

**Haus der Geschichte Österreich – HGÖ**  
**Zusammenfassung – Executive Summary**  
vorgelegt von der ARGE *Haas & Lordeurop*  
im Juni 2009

Die Österreichische Bundesregierung<sup>1</sup> hat die ARGE *Haas & Lordeurop* beauftragt, ein Detailkonzept für ein „Haus der Geschichte Österreich (HGÖ)“ zu verfassen. Damit begann ein neues – und hoffentlich letztes! – Kapitel in der langen und auch höchst kontroversiellen Projektgeschichte.

Österreich befindet sich mit diesem Projekt in einem Wettbewerb mit einer Reihe derzeit entstehender europäischer und internationaler Einrichtungen.

Alle Projekte eint der Wunsch, Foren zu schaffen, die Wissensvermittlung und Lernen nicht als Einbahnstraße verstehen. Vielmehr sollen Inhalte im Austausch zwischen Publikum und ExpertInnen erarbeitet werden. Zielgruppenorientierte Angebote wollen die Besucherinnen und Besucher motivieren, sich aktiv und reflexiv mit ihrer Geschichte auseinanderzusetzen, ihre Meinung abzuwägen, um sich schließlich selbst ein Urteil zu bilden.

Der Auftraggeber dieser Studie bekennt sich im Ausschreibungstext für das Haus der Geschichte für eine schnelle und zügige Umsetzung.

Bemerkenswert ist, wie einhellig die über 90 MeinungsführerInnen und künftigen NetzwerkpartnerInnen sowie die TeilnehmerInnen der drei Fokusgruppengespräche sich für die Realisierung des Projekts „Haus der Geschichte Österreich“ aussprechen.

Im Dezember 2008 sprach sich eine überwältigende Mehrheit der ÖsterreicherInnen [Anm. Österreichweite repräsentative Online-Befragung: Nettostichprobe n = 350 und offene Befragung: Nettostichprobe n = 292] dafür aus, eine Institution zu schaffen, die Wissen über die Geschichte des Landes vermittelt. Nur 6% waren dagegen.

Wie die Befragungen der MeinungsführerInnen ergaben, besteht jedoch eine gewisse Skepsis, ob dieses Projekt auch wirklich einmal umgesetzt wird. Immer wieder monierten VertreterInnen der Kultur-, Museums- und Forschungsszene aber auch der Medien, dass schon zahlreiche Versuche gestartet wurden, die nie aus dem Konzeptstadium hinausgekommen wären.

Die Öffentlichkeit erwartet von der Politik ein Bekenntnis zu diesem Projekt.

Die ARGE *Haas & Lordeurop* erarbeitete von November 2008 bis März 2009 ein inhaltliches Detailkonzept in engem Austausch mit dem Auftraggeber, vertreten durch den Lenkungsausschuss. Im Laufe der Konzepterstellung wurde dabei der Wunsch geäußert, drei verschieden dimensionierte Optionen zu erstellen.

Im folgenden wird das dreibändige Konzept überblicksartig zusammengefasst:

Teil 1: Bestands-, Bedarfs-, Marktanalyse und inhaltliches Konzept für Haus und Website

Teil 2: Raum- und Funktionsprogramm, Organisationsentwicklung, Betriebsplanung und Finanzen, Standort-Parameter

Teil 3: Bewertung der drei Optionen, Kooperationen, Umsetzungs- sowie Zeitplan

Für vertiefende Informationen empfehlen wir, in das Detailkonzept Einsicht zu nehmen.

Der Anspruch an die AuftragnehmerInnen war hoch, soll sich doch diese neu zu schaffende Institution durch innovativen Inhalt und Vermittlung deutlich von vergleichbaren europäischen und internationalen Einrichtungen unterscheiden. Gefordert wurde kein traditionelles Museum, sondern ein Konzept für eine neuartige Kultureinrichtung, die die österreichische Geschichte des 20. Jahrhunderts mit ihren Wurzeln im 19. Jahrhundert thematisiert und einem möglichst breiten Publikum vermittelt.

---

<sup>1</sup> vertreten durch das Bundeskanzleramt, Bundesministerium für Finanzen, Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur sowie Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung.

Gewünscht wird eine eigenständig agierende Einrichtung ohne eigene Sammlung, schwerpunktmäßig finanziert von der Republik Österreich, die auf die inhaltliche Gestaltung jedoch keinen direkten Einfluss nehmen will.

## Empfehlungen

---

Wir empfehlen dringend, bald ein starkes Zeichen zu setzen, dass das Projekt Haus der Geschichte mit ganzer Kraft weiterverfolgt wird.

Die Mitarbeit der LeiterInnen von Archiven und Sammlungen während der Konzepterstellung beweist, dass sie zu kooperieren bereit sind. Von Seiten der Sammlungen und Archive wurden bereits große Vorleistungen getroffen. Wir plädieren dafür, dass diese Arbeitskreise – vor allem der Archive der Audio-visuellen Medien, weiter fortgesetzt werden.

Wir schlagen folgende erste Schritte vor:

- 1. Entscheidung für eine der drei vorgeschlagenen Optionen,**
- 2. Einrichten einer Informations-Plattform** auf einer der Websites des Auftraggebers zur **Information der Öffentlichkeit über den Projektverlauf** sowie zur Interaktion mit der Bevölkerung,
- 3. Information der KooperationspartnerInnen,**
- 4. Erstellen eines Kommunikationskonzepts** zur Information von Presse und Medien,
- 5. Entscheidung über den Standort,**
- 6. Entscheidung für einen neuen Namen** und die dazugehörige Internetadresse sowie Sicherung des Copyrights für den gewählten Namen,
- 7. Gründung eines ProponentInnen Komitees,**
- 8. Gründung eines Projektbüros und Bestellung des Leiters oder der Leiterin**  
Der/die ProjektleiterIn baut das interne Projektteam für die Umsetzungsplanung auf und zieht, je nach Bedarf, in den einzelnen Projektphasen auch externe BeraterInnen bei.

## Vision und Zielsetzung des künftigen Hauses der Geschichte

---

### Vision

Das Haus der Geschichte soll ein lebendiger und dynamischer Ort sein, an dem unter aktiver Beteiligung der BesucherInnen und in Kooperation mit Forschung, Lehre und historischen Sammlungen eine reflektierte Auseinandersetzung mit österreichischer Geschichte in ihrem europäischen und internationalen Kontext stattfindet.

Das HGÖ soll unterhaltender Bildungsort und gleichzeitig Verhandlungsraum sein, der für alle leicht zugänglich ist, und in den unterschiedliche Perspektiven eingebracht werden können. Menschenwürde, Menschenrechte und Demokratie sollen dabei leitende Gedanken sein, und das Verständnis für sie gestärkt werden. Die Einrichtung erhebt den Anspruch, das allgemeine Geschichtswissen zu erweitern, auf historische Entwicklungen und Zusammenhänge aufmerksam zu machen, die zukünftigen Entwicklungen des Landes und seiner Bevölkerung zu thematisieren und den demokratiepolitischen Prozess zu stärken.

## Zielsetzungen

Neben der Darstellung der großen kanonisierten historischen Ereignisse aus Politik-, Wirtschafts-, Sozial- und Kulturgeschichte wird der Blick auch auf bisher wenig Bekanntes gerichtet, insbesondere auf Alltagsgeschichte in den verschiedenen Regionen.

- Die Menschen mit ihren Wünschen und Bedürfnissen stehen im HGÖ im Mittelpunkt. Respekt vor der Meinung Andersdenkender und Bereitschaft zum Dialog sind zentrale Werte.
- Das HGÖ bietet sowohl in einem realen Haus als auch auf seiner Website ein reiches Programm an Veranstaltungen und Ausstellungen, die sich in erster Linie durch ihren partizipatorischen Charakter und ihre multiperspektivische Herangehensweise auszeichnen.
- Hoher Qualitätsanspruch leitet die Geschichtsvermittlung, die mittels adressatenorientierter Programme jede Schwellenbildung vermeiden hilft und zu Erfahrungsaustausch und Debatte motiviert.
- Das HGÖ will alle interessierten Menschen gewinnen – Familien, NeueinsteigerInnen, ExpertInnen, Geschichtsinteressierte, LehrerInnen und SchülerInnen, neue MitbürgerInnen und Gäste des Landes mit ihren jeweiligen kulturellen, ethnischen und religiösen Hintergründen. Als besondere Zielgruppe seien Jugendliche genannt.

## Die Grundideen des Konzepts

### 1. „Geschichtsspeicher Österreich“

Er erstreckt sich über das ganze Land und über die Staatsgrenzen hinaus. Es sind Museen, Archive, Gebäude, private Sammlungen in Familien, die materielle und immaterielle Zeugnisse der Geschichte verwahren, pflegen und vermitteln. Das Haus der Geschichte übernimmt die Vermittlungsfunktion, legt Pfade zu den einzelnen Zeugnissen, macht diese zugänglich, thematisiert sie und stellt sie in einen Kontext.

Das HGÖ ist an „zwei Brennpunkten“ präsent: im digitalen Netz und in einem realen Haus. Beide Orte sind in ihrer Bedeutung gleichwertig. Die Vorteile des jeweiligen Mediums, BesucherInnen anzusprechen, werden genutzt.

Ausgehend von den beiden Brennpunkten, dem HGÖ im Netz und dem realen Haus, soll ein „Geschichtnetz Österreich“ entstehen, das Verbindungen zwischen Sammlungen, Forschungseinrichtungen sowie den Menschen mit ihren individuellen Erinnerungen knüpft.

Das HGÖ fungiert im Netz als Präsentationsort, zentrale Plattform, Vermittlungsstelle und als Schnittstelle für seine NetzwerkpartnerInnen.

### 2. Das Haus im Netz

Die Website des HGÖ soll nicht nur eine angemessene Repräsentation des (realen) Hauses im Internet bieten, sondern darüber hinaus eine „Zweite Schiene“ des HGÖ sein.

Noch bevor das reale Haus fertig gestellt ist, soll die Website Öffentlichkeit und Interesse für das Projekt wecken und vertiefen. Zugleich soll sie auch über Fortschritte bei der Realisierung des physischen Hauses informieren und darüber hinaus eine beständige Interaktion und Kommunikation mit dem Publikum im ganzen Land ermöglichen.

Die HGÖ Website hat einerseits den Charakter einer *Plattform* für einen intensiven Austausch, andererseits den eines *Netzwerks*, zu dem die KooperationspartnerInnen durch direktes zur Verfügung Stellen von Content aktiv beitragen und darin auch direkt repräsentiert sein sollen.

Der Webauftritt ist deshalb breit und auf alle Alters- und Bevölkerungsgruppen ausgerichtet, ein Austausch von historisch interessierten BesucherInnen, WissenschaftlerInnen, ForscherInnen, Lehrenden, Studierenden und SchülerInnen soll ermöglicht werden. Diese Zielgruppen-Offenheit entspricht auch dem Charakter des Gesamtprojekts HGÖ, das versucht, sowohl historisch Interessierte als auch potentielle junge und weniger interessierte

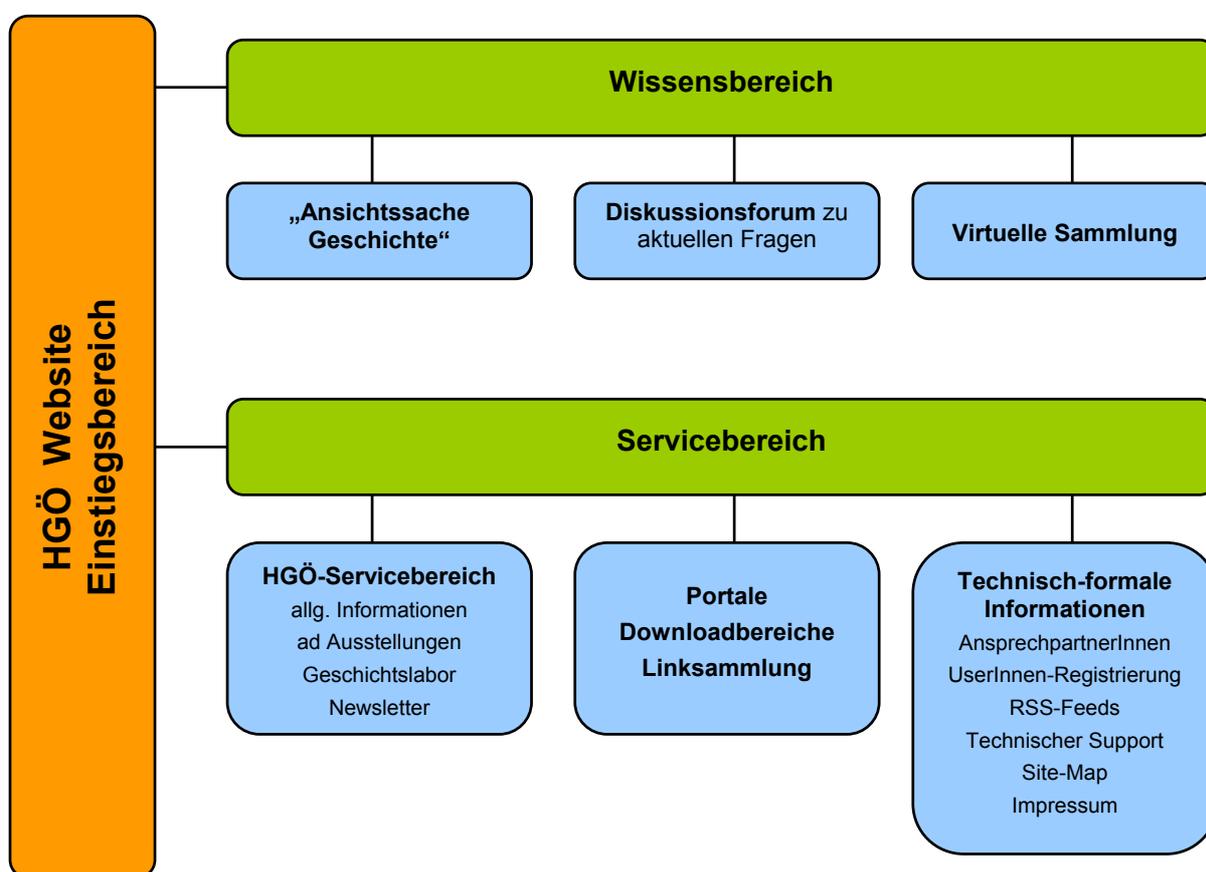
BesucherInnen anzusprechen und sich als gesamtgesellschaftliche Plattform zu Themen rund um die Geschichte Österreichs zu positionieren.

Ziel ist eine professionelle und ansprechend gestaltete, interaktive Website, die den UserInnen nicht nur Information und Service bietet, sondern auch dazu auffordert, Beiträge zu leisten, sich aktiv an der Diskussion zu beteiligen, mit fremden Perspektiven auf die selben Ereignisse und Themen in Kontakt zu treten und so den öffentlichen Diskurs zu intensivieren.

Ziel ist es weiteres, auch bei einem jüngeren, multimedial erfahrenen Publikum eine medienkritische Herangehensweise an die präsentierten Inhalte zu fördern.

Die HGÖ-Website fungiert als „Schnittstelle“ für Websites der NetzwerkpartnerInnen und gewährleistet auch eine regionale Streuung der Angebote des HGÖ.

Aufbauend auf dem Grundgerüst des Erstauftritts „Ansichtssache Geschichte“ ist ein stufenweiser Ausbau der Website vorgesehen. Zusätzliche Themenbereiche, Wissensbereiche, Serviceleistungen und neue Features lassen sich derart als eigene Module anschließen. Je nach Bedarf, Möglichkeit und Anlass kann so die Vertiefung eines Schwerpunkts oder die Präsentation von Veränderungen im Themenbereich und von Sonderausstellungen des HGÖ angeboten werden.



### 3. Das reale Haus

Das reale Haus soll informieren, überraschen und zu Eigenaktivität anregen. Es bietet einen permanenten und einen semipermanenten Ausstellungsbereich mit neuen Zugängen zu historischen Ereignissen und Themen, Sonderausstellungen, Veranstaltungen, sowie das so genannte Geschichtslabor, das mit innovativen Vermittlungsprogrammen nicht nur in den Ausstellungen präsent ist, sondern mit seinem reichen Angebot an Workshops, Seminaren, Symposien und Debattierkursen auch einzelne Zielgruppen betreut.

Die **Ausstellungsfläche** des HGÖ gliedert sich in fünf Bereiche, die auf unterschiedliche Dauer (permanent, semipermanent, ephemer) angelegt, alle aber dynamisch und flexibel sind:

1. Einstiegsbereich (= Ouvertüre)
2. Zeitschiene
3. Themenbereich
4. „Entlassungsraum“ (= Finale)
5. Wechsel-/Sonderausstellungen

Die Ausstellung wird nach einer strengen Dramaturgie aufgebaut:

Der **Einstiegsbereich** besteht aus einer Abfolge von zwei Räumen und soll die Besucherinnen und Besucher wie durch eine „Schleuse“ in den Ausstellungsbereich hineinführen (d.h. auch bewusst aus einer vorherigen Situation hinausführen, mithin transformieren) und auf die Fragestellungen und Themen des HGÖ einstimmen.

Die „**Zeitschiene**“ bildet den Kern des Ausstellungsbereichs. Sie bietet den Besucherinnen und Besuchern einen Überblick über die Geschichte der Republik und deren Wurzeln im 19. Jahrhundert. Sie ist permanent, kann jedoch ständig systematisch verändert, erweitert, vertieft und ergänzt werden.

Die „Zeitschiene“ stellt kanonisierte Daten neben neuen, zum Teil überraschenden und unbekannteren Daten vor. Zu einzelnen Daten werden Tiefenbohrungen angeboten, die es erlauben, zu den Wurzeln der Ereignisse vorzudringen.

In einem semipermanenten großen **Themenspiegel** wird eine Art Schlüssel zum Verständnis der politischen und gesellschaftlichen Entwicklung Österreichs angeboten. Querschnittsbegriffe wie „Grenzen“, „Lebenswelten“, „Hoffnungen“ strukturieren den Bereich. Objekte, Dokumente, Filme, Photomaterial, Alltagsgeschichten und Biographien werden immer wieder ausgetauscht, sodass neue Blickwinkel und Erzählungen zu neuen Fragestellungen führen.

Eine Art **Entlassungsraum** am Ende der permanenten und semipermanenten Ausstellungsbereiche schließt die mit dem Einstiegsbereich eröffnete Klammer.

Die dort zu Beginn aufgeworfenen Fragen sollen von den BesucherInnen hier nach dem Gang durch die Ausstellung auf verschiedene Arten beantwortet und auch von Beiträgen zu eigenen Fragestellungen ergänzt werden.

Ein reiches **Sonderausstellungs- und Veranstaltungsprogramm** – auch zu tagesaktuellen Themen – soll BesucherInnen an das Haus binden.

#### 4. Das Geschichtslabor

Die alles verbindende Klammer ist das Geschichtslabor. Es ist verantwortlich für den intensiven Dialog und die Zusammenarbeit mit den NetzwerkpartnerInnen – den nationalen und internationalen Forschungsinstituten, Museen und Archiven – und den BesucherInnen.

Hier werden innovative Ideen generiert, neue Themen in die Diskussion gebracht, Forschungsergebnisse einem breiten Publikum vermittelt, unterschiedliche Standpunkte und Meinungen immer wieder neu verhandelt.

Die MitarbeiterInnen des Geschichtslabors stehen im direkten Dialog mit dem Publikum und garantieren damit, dass sich BesucherInnen mit ihren Ideen und Meinungen einbringen können.

##### Das Geschichtslabor fungiert als

- **Bindeglied** zwischen den Einrichtungen des HGÖ und allen seinen NutzerInnen
- **Katalysator** für Aneignungsprozesse und Aktivitäten aller Menschen, die das HGÖ als Forum nutzen und den „Geschichtsspeicher“ mitgestalten
- **Vermittlungsinstanz** in der vernetzten Arbeit für Ausstellungen und Website
- **Generator** von avancierten Methoden und Standards der Geschichtsvermittlung
- **Drehscheibe und wichtiger Netzwerkknoten** für den (zeit)historischen Weiterbildungs- und Veranstaltungsbetrieb
- **Evaluator** aller Aktivitäten des HGÖ für Qualitätskontrolle und -sicherung.

## Zielpublikum

Gerade durch seine zwei Brennpunkte – die Website und das reale Haus – kann das HGÖ ein breites BesucherInnenpotential erreichen. Besondere Zielgruppen sind Jugendliche, die durch spezielle Programme angesprochen werden, die vor allem Partizipation ermöglichen. Das HGÖ erhebt aber auch den Anspruch mit der österreichischen Geschichte wenig vertraute Personengruppen, wie z.B. MigrantInnen und neue MitbürgerInnen zu erreichen. Für ausländische Gäste, die familiäre Beziehungen zu Österreich haben, wie etwa Kinder von EmigrantInnen und BürgerInnen aus Ländern der ehemaligen Donaumonarchie will das HGÖ Anziehungspunkt werden.

BesucherInnenprofil des HGÖ und BesucherInnenprognose:

- Die Potenzialanalyse ergibt für das HGÖ 52,5% lokale, 36,7% nationale und 11% internationale BesucherInnen.
- Da SchülerInnen eine der Hauptzielgruppen des HGÖ sind, ist - entsprechende Angebote vorausgesetzt - mit einem Schulklassenanteil von rund 30% zu rechnen.
- Mit einem vielfältigen Programmangebot ist eine vergleichsweise hohe BesucherInnenbindung mit ca. 40% Mehrfachbesuchen zu erreichen.
- Folgende Altersgruppenverteilung wird erwartet:  
20% bis zu 20-Jährige,  
32% 20 bis 40-Jährige,  
30% 40 bis 60-Jährige und  
18% über 60-Jährige.
- Die Besuchszahlen für das HGÖ werden sehr wahrscheinlich mit jenen mittlerer Kulturinstitutionen in Wien vergleichbar sein, wobei der Bundesländerbezug und die Relevanz für den Schulsektor sicherlich diese Zahlen eher am höheren Ende der Bandbreite ausfallen lassen.
- Für das erste Jahr werden 200.000 Besuche erwartet, um ca. 20-25% mehr als in den Folgejahren.

## Der Bau

Das Raumkonzept sieht multifunktionale Räume vor, die sich durch flexible Wände zu verschiedenen großen Raumeinheiten umbauen lassen. Damit kann Raum für verschieden große Sonderausstellungen bzw. Veranstaltungen für unterschiedliche Besuchszahlen geschaffen werden.

Das Haus soll barrierefrei sein und höchsten BesucherInnenkomfort bieten.

Diesen Anforderungen kann nur durch einen Neubau entsprochen werden.

### Funktionalitätskonzept

Das folgende Diagramm erläutert die Positionierung der einzelnen Bereiche.

Es zeigt, wie die Verkehrswege für BesucherInnen, Personal und Objekte angeordnet werden müssen. Diese Verkehrswege sollen sich nicht überschneiden.

In einer gut funktionierenden Ausstellungseinrichtung sind öffentliche und nichtöffentliche Bereiche sowie „nichtöffentliche Bereiche mit Objekten“ klar von einander getrennt.



---

## Standort

---

### Das HGÖ in Wien

Es wird vorgeschlagen, Wien als Standort für das Haus zu wählen. Hier lässt sich aus dem höchsten BesucherInnenpotential schöpfen. Allerdings ist mittels Wanderausstellungen und regem Austausch mit den NetzwerkpartnerInnen in den Bundesländern sicherzustellen, dass die einzelnen Bundesländer im HGÖ vertreten sind.

### Parameter

Für den Standort wird eine zentrale Lage empfohlen, möglichst in Anbindung an andere kulturelle Einrichtung, um Synergien zu nutzen und auch das touristische Publikum zu erreichen. Empfohlen wird eine gute Anbindung an das öffentliche Verkehrssystem.

---

## Trägerschaft

---

Die Frage der Trägerschaft wurde in den Sitzungen des Lenkungsausschusses erörtert. Dabei wurden als mögliche Organisationsformen eine Stiftung, eine GmbH oder eine wissenschaftliche Anstalt öffentlichen Rechts genannt. Die ARGE *Haas & Lordeurop* wurde aufgefordert, vor dem Hintergrund der Erfahrungen ähnlicher Institutionen im Ausland, einen Vorschlag für die Trägerschaft zu machen.

- Das Haus der Geschichte soll als Stiftung eingerichtet werden.
- Die Analyse internationaler Beispiele hat gezeigt, dass eine Stiftung die größtmögliche Unabhängigkeit sichert.
- Der Stiftungsrat soll mit acht bis neun Mitgliedern besetzt werden.
- Der/die Vorsitzende des Stiftungsrates sollte eine von der Bevölkerung respektierte Persönlichkeit sein.
- Ein wissenschaftlicher Beirat und ein Publikumsbeirat mit je sieben bis acht Mitgliedern soll dem/der DirektorIn des HGÖ in seinen/ihren Funktionen beratend zur Seite stehen.

---

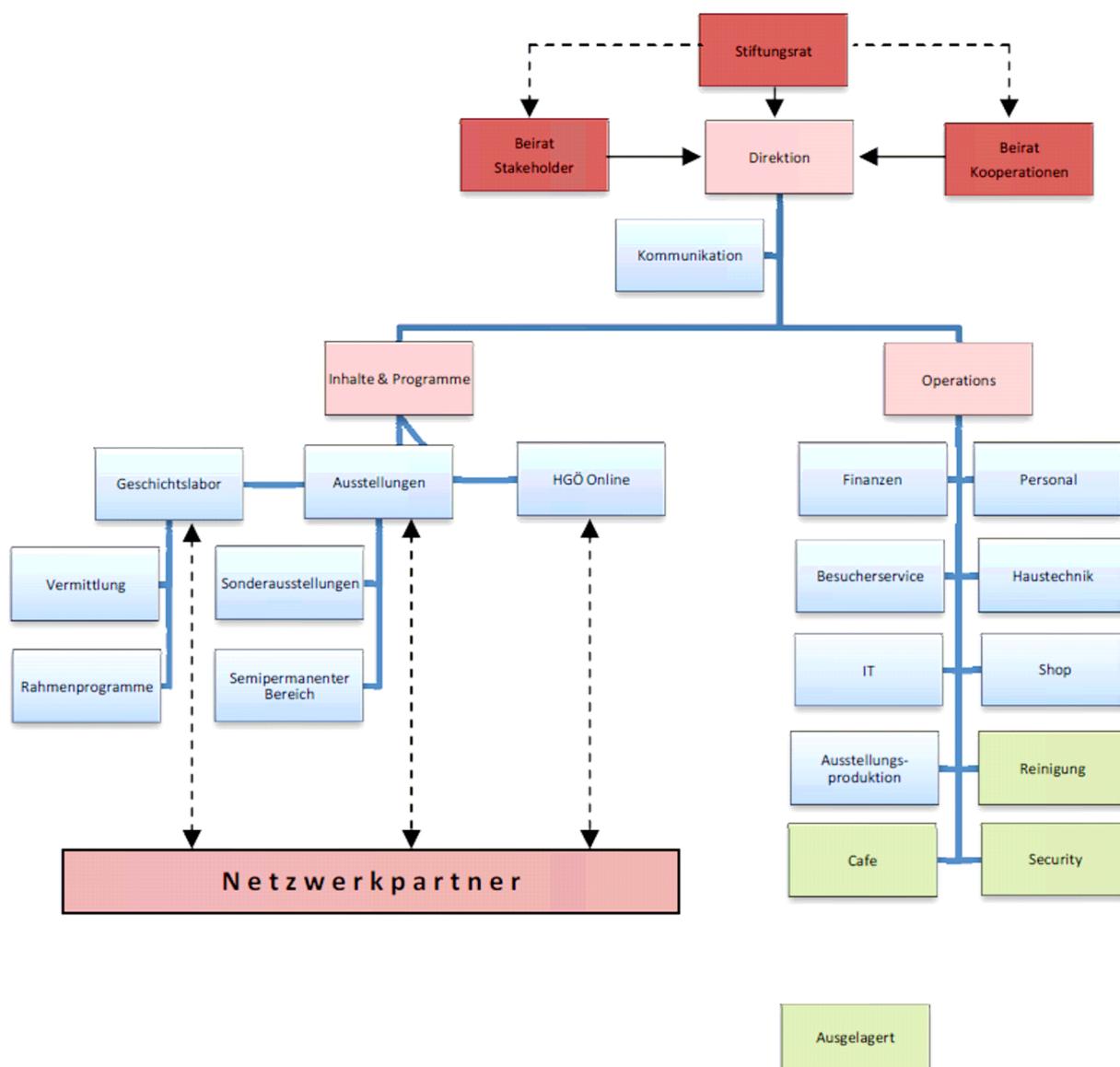
## Organisation

---

Auf Grundlage der im Konzept entwickelten Programmangebote und Serviceleistungen geht die Personalplanung von folgenden Annahmen aus:

- Alle MitarbeiterInnen sind Angestellte des HGÖ, mit Ausnahme der MitarbeiterInnen des Cafés, des Reinigungsdienstes und der Security.
- Das Café wird vermietet.
- Die Reinigung wird ausgelagert.
- Physische Sicherheitsaufgaben werden von MitarbeiterInnen des BesucherInnen-Services und des Geschichtslabors wahrgenommen.
- Das BesucherInnen-Service und die MitarbeiterInnen des Geschichtslabors sind multifunktional einsetzbar.
- Der Shop wird in-house betrieben.

Wir empfehlen folgende Organisations- und Personalstruktur:



## Finanzplanung

### Errichtungsbudget

Im Folgenden werden die Errichtungs- und Einrichtungskosten für die 3 Optionen dargestellt: Die operativen Kosten vor der Eröffnung des HGÖ sind in den Positionen „Forschung/Recherche“ und „Projektmanagement“ enthalten und decken laufende Kosten wie zum Beispiel die Kosten des Projektbüros, Personalkosten des Projektteams oder das HGÖ Online.

		Option Small	Option Medium	Option Large
Bau und Installation gesamt		27 544.000,- €	53 936.500,- €	71 834.500,- €
Zzgl. Architektur-, Design- und technische Honorare	<b>20%</b>	5 508.800,- €	10 787.300,- €	14 366.900,- €
Komponente für Forschung/Recherche	<b>15%</b>	4 131.600,- €	8 090.475,- €	10 775.175,- €
Projektmanagement	<b>10%</b>	2 754.400,- €	5 393.650,- €	7 183.450,- €
<b>Gesamtbetrag</b>		<b>39 938.800,- €</b>	<b>78 207.925,- €</b>	<b>104 160.025,- €</b>
Eventualkosten	<b>8%</b>	3 195.104,- €	6 256.634,- €	8 332.802,- €
<b><u>Gesamtsumme plus Eventualkosten</u></b>		<b><u>43 133.904,- €</u></b>	<b><u>84 464.559,- €</u></b>	<b><u>112 492.827,- €</u></b>

## Betriebsbudget

Im Folgenden werden die prognostizierten Einnahmen und Ausgaben für alle drei Optionen dargestellt:

### Option 1:

Zusammenfassung Prognose	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
<b>Jahresbesuchszahlen</b>	<b>110.000</b>	<b>80.000</b>	<b>100.000</b>
<b>Einkünfte</b>			
Eintritt	296.850,- €	205.800,- €	263.250,- €
Mitgliedschaft	167.500,- €	218.750,- €	263.750,- €
Shop (Bruttogewinn)	74.250,- €	55.642,- €	71.628,- €
Programme	155.000,- €	192.000,- €	200.000,- €
Einnahmen aus Lizenzen und Vermietung	49.750,- €	53.300,- €	58.106,- €
<b>Eigeneinnahmen</b>	<b>743.350,- €</b>	<b>725.492,- €</b>	<b>856.734,- €</b>
<i>Prozent der Gesamtkosten</i>	<i>19%</i>	<i>18%</i>	<i>21%</i>
<b>Sonstige Einkünfte<sup>2</sup></b>			
Sponsoring/Spenden			
Sponsorship für Sonderausstellungen			
Subventionen			
<b>Gesamteinnahmen</b>	<b>743.350,- €</b>	<b>725.492,- €</b>	<b>856.734,- €</b>
<b>Kosten</b>			
Gehälter, Lohnnebenkosten	1 879.850,- €	1 898.649,- €	1 917.635,- €
Gebäudenutzung	366.377,- €	378.549,- €	390.721,- €
Programme	1 285.000,- €	1 420.000,- €	1 425.000,- €
Kuratorische & Kosten für Leihobjekte	10.000,- €	10.000,- €	10.000,- €
Allgemein & Verwaltung	187.985,- €	189.865,- €	191.763,- €
Marketing	198.000,- €	144.000,- €	180.000,- €
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>3 927.212,- €</b>	<b>4 041.063,- €</b>	<b>4 115.120,- €</b>
<b>Gewinn / (zur Kostendeckung benötigter Betrag)</b>	<b>-3 183.862,- €</b>	<b>-3 315.571,- €</b>	<b>-3 258.385,- €</b>
Prozentsatz des zur Kostendeckung benötigten Betrags	-81,07%	-82,05%	-79,18%
Personalkosten als % der Gesamtbetriebskosten	47,87%	46,98%	46,60%

<sup>2</sup> Zur Kostendeckung müssen 80-85% subventioniert werden, der Restbetrag sollte über Sponsoring zu bedecken sein.

**Option 2:**

Zusammenfassung Prognose	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
<b>Jahresbesuchszahlen</b>	<b>200.000</b>	<b>165.000</b>	<b>170.000</b>
<b>Einkünfte</b>			
Eintritt	552.000,- €	446.775,- €	461.700,- €
Mitgliedschaft	167.500,- €	218.750,- €	263.750,- €
Shop (Bruttogewinn)	168.750,- €	191.268,- €	223.241,- €
Programme	155.000,- €	192.000,- €	200.000,- €
Einnahmen aus Lizenzen und Vermietung	110.000,- €	136.138,- €	166.606,- €
<b>Eigeneinnahmen</b>	<b>1 153.250,- €</b>	<b>1 184.931,- €</b>	<b>1 315.297,- €</b>
<i>Prozent der Gesamtkosten</i>	<i>18%</i>	<i>18%</i>	<i>20%</i>
<b>Sonstige Einkünfte<sup>3</sup></b>			
Sponsoring/Spenden			
Sponsorship für Sonderausstellungen			
Subventionen			
<b>Gesamteinnahmen</b>	<b>1 153.250,- €</b>	<b>1 184.931,- €</b>	<b>1 315.297,- €</b>
<b>Kosten</b>			
Gehälter, Lohnnebenkosten	2 930.732,- €	2 960.039,- €	2 989.640,- €
Gebäudenutzung	707.169,- €	730.663,- €	754.157,- €
Programme	2 045.000,- €	2 260.000,- €	2 265.000,- €
Kuratorische & Kosten für Leihobjekte	10.000,- €	10.000,- €	10.000,- €
Allgemein & Verwaltung	293.073,- €	296.004,- €	298.964,- €
Marketing	360.000,- €	297.000,- €	306.000,- €
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>6 345.975,- €</b>	<b>6 553.707,- €</b>	<b>6 623.761,- €</b>
<b>Gewinn / (zur Kostendeckung benötigter Betrag)</b>	<b>-5 192.724,- €</b>	<b>-5 368.776,- €</b>	<b>-5 308.464,- €</b>
Prozentsatz des zur Kostendeckung benötigten Betrags	-81,83%	-81,92%	-80,14%
Personalkosten als % der Gesamtbetriebskosten	46,18%	45,17%	45,14%

<sup>3</sup> Zur Kostendeckung müssen 70-80% subventioniert werden, der Restbetrag sollte über Sponsoring zu bedecken sein.

**Option 3:**

Zusammenfassung Prognose	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
<b>Jahresbesuchszahlen</b>	<b>220.000</b>	<b>185.000</b>	<b>190.000</b>
<b>Einkünfte</b>			
Eintritt	608.700,- €	503.475,- €	518.400,- €
Mitgliedschaft	167.500,- €	218.750,- €	263.750,- €
Shop (Bruttogewinn)	185.625,- €	214.452,- €	249.504,- €
Programme	155.000,- €	192.000,- €	200.000,- €
Einnahmen aus Lizenzen und Vermietung	164.500,- €	181.088,- €	207.606,- €
<b>Eigeneinnahmen</b>	<b>1 281.325,- €</b>	<b>1 309.765,- €</b>	<b>1 439.260,- €</b>
<i>Prozent der Gesamtkosten</i>	<i>16%</i>	<i>16%</i>	<i>17%</i>
<b>Sonstige Einkünfte<sup>4</sup></b>			
Sponsoring/Spenden			
Sponsorship für Sonderausstellungen			
Subventionen			
<b>Gesamteinnahmen</b>	<b>1 281.325,- €</b>	<b>1 309.765,- €</b>	<b>1 439.260,- €</b>
<b>Kosten</b>			
Gehälter, Lohnnebenkosten	3 405.738,- €	3 439.795,- €	3 474.193,- €
Gebäudenutzung	942.190,- €	973.492,- €	1 004.794,- €
Programme	2 795.000,- €	3 110.000,- €	3 115.000,- €
Kuratorische & Kosten für Leihobjekte	10.000,- €	10.000,- €	10.000,- €
Allgemein & Verwaltung	340.574,- €	343.980,- €	347.419,- €
Marketing	396.000,- €	333.000,- €	342.000,- €
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>7 889.502,- €</b>	<b>8 210.267,- €</b>	<b>8 293.407,- €</b>
<b>Gewinn / (zur Kostendeckung benötigter Betrag)</b>	<b>-6 608.177,- €</b>	<b>-6 900.502,- €</b>	<b>-6 854.146,- €</b>
Prozentsatz des zur Kostendeckung benötigten Betrags	-83,76%	-84,05%	-82,65%
	43,17%	41,90%	41,89%

Personalkosten als % der Gesamtbetriebskosten

**Umsetzung**

Für die Umsetzung des Gesamtkonzeptes – siehe dazu die genaue Beschreibung in Teil 3 – wird ein Zeitraum von circa 5 bis 6 Jahren prognostiziert.

Derzeit lässt sich nicht wirklich abschätzen, wann die Umsetzungsplanung in Hinblick auf den Architektur-Wettbewerb für die Errichtung des Hauses beginnen kann. Hier wird dennoch ein Zeitplan mit raschem Beginn der Umsetzungsplanung vorgestellt, der dem Wunsch des Auftraggebers zum Zeitpunkt der Beauftragung entspricht.

**Zeitplan<sup>5</sup>**

Zeitplan von der Entscheidungsphase bis zur Eröffnung.

Fußnoten und Zeichenerklärung zum auf der nächsten Seite folgenden Zeitplan:

Meilenstein
(1) 3 MitarbeiterInnen zusätzlich zum/zur ProjektleiterIn
(2) DesignerInnen, KuratorInnen und VermittlerInnen gemeinsam
(3) Tourbeginn der Wanderausstellung im letzten Quartal 2012
(4) Übergang von einer Projektorganisation zur Institutsorganisation

<sup>4</sup> Zur Kostendeckung müssen 60-70% subventioniert werden, der Restbetrag sollte über Sponsoring zu bedecken sein.

<sup>5</sup> Der Zeitplan verschiebt sich gemäß dem Abschluss der Entscheidungsphase

