

---

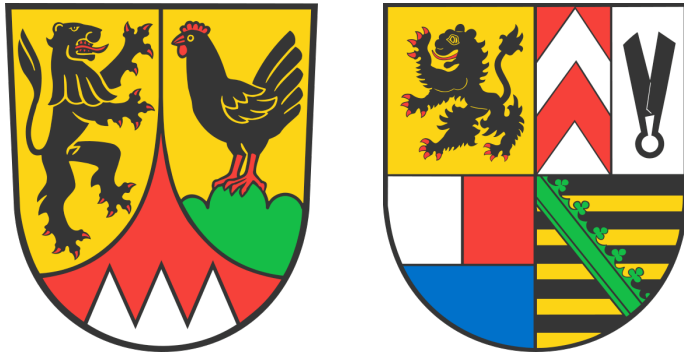
# Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg

Fragen zur Entwicklung und Diskussion von Ideen, Möglichkeiten und Zielen einer Kooperation im Rahmen einer »Museumsregion« in den Landkreisen Hildburghausen und Sonneberg.

Vorbereitendes Papier zum 2. Kulturworkshop am  
8. September 2014 in Sonneberg

---

Im Auftrag von



Gefördert durch

Freistaat  
**Thüringen**



Ministerium  
für Bildung, Wissenschaft  
und Kultur

28. August 2014

**Projektleitung:**

Dr. Patrick S. Föhl und Dr. Norbert Sievers

Institut für Kulturpolitik der  
Kulturpolitischen Gesellschaft  
Weberstr. 59a  
53113 Bonn

Email: foehl@kupoge.de

Internet: www.kupoge.de



**Auftragnehmerin:**

Lara Buschmann M.A.

projekt2508 GmbH

Einsteinufer 63-65

10587 Berlin

T: 030 / 26542799

E-Mail: buschmann@projekt2508.de

Internet: www.projekt2508.de

projekt2508

---

# **Fragen zur Entwicklung und Diskussion von Ideen, Möglichkeiten und Zielen einer Kooperation im Rahmen einer »Museumsregion« in den Landkreisen Hildburghausen und Sonneberg**

Sehr verehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Projektgruppe 1 »Museumsregion« des 2. Kulturworkshops am 8. September 2014 in Sonneberg,

nachdem wir im 1. Kulturworkshop festgestellt haben, dass eine Vernetzung der Museen zahlreiche Potenziale verspricht, möchte ich mit Ihnen im 2. Kulturworkshop herausfinden, auf welchen Ebenen und in welchen Bereichen Sie sich eine Kooperation vorstellen könnten. Wie im letzten Workshop vermehrt vorgeschlagen, schicke ich Ihnen hiermit weiteres Material zur Vorbereitung der kommenden Sitzung. Das Ergebnisprotokoll des 1. Kulturworkshops ist Ihnen bereits zugegangen. Zudem hatten Sie noch eine Sondersitzung mit Herrn Dr. Föhl am 20. Juni 2014 in Eisfeld, auf der Sie sich nochmals konstruktiv zum Thema ausgetauscht haben.

Im Folgenden finden Sie einen Fragenkatalog, der uns im kommenden Workshop als Diskussionsgrundlage dienen soll. Schon anhand der Anzahl der Fragen und Kategorien des Katalogs wird sichtbar, wie komplex das Thema Vernetzung ist und wie viele Möglichkeiten es gibt: Von einem regelmäßigen Austausch über eine enge Zusammenarbeit in Teilbereichen bis hin zur Gründung einer neuen Organisationsformen und gemeinsamem Fachpersonal ist alles möglich.

Die meisten Fragen sind kaum aus dem Stehgreif zu beantworten und verlangen eine eingehende Prüfung und interne Diskussion sowie Abstimmung. Daher wird die Diskussion hierzu zunächst nur Tendenzen aufzeigen, mit denen wir aber dann im Anschluss konstruktiv weiterarbeiten können. Sehr gerne können Sie sich dennoch vorbereitend erste Gedanken machen und diese für sich oder gemeinsam mit Arbeitskollegen, Partnern, Trägern und Besuchern diskutieren. Ziel des Workshops wird es sein, aufzuzeigen, in welche Richtung sich die Idee der »Museumsregion« weiterentwickeln kann und welche Vorstellungen eines Verbundes Sie haben.

Sollten Sie sich weitere Punkte für die Diskussion wünschen, können Sie uns diese gern im Vorfeld zusenden. Ich freue mich auf den Austausch mit Ihnen.

Mit besten Grüßen

Lara Buschmann

Museumsaufgaben	(eher) Ja	(eher) Nein
1. In welchem der musealen Kernbereiche möchten Sie zukünftig intensiv mit anderen Museen zusammenarbeiten?		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leitbild und Museumskonzept: Weiterentwicklung oder Neuorientierung unter Einbeziehung der anderen Museen</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Realistische Beschreibung des Ist-Standes und des Soll-Zustandes/der Wünsche jedes Museums</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Thematische Abstimmung und Abgrenzung der Angebote zueinander, gemeinsame Schwerpunktsetzung</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Profilschärfung – ggfs. bis hin zur Überlassung eines Themenbereichs an ein anderes spezifisch spezialisiertes Museum bzw. Übernahme eines Themas oder Ausstellungsteils der besser zur eigenen Einrichtung passt als zur bisherigen</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sammeln (Sammlungsstrategie und -Konzept, Weiterentwicklung/Neuorientierung unter Einbeziehung der Angebote in der Region und in Zusammenhang mit dem Leitbild)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Einrichtung gemeinsamer Infrastruktur (z. B. regionales Depot)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewahren (Vorbeugen, Konservieren/Präparieren, Restaurieren, Gewährleistung der Sicherheit)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forschen und Dokumentieren (Inventarisierung, Forschungsarbeit, Veröffentlichungen)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zusammenarbeit mit Universitäten und Forschungseinrichtungen (Praktika, Volontariate, Praxisseminare usw.)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gemeinsames Inventarisierungsprojekt</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausstellen und Vermitteln (siehe auch Museumsmanagement)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ausstellungen, gemeinsame Publikationen</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pädagogische Angebote</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Besucherorientierung (Befragungen, Audioguides, technische Entwicklungen, Informations- und Leitsystem)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Wechselseitiger Leihverkehr</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zusammenarbeit mit Schulen und Einrichtungen der kulturellen Bildung</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kooperation mit heutigen Produktionsstätten (Möglichkeit der Besichtigung der Produktion für Touristen, Sonderführungen für Produktionsfirma, Produktion von Merchandisingprodukten für Museum, kleine Sonderausstellung der Firmengeschichte: Einbindung in die Region, Identität und ggf. Sponsoring-partnerschaft)</li> </ul>		
2. Würden Sie vorhandenes oder (noch) nicht vorhandenes Fachpersonal mit anderen Museen teilen?		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museumspädagogen</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forschen und Dokumentieren</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• PR</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebäudemanagement</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzen und Verwaltung</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beratungsstelle für Kulturakteure (Rechtsfragen (Vereinsrecht, GEMA...), Förderfragen, Partnersuche...)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> </ul>		
3. Wären Sie bereit, gemeinsam Weiterbildungsbedarfe festzulegen, zu organisieren und an den Weiterbildungen teilzunehmen?		

<b>Museumsmanagement / Museumsmarketing</b>	<b>(eher) Ja</b>	<b>(eher) Nein</b>
<b>4. Corporate Identity</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wären Sie bereit, mit den anderen Museen ein gemeinsames Leitbild für die Museumsregion zu entwickeln um daraus u. a. die strategische Positionierung und das spätere visuelle Erscheinungsbild des Verbunds abzuleiten?</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wären Sie bereit, eine gemeinsame Dachmarke und Corporate Design (CD) zu entwickeln, mitzutragen und in der eigenen Einrichtung einzuführen?</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zusätzliche Etablierung der Dachmarke, Weiterbestehen des eigenen CD (zusätzliche gemeinsame Print- und Onlinemedien für die Dachmarke, Weiterbestehen der eigener Print- und Onlinemedien)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ersatz aller bisheriger Print- und Onlinemedien der einzelnen Einrichtungen durch neue einheitliche Medien im CD der Dachmarke (z. B. gemeinsame Homepage und Einzelseiten für jede Einrichtung sowie gemeinsamer Infolyer, Ausstellungs-/Eventflyer, Veranstaltungs-/Jahreskalender und Einzelflyer für jedes Museum)</li> </ul>		
<b>5. Betriebliche Aspekte</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebäudemanagement</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunden- und kostenorientierter Service z. B. gemeinsames Ticketing-System, Verbundkarte/ gemeinsame Gästekarte</li> </ul>		
<b>6. Wirtschaftsplanung und Controlling, Vergrößerung des finanziellen Spielraums z. B. durch Bündelung von Aufgaben, gemeinsamer Förderanträge</b>		
<b>7. Personalplanung (Planung/Entwicklung/Führung: Ermöglichung professioneller Ausführung der Aufgaben)</b>		
<b>8. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausrichtung der eigenen Angebote an gemeinsamen Jahresthemen, Themenschwerpunkten und Veranstaltungen</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gemeinsame Onlinekommunikation <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Homepage</li> <li>○ Social Media</li> <li>○ Veranstaltungskalender (online, ggfs. Printversion)</li> <li>○ Newsletter, Mailings</li> </ul> </li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung gemeinsamer buchbarer touristischer Angebote</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbung im Verbund</li> </ul>		
<b>9. Wären Sie bereit, Arbeitsbereiche an ein zentrales Büro bzw. gemeinsam finanzierte Experten zu übertragen welche die Arbeiten im Sinne einer Organisationsunterstützung übernehmen, unterstützen oder koordinieren? (Selbstverständlich immer um eine Situation zu verbessern und im Auftrag des Museums, nicht um Einrichtungen zu »entmündigen« oder ihnen Arbeitsbereiche »wegzunehmen«)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtliche Absicherung, Trägerschaft</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museumsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Strategie, Erscheinungsbild</li> <li>○ Gebäudemanagement, Vermietung, Verpachtung</li> <li>○ Wirtschaftsplanung und Controlling</li> <li>○ Personalplanung</li> <li>○ Marketing</li> <li>○ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>○ Besuchermanagement</li> </ul> </li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sammeln</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewahren</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forschen und Dokumentieren</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausstellen und Vermitteln</li> </ul>		

<b>Kulturtourismus</b>	<b>(eher) Ja</b>	<b>(eher) Nein</b>
10. Wären Sie bereit, sich regelmäßig mit touristischen Akteuren auszutauschen um Bedarfe zu klären und zielgerichtete Kooperationen mit diesen einzugehen?		
• Tourismusorganisation und Tourismusbüros (u. a. mit der TTG)		
○ Planung der Jahresthemen		
○ Koordination und Planung von Veranstaltungen		
○ Gästebefragung/Monitoring		
○ Gästekarte, Weiterentwicklung <i>ThüringenCard</i>		
• Gastgewerbe (Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Transportbetriebe, touristische Verkehrsmittel)		
• Reisemittler, Reiseveranstalter, Reiseleitern und Gästeführern		
○ Konzeption von Pauschalen, regelmäßiger Informationsaustausch über Angebote und Ideen		
• (Kultur-)Vereinen (z. B. Heimatpflege), Initiativen und Interessenvertretungen		
• kommunale Arbeitsgemeinschaften, politische Gremien		
11. Fänden Sie es sinnvoll, die bisherigen (und neuen) Angebote nach Themen zu strukturieren um die Gruppe der sog. »Kenner« (Leidenschaft für das jeweilige Thema) anzusprechen und eine bessere Übersichtlichkeit für Interessierte zu schaffen? Wenn ja, welche Themen würden Sie als starke Themen mit Strahlkraft hervorheben?		
• Gewerbe: Industrie- und Handwerks Geschichte		
• Glas		
• Spielzeug		
• Porzellan, Keramik		
• Innerdeutsche Grenze		
• Thüringerwald: Natur & Technik		
• Burgen, Schlösser, Klöster		
• Kultur am Rennsteig		
• Luther in Thüringen		
• Stadt- und Regionalgeschichten		
• Naturkunde		
• ...		
• ...		
12. Fänden Sie es sinnvoll, Angebote für Ausflügler und zufällige Besucher (Stolperer) zusammen zu stellen und Kooperation mit touristischen Verkehrsmitteln und Aktivtourismusangeboten einzugehen?		
13. Könnten Sie sich vorstellen, »Messgeräte« für den Erfolg der einzelnen Museen und des Netzwerks einzurichten?		
• Regelmäßige Meldung der Besucherzahlen		
• Einrichtung eines permanenten Kundenfeedbacks (z. B. Befragungsterminal)		
• Regelmäßige Rückmeldung mit Hotels, Tourist-Informationen etc.		
• Einrichtung von Kommunikationskanälen für Besucher (Social Media, Kommentarfunktion/elektronisches Gästebuch auf der Homepage usw.)		

<b>Struktur, Rechtsform, Mitglieder</b>	<b>(eher) Ja</b>	<b>(eher) Nein</b>
14. Wären Sie bereit, aktiv am weiteren Zielfindungsprozess teilzunehmen?		
15. Wären Sie bereit, als »Botschafter« bei anderen Akteuren und der regionalen Bevölkerung für den Verbund zu werben?		
16. Würden Sie sich Zeit nehmen um sich mindestens zweimal Jährlich mit den anderen Mitgliedern zu versammeln um die gemeinsame Arbeit zu planen, sich auszutauschen und gegenseitig zu helfen?		
17. Könnten Sie sich vorstellen, als eine Leitfigur der Museumsregion zu fungieren?		
18. Wären Sie bereit, eine neue Rechtsinstanz für die Museumsregion zu gründen?		
19. Wären Sie bereit, eine Koordinationsstelle (Netzwerkmanagement) einzurichten, (mit) zu finanzieren und/oder ihr Verantwortung zu übertragen?		
20. Wo würden Sie eine Koordinationsstelle idealerweise ansiedeln?		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Als neue eigenständige Instanz (schließt nicht die Nutzung von Räumlichkeiten eines Mitglieds aus)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angegliedert an ein etabliertes Museum (wenn ja, welches könnte dies Ihrer Meinung nach sein?)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angegliedert an den <i>Museumsverband Thüringen</i>, z. B. als eine neue Abteilung</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angegliedert an eine andere öffentliche Gebietskörperschaft (z. B. Landratsamt)</li> </ul>		
21. Welche Akteure/Einrichtungen sollten Netzwerkpartner, d. h. rechtlich definierte Mitglieder im Verbund werden?		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitglieder des Museumsverbundes Thüringen</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle anderen Museen, die den Anspruch haben nach ICOM-Standards zu arbeiten.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourismusorganisation und Tourismusbüros</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastgewerbe (Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Transportbetriebe, touristische Verkehrsmittel)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reisemittler, Reiseveranstalter, Reiseleiter, Gästeführer</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (Kultur-)Vereine (z. B. Heimatpflege), Initiativen und Interessenvertretungen</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommune und Politik</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaft (heutige Produktionsstätten der musealen Themen wie Glas, Porzellan usw., siehe Kulturtourismus)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gelten Ihre Antworten zu den o. g. Punkten auch für Akteure aus anderen Landkreisen / Regionen wie z. B. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Coburg</li> <li>○ Nördlicher Rennsteig</li> </ul> </li> </ul>		
22. Arten und Zeitpunkt der Mitgliedschaft		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zuerst sollte mit den großen Einrichtungen eine Zusammenarbeit etabliert werden, später können kleinere Einrichtungen und andere Partner (s. u.) dann integriert werden.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle sollten von Anfang mitgenommen und in die strategische Planung eingebunden werden.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sollte zwischen den Museen und den anderen Mitgliedern unterschieden werden? (z. B. im Bereich Stimmrecht, Mitgliedsbeiträge...)</li> </ul>		

<b>Zusammenarbeit allgemein</b>	<b>(eher) Ja</b>	<b>(eher) Nein</b>
23. Regelmäßig Bericht über Aktivitäten erstatten		
24. Regelmäßige Aktualisierung des gemeinsamen Veranstaltungskalenders (auch zur internen Planung)		
25. Vorbereitung von Beiträgen für gemeinsame Treffen		
26. Übernahme konkreter Aufgaben für den Verbund		
27. Selbstständiger Austausch mit anderen Mitgliedern und Treffen in thematischen/projektbezogenen Arbeitsgruppen		