

# 2016

**Herbsttagung**  
Arbeitskreis Ausstellungen

## **MONEY MATTERS**

Finanzielle Voraussetzungen und  
Finanzplanungen für Ausstellungen  
in Museen

# Darf's ein bisschen mehr sein

## Herbsttagung des Arbeitskreises Ausstellungen

»Was kostet die Ausstellung?« ist eine der häufigsten Fragen, die Kurator\*innen und Ausstellungsgestalter\*innen bereits weit vor einem inhaltlichen Konzept oder Gestaltungsentwurf beantworten sollen. Fehlende oder veraltete Erfahrungswerte sowie Unkenntnis über die Berechnung von Ausstellungspreisen und Honorarkosten ergeben zudem häufig eine Schieflage zwischen Vorstellungen und realen Umsetzungsmöglichkeiten. Auch in der Fachliteratur finden sich nur vereinzelt Angaben zu QM-Preisen oder Aussagen Produktionskosten.

Natürlich kann eine Antwort zum benötigten Budget niemals pauschal beantwortet werden, dafür sind Ausstellungen höchst individuell. Dennoch rechnen Museumsfachleute nicht einfach »ins Blaue« hinein.

Auf welchen Grundlagen lässt sich demnach eine Ausstellung berechnen? Welche Ansätze gibt es hierfür und welche Faktoren sind dabei zu berücksichtigen? Und welche Best-Practice-Tipps gibt es, damit Projekte nicht teurer werden als geplant?

Sechs Referent\*innen geben einen Einblick in die verschiedenen Kostenarten, Berechnungsgrundlagen und kostenintensivierenden sowie mindernden Rahmenbedingungen und berichten von ihren Erfahrungen mit verschiedenen Ausstellungsbudgets.

**MONTAG, 17. 10. 2016**

**AB 13.00 EINLASS**

**13.30 BEGINN**

**Darf's ein bisschen mehr sein. Über Kosten für Ausstellungen**

Einführung in das Thema, Stefanie Dowidat, Arbeitskreissprecherin

**14.00–15.30**

**Kuratorenführung durch die Sonderausstellung**

**»Schätze der Archäologie Vietnams«**

Dr. Stefan Leenen, LWL-Museum für Archäologie

**15.30–16.00 KAFFEPAUSE**

**16.00–16.45**

**Vorstellung und Entstehung des Museums**

Dr. Josef Mühlenbrock, Leiter des LWL-Museums für Archäologie

**17.00 BUSFAHRT ZUM GASOMETER OBERHAUSEN**

**17.30–19.30**

**Führung durch die Sonderausstellung »Wunder der Erde«**

danach Rückfahrt nach Herne (Ankunft ca. 20.00 Uhr)

**AB 20.00 COME TOGETHER**

**DIENSTAG, 18. 10. 2016**

**9.00 BEGINN**

**9.15 VORSTELLUNG DER REDNER UND DES PROGRAMMS**

Dr. Ulrike Laufer, Historikerin und Kuratorin, Essen

**BLOCK 1 – KOSTEN FÜR INHALTE**

**9.30–10.45**

**Gute Inhalte für gute Ausstellungen.**

**Wie wertvoll der Einsatz externer Wissenschaftler ist**

Stefan Nies, Büro für Geschichte und Vorstandsmitglied des Bundesverbandes freiberuflicher Kulturwissenschaftler e.V.

**Wollen – Brauchen – Kosten**

Dr. Anette Rein, Vorsitzende des bfe,  
Bundesverband freiberuflicher Ethnolog\_innen e.V.

Anschließend 15 Min. Fragerunde

**10.45–11.15 KAFFEPAUSE**

**BLOCK 2 – KOSTEN FÜR GESTALTUNG**

**11.15–12.30**

**Ohne Moos nix los**

**Über Budgets für Ausstellungen und Honorare von Ausstellungsgestaltern**

Matthias Kutsch, Geschäftsführer impulsdesign GmbH & Co.KG,  
Vorsitzender des VERA-Verbandes, Dozent HTW Berlin

**Schotter und Kohle fürs DMB**

**Das Deutsche Bergbau-Museum Bochum vor der Neugestaltung**

Dr. Cornelia Bockrath, Bergbau Museum Bochum: Leiterin Abteilung  
Ausstellung und Vermittlung sowie Leiterin Bereich Ausstellungsmarketing/  
Veranstaltungsmanagement

Anschließend 15 Min. Fragerunde

**12.30–13.30 MITTAGPAUSE**

**BLOCK 3 – GESAMTKOSTEN EINER AUSSTELLUNG**

**13.30–14.45**

**Wunsch und Wirklichkeit**

**Gesamtkosten einer Ausstellung aus Museumssicht**

Stefanie Dowidat, LWL-Museum für Archäologie, Herne,  
Museologin und Ausstellungsgestalterin

**Kohle.Global**

**Kosten einer Ausstellung aus Projektleitersicht**

Ulrike Stottrop, Stiftung Ruhr Museum, Leiterin der Abteilung Geologie  
und Naturkunde und tätig im Vorstand des Deutschen Museumsbund

Anschließend 15 Min. Fragerunde

**5 MINUTEN PAUSE**

**14.50–15.20 DISKUSSION MIT ALLEN REFERENTEN**

Moderation Dr. Ulrike Laufer

**BIS 15.30 ZUSAMMENFASSUNG DER DISKUSSION**

und Aussicht auf die nächste Tagung

**15.30–16.00 KAFFEPAUSE**

**16.00–17.00**

**Führung durch die Dauerausstellung (Gestaltung Atelier Brückner),**

Marcus Coesfeld, Volontär Museumspädagogik, LWL-Museum für Archäologie

**17.00 ENDE**

**TAGUNGSORT**

LWL-Museum für Archäologie, Westfälisches Landesmuseum  
Europaplatz 1  
44623 Herne

## **Sprecher:**

**Dr. Jens Bortloff**

TECHNOSEUM

Stiftung Landesmuseum für Technik

und Arbeit

Museumsstraße 1

68165 Mannheim

Tel.: 0621/42 98-779

jens.bortloff@technoseum.de

auftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), also dem Haus, welches das Gesetz entworfen hat, in einem Vortrag die wichtigsten Regelungen des Gesetzes vorstellen und Hintergründe erläutern. Bereits jetzt lässt sich feststellen, dass seitens der Verwaltungsleitungen bislang praktisch keine negativen Auswirkungen des Gesetzes zu spüren sind, wie dagegen nicht selten nach Pressemeldungen vor dem Inkrafttreten befürchtet wurde.

Das 100-jährige Jubiläum des Deutschen Museumsbunds wird darüber hinaus für den Arbeitskreis Gelegenheit darstellen, über alltägliche Fragen des Museumsmanagements hinaus über die Rolle der Museen in der Gesellschaft und strukturelle Herausforderungen zu sprechen.

Das Programm der Tagung wird in nächster Zeit veröffentlicht werden.

## **Arbeitskreis Ausstellungsplanung**

Bericht über das Herbsttreffen vom 17. bis 18. Oktober 2016 in Herne

Das zweitägige Herbsttreffen des Arbeitskreises Ausstellungsplanung fand im LWL-Museum für Archäologie, Westfälisches Landesmuseum, unter dem Motto „*Money matters* – Finanzielle Voraussetzungen und Finanzplanung für Ausstellungen in Museen“ statt. Ziel der interdisziplinären Tagung war es, Einblicke in die Kostenplanung und Budgetgestaltung von musealen Ausstellungen zu geben. Anhand von drei Themenschwerpunkten mit anschließender Diskussion wurden den rund fünfzig Teilnehmern verschiedene Aspekte einer Kostenberechnung vorgestellt. Nach einem thematischen Einstieg und Impulsreferat von Stefanie Dowidat, Sprecherin des AK Ausstellungsplanung, wurde zunächst das LWL-Museum für Archäologie vorgestellt und die aktuelle Sonderausstellung „Schätze der Archäologie Vietnams“ im Rahmen einer Kuratorenführung besucht. Eine anschließende Fahrt zum Industriedenkmal und Ausstellungsort Gasometer Oberhausen inklusive Führung durch die Sonderausstellung „Wunder der Erde“ rundete den ersten Tagungstag ab.

### **Finanzplanung – Ausstellungskosten und Honorarsätze**

Am zweiten Tag stellten gleichermaßen Gestalter, freiberuflich arbeitende Kuratoren und Museumsfachleute ihre Ansätze zu Ausstellungskosten und Honorarsätzen vor. Durch die Tagung mit anschließender Diskussion führte Dr. Ulrike Laufer.

Den Anfang machte Dr. Anette Rein vom Bundesverband freiberuflicher Ethnolog\_innen e.V. mit ihrem Vortrag „Wollen – Brauchen – Kosten“. Sie referierte über die verschiedenen Budgets in unterschiedlichen Museumstypen und machte deutlich, dass u.a. ein klares Konzept, eine eindeutige Projektplanung und eine gute Teamorganisation notwendig sind, um im Sinne der Kosteneffizienz agieren zu können. Ihr Beitrag wurde ergänzt von Stefan Nies vom Büro für Geschichte aus Dortmund, der detailliert die Ermittlung von Honorarsätzen für Freiberufler offenlegte, welche für die Erstellung von inhaltlichen Arbeiten wie z.B. Recherchearbeiten, Verfassen von Texten oder Ausstellungskonzepten nötig sind.

Im zweiten Block erläuterte Matthias Kutsch, Geschäftsführer des Ausstellungsbüros impulsdesign GmbH & Co.KG und Vorsitzender des VERA-Verbandes, die Honorarsätze für planerische Leistungen von Ausstellungsgestaltern. Ebenso verwies er auf verschiedene Berechnungsmodelle für eine bauliche Umsetzung von Ausstellungen nebst Angabe von Quadratmeterpreisen.

Wie das Deutsche Bergbau-Museum Bochum künftig neu konzipiert und gestaltet wird, darüber berichtete Dr. Cornelia Bockrath in ihrem anschließenden Vortrag „Schot-

ter und Kohle fürs Deutsche Bergbau-Museum“. Sie gab einen vertiefenden Einblick darin, welche Schritte für eine professionelle Planung und Umsetzung einer Neukonzeption im Sinne eines Kostencontrollings nötig sind und machte die Berechnung der Neugestaltung des Museums anhand von Quadratmeterpreisen transparent.

### Was steht am Ende unterm Strich?

Im dritten Teil der Tagung ging es um die Gesamtkosten einer Ausstellung. Stefanie Dowidat beleuchtete zunächst den Aspekt, dass häufig die reellen Kosten und das zur Verfügung stehende Budget für eine Ausstellung auseinanderdriften. Anhand des Fallbeispiels „Schätze der Archäologie Vietnams“ zeigte sie auf, dass Museen mit einem Equipment u. a. an Ausstellungsveritren, Baumaterialien und zur Verfüg stehendem Licht anders rechnen bzw. einen geringeren Quadratmeterpreis ansetzten könnten als Häuser ohne entsprechende Ausstattung oder eigener Werkstatt. Schließlich stellte sie die Gesamtkosten einer Ausstellung, aufgeteilt in zehn verschiedene Kostengruppen, z. B. Kosten für Marketing, Kosten für Museumspädagogik oder Kosten für den laufenden Betrieb, vor.

Wie wichtig ein bestehendes Ausstellungsmobiliar unter dem Kostenaspekt sein kann, war auch Thema des letzten Beitrages. Ulrike Stottrop von der Stiftung Ruhr Museum berichtete in „Kohle.Global – Kosten einer Ausstellung aus Projektleitersicht“ von dem gleichnamigen Ausstellungsprojekt, welches 2013 im Ruhr Museum gezeigt wurde. Wie sich die Gesamtkosten dieser Ausstellung aufteilten und welche Gelder für welche Zwecke eingesetzt wurden, wurde ebenso angesprochen wie kostentechnische Schwierigkeiten, welche in einem Projekt auftreten können.

Die anschließende Diskussion mit dem Publikum zeigte, dass es verschiedene Perspektiven auf die Ermittlung von Ausstellungskosten und auf die Verteilung von Budgets gibt.

### Fragebogen zur Kostenplanung von Ausstellungen

Dr. Ulrike Laufer hatte ergänzend zu der Tagung einen Fragebogen verteilt, welcher die Kostenplanung für Ausstellungen von den Teilnehmern abfragte. Die Auswertung der

## Neue Mitglieder

Der Deutsche Museumsbund hat folgende Institutionen und Personen als neue Mitglieder aufgenommen:

### Korporative Mitglieder:

Oberschwäbisches Museumsdorf Kürnbach, Bad  
Schussenried-Kürnbach  
Freunde der Kunsthalle e.V., Hamburg  
Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck  
Schiffahrts- und Schiffbaumuseum Rostock

### Persönliche Mitglieder:

Anne Cogan-Krumnow, Berlin  
Melodie Ebner-Joerges, Berlin  
Cornelia Fanslau-Oehmen, Berlin  
Peter Kagerer, Berlin  
Claudia Moll, Bonn  
Dr. Ira Oppermann, Berlin  
Katharina Venz-Weiße, Garz  
Astrid von Deichmann, Berlin

Stand: 07.12.2016

## **Sprecherin:**

**Stefanie Dowidat**

Ausstellungsplanung  
LWL-Museum für Archäologie,  
Westfälisches Landesmuseum  
Europaplatz 1 · 44623 Herne  
Tel.: 02323-94628-14  
stefanie.dowidat@lwl.org

Umfrage machte deutlich, dass die Budgets vieler Museen, insbesondere für Sonderausstellungen, häufig nicht den Zahlen entsprachen, welche zuvor in den Beiträgen genannt wurden. Als Möglichkeit, wie die Diskrepanz zwischen benötigten Geldern und zur Verfügung stehendem Etat ausgeglichen werden könnte, wurden u.a. die Zusammenarbeit mit universitären Einrichtungen oder Ausbildungswerkstätten genannt. Ebenso die Zielführung, Sponsoring bzw. Drittmittelakquise zu professionalisieren und mittels Kooperationsprojekten finanzielle sowie personelle Ressourcen zu teilen.

*Stefanie Dowidat*

## **Arbeitskreis Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

### **Herbsttagung „Eine Message für alle?“ Zwischen Dachmarke und zielgruppenorientierter Ansprache**

„Eine Message für alle?“. Dieser Frage ging der Arbeitskreis Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in seiner Herbsttagung am 20. und 21. Oktober 2016 im Germanischen Nationalmuseum in Nürnberg nach. Diskutiert wurde darüber, ob in der Außenkommunikation eher die Dachmarke oder eine zielgruppenorientierte Ansprache im Vordergrund steht. Referenten aus unterschiedlichen Museen berichteten exemplarisch von ihren Kampagnen und Erfahrungen. Den Anfang machte Andrea Langer vom Germanischen Nationalmuseum, das auf seinen Plakaten und Flyern meist mit einem Objekt aus dem eigenen Bestand wirbt. Die Kernkompetenz des Museums – der Besitz kostbarer Artefakte – wird auf den ersten Blick deutlich. Einheitliche Corporate-Design-Richtlinien erhöhen den Wiedererkennungseffekt. Silke Oldenburg vom Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg stellte dagegen eine breite Auswahl an recht unterschiedlich gestalteten Plakaten vor, deren Motive sich den jeweiligen Sonderausstellungen anpassten. Der Wiedererkennungseffekt des MKG trat in den Hintergrund, dafür konnten mit jeder Sonderschau neue Interessenten gelockt und damit neue Museumsbesucher gewonnen werden – wie eine Befragung bestätigte. Susanne Wissen vom Staatstheater Nürnberg warf den Blick über den Museumsbereich hinaus auf die darstellende Kunst. Mit drei Spielstätten, zahlreichen Vorstellungen und Premieren sowie dem immer erst kurz zuvor zur Verfügung stehenden Bildmaterial ist es schwer, ein einheitliches Markenbild zu kreieren. Das Staatstheater Nürnberg entschied sich daher für die Kampagne „Eine Bühne für alle“. Auf Plakaten im Stadtbild waren Porträts von Besuchern und Mitarbeitern abgedruckt, jeweils versehen mit einem Satz, was sie an der darstellenden Kunst so lieben. Hemmschwellen sollten abgebaut und Theater als Häuser mit einem heterogenen Publikum vorgestellt werden. Cornelia Ziegler und Lena Pralle berichteten von den Vorteilen und Herausforderungen, die der Verbund der Museumslandschaft Hessen Kassel mit seinen sehr unterschiedlichen Liegenschaften und Sammlungen mit sich bringt. In der Außenkommunikation dienen die Großen und Berühmteren als „Zugpferde“. Mit ihrer Hilfe soll die Aufmerksamkeit auch auf kleinere Institutionen gelenkt werden. Einheitliche Gestaltungsrichtlinien für Flyer und Plakate machen dabei die Zugehörigkeit zum Verbund deutlich und „adeln“ alle Verbundpartner.

### **Kommunikationsmittel: Newsletter**

Eine Diskussionsrunde zum Thema „Newsletter“ ergab, dass dieser Informationsweg wieder im Trend liegt und die Nachfrage nach ihnen steigt. Doch wie viele sollte man versenden? Die Bundeskunsthalle Bonn bietet eine Auswahl von zehn verschiedenen Newslettern an. Sie informieren über Ausstellungen und Veranstaltungen und sind ansonsten