

Sachbearbeitung MU - Ulmer Museum

Datum 25.02.2019

Geschäftszeichen

Beschlussorgan Fachbereichsausschuss Kultur

Sitzung am 29.03.2019 TOP

Behandlung öffentlich

GD 100/19

Betreff: Zwischenbericht zur Entwicklung des Museums (Programmatik, Marketing, Raumnutzung, Depotumzug)

Anlagen: Ausstellungsprogramm 2019 (Anlage 1)
Vermittlungsangebote und -programme seit 2017 (Anlage 2)
Organigramm 2019 (Anlage 3)

Antrag:

1. Der Bericht wird zur Kenntnis genommen.
2. Die Einführung eines pauschalen Eintrittspreises für sämtliche Dauer- und Wechselausstellungsbereiche im Museum Ulm von 8 € regulär und 6 € ermäßigt bei freiem Eintritt für Kinder und Jugendliche bis zur Vollendung des 18. Lebensjahres wird zur Kenntnis genommen.

Stefanie Dathe

Zur Mitzeichnung an:

BM 2, C 2, OB/G, RPA

Bearbeitungsvermerke Geschäftsstelle des

Gemeinderats:

Eingang OB/G

Versand an GR

Niederschrift §

Anlage Nr.

Sachdarstellung:

Zusammenfassende Darstellung der finanziellen Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen:	nein
Auswirkungen auf den Stellenplan:	nein

Sachdarstellung:

Zwischenbericht zur Entwicklung des Museums

Vor dem Hintergrund einer zukunftsweisenden Neupositionierung (s. FBA Kultur vom 24.03.17, GD-Nr. 080/17) versteht sich das Museum in der internationalen Stadt Ulm als ein lebendiger Ort kultureller Identifikation und Teilhabe. Es sichert durch die Pflege der Sammlungsbestände öffentliches Eigentum und verfolgt durch Schenkungen und Ankäufe die Weiterentwicklung der Sammlung. Das Museum Ulm kooperiert national und international mit anderen Museen und Instituten sowie gezielt mit regionalen Partnern. Mit der Publikation von Fachbüchern, mit Provenienzforschung, digitaler Inventarisierung und Betreuung von Fachpublikum erfüllt das Museum Ulm mit dem HfG-Archiv nicht nur seinen wissenschaftlichen Auftrag, sondern macht Museumsarbeit und Sammlungsbestände zugänglich.

Um das Museum Ulm für die Zukunft zu rüsten, konnten in den vergangenen zwei Jahren infrastrukturelle Korrekturen vorgenommen werden, welche den organisatorischen, ökonomischen und öffentlichkeitswirksamen Managementbelangen und Anforderungen an ein Museum des 21. Jahrhunderts einen adäquaten Stellenwert einräumen. Durch die Umwidmung einer Personalstelle in eine hauptamtliche Stelle für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing (seit 01.04.2017), die Umwandlung und Verstetigung des von der Kulturstiftung des Bundes geförderten Volontariats in eine Personalstelle für Bildung und Vermittlung (ab 01.07.2019) und die Einrichtung einer Verwaltungsstelle (seit 18.02.2019) sind nun die Voraussetzungen geschaffen, um eine professionelle Kontinuität der unternehmerischen, öffentlichkeitsrelevanten und museumspädagogischen Arbeit zu gewährleisten. (siehe Anlage Nr. 3 Organigramm)

Mit dem FBA Kultur am 20. Juni 2018 (GD 182/18) wurde die regelmäßige Berichterstattung über die statistischen Kennzahlen ab 2019 vereinbart. Darüber hinaus wurde vereinbart, dass das Museum Ulm ab 2019 die Besucherzahlen jährlich um 3% und einen Mindestertrag von 200 T€ um 10 T€ jährlich bis 2023 steigern soll. Im Vergleich zum Vorjahr konnten schon 2018 die Besucherzahlen um 4% auf 41.548 gesteigert und die Entgelterlöse um 40% auf 333.513,- € angehoben werden. Die Steigerung der Entgelterlöse steht in einem unmittelbaren Zusammenhang mit der Intensivierung der Ausstellungstätigkeit seit 2017.

1.1. Programmatik und inhaltliche Ausrichtung (siehe Anlage Nr. 1 Ausstellungsprogramm 2019)

Parallel zur infrastrukturellen Optimierung standen die Jahre 2017 und 2018 unter der Prämisse einer programmatisch-inhaltlichen Neuausrichtung, die Schwellenängste abbauen, breitere Zielgruppen ansprechen und neue Besucherkreise gewinnen soll.

Einst sind Museen als Orte der Aufklärung und Bildung entstanden, an denen Bürgerinnen und Bürger Kunst, Kultur und Wissenschaft kennenlernen sollten mit dem Ziel, reflektierte Menschen zu werden. Museen sind nach wie vor Orte mit einem gesellschaftlichen Auftrag und einer hohen Glaubwürdigkeit, deren Potential genutzt werden sollte. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und den veränderten Bedürfnissen einer pluralen Gesellschaft des 21. Jahrhunderts gilt es heute, den ganzheitlichen Erlebnischarakter zu stärken ohne die Wissensvermittlung außer Acht zu lassen. So bietet sich das Museum Ulm mit einem gesellschaftsrelevanten Themenprogramm als Ort der freien Meinungsbildung, der Zukunftsfragen und der Partizipation an interkulturell-künstlerischen Gestaltungsprozessen an. Vermittlungs- und zielgruppenspezifische Bildungsprogramme für Kinder, Jugendliche, Erwachsene, ein internationales Publikum sowie Menschen mit Handicap, um Menschen aller Altersgruppen und Nationalitäten einen Einblick in kulturgeschichtliche Themen sowie deren Auswirkungen auf unser Leben zu ermöglichen.

Seit 2017 werden zwei große thematische Sonder-Ausstellungen jährlich von kleineren Kabinett-Ausstellungen zu verschiedenen Sammlungsbereichen und lokalen Themen flankiert; hinzu kommen drei Sonder-Ausstellungen im HfG-Archiv. 2017 konnte die Zusammenarbeit mit der Kunsthalle Weishaupt intensiviert werden. Nach dem großen Gemeinschaftsprojekt "Warum Kunst?" steht für Ende 2019 anlässlich des Theaterjubiläums eine neuerliche Kooperation zum Werk von Alexander Kluge auf dem Programm ("Die Macht der Musik: Die Oper, Tempel der Ernsthaftigkeit").

Nach den großen Themen-Ausstellungen "Erwarten Sie Wunder!" (2017) und "Warum Kunst?" (2018), in denen sich das Museum Ulm mit zwei Kernaufgaben der musealen Arbeit - mit dem Sammeln und Vermitteln - befasst hat, steht 2019 das Bewahren im Vordergrund der großen Sommer-Ausstellung. Unter dem Titel „Sachen gibt’s! Museum in Umordnung“ versteht sich die Schau als Plädoyer für die Entdeckung der Sammlungsdepots. Sie möchte dem Wiederentdeckten eine Bühne bieten, Geschichten aus den Depots heben und der Suche nach dem eigenen Selbstverständnis des Museums dienen.

Sowohl die Ausstellung „Nicht mein Ding – Gender im Design“ (HfG-Archiv, 15.02.-19.05.2019) als auch das Projekt „Sachen gibt’s!“ (Museum Ulm, 08.06.-20.10.2019) berücksichtigen das zentrale Anliegen der Bildungs- und Vermittlungsarbeit, das sich im Museum Ulm auf die Partizipation konzentriert: Durch eine frühzeitige Einbindung von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in kuratorische Entscheidungs- und Entstehungsprozesse, durch das Mitgestalten von Ausstellungen und Einblicke hinter die Kulissen sollen die Besucherinnen und Besucher erfahren, dass das Museum nicht nur Themen ausstellt, die ihre Lebenswelt berühren, sondern dass sie selbst Einfluss nehmen und ihre eigenen Perspektiven einbringen können.

Mit Expertentagen, Backstage-Führungen, Ausstellungen zu Restaurierungsprojekten, der Teilnahme an den internationalen Tagen des UNESCO-Weltkulturerbes, der Restaurierung des Denkmals und der Provenienzforschung bietet das Museum Ulm seit 2017 noch mehr Einblicke, so dass das Museum von innen kennengelernt und der Aufenthalt im Museum als ein bereicherndes Erlebnis erfahren werden kann.

Darüber hinaus setzt das Museum Ulm seit 2018 mit der Einführung von „Mr. Signal“ eine neue multimediale Plattform ein, um kulturelle Inhalte über die personengebundene Vermittlung hinaus umfassend verfügbar zu machen und ein jüngeres medienaffines Publikum anzusprechen.

1.2. Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Vermittlung

Das Museum Ulm investiert seit 2017 verstärkt in die öffentliche Wahrnehmung. Mit der Umwidmung einer bestehenden Personalstelle in eine vollamtliche Stelle für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, der Entwicklung eines Corporate Designs, der Intensivierung des Wechselausstellungsbetriebs und dem kontinuierlichen Ausbau begleitender museumspädagogischer Programme konnten zukunftsorientierte Maßnahmen zur Professionalisierung der publikumswirksamen Arbeit sowie zur Entwicklung des Museums Ulm als attraktive Kulturmarke ergriffen werden.

Museen reagieren umfassend auf die Gesellschaft. So konzentrieren sich Öffentlichkeitsarbeit und Marketing im Museum Ulm sowohl auf die Propagierung des Museums als kulturellem Bildungsort als auch auf die Verfügbarkeit als exklusivem Veranstaltungsort. Die Öffentlichkeitsarbeit befasst sich in diesem Zusammenhang auch mit dem Branding (Kooperation mit der Hochschule Neu-Ulm), der Besucherforschung (Studie mit der Universität Ulm) und dem Community Building, mit der Frage also, welche Zielgruppen wie, wo und wann erreicht werden und künftig erreicht werden wollen. Gemeinsam mit der Museumspädagogik sowie den Sammlungskuratoren werden Angebote, Programme und Kommunikationsmittel für neue Zielgruppen entwickelt. (siehe Anlage Nr. 2 Vermittlungsangebote und -programme seit 2017)

Einen besonderen Schwerpunkt legt das Museum Ulm im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Vermittlung auf die Bewerbung des Löwenmenschen als herausragendem Kunstwerk aus dem UNESCO-Weltkulturerbe. 2018 wurde eine interaktive Mediastation zum Löwenmenschen in Betrieb genommen. 2019 wird als Merchandise-Artikel ein Löwenmensch-Modell für den Museumsshop und ein neues Kinderbuch zum "Geheimnis des Löwenmenschen" auf den Markt kommen.

1.3. Raumnutzung und Gebäudesituation

Basierend auf der architektonischen Grundstruktur des Museums Ulm mit seinen sieben, größtenteils denkmalgeschützten Gebäuden hat das Museumsteam im Jahre 2018 mit der Stuttgarter Projektagentur „space 4“ Vorschläge für ein neues räumliches Nutzungskonzept entwickelt, das die Erkenntnisse aus Bauuntersuchung (2016), Klima-Monitoring (seit 2017) und die zu erwartenden Ergebnisse der Gefährdungsbeurteilung (2018 durchgeführt) miteinschließt. Beide Vorschläge beinhalten die Erneuerung des Eingangsgebäudes und eine Überarbeitung des Gebäudes Neue Straße (s. FBA Kultur vom 15.06.2018, GD-Nr.182/18).

Bis umfassende Sanierungs- und Umbaumaßen in Angriff genommen werden können, entwickelt das Museumsteam das interne Raumnutzungskonzept kontinuierlich weiter. Ohne den Kern des musealen Gedankens zu verlassen, wird die Ordnung im Museum künftig nicht allein einer traditionell stilgeschichtlichen Chronologie in Sammlungsabteilungen folgen. Beginnend 2019 mit dem Kiechelhaus werden künftig in Themenräumen grundlegende Fragestellungen des menschlichen Daseins, der alltäglichen Lebenswirklichkeit, der Kulturen und Traditionen vorgestellt und ein zeitlicher Bogen von der Urgeschichte bis in die Gegenwart geschlagen.

Innovativen Vermittlungskonzepten folgend werden künftig innerhalb der Dauer- und Wechsellausstellungsbereiche sichtbare Aufenthalts-, Studier- und Aktionsräume eingerichtet. Sie funktionieren als Schnittstellen zwischen Museum und Besucher und laden zum selbstständigen oder begleiteten Vertiefen von Inhalten, zum kreativen Denken, Handeln, Ausprobieren und Entwickeln ein. Um die Aufenthaltsqualität im Museum zu steigern werden darüber hinaus Lounges geschaffen. Ein Antrag auf öffentliches WLAN im Museum ist gestellt.

Darüberhinaus zieht die museumspädagogische Kinderwerkstatt aus den bisherigen beengten Räumlichkeiten im entlegenen zweiten Obergeschoss des Ehinger Stadels in das Erdgeschoss des Gebäudes an der Neuen Straße. Die Zugänglich- und Sichtbarkeit des neuen großzügigen Kinderateliers trägt dem Stellenwert Rechnung, den die kulturelle Bildungs- und Vermittlungsarbeit im Museum Ulm einnimmt.

1.4. Depotumzug

Parallel zur kontinuierlichen Ausstellungstätigkeit und inhaltlich-räumlichen Neukonzeption des Hauses hat das Museumsteam in den letzten Wochen intensiv mit der Vorbereitung des Umzugs der Sammlungsbestände in das neue zentrale Kunstdepot begonnen.

Bis zum geplanten Umzugsbeginn (ab Oktober 2019) werden die Bestände der Außendepots gesichtet, konvolutweise ins Museum gebracht, gereinigt, mit dem Inventar abgeglichen, fotografiert und verpackt. Spezialisierte Restauratorinnen und Restauratoren unterstützen hierbei als externe Fachkräfte das museumseigene Team.

In Anbetracht der Tatsache, dass die letzte vollständige Inventur im Jahre 1961 erfolgte, ist davon auszugehen, dass der Umzug der Sammlungsbestände aus sämtlichen internen und externen Depots einige Überraschungen bereithält und bei laufendem Ausstellungsbetrieb mindestens drei Jahre dauern wird.

2. Neuregelung Eintrittspreise

Von 1963 bis 1993 war der Eintritt in die Dauerausstellungen des Museums der Stadt Ulm kostenfrei. Seit 1993 verfolgte die Preispolitik eine Kombination aus einem Eintrittspreis für die Dauerausstellungsbereiche und einem Zusatzeintritt für die Sonderausstellungen, welcher jeweils dem finanziellen Aufwand der Ausstellungen angepasst war. Mit der Einführung einer neuen Programmstrategie im Jahre 2017, die eine Intensivierung der Ausstellungstätigkeit, die parallele Präsentation mehrerer Sonderausstellungen sowie die Einbindung der Dauerausstellungsbereiche in Sonderausstellungskonzepte vorsieht, wurde ein pauschaler Eintrittspreis für alle musealen Ausstellungsbereiche eingeführt (8 € regulär / 6 € ermäßigt). Darüber hinaus gelten in Museum und Kunsthalle Weishaupt weiterführende Vergünstigungen über Familien-, Kombi- und Jahreskarten sowie reduzierte Vorzugstarife für Besuchergruppen aus kommunalen Einrichtungen und sozialen Förderprogrammen. Für Kinder und Jugendliche bis zur Vollendung des 18. Lebensjahres wurde freier Eintritt eingeführt (siehe Anlage 4 Eintrittspreise Museum Ulm, Kunsthalle Weishaupt und HfG-Archiv). Die Ergebnisse der Jahre 2017 und 2018 haben gezeigt, dass diese Maßnahmen zur Steigerung der Besucherattraktivität durch Reduktion der Eintrittsgelder keinen Einnahmenverlust zur Folge hatten. Im Gegenteil: Besucherzahlen und Entgelterlöse ließen sich steigern.