

## Vorlage-Nr. 12/667

öffentlich

Datum: 24.08.2005  
Dienststelle: Amt 91

**Kulturausschuss**

**09.09.2005 Beratung**

Tagesordnungspunkt:

**Werbung, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit der Museen des Landschaftsverbandes Rheinland**

Kenntnisnahme:

**Der Kulturausschuss nimmt die dargestellten Aktivitäten der Museen im Bereich Werbung, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit gemäß Vorlage Nr. 12/667 zur Kenntnis.**

Finanzielle Auswirkungen:

Kosten der Maßnahme:

Im Haushaltsplan veranschlagt: Nein

Im Wirtschaftsplan veranschlagt: Nein

Mittel stehen zur Verfügung: Nein

Jährliche Folgekosten:

In Vertretung

Voigtsberger

Begründung:

**Werbung, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit der Museen des LVR**

Der Kulturausschuss hat in seiner Sitzung am 08.06.2005 über die Möglichkeiten zur Steigerung des öffentlichen Interesses an den Aktivitäten der Museen des Landschaftsverbandes Rheinland diskutiert. Dabei wurde angeregt, dass die Verwaltung dem Kulturausschuss darstellt, welche Mittel für Werbung, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit den jeweiligen Museen zur Verfügung stehen und wie diese verwendet werden. Diesem Wunsch kommt die Verwaltung mit folgender Auflistung nach.

**Vorbemerkung:**

Die im Haushaltsplan des Landschaftsverbandes Rheinland und im Wirtschaftsplan der Rheinland Kultur GmbH (RKG) für Werbung, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit der jeweiligen Museen veranschlagten und geplanten Mittel werden teilweise im Rahmen der Bewirtschaftung zur Finanzierung dringend notwendiger Mehrausgaben in anderen Bereichen als Deckung herangezogen, bzw. bei unabweisbarem Bedarf aus anderen Finanzpositionen verstärkt. Die tatsächlichen Ausgaben spiegeln sich in den jeweiligen Rechnungsergebnissen wider.

**Rheinisches Landesmuseum Bonn**

**1. Haushalt LVR**

**Werbung und Öffentlichkeitsarbeit 3100 617000000**

	<b>Haushaltsansatz:</b>	<b>Rechnungsergebnis der Fipo:</b>	
<b>2003:</b>	96.900,00 €	96.834,00 €	(zusätzlich 44.000,00 € f.d. Eröffnungsveranstaltung)
<b>2004:</b>	41.900,00 €	32.282,98 €	
<b>2005:</b>	85.900,00 €		

Die Haushaltsmittel werden im wesentlichen für folgende Maßnahmen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit verausgabt: Veranstaltungskalender, Anzeigen, Plakatierung.

Darüber hinaus werden für Wechselausstellungen Mittel in unterschiedlicher Höhe für ausstellungsbezogene Öffentlichkeitsarbeit (Flyer, Plakatierung, Anzeigen u. ä.) aus dem Ausstellungsetat eingeplant.

**2. Rheinland Kultur GmbH**

	<b>Wirtschaftsplan RKG für Werbung:</b>	<b>Rechnungsergebnis:</b>
<b>2003:</b>	47.148,00 €	253.430,18 €
<b>2004:</b>	25.000,00 €	27.401,74 €
<b>2005:</b>	25.000,00 €	

Die Gelder werden wie folgt verwendet: stadtweite Verteilung der Veranstaltungskalender, Plakatgestaltung, Citylights, Bankettmappe.

**3. Weitere Finanzierungsarten**

Über die Eigenmittel des LVR und die Tätigkeit der RKG hinaus werden zum Teil Fremdmittel durch die Museen eingeworben und damit die Haushaltsmittel verstärkt.

**4. Personal:**

Dieser Bereich ist im RLMB wie folgt ausgestattet: Die Aufgaben werden im wesentlichen von zwei Vollzeitkräften wahrgenommen. Der von den beiden Mitarbeitern zusammen aufgewendete Zeitanteil für Marketing, Pressearbeit und sonstige Werbearbeiten ist mit rund 85 % zu beziffern.

## **Rheinisches Industriemuseum**

### **1. Haushalt LVR**

#### **Publikumsinformation und Öffentlichkeitsarbeit (Eigenmittel) 3213 617032000**

	<b>Haushaltsansatz:</b>	<b>Rechnungsergebnis der Fipo:</b>
<b>2003:</b>	273.150,00 €	184.038,00 €
<b>2004:</b>	273.150,00 €	302.679,86 € (Verstärkung durch Haushaltsrest und Sollübert.)
<b>2005:</b>	273.150,00 €	

Die Haushaltsmittel werden im wesentlichen für folgende Maßnahmen der Publikumsinformation und Öffentlichkeitsarbeit verausgabt:

- Werbemaßnahmen RIM Verbund / sechs Schauplätze z.B.:

Anzeige Entdeckerpass Route Industriekultur, Publicity Werbung / Cityboards, Sammelkarten Känguruh, Beileger Fachzeitschriften, Best Marketing mailing Gruppentouren, Indoorwerbung / Werbegut

- Sonderausstellungen der sechs Schauplätze:

Events / Märkte RIM z.B.:

Extraschicht Schauplatz Oberhausen, Scherenmarkt Schauplatz Solingen, Dampffest Schauplatz Engelskirchen, Papiermarkt Schauplatz Bergisch Gladbach, Tag der Begegnung

- Neugestaltung / Druck Printmedien

- Relaunch homepage

- Red. Änderung aktuelle homepage

- Vermietung location

Broschüre / Ergänz. Internet/Anzeigen/ mailing

- Zeitschrift Industriekultur

- Unterstützung Zollverein

### **2. Rheinland Kultur GmbH**

	<b>Wirtschaftsplan RKG für Werbung:</b>	<b>Rechnungsergebnis:</b>
<b>2003:</b>	15.416,54 €	20.342,88€
<b>2004:</b>	19.890,00 €	5.071,35 €
<b>2005:</b>	50.442,00 €	

Diese Mittel werden wie folgt verwendet: Shop Werbung (Anzeigen), Veranstaltungen (Papiermarkt Bergisch Gladbach) und zusätzliche Werbemaßnahmen.

### 3. Personal:

Lt. Stellenplan sind drei Dienstposten für wiss. Referenten ausgewiesen. Davon war ein Dienstposten lediglich von 10/2003 bis 02/2005 besetzt und ist jetzt vakant. Ein Dienstposten ist jeweils mit zwei Teilzeitkräften besetzt, davon ist die eine Hälfte erst seit 10/2004 wieder im Einsatz (Elternzeit bis 09/2004). Der ebenfalls mit Marketing und Öffentlichkeitsarbeit befasste Dienstposten eines Grafikers ist seit fünf Jahren nicht besetzt, da die Personalkosten zu 50 % für eine interne Stellenfinanzierung benötigt werden.

## Rheinisches Freilichtmuseum Kommern

### 1. Haushalt LVR

#### Museumspädagogik und Öffentlichkeitsarbeit (Eigenmittel) 3211 617130000

Haushaltsansatz:	Anteil Öffentlichkeitsarbeit im Rechnungsergebnis der Fipo:
2003: 19.300,00 €	0,00 €
2004: 19.300,00 €	4.400,00 €
2005: 13.100,00 €	Die Mittel 2005 müssen ausschl. für Museumspädagogik eingesetzt werden

#### Marketing 3211 617100000

Haushaltsansatz:	Rechnungsergebnis der Fipo:
2003: 5.200,00 €	13.636,00 €
2004: 5.200,00 €	9.193,00 €
2005: 14.000,00 €	

### 2. Rheinland Kultur GmbH

Wirtschaftsplan RKG für Werbung:	Rechnungsergebnis:
2003: 25.000,00 €	28.753,42 €
2004: 15.000,00 €	17.173,56 €
2005: 25.000,00 € (davon 10.000 € gesperrt zur Deckung notwendiger anderer Ausgaben)	

Die Mittel reichen selbst bei hoher Eigenleistung des Museums (z.B. Layouts) kaum mehr aus, notwendigste Informationen wie Jahresprogramm, Museumspädagogisches Programm und fremdsprachige Flyer zu produzieren und distribuieren. Darüber hinausgehende Werbung, die zu einer deutlichen Erhöhung der Besucherzahlen bei Sonderveranstaltungen wie Jahrmarkt, „Nach der Ernte“, „Advent für alle Sinne“ beitragen würde, ist aus dem vorhandenen Etat nicht finanzierbar. Ebenso kann die Bewerbung des Museums als Ort für Veranstaltungen Dritter (z.B. Firmenveranstaltungen), die neben guten Mieteeinnahmen auch die Kontakte des Museums zur Wirtschaft deutlich verbessern könnten (Sponsoring), nicht finanziert werden.

Das Rheinische Freilichtmuseum Kommern versorgt wöchentlich mehrmalig eine Vielzahl von Redaktionen aller

Medien-Sparten mit Informationen. Dennoch gelingt es kaum, Redaktionen außerhalb des unmittelbaren Einzugsgebiets zu Berichterstattungen im gewünschten Ausmaß zu bewegen. Viele Redaktionen und immer häufiger gerade die von Anzeigenschaltung lebenden Medien wie z.B. Werbe-Wochenzeitschriften geben mittlerweile immer häufiger zu verstehen, dass sie für Berichterstattungen Gegenleistungen in Form von Anzeigenschaltung erwarten.

#### 4. Personal:

Die Öffentlichkeitsarbeit wird zur Zeit vertretungsweise von einem Mitarbeiter (Veranstaltungsmanagement) wahrgenommen. Die vorhandene Planstelle für Marketing ist derzeit im Stellenbesetzungsverfahren.

### Archäologischer Park / Regionalmuseum Xanten

#### 1. Haushalt LVR

##### Museumspädagogik und Öffentlichkeitsarbeit (Eigenmittel) 3101 617130000

	Haushaltsansatz:	Anteil Öffentlichkeitsarbeit:	Anteil Öffentlichkeitsarbeit im Rechnungsergebnis der Fipo:
2003:	39.850,00 €	0,00 €	0,00 €
2004:	39.850,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
2005:	39.850,00 €	22.400,00 €	

#### 2. Rheinland Kultur GmbH

	Wirtschaftsplan RKG für Werbung:	Rechnungsergebnis:
2003:	28.964,69 €	19.852,14 €
2004:	23.800,00 €	29.034,78 €
2005:	32.080,00 €	

Die in den klassischen Aufgabenfeldern der Öffentlichkeitsarbeit (Werbung, Marketing und Pressearbeit) anfallenden Ausgaben werden überwiegend aus dem Etat der RKG wie folgt bestritten:

- Druck von Info-Flyern,
- Pflege der Website
- vereinzelte Schaltung von Werbeanzeigen.

#### 3. Weitere Finanzierungsarten

Der aus Fremdmitteln finanzierte Marketing-Anteil für die drei Museen, wobei eines davon der APX /RMX ist, des EU-Projekts Musea Via Romana beträgt 10.000 € im Jahr 2003, 48.000 € im Jahr 2004 und 101.000 € im Jahr 2005.

Weitere Fremdmittel stehen nicht zur Verfügung. Ein Förderverein zur Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit besteht nicht.

#### 4. Personal:

Für die Öffentlichkeitsarbeit (ÖA) ist im APX/RMX eine einzelne Planstelle BAT II vorgesehen. Diese Stelle war zwischen November 2002 und Januar 2004 nicht besetzt, so dass die in der ÖA anfallenden Aufgaben in diesem Zeitraum von der Museumspädagogin des Hauses zusätzlich zu deren regulären Aufgaben geschultert werden

mussten. In dieser Phase konnten lediglich die notwendigsten Aufgaben der ÖA wahrgenommen werden.

Im Januar 2004 wurde die ÖA-Stelle neu besetzt. Weil der neue ÖA-Referent anfangs vollzeitlich für die Konzeption des neuen Regionalmuseums abgeordnet war, übernahm er erst ab Mitte März 2004 sukzessive sein eigentliches Aufgabengebiet. Aufgrund der anhaltenden Belastungen in der Museumskonzeption bleiben ihm dafür durchschnittlich max. 80 % seiner Arbeitszeit. Diese Kapazität reicht lediglich, um die laufenden Museumsveranstaltungen mit zu betreuen und die Pressearbeit des Amtes zu erledigen. Besonders die Pressearbeit erfordert einen hohen Zeiteinsatz, weil mit der redaktionellen Berichterstattung der größte Teil der öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen kostenneutral erzielt werden kann. Ebenso erfordert die Betreuung der zahlreichen Fernsehteams, die seit der Wiederbesetzung der Stelle den APX besuchen, einen nennenswerten Zeitaufwand. Außerdem ist der Referent für ÖA zuständig für die phasenweise intensive Betreuung der wiss. Publikationen des Amtes. Eine Entlastung durch wiss. Volontäre oder anderes Personal ist nicht möglich, weil auch diese Mitarbeiter des Amtes stark bzw. ausschließlich in die Museumskonzeption eingebunden sind. Spätestens mit Baubeginn des neuen Museums im September 2005 ist mit einem erneuten Anstieg der für das Museumsprojekt benötigten Arbeitszeiten zu rechnen.

## **Bergisches Freilichtmuseum Lindlar**

### **1. Haushalt LVR**

#### **Museumspädagogik und Öffentlichkeitsarbeit (Eigenmittel) 3212 617130000**

	<b>Haushaltsansatz:</b>	<b>Anteil Öffentlichkeitsarbeit im Rechnungsergebnis der Fipo:</b>
<b>2003:</b>	22.400,00 €	13.070,00 €
<b>2004:</b>	22.400,00 €	13.861,77 €
<b>2005:</b>	22.400,00 €	

### **2. Rheinland Kultur GmbH**

	<b>Wirtschaftsplan RKG für Werbung:</b>	<b>Rechnungsergebnis:</b>
<b>2003:</b>	15.000,00 €	3.021,35 €
<b>2004:</b>	11.318,57 €	2.091,53 €
<b>2005:</b>	13.000,00 €	

Die Haushaltsmittel des LVR und die im Wirtschaftsplan der RKG veranschlagten Mittel werden im wesentlichen für folgende Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit verausgabt:

- Druck von Infolyern und Plakaten
- Pflege der Website
- Werbeanzeigen in Zeitschriften der Region, die Ihre Pressearbeit in der Regel von der Anzeigenschaltung abhängig machen.

### **3. Weitere Finanzierungsarten**

Über die Eigenmittel des LVR und die Tätigkeit der RKG hinaus werden zum Teil projektbezogene Fremdmittel in erster Linie durch den Museumsförderverein, so z. B. bei der Sonderausstellung „Jahre der Not. Lindlar 1945-1949“, und in kleinem Rahmen demnächst auch bei der Kreissparkasse Köln akquiriert.

### **4. Personal**

Ein Mitarbeiter ist im Haus für Öffentlichkeitsarbeit zuständig (1/1 Stelle BAT IIa). Er wird zeitweise bei der Flyer-

und Plakatverteilung durch Ehrenamtliche des Fördervereins sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der RKG unterstützt sowie von allen projektleitenden Kolleginnen und Kollegen des Hauses.

In Vertretung

Voigtsberger

