

DNB
SWNSW
DEUTSCHER
MUSEUMS
BUND

Museumskunde

Herausgegeben vom Deutschen Museumsbund

Migration

Band 75 1/10



Impressum

Herausgeber: Dr. Volker Rodekamp

Anschrift der Redaktion:
Deutscher Museumsbund,
In der Halde 1, 14195 Berlin

Redaktion:
Marcel Bühler, Marie-Louise Chagnaud, Vera Neukirchen,
Julia Pagel, Anja Schaluschke

Redaktionsbeirat:
Bettina Scheeder, Museumsverband Rheinland-Pfalz e. V.
Von-Weber-Straße 54, 67061 Ludwigshafen
Dr. Ralf Voß, Regionalmuseum Neubrandenburg
Treptower Straße 38, 17033 Neubrandenburg
Prof. Dr. Willi E. R. Xylander, Staatliches Museum für Naturkunde Görlitz
Postfach 300154, 02806 Görlitz

Layout: blum DESIGN & KOMMUNIKATION GmbH, Hamburg

Satz: blum DESIGN & KOMMUNIKATION GmbH, Hamburg

Druck: CS-Druck, Berlin

Abonnentenverwaltung: G+H Verlag, Berlin

Nachdruck und andere Vervielfältigung – auch auszugsweise – nur mit
Genehmigung der Redaktion. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos,
Besprechungsexemplare usw. wird keine Garantie übernommen. Inhaber von
Bildrechten, die wir nicht ermitteln konnten, bitten wir um Kontaktaufnahme.

© Deutscher Museumsbund e. V.

In der Halde 1
14195 Berlin
August 2010

ISSN 0027-4178

Inhalt

- 5** Vorwort des Präsidenten des Deutschen Museumsbundes
- 7** Kulturelle Identität und Museen.
Der Nationale Integrationsplan der Bundesregierung
Matthias Buth
- 12** Migration – Kultur – Integration. Und die Rolle des Museums?
Joachim Baur
- 20** Kulturelle Identitäten in Deutschland –
eine explorative Studie und aktuelle Bestandsaufnahme
Susanne Keuchel und Dominic Larue
- 28** Migration im Museum oder:
Vom Nutzen der Narration im interkulturellen Dialog
Sefa Inci Suvak
- 33** Memorandum „Museum – Migration – Kultur – Integration“
Werkstattgespräch Dezember 2009
- 36** Migration und kulturelle Vielfalt:
Eine Herausforderung für die Museen
Dietmar Osses
- 41** Migranten im Museum –
Von der Zielgruppe zur kulturellen Teilhabe
Stefan Bresky
- 48** Vom Umgang mit dem Thema Migration im Museum
Europäischer Kulturen – Staatliche Museen zu Berlin
Elisabeth Tietmeyer
- 52** Kollektives Gedächtnis und kultureller Speicher.
Chancen und Aufgaben des Museums für Islamische Kunst
im Pergamonmuseum
Stefan Weber
- 60** Anne Frank. *hier & heute*. Ausstellungs- und Bildungsarbeit
für die Einwanderungsgesellschaft
Thomas Heppener und Patrick Siegele
- 67** Überlegungen zu einem „Migrationsmuseum“ in
der Bundesrepublik
Michael Fehr

- 71** Zwischen den Objekten.
Oder: Europäisierungsimpulse durch Migration
im Museum
Kerstin Poehls
- 77** Auswandern ins Museum.
Zur Wahrnehmung einer lange vernachlässigten Seite
der Migration in Deutschland
Jan Sternberg
- 82** Grußwort des Präsidenten der Leibniz Gemeinschaft
anlässlich des Autorenkolloquiums zur Fortschrei-
bung der „Denkschrift zur Lage der Museen“ von
1974
Ernst Theodor Rietschel
- 84** Die Museumssituation in Österreich
Peter Assmann
- 88** Verbesserte Rahmenbedingungen für die Suche nach
NS-Raubgut in deutschen öffentlichen Sammlungen.
Eine Bilanz nach zwei Jahren Projektförderung
Uwe Hartmann
- 99** Im Labor der Bilder – grundsätzliche Überlegungen
zur Bildung im Museum
Marion Ackermann
- 103** Wer leitet Deutschlands Museen? Die Porträtreihe
„Museumsköpfe“ stellt Ihnen die Macherinnen und
Macher vor.
Dr. Gerhard Kilger, Leiter der Deutschen Arbeits-
schutzausstellung (DASA)
Meike Jotzo
- 106** English Summaries

Migration im Museum oder: Vom Nutzen der Narration im interkulturellen Dialog

Ein Praxisbericht des migration-audio-archiv

Sefa Inci Suvak



migration-audio-archiv.de

Wortbildmarke des migration-audio-archiv.
© migration-audio-archiv.

Seit zwei Jahren entwickelt und betreibt das migration-audio-archiv (maa – www.migration-audio-archiv.de) interkulturelle Kunst- und Kulturvermittlung in und für Kunst- und Kulturinstitutionen, die ohne die beinahe zehnjährige Aufbau- und Durchführungsarbeit des migration-audio-archiv selbst nicht denkbar ist. Das maa ist ein wachsendes Archiv aus Lebensgeschichten von Einwanderern in der Tradition der *Oral History*. Mittlerweile umfasst es über 120 umfangreiche Interviews mit den Stimmen der Erzählenden selbst und zusätzlich etwa 4.000 Fotos, die die Erzählenden zur Verfügung gestellt haben.

Durch die unterschiedlichen Biografien der Interviewten bekommen viele Facetten der Migration „eine Stimme“. Die erste Generation der Arbeitsmigranten, die so genannten „Gastarbeiter“, mittlerweile zwischen 60 und 80 Jahre alt, Flüchtlinge, Exilanten, jüdische Kontingentflüchtlinge, Umweltflüchtlinge – alle haben im migration-audio-archiv ihren Platz. Menschen zwischen 14 und 90 Jahren erzählen über Reisewege, Schlepper, Passkontrollen, Liebeskummer, Heimat, das Arbeiten in Deutschland, Rassismus, Freunde, Angst, Glück – über alles, was ein Menschenleben ausmachen kann.

Das Interesse an dem Projekt ist groß – die Form des Erzählens aus der persönlichen und biografischen Perspektive, in Verbindung mit den Stimmen der Erzählenden selbst, ist ein besonderer Schlüssel für Aufmerksamkeit und Empathie für das maa. Diese Erfahrung haben wir, die Macher, in den vergangenen Jahren in zahlreichen



Arifien Musnadi kam Anfang der 1950er Jahre zum Studium aus Indonesien nach Deutschland. Als Korrespondent für eine indonesische Zeitung lebte er in Köln, wo er auch seine deutsche Frau kennen lernte. Ein Hochzeitsfoto.
© migration-audio-archiv.

Projektzusammenhängen – beispielsweise während den vielen Hörfunksendungen beim Projekt- und Medienpartner Westdeutscher Rundfunk – immer wieder erfahren. Außerdem zeigen auch die Statistiken für die Website www.migration-audio-archiv.de, dass Monat für Monat eine große Zahl an Erzählungen in voller Länge gehört werden. Nicht zuletzt erhalten wir sehr viele Zuschriften und Reaktionen von unterschiedlichen Menschen, vor allem von Lehrern und anderen Multiplikatoren, die Kontakt zu uns aufnehmen, um zu erfahren, wie sie mit Schülern an diesem Thema arbeiten können.

Trotz unterschiedlicher Publikationsmöglichkeiten haben wir, die Projektmacher des maa, von Anfang an besonders die Kooperation mit Museen, das heißt mit Kunst- und Kulturinstitutionen gesucht, denn wir wollten das Thema „Migration“ in den Kontext Kunst/Kultur stellen und weg von erhitzten pseudo-objektiven Diskussionen und Argumenten, weg vom Erzieherischen – zumindest vordergründig. Wir wollten in den unaufgeregten Raum, wo langes Hinsehen und Hinhören erlaubt und gewünscht

ist, wo Menschen etwas mehr Zeit haben und mehr Offenheit für neue Gefühle und Einsichten mitbringen.

In unserer Kooperation mit dem Rautenstrauch-Joest Museum (RJM) und dem Museumsdienst der Stadt Köln, namentlich mit Matthias Hamann, Direktor des Museumsdienstes, präsentieren wir Lebensgeschichten von Migranten und Zuwanderern in Audiolounges (www.audiolounges.de), optisch attraktiven „Hörkugeln“, in denen Besucher (gelegentlich auch zu zweit oder zu dritt) sitzen und den Geschichten zuhören können. Auf einem integrierten Bildschirm sehen sie sparsam eingesetzte Texte und Fotos, die die Narrationen begleiten.

Zwei Audiolounges mit erzählter Migrationsgeschichte sind dauerhaft in die Ausstellung des Rautenstrauch-Joest Museums zur Kultur und Kunst außereuropäischer Völker in Köln integriert und bilden den Hintergrund für speziell entwickelte Vermittlungsformate und Workshops.

Mit Kofinanzierung der Berliner Stiftung *evz – Erinnerung, Verantwortung, Zukunft* haben wir am Rautenstrauch-Joest Museum gemeinsam mit dem Leiter der Pädagogik Peter Mesenhöller und einem Team aus Lehrerinnen und Experten aus dem Schulzusammenhang zwei Vermittlungskonzepte für Schüler entwickelt, die beide das Narrative, das Erzählen zur Methode machen.

Das eine richtet sich an Kinder bis zu 12 Jahren – in erster Linie ist es aber ein Angebot für Grundschulen. Dieses Konzept sieht vor, dass anhand der im Museum ausgestellten Objekte besonders Themen besprochen werden, die das Zusammenleben der Schüler betreffen. Diese Objekte aus Afrika oder Asien sollen den interkulturellen Dialog in der Klasse anregen und das Wahrnehmen der unterschiedlichen Feste, Bräuche, Rituale, Initiationsriten, Tänze oder Speisen befördern, die in den Familien der Kinder „gelebt“ werden. Anhand der Exponate sollen die Schüler und Schülerinnen mehr über den Alltag ihrer MitschülerInnen erfahren und so für unterschiedliche Kulturen in der Klasse sensibilisiert werden. Die VermittlerInnen werden in Fortbildungen für diese Aufgabe geschult. In diesem Zusammenhang werden auch gezielt KunstvermittlerInnen mit Migrationsintergrund gesucht.

Geplant ist aber auch ein Angebot für Jugendliche ab der 9. Klasse. Hier werden Schüler ebenfalls entlang der Ausstellung des RJM am Thema Migration mit den Mitteln der Oral History anhand der eigenen Familiengeschichte arbeiten. Dafür braucht es Zeit und technisches Equipment: die Schüler sollen Interviews führen, Migrationsrouten nachzeichnen, Fotos scannen, ein Dossier zum



Audiolounges. © migration-audio-archiv.

Thema Migration anlegen. Dieses Projekt werden wir im eigens eingerichteten Medienlabor des Rautenstrauch-Joest Museums in Zusammenarbeit mit den betreffenden Schulen durchführen.

Tatsächlich können Kunst- und Kultureinrichtungen im interkulturellen Dialog eine besondere Stellung einnehmen. Die Chancen liegen vor allem in der Arbeit mit Schulklassen. In Kunsteinrichtungen befinden sich Schüler in einem außerschulischen Raum und außerhalb der üblichen Leistungsstandards. Museen haben die Möglichkeit, mit Fotografien, Gemälden, Zeichnungen, Skulpturen oder bewegten Bildern ein Lernen auf einer sinnlichen und emotionalen Ebene anzubieten. Denn Kunst und Kultur ermöglichen Freiräume, auch für widersprüchliche Gedanken und Gefühle, und durch die Begegnung mit Kunst können Jugendliche erfahren, dass es viele Perspektiven auf ein Thema gibt und unterschiedliche Wege, sich damit zu befassen.

Hinter dem Schlagwort „Jugendliche mit Migrationshintergrund“ verbirgt sich keine homogene Gruppe: Hier handelt es sich um die Enkel der so genannten „Gastarbeiter“ – die Zeitgeschichte vor allem als Familiengeschichte erleben – ebenso, wie Russlanddeutsche oder junge Flüchtlinge, die noch vor kurzem selber Krieg, Flucht, Hunger, zum Teil auch Folter und Verfolgung erlebt haben. Zu ihrer Lebenswelt gehören Themen wie Rassismus, Heimat, Identitätsfindung, Aufenthaltsstatus in Deutschland, Islam et cetera. Daneben haben sie aber auch Themen, die alle Menschen zwischen 12 und 16 Jahren umtreiben: Auseinandersetzung mit Eltern, Lehrern, mit der Schule, Beziehungen, Liebe, Musik, Kleidung, Clique und anderes.

Anfang 2009 haben wir die *Michel Comte* Ausstellung im Düsseldorfer Forum für Kultur und Wirtschaft interkulturell begleitet. Michel Comte ist ein Schweizer Fotograf, sein Geld verdient er mit Glamour-Fotos von



Hiannick Kamba war 9 Jahre alt, als seine Eltern mit ihm aus dem Kongo nach Deutschland flüchteten. Der Asylantrag der Eltern wurde nach neun Jahren abgelehnt und sie wurden in ihre alte Heimat abgeschoben. Seitdem lebt er allein in Deutschland. Hiannick spielt Fußball und hofft, dass er als Profifußballer in Deutschland bleiben kann. Das Foto ist während des Interviews mit dem migration-audio-archiv gemacht worden. © migration-audio-archiv.

Models, Schauspielerinnen und Celebrities für Hochglanzmagazine. Unter anderem hat er das berühmte Nacktfoto von Carla Bruni, Modell und Ehefrau von Frankreichs Ministerpräsident Nicolas Sarkozy, gemacht.

Eine der ersten Schüler-Gruppen, die eine interkulturelle Führung gebucht hatte, war eine gymnasiale Oberstufe – etwa 25 Schülerinnen und Schüler, um die 16 Jahre alt. Etwa die Hälfte der Jugendlichen hatte einen Migrationshintergrund, es waren auch einige Muslime darunter. In einer Ausstellung mit expliziten Nacktfotos war es uns wichtig, dies vor Beginn der Führung anzukündigen und darauf hinzuweisen, dass diejenigen, die, aus welchem Grund auch immer, Probleme damit hätten, sich diese nicht ansehen müssten. Daraufhin verließ einer der jungen muslimischen Männer sofort die Gruppe. Die Übrigen bekamen, wie bei allen anderen Führungen auch, Informationen zum Künstler, Entstehungsdaten der Fotos, technische Informationen zu Digitalisierung, zur Bildkomposition et cetera. Beim ersten Aktfoto thematisierten unsere Kunstvermittler Nacktheit selbst: „Gerade ist ein Schüler gegangen, weil er keine Nackten sehen will. Wisst ihr warum? Wie geht es euch damit?“ Das führte sofort zu einer regen Diskussion: Die muslimischen Jugendlichen erklärten, wie es sich mit der Nacktheit im Islam verhält und dass es solche Bilder nicht geben dürfe. Dass es eine Sünde sei, solche Bilder zu machen und auch sie sich anzuschauen. Ein anderer (ebenfalls mit Migrationshintergrund) sagte: „Aber ich kenne türkische Magazine, in denen es Nacktfotos gibt!“ – ein

türkisches Mädchen darauf: „Ihr Jungs guckt doch sowieso nackte Frauen im Internet!“ ... und so weiter.

Dann erzählten die muslimischen Jugendlichen, dass es natürlich auch im Islam Räume für Nacktheit gibt, zum Beispiel den Hamam, das türkische Bad. Einige weitere Stichworte, die im Lauf des Dialogs in der Gruppe fielen, waren: Badekultur, Verschleierung, Bikini, Burkini, Körperenthaarung im Islam, wobei alle Jugendliche Personen, die sich nicht enthaaren, „fies“ fanden. Später gaben türkische und arabische Mädchen zu, dass sie sich schämten, wenn sie nackte Frauen oder Männer sähen. Und zur großen Überraschung taten das viele deutsche Mädchen auch, weil sie sich, angesichts der überschönen Vorbilder, hässlich, fett und schutzlos fühlten. Beide Mädchengruppen waren sich einig darüber, dass sie diese Ausstellung lieber ohne anwesende Jungen sehen würden, weil die nämlich feixten – und es stimmte, einige taten es, kulturübergreifend.

In solchen Diskussionen werden viele Jugendliche, beispielweise die, deren Eltern aus der Türkei stammen, die Erfahrung machen, dass sie zu bestimmten Fragen die gleiche Meinung wie ihre deutschen, afrikanischen oder polnischen Mitschüler haben. Die Gleichung: *Wir Türken, wir Araber, wir Deutschen sind uns ähnlich, weil wir die gleiche Nationalität haben* geht also nicht unbedingt auf. Aber wenn nicht die Herkunft, die Ethnie oder die Religion die Einstellung zu bestimmten Themen bestimmen – was dann?

Eine solche „Kunstführung“ kann im Idealfall wahrnehmbar machen, dass, formuliert aus der Perspektive eines Teilnehmers, ich in einigen Punkten *deutsch*, in anderen *türkisch* oder *muslimisch* bin, mein Musikgeschmack aber total *britisch*, *amerikanisch* oder *world* ist: Patchwork-identität ist der Regelfall in modernen Gesellschaften.

Neben dem wichtigen Aspekt des interkulturellen Dialogs muss interkulturelle Museumsarbeit auch Kulturwissen vermitteln, also Kenntnisse über bildende Kunst, Architektur, Design, Kunstgeschichte et cetera. Interkultureller Dialog im Museum heißt nicht, die Verlagerung der allgemeinen Diskussion ins Museum. Kulturwissen ist wichtig für ein tieferes Verständnis von Deutschland, Europa, der westlichen Welt – für Menschen mit und ohne Migrationshintergrund.

Ein gutes Beispiel für die Verschränkung von Vermittlung von Kulturwissen und interkultureller Museumsarbeit ist unsere Zusammenarbeit mit der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland in Bonn bei der *James Cook* Ausstellung (von August 2009 bis Februar 2010). *James Cook* war ein englischer Entdecker und Seefahrer,

der im Auftrag der britischen Königin drei große Weltreisen unternommen hat und von diesen viel Nützliches und Wissen über Länder, Flora und Fauna mitbrachte.

In den von uns konzipierten interkulturellen Führungen für Schulklassen nutzten wir die teilweise sehr exotischen Exponate der Ausstellung, um über kulturelle Unterschiede, Migration und Mobilität zu sprechen. Titel der eigens beworbenen interkulturellen Kunstvermittlungstouren war *Mobilität als Erfolgsgeschichte*. Das Team des maa nutzte die Ausstellung, um aktuelle Fragen zu stellen: Warum waren Cook und seine Leute unterwegs? Aus welchen Gründen sind heute Menschen unterwegs (wirtschaftliche Gründe, Bildung, Flucht...)? Die Exponate der Ausstellung waren ebenfalls Anlass zur Aktualisierung und Kontextualisierung in der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler: Beispielsweise die Objekte zu Totenritualen in der Südsee. Für uns ein Anlass, über unterschiedliche Totenrituale in Christentum und Islam zu sprechen, das heißt, die Schüler erzählen zu lassen, was sie aus eigener Erfahrung wissen, welche Vorteile es hat, sich in anderen Kulturen auszukennen et cetera. Und wir führten mit den Schulklassen Übungen zur Multiperspektivität durch: Es gibt viele Gemälde, die darstellen, wie Cooks Mannschaft die „Wilden“ gesehen hat. Unsere Frage an die Schüler war, wie wohl die Südseebewohner die Cook-Crew gesehen haben? Dazu mussten sie sich auf die andere Seite einer imaginären Linie stellen, auf die europäischen Männer mit ihren komischen Hosen, Hüten, Perücken schauen, sie beschreiben, sich vorstellen, was jene wohl bei dem Anblick dieser merkwürdigen Menschen dachten und fühlten.

Für die aktuelle Kooperation mit der Bundeskunsthalle sind wir noch einen Schritt früher in die Zusammenarbeit eingebunden worden: Für die *Byzanz*-Ausstellung (26. Februar bis 13. Juni 2010) waren wir eingeladen mit nachzudenken, wie sie, etwa für Jugendliche mit Migrationshintergrund, attraktiver werden könnte. Nach kurzer Zeit war klar, dass die Brücke vom Byzantinischen Reich nach Istanbul geschlagen werden sollte. Die Assoziationskette *Byzanz – Konstantinopel – Istanbul* ist nicht nur (kunst)historisch begründet, sondern viel zu attraktiv, als dass man sie aus der Ausstellung und zudem aus Kommunikation und Marketing ausklammern konnte. Es gab daher, in enger Zusammenarbeit mit der Museumspädagogik der Bundeskunsthalle, auch einen „Klangraum Istanbul“: In der Art eines kompakten *Multimedia-Erlebnis-Ausstellungs-Raums* haben wir eine sinnlich-eindrucksvolle Präsentation von modernen Bild- und Klangwelten Istanbuls produziert

– Klanglandschaften, Soundscapes, zu denen auch Musik, Stimmen sowie mediale Versatzstücke und – wieder – biografische Berichte gehörten. *Istanbul* ist ein ausgezeichneter „Trigger“ für die Zielgruppe mit Türkeibezug, von der ersten bis zur jüngsten Generation türkischstämmiger Migrantinnen und Migranten. *Istanbul* gleicht einer hochemotionalen „Marke“, die, zumal in Verbindung mit dem Absender *Bundeskunsthalle*, allemal die Aufmerksamkeit in der Zielgruppe (und darüber hinaus) erregen musste. Für die Marketingabteilung der Bundeskunsthalle haben wir daher türkische und griechische (Stichwort *Konstantinopel*) Communities über eigene Kanäle angesprochen. Spezialisten im Ethnomarketing haben für die Kunst- und Ausstellungshalle neue Verteiler und modifizierte Kommunikationsmittel (Karten, Plakate, Ambient Media) eingesetzt. „Audience development“ und „community outreach“ waren hier kaum noch voneinander zu trennen.

Sämtliche Kunstvermittlungsprogramme des maa werden durch Audiopodcasts (in der Form von Audiobeiträgen professioneller Kultur- und Hörfunk-AutorInnen) begleitet, die auf der Website der jeweiligen Museen, Kunsthallen oder anderen Kulturinstitutionen zu hören sind. Außerdem erscheinen sie auch auf www.artradio.de, einer weiteren Plattform des migration-audio-archiv für Audio-Kunstvermittlungsangebote. Die Audiopodcasts vermitteln – durch besondere Autorenleistung und Produktionsweise – atmosphärisch und informativ etwas von der Methode und vom *look and feel* der Kunstvermittlungstouren. Grundidee ist der hohe Anteil an O-Tönen – also von Aussagen und Stimmen der Kinder und jugendlichen Besucher selbst – auch um ihnen leichteren Zugang zu „ihren“ Inhalten zu bieten. Ebenfalls richten sich die Audiopodcasts an Lehrer und Lehrerinnen, die so über das Angebot des Hauses unterrichtet werden: Beispielhaft können sie erfahren, wie sie von der interkulturellen Kunstvermittlung profitieren können.

Interkulturelle Museumsarbeit muss umfassend gedacht werden, wenn sie tatsächlich greifen soll. Bundesweit hat annähernd ein Viertel der Bevölkerung in Großstädten einen nachvollziehbaren Migrationshintergrund, bei den Jugendlichen sind es etwa 40 Prozent – letztes Jahr hatten in Köln sogar 48 Prozent der Kinder bei der Einschulung einen Migrationshintergrund: das heißt, es handelte sich um Kinder, die entweder selbst, oder deren Eltern oder Großeltern nicht in Deutschland geboren sind. Museen (und andere Kulturinstitutionen) haben den Auftrag, sich an weite Teile der Bevölkerung zu richten und sie haben zunehmend die ökonomische Notwendigkeit, sich ihr Publikum

zu suchen. Das sind gute Gründe die Museen interkulturell zu öffnen und es ist für alle Beteiligten ein Vergnügen, denn es kommen neue Lesarten von Kunst und Kultur dazu.

Gelegentlich ist diese Öffnung schwierig, unbequem und kostet Geld, Personal und Nerven – ist aber letztendlich eine selbstverständliche, professionelle Bereicherung und Notwendigkeit, wenn sich Museen nicht marginalisieren wollen. Und: Interkulturelle Konzepte fallen nicht vom Himmel, sie sind gerade größeren Kunst- und Kulturinstitutionen wie Museen nicht en bloc – als ohnehin kaum bezahlbare Gesamtpakete – überstülplbar: Vielmehr ergibt es Sinn, schrittweise – aber konsequent und schnell – kleinere Projekte zu initiieren und diese dann beharrlich mit allen anderen Maßnahmen im Haus zu vernetzen.

Verfasserin

Sefa Inci Suvak
migration-audio-archiv e. V.
Leostraße 11
50823 Köln
office@migration-audio-archiv.de