

Bremerhaven, 27.08.2007

Vorlage Nr. IV/24/2007
für den Magistrat

Anzahl Anlagen: 2

Anpassung der Eintrittspreise und Darstellung der Einnahmeentwicklung im Historischen Museum Bremerhaven

A Problem

Durch die Controllingabteilung der Kämmerei wurde 2006 und Anfang 2007 moniert, dass trotz relativ konstanter Besucherzahlen im Historischen Museum Bremerhaven seit dem Jahr 2004 ein Rückgang der Einnahmen zu verzeichnen sei, so dass nicht einmal als durchschnittliche Einnahme pro Besucher/in der Preis der günstigsten Eintrittskarte für ein Kind in einer Gruppe (1,60 €) erreicht würde. Gleichzeitig wurde das Historische Museum Bremerhaven beauftragt, Steuerungsmaßnahmen zur Verbesserung der Einnahmesituation zu prüfen.

Bei der Berechnung der Controllingabteilung wurde allerdings nicht berücksichtigt, dass Schulklassen zwar im Historischen Museum Bremerhaven freien Eintritt haben, die Eintrittsgelder jedoch nachträglich durch die Sparkasse Bremerhaven (für Bremerhavener Schulkassen) und die Kreissparkasse Wesermünde-Hadeln (für auswärtige Schulklassen) erstattet werden. Unter Berücksichtigung dieser zusätzlichen Einnahmen, die jeweils im darauffolgenden Haushaltsjahr dem Einnahmetitel des Historischen Museums Bremerhaven zufließen, ergibt sich für die Jahre 2002 bis 2005 ein Einnahmedurchschnittswert von 1,64 € pro Besucher/in, der somit das von der Controllingabteilung beschriebene Minimalziel erreicht (vgl. Anlage 1).

Bei der Analyse der Besucherzahlen (vgl. Anlage 2) ist dennoch festzustellen, dass im zugrundeliegenden Untersuchungszeitraum ein Rückgang der zahlenden Museumsbesucher stark ins Gewicht fällt. Der Rückgang der zahlenden Besucher manifestiert sich auf gleichbleibendem Niveau seit der Eröffnung des Deutschen Auswandererhauses, so dass davon ausgegangen werden muss, dass diese neue Einrichtung durch ein attraktives Angebot, das mit Hilfe professionellem Werbeaufwands überregional vermarktet wird, zur Zeit neben dem Zoo am Meer den Hauptanziehungspunkt in Bremerhaven darstellt.

Neben den Eintrittsgeldern ist im gleichen Zeitraum auch ein Rückgang der Einnahmen aus Veranstaltungen zu verzeichnen. Dies beruht zum einen auf der geringeren Zahl der kostenpflichtigen Buchungen von museumspädagogischen Aktionsangeboten und zum anderen auf der geringeren Zahl von Vermietungen des Veranstaltungssaals. Auch hier ist zu vermuten, dass durch zusätzliche Angebote seitens des Deutschen Auswandererhauses eine attraktive Alternative zu den Angeboten des Historischen Museums Bremerhaven entstanden ist. Es ist zu erwarten, dass im Bereich der kostenpflichtigen Vermietungen sich dieser Trend nach Eröffnung der Veranstaltungsorte im Atlantic Hotel Sail City und im Klimahaus fortsetzen wird.

B Lösung

1. Bereits getroffene Maßnahmen zur Verbesserung der Einnahmesituation

Zur Verbesserung der Einnahmesituation in den Bereichen Eintrittspreise und Veranstaltungen hat das Historische Museum Bremerhaven mehrere Maßnahmen in Angriff genommen.

1.1 Eintrittspreiserhöhung

Aufgrund des Votums des Ausschusses für Schule und Kultur am 28.11.2006 hat das Historische Museum Bremerhaven die Eintrittspreise ab dem 01.01.2007 angepasst.

Gruppe	Eintritt alt EUR	Eintritt neu EUR
Erwachsene	3,20	4,00
Kinder	2,20	2,50
Ermäßigungsberechtigte	2,20	3,00
Familienkarten	7,50	10,00
Kinder (Gruppe)	1,60	2,00
Familienjahreskarte	22,00	30,00
Einzeljahreskarte	16,00	25,00

Aufgrund eines verwaltungstechnischen Versehens wurde das Votum des Ausschusses für Schule und Kultur nicht dem Magistrat mitgeteilt, so dass hierfür der Magistrat nachträglich um Zustimmung gebeten wird.

Eine Untersuchung der Eintrittspreiseinnahmen im 1. Halbjahr 2007 ergibt, dass durch diese Maßnahme die durchschnittliche Einnahme pro Besucher/in auf 1,85 € gesteigert werden konnte. Dies ist gegenüber dem Durchschnittswert von 2006 eine Steigerung um 16,3 % (vgl. Anlage 1).

1.2 Attraktive und gut beworbene Sonderausstellung

Im Jahr 2007 zeigt das Historische Museum Bremerhaven die Sonderausstellung „Der Norddeutsche Lloyd - Lloydstadt Bremerhaven“ als Kooperationsprojekt mit dem Deutschen Schiffahrtsmuseum und dem Focke-Museum in Bremen. Durch diese Kooperation ließ sich nicht nur ein großes Thema attraktiv präsentieren, sondern durch ein gemeinsames und aufeinander abgestimmtes Marketing wird auch ein größeres Einzugsgebiet beworben. Die BIS unterstützt erstmalig überregional eine Sonderausstellung des Historischen Museums Bremerhaven mit einer großformatigen Plakatkampagne. Es ist zu erwarten, dass sich durch diese Marketingmaßnahmen die Besucherzahlen erhöhen werden.

Grundsätzlich gilt jedoch, dass das Historische Museum Bremerhaven über keinen Marketingetat verfügt, um selbst über Werbeanzeigen und Plakatierungskampagnen für seine Sonderausstellungen oder das Museum zu werben. Für Eigenwerbung stehen lediglich jährlich 4.050,00 EUR zur Verfügung, die für Museumsprospekte u. ä., die auch die BIS verteilt, benötigt werden.

1.3 Kombikarte mit dem Deutschen Schiffahrtsmuseum

Im Rahmen der gemeinsamen Bremischen Landesausstellung 2007 zum Norddeutschen Lloyd bieten Deutsches Schiffahrtsmuseum, Focke-Museum und Historisches Museum Bremerhaven eine gemeinsame Kombikarte für Besucher der drei Sonderausstellungen an. Dadurch soll ein attraktives Angebot geschaffen werden, um auch verstärkt Besucher/innen aus Bremen zu werben.

Darüber hinaus haben das Deutsche Schiffahrtsmuseum und das Historische Museum Bremerhaven beschlossen, auch nach der Bremischen Landesausstellung dauerhaft eine Kombikarte anzubieten, mit der man beide Museen zu einem vergünstigten Preis aufsuchen kann. Damit soll nicht nur ein attraktives Angebot geschaffen werden, sondern es ist auch damit die Erwartung verbunden, dass beide Museen stärker an den Besuchern der jeweils anderen Einrichtung partizipieren und es dadurch auch zu Einnahmeverbesserungen kommt.

Eine Kombikarte mit dem Deutschen Auswandererhaus ist hingegen vom Betreiber des Deut-

schen Auswandererhauses abgelehnt worden.

1.4 Verbesserung des museumspädagogischen Angebots

Im Bereich der Museumspädagogik werden viele Angebote, die das Historische Museum Bremerhaven innovativ entwickelt, von anderen Museen adaptiert, wodurch es zu Abnutzungerscheinungen und Attraktivitätsverlusten kommt. Um dem entgegen zu steuern, ist es notwendig, immer wieder neue Angebote zu schaffen, um die „Marktführerschaft“ zurück zu erobern. Allerdings stehen hierfür im Museumshaushalt lediglich 260,00 EUR jährlich zur Verfügung.

Die Museumspädagogin des Historischen Museums Bremerhaven hat 2006/07 zusammen mit der Sparkasse Bremerhaven als Sponsor das Konzept des „Mobilen MitmachMuseums“ entwickelt. Das Konzept sieht vor, für jede Abteilung der Dauerausstellung eine mobile Station zu entwickeln, mit der man die Geschichte Bremerhavens auf spielerische Weise aktiv kennen lernen kann.

Die erste fahrbare Station des „Mobilen MitmachMuseums“ wurde im Mai 2007 in Betrieb genommen und wird seitdem verstärkt kostenpflichtig gebucht. Durch den Ausbau des Projekts für die weiteren Abteilungen wird eine Attraktivitätssteigerung für die Zielgruppe der Schulklassen und Kindergruppen erwartet.

1.5 Kooperation mit der Deutschen Bahn

Ende 2006 ist das Historische Museum Bremerhaven eine Kooperation mit der Deutschen Bahn eingegangen. Im Rahmen des Projekts „Klasse unterwegs“ wirbt die Deutsche Bahn für das Historische Museum Bremerhaven als Ausflugsziel von Schulklassen. Damit ist die Erwartung verbunden, mehr auswärtige Schulklassen zu einem Besuch im Historischen Museum Bremerhaven zu animieren.

1.6 Reduzierung der Besucher/innen mit freiem Eintritt

Der von der Controllingabteilung bemängelte niedrige Durchschnittswert an Einnahmen pro Besucher/in beruht im Wesentlichen auf dem hohen Anteil an Besuchern/innen mit freiem Eintritt (vgl. Anlage 2). Um dem Bildungsauftrag des Museums gerecht zu werden und um neue Besucherschichten zu erschließen, beschloss der Ausschuss für Schule und Kultur in der Eröffnungsphase des Museums an der Geeste in Absprache mit der Bremerhaven-Werbung, dass jährlich bei Großveranstaltungen das Museum bei freiem Eintritt besucht werden könne. Dazu zählte von Anfang an das Wochenende an der Geeste. Später kamen der Familiensonntag (freier Eintritt für Familien) und der Muttertag (freier Eintritt für Mütter) hinzu. An beiden Aktionstagen wird ein zielgruppenspezifisches Programm angeboten. Weiterhin ist bei der Langen Nacht der Kultur bei allen teilnehmenden Einrichtungen der Eintritt frei.

Ab 2007 wird das Museum nur noch beim Wochenende an der Geeste und bei der Langen Nacht der Kultur bei freiem Eintritt besucht werden können.

2. Weitere mögliche Maßnahmen zur Verbesserung der Einnahmesituation

Das Historische Museum Bremerhaven sieht eine Reihe von weiteren Möglichkeiten, die Einnahmesituation - aber auch die Attraktivität des Museums - zu verbessern. Diese Maßnahmen bedürfen jedoch einer Überprüfung hinsichtlich ihrer finanziellen und organisatorischen Machbarkeit. Die Machbarkeitsprüfung soll in den nächsten Monaten erfolgen.

Zum Maßnahmenkatalog zählen insbesondere:

2.1 Einbindung in das touristische Marketingkonzept

Die Einnahmesituation des Historischen Museums Bremerhaven könnte verbessert werden, wenn für das städtische Museum seitens der Bremerhaven-Werbung ebenso intensiv wie für die anderen touristischen Einrichtungen geworben würde. In der Integration in das touristische Marketingkonzept von Bremerhaven liegt für das Historische Museum Bremerhaven ein starkes Attraktivitätspotential.

2.2 Schaffung eines Werbeetats

Neben der professionellen Ganzjahreswerbung durch die Bremerhaven-Touristiker sollte das Historische Museum Bremerhaven in die Lage versetzt werden, aus eigener Kraft gezielte Werbemaßnahmen im Rahmen von Sonderprojekten zu treffen. Zur Zeit können Veranstaltungen und Sonderaktionen nur durch traditionelle Werbemaßnahmen wie Mailing beworben werden. Die Effektivität und zielgruppenspezifische Wirkung von Veranstaltungen lässt sich erfahrungsgemäß durch außergewöhnliche Werbemaßnahmen steigern.

2.3 Verbesserung der Anbindung an das Tourismusressort Alter/Neuer Hafen

Alle bisherigen Besucherumfragen im Historischen Museum Bremerhaven brachten als Ergebnis, dass die auswärtigen Besucher/innen mit den Hinweisen auf das Historische Museum Bremerhaven höchst unzufrieden waren. Bemängelt wurde sowohl die geringe Werbung für das Museum als auch die mangelhafte Ausschilderung in der Stadt. Um die zukünftigen Besucherströme in Bremerhaven nicht ganz an dem Historischen Museum Bremerhaven vorbei zu lenken, ist es notwendig, das Museum an der Geeste stärker an das Tourismusressort Alter/Neuer Hafen anzubinden.

2.4 Schaffung eines Sonderausstellungsetats

Ein zentrales Mittel der Besuchersteigerung sind attraktive Sonderausstellungen. Da das Historische Museum Bremerhaven über keinerlei Eigenmittel zur Präsentation von Sonderausstellungen verfügt, ist es jedoch nur sehr eingeschränkt möglich, überregionale Aufmerksamkeit erregende Sonderausstellungen anzubieten. Durch einen Etat für Sonderausstellungen würde es gelingen, durch einen höheren Eigenanteil mehr Drittmittel einzuwerben. Dadurch würden attraktivere Sonderausstellungen ermöglicht, die wiederum die Grundlage für ein verbessertes Marketing bilden.

2.5 Attraktivitätssteigerung des Veranstaltungssaals

Die Einnahmen aus Sonderveranstaltungen im Saal des Historischen Museums Bremerhaven machen rund 23 % der Gesamteinnahmen aus. Dieser Prozentsatz ließe sich steigern, wenn der Veranstaltungssaal über ein besseres Erscheinungsbild und eine moderne Veranstaltungstechnik verfügen würde. Nach 16 Betriebsjahren hat der Saal eine bauliche und technische Runderneuerung nötig, die von der Sanierung des Fußbodens bis hin zur Bestuhlung und zeitgemäßer Projektions- und Computertechnik reicht. Gerade Firmen als Mieter des Saals stellen hohe Anforderungen, die der Veranstaltungssaal oftmals technisch und optisch nicht erfüllen kann. Da der Etat zur Bauunterhaltung bei Seestadt Immobilien für solche Maßnahmen nicht ausreicht, müssten für diese Maßnahme zur Attraktivitätssteigerung des Veranstaltungssaals Drittmittel eingeworben werden.

2.6 Schulklassenprojekt Bremen-Bremerhaven

Im Schuljahr 2005/2006 wurde mit Fördergeldern das Schulklassenprojekt „Unbekannte Schwestern. Bremerhavener entdecken Bremen - Bremer entdecken Bremerhaven“ durchgeführt, in dessen Rahmen Bremer Schulklassen das Historische Museum Bremerhaven besuch-

ten und Bremerhavener Schulklassen das Focke-Museum, um das Wissen über die jeweils andere Stadt zu vertiefen. Auch wenn bei diesem Projekt keine hohen Einnahmen erzielt wurden, so zeigte sich bei der Maßnahme, dass es außerordentlich wichtig ist, das Historische Museum Bremerhaven stärker in Bremen zu vermarkten und bekannt zu machen, da die Vorurteile über Bremerhaven groß und der Kenntnisstand zur Geschichte von Bremerhaven erschreckend gering bei Bremer Schülern/innen ist. Hierbei geht es nicht nur um potentielle Museumsbesucher/innen, sondern auch um die Identitätsstiftung der beiden Landesstädte, die offenkundig stark verbesserungswürdig ist. In diesem Bereich kann das Historische Museum Bremerhaven mehr als andere Institutionen einen wichtigen Beitrag leisten.

C Alternative

Auf eine Attraktivitätssteigerung und Verbesserung der Einnahmesituation des Historischen Museums Bremerhaven wird verzichtet.

D Finanzielle Auswirkungen

Durch die unter B. 1 eingeleiteten Maßnahmen sind Einnahmeverbesserungen und vor allem Attraktivitätssteigerungen zu erwarten.

E Beteiligungen

Keine.

F Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit erfolgt über den Pressedienst des Magistrats.

G Beschlussvorschlag

Der Magistrat erteilt der Eintrittspreisenerhöhung nachträglich seine Zustimmung und nimmt die unter B. 1 eingeleiteten Maßnahmen zur Kenntnis.

Dr. Paulenz
Stadtrat