

BERICHT DER ZENTRALEN GESCHÄFTSSTELLE

Evaluierung 2003

Museumsmanager: Mag. Christian Waltl

Der vom Landesmuseumsgesetz vorgegebene sparsame Umgang mit öffentlichen Budgetmitteln ist Grundvoraussetzung für ein effizientes Museumsmanagement und bedarf einer gewissen Transparenz, um eine kontinuierliche Qualitätsverbesserung im Sinne des gesetzlichen Auftrages sicherzustellen. Die Zentrale Geschäftsstelle bemüht sich um eine messbare Qualitätserhöhung aller in ihrer Verantwortlichkeit stehenden Verwaltungsagenden und legt mit diesem Bericht die laut Landesmuseumsgesetz § 23 Abs. 6 eingeforderte jährliche Evaluierung der Verwaltungs- und Serviceleistungen vor.

Situationsanalyse

Nach der Neubesetzung der Zentralen Geschäftsstelle (= ZG) im November/Dezember 2002 erfolgte, in Absprache mit der Direktion, eine Restrukturierung der Personal- und Verwaltungsabläufe. Hauptziel nach der Übernahme war, zunächst einen reibungslosen Ablauf aller Operationsagenden zu gewährleisten. Auch wurde dem neuen Management eine gewisse Einarbeitungszeit eingeräumt. Die Aufteilung der Agenden auf drei Personen hatte den Output gerade im Bereich Marketing und Operationsmanagement erhöht und eine wesentlich verbesserte Kommunikation nach innen und außen zur Folge. Dies drückte sich auch sehr deutlich in einer gesteigerten Medienpräsenz aus und hat sicherlich mit dazu beigetragen, dass das Landesmuseum seine Serviceleistungen steigern konnte und dabei auch mehr Besucher angesprochen hat.

Ziele für 2003

- Erstellen eines transparenten Budgets (Möglichkeit zum Benchmarking)
- Einführung eines budgetären Controllingsystems
- Verbesserungen im Bereich Marketing
 - Verstärktes Bemühen um neue Zielgruppen (v. a. Jugendliche, Familien etc.)
 - Suche nach starken Kooperationspartnern
 - Neuordnung der Werbemittelverteilung
 - Entwicklung einer Gesamtadressdatei
 - Aufbau einer Besucherstatistik
 - Launch der neuen Webseite www.landeseuseum-ktn.at
- Auf- und Ausbau des Shop-/Verlagsbereiches
- Aufbau eines Besucherserviceteams
- Jahresplanung der Arbeiten der Restaurierwerkstätten und Tischlerei mit Prioritätenliste
- Ausarbeitung von Rahmenprogrammen zu den Sonderausstellungen

- Entwicklung eines maßgeschneiderten Kassensystems (mit Artikelverwaltung)
- Erarbeitung einer Personalstrategie

Budget

Durch die Neustrukturierung in der Zentralen Geschäftsstelle und die damit verbundene Neuordnung der budgetären Gebarung haben sich Änderungen in der Budgetdarstellung ergeben, die dem Museum geholfen haben, eine verbesserte, strategische Finanzpolitik zu verfolgen. Ziel dabei war, das Budget des Landesmuseums transparenter zu gestalten, prozentuelle Vergleiche mit vorangegangenen Budgets anzustellen und einen **Benchmarking-Prozess** einzuleiten, der es dem Haus ermöglicht, Vergleiche mit anderen, ähnlichen Kulturinstitutionen anzustellen.

Neben der Haushaltsrechnung der Buchhaltung des Landes wurde eine eigene **Controllingdatenbank** entwickelt, die das Überwachen der Ausgaben der einzelnen Haushaltsposten wesentlich erleichtert hat. Monatlich werden die Kustoden und Außenstellenleiter mit Budgetberichten versorgt und können die Finanzgebarung laufend überprüfen. Diese regelmäßigen Evaluierungen ermöglichten eine bessere Steuerung des Budgets und geben den Budgetverantwortlichen eine genaue Übersicht über die noch verfügbaren Budgetmittel.

Einige neue Haushaltsposten wurden hinzugefügt, um Ausgaben, die speziell für ein Museum wichtig sind, verständlicher zu machen. Auch eine Neugruppierung der im Sachaufwand verwendeten Haushaltsposten wurde vorgenommen. Unter ‚Sachausgaben Pflicht‘ sind all jene Ausgaben zusammengefasst, die mit dem direkten operativen Betrieb des Museums zusammenhängen, wie z. B. die Betriebskosten oder die Miet- und Pachtzinsen.

Im Jahr 2003 stieg der Pflichtaufwand übermäßig stark an. Dieser Umstand ist allerdings bedingt durch den Verkauf der Museumsliegenschaft in der Museumgasse an die Landesimmobiliengesellschaft (LIG) und so zahlt das Landesmuseum seit 1. Jänner 2003 eine nach dem Verkehrswert bemessene Miete.

Die ‚Sachausgaben Ermessen‘ wurden in die Bereiche Verwaltung, Sammlung, Abteilungen (Forschung), Außenstellen und Sonderprojekte eingeteilt. Auch die Kostenstellen wurden im Zuge der Kostenstellenrechnung des Landes umgearbeitet, bedürfen aber noch einer weiteren Korrektur und können erst endgültig festgelegt werden, wenn das Landesmuseum die neue Verwaltungssoftware des Landes, das so genannte Data-Warehouse, übernimmt.

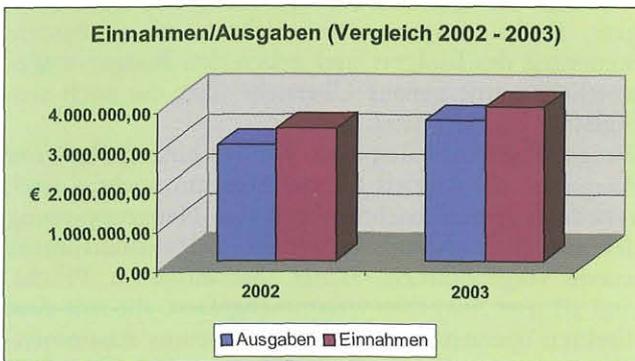
Langfristig strebt das Landesmuseum die Gewährung eines **operativen Budgets** an, das über einen Zeitraum von **mindestens drei Jahren** beschlossen wird, um

eine effizientere Verwaltung und Führung des Museums zu gewährleisten. Größere Forschungsprojekte, der Ankauf von Sammlungen und bauliche Veränderungen sollten in Zukunft separat budgetiert, als Sonderprojekte abgewickelt und vollkommen getrennt vom operativen Museumsbudget verwaltet werden.

Budget im Vergleich

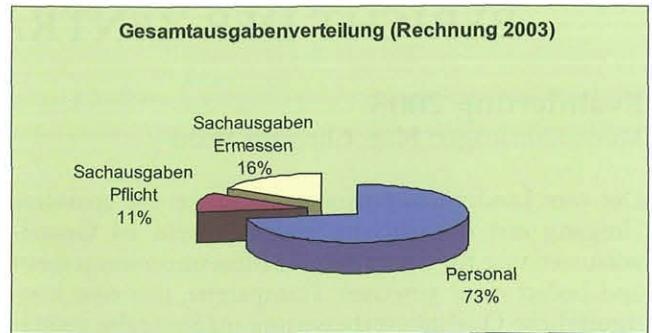
Das Gesamtbudget des Landesmuseums betrug 2003 insgesamt € 3.666.598,42 wobei laut Rechnung € 3.881.498,35 tatsächlich als Einnahmen verbucht werden konnten. Bei Ausgaben von € 3.529.490,90 hat das LMK demnach einen kameralen Überschuss von € 352.007,45 erwirtschaftet. Dieser Betrag fließt als Rücklage vollständig ins Budget 2004 ein.

Laut Rechnung stiegen damit die Ausgaben im Vergleich zum Vorjahr um 21,3 % (Ausgaben 2002: € 2.910.864,16) und die Einnahmen um 16,4 % (Einnahmen 2002: € 3.335.245,39). Zu beachten ist, dass im Budget 2003 sowohl bei den Ausgaben als auch bei den Einnahmen die Sonderprojekte Virunum, die Teichanlage im Botanischen Garten und das Glockennerrama mit eingerechnet sind und die realen Steigerungen deshalb geringer ausfallen. Beim Glockennerrama handelt es sich um einen Durchlaufposten.

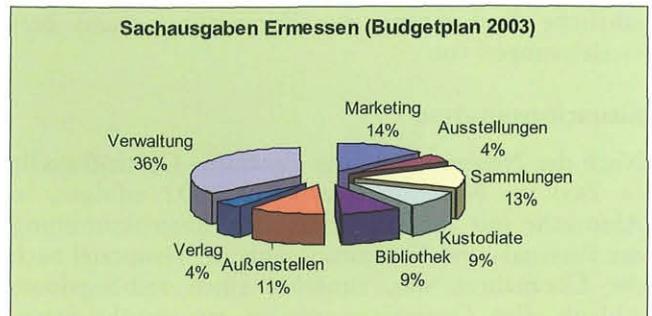


Budgetverteilung 2003

2003 wurde das Budget mit Schwerpunkt auf die Bereiche Restaurierung, Sammlungsankäufe, den Aufbau eines Besucherserviceteams und die Entwicklung von Rahmenprogrammen begleitend zu den Sonderausstellungen erarbeitet. Die Dotierung der Haushalts-



posten bei den ‚Ermessensausgaben‘ wurde gemeinsam mit der Direktion vorgenommen. Die finanzielle Ausstattung der einzelnen Haushaltsposten entspricht den strategischen Zielen des Museums und wurde nach



Prioritäten vergeben.

Wesentliche Erhöhungen im Budgetetat gab es für:

- Sammlungsankäufe (+244 %, dadurch konnte der keltische Waffenweihfund angekauft werden)
- Restaurierung (+198 %)
 - beide wurden im Nachtragsvoranschlag genehmigt und mit höheren Summen ausgestattet.
- Weitere erhöhte Budgetmittel gab es für:
 - Marketing (+23 %)
 - die einzelnen Kustodiate (durchschnittlich um 50 %)
 - die Bibliothek (+33 %)
 - Fort- & Weiterbildung (+52,5 %).

Einnahmen

Förderungen

Die Beiträge des Landes Kärnten zum Personal- und Sachaufwand erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 20,4 % (2002: € 2.680.600,-; 2003: € 3.227.400,-). Ein Großteil der Erhöhung des Budgets 2003 geht auf die Tatsache zurück, dass das LMK für das Haupthaus und das Kärntner Botanikzentrum Miete bezahlen muss.

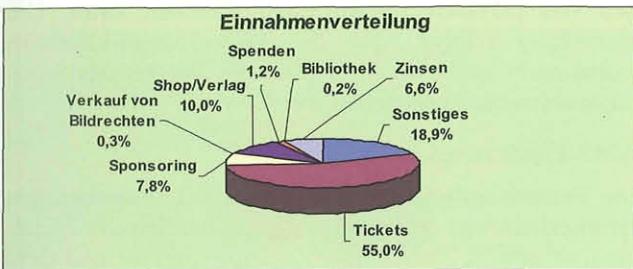
Eigeneinnahmen

Die Eigeneinnahmen entwickelten sich 2003 durchaus positiv, was einerseits durch die erhöhten Ein-

trittspreise zustande kam, andererseits aber auch durch die erhöhte Besucherzahl, das verbesserte Shop- bzw. Verlagsgeschäft und die vermehrten Einnahmen bei Sonderveranstaltungen.

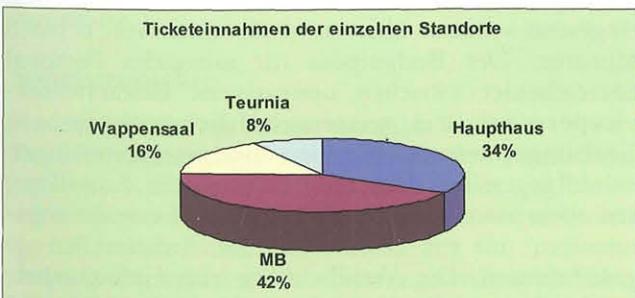
Die Eigeneinnahmen betragen 2003 € 193.005,64, das entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 22,9 % (2002: € 157.008,33). Eigeneinnahmen sind all jene Beträge, die das Landesmuseum durch den Verkauf von Serviceleistungen einnimmt.

Mit über 50 % stellt der Ticketverkauf die Hauptquelle der Einnahmen dar. Unter dem Titel ‚Sonstiges‘ fallen Einnahmen aus den Sonderveranstaltungen, Kopiergelder etc. an. Sehr hoch waren in diesem Jahr auch die Erträge aus den Zinsgeschäften. Dies ist unter anderem auch darauf zurückzuführen, dass erst sehr spät im Laufe des Jahres der Mietvertrag mit der LIG abgeschlossen wurde und Gelder so lange zurückbehalten wurden.



Ticketeinnahmen

Insgesamt stieg der Ertrag aus den Ticketverkäufen von € 83.300,- (2002) auf € 102.200,-, was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 18,5 % entspricht. Zu beachten ist dabei, dass die Eintrittspreise 2003 angehoben wurden. Der Magdalensberg ist, trotz Rückganges der Besucherzahl, nach wie vor die einnahmenstärkste Außenstelle. Im Wappensaal waren die Einnahmen aus dem Ticketverkauf proportional zu den hohen Besucherzahlen eher gering, was auf die während der Umgestaltungen der Sitzungssäle sehr niedrig gehaltenen Eintrittspreise zurückzuführen ist.



Eigeneinnahmen durch Sponsoring

In Kärnten ist es, wie in anderen Bundesländern, sehr schwer, so genannte ‚Cashsponsoren‘ zu gewinnen. Dies hat einerseits mit der aktuellen wirtschaftlichen Lage

zu tun, andererseits aber auch damit, dass Sponsoren heutzutage hauptsächlich Sachleistungen im Austausch für Werbeleistungen anbieten. Die Einnahmen durch Sponsoring 2003 (inklusive Spenden) sind mit € 16.653,- eher bescheiden ausgefallen. Vergleiche mit den Jahren davor sind, ob der unterschiedlichen buchhalterischen Zuordnung, nahezu unmöglich. Auf alle Fälle soll im nächsten Jahr der Suche nach Sponsoren Priorität eingeräumt werden.

Im Jahr 2003 wurden von den Kooperationspartnern des Landesmuseums mehr als € 40.000,- an Sachleistungen aufgebracht. Dieser Wert ist vorsichtig geschätzt, da nicht in allen Bereichen Aufzeichnungen vorliegen und auch nicht alle Sachleistungen von den Sponsoren mit einem €-Betrag festgelegt sind. Künftig soll dieser Wert aber als wichtiger ‚Performanceindikator‘ im Controlling des LMK seinen Eingang finden und damit Vergleiche über die Jahre ermöglichen.

Marketing

Das Marketing des Landesmuseums hat 2003 deutlich an Profil gewonnen. Zahlreiche Medienvertreter berichteten sehr positiv über die Aktivitäten des Hauses und waren auch dementsprechend oft bei Presseveranstaltungen anwesend. Im Schnitt besuchten zwischen 10 und 14 Pressevertreter die Pressekonferenzen, was angesichts der recht kleinen Medienlandschaft in Kärnten einen schönen Erfolg darstellt.

Eine wesentliche Strategie der Zentralen Geschäftsstelle war, weniger klassische Inserate zu schalten und dafür verstärkt Kooperationen mit verschiedenen Medienpartnern einzugehen. Mehr Augenmerk wurde auch auf Presseaussendungen gelegt und die Gestaltung von Presseunterlagen (Pressemappen etc.) wurde professionalisiert. 2003 waren die Medienpartnerschaften mit der Kleinen Zeitung, der Kärntner Woche, dem Klagenfurter Monatsmagazin, dem Wirtschaftsmagazin Advantage, Ö1 und Antenne Kärnten wesentlich für die Steigerung der Besucherzahlen mitverantwortlich. Die durch ‚sponsorship in kind‘ angebotenen PR-Artikel wurden mit gezielten Inseratschaltungen kombiniert und haben zu einer verbesserten Marktdurchdringung geführt. Die damit ersparten Gelder wurden vorwiegend für Sonderaktivitäten wie z. B. die Gestaltung von Rahmenprogrammen zu diversen Sonderveranstaltungen verwendet.

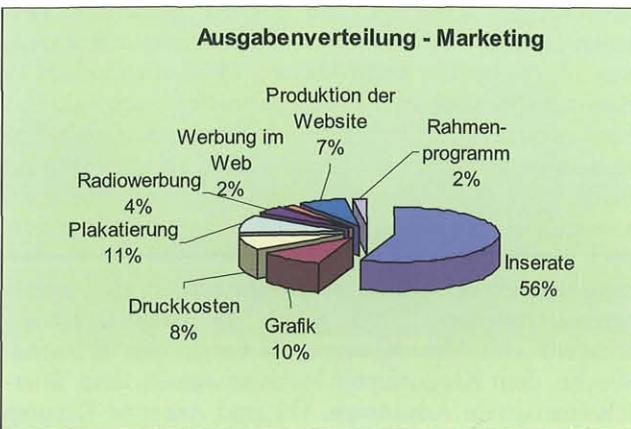
Die neue Webseite des Landesmuseums hat bei verschiedenen Benutzern große Anerkennung gefunden. Natürlich gibt es noch Defizite vor allem im Bereich der Mehrsprachigkeit und der leichten Manövrierfähigkeit durch die unterschiedlichen Ebenen. Die Wartung der Webseite wird derzeit noch von Alexandra Krug wahrgenommen, sollte allerdings in weiterer Folge vom Besucherserviceteam übernommen werden. 2003 wurde auch mehr Direktmail eingesetzt. Grund-

voraussetzung war die Vereinigung aller im LMK vorhandenen Datenbanken zu einer zentralen Datei, die dann für unterschiedliche Aussendungen jeweils ausgesuchte Adressen liefert.

Ebenfalls ein wichtiger Faktor für das Gewinnen neuer Besucherschichten ist die regelmäßige, effiziente und großflächige Verteilung von Informationsmaterialien wie Prospekte, Poster, Folder oder Programmflyer. Da in den vergangenen Jahren die Verteilung von Prospektmaterial einen Schwachpunkt darstellte, hat die ZG den Vertrag mit der Firma Primosch nicht verlängert. Der Konkurrenzanbieter war leider nicht viel besser und so wurde das Prospektmaterial von Mitarbeitern des Hauses bei mehreren Fahrten durch Kärnten verteilt. Die Werbemittelverteilung soll 2004 neu organisiert werden.

Marketingbudget

Das Landesmuseum hat im Vergleich zu anderen Landesmuseen ein eher bescheidenes Marketingbudget. Die Dotierung dieses Haushaltspostens wurde 2003 gegenüber dem Vorjahr zwar wesentlich erhöht (relativ), liegt aber dennoch weit unter dem von Experten empfohlenen Gesamtbudgetanteil von 5–7 % (2002: 2,44 %; 2003: 2,45 %).



Personal

Durch neue technologische Anforderungen und immer komplexere Aufgaben kommt für den Erfolg eines Museumsbetriebes hoch qualifizierten Mitarbeitern eine immer größere Bedeutung zu. Trotz struktureller und technischer Veränderungsprozesse sind die Mitarbeiter mit ihrem Know-how und ihrer Leistungsbereitschaft letztlich der wesentliche Faktor zum Erfolg.

Gemeinsam mit der Direktion arbeitet die ZG an einer langfristig orientierten Personalentwicklungsstrategie, um den jetzigen Mitarbeiterstand zu sichern und neue Planposten zu schaffen. Neue Planposten sind durchaus in Kooperation mit anderen Kulturinstitutionen möglich, um eine effizientere Nutzung der Personalressourcen im Land zu gewährleisten. Ziel ist eine aus-

gewogene Personalstruktur, in der Mitarbeiter in Schwerpunktbereiche zusammengeführt werden.

Entsprechend dem Landesmuseumsgesetz müsste eine solche Personalstruktur in einer eigenen Museumsordnung festgelegt werden.

Bevor weitere Schritte gesetzt werden, soll der für 2004 vorgesehene Masterplan abgewartet werden.

Fort- & Weiterbildung

Das Landesmuseum bekennt sich zu seiner Verantwortung, allen Mitarbeitern ein gutes Arbeitsumfeld zu schaffen und Schulungen und Ausbildungsmöglichkeiten im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten zu gewähren. Das Fortbildungsbudget wurde 2003 um 52,5 % erhöht.

Die Schulungsvereinbarung mit der Verwaltungsakademie wurde dahingehend abgeändert, dass das Landesmuseum nun auch Mitarbeiter zu Schulungen von privaten Institutionen schicken kann. Die Bezahlung erfolgt über die Verwaltungsakademie, wobei nicht mehr als die Hälfte des Wertes des Schulungsvertrages ausgegeben werden darf.

AMS-Förderungen

Im Personalaufwand waren für 2003 Anpassungen erforderlich, um einen effizienteren Betrieb des Museums zu gewährleisten. Die Zusammenarbeit mit dem AMS wurde intensiviert und es wurden € 87.400,- an Förderungen gewährt, was im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von über 700 % (2002: € 10.700,-) bedeutet. So wurden im Haupthaus insgesamt 3 Personen über das AMS eingestellt und mittels einer Eingliederungsbeihilfe finanziert, wobei drei Viertel vom AMS, ein Sechstel vom Land Kärnten und ein Sechstel vom Landesmuseum beigesteuert werden. Weitere AMS-geförderte Beschäftigte wurden auf dem Magdalensberg und im Kärntner Botanikzentrum eingesetzt.

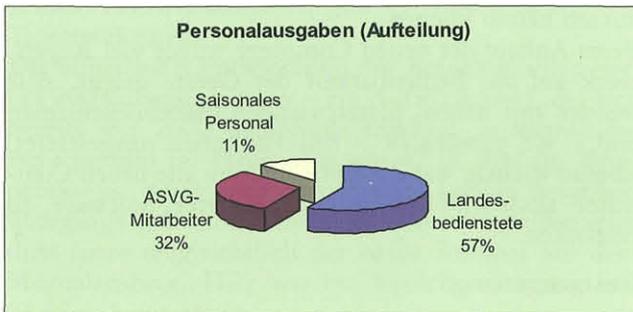
Saisonales Personal

In den Außenstellen des Landesmuseums wurde wie jedes Jahr fast ausschließlich **saisonales Personal** eingesetzt – meist über einen Zeitraum von 6 bis 8 Monaten. Der Budgetplan für saisonales Personal unterscheidet zwischen **operativem Besucherservicepersonal** und **wissenschaftlich-technischem Grabungspersonal**. In den Budgeterläuterungen wurde gegenüber dem Land Kärnten die Anstellung von operativem Personal als eine Pflichtausgabe argumentiert, um ein Offenhalten der Außenstellen zu gewährleisten. Die Verpflichtung von Grabungspersonal ist notwendig, wenn die Archäologie in Kärnten weiterhin zu den führenden Wissenschaften Österreichs zählen soll. Für die angrenzenden Gemeinden sind die saisonalen Arbeitsplätze von zentraler Bedeutung und lokal als **Arbeitsplatzbeschaffungsprojekt** ein wesentlicher ökonomischer Faktor.

Personalkosten

Die Personalkosten sind im Vergleich zum Vorjahr um 11,4 % gestiegen (2002: € 2.261.339,-; 2003: € 2.519.372,-, bei dieser Zahl ist allerdings die AMS-Förderung von nahezu € 100.000,- zu berücksichtigen). Ziel der ZG ist es, die saisonalen Mitarbeiter aus dem Personalaufwand des Landes finanziert zu bekommen.

Nicht unwesentlich sind auch erhöhte Personalkosten, die durch die geplanten **Veränderungen der Öffnungszeiten** und die **Einführung der Gleitzeit** zustande kommen. Bei der Verlängerung der Öffnungszeiten müssten zusätzlich zwei Stellen im Besucherservice geschaffen werden (Kassa & Aufsicht). Die derzeitige Lösung mit alternierenden Wochenenddiensten von Museumspersonal ist arbeitsrechtlich bedenklich und führt zu hohen Überstunden, die nur sehr schwer abbaubar sind.



Abfertigung Neu

Das Landesmuseum hat im Juli 2003 mit der VPV (Mitarbeitervorsorgekasse AG) einen langfristigen Vertrag abgeschlossen. Die VPV war bei einem Ausschreibungsverfahren der Landeslehrer Bestbieter. Laut Mitarbeitervorsorgegesetz sind alle neu eintretenden Mitarbeiter automatisch im neuen Abfertigungssystem. Mitarbeitern mit alten Abfertigungsansprüchen wurde ein Übertrittsangebot gestellt, das allerdings nur bis Ende 2004 Gültigkeit hat. Die möglichen Übertritte werden mit den Betroffenen individuell vereinbart.

Sonderprojekte

Neuüberdachung Römermuseum Teurnia

Zur Neueindeckung des Schutzbaues der frühmittelalterlichen Kirche und des Museumsdepots im Römermuseum wurde mit der Landesimmobiliengesellschaft im September eine Einzelvereinbarung für die Baubetreuung abgeschlossen. Im Leistungsumfang enthalten waren die Ausschreibung nach dem Auftragsvergabegesetz, das Projektmanagement sowie die Bauaufsicht für die Umsetzung der Baumaßnahme. Die Überdachung wurde von den Firmen Egger (Zimmerei) und Franz Peschka's Wtw. (Dachdeckerei) durchgeführt und zeitgerecht abgeschlossen.

Glocknerrama

Der Nationalpark Hohe Tauern ist mit einem Interreg-III-Projekt an das Landesmuseum herangetreten. Unter dem Arbeitstitel ‚Die Kärntner Nationalparks kommen in das Landesmuseum‘ soll ein multimedialer Erlebnisort geschaffen werden, der sich über zwei Räume erstreckt und als Höhepunkt die Großglocknerersterbesteigung simuliert.

Nach einem Auswahlverfahren wurde der Auftrag an die Fa. Frau Faust Film Studios Karlbauer KEG vergeben. In zahlreichen Arbeitstreffen wurde ein Konzept entwickelt, das in der Umsetzung eine spannende Auseinandersetzung mit dem Thema Großglockner und dem Nationalpark Hohe Tauern gewährleistet. Die Finanzierung erfolgt über Fördermittel der EU und des Nationalparks, wobei das Landesmuseum sämtliche Umbaukosten trägt. Die Fertigstellung ist mit Februar 2004 geplant.

Umbauarbeiten im LMK

Die ZG war auch an der Planung von mehreren Umbauprojekten beteiligt. Gemeinsam mit der Direktion und der Landesimmobiliengesellschaft wurden Strategien entwickelt, die zu einer Verbesserung der Raumsituation im Haupthaus beitragen sollten. Als erster Schritt wurde der Umbau des Eingangsbereiches und der Ausbau der Sonderausstellungsfläche im Parterre-Südtrakt geplant. Die Umsetzungen sollen 2004 folgen.

Eingangsbereich

Eine völlige Neugestaltung des Kassen- bzw. Eingangsbereiches soll einen modernen und einladenden Shop und Kassen-/Informationsbereich schaffen, in dem sich die Besucher wohl fühlen. Ein freundliches Ambiente kann den Aufenthalt der Besucher verlängern, Schwellenängste vermeiden und gleichzeitig dem Shop dringend benötigte Mehreinnahmen bringen. Die neuen Räumlichkeiten sollen aber auch als Büroplätze nutzbar sein und dem Museumspersonal ein effizientes Arbeiten ohne Zugluft ermöglichen.

Sonderausstellungsräume

Das LMK besitzt keine geeigneten Räumlichkeiten für Sonderausstellungen und benützt derzeit die Aula und den Festsaal. Dies führt immer wieder zu Schwierigkeiten bei der Planung und Durchführung von Ausstellungen, haben doch diese Räume keine idealen Licht- und Klimaverhältnisse. Außerdem sind sie schwer zu bespielen – so benötigt man große Stellwände um die notwendigen Ausstellungsflächen zu schaffen.

Für die geplanten Sonderausstellungsflächen werden die Büros im Erdgeschoss-Südtrakt ausgelagert, damit entsteht eine Bespielungsfläche von ca. 200 m² – diese

Fläche entspricht fast exakt der Fläche der Aula zuzüglich des Festsaales.

Shop/Verlag

Die Gebarung des Verlages stellte sich als sehr unübersichtlich heraus und konnte nur mit viel Aufwand aufgearbeitet werden. Durch diese schwierige Situation und Vorbereitungsarbeiten für die Installation des neuen Kassensystems, dem allerhöchste Priorität eingeräumt wurde, konnte die Neukonzeption des Shops 2003 nicht wie geplant abgeschlossen werden.

In der Vergangenheit wurden die Shops in den Außenstellen sehr autonom geführt und es gab kaum einen Überblick über das angebotene Artikelsortiment. Mit der Einführung der Computerkassen ab 2004 gibt es eine Vielzahl von Änderungen. Im Sinne einer buchhalterisch einwandfreien Abwicklung und einer marktwirksamen CI muss das Warenangebot zentral verwaltet werden. Die Entwicklung und Bestellung von neuen Shopartikeln wird nur mehr über den Shopkoordinator erfolgen und ins computerisierte, zentrale Warenlager aufgenommen.

Die Neugestaltung der Shops mit einem erweiterten Artikelangebot kann erst realisiert werden, wenn es auf dem Magdalensberg und im Haupthaus zu Umbauten der Eingangsbereiche kommt. Da die dafür benötigten finanziellen Mittel vom Land kommen müssen, ist eine zeitliche Vorausplanung relativ schwierig.

Masterplan

Das Landesmuseum hat im Dezember einen Masterplan in Auftrag gegeben, der mit Juli 2004 fertig gestellt sein soll. Bei der Auswahl der Firmen hat man sich für eine Aufteilung der Arbeitsschritte entschlossen. Der erste Teil, nämlich die Erarbeitung einer Bestands- und Bedarfsanalyse, wurde an die kanadische Firma LORD Cultural Resources Planning & Management vergeben und der zweite Teil, die Ausarbeitung eines Entwicklungskonzeptes, wird von der Wiener Firma bogner-cc ausgearbeitet.

Mit dem Masterplan soll eine umfassende Strategie entwickelt werden, die das Museum inhaltlich neu positioniert, die räumlichen und strukturellen Missstände aufzeigt und ganzheitliche Lösungsvorschläge präsentiert. Das Landesmuseum soll zukünftig verstärkt auch in Österreich wahrgenommen werden und in allen musealen Belangen (Vermittlung, Forschung, Restaurierung, Konservierung, Sammeln & Sammlungsdokumentation) als Vorbildinstitution an der Spitze der Kärntner Museen stehen.

Wesentlich ist, dass das Landesmuseum in seiner derzeitigen Struktur kaum internationalen Museumsstandards standhält. Wohl sind die wissenschaftlichen Leistungen des Hauses unbestritten, aber wenn man bedenkt, wie diese Spitzenleistungen angesichts der eher bedenklichen räumlichen, personellen, struk-

turellen und vor allem finanziellen Situation zustande kommen, muss ein gemeinsamer Wille nach einer Erneuerung des Landesmuseums allen Entscheidungsträgern ein großes Anliegen sein.

EDV

Die Zusammenarbeit mit der Fa. Intercon wurde weiter verlängert. Ziel war für 2003 einen Server anzukaufen, der die gegenwärtige Speicherproblematik löst. Nachdem bis zum Frühsommer das System relativ stabil lief, hat sich die ZG, nach Beratung mit der EDV-Abteilung, entschlossen, den Serververkauf für ein Jahr zurückzustellen und dafür im Benutzer- (neue Computer, Bildschirme und Drucker) und Softwarebereich verstärkt zu investieren. Dies war vor allem dadurch notwendig, dass zahlreiche Mitarbeiter auf sehr alten Geräten arbeiten mussten und ein neuer Server zwar die Kapazitäten des Netzes eindrucksvoll erhöht hätte, aber ohne dass die Benutzer das auch ausnutzen hätten können.

Beim Ankauf der neuen Computer wurde viel Augenmerk auf die Bedienbarkeit der Geräte gelegt. Alle wurden mit neuen, platzsparenden Flachbildschirmen und – wo gewünscht – mit Funkmaus ausgestattet. Ebenso wichtig war die Entscheidung alle neuen Computer ausschließlich mit lizenzierter Software zu bestücken.

Restaurierung

2003 wurde das Restaurierungsbudget wesentlich erhöht. Dadurch konnten einige Arbeiten wie z. B. die Restaurierung der Eisenfunde von Führholz, die Metall-, Bein-, Glas- und Keramikfunde der Ausgrabungen von Frög sowie die Ausgrabungsfunde von Globasnitz und Hemmaberg an auswärtige Restauratoren vergeben werden. Die Restaurierung eines gotischen Reliefs aus der Abteilung Kunstgeschichte konnte ebenfalls abgeschlossen werden. Hier waren die Kosten relativ moderat, da es sich um ein Diplomarbeitprojekt handelte.

Die Arbeiten in der Restaurierwerkstätte sollten 2003 nach einer Prioritätenliste neu organisiert und zeitlich effizienter geplant werden. Dieses angestrebte Ziel konnte leider nicht erreicht werden, da die Personalressourcen für die Restaurierung besonders knapp bemessen waren und außerdem ein intensives Monitoring der Arbeiten durch die ZG aus Kapazitätsgründen nicht möglich war. Das Restaurierungspersonal ist auch sehr oft für anderwärtige Arbeiten im Museum herangezogen worden und somit konnten ursprünglich vereinbarte Fertigstellungstermine oft nicht eingehalten werden. Hier zeigt sich sehr deutlich, dass der Restaurierwerkstätte ein Abteilungsleiter fehlt.

Gegen Ende des Jahres konnte die Personalsituation in der Restaurierwerkstätte verbessert werden. Mit Hilfe des AMS wurden eine akademische Restauratorin (Schwerpunkt: Metallobjekte) und eine Hilfskraft

aufgenommen. Dies soll kurz- bis mittelfristig für eine wesentliche Erhöhung der Produktivität sorgen.

Besucherstatistik

Die ZG hat 2003 intensiv am Aufbau einer Besucherstatistik gearbeitet, die einerseits transparent sein, aber auch für den leichteren Vergleich über die Jahre aussagekräftige Informationen bieten sollte. Da 2003 noch kein elektronisches Kassensystem zur Verfügung stand, wurden einheitliche Parameter für die Erfassung von Besucherdaten mittels Formblättern erarbeitet, die auch in den Außenstellen zur Anwendung kamen.

Gute und nachvollziehbare Daten haben allerdings nur das Haupthaus, der Wappensaal und die Außenstelle Teurnia geliefert. Auf dem Magdalensberg wurden durch den ständigen Wechsel des Kassenspersonals und auch durch die Doppelbelastung der auch als Führer tätigen Kassiere die Formblätter nur ungenügend ausgefüllt. Selbstverständlich gibt es Echtdata aus den Ticketverkäufen.

Die allgemeine Entwicklung der Besucherzahlen verlief 2003 überaus positiv – ein Aufwärtstrend, der sich bereits seit 2002 bemerkbar machte! So konnte die Besucherzahl im Haupthaus um 42 % und im Wappensaal um 44 % gesteigert werden. Leichte Besucherrückgänge gab es in Teurnia. Einen sehr großen Einfluss hatte offensichtlich der heiße Sommer auf dem Magdalensberg. Hier war ein Besucherrückgang von 21 % zu verzeichnen.

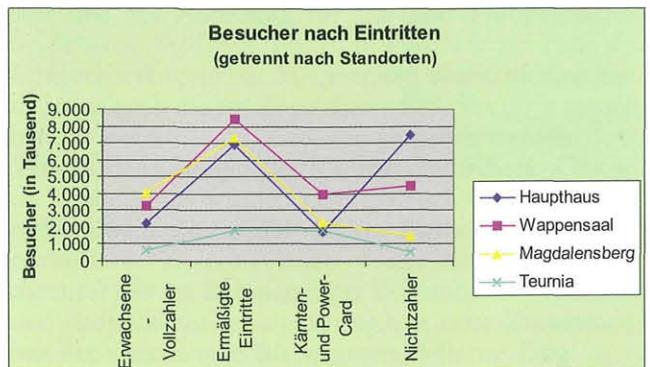
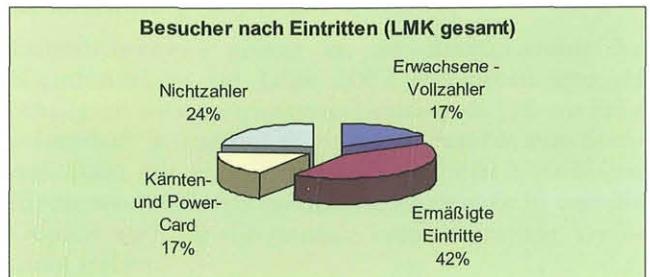
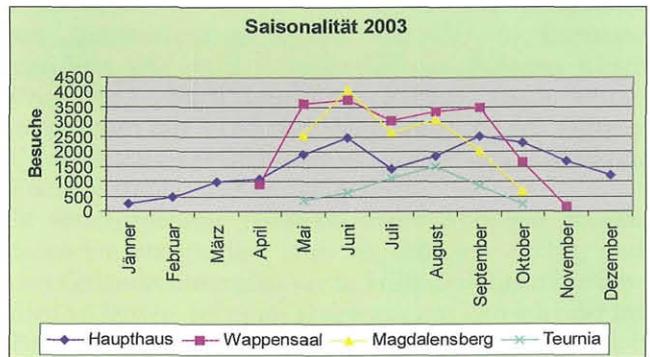
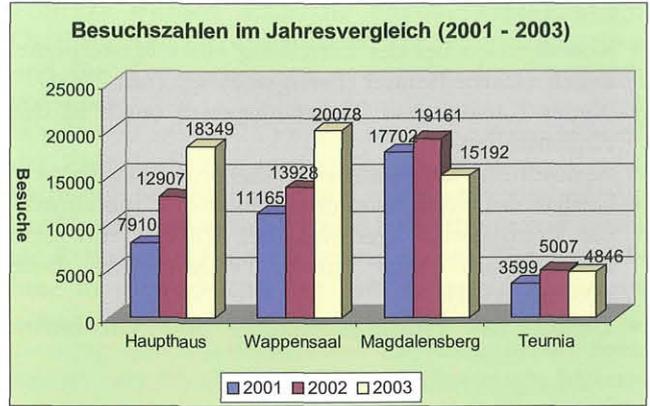
Das Landesmuseum ist eines der wenigen Museen in Österreich, das keinen Besucherrückgang zu verzeichnen hatte. Insgesamt hatte das LMK mit allen Außenstellen um 14,6 % mehr Besuche zu verzeichnen als das Jahr davor.

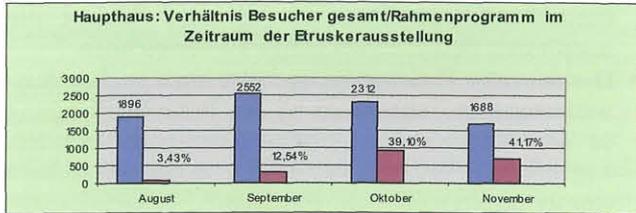
Die Gründe für die positive Besucherentwicklung sind sehr vielfältig und können nach einer eingehenden Analyse (allerdings ohne Besucherbefragung) wie folgt interpretiert werden:

- Attraktive Sonderausstellungen im Haupthaus
- Zuwachs im Haupthaus ist zum Großteil auf die angebotenen Zusatzprogramme zurückzuführen (siehe Tabelle im Anhang)
- Neuentwickelte Schulprogramme und Workshops haben die Anzahl der Schulbesuche erhöht (das Potential ist allerdings noch lange nicht ausgeschöpft)
- Die verstärkte Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Institutionen hat das LMK auch als Veranstaltungsort positioniert
- Das LMK war medial stärker präsent (höheres Marketingbudget, Optimierung des Einsatzes von verschiedenen Marketingtools)
- Wappensaal und Haupthaus profitierten vom heißen Sommer. Die Touristen suchten Zuflucht in den ‚kühleren‘ Städten
- Der Magdalensberg war eindeutig Opfer des heißen Sommers, so waren vor allem in den normalerweise

besucherstärksten Monaten Juli und August die massivsten Besucherrückgänge zu verzeichnen

- Die deutsche Ferienordnung hatte auch leichte Auswirkungen in Teurnia, so ist der Besucherrückgang in den Monaten Juni und Anfang Juli besonders augenfällig (Teurnia hat unter seinen Besuchern immer traditionell viele Touristen)





Ziele 2004

- Koordination bei der Erstellung eines Masterplanes durch externe Berater (Fertigstellung: Juni 2004)
- Neues Kassen- und Ticketingsystem (auch in den Außenstellen)
- Neuordnung der finanziellen Gebarung des Shops
- Umbau des Großglocknerraumes in eine multimediale Erlebniswelt (gemeinsames Projekt mit dem Nationalpark Hohe Tauern; Fertigstellung: Ende Februar 2004)
- Umbau des Eingangsbereiches und Vorraumes:

Neugestaltung des Shops und Errichtung eines Museumscafés (in Zusammenarbeit mit der LIG; Fertigstellung: Juni 2004)

- Schaffung von Sonderausstellungsflächen im Erdgeschoss (Südtrakt) mit gleichzeitiger Auslagerung der Archäologiebüros in angemietete Gebäude
- Anmietung von Depotflächen
- Ausbau des Bibliotheksspeichers um zwei Räume
- Neuaufstellung der Mineralogie & Umsiedlung der Paläontologie
- Besucherbefragung zur Evaluierung von Serviceleistungen
- Änderung der Öffnungszeiten
- Einführung der elektronischen Zeiterfassung
- Einführung der Gleitzeit
- Verstärkte Suche nach Sponsoren und Kooperationspartnern
- Korrekte Kostenschätzung bevorstehender Projekte und Sonderausstellungen

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Rudolfinum- Jahrbuch des Landesmuseums für Kärnten](#)

Jahr/Year: 2004

Band/Volume: [2003](#)

Autor(en)/Author(s): Waltl Christian

Artikel/Article: [Bericht der zentralen Geschäftsstelle. 31-38](#)