inhaltsverzeichnis Lagebericht

1	Grundlagen des Unternehmens	2
1.1	Geschäftsmodell	2
1.2	Ziele und Strategien	2
1.2.1	Techniksammlung	3
1.2.2	Kunstsammlung	3
1.2.3	Zeppelin Archiv	4
1.2.4	Diskurs & Kommunikation	5
1.2.4.1	Diskurs & Öffentlichkeit	5
1.2.4.2	Presse	6
1.2.4.3	Marketing	7
1.2.4.4	Digitalität	7
1.2.4.5	Nachhaltigkeitsstrategie	9
1.2.5	Ausstellungen	9
1.3	Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren	10
2	Wirtschaftsbericht	12
2.1	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	12
2.2	Geschäftsverlauf	12
2.3	Wirtschaftliche Entwicklung	13
2.3.1	Ertragslage	13
2.3.2	Vermögens- und Finanzlage	14
3	Prognose-, Chancen- und Risikobericht	14
3.1	Prognosebericht	14
3.2	Chancen- und Risikobericht	15
3.2.1	Chancen	15
3.2.2	Risiken	15

1 Grundlagen des Unternehmens

1.1 Geschäftsmodell

Die Gesellschaft wurde mit notariell beurkundetem Gesellschaftsvertrag vom 16. Dezember 1992 errichtet. Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt 100.000 EUR. Gesellschafter sind:

- | | |
|---|-----|
| · Stadt Friedrichshafen | 70% |
| · Freundeskreis zur Förderung des Zeppelin Museums e.V. | 30% |

Das Zeppelin Museum hat seine Wurzeln in zwei historisch gewachsenen Museen: Dem Städtischen Bodensee-Museum und dem Zeppelin-Museum der Luftschiffbau Zeppelin GmbH. Es ist also ein Zwei-Sparten-Museum und verfügt über die weltweit größte Sammlung zu allen Aspekten der Luftschiffahrt, insbesondere der Zeppelin Luftschiffe, sowie eine ergänzende Sammlung zu den Tochterunternehmen des Zeppelin-Konzerns und seiner Nachfolgebetriebe bis in die jüngste Vergangenheit. Darüber hinaus beherbergt das Zeppelin Museum eine umfangreiche Kunstsammlung, die Werke vom Mittelalter bis zur Gegenwart umfasst und sich durch regionale Schwerpunkte in Spätgotik, Barock, Rokoko sowie der klassischen Moderne auszeichnet, darunter mehrere hundert Werke umfassende Bestände von Otto Dix und Andreas Feininger.

Eigentümer der Sammlung ist die Stadt Friedrichshafen mit Ausnahme der von Dritten als Leihgaben zur Verfügung gestellten Exponate.

Gesellschaftszweck ist im Rahmen der kommunalen Aufgabenstellung die Förderung von Bildung und Erziehung sowie von Kunst und Kultur. Er wird insbesondere verwirklicht durch den Erhalt und den Betrieb des Zeppelin Museums in Friedrichshafen. Dieses Museum informiert über den Luftschiffbau, seine Technik und Geschichte und soll die Möglichkeit für die Ausstellung von Kunstwerken jeder Art und Thematik schaffen.

Die Zeppelin Museum Friedrichshafen GmbH verfolgt in ihrer Sphäre des Zweckbetriebs Museum ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts „Steuerbegünstigte Zwecke“ der Abgabenordnung. Sie ist selbstlos tätig und verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Interessen. Die Mittel der Gesellschaft dürfen nur für ihre satzungsmäßigen Zwecke verwendet werden.

Neben dem musealen Zweckbetrieb betreibt und unterhält die Zeppelin Museum Friedrichshafen GmbH noch wirtschaftliche Geschäftsbetriebe. Hierzu gehören der Betrieb und die Unterhaltung des Museumsshops sowie der Toilettenanlagen, aber auch im Rahmen der Vermögensverwaltung die Vermietung und Unterhaltung des Museumsrestaurants sowie der Räumlichkeiten für den Kunstverein Friedrichshafen e.V.

Die Zeppelin Museum Friedrichshafen GmbH wird durch die Zeppelin-Stiftung sowie durch die Stadt Friedrichshafen regelmäßig bezuschusst. Die vom Gemeinderat in seiner Sitzung am 25.11.2013 beschlossene novellierte Betrauung galt für 10 Jahre ab Beschluss des Betrauungsaktes und wurde am 24.11.2017 aktualisiert.

1.2 Ziele und Strategien

Das Zeppelin Museum hat auch 2025 seine strategische Ausrichtung als Zwei-Sparten-Museum für Technik und Kunst mit der zentralen Frage nach den gesellschaftlichen und politischen Auswirkungen technischer Innovationen fortgeführt. Das gilt sowohl für die Themen der Wechselausstellungen als auch für Erweiterungen der Sammlung in diese Richtung. In der 2. Hälfte 2026 plant die neue Geschäftsführung Strategieworkshops, um das Museum neu zu denken und strategisch auszurichten. Ziel ist es mit neuen Blickwinkeln und Formaten neue Zielgruppen zu erreichen, ein Leitbild zu entwickeln und davon ausgehend Handlungsweisen zu generieren. Die Workshops sollen extern moderiert werden.

1.2.1 Techniksammlung

Der vor einigen Jahren gefällte Gemeinderatsbeschluss zum Bau eines Kunstmuseums und die Nutzung der dann freiwerdenden Flächen des Hafenbahnhofs für eine erweiterte Präsentation der Innovations- und Industrieschichte Friedrichshafens ist inzwischen in weitere Ferne gerückt.

In einer in den nächsten Jahren anstehenden Neukonzeption der Zeppelin-Dauerausstellung sollen die technischen Innovationen und industriellen Entwicklungen kritisch im Kontext ihrer politischen und gesellschaftlichen Auswirkungen auf die Menschen betrachtet werden. Ein ergänzender Blick auf die Stadtgeschichte ist dabei geeignet, auch die Wechselwirkungen zwischen international wirksamen Technologien und lokaler Perspektive zu beleuchten. Wesentlich dabei ist auch die diskursive Auseinandersetzung mit Fragen aktueller und zukünftiger technischer Entwicklungen, die wir offen führen möchten. Ziel einer Neukonzeption sollte sein, die Zukunft ins Museum zu holen und sie als gestaltbaren Handlungsraum erfahrbar werden zu lassen, nicht zuletzt im Hinblick auf die drängenden Fragen der Nachhaltigkeit und eines veränderten Umgangs mit Ressourcen.

Um dies greifbar machen zu können, wurde die Sammlung in den letzten Jahren um aussagekräftige Objekte zu diesen Aspekten erweitert. Hervorzuheben ist der SHW-Wagen von 1925 als langfristige Leihgabe aus dem Deutschen Museum in München. Er steht für die erste große Transformation der Betriebe des Zeppelin-Konzerns nach dem Ersten Weltkrieg. Um die Sammlung möglichst eng an die Gegenwart anzuschließen, sammeln wir auch die ganz aktuellen Luftschiffentwicklungen wie den Pathfinder 1 aus den USA, der auf Initiative des Google-Mitbegründers Sergey Brin gegenwärtig unter Mitarbeit der Zeppelin Luftschifftechnik in Friedrichshafen entwickelt wird. Darüber hinaus haben wir im Zuge der 2024 eröffneten Wechselausstellung „Choose your player. Spielwelten von Würfel bis Pixel“ die Sammlung auch verstärkt in Richtung des aktuellen Gaming erweitert.

Eine interessante Perspektive ist die vom Deutschen Museum München ausgesprochene Verhandlungsbereitschaft hinsichtlich der Nutzung wichtiger Objekte zur Luftschiffgeschichte im Falle einer zukünftigen Überarbeitung der Dauerausstellung des Zeppelin Museums in Friedrichshafen.

Auch grundsätzlich werden Museen ihre traditionellen Kernaufgaben des Sammelns, Bewahrens, Forschens, Ausstellens und Vermittelns deutlich erweitern. Anzugehen sind auch in technischen Museen Digitalisierung, Provenienzforschung, Inklusion oder ein multiperspektivischer Umgang mit den Themen, um der an Museen gestellten Forderung an eine klare gesellschaftspolitische Positionierung in der Gegenwart und der Zukunft gerecht zu werden.

1.2.2 Kunstsammlung

Die Präsentation der Kunstsammlung ist seit Jahren unzureichend und wird dem Umfang, dem Wert und der Bedeutung der Sammlung nicht gerecht. Die zunächst als Sonderausstellung konzipierte Präsentation „Eigentum verpflichtet“, die auf der seit 2016 aktiv vorangetriebenen Provenienzforschung beruht und zunächst durch das Deutsche Zentrum Kulturgutverluste in Magdeburg unterstützt wurde, ist seit mehr als sieben Jahren dauerhaft installiert. Derzeit werden lediglich ca. 53 Werke (rund 1,3 % der Sammlung) gezeigt. Werke nach 1945 sowie zeitgenössische Kunst sind vollständig ausgeschlossen, zentrale Werkgruppen fehlen. Aktuelle museale Präsentationsstandards – insbesondere in Bezug auf partizipative, inklusive und erfahrungsorientierte Ansätze – werden nicht erfüllt. Auch die Außenwahrnehmung der Kunstsammlung hat durch die lange Laufzeit der Ausstellung abgenommen. Mit dem Namen Zeppelin Museum verbindet ein Großteil der Besucher*innen weiterhin primär ein Museum zur Geschichte der Luftschiffahrt.

Da der Bau eines eigenständigen Kunstmuseums derzeit nicht realisierbar erscheint, ist eine grundlegende Erneuerung der Sammlungspräsentation innerhalb der bestehenden Strukturen dringend erforderlich. Dabei muss

Anlage 4

jedoch berücksichtigt werden, dass bedeutende Bestände, etwa von Otto Dix oder Andreas Feininger, aufgrund der insgesamt zu geringen Präsentationsflächen weiterhin nur ausschnitthaft gezeigt werden können. Zudem besteht grundsätzlich die Gefahr, dass Leihgaben abgezogen werden, da sie im Zeppelin Museum nicht dauerhaft präsentiert werden können.

Vor diesem Hintergrund arbeitet die Abteilung Kunst seit 2025 aktiv an einem Konzept zur Neupräsentation der Sammlung. Ausgangspunkt ist die Frage, wie sich künstlerische Erfahrungen in unser alltägliches Denken und Fühlen einschreiben – und wie umgekehrt Alltagskontexte die Wahrnehmung von Kunst verändern. Ziel ist es, Kunst aus der Distanz der reinen Betrachtung zu lösen und in alltägliche Lebenswelten zu integrieren. Die Sammlung wird künftig dabei nicht chronologisch oder medienbasiert präsentiert, sondern entlang gesellschaftlich relevanter Themen wie Körper, Macht, Arbeit, Migration, Vergänglichkeit oder Hoffnung. Das Museum wird so zu einem Ort gelebter Erfahrung, an dem sich Kunst und Alltag in situativen Begegnungen immer wieder neu verschränken.

Parallel treibt die Abteilung Kunst gezielt strategische Ankäufe und Auftragsarbeiten marginalisierter Positionen voran, um weiblichen sowie nicht-westlichen Perspektiven mehr Raum zu geben. So wurden unter anderem Werke des kongolesisch-Radolfzeller Kollektivs Mukenge/Schellhammer sowie von Kasia von Szadurska, Marta Hoepffner, Ulrike Ottinger, Marie Ellenrieder und Romane Holderried Kaesdorf in die Sammlung aufgenommen.

Diese Ausrichtung trägt zu einer kritischen Neubewertung etablierter kunsthistorischer Narrative bei und spiegelt eine inklusive Sammlungspolitik wider, die auf die aktuelle ICOM-Museumsdefinition reagiert, in der Diversität, Inklusion, Teilhabe und Nachhaltigkeit zentrale Leitlinien darstellen.

Eine weitere Säule der inklusiven Sammlungserweiterung ist die gezielte Einladung etablierter zeitgenössischer Künstler*innen, die im Dialog mit den Beständen des Museums neue Arbeiten entwickeln. 2024 wurden drei neue Werke der international tätigen Künstlerinnen Aziza Kadyri, Neil Beloufa und Christelle Oyiri in Auftrag gegeben, die ab Juni 2025 in der Wechselausstellung „Bild und Macht“ präsentiert werden und anschließend in die Kunstsammlung übergehen. In diesem Zusammenhang steht auch die neue Kooperation zwischen dem Zeppelin Museum und der ZF-Kunststiftung im Rahmen des RE-SEARCH. ZF-Forschungsstipendiums. Das bis 2029 angelegte Programm ermöglicht es jährlich einer künstlerischen Position, ein Werk in engem Dialog mit den Sammlungsbeständen zu entwickeln und orts- sowie kontextspezifische Arbeiten im Spannungsfeld von Technik und Kunst zu realisieren. Zugleich sollten hier auch Vermittlungsräume konzipiert werden, die die Kunst erfahrbar machen, Möglichkeiten zur Reflexion, zum Diskurs und zur Teilhabe geben.

1.2.3 Zeppelin Archiv

Seit dem 1. Juli 2022 gehört das Unternehmensarchiv der Luftschiffbau Zeppelin GmbH, das bereits seit 1996 räumlich mit dem Zeppelin Museum vereint war, als Abteilung Archiv / Bibliothek zum Zeppelin Museum. Das Archiv der Luftschiffbau Zeppelin GmbH beinhaltet den weltweit größten Bestand zur Geschichte der Zeppelin-Luftschiffe sowie Bestände zur Geschichte des ehemaligen Luftschiffbau Zeppelin-Konzerns und seiner Nachfolgeunternehmen. Das Zeppelin-Archiv ist daher die zentrale Quelle für Forschungen und Projekte zu diesen Themen. Die historisch wertvollen und bedeutenden Archivbestände, zu denen auch eine umfangreiche Fachbibliothek und einzigartige Sammlungsobjekte gehören, sind als Schenkung an die Stadt Friedrichshafen Teil der Städtischen Technik- und Kunstsammlung. Damit konnte ein für die Geschichte und Identität der Stadt Friedrichshafen zentraler Bestand für die Zukunft gesichert werden. Die Abteilung ist mit zwei unbefristeten Personalstellen besetzt (190 %). Im Februar 2025 wurde ein auf zwei Jahre befristetes Volontariat vergeben und damit vorübergehend eine weitere Personalstelle geschaffen.

Das Zeppelin Archiv hat 2024 sein Betätigungsfeld erweitert und erstmals Akten aus der Zeit von ca. 1950 bis 2015 von der Zeppelin GmbH mit rund 50 Laufmetern als Depositatbestand übernommen. Die Einzelheiten wurden in

Anlage 4

einem Depositatvertrag festgelegt. Mit der Verzeichnung des Bestands wurde 2025 begonnen. Die Kosten für Lagerung und Bearbeitung des Bestands werden vom Unternehmen übernommen. Dafür wurde in 2025 eine erste Teilzahlung in Höhe von 37.000,00 EUR fällig. Ein Ausbau dieser bezahlpflichtigen Dienstleistung ist in Erwägung, die auf weitere, auch ehemalige, Unternehmen des Zeppelin-Konzerns ausgedehnt werden könnte, was aber nur mit einer räumlichen Erweiterung möglich wäre, da das jetzige Depot keinen Platz für Bestandszuwächse in größerem Umfang wie dem hier erwähnten bietet. Auch eine personelle Erweiterung der Abteilung wäre für die Bearbeitung und Betreuung dieser Bestandszugänge zwingend nötig.

1.2.4 Diskurs & Kommunikation

Zu 2025 sind die Abteilungen „Diskurs & Öffentlichkeit“ und „Kommunikation“ in der neuen Abteilung „Diskurs & Kommunikation“ zusammengelegt worden. Die Abteilung „DisKo“ ist zuständig für die Vermittlungsarbeit des Museums, die Kommunikation, Pressearbeit, Marketing, den Großbereich Digitalität inklusive IT und die Nachhaltigkeit.

1.2.4.1 Diskurs & Öffentlichkeit

Neben der Vermittlungsarbeit im Rahmen der Sonderausstellungen arbeitet die Abteilung Diskurs & Öffentlichkeit an einer Überarbeitung ihrer Formate für die Dauerausstellungen. So wurde 2025 mit einer konzeptuellen Überarbeitung der Hands-On-Stationen begonnen, die 2026 umgesetzt werden soll.

Zu Mai 2025 wurde der Escape-Room im ZeppLab erneut eingerichtet und zur Buchung durch Besuchende geöffnet. Im Jahr 2025 konnten so Einnahmen von 16.860 EUR generiert werden.

Der Inklusions-Podcast „Sag mir, was du siehst“ ging 2025 in die dritte Staffel. Als Teil der Sonderausstellung „Bild und Macht“ ergänzten sechs Folgen die inklusiven Stationen der Ausstellung, vier weitere die künstlerischen Positionen und Einführung. Die Umsetzung der Stationen wurde gefördert durch die Kunststiftung des Zeppelin Museums.

Die Produktion von fünf Videos in Deutscher Gebärdensprache wurde gefördert im Rahmen von „Offen für... Digitale Barrierefreiheit in Museen“, einem Inklusionsförderprogramm der MFG (Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg). Die Veröffentlichung auf der Museumswebsite und Social Media ist für das Frühjahr 2026 geplant.

Das Programm „Demokratie leben!“ förderte die Produktion von drei Episoden des Museumspodcasts *ZMtalks* (vgl. Digitalität, S. 4).

Die Kooperation mit Inklusions-Netzwerken und Multiplikator*innen der Region mündete auch 2025 in Führungen für blinde und sehbehinderte Menschen sowie für Menschen mit Demenz und ihre Angehörigen. In Form eines Peer-to-Peer-Formats bietet das Museum seit März 2025 Führungen in DGS (Deutscher Gebärdensprache) an. Im März ermöglichte die Förderung „Kurswechsel Kultur“ zudem einen museumsweiten Sensibilisierungsworkshop für Angestellte, in dem Wissen über die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen erfahren und damit die Fähigkeit für die Arbeit mit unterschiedlichen Menschen im Museumsbetrieb gestärkt werden sollten.

Die Abteilung vertrat das Museum erneut mit seinem ZeppMobil auf dem Kulturufer und war auf verschiedenen öffentlichen Formaten der Stadtkultur präsent, unter anderem dem Tag der Demokratie, dem Interkulturellem Stadtfest, dem Kulturufer und Explore Science. Wiederkehrende Formate wie OPEN HOUSE und OPEN HOUSE ONLINE, OPEN HÄUSLE, LIT WALK, Kunst-Freitag und Kunst-Happen, zusammen mit dem Internationalen

Anlage 4

Museumstag, dem Denkmaltag konnten insgesamt 3.072 Besucher*innen zu den Veranstaltungen des Museums und des Schauhauses im Zeppelindorf locken.

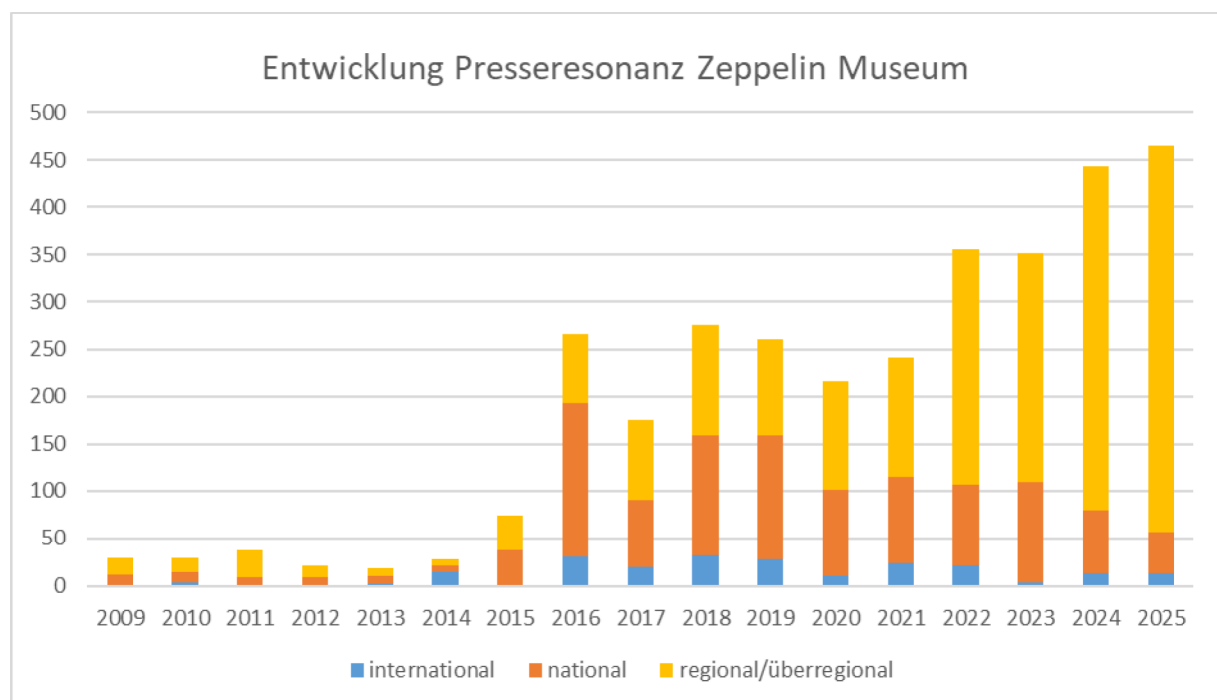
Für das Schauhaus im Zeppelindorf wurde 2025 ein Jahresthema etabliert, das sich je an die Sonderausstellungen des Museums anfügt. Dies wurde 2025 in Podcast-, Workshop- und Führungsformaten aufgegriffen.

1.2.4.2 Presse

Insgesamt erschienen im Jahr 2025 465 Beiträge über das Zeppelin Museum; davon 206 redaktionelle Beiträge und 259 Veranstaltungs- und Ausstellungshinweise. Das stellt eine numerische Steigerung im Vergleich zum Vorjahr dar, wobei die redaktionelle Berichterstattung den deutlich geringeren Anteil ausmacht. Hier fällt vor allem die geringere nationale Berichterstattung auf.

Der Fokus der Berichterstattung lag unter anderem auf der Wechselausstellung „Bild und Macht. Zeppelin-Fotografie im Fokus“, dem 125jährigen Jubiläum des Erstaufstiegs von LZ 1, dem Direktionswechsel zum Jahresende, der Verleihung des Nachhaltigkeitslabel BWzero, dem diversen Veranstaltungsprogramm und den inklusiven Angeboten. Außerdem wurde das Zeppelin Museum immer wieder als Reisetipp in der Bodenseeregion genannt.

Zur Unterstützung bei der nationalen und internationalen Pressearbeit der Wechselausstellung „Bild und Macht. Zeppelin-Fotografie im Fokus“ wurde 2025 die Berliner Presseagentur ARTPRESS beauftragt.



Auch war das Team des Zeppelin Museums in zwei reichweitenstarken Podcastformaten präsent; „Die Leichtigkeit der Kunst“ und dem mittlerweile mit dem AVA Award in Gold ausgezeichneten Podcastformat „Content im Camper“.

1.2.4.3 Marketing

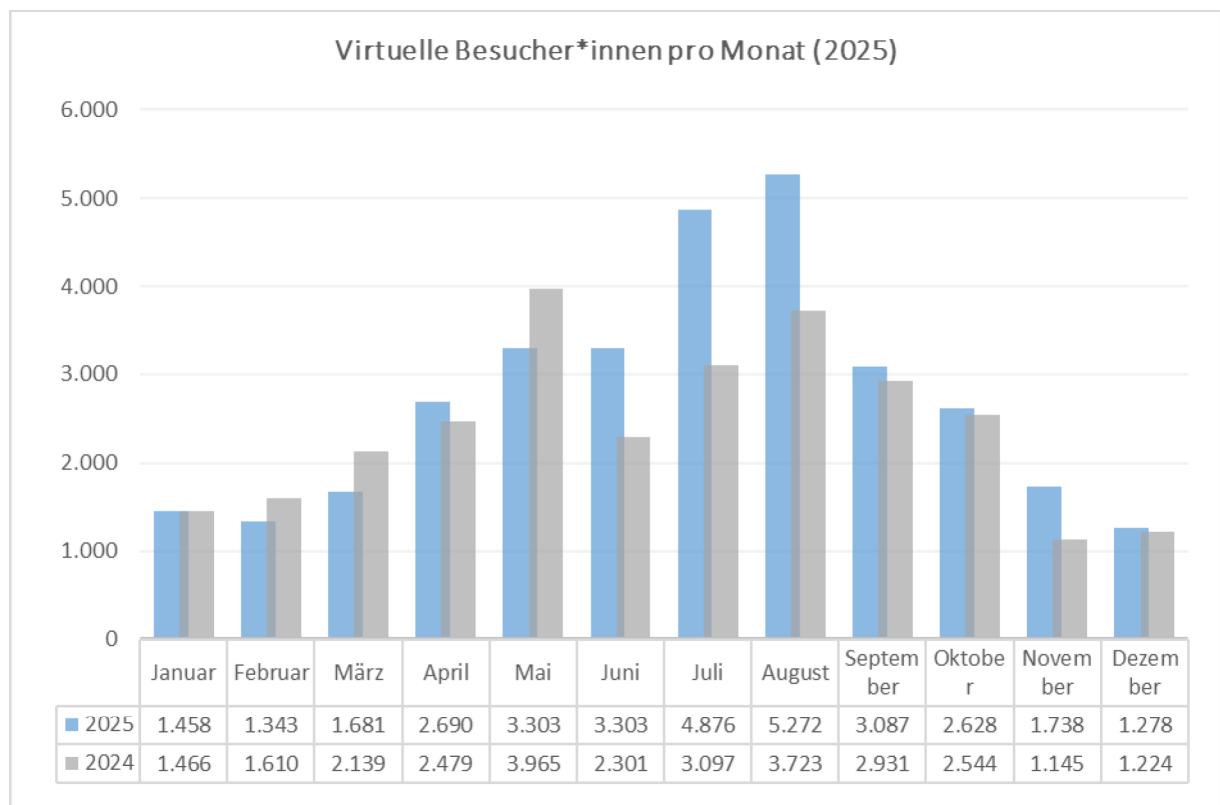
2025 war das Zeppelin Museum erneut stark in das Tourismusmarketing der Bodenseeregion eingebunden, um anschlussfähige Kooperationen für seine Besucher*innen zu gewährleisten. Hierbei lag der Fokus vor allem auf dem neuen Tourismuskonzept 2025-2030 der Stadt Friedrichshafen, der Zusammenarbeit mit dem „Starken Team am See“, der Deutschen Bodensee Tourismus GmbH, den Bodensee Erlebnistagen und dem Bodensee Tourismusforum. Auch durch den Zeppelin-Tourismustag oder die Teilnahme an der „IBO“ sowie „Ravensburg spielt“ konnte sich das Museum und den Standort Friedrichshafen weiter in der regionalen Aufmerksamkeit etablieren.

Ende August wurde die jährliche Besucher*innenbefragung im Museumsfoyer durchgeführt. Dabei wurden Daten zur Besucher*innenanreise, -herkunft, der allgemeinen Zufriedenheit, dem Informationsverhalten und Feedback zur Wechselausstellung gesammelt.

Das neue Corporate Design aus dem Jahr 2023 wurde weiterhin konsequent auf sämtlichen Kommunikationsmedien umgesetzt. Zugunsten der Nachhaltigkeit und zur Optimierung der Verteilung der Jahresmedien wurde bereits 2024 eine Strategieanpassung vorgenommen, die in 2025 weiter umgesetzt wurde.

1.2.4.4 Digitalität

Virtuelle Besucher*innen: Im Vergleich zum Vorjahr konnte die Gesamtzahl der virtuellen Besucher*innen gesteigert werden.



Anlage 4

Auffällig sind hierbei die deutlichen Steigerungen in den Zugriffen des *ZeppGuides*.

Angebot	Virtuelle Besucher*innen 2025	Virtuelle Besucher*innen 2024
Website	13.027	13.523
ZeppApp/ZeppGuide	13.102	10.314
Museum Virtuell	911	1.683
SUMME	27.040	25.520

Insgesamt konnte das Zeppelin Museum 2025 auf allen ihren Social-Media-Kanälen kombiniert 763.791 Menschen erreichen:

Kanal	Follower*innen	Veränderung zum Vorjahr	Anzahl veröffentlichter Inhalte	Reichweite / Impressions
Facebook	6.919	+52	820	303.118
Instagram	5.434	+652	1156	75.434
Instagram Schauhaus	93	+38	161	5.281
TikTok	170	+96	57	49.368
YouTube	1.150	+90	75	301.964
LinkedIn	2.010	+270	70	28.626
Gesamt	15.776	+1.198	2.339	763.791

Die Gesamtreichweite/Impressions ist demnach im Vergleich zum Vorjahr um 25% gesunken. Diese knapp 300.000 virtuellen Besucher*innen sind nachweislich allein Facebook zuzuordnen; hier sank die Reichweite von 665.137 (2024) auf 303.118 in 2025. Der Zeitpunkt dieses Abfalls kann unmittelbar einer Beitragsreihe zum CSD / Diversität zugeordnet werden. Hieran lässt sich eindrucksvoll ablesen, wie Meta die Beitragsauspielung algorithmisch steuert und an Vorgaben des US-amerikanischen Präsidenten ausrichtet.

Hinzu kommt das nicht nachbesetzte Volontariat der digitalen Kommunikation, das eine Reduktion des allgemeinen Outputs / der Anzahl veröffentlichter Beiträge zur Konsequenz hatte.

Website: Im Jahr 2025 wurden Optimierungen und Umstrukturierungen der *Website* des Museums umgesetzt. Im Februar wurde eine Suchfunktion im Bereich „Digitale Angebote“ programmiert, im April die Navigation der Führungsangebote hinsichtlich SEO und Redirects umstrukturiert, im Juli eine Anmeldefunktion für Online-Events integriert. Im Juni wurde die Subpage zur Sonderausstellung „Bild und Macht. Zeppelin-Fotografie im Fokus“ live geschaltet, kurz darauf die in der Ausstellung per QR-Code zugänglichen kuratorischen Texte über eine Hidden-Page. Im Oktober wurde die Website auf Memory-Usage umgestellt.

ZeppGuide: Im Februar wurden im *ZeppGuide*, der App des Museums, Touren in deutscher und englischer Sprache zur Sonderausstellung „Choose your player. Spielwelten von Würfel bis Pixel“ veröffentlicht. Im April wurde eine Tour zum Schauhaus im Zeppelindorf veröffentlicht. Zu Mai wurden Touren zu den Sammlungsinhalten in französischer Sprache neu hinzugefügt; die App ist seitdem dreisprachig verfügbar. Im August wurde eine Scanfunktion von QR-Code implementiert. Im Oktober wurden die Touren in deutscher und englischer Sprache zur Sonderausstellung „Bild und Macht. Zeppelin-Fotografie im Fokus“ veröffentlicht.

Anlage 4

Videoproduktion: Im Rahmen der Sonderausstellung „Bild und Macht. Zeppelin-Fotografie im Fokus“ produzierte das Museum in Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister drei Videoporträts: Zu den ausgestellten Künstlerinnen Christelle Oyiri und Aziza Kadyri sowie einen Imagefilm zur Ausstellung. Darüber hinaus veröffentlichte das Museum insgesamt 8 Aufzeichnungen der OPEN HOUSE und OPEN HOUSE ONLINE Reihe, die im Rahmen der Sonderausstellung stattfanden, auf seinem YouTube Kanal. Teil dessen war auch eine durch den Freundeskreis zur Förderung des Zeppelin Museums e.V. geförderte Vortragsreihe zum 100jährigen Jubiläum des Erstaufstiegs von LZ 1.

Podcasts: Im Juli ergänzte das Museum die inklusiven Stationen der Sonderausstellung – bestehend aus Tastbild und Brailletext – um je eine Folge des Podcasts *Sag mir, was du siehst*. Ebenfalls im Rahmen der Sonderausstellung „Bild und Macht. Zeppelin-Fotografie im Fokus“ veröffentlichte das Museum im Oktober drei neue Folgen seines Podcasts *ZMtalks* unter dem Staffeltitel „Medienkompetenz = Demokratiekompetenz?“. Hierin wurde das Museum durch das Förderprogramm „Demokratie leben!“ gefördert. Drei neue Folgen des Podcasts *Erinnerungsort Schauhaus* wurden im März veröffentlicht.

IT: 2025 trat der langjährige IT Administrator des Museums in die Rente ein. Im Zuge der Neubesetzung wurde eine IST-Analyse der IT-Architektur angefertigt und deren umfassende Neukonzeption durch den Aufsichtsrat für das Jahr 2026 beschlossen. Zudem wurde ein externer Datenschutzbeauftragter engagiert sowie ein interner Datenschutzkoordinator benannt. Die Position des ISB (Informationssicherheitsbeauftragter) wurde erstmals definiert und in Form eines Vier-Augen-Prinzips zwischen IT Administrator und AL DisKo installiert. Zu Ende 2025 wurde angesichts erneuter Vakanz der Administratorenstellen der Abschluss eines erweiterten Managed-Service-Vertrags mit einem externen Dienstleister eingeleitet.

1.2.4.5 Nachhaltigkeitsstrategie

2025 wurde das Zeppelin Museum als erste Kultureinrichtung mit dem neuen Label BWzero der Klimaschutz Stiftung Baden-Württemberg ausgezeichnet. Im Rahmen einer konzentrierten Veranstaltung aus Museumsgeburtsstag, 125jährigem Jubiläum des Erstaufstiegs von LZ 1 und 25jährigem Jubiläum der Baden-Württembergstiftung wurde das Label im Juli im Zeppelin Museum und im Dezember erneut in der Geschäftsstelle der Baden Württemberg Stiftung verliehen.

Im Rahmen des Förderprogramms „Bundesförderung für effiziente Gebäude, Einzelmaßnahmen (BEG EM)“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz wurde ein zentrales Modernisierungsprojekt an den bestehenden Lüftungsanlagen umgesetzt. Dabei wurden insgesamt 28 veraltete Motoren durch moderne Radiallüftermotoren ersetzt. Durch diese Maßnahme wird der Stromverbrauch der Anlagen deutlich reduziert, die jährliche Einsparung liegt bei rund 100.000 kWh.

Die Zusammenarbeit im Partnernetzwerk „echt nachhaltig“ der Deutschen Bodensee Tourismus GmbH wurde auch 2025 fortgeführt und das Zeppelin Museum beteiligte sich an den Bodensee Clean Up Days. Netzwerkpflege wurde darüber hinaus durch Vorträge und die Teilnahme an Tagungen betrieben. Das Projekt „Klimaschutz in Kultureinrichtungen“ der Klimaschutzstiftung Baden-Württemberg wurde abgeschlossen. Als Auftakt in eine Strategie zur Klimafolgenanpassung nahm das Zeppelin Museum an der dreitägigen Netzwerkveranstaltung zu Klimafolgenanpassung im Kulturbetrieb der Kulturstiftung des Bundes in Mannheim teil und bewarb sich zum Jahresende erfolgreich im Pilotprojekt „Fit für die Zukunft. Klimafolgenanpassung für Museen“ der Landesstelle für Museen Baden-Württemberg.

1.2.5 Ausstellungen

Seit 2015 werden erfolgreich Wechselausstellungen zu aktuellen gesellschaftlichen Themen gezeigt, begleitet von interdisziplinären Veranstaltungen, Vorträgen und Fachtagungen. Die Auswahl der Themen folgt den folgenden Kriterien:

1. gesellschaftliche Relevanz,
2. inhaltliche Anschlussfähigkeit an die Sammlungen,
3. Themen, die in den Bereichen Technik und Kunst gleichermaßen ihren Niederschlag finden,
4. Anschlussfähigkeit an die internationalen Diskurse der Gegenwart.

Programmatische Beispiele für die konzeptionelle Weiterentwicklung des Zeppelin Museums sind gesellschaftspolitische Ausstellungen wie „Möglichkeit Mensch“ (2016), „Kult“ (2017), „Schöne Neue Welten. Virtuelle Realitäten in der zeitgenössischen Kunst“ (2017/2018), „Innovationen. Zukunft als Ziel“ (2018), „Game of Drones. Von unbemannten Flugobjekten“ (2019), „Beyond States. Über die Grenzen von Staatlichkeit“ (2020/2021), „Beziehungsstatus: Offen. Kunst und Literatur am Bodensee“ (2021/2022) und „Fetisch Zukunft. Utopien der dritten Dimension“ (2022/2023). In 2023 wurde das Konzept mit zwei Ausstellungen fortgeführt: „Into the deep. Minen der Zukunft“ griff die Themen Kreislaufwirtschaft und Umgang mit Ressourcen auf. In der Ausstellung „Kryptomania. Die Verheißungen der Blockchain“ ging es um die demokratischen Möglichkeiten der auf Transparenz und Dezentralität setzenden Technologie. In 2024 wurde die Spiele-Sammlung der Zeppelinabteilung Ausgangspunkt für die weitgehend spielbare Ausstellung „Choose your Player. Spielwelten von Würfel bis Pixel“, die die Möglichkeiten des Spiels wie auch seine Auswirkungen auf unsere Gesellschaft untersucht. 2025/2026 untersucht „Bild und Macht. Zeppelin-Fotografie im Fokus“ den Zeppelin als Motiv in der Fotografie. Im Kaiserreich, der Weimarer Republik und der NS-Diktatur war das Bild des Luftschiffs ein mächtiges Werkzeug der politischen Propaganda. Die drei zeitgenössischen Künstler*innen Aziza Kadyri, Christelle Oyiri und das Kollektiv Ebb.global mit Neïl Beloufa entwickelten auf Grundlage ihrer Forschungen mit dem fotografischen Archiv neue Kunstwerke, die in die Sammlung des Museums übergehen werden.

Die Integration in die Vermittlung der Ausstellung ist integraler Bestandteil des Projekts. Daher produzierte die Abteilung Diskurs & Kommunikation mit zwei der drei Künstler*innen Imagefilme derer Rechercheaufenthalte, führte ein OPEN HOUSE ONLINE Gespräch und konzipierte gemeinsam mit den Künstler*innen zwei partizipative Online-Workshops.

1.3 Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Im Jahr 2025 haben wir die Eintrittspreise um 2 EUR erhöht. Der Eintrittspreis für eine*n Erwachsenen beträgt nun 14,50 EUR. Trotz gesunkener Besucherzahl konnten wir den Vorjahresumsatz steigern und liegen aber leicht unter Plan.

Insgesamt haben 224.074 Menschen das Museum besucht. Das sind 10.926 weniger Gäste als geplante 235.000 Besucher*innen. Im Vergleich zu 2024 mit 237.233 Besucher*innen sind es 13.159 Gäste weniger als im Vorjahr.

Anlage 4

Die betriebswirtschaftliche Ergebnisrechnung stellt sich wie folgt dar:

Ergebnisrechnung Zeitraum: 1. Januar 2025 - 31. Dezember 2025	Ist 2024 EUR	Plan 2025 EUR	Ist 2025 EUR	Abw. Ist/Ist EUR	Abw. Plan/Ist EUR
Besucher*innen (incl. Abendveranstaltung)	237.233	235.000	224.074 -	13.159 -	10.926
Umsatzerlöse	2.939.114	3.139.900	3.093.879	154.765 -	46.021
Sonstige betriebliche Erträge	175.382	-	309.993	134.611	309.993
Auflösung Sopo für Investitionszuschüsse	1.009.170	1.177.577	1.021.020	11.850 -	156.557
Summe Erlöse und Erträge	4.123.666	4.317.477	4.424.892	301.226	107.415
Aufw. für Material u. bez. Leistungen	1.046.206	1.031.534	971.042 -	75.164 -	60.492
Rohhertrag	3.077.460	3.285.944	3.453.850	376.390	167.906
Personalaufwand	3.063.576	3.510.000	3.289.571	225.995 -	220.429
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.902.421	1.786.352	1.964.977	62.556	178.625
sonstige Steuern	14.630	7.700	13.166 -	1.464	5.466
EBITDA	- 1.903.167 -	2.018.108 -	1.813.864	89.303	204.244
Abschreibungen auf Sachanl. u. immater. VG	1.062.698	1.177.577	1.073.111	10.413 -	104.466
EBIT	- 2.965.865 -	3.195.685 -	2.886.975	78.890	308.710
Zinsergebnis	16.771 -	3.568	10.666 -	6.105	14.234
Zuschüsse Stadt FN/ Zeppelin Stiftung	2.590.335	2.758.250	2.234.290 -	356.045 -	523.960
EBT	- 358.759 -	441.003 -	642.019 -	283.260 -	201.016
Steuern vom Einkommen und Ertrag	4.981	-	3.072 -	1.909	3.072
Überschuss / Fehlbetrag	- 363.740 -	441.003 -	645.091 -	281.351 -	204.088

2025 hat das Zeppelin Museum sinkende Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahr. Durch die erhöhten Eintrittspreise war der Umsatz höher als 2024. Durch die negative Entwicklung der Besucherzahlen liegt der Umsatz trotz der erhöhten Preise aber unter Plan.

Die Shopeinnahmen sind aufgrund der niedrigeren Besucherzahlen geringer als geplant (siehe 2.3.1. Ertragslage).

Das erzielte Ergebnis in Höhe von -645 TEUR liegt unter dem geplanten -441 TEUR. Wesentliche Ursache sind die reduzierten Zuschüsse seitens der Stadt Friedrichshafen, Sie liegen um 524 TEUR unter Plan und 356 TEUR unter Vorjahr.

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind höher als geplant. Unter anderem haben wir für die BW-Stiftung für Bild und Macht 50 TEUR vereinnahmt. Ebenfalls für Bild und Macht haben wir noch 30 TEUR von der ZF-Kunststiftung erhalten. Weiterhin haben wir 30 TEUR Preisgeld für den Lotto-Museumspreis vereinnahmt. 34 TEUR entfallen auf Fördergelder für Lüftermotoren. Weiterhin haben wir periodenfremde Erträge in Höhe von ca. 20 TEUR.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen liegen um 179 TEUR über Plan. Dies resultiert im Wesentlichen aus höheren Energiekosten (+66 TEUR), höherem Aufwand für Leiharbeiter (189 TEUR). Gleichzeitig unterschreiten wir den Plan bei den bezuschussten Instandhaltungen um 144 TEUR

Die Personalaufwendungen sind aufgrund einiger Vakanzen und Langzeiterkrankungen unter Plan.

Die seitens der Stadt Friedrichshafen und der Zeppelin-Stiftung gewährten Zuschüsse liegen mit 2.234 TEUR unter Plan (2.758 TEUR) und unter Vorjahr (2.590 TEUR).

2 Wirtschaftsbericht

2.1 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Konjunktur verlief in Deutschland im Jahr 2025 insgesamt schwach, aber leicht positiv. Nach zwei Rezessionsjahren konnte die Wirtschaft wieder ein kleines Wachstum erzielen: Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt ist laut statistischem Bundesamt im Jahr 2025 um 0,2% gestiegen.

Die neue Konjunkturprognose des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) sagt voraus, dass es 2026 leicht aufwärts geht, aber von einem großen Aufschwung noch keine Rede sein kann: Konjunkturelle Risiken bestehen vor allem von außenwirtschaftlicher Seite. Hohe Kosten, geopolitische Konflikte, Machtdemonstrationen aus USA und China und viele Unsicherheiten durch die inländische Politik bedingen, dass die deutsche Wirtschaft auch 2026 nicht aus der Krise kommt.

2.2 Geschäftsverlauf

Insgesamt liegt das Museum mit 224.074 Besucher*innen um 10.926 Menschen unter Plan (235.000).

Auch der Vergleich mit dem Vorjahr macht den Einbruch sichtbar: 2024 kamen 237.233 Besucher*innen ins Museum, 2025 nur 224.074. Das sind 13.159 Menschen weniger und damit -5,6%.

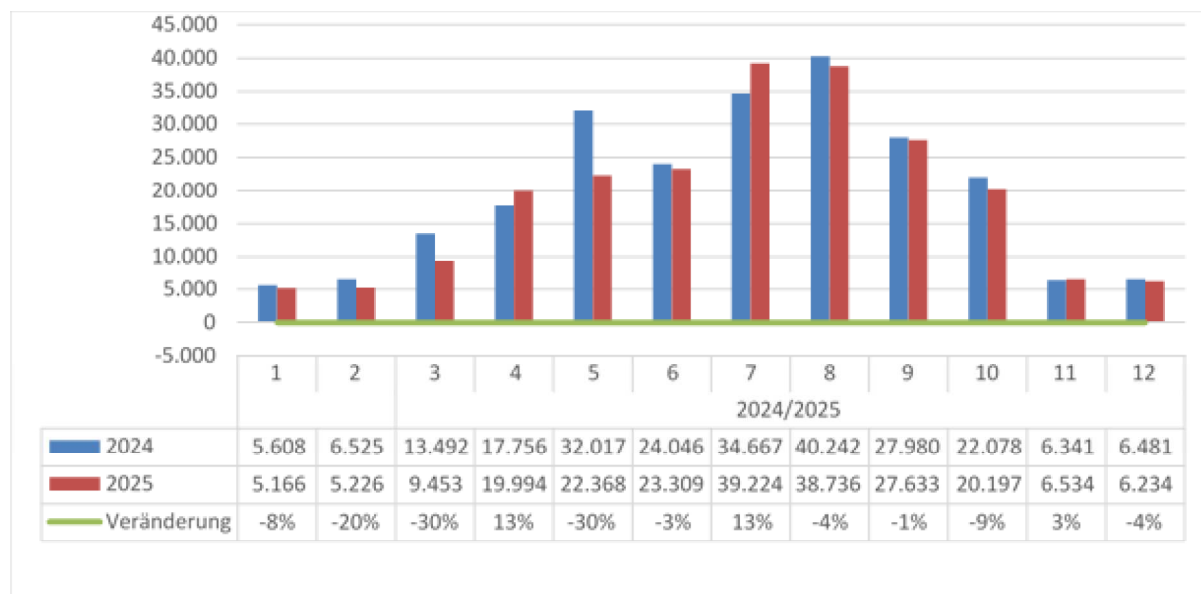


Tabelle 1: Die Besucherzahlen wurden aufgrund der Jahresmeldung von Vivenue/Onlinetickets im Dezember für das Jahr 2025 korrigiert.

Die Darstellung zeigt die Besucherzahlen auf Monatsbasis im Vergleich zum Vorjahr (Zahlen inkl. Abendveranstaltungen).

2.3 Wirtschaftliche Entwicklung

2.3.1 Ertragslage

Die Gesellschaft weist im Geschäftsjahr 2025 einen Jahresfehlbetrag in Höhe von rd. 645 TEUR (Vj.: 364 TEUR)

Die Summe der Umsatzerlöse liegt leicht unter Plan, obwohl die Eintrittspreise angehoben wurden. Die Anzahl der Besucher ging hingegen zurück.

Die Erlöse im Museumsshop sind etwas geringer als geplant und unter denen des Vorjahres: Sie beliefen sich am Jahresende auf 422 TEUR (Plan 457 TEUR).

Die Umsatzentwicklung stellt sich detailliert wie folgt dar:

Umsatzaufteilung Zeitraum: 1. Januar 2025 - 31. Dezember 2025	Ist 2024 EUR	Plan 2025 EUR	Ist 2025 EUR	Abw. Ist/Ist EUR	Abw. Plan/Ist EUR
Erlöse Eintrittsgelder [8100]	2.146.340	2.307.700	2.309.235	162.895	1.535
Erlöse Führungen [8104]	82.584	100.000	82.823	239 -	17.177
Erlöse Sonderöffnung [8105]	2.450	3.100	1.800 -	650 -	1.300
Erlöse Museumsshop [8106, 8120, 8300, 8400, 8336]	456.967	457.000	422.307 -	34.660 -	34.693
Erlöse Vermietung Audioguide [8108]		-	-	-	-
Erl Dienstleistungen [2700]	120.000	120.000	120.000	-	-
Erl Sonstige [8113]	10.256	10.000	8.775 -	1.481 -	1.225
Erlöse Toilettenanlage [2706]	20.693	13.000	20.027 -	666	7.027
Erträge Pacht [2750]	32.437	60.000	69.800	37.363	9.800
Ertr Mieten [2704]	4.013	6.500	7.306	3.293	806
Mieterträge Kunstverein [2760]	35.844	36.000	38.924	3.080	2.924
Mieterträge Luftschiffbau Zeppelin [2761]		-		-	-
Mieterträge ZF Kunststiftung [2762]	9.512	9.000	1.265 -	8.247 -	7.735
Mieterträge Hausmeisterwohnung [2763]	8.098	7.700	1.697 -	6.401 -	6.003
Mieterträge DFMG Funk [2764]	9.920	9.900	9.920	-	20
Skonti nicht beanspr		-		-	-
Umsatzerlöse	2.939.114	3.139.900	3.093.879	154.765 -	46.021

Eintrittsgelder

Hier machen sich die Preiserhöhungen um 2 EUR pro Besucher bemerkbar. Gleichzeitig sanken die Besucherzahlen.

Führungen

Im Jahr 2025 wurden insgesamt 1.348 Führungen durchgeführt, also ungefähr gleich viel wie im Vorjahr. Bei einem durchschnittlichen Preis von 61,44 € pro Führung wurden so 82.823 € erwirtschaftet.

Im Jahresvergleich schließt die Führungsstatistik 2025 erfolgreich ab:

Museumsshop

Neben dem Zweckbetrieb Museum bestehen innerhalb der Gesellschaft weitere Sparten, nämlich die Vermögensverwaltung sowie der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb. Letzterer beinhaltet den Shop sowie die Toilettenanlagen. Der Shop konnte sein Umsatzziel in Höhe von 457 TEUR mit rd. 422 TEUR nicht erreichen. Er liegt mit rd. 35 TEUR unter Plan. Grund dafür sind zum einen die sinkenden Besucherzahlen gegenüber 2024 mit 237.233 Besucher*innen (vgl. Gesamtjahr 2025: 224.074). Der Umsatz pro Besucher*in ist auf 2,23 Euro leicht gegenüber 2024 gesunken (vgl. Gesamtjahr 2024: 2,28 Euro).

Zum anderen sind die Großbestellungen der Zeppelin Unternehmen und somit die Abverkaufszahlen des Zeppelin-Kalenders nochmals zurückgegangen. In Summe hat das einen Umsatzverlust von rd. 6 TEUR in dieser Warengruppe zur Folge. (Vgl. 2025: 44.708,61 EUR gegenüber 2024: 50.699,64 EUR).

Eine leicht positive Umsatzsteigerung von rd. 2 TEUR ist in der Hauptwarengruppe Bücher zu verzeichnen.

Die höchsten Umsatzverluste sind mit rd. 25 TEUR in der Hauptwarengruppe Spielwaren, mit rd. 8 TEUR in der Hauptwarengruppe Papeterie und mit rd. 9 TEUR in der Hauptwarengruppe Souvenir festzustellen.

Die Einnahmen aus den Toilettenanlagen (rund 20 TEUR) liegen mit rund 7 TEUR über Plan.

2.3.2 Vermögens- und Finanzlage

Der Anteil des Anlagevermögens an der Bilanzsumme beträgt zum Stichtag 31. Dezember 2025 87,7% (Vj.: 91,2%). Das langfristige Vermögen wird zu wesentlichen Teilen durch die Zuschüsse aus dem Sonderposten für Zuschüsse und Zulagen finanziert.

Die Finanzierung der Gesellschaft erfolgte zu wesentlichen Teilen aus den Einnahmen des Museumsbetriebs sowie den Zuschusszahlungen entsprechend dem Wirtschaftsplan und Freiwilligkeitsleistungen der Stadt Friedrichshafen.

Die Stadt Friedrichshafen hat in 2025 eine Zahlung in die Kapitalrücklage über 1.200 TEUR vorgenommen, um die Liquidität des Museums zu sichern.

Das Darlehen, das für die Sparte Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb in Höhe von 150 TEUR aufgenommen wurde, wurde im Geschäftsjahr 2025 um 15 TEUR getilgt und valutiert zum Stichtag noch über 52,5 TEUR. Zusätzliche Finanzierungsmittel von außen (Bankkredite, o.ä.) wurden nicht aufgenommen.

Der Bestand an flüssigen Mitteln betrug zum Stichtag rd. 864 TEUR (Vj.: 562 TEUR).

3 Prognose-, Chancen- und Risikobericht

3.1 Prognosebericht

Für das Geschäftsjahr 2026 geht das Zeppelin Museum wieder von einem Anstieg der Besucherzahlen aus. Die neue Sonderausstellung „Gefühlte Wahrheiten. Zeppeline und Nationalsozialismus“ beschäftigt sich mit einem den Zeitgeist betreffenden und kontrovers viel diskutierten Thema. Außerdem feiert das Museum dieses Jahr sein 30jähriges Bestehen. Der Wirtschaftsplan geht von 230.000 Besucher*innen aus.

Anlage 4

Der Nahost-Krieg belastet den lang ersehnten Aufschwung der deutschen Konjunktur. Das DIW rechnet damit, dass die deutsche Wirtschaft 2026 um 1,0 Prozent wächst. Im Dezember noch waren die Berliner Forscher von einem Wachstum von 1,3 Prozent ausgegangen. Stark ansteigende Energiekosten wirken sich ggf. auf das Konsumverhalten der Bevölkerung aus, wobei das Reiseverhalten der Bürger momentan noch den Krisen trotzt. Für das Zeppelin Museum bedeutet dies konkret, dass die Energiekosten (Strom und Gas) sich perspektivisch verdoppeln könnte und dass trotz der noch anhaltenden Reisefreudigkeit mit einem Besucherrückgang zu rechnen ist, weil insgesamt weniger konsumiert wird.

3.2 Chancen- und Risikobericht

3.2.1 Chancen

In der Vergangenheit wurden Investitionen in den Bereichen Digitalisierung (Fortsetzung der Digitalen Strategie), Barrierefreiheit (barrierefreie Homepage), Nachhaltigkeit (Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie) und Sonderinstandhaltungen (vor allem für die technischen Anlagen des Museums) bewilligt, sodass das Museum notwendige Maßnahmen planen und umsetzen kann, um weiterhin attraktiv zu bleiben und darüber hinaus den Standards eines zeitgemäßen Museums zu entsprechen. Letzteres ist auch notwendig, um auf Landes- und Bundesebene Fördermittel akquirieren zu können.

Die neue Geschäftsführung wird in der 2. Hälfte des Jahres mit dem Team gemeinsam an einer Neuausrichtung des Hauses arbeiten, aus der sich ein neues Leitbild und in die Zukunft gerichtete Handlungsweisen und Strategien ableiten lassen.

3.2.2 Risiken

Seit vielen Jahren weist das Museum auf seine Raumnot hin. Weder kann das Museum den innovativen Impulsen des von Graf Zeppelin gegründeten Zeppelin Konzerns gerecht werden, die bis heute Relevanz für Gegenwartstechnologien besitzen, noch kann die Kunstsammlung angemessen präsentiert werden. Eine Erweiterung des Museums ist auch deswegen notwendig, da das Haus zentrale Ansprüche an ein modernes Museum (digitale Angebote, Partizipation, Outreach) aufgrund fehlender Flächen nicht realisieren kann.

Die Raumknappheit spiegelt sich auch in den Depots wieder. Das Zeppelin Museum kann seinem Auftrag, Kulturgut zu bewahren, nur in Teilen nachkommen. Teilweise müssen Objekte schon abgelehnt werden. Das Depot im Museum selbst ist völlig ausgeschöpft. Neue Objekte können nur im nicht klimatisierten Außendepot aufbewahrt werden, das nicht einmal dem Mindeststandard eines Museumsdepots entspricht. Museumsdepot-Standards fordern eine kontrollierte Umgebung, um Kulturgut langfristig zu erhalten. Zentrale Anforderungen sind ein stabiles Klima (16 bis 25°C), relative Luftfeuchtigkeit (40 bis 60%, max. Schwankung 10%/24h), Sicherheit (Brandschutz, Einbruchschutz), Ordnung und eine lückenlose Dokumentation der Zutritte.

Anlage 4

Zudem ist die Dauerausstellung der Abteilung Zeppelin veraltet (aus den Jahren 1996 und 2014) und die Kunstabteilung hat momentan keine permanente Ausstellung. Die Dauerausstellung der Zeppelin Abteilung ist zum großen Teil sehr textlastig und für Kinder unattraktiv. Unabhängig davon, ob ein Neubau kommt oder nicht, ist es zwingend notwendig, einen zeitgemäße, multiperspektivische, immersive, inklusive und ästhetisch anmutende neue Dauerausstellung in beiden Bereichen aufzustellen, die durch die Geschichte der Region miteinander verknüpft wird.

Friedrichshafen, 28. Februar 2026



Silvia Rückert
Geschäftsführerin