



Nummer: 117/2013
den 23. Okt. 2013

Mitglieder des Kreistags

des Landkreises Esslingen

Öffentlich
 Nichtöffentlich
 Nichtöffentlich bis zum
Abschluss der Vorberatung

KT
 VFA
 ATU
 ATU/BA
 SOA
 KSA 14. Nov. 2013
 JHA

Betreff: Freilichtmuseum Beuren
- Saison 2013

Anlagen: 1

Verfahrensgang: Einbringung zur späteren Beratung
 Vorberatung für den Kreistag
 Abschließender Beschluss im Ausschuss

BESCHLUSSANTRAG:

Kenntnisnahme

Auswirkungen auf den Haushalt:

Die Erträge und Aufwendungen des Freilichtmuseums sind im Haushaltsplan 2013, Teilhaushalt 5; Ergebnishaushalt, bei Produktgruppe 2520 „Kommunale Museen“ ausgewiesen. Der geplante Nettoressourcenbedarf beträgt 1.718.024 € und setzt sich aus dem ordentlichen Ergebnis in Höhe von 1.170.200 € (einschließlich Abschreibungen) und dem kalkulatorischen Ergebnis in Höhe von 547.824 € (einschließlich Interner Leistungsverrechnung und kalkulatorischer Kosten) zusammen.

Die Veranschlagung der Erträge basierte auf einer Annahme von 80.000 Besuchern. Bis Saisonende 2013 werden rd. 75.000 Besucher erwartet. Die Planansätze im Bereich der Eintrittsgelder und des Sponsorings können nahezu erreicht werden, die Mindereinnahme beim Sponsoring begrenzt sich voraussichtlich auf 7.500 €.

Sachdarstellung:

Das Freilichtmuseum kann mit rd. 75.000 Besuchern auf eine erfolgreiche Saison zurückblicken. Es kamen nur rd. 4.000 Gäste weniger als im Vorjahr, dies ist umso bemerkenswerter, da es viele verregnete und kalte Tage gab und es dann wieder zu Hitzerekorden beispielsweise an den Aktionssonntagen im Juli kam. Selbst das Herbstwetter war nicht beständig. Mit besonderer Aufmerksamkeit verfolgten die Besucher ab April die Arbeiten an der Baustelle für den Wiederaufbau des Öschelbronner Hauses und ab Juli den Bau des Empfangsgebäudes.

Die Besucher nahmen auch die kleinen Veränderungen aufmerksam wahr, so die in Eigenleistung gebauten Zäune an Schaf- und Ziegenweiden oder den markanten Flechtzaun am Beurener Bauernhaus. Die Verbesserungen bei der Pflege und Unterhaltung des elf Hektar großen Geländes gilt es positiv herauszustellen. Im Rahmen eines Projektes wurden zudem verstärkt alte Kulturpflanzen in den Gärten bzw. auf einem Acker angebaut.

Die Saisonauftaktveranstaltung der sieben Freilichtmuseen in Beuren wirkte noch in den April hinein. Erfreulicherweise kamen zu den Schäfertagen trotz eines verregneten Samstags annähernd 5.000 Gäste. Der Regen im Mai führte dazu, dass sich mehr als 3.000 Besucher unsere Sonderausstellung in der Gärtringer Scheuer ansahen. Das Interesse am Frühlingmarkt und am Sonntagsprogramm war im Mai erfreulich, so dass mehr als 9.000 Gäste gezählt wurden. Im Juni gab es dagegen einen Einbruch bei den Besucherzahlen, trotzdem kamen noch annähernd 8.000 Menschen.

Die Hitzerekorde im Juli führten dazu, dass attraktive und aufwändig vorbereitete Veranstaltungen nicht die gewünschte Resonanz fanden, umso erfreulicher dann die Gästezahlen beim Oldtimertreffen und das Interesse an der Reihe Familienführungen. Im September und Oktober war trotz weiterer Wetterkapriolen (bspl.weise beim Textil.Kunst.Markt oder am ersten Tag des Mostfestes) ein guter Zulauf.

Monate	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
März	3.482	0	0	0	0	3.408	0
April	10.045	12.503	12.520	18.776	12.344	11.034	16.402
Mai	9.535	9.771	6.705	10.254	9.870	9.884	9.556
Juni	7.805	8.400	9.284	8.000	9.567	8.983	9.913
Zwischenbilanz	30.867	30.674	28.509	37.030	31.781	33.309	35.871
Juli	7.269	9.062	7.622	8.107	9.182	9.608	9.328
August	16.945	17.550	15.751	18.659	16.622	22.255	20.371
September	8.461	11.662	7.984	8.686	7.867	8.255	9.231
Oktober	8.659 *	8.327	11.068	10.415	9.086	10.117	10.685
November		1.570	2.080	1.644	465	1.494	1.499
insgesamt		78.845	73.014	84.541	75.003	85.038	86.985

* bis 21.10.2013: insgesamt 72.201 Gäste

Das Pächterpaar Luise Rohner und Emre Demiryüleyen betreibt im zweiten Jahr die Museumsgastronomie. Mit regionaler Küche, saisonalen Produkten und einer wechselnden Speisekarte hat sich die neue Gastronomie – auch außerhalb der Öffnungszeiten des Museums – gut eingeführt.

Veranstaltungen

Das Freilichtmuseum brachte 2013 zum dritten Mal eine attraktive Veranstaltungsbroschüre heraus. Mit dem Schwerpunkt „Heimat & Fremde“ ist es gelungen, ein auch für Freilichtmuseen wichtiges Thema zu besetzen. Überraschend gut besucht war die Vortragsreihe „Migration und regionale Identität“, die Resonanz zeugt von einem realen Informationsbedürfnis. Das Museum hat auch Veranstaltungen ins Programm genommen, die Möglichkeiten der Begegnung, des Neben- und Miteinanders von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund, Chancen und Gelegenheiten zum Ausloten von Gemeinsamkeiten boten.

Die wiederkehrenden Veranstaltungen haben ein Stammpublikum und erreichen auch Erstbesucher, so dass die Gästezahlen des Vorjahres leicht übertroffen wurden.

	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Schäferfeste	4.845	5.443	5.300	7.833	4.943	6.674	6.264
Museumsfest	1.533	1.706	1.583	1.616	1.646	2.395	1.946
Oldtimertreffen	10.456	8.662	9.493	10.443	9.128	13.210	11.766
Mostfest	3.447	2.840	3.113	3.194	1.992	3.653	3.638
insgesamt	20.281	18.651	19.489	23.086	17.709	25.932	23.614

Das anspruchsvolle Veranstaltungsprogramm und der diesjährige Themenschwerpunkt „Heimat & Fremde“ fand allseits Anerkennung.

Öffentlichkeitsarbeit

Ein wichtiges Informationsmedium für potentielle Besucher ist das Internet. Auf der Homepage des Museums werden jede Woche aktuelle Informationen zu Veranstaltungen, zum Museumsbetrieb oder besonderen Angeboten eingestellt. Die Homepage ist immer auf dem neuesten Stand. Auch auf der Facebook-Seite werden regelmäßig aktuelle Informationen eingepflegt.

Wichtiges Werbemittel ist der Veranstaltungskalender (Auflage 70.000). Außerdem wurden mehrere Werbekarten zu Einzelveranstaltungen herausgegeben.

Aufgrund des sich schon 2011 und 2012 abzeichnenden Rückgangs an Presseberichten wurden 2013 gezielt im touristischen Umfeld einige Anzeigen geschaltet (wie Gästezeitung Schwäbische Alb, Schwäbische Heimat, Sphäre, Lust auf Landgenuss). Im Rahmen der klassischen Pressearbeit wurden mehr als 80 Pressemitteilungen erstellt.

Angestrebt wird, das Museum als touristische Einrichtung besser zu platzieren. Deshalb war das Museum zur Tourismusmesse CMT 2013 wieder mit einem eigenen Stand bei der Regio Stuttgart präsent (2012 waren Landkreis, Panorama Therme und Museum an einem gemeinsamen Stand beim Tourismusverband Schwäbische Alb). Das Freilichtmuseum beteiligte sich konsequenterweise auch im zweiten Jahr am Projekt „Kinderstars“ des Tourismusverbandes Schwäbische Alb. Die Museumsleiterin wurde zudem in den Fachbeirat „Marketing und Tourismus“ des Schwäbischen Streuobstparadieses e.V. gewählt und arbeitete 2013 in der Regio-Konferenz „Erlebnisswelt Albtrauf“ des Tourismusverbandes Schwäbische Alb mit.

Ausstellungen und Sammlung

Die auf zwei Jahre angelegte Sonderausstellung „Hab & Gut – Dinge & Geschichten von A-Z“ kam bei den Besuchern immer noch gut an, obwohl die Ausstellung nicht extra beworben wurde. Die Ausstellungsbesucher kamen somit nicht gezielt ins Museum, um diese Ausstellung anzuschauen. Im Rahmen des Museumsrundgangs wurden die vorgestellten Exponate aus dem ländlichen Alltag besichtigt.

Auch in diesem Jahr wurde die Sammlung des Museums gezielt erweitert. Sie deckt elementare Bereiche der ländlichen Kultur ab. Viele Sammlungsangebote müssen abgelehnt werden, es gilt da und dort vorhandene Lücken zu schließen. Mit dem Erwerb eines funktionsfähigen Elektromotorwagens, der von ca. 1930 bis 1980 auf der Schwäbischen Alb als Antriebsaggregat für landwirtschaftliche Maschinen Dienst tat, ist das beispielsweise gelungen. Das Museum verfügt – nach fachmännischer Restaurierung und Überarbeitung des Motorwagens – nun über ein mobiles Antriebsaggregat, das bei Veranstaltungen und Vorführungen eingesetzt wird.

Um die konservatorischen Bedingungen in den Museumsdepots zu verbessern, wurden für fünf Bunker Luftentfeuchtungsgeräte angeschafft. Die Landestelle für Museumsbetreuung hat diese Maßnahme bezuschusst.

Museumspädagogik

Bei den Buchungen der Gruppenangebote zeichnete sich zu Beginn der Saison eine gewisse Zurückhaltung ab, so dass nach neuen Werbestrategien gesucht wurde. Im Mai erschien das 6-seitige farbige Falblatt „Führungen für Gruppen“, um dieses Angebot attraktiver zu bewerben. In der zweiten Saisonhälfte erholten sich die Buchungszahlen, so dass der seit 2009 zu beobachtende Rückgang aufgehalten werden konnte.

In der Museumspädagogik konnte letztendlich wieder die 400er Marke bei den Buchungen übersprungen werden, aber auch hier sind Anstrengungen erforderlich, um dieses Buchungsniveau zu halten. Ein 10-seitiges Falblatt „Aktionen für Gruppen“ steht vor der Drucklegung.

Führungen und museumspädagogische Aktionen sind wichtige Bildungsangebote und damit zentrale Bausteine der Vermittlungsarbeit.

Aktionen

Monate	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
März	2	0	0	0	0	4	0
April	36	32	34	33	27	48	36
Mai	37	71	97	65	65	47	61
Juni	96	79	53	93	102	104	79
Zwischenbilanz	171	182	184	191	194	203	176
Juli	100	113	114	113	115	103	97
August	17	26	18	26	13	24	29
September	60	58	69	53	40	52	62
Oktober	57	50	82	73	59	75	71
November	1	1	1	2	1	0	1
insgesamt	406	430	468	458	422	457	436

Führungen

Monate	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
März	9	0	1	0	0	8	0
April	30	22	21	21	34	46	16
Mai	36	55	48	50	62	47	46
Juni	55	68	36	59	70	82	90
Zwischenbilanz	130	145	106	130	166	183	152
Juli	88	76	73	80	80	87	98
August	26	25	19	25	20	21	28
September	80	48	57	52	60	74	73
Oktober	56	44	37	51	60	60	67
November	6	1	5	4	0	1	5
insgesamt	386	339	297	342	386	426	423

Führungen und Aktionen Stand: 21.10.2013

Neben den Führungen für Gruppen werden öffentliche Führungen angeboten. Familien und Einzelgäste nehmen dieses kostenlose Angebot gerne an (während der Saison immer samstags um 15 Uhr). Darüber hinaus gibt es seit 2010 öffentliche Führungen und buchbare Gruppenführungen für Menschen mit Behinderung. Leider finden diese i.d.R. nicht die gewünschte Resonanz, trotzdem soll das Angebot beibehalten werden.

Forschung und Vermittlung

Die Aktivitäten im Bereich von Forschung und Vermittlung konzentrierten sich auf drei Felder: auf das neue Museumsgebäude aus Öschelbronn, auf die Weiterentwicklung des musealen Gartenkonzepts und auf die Moderation des Themenjahres „Heimat und Fremde“.

Die Forschungen zur Haus- und Bewohnergeschichte des Hauses Bühler wurden aktualisiert und ein Grobkonzept für die inhaltliche und didaktische Konzeption erarbeitet. Eine Dokumentation, noch vor dem Abbau in Öschelbronn zusammengestellt, konnte durch neue Baubefunde, die erst durch den Wiederaufbau zutage traten, ergänzt werden. Aufschlussreich waren die Interviews und Gespräche, die mit den letzten Bewohnern des Gebäudes geführt werden konnten. Sie nahmen regen Anteil an der „Wiederauferstehung“ des Gebäudes und stellten etliche Gegenstände, die einst zum Inventar des Hauses gehörten, als Schenkung zur Verfügung. Die Einrichtung des musealen Teils kann so ein Stück weit „authentischer“ erfolgen. Die zur Rekonstruktion der Einrichtung erforderlichen Gegenstände wurden zusammengestellt und die Restaurierung eingeleitet.

Das Museum ist Kooperationspartner der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen im Rahmen eines von der Christoph Sonntag Stipftung geförderten Pilotprojekts zur Erhaltung historisch und regional bedeutsamer Kulturpflanzensorten. Einer der Museumsgärten wurde mit alten Gemüsesorten, ein Acker mit Filderkraut bestückt. Die Hochschule stellte Saatgut und Jungpflanzen, die gärtnerische Pflege übernahm das Museum. Vorträge, Hinweise und Führungen informierten die Besucher über das Projekt. Das Projekt gab den Anstoß, die Gartenkonzepte zu überarbeiten und auf der Ebene der Sorten regionalspezifisch auszurichten. Das Museum will auf diese Weise Anregung, Anschauung und Beispiel geben für den Erhalt und die Förderung regionaler Sorten.

Die im Rahmen des Jahresthemas „Heimat und Fremde“ geplanten Veranstaltungen erforderten bei der Vorbereitung und Durchführung erheblich mehr Hintergrundwissen, mehr zeitlichen Aufwand und kommunikativen Austausch als üblich waren sie doch daraufhin angelegt, über den Horizont der eigenen kulturellen Selbstverständlichkeiten hinauszugehen und Menschen anderer Herkunftskulturen in Museumsveranstaltungen einzubinden.

Fazit und Ausblick

Das Museum kann auf eine erfolgreiche Museumssaison zurückblicken. Trotz widriger Wetterverhältnisse konnten rd. 75.000 Gäste begrüßt werden. Mit Interesse verfolgten die Besucher die Baufortschritte, für die Beeinträchtigungen durch Baustellenfahrzeuge und Baustellenlärm zeigten die Gäste Verständnis.

Die Bewerbung des Museumsangebotes ist nach wie vor wichtig, denn das Museum konkurriert mit neuen Anbietern, die ähnliche Themen besetzen. Dies ist ein Trend, der seit einiger Zeit zu beobachten ist und der sich 2013 fortgesetzt hat. In Vorbereitung sind neue Druckerzeugnisse: das Faltblatt „Aktionen für Gruppen“ und eine Werbebroschüre, die Lust auf den Erlebnis- und Lernort zur ländlichen Geschichte Württembergs machen soll. Im Gegenzug soll der Umfang der Veranstaltungsbroschüre 2014 reduziert werden. Es sollen auch weniger Veranstaltungen angeboten werden, um personelle Kapazitäten für die konzeptionelle und didaktische Überarbeitung der Museumsinhalte zu gewinnen. In der Winterpause werden zudem in Eigenleistung größere Pflegemaßnahmen im Grünbereich und weitere Schritte zur Substanzverbesserung realisiert.

Mit der Verlagerung des Museumseingangs und der Inbetriebnahme des neuen Empfangsgebäudes in der kommenden Saison kann die Kundenfreundlichkeit verbessert und die Attraktivität des Museumsdorfes gesteigert werden.

Heinz Eininger
Landrat