

Prof. Eduard C. Saluz, Furtwangen

Wohin zum Kuckuck?

Das Deutsche Uhrenmuseum als touristisches Highlight und als Fachsammlung

Das Deutsche Uhrenmuseum Furtwangen ist für die heutige Tagung sicher ein sehr gut geeignetes Beispiel, denn unser Publikum besteht fast ausschließlich aus Touristen. Andererseits sind wir auch das größte Uhrenmuseum Deutschlands und wollen unser Thema auf einem Niveau abhandeln, das auch Spezialisten befriedigt.

Sie können sich vorstellen, dass das ist ein ziemlicher Spagat ist. Entsprechend resultiert eine Strategie für die Museumsarbeit, die ziemlich quer zu den üblichen museologischen Ansätzen steht, aber Ziel meines Vortrags ist es, dafür zu werben, dass man seine Arbeit aus den konkreten Bedingungen heraus entwickeln sollte und nicht aus den Lehrbüchern.

Die Schriftstellerin Ilse Aichinger wurde einmal gefragt, wie sie zu ihren Geschichten finde. Sie antwortete mit einem Gleichnis: Wenn man etwas verloren habe, dann nütze es nichts, wenn man es direkt suche, sondern man müsse zuerst das Suchen finden.

Umgelegt auf unser Tagungsthema heißt das, dass ich nicht über Marketingkonzepte und Werbemaßnahmen reden möchte, sondern darüber, wie man eine hochgradig spezialisierte Fachsammlung so ausstellen kann, dass jedermann und jedefrau ein positives Erlebnis beim Besuch haben kann.

1. Geschichte

Damit das, was wir in Furtwangen machen, verständlich wird, ist es nötig, einen kurzen Blick in die Vergangenheit zu werfen. Gegen die Mitte des 19. Jahrhunderts war das traditionelle Schwarzwälder Uhrengewerbe in eine tiefe Strukturkrise geraten. Gegen die industriell gefertigten Uhren hatte das Hausgewerbe im badischen Schwarzwald keine Chance mehr. Als Reaktion darauf wurde 1850 in Furtwangen die erste Uhrmacherschule auf deutschem Boden gegründet, Vorläufer der heutigen Hochschule.

Schon 1852 rief der erste Direktor der Schule, Robert Gerwig, eine Sammlung alter Uhren ins Leben, um die Geschichte der Uhrenherstellung zu dokumentieren.

Bereits in den folgenden Jahren konnte die Schule viele alte Uhren entgegen nehmen, darunter beileibe nicht nur alte Schwarzwälder Holzuhren, sondern auch ganz außergewöhnliche astronomische Uhrwerke, wie zum Beispiel solche des württemberger Pfarrers Philipp Matthäus Hahn.

1857 wurde die Sammlung ein erstes Mal anlässlich einer Gewerbeausstellung präsentiert. Auch in der Folge wurde die Sammlung für Ausstellungen verwendet. Am spektakulärsten anlässlich der Weltausstellung in Wien 1872. Danach wurde sie in der neu erbauten Landesgewerbehalle in Furtwangen neben den aktuellen Uhren ausgestellt.

Furtwangen hatte ab spätestens 1910 als Zentrum der Schwarzwälder Uhrenindustrie ausgedient. Entsprechend entwickelte sich die Furtwanger Uhrmacherschule in Richtung Feinmechanik und Elektrotechnik, obwohl sie nach wie vor "Uhrmacherschule" hieß. Die historische Uhrenschau blieb weiterhin geöffnet und wurde aber mehr und mehr eine touristische Attraktion.

1925, zum 75-Jahre-Jubiläum der Uhrmacherschule, erschien die erste Publikation zur Uhrensammlung. Der Katalog verzeichnet bereits über 1000 Uhren.

Auch die Weltwirtschaftskrise und den Zweiten Weltkrieg überstand die Sammlung weitgehend unbeschädigt.

Nach 1948 veränderte sich die Lage in Deutschland nachhaltig. Der wirtschaftliche Aufschwung brachte es auch mit sich, dass sich die Uhrmacherschule zur Ingenieursschule wandelte. Die Uhrensammlung wurde gegen eine geringe Deputatsbefreiung von einem Professor der Schule betreut. Das kleine Museum war neu in einem Pavillon unter gebracht. Noch war der größte Teil der Sammlung den Schwarzwälder Uhren gewidmet, mehr und mehr wurden aber auch andere Uhren angekauft und eingetauscht. Tauschen war übrigens kein Problem, denn die Sammlung firmiert bis heute als Hochschul-Fachsammlung, nicht als Museum.

Die gute wirtschaftliche Entwicklung, mehr Freizeit, verbesserte Mobilität, dies alles führte dazu, dass der Schwarzwald zu einer beliebten Ausflugsregion wurde. In den 1960er Jahren stieg die Besucherzahl von 20.000 auf 60.000 pro Jahr, in den 1970er Jahren verdoppelte sie sich nochmals auf rund 120.000. Das kleine Furtwanger Museum stieg damit auch auf Landesebene zu einem Schwergewicht auf.

Das zuständige Ministerium in Stuttgart zeigte sich entsprechend großzügig und 1975 wurde für 9 Millionen Mark eine riesige Sammlung von 1.500 Uhren aus der Zeit 1600 bis 1800 angekauft, mehrheitlich Tisch- und Taschenuhren. Nun hatte man plötzlich die größte Uhrensammlung in Deutschland und dies war denn auch Grund, sich neu "Deutsches Uhrenmuseum" zu nennen.

1992 konnte das Museum erweitert werden. Der Neubau ist ziemlich eigenwillig, denn er bietet, zusammen mit den alten Räumen, nicht eine Abfolge von Sälen, sondern einen offenen Raum von verschiedener Ausprägung. Der Architekt schaffte eine Folge von Raumeindrücken, die ohne Wegweisung einen intuitiven Rundgang ergeben.

Natürlich wurde auch eine anspruchsvolle Neueinrichtung entlang dieses Pfades geplant, da die Bauarbeiten jedoch viel teurer wurden als gedacht, fiel die geplante Ausstellungserneuerung ins Wasser. Man begnügte sich damit, die Uhren in der alten Art typologisch zu gliedern. Nach wie vor war es das Ziel, den Besuchern die Funktion der verschiedenen Uhrentypen zu erklären.

Trotz Neubau gingen die Besucherzahlen ab 1992 jedoch stetig zurück. Dies parallel zum Tourismus in der Region.

1995 ging der langjährige Direktor in Pension und hinterließ ein schwieriges Erbe. Während zwanzig Jahren waren alle verfügbaren Mittel in den Ausbau der Sammlung und der Ausstellung geflossen. In die Dokumentation oder Konservierung war kaum investiert worden.

Der Nachfolger schaffte es zwar, wichtige Strukturmaßnahmen durchzuführen: Klimatisierung der Räume, Einrichten einer großen Werkstatt, Lagerraum für die nicht ausgestellten Objekte, Seminarraum für Schulklassen, elektronische Inventardatenbank etc. Das Museum machte damals auch einige schöne Sonderausstellungen zu Themen wie Weltzeit oder Sportzeitmessung. Allerdings wurde das Ziel, den Besucherrückgang zu stoppen, nicht erreicht. Auch standen Aufwand und Ertrag in keinem guten Verhältnis - und dazu blieb die völlig veraltete Dauerausstellung weiterhin so wie sie war. Und die Besucherzahlen sanken weiter.

Nach wie vor war der Leiter des Museums auch Professor an der Fachhochschule. Doch in der Zwischenzeit wurde der Studiengang "Zeitmessung" abgeschafft. War der Schwarzwald über 100 Jahre lang der Ort einer industriellen Uhrenherstellung gewesen, so brach nun diese Industrie im Gefolge der Quarzkrise völlig weg.

Als dann der Direktor im Jahr 2000 das Museum verließ, brach eine Art Katzenjammer aus. Trotz großer Anstrengungen sanken die Besucherzahlen weiter. Dazu wurde die Leiterstelle nun wieder ganz einem Fachbereich dem Lehrbetrieb zugeschlagen.

Bis 2003 blieb die Leitung des Uhrenmuseums vakant, erst dann bewilligte das Ministerium in Stuttgart eine neue Museumsstelle, diesmal ohne Lehrverpflichtung. Das war der Stand, als ich nach Furtwangen kam. Von mir wurde nun erwartet, das schlingende Museumsschiff wieder flott zu machen, sprich, an den Besuchererfolg von früher anzuknüpfen.

Ich schätzte schon damals Ilse Aichinger (Sie erinnern sich an das Zitat vom Anfang!). Also versuchte ich, meinen Mitarbeitern klar zu machen, dass Erfolg oder Misserfolg etwas ist, das im Kopf definiert wird. Dazu folgendes Beispiel:

2002 war Fußballweltmeisterschaft. Deutschland trat mit großen Erwartungen an. Die Mannschaft wurde Zweite - und ganz Deutschland war enttäuscht, da man sich doch schon als Weltmeister gesehen hatte.

2006 war wieder Fußballweltmeisterschaft. Die deutsche Mannschaft rechnete sich kaum Chancen auf einen vorderen Platz aus. Schließlich wurde man Dritter - und ganz Deutschland war im Freudentaumel. Obwohl man, objektiv gesehen, schlechter als vor vier Jahren abgeschnitten hatte.

Mein Vorschlag, um aus der deprimierenden Wahrnehmung ständig sinkender Besucherzahlen heraus zu kommen war, von nun an das Geld zu zählen, nicht mehr Köpfe. Darüber aber mehr am Schluss meines Vortrages.

Als inhaltliches Rezept für die Zukunft des Deutschen Uhrenmuseum habe ich als gut demokratischer Schweizer natürlich vorgeschlagen, ein „Museum für Alle“ zu machen.

Was heißt das konkret? Zunächst haben wir eine Analyse der Stärken und der Schwächen des Deutschen Uhrenmuseums gemacht:

Stärken

Wir haben eine umfangreiche Sammlung zu allen Bereichen der Uhrengeschichte
Die Sammlung ist historisch gewachsen
Das Thema und der Ort gehören zusammen
Unser Museumgebäude ist schon an sich ein gestalteter Raum
Wir stehen in einer stabilen Trägerschaft (Land BW)
Die Hochschule hat Globalbudget, und wir dürfen die Museumseinnahmen direkt wieder ausgeben.

Schwächen

Unsere Sammlung umfasst aber nur wenige glamouröse Spitzenstücke.
Furtwangen liegt sehr abgelegen.
Unser Gebäude hat keine einzelnen Räume also kaum Wände.
Neben den sechs festen Stellen und kleinem fixen Jahresbudget können wir kaum zusätzliche Mittel generieren. Wir haben als Fachsammlung z.B. keinen Zugriff auf die Landeskulturstiftung. Und da die deutsche Uhrenindustrie nicht mehr existent ist, ist auch von dieser Seite nichts zu erwarten.

Publikum

Dann haben wir geschaut, was für eine Art Publikum zu uns kommt. Das ist zu mindestens 95% Ausflugspublikum, nur wenige Uhrenkenner. Aber, beide Gruppen sollen vollumfänglich zufrieden gestellt werden.

Aufgrund des Tourismus und der Grenzlage zu Frankreich und der Schweiz ist unser Publikum mehrsprachig.

Wir haben relativ viele Gruppen (1/3 der Besucher buchen eine Führung)

Furtwangen ist nur mit Aufwand zu erreichen. Aber dies ist nicht unbedingt ein Mangel, denn damit gehört auch die Reise durch die teilweise herrliche Schwarzwald-Landschaft zum Museumsbesuch.

Schlussfolgerungen:

1. auf das Thema bezogen

Das Tourismuspublikum will das "ganze" Museum sehen, nicht nur eine Sonderausstellung. Die Erneuerung der Dauerausstellung war somit prioritär.

Die Ausstellung darf keine Fachkenntnisse voraussetzen, da wir ein sehr heterogenes Publikum haben.

Die Qualität der Sammlung soll herausgearbeitet werden: etwas flapsig ausgedrückt: gute Uhren für Kenner, viele Uhren für die anderen Besucherinnen.

2. auf das Gebäude bezogen

Der Raumgestaltung soll ausgenützt werden. Keine Besucherführung durch zusätzliche gestalterische Mittel, sondern "organischer" Fluss gemäß den Intentionen des Architekten.

3. auf die internen Abläufe bezogen

Wir müssen mit den vorhandenen Räumen, Personen, Objekten, Mitteln auskommen und trotzdem die Dauerausstellung erneuern. Klassischerweise wird dies in Projektform gemacht, also zusätzlich zum laufenden Betrieb. Das wollten und konnten wir nicht.

Das Besucherstrom im Deutschen Uhrenmuseum ist übers Jahr sehr unterschiedlich verteilt. 80% kommen von Mai bis Oktober, nur 20% von November bis April. Das spielt Arbeitskapazität im Winter frei. Also lag es nahe, die Erneuerungsarbeiten dann zu machen. Dazu mussten wir jedoch die Arbeit etappieren, konnten jeden Winter nur einen Teil machen.

Bei der Ausstellungsgestaltung gingen wir zurück auf die Elemente von 1992, Holzpodeste, Objektsockel, Vitrinen. Spätere Zusätze wurden wieder entfernt. In einer Art vorausseilendem Denkmalschutz möchten wir die unserer Meinung nach gelungene Einrichtungsidee von 1992 konservieren. Wir lassen durchaus neue Podeste, Vitrinen etc. anfertigen, aber nach den Entwürfen 1992. Da deren Details bereits durchkonstruiert sind, sind sie sehr preisgünstig.

Weiter habe ich die Schnittstelle zwischen Eigenarbeit und Fremdaufträgen neu gezogen. Klassischerweise wurden sämtliche Grafikarbeiten ausgelagert. Neu wird Layout und die Druckvorstufe im Haus gemacht. Dies ist möglich, da wir ein professionell gestaltetes und ziemlich ausformuliertes Corporate Design haben: Hausschrift, Wortmarke, einzelne Gestaltungselemente, Farbschema, Typovorlagen für Anschriften. Lediglich die technische Ausführung, der preisgünstigste Teil, wird extern vergeben.

Die Ausstellungserneuerung

Als Leitlinien für die Erneuerung galten folgende Prämissen:

1. Negative

Durch konsequenten Verzicht auf Hands-On, didaktische Videopräsentationen oder Audio-Guides haben wir keine teure Technik im Einsatz. Das ist übrigens in meinen Augen kein Mangel. Gerade bei technischen Sammlungen besteht die Gefahr, dass die moderne Vermittlungstechnik die ausgestellte historische Technik überstrahlt. Ein bisschen so, wie wenn ich einen fremdsprachigen Kinofilm mit Untertiteln anschau. Ich verstehe dann zwar die Dialoge, aber die Lesearbeit behindert meine optische Wahrnehmung. Stummfilme mit Zwischentiteln sind viel „filmischer“, entsprechend ist eine Ausstellung mit lediglich Originalobjekten und stummen Anschriftentafeln vermutlich die dem Museum am besten entsprechende.

2. Positive Prämissen

Die Ausstellung wurde entlang des vom Architekten geplanten Durchlaufes aufgereiht.

Chronologie ist das Leitmotiv im Großen wie im Kleinen

Die Themen werden klar voneinander abgesetzt und hierarchisch durchstrukturiert, die Bezüge werden möglichst vielfältig, aber einfach gehalten:

- groß/klein, teuer/billig, Portraits als eine Art Leitmotiv, Zitate aller Art.
- Bereits die räumliche Anordnung der Dinge ist sinntugend: Ein neues Kapitel beginnt, wenn man um die Ecke biegt, die Dinge links des Ganges beziehen sich auf Dinge rechts des Ganges usw.
- Und, ganz wichtig: es wird generell nicht erklärt, sondern gezeigt.

Der Raum wird in seiner Ausdehnung ernst genommen. Das Ablaufen der Ausstellung ist eine Reise entlang der Chronologie, sie braucht ganz konkret Zeit. Das "Abtauchen" am Anfang in die Anfänge der Zeitmessung (durch ein Modell von Stonehenge) ermöglicht ein zwangloses Beginnen am Anfang der Uhrengeschichte und ein langsames Auftauchen der Besucher bis zum dem Punkt, an dem sie "ihre" Uhren finden, also in der Gegenwart angekommen sind, so zu sagen bei sich selbst.

Das "Früher" der Objekte ist damit auch im persönlichen Erlebnis der Besucherin "früher". So wird das Erleben der Geschichte am eigenen Leib möglich, das reale Abschreiten der Ausstellung wird ein symbolisches Abschreiten der Geschichte. So zu sagen eine Variante des Häckelschen Bildes, dass jedes Individuum im Lauf der eigenen Entwicklung, der Ontogenese, die Stammesentwicklung, die Phylogenese, durchlebt.

Dank der Raumgestaltung des Architekten erfolgt der Rundgang intuitiv, wir brauchen keine Wegweisung. So wird bereits das Flanieren durch die Ausstellung zu einem Erlebnis.

Alles in Allem ist die Ausstellungsmittel des Deutschen Uhrenmuseums sehr traditionell: Objekte an den Wänden und in Vitrinen, dazu Anschriften. Aber alles ist vielfältigst aufgeladen mit Bedeutungen und stark strukturiert. Ein paar konkrete Beispiele:

Wichtig ist z.B. der Beginn. In einer Art "Nullstellung" müssen wir sicher stellen, dass die Leute überhaupt im Deutschen Uhrenmuseum ankommen, und nicht einfach nur da sind. Dazu dient uns die Geschichte unseres Museums selbst.

In einer Vitrine, die am Ausgang des Treppenaufganges steht ist die Geschichte unserer Institution kurz skizziert. Zuerst Studiensammlung, dann lokale Attraktion, schließlich das nationale Uhrenmuseum. Diese drei Etappen der Museumsgeschichte verdeutlichen drei Objekte und drei Publikationen.

Damit das Ganze nicht zu lauwarm und unverbindlich ist, haben wir das Gästebuch von damals hinein gelegt, das vom damaligen Ministerpräsidenten Hans Filbinger eröffnet wurde, der ja bis heute sehr kontrovers wahrgenommen wird.

In der Vitrine findet sich eine geschnitzte Figur eines Wegweisers, der nach links marschiert. Auf der Anschrift ist eine Fotografie aus der Zwischenkriegszeit mit so einem geschnitzten Wegweiser aus dem Städtchen zu sehen, der nach rechts zum Postamt, nach links zur Historischen Uhrenschau weist. Diese Figur ist also einerseits ein historisches Zeugnis, das eine Zeit dokumentiert, in der die historischen Uhren ihrerseits bereits historisch waren, sie zeigt das alte Uhrenmuseum im neuen, daneben funktioniert die Figur aber noch immer als Wegweiser, denn zur Ausstellung geht es tatsächlich nach links.

Diese Überlegungen stellen wir nicht in den Vordergrund und wir verlieren kein Wort darüber. Die Texte sind sehr einfach und sachlich gehalten. Aber die Auswahl und die Anordnung der Objekte sind vielschichtig und ermöglichen verschiedene Lesarten.

Wir machen unseren Besucherinnen unverbindliche Angebote. Jedes Thema wird je einzeln und in sich verständlich ausgestellt. Die Vernetzung soll sich der Besucher selber bilden. In dieser Beziehung bin ich Anhänger von Johann Amos Comenius, der in seinem wunderbaren Buch „Orbis Sensualium Pictus“ die Dinge, wie er selbst sagt, „zeigt und benennt“.

So lehrt Comenius z.B. das Lesen und Schreiben mittels Zeichnungen und Beschreibungen von Tieren. Deren Laute entsprechen den Buchstaben des Alphabets, welche wiederum die Basis von Schreiben und Lesen sind. Auf diese Art kann jedes Kind aus Primärwahrnehmungen (dem Hören und Sehen von Tieren, sowie dem Anschauen des Buches) Lesen und Schreiben lernen.

Ein paar Beispiele, wie das bei uns konkret geschieht.

Die Geschichte der Armbanduhren wird in kleinen Pultvitrinen abgehandelt. Je zwei dieser Vitrinen zeigen die äußere und die innere Entwicklung dieses Uhrentyps, der von uns als "Uhr des 20. Jahrhunderts" vorgestellt wird, also im Rahmen der allgegenwärtigen Chronologie, die ja das Strukturelement der Ausstellung ist.

Diesen chronologischen Ablauf gliedern wir weiter auf, wir gruppieren die Uhren. Und innerhalb dieser Gruppen führen wir eine Hierarchisierung durch: ein Objekt ist jeweils hervorgehoben, dessen Bedeutung visualisieren wir mittels zeitgenössischer Werbung.

Begonnen hat der Siegeszug der Armbanduhr im Ersten Weltkrieg, als in den Schützengräben eine einfach einzusehende Uhr gefordert war. Dieses Inserat von Omega aus dem Jahr 1917 bringt das sehr gut auf den Punkt.

Hier das Thema Wasserdichtheit. Die grafische Gestaltung des Inserates macht auf den ersten Blick klar, worum es geht. Dass die präsentierte Rolex-Armbanduhr die erste wasserdichte Uhr war, die es zu kaufen gab, wird von uns nicht explizit ausgeführt, wer das nicht weiß, hat nichts verpasst, aber demjenigen, der es weiß, dem liefern wir eine Steilvorlage: Er kann nämlich seinen Begleitern die Bedeutung der Rolex Oyster Uhr erklären und mit seinem Wissen glänzen.

Wir bedienen aber auch Kenner anderer Gebiete. Hier die Jahresuhren, diese unsäglichen Drehpendeluhren unter Glassturz, wie sie alle Großmütter auf einem gehäkeltten Deckchen rumstehen hatten. Die Geschichte dieser Uhren begann auf dem Schlachtfeld von Sedan, als ein Munitionsstück an einem Grashalm langsam hin und her drehte. Diese bizarre Geschichte läuft bei uns unter dem Titel „Die Geburt der Jahresuhr aus dem Schlachtfeld“,

was natürlich jeden philosophisch Gebildeten auf Nietzsches „Geburt der Tragödie aus dem Geist der Musik“ verweist, die ja genauso vom Kriegserlebnis 1870/71 geprägt war.

Wichtig ist uns aber, dass diese subtilen Andeutungen sich nicht in den Vordergrund drängen. Kein Leser soll sich ausgeschlossen fühlen. Der Titel mit der Geburt aus dem Schlachtfeld kann auch ganz naiv gelesen werden.

Wir scheuen uns auch nicht vor heiklen Themen. Hier eine Tafel zur Zwangsarbeit im Zweiten Weltkrieg. Der Titel verweist ausdrücklich auf die Schwierigkeit der Aufarbeitung - und die Tafel befindet sich auf der Rückseite einer Säule, eben auch symbolisch versteckt.

Unsere Anschriftentafeln sind übrigens streng hierarchisiert. Ein aussagekräftiges Bild und ein gelber Titel stellen die Thematik vor. Anschließend gibt es einen fett gedruckten Lead von etwa 150 Zeichen. Der weiterführende Text hat maximal noch 750 Zeichen, sowie ein oder zwei Illustrationen. So kann man sich früh entscheiden, ob man weiter lesen will.

Die Tafeln sind deutsch, fremdsprachige Besucherinnen kriegen an der Kasse jeweils ein Büchlein mit den englischen oder französischen Texten leihweise mit. So haben wir eine dreisprachige Ausstellung, ohne viel Text in der Ausstellung.

Wie ich schon angedeutet habe, buchen etwa ein Drittel unserer Besucher eine Führung. Diese persönliche Art der Vermittlung wird sehr geschätzt, deshalb steht für uns ein Umstieg auf Audioguide nicht zur Diskussion.

Ebenso veranstalten wir Ferienprogramme für Kinder. Gerade bei schlechtem Wetter sind diese Uhrenwerkstätten sehr beliebt.

Zu jedem neuen Ausstellungsteil haben wir auch eine Publikation herausgegeben.

Auch hier stellten wir drei Sprachvarianten her: deutsch, englisch und französisch, alle in einem Umgang gedruckt, da die Bilder ja gleich sind.

Das ganze Projekt umfasste fünf Büchlein, die das ganze Museum abdecken. Für den Bezug als Ganzes gibt es einen Schuber, die Büchlein sind aber auch einzeln erhältlich.

Nun zum Geld

Alle Arbeiten werden mit real vorhandenem Geld „à fonds perdu“ - als verllorener Beitrag, finanziert. Ich habe es früher oft erlebt, dass man Projekte mit erwarteten Einnahmen vorfinanzierte. Dabei neigte man regelmäßig zu überzogenen Erwartungen. Das Resultat war jeweils Enttäuschung, wenn diese nicht eintraten. Und damit sind wir wieder bei der Geschichte der Fußballweltmeisterschaft.

Unsere konkreten Zahlen

Als Fachsammlung müssen wir die Löhne für den Ausstellungsbetrieb selber bezahlen, das macht rund 180.000 Euro pro Jahr.

Dazu brauchen wir je 50.000 Euro für die Werbung und für den Shopeinkauf, Ausstellungserneuerung, Objektankäufe und Administratives schlagen mit je etwa 40.000 Euro zu Buche, alles zusammen also rund 400.000 Euro.

Da wir Globalbudget haben, sind wir ziemlich frei, wie wir das Geld verwenden wollen. Sogar der Übertrag auf die folgenden Jahre ist möglich.

Die Hochschule bezahlt uns 6 Stellen und 90.000 Euro pro Jahr, dazu Gebäudeunterhalt, Reinigung und Sicherheit. Entsprechend brauchen wir Jahreseinnahmen von gut 300.000 Euro, um über die Runden zu kommen.

Bei sinkenden Besucherzahlen ist dies nur mit steigenden Prokopfeinnahmen möglich. Dies ist uns in den letzten Jahren auch gelungen. 2002 hatten wir 3 Euro 46 pro Besucherin, letztes Jahr lagen wir bei 5 Euro 17, dieses Jahr werden es über 5 Euro 40 sein. Der Eintrittspreis beträgt übrigens 4 Euro pro Person, damit sind wir selbst in der Region günstig, nicht zu sprechen von den Preisen in den Großstädten. Und wenn ich es recht überblicke, sind wir eines der wenigen Museen, die pro Besucherin mehr umsetzen, als der volle Einzeleintritt kostet. Dies dank den Nebeneinnahmen mit unserem Shop.

Dies also unser Weg. Als Fazit könnte man sagen: Erfolg trotz Besucherschwund“

Danke!