Foto: ALSH

Busdorf, die Wikinger und Wir!

Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf

Teil 2:

Marktanalyse & Strategieentwicklung

Gebäude- / Raumkonzept

Leistungsverzeichnis für eine Ausstellungskonzeption

Investitionsplanung

PLANUNGSGRUPPE PLEWA

Busdorf, die Wikinger und Wir!

Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf
Teil 2

Auftraggeber:
Gemeinde Busdorf
Rendsburger Str. 54 c
24866 Busdorf

Auftragnehmer:

PLANUNGSGRUPPE PLEWA
Stuhrsallee 31
24937 Flensburg
Tel. 0461 – 25481
info@planungsgruppe-plewa.de

Bearbeitung Teil 2:
Dipl. Geogr. und Stadtplanerin Cornelia Plewa
Dipl. Ing. und Dipl. Verwaltungswirtin Camilla Grätsch
Dipl. Ing. Urte Jona Alberti

Hochbaulicher Teil und Kostenschätzung
Arbeitsgemeinschaft Dipl. Ing. Bernd Köster, Flensburg mit
Dipl. Ing. Heino Brodersen, Flensburg

Dipl. Ing. Bernd Köster
Hermann-Löns-Weg 37
24939 Flensburg

Dipl. Ing. Heino Brodersen
Helenenallee 2
24937 Flensburg

Flensburg, Januar 2012

Inhalt

1 Einführung ... 1

2 Marktanalyse und Strategieentwicklung ... 2
2.1 Besucherpotenzialabschätzung ... 2
2.2 Trends im Kulturtourismus und bei Museumsbesuchern ... 8
2.3 Zielgruppen ... 12
2.3.1 Zielgruppen der Tourismuskonzeption Schleswig-Holstein ... 12
2.3.2 Kulturtouristische Zielgruppen ... 13

3 Gebäudekonzept - Raumkonzept ... 16
3.1 Einordnung ... 16
3.2 Erdgeschoss ... 16
3.3 Obergeschoss ... 17

4 Leistungsverzeichnis für eine konkrete Ausstellungskonzeption ... 18
4.1 Rahmenkonzept ... 18
4.1.1 Leitbild ... 18
4.1.2 Thematische Gliederung der Ausstellung ... 19
4.1.3 Kommunikationskonzept – Didaktisches Konzept ... 19
4.1.4 Architektonische und grafische Gestaltung, Ausstellungsdesign ... 20
4.1.5 Sicherheitskonzept ... 21
4.2 Ausstellungsplanung ... 22

5 Investitionsplanung ... 23
5.1 Einmalige Investitionskosten ... 23
5.2 Laufende Kosten ... 24
5.2.1 Personalkosten ... 24
5.2.2 Betriebskosten ... 25
5.2.3 Abschreibungsbeträge ... 26
5.3 Erlöse ... 27
5.4 Erster Blick auf die Wirtschaftlichkeit und Fördermöglichkeiten ... 29
5.4.1 AktivRegion ... 29
5.4.2 Weitere Fördermittel ... 32

6 Zusammenfassende Betrachtung und nächste Schritte ... 34

Quellenverzeichnis ... 36
Schriftliche Dokumente ... 36
Internetpräsenzen ... 38
Interviewpartner ... 38

Anlagen
1 Raumkonzept für das Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“
2 Leistungsbild für Wirtschaftlichkeitsberechnungen (neue Vorlage des MLUR / LLUR)

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Museumsbesuche je Einwohner 2006 6
Abb. 2: Erfolgskriterien für Museen und das Museum in Busdorf 11

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Abschätzung des Marktes für Sehenswürdigkeiten und Erfolg einer regionalen Attraktion 4
Tab. 2: Museumsdichte in Schleswig Holstein 5
Tab. 3: Besucherzahlen ausgewählter Museen im Raum Schleswig im Jahr 2007 5
Tab. 4: Trends im Kulturtourismus 9
Tab. 5: Zielgruppen und deren Relevanz für ein Museum in Busdorf 15
Tab. 6: Ziele des didaktischen Konzepts.....20
Tab. 7: Betriebskosten: Straßenreinigung, Abfallwirtschaft, Oberflächenwasser 25
Tab. 8: Betriebskosten: Wasser, Elektrizität, Wärmeversorgung 25
Tab. 9: Betriebskosten: Reinigung und Versicherung.....25
Tab. 10: Abschreibungsbeiträge 26
Tab. 11: Erlöse aus Eintrittsgeldern 27

1 Einführung

In der Sitzung der Gemeindevertretung Busdorf am 29.06.2011 wurde einstimmig beschlossen, die Machbarkeitsstudie fortzuführen. Grundlage waren die Ergebnisse des ersten Teils der Machbarkeitsstudie, die in einem Workshop am 25.06.2011 mündete. Teilnehmer waren: Die Gemeindevertretung, die Arbeitskreise und der Geschichtsverein sowie geladene Experten: Prof. Claus von Carnap-Bornheim und Frau Dr. Matz konnten wesentlich Beiträge leisten.
Im Zuge dieser Zusammenschau der einzelnen Ergebnisse des ersten Teils wurden inhaltliche Teilaspekte des Museums formuliert: Wikingerrezeption, Dorfgeschichte im Zusammenhang mit der Sammlung Plöhn sollen die zentralen Inhalte unter dem Titel „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ darstellen. Somit wurde das Kapitel „Themen und Angebote“ im Teil 2 der Bearbeitung entbehrlich. Stattdessen wurde vereinbart, in Absprache mit der Stiftung Schleswig-Holsteinischer Landesmuseen, ein Pflichtenheft für die Ausstellungskonzeption zu erarbeiten. In der weiteren Bearbeitung wurden zum hochbaulichen Teil bereits sehr intensive Arbeiten geleistet, die Recherchen zu Trägerschaft / Betreiber wurden bereits in der Stufe 1 durchgeführt. Die Aussagen zur Finanzierung hingegen wurden um einen ersten Blick auf die Wirtschaftlichkeit ergänzt. Erste Einschätzungen zu Fördermitteln werden gegeben.

Die Gliederungsstruktur wurde den veränderten Inhalten angepasst.

2 Marktanalyse und Strategieentwicklung

2.1 Besucherpotenzialabschätzung

Die Besucherpotenzialabschätzung erfolgt auf der Grundlage des ermittelten Einzugsgebietes im 40 km-Radius um Busdorf herum oder ca. 45 Minuten Autofahrzeit (Kap. 2.2 Teil I der Machbarkeitsstudie).
Das Besucherpotenzial setzt sich aus den Einwohnern und den Touristen im Einzugsgebiet des Museums zusammen. Da Busdorf in unmittelbarer Nähe von Schleswig gelegen ist, kann hier gut auf die vorliegenden Untersuchungen zu Schleswig zurückgegriffen werden.

Laut Tourismuskonzept Schleswig umfasst das Gesamt-Besucherpotenzial innerhalb des 40-km-Einzugsgebietes ca. 570.000 Einwohner und ca. 978.500 Urlaubsgäste (Gästeankünfte).[1] Theoretisch sind also etwa 1.5 Mio. Personen in diesem Radius erreichbar. Grundsätzlich kommen alle Einwohner und Touristen eines bestimmten Gebietes als potenzielle Besucher in Frage. Allerdings sind erfahrungsgemäß nicht alle Personen für eine Thematik in gleicher Weise zu begeistern und das Potenzial hängt zudem von der Stärke der Anziehungskraft einer Einrichtung ab.

Das Primärpotenzial der Besucher bilden die Einwohner im Einzugsgebiet. Nach der Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen 2006“[2] machte jeder Einwohner durchschnittlich 36 Ausflüge pro Jahr. Somit lässt sich das potenzielle Ausflugsvolumen der Einwohner der Region ermitteln. Der Besuch von Attraktionen (wozu neben Museen auch Freizeitparks, Zoos, Schlösser gezählt werden) machte nach der Grundlagenstudie durchschnittlich einen Anteil von ca. 8,4 % aller Tagesausflüge aus (vgl. Tab. 1).

Das Sekundärpotenzial der Besucher bilden die Touristen im Einzugsgebiet. Zugrunde gelegt werden die Daten der Gästeankünfte aus der Tourismuskonzeption Schleswig. Danach machen 87 % der Gäste durchschnittlich 4,1 Tagesausflüge. Daraus lässt sich das potenzielle Tagesausflugsvolumen im Einzugsgebiet ermitteln. Nicht alle Tagesausflüge dienen dem Besuch von Museen. Nach der landesweiten Gästebefragung 2006 / 2007[3] besuchten ca. 18 % der befragten Touristen im Urlaub Museen. Dieser Anteil wird bei der Ermittlung der Tagesausflüge, die einem Museumsbesuch dienen, zugrunde gelegt.

Entscheidend für die mögliche Besucherzahl ist die Anziehung, die das Museum in der Region ausübt. Zum derzeitigen Projektstand ist eine Besucherprognose nur möglich, in dem Annahmen getroffen werden, die auf Erfahrungen anderer Projekte basieren. Aufgrund der Ergebnisse von Teil 1 dieser Machbarkeitsstudie soll das Busdorfer Museum den Titel: „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ erhalten. Hauptthema der Ausstellungskonzeption für das Busdorfer Museum bildet das Thema „Wikingerrezeption“ auf der Grundlage

[1] N.I.T., Project M (2009): Tourismuskonzept Schleswig. Situationsanalyse. Kiel, S. 10
[2] dwif-consulting GmbH (2006): Tagesreisen der Deutschen 2006, Grundlagenstudie Teil III, München, S. 47
[3] Landesweite Gästebefragung in Schleswig-Holstein 2006 / 2007

der Sammlung von Frau Drews, der Leiterin des Wikinger-Museums Haithabu. Der zweite Strang ist die Busdorfer Ortsgeschichte unter dem Blickwinkel „Wikinger“ und unter Einbeziehung der Sammlung Plöhn.

Eine große Rolle spielt die Lage des Museums in unmittelbarer Nähe der (beantragten) Welterbestätten Danewerk und Haithabu und der touristischen Entwicklungsachse zwischen dem Wikinger-Museum Haithabu und dem Danewerk Museum. Auch die übergeordnete Tourismuskonzeption der Lokalen Tourismusorganisation „Ostseefjord Schlei“ ordnet dem Raum Schleswig das Thema „Erlebnis Wikinger und Herzöge“ zu. Das „Erleben der Wikingerkultur“ wird in der Region intensiv bearbeitet. Gefördert durch die AktivRegion Schlei-Ostsee wurde im Jahre 2009 eine Machbarkeitsstudie zu den Auswirkungen des Titels „Welterbe der UNESCO“ auf den Tourismus in der Region für das Danewerk und Haithabu erstellt. Darin heißt es: „Mit dem Thema Wikingerkultur verfügt die Region über ein bundesweites Alleinstellungsmerkmal mit zahlreichen Inszenierungsmöglichkeiten für die favorisierten Zielgruppen.“

Mit der geplanten Einrichtung des Busdorfer Museums „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ wird das die Region prägende Thema „Wikinger“ um zusätzliche Attraktionsbausteine erweitert. Das Museum hat die Chance, von der überregionalen Bedeutung des Wikingerthemas zu profitieren. Daher wird der Anziehungsfaktor des geplanten Museums höher als von „traditionellen ehrenamtlich geführten Dorfmuseen“ mit lokaler Ausstrahlung eingeschätzt und das Museum als regionale Attraktion eingestuft.

Durchschnittswerte auf der Grundlage bundes- und landesweiter Erfahrungswerte
Im Einzugsbereich wird insgesamt die durchschnittliche Abschöpfungsrate zugrunde gelegt. Diese ist auf das Gesamteinzugsgebiet (45 Minuten Fahrtzeit) bezogen. Für weitere Untergliederungen sind direkt am Museumstandort in Busdorf nicht ausreichend hohe Einwohner- und auch Touristenzahlen zu verzeichnen.

Bei Museen mit regionaler Attraktivität wurde bei vergleichbaren Projekten innerhalb eines ähnlichen Radius‘ von einer Abschöpfungsrate von 0,5 % sowohl bei Einwohnern als auch bei Touristen ausgegangen[4]. Auf der Grundlage dieser Faktoren wurde aus dem Primär- und Sekundärpotenzial des Einzugsgebietes ein erzielbares Besucheraufkommen von rund 11.750 Personen ermittelt (vgl. Tab. 1).

[4] BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung (2008): Betriebs- und Nutzungskonzept für die nachhaltige Folgenutzung einer gläsernen Kirche auf dem Gelände der Landesgartenschau in Norderstedt. Berlin, Hannover

Tab. 1: Abschätzung des Marktes für Sehenswürdigkeiten und Erfolg einer regionalen Attraktion

Primärpotenzial: Potenzial der Tagesausflüge durch Einwohner

Einwohner im Einzugsbereich 2008[5]	36 Ausflüge pro Kopf / Jahr	Besuch von Sehenswürdigkeiten ca. 8,4 %	Abschöpfungsrate 0,5 % / mögliche Besucherzahl
570.000	20.520.000	1.723.680	8.618

Sekundärpotenzial: Potenzials der Tagesausflüge durch Urlauber

Gästeankünfte im Einzugsbereich 2008[6]	87 % Ausflug	Durchschnittlich 4,1 Tagesausflüge	Besuch von Museen 18 %[7]	Abschöpfungsrate 0,5 % / mögliche Besucherzahl
978.500	851.295	3.490.309	628.255	3.141

Quelle: Eigene Berechnungen

Da die Berechnungen insbesondere auf bundes- und landesweiten Erfahrungswerten beruhen, sind regionale Einflussfaktoren hier bisher nur unzureichend berücksichtigt. Um eine Einordnung des ermittelten Besucheraufkommens vornehmen zu können und auch eine Bewertung im regionalen Kontext zu ermöglichen, werden im Folgenden die Museumsdichte im Umkreis und die Besucherzahlen der Museen im Raum Schleswig näher betrachtet.

Bewertung im regionalen Kontext

Im Kreis Schleswig-Flensburg kommen nach Aussagen des N.I.T. zu Einwohnern pro Museum und Touristen pro Museum (lt. Tabelle 2) durchschnittlich berechnete 4.724 Einwohner und 7.661 Touristen auf ein Museum. Nach dem Kreis Nordfriesland weist das Kreisgebiet Schleswig-Flensburg die geringste Anzahl an Einwohnern pro Museum im gesamten Land Schleswig-Holstein auf. Auch die Anzahl der Touristen pro Museum ist sehr gering und wird nur im Kreis Steinburg unterschritten. Ursache für die geringen Werte ist u.E. die hohe Einrichtungsdichte in der Region. Die in Teil I der Machbarkeitsstudie recherchierte hohe Angebotsdichte (Kap. 2.3.: 92 Museen im Umkreis bis zu 45 Fahrminuten) wird somit auch durch kreisweite Zahlen zur Museumsdichte im Vergleich zu anderen Kreisen und zum Bund belegt.

[5] N.I.T., Project M (2009): Tourismuskonzept für die Stadt Schleswig. Situationsanalyse. Kiel, S. 10, S. 15
[6] N.I.T., Project M (2009): Tourismuskonzept für die Stadt Schleswig. Situationsanalyse. Kiel, S. 10, S. 15
[7] Lt. Gästebefragung Schleswig-Holstein 2006 / 2007 haben 18 % der Gäste in Schleswig-Holstein in ihrem Urlaub Museen besucht.

Tab. 2: Museumsdichte in Schleswig Holstein

Museumsdichte in Schleswig-Holstein		
Regionen	Einwohner pro Museum	Touristen pro Museum
Rendsburg-Eckernförde	8.201	11.576
Schleswig-Flensburg	4.724	7.661
Nordfriesland	3.768	26.031
Dithmarschen	7.958	14.522
Steinburg	11.114	4.092
Plön	12.234	17.626
Ostholstein	11.386	57.596
Segeberg	32.269	29.279
Pinneberg	17.790	12.638
Stormarn	19.027	12.856
Herzogtum Lauenburg	13.331	12.403
Neumünster	25.632	15.647
Lübeck	12.342	30.561
Kiel	11.914	12.622
Flensburg	9.834	10.449
Schleswig-Holstein	10.224	18.288
BRD	13.228	21.454

Quelle: N.I.T. Kiel, Vota Hamburg 2010: 18

In der Konsequenz bedeutet dies, dass ein neues Angebot eine besonders hohe Anziehungskraft entfalten muss, um potenzielle Besucher zu interessieren und zu einem Besuch zu aktivieren. Dies gilt umso mehr, wenn überdurchschnittliche Besucherzahlen in einem Raum erzielt werden sollen, in dem sich besonders besucherstarke Museen finden.

Tab. 3: Besucherzahlen ausgewählter Museen im Raum Schleswig im Jahr 2007

Name	Ort	Besucherzahlen / Jahr
Wikinger-Museum Haithabu	Busdorf	139.940
Schloss Gottorf	Schleswig	130.646
Globus Haus	Schleswig	29.269
Volkskunde Museum	Schleswig	25.351
Stadtmuseum	Schleswig	25.513
Teddybärhaus	Schleswig	10.988
Danewerk Museum	Dannewerk	13.048*

* Wert des Danewerk Museums stammt aus dem Jahr 2008

Quelle: N.I.T., Project M (2009): Tourismuskonzept für die Stadt Schleswig. Situationsanalyse. Kiel, S. 19 und Ift GmbH (2009): Machbarkeitsstudie über die Auswirkungen des Titels „Welterbe des UNESCO“ auf den Tourismus und der Region für das Danewerk und Haithabu. Potsdam, S. 13 - 15

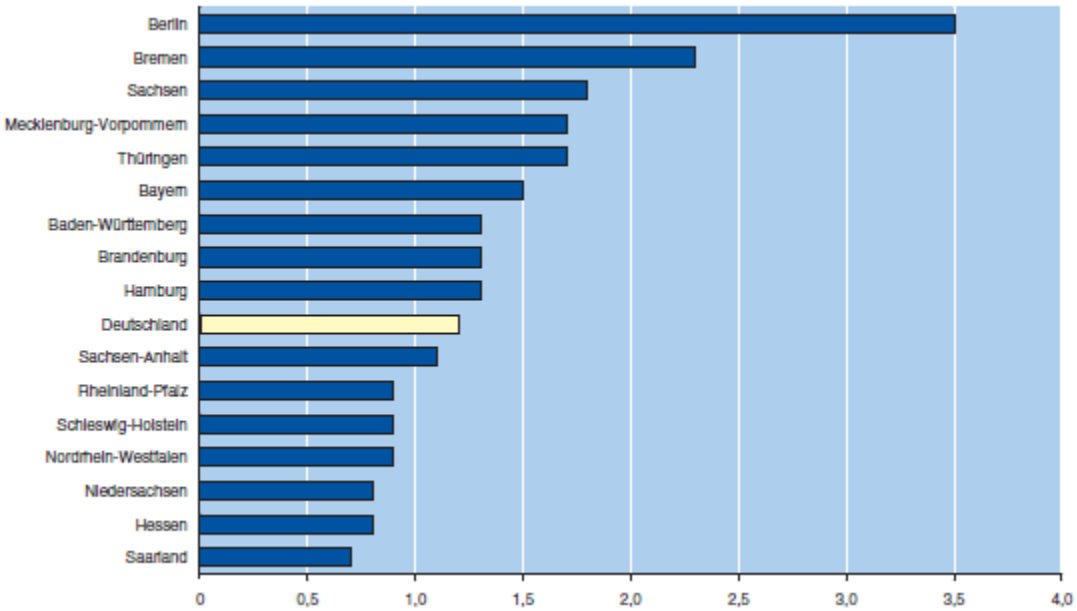
Die meistbesuchten Museen der Region sind Schloss Gottorf und das Wikinger-Museum Haithabu mit je rund 130.000 Besuchern pro Jahr.
Unter den archäologischen Museen stellt das Wikinger-Museum eine Besonderheit dar. Nur ein geringer Anteil der Museen in dieser Kategorie weist laut dem Institut für Museumsforschung mehr als 100.000 Besucher / Jahr auf (ca. 11,5 %). Die meisten Museen (ca. 41 %) in diesem Segment erreichen lediglich Besucherzahlen bis zu 5.000 Besucher pro Jahr.[8]

Auch das Danewerk Museum zählt mit rund 13.000 Besuchern bereits zu den mittelgroßen Museen. Das Danewerk Museum wird traditionell zu einem hohen Anteil von Dänen besucht. Im Verhältnis zu anderen Einrichtungen spielt hier der Anteil an ausländischen Gästen damit sicherlich eine größere Rolle als bei den übrigen Museen in der Region.

Das anhand der Abschöpfungsrate ermittelte mögliche Besucheraufkommen von 11.750 Personen liegt somit deutlich über den Durchschnittswerten der Museen.

Eine weitere Schwierigkeit bezieht sich auf die wichtige Gruppe der Einwohnerinnen und Einwohner. In Schleswig-Holstein ist es im Vergleich zum Bundesdurchschnitt tendenziell schwieriger, die Bewohner zu einem Museumbesuch zu aktivieren. Die Kennziffer für Museumbesuche / Einwohner ist mit 0,95 geringer als im Bundesdurchschnitt (1,25) (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Museumsbesuche je Einwohner 2006



Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder: Kulturindikatoren 2008, S. 20

Es bedarf daher besonderer und gezielter Anstrengungen, die Einwohnerinnen und Einwohner zum Besuch für dieses neue Angebot zu aktivieren.

[8] Institut für Museumsforschung (2010): Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2009 (Heft 64). Berlin

Die prognostizierte mögliche Besucherzahl von 11.750 Personen für das Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ gibt einen Anhaltspunkt für die zu erwartende Größenordnung. Ob diese Größenordnung realisiert werden kann, hängt jedoch von einer ganzen Reihe von Parametern ab. Hierzu zählen vor allem: die Gestaltung des Angebotes, die Öffnungszeiten, die zielgruppengerechte Ausrichtung des Marketing und die Einbindung des Angebotes in das regionale Angebot, insbesondere die Einbettung in das regionale Thema „Wikinger“ mit den vorhandenen Ausflugsmagneten Welterbestätten Danewerk und Haithabu und ihren Museen. Hierfür ist auch die Ausgestaltung der gesamten Entwicklungsachse zwischen Haithabu und dem Archäologischen Park in Dannewerk von großer Bedeutung.

Weiterhin ist davon auszugehen, dass diese Gästezahl nicht gleich von Anfang an erzielt werden kann, da die Erzielung der erforderlichen Aufmerksamkeit einen erheblichen zeitlichen Vorlauf benötigt.

Fazit: Theoretisch ist im Einzugsgebiet von Busdorf ein Personenkreis von ca. 1,5 Mio. Einwohnern und Touristen erreichbar. Das Aktivierungspotenzial und das Abschöpfungspotenzial für Einwohner und Touristen wurde in Anlehnung an Kennziffern ermittelt, die aus statistischen Erhebungen und Erfahrungswerten abgeleitet wurden. Um Besucherzahlen von bis zu 11.750 Besuchern pro Jahr zu erreichen, ist es erforderlich, sich mit den Trends des Kulturtourismus, den Zielgruppen von kulturellen Angeboten und ihren Erwartungen intensiv auseinander zu setzen. Zudem ist Voraussetzung, dass das neue Busdorfer Museum die Zusammenarbeit mit den vorhandenen kulturellen Angeboten wie den Welterbestätten und Museen im direkten Umfeld fortsetzt – sich als Welterbepartner präsentiert.

2.2 Trends im Kulturtourismus und bei Museumsbesuchern

Unter Kulturtourismus wird eine Form des Tourismus verstanden, die „Bauten, Relikte und Bräuche in der Landschaft, in Orten und in Gebäuden nutzt, um dem Besucher die Kultur, Sozial- und Wirtschaftsentwicklung des jeweiligen Gebietes durch Pauschalangebote, Führungen, Besichtigungsmöglichkeiten und spezifisches Informationsmaterial nahe zu bringen. Auch kulturelle Veranstaltungen dienen häufig dem Kulturtourismus.“[9]

Das Segment Kulturtourismus erfährt weltweit überproportionales Wachstum. Seit den 1990er Jahren steigt deutschlandweit die Nachfrage im Kulturtourismus, so dass Städte und Regionen Kultur zunehmend in die touristische Profilierung einbauen (Festivals, inszenierte Stadtführungen). Die (Wieder-) Entdeckung zahlreicher kulturhistorischer Straßen und Wege sowie die Initiierung kultureller Themenjahre und Inwertsetzung kultureller Traditionen bzw. Mythen sind Zeichen eines wachsenden Interesses an Kultur.[10]

Ausgewählte Trends

Während in den 1990er Jahren Shows (z. B. Musicals) die Grundrichtung des Kulturtourismus angaben, war es in den 2000er Jahren eine starke Erlebnisorientierung z. B. in Form von Open-Air-Events. Für das jetzige Jahrzehnt wird eine Entwicklung zu einem multisensualen Kulturmix (Genuss mit allen Sinnen, Emotionalisierung) prognostiziert.[11]
Die allgemeinen gesellschaftlichen Trends und Entwicklungen im Tourismus setzen sich im Kulturtourismus fort. Einige sind nachfolgend dargestellt. [12]

---

[9] Becker, Christoph; Steinecke, Albrecht (Hrsg.) (1993): Kulturtourismus in Europa. Wachstum ohne Grenzen? ETI-Schriften Band 2. Trier, S. 8

[10] Ift GmbH (2009): Machbarkeitsstudie über die Auswirkungen des Titels „Welterbe des UNESCO“ auf den Tourismus und der Region für das Danewerk und Haithabu. Potsdam, S. 28

[11] Dreyer, Axel; Linne, Martin (2006): Grundlagen des Kulturtourismus. Studienbrief 2-080-1131 des Hochschulverbundes Distance Learning (HDL). Brandenburg, S. 40

[12] Ift GmbH (2009): Machbarkeitsstudie über die Auswirkungen des Titels „Welterbe des UNESCO“ auf den Tourismus und der Region für das Danewerk und Haithabu. Potsdam, S. 32 f

Tab. 4: Trends im Kulturtourismus

Wertewandel	Die Individualisierung steigt weiterhin. Dabei wird Lebensqualität immer wichtiger (Sinn, Erfahrung, Spiritualität etc.). Auch der Kulturbegriff erfährt in diesem Zuge einen Wandel weg von der reinen Hochkultur (Theater, Musik) hin zu mehr Popkultur, Subkultur und Alltagskultur.
Authentizität	Das Interesse an authentischen Erlebnissen und regionalen Besonderheiten wächst. Hintergrund ist die wachsende Sehnsucht nach Zugehörigkeit und Identifikation (vgl. auch Interview Öömraang Hüs, Amrum im Anhang Teil I der Machbarkeitsstudie).
Reisen bildet	Das Bedürfnis nach Bildung ist ein wichtiges Motiv im stark wachsenden Segment der Studienreisen. Innovative, qualitativ hochwertige Vermittlung mit hohem Erlebniswert ist gefragt.
Kürzer und öfter	Der Trend zu Kurzreisen erhöht das Potenzial für Kulturtourismus.
Individualität	Selbstorganisierte Reisen überwiegen in Deutschland, Pauschalangebote nehmen jedoch zu. Vor allem sind Einzelbausteine gefragt, die über Informationssysteme per Computer leicht buchbar sind und zu individuellen Erlebnispaketen zusammengestellt werden können.
Qualität	Mit wachsender Reiseerfahrung steigen die Ansprüche an Qualität, Komfort und Service. Kulturreisende sind besonders anspruchsvoll. Ein optimal organisierter und praktizierter Service sowie gehobene Ausstattung und hochwertiges Marketing sind grundlegend. Ein perfektes Preis-Leistungs-Verhältnis wird gewünscht.
Kooperation	Kulturtouristische Angebote, die in eine übergeordnete Tourismusstrategie (vgl. KulturReiseLand Brandenburg) eingebettet und inhaltlich aufeinander abgestimmt sind, können Wettbewerbsvorteile generieren. Kulturelle Erlebnisse sind zunehmend zu Kooperationen vernetzt z. B. zu touristischen Themenrouten (z. B. Route der Industriekultur) oder Partnerschaften mit z. B. Reiseveranstaltern, dem Gastgewerbe und Verkehrsträgern.
Aktualität	Der Zwang zur Erneuerung der Produktpalette nach sehr kurzer Zeit und das Erfordernis von Events und Aktionen nimmt zu. (Vgl. Interview Haus der Geschichte, Sehestedt im Anhang Teil I der Machbarkeitsstudie)

Quelle: Eigene Darstellung nach Ift GmbH 2009: 31 ff

Museumstourismus – Worauf legt der Museumsbesucher Wert?

Eine Untergruppe des Kulturtourismus ist der Museumstourismus. Auch bei Museen ist ein starker Anstieg der Nachfrage zu verzeichnen. Seit den 1980er Jahren ist weltweit ein wahrer Museumsboom zu beobachten. Besonders erlebnispädagogische, moderne Museen zeigen sich als starke Publikumsmagneten. Museen gehen heute deutlich über ihre klassischen Aufgaben des Sammelns und Präsentierens von Objekten hinaus und finden neben Text- und Schautafeln stärker multisensuale Wege der Vermittlung und Besucheransprache (Modelle, Filme, interaktive Stationen).

Bereits in Teil 1 der Machbarkeitsstudie wurde herausgearbeitet, welche Faktoren für den Erfolg von kleinen Museen von herausragender Bedeutung sind.

Grundvoraussetzung für ein Museum ist eine ausreichende Substanz an Objekten, eine Sammlung.
Zudem müssen geeignete Räumlichkeiten an einem zentralen Standort verfügbar sein. Neben den Ausstellungsräumen sollten ausreichend Flächen für Nebeneinrichtungen wie Café, Shop eingeplant werden. Gern wird der Besuch mit einer Erfrischung, einem kleinem Snack beendet. Daher erwarten viele Besucher mittlerweile, dass im Museum oder in unmittelbarer Nähe ein Café vorhanden ist. Da der überwiegende Teil der potenziellen Besucher mit dem eigenen Auto anreist (80 % der Tagesausflüge erfolgen mit dem PKW), ist eine ausreichende Zahl von Stellplätzen notwendig.

Auf dem wachsenden Markt von Kulturangeboten ist ein aussagekräftiges Profil, d. h. ein Alleinstellungsmerkmal bzw. eine klar definierte Botschaft der Einrichtung und Originalität von herausragender Bedeutung. Der Museumsbesucher sucht das Besondere, ein authentisches Erlebnis mit Bezug zum Standort bzw. der Region.[13] [14]

Wichtig, gerade für kleine Museen, ist ein selbsterklärendes Museums- und Ausstellungskonzept unter Einsatz neuer Medien. Die Erarbeitung des Konzeptes muss durch Experten erfolgen. Ergänzend sollten Führungen durch Fachleute, qualifiziertes Personal angeboten werden. Grundlegende Voraussetzung für den Erfolg eines Museums ist die zielgruppengerechte Ansprache durch Ausstellung und Marketing. Erwartet wird zudem, dass zielgruppenspezifische Informationen und auch eine Internetpräsenz geboten werden.

Hohe Qualität der ausgestellten Sammlung ist ein Erfolgskriterium für Museen, aber nicht ausreichend. Um immer wieder Aufmerksamkeit und Nachfrage zu generieren, sind Einrichtungen gezwungen, immer neue Produkte nach kurzer Zeit anzubieten z. B. Sonder- / Wechselausstellungen, ausstellungsbezogene Themenabende, Angebote für Schulklassen. Besucherzahlenanstiege in Museen lassen sich beobachten u. a. in Verbindung mit: der Erweiterung des museumspädagogischen Angebotes, Sonderveranstaltungen, Verlängerung der Öffnungszeiten, Eröffnung neuer Räume, Objektwechsel, im Zusammenhang mit Festen / Jubiläum und Veränderungen der Öffentlichkeitsarbeit.[15]

Um genügend Gelegenheiten für einen Museumsbesuch zu bieten, sind ausreichend lange und regelmäßige Öffnungszeiten – vor allem auch an Wochenenden – notwendig.

---

[13] Dreyer, Axel; Linne, Martin (2006): Grundlagen des Kulturtourismus. Studienbrief 2-080-1131 des Hochschulverbundes Distance Learning (HDL). Brandenburg, S. 42

[14] dwif-consulting GmbH (2005): Kulturtourismus in Europa. Anforderungen an Information und Kommunikation. Als PDF verfügbar unter: http://www.digicult-verbund.de/vortraege/feige-kulturtourismus.pdf, Zugriff am 20.09.2011

[15] PROJECT M (2006): Zukunftsmarkt Kulturtourismus? Trends und Perspektiven. Präsentation Tourismustag Sachsen-Anhalt am 2.11.2006 in Bad Suderode, S. 17

Abb. 2: Erfolgskriterien für Museen und das Museum in Busdorf

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Steinecke 2002: 10 ff / Dr. Sydow 2011

Fazit: Erfolgskriterien für das Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ als aussichtsreiches kulturtouristisches Projekt sind:

1) Ein authentisches Alleinstellungsmerkmal bzw. eine klar definiertes Profil mit Bezug zur Region. Dieses Profil wird durch den Titel „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ mit der Ausstellung zur Wikingerrezeption (Wahrnehmung der Wikinger heute und speziell in Busdorf) bereits markiert.
2) Ein selbsterklärendes Ausstellungs- und Vermittlungskonzept mit Erlebnis- und Bildungsfaktoren, das den Besucher auf verschiedenen Sinnesebenen anspricht und Interesse weckt.
3) Räumlichkeiten für Ausstellung und Zusatzangebote: Bereits im Rahmen von Teil I dieser Machbarkeitsstudie erfolgte die Einschätzung des Gebäudepotenzials (Brodersen / Köster). Auf der Grundlage der formulierten Erfolgskriterien wurde ein Raumkonzept (vgl. Kap. 3) entwickelt.
3) zielgruppendifferenzierte Angebote und Angebotskombinationen und vorgefertigte Bausteine; kontinuierliche Erweiterung der Produktpalette z. B. durch Sonderausstellungen.
4) personelle Betreuung sowie langfristig gesicherte Finanzierung für den laufenden Betrieb.
5) Top-Qualität und Kundenorientierung auf allen Ebenen: sowohl in der Standortwahl, der Architektur und Gestaltung als auch im Service z. B. lange Öffnungszeiten, Information, Beschilderung.
6) Kooperation und Vernetzung der Angebotsbausteine und Öffnungszeiten mit dem gesamten regionalen Angebot, Einbettung in eine übergeordnete Strategie mit dem UNESCO-Weltkulturerbe Danewerk und Haithabu, Fortsetzung des Dialogs.
7) zielgruppenorientierte, professionelle Vermarktung durch Medienpräsenz über die Lokale Tourismusorganisation OstseefjordSchlei.

2.3 Zielgruppen

Ein wichtiger Aspekt für den Erfolg eines Museums ist die zielgruppengerechte Ansprache. Im Folgenden wird dargestellt, welche Rolle kulturelle Angebote bei den Zielgruppen der Tourismuskonzeption Schleswig-Holstein spielen, welche Untergruppen der Kulturtouristen gebildet werden können und welche Erwartungen diese haben.

2.3.1 Zielgruppen der Tourismuskonzeption Schleswig-Holstein

Die Tourismuskonzeption des Landes Schleswig-Holstein definiert 3 Kern-Zielgruppen: „Best Ager“, „anspruchsvolle Genießer“ und „Neue Familien“.[16] [17]

Best Ager sind überwiegend Singles und Paare zwischen 56 und 75 Jahren mit Vorliebe für Natur und Kultur. Sie nehmen sich Zeit, das Leben zu genießen und suchen Lebensfreude, Erholung und Entspannung. Best Ager orientieren sich an traditionellen Werten. Qualität, Service und Verlässlichkeit haben für sie eine große Bedeutung.[18] Kulturelle Angebote wie der Besuch von Museen, Ausstellungen und Veranstaltungen aber auch gesundheitsbezogene Angebote werden von den Best Agern überdurchschnittlich oft nachgefragt.[19]
Best Ager sind die größte Zielgruppe mit einem Anteil von 31 % an der deutschen Bevölkerung und 36 % an den Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein. Mittel- und langfristig verzeichnet diese Zielgruppe ein deutliches Wachstum.

Neue Familien sind Eltern im Alter zwischen 26 und 55 Jahren mit Kindern unter 14 Jahren und einem mittleren bis hohen Einkommen. Sie legen Wert auf effiziente Lebensgestaltung, individuelle Lösungen und Gemeinsamkeit. Verlässliche Qualität, Service und neue Technologien werden von ihnen geschätzt, besonders wenn sie zur Erleichterung und Verbesserung des Lebens beitragen.[20] Diese Zielgruppe macht ca. 14 bis 18 % der Bevölkerung aus und stellt 20 % der Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein.

Anspruchsvolle Genießer sind überwiegend Singles zwischen 39 und 55 Jahren sowie Paare von 26 bis 55 Jahren ohne Kinder oder mit erwachsenen Kindern. Sie sind überdurchschnittlich gebildet, verfügen über ein hohes Einkommen und legen in ihrer Freizeit Wert auf Ruhe, Entspannung und auf ein aufwendiges bis luxuriöses Angebot. Hohe Qualität und guter Service sind ihnen besonders wichtig. Ihre Urlaubsreisen sind durch genuss-, erholungs- und naturorientierte Aktivitäten sowie Kulturerlebnisse geprägt. Mit einem Anteil von 9 % an der Gesamtbevölkerung ist es eine vergleichsweise kleine Zielgruppe, die aber besonders für das Qualitätsimage Schleswig-Holsteins bedeutsam ist.

---

[16] Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH): Zielgruppen: Erkenntnisse der Marktforschung. http://www.sh-business.de, Zugriff am 22.09.2011

[17] Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH): Zielgruppenmarketing. http://www.schleswig-holstein.de/MWV/DE/Tourismus/Tourismuskonzept/Marketingkonzept/MarketingFamilien/MarketingFamilien_node.html, Zugriff am 22.09.2011

[18] Burda Community Network (BCN) (2008): Typologie der Wünsche 2007 / 2008. München

[19] Gästebefragung Schleswig-Holstein 2009

[20] Burda Community Network (BCN) (2008): Typologie der Wünsche 2007 / 2008. München

2.3.2 Kulturtouristische Zielgruppen

Kulturelle Angebote werden von Menschen sehr unterschiedlich angenommen und nachgefragt. In der Marketingstrategie für die Welterbestätten Danewerk und Haithabu wurde zwischen 4 Zielgruppen unterschieden: Kenner, Entdecker, Sammler und Stolperer.[21]

I Kenner

Kenner sind zielgerichtete Kulturtouristen mit hohen Ansprüchen an die Vermittlung und die Inhalte der Angebote. Bezogen auf das Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ sind Kenner bspw. Fachleute zum Thema Wikinger wie Kulturhistoriker, Dänen (dänische Geschichte und Identität), „Bildungs- und Kulturbeflissene“ (Seminargruppen, Volkshochschulkurse). Besonders die Kernzielgruppen des Tourismus in Schleswig-Holstein „Best Ager“ und „anspruchsvolle Genießer“ gehören zu den Kennern.[22]

Die Nähe zu den (beantragten) Welterbestätten Haithabu und Danewerk, dem Wikinger-Museum und Danewerk Museum birgt die Chance, dass die in der Region vorhandenen Kenner auch in das neue Busdorfer Museum „gelockt“ werden können, indem sie an den bereits renommierten Orten oder im Zusammenhang mit diesen angesprochen werden. Dies könnte durch Werbung im Verbund oder auch durch an Fachpublikum gerichtete Veranstaltungen erfolgen. Voraussetzung ist, dass das eigene Profil, der andere Blickwinkel der Betrachtung des Themas „Wikinger“, klar vermittelt wird. Nur wenn das Busdorfer Museum ein ergänzender Baustein im Verbund mit den vorhandenen Angeboten zum Thema „Wikinger“ ist und das eigenständige Profil zielgruppengerecht vermittelt wird, kann die Ansprache der Kenner erfolgreich sein.

II Sammler

Sammler sind auf der Suche nach Abwechslung, neuen Erfahrungen und Erlebnissen. Sie möchten möglichst viel Neues kennenlernen. Sammler sind unter anderem Best Ager, die auf Kurz- und Erholungsreisen in Stadtführungen oder Besichtigungen Kultur erleben („Sightseer“). Ihnen ist der sinnerfüllte Zeitvertreib wichtig. Zu den Sammlern zählen auch Aktivreisende wie z. B. Wanderer und Radfahrer, die auf themenbezogenen Kurz- oder Tagestouren eine Abwechslung suchen und ihre Sammlung vervollständigen. Für Tagesausflügler und Attraktionsbesucher, z. B. Einwohner aus der näheren Umgebung, lassen sich auf einem Ausflug zu einer Kulturstätte Abwechslung und Erlebnisfaktor zu der Erfahrung eines „schönen Tages“ verbinden. Auch für Familien kann ein Museum ein attraktives Ausflugsziel sein und zu einem Gemeinschaftserlebnis beitragen.[23]

Um für einen Sammler interessant zu sein, muss der Museumsbesuch in Busdorf als ein Erlebnis wahrgenommen werden, interessante und fesselnde Geschichten sind gefragt. Voraussetzung ist daher, dass besondere, „neue“ Themen vermittelt werden, die bisher nicht angeboten werden. Ein eigenständiges Profil und Angebotsspektrum mit großer Ausstrahlungskraft sind Voraussetzung.

---

[21] PROJECT M / projekt2508 (2009): Danewerk und Haithabu: Denkmal mit Wirkung! Marketingstrategie und Organisation der Vermarktung, Chartbericht. Berlin, S. 27 ff

[22] Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH): Zielgruppen: Erkenntnisse der Marktforschung. http://www.sh-business.de, Zugriff am 22.09.2011

[23] Ostseefjordschlei GmbH; N.I.T.; Eimers GmbH & Co KG (2010): Marketingkonzept für die Kulturmarke Danewerk und Haithabu. Schleswig, S. 5

Der Sammler möchte für sich selbst Neuigkeiten entdecken und kombiniert dies gern mit einem Gemeinschaftserlebnis. Der Sammler sucht die Ausflugsziele gezielt aus, bereitet den Ausflug vor und benötigt daher vorab Informationen. Um die Zielgruppe der Sammler zu erreichen, ist die Bereitstellung von Informationen über das Museum (Internet, Reiseführer, Programm) und Werbung (Integration in touristische Pakete, Werbung im Verbund) elementare Voraussetzung.

III Stolperer

Stolperer sind Gelegenheitskulturtouristen oder Mitläufer, die vor Ort abgeholt werden und deren Interesse für Kulturangebote geweckt werden muss. Es sind in der Regel Tagestouristen (z. B. Urlauber in der Schlei-Region) und Einheimische, mehrheitlich Best Ager und Neue Familien. Familien finden im Kulturangebot eine willkommene Schlechtwetteralternative oder eine spontane Aktivität vor Ort. Zu den Stolperern zählen auch Wohnmobilisten und Aktivreisende wie (Rad-) Wanderer mit Interesse für zufällige Entdeckungen am Wegesrand. Stolperer müssen vor Ort, in der Umgebung auf das Angebot aufmerksam werden. Daher ist die Präsentation des Museums im Ort, die Wegweisung und auch die Werbung in der Umgebung, z. B. Hinweise im Wikinger-Museum sehr wichtig, um diese Gruppe zu erreichen. Beim Tagesausflug des Stolperers ist primäres Ziel, gemeinsam einen schönen Tag zu verbringen. Daher legt diese Zielgruppe besonderen Wert auf die Ruhepausen. Zu einem attraktiven Angebot zählt daher auch die Erfrischung zwischendurch. Ein kleines Café würde die Attraktivität des Museums als Ausflugsziel für diese Zielgruppe erhöhen. Um einer möglichst breiten Gruppe von Stolperern zugänglich zu sein, sollte das Museum ausreichend lange Öffnungszeiten anbieten.
Zu weiterer Attraktivität für diese Zielgruppe könnten auch Veranstaltungen wie Lesungen, Vorträge oder Filmabende beitragen. Dies setzt jedoch eine breite Öffentlichkeitsarbeit voraus (Flyer, homepage, Pressearbeit).
Stolperer, insbesondere Tagestouristen wie Einheimische und Radwanderer, sind eine aussichtsreiche Zielgruppe für das Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“.

IV Entdecker

Entdecker suchen im Kulturerlebnis nach Übereinstimmung mit der eigenen Identität. Sie wollen ihre Identität widergespiegelt sehen und stellen hohe Anforderungen an die Produktentwicklung. Entdecker sind mehrheitlich anspruchsvolle Genießer. Sie suchen etwas Einzigartiges z. B. „Geheimtipps“. Für sie spielen Individualität, Emotionalität und Exklusivität (nicht unbedingt Luxus) eine große Rolle bei der Wahrnehmung von kulturtouristischen Angeboten.
Aufgrund der sehr speziellen identitätsstiftenden Ansprüche, ist die Zielgruppe der Entdecker für das Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ nur nachrangig relevant.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass Sammler und Stolperer aussichtsreiche Zielgruppen für das Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ sind (vgl. Tab. 5). Damit sind vorrangige Zielgruppen nach dem Tourismuskonzept Schleswig-Holstein: Best Ager und Neue Familien. Die Zielgruppe der Kenner kann zusätzlich von Bedeutung sein, bedarf aber gesonderter Angebote und Ansprache.

Tab. 5: Zielgruppen und deren Relevanz für ein Museum in Busdorf

Kulturtouristische Zielgruppen	Kenner	Sammler	Stolperer	Entdecker
Zielgruppen des Tourismuskonzeptes Schleswig-Holstein	Best Ager Anspruchsvolle Genießer	Best Ager Neue Familien	Best Ager Neue Familien	Anspruchsvolle Genießer
Relevanz	O bis +	++	++	-

Fazit: Aussichtsreiche Zielgruppe für das Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ sind Sammler und Stolperer. Insbesondere für die Zielgruppe der Sammler ist ein eigenes Profil, welches klar vermittelt wird von großer Bedeutung. Da sich Sammler vorab über ihre Ausflugsziele informieren wollen, sind die Streuung von Informationen zum Museum und die Werbung sehr wichtig, um diese Zielgruppe zu erreichen. Für die Stolperer ist die Ansprache auf dem Weg, vor Ort besonders wichtig. Für diese Zielgruppe spielt die Werbung in der Region, die Wegweisung und die positive Ansprache durch das Gebäude eine besonders große Rolle.
Für die Zielgruppe der Kenner ist die Position des neuen Angebots im Verbund mit Wikinger-Museum und Welterbestätten klar zu vermitteln und sind zusätzliche „Fachangebote“ erforderlich.
Mit den Zielgruppen Sammler und Stolperer ist das Angebot insbesondere auf Best Ager (Verweilmöglichkeiten, Barrierefreiheit, Café) und Neue Familien (ausreichend lange Öffnungszeiten, erlebnispädagogisches Konzept) auszurichten.

3 Gebäudekonzept - Raumkonzept

Das Gebäude- und Raumkonzept wurde von der Arbeitsgemeinschaft Bernd Köster / Heino Brodersen[24] erarbeitet und wird in einer gesonderten Anlage vorgestellt. Neben grafischen Darstellungen finden sich darin Erläuterungen zu städtebaulichen und funktionalen Aspekten des Gebäudes bzw. Raumprogrammes. In dieser Textfassung werden die erarbeiteten Inhalte nur insoweit vorgestellt, wie sie Relevanz erlangen für das Leistungsbild / Pflichtenheft für die Erarbeitung der Ausstellungskonzeption.

3.1 Einordnung

Das Gebäudekonzept hat den Grundsatz „Busdorf entdecken und in Busdorf verweilen“ in den Mittelpunkt gestellt und nutzt die Entwicklungsachse Haithabu / Danewerk Museum. Das alte Schulgebäude und Hirtenhaus bleibt in seiner Grundsubstanz erhalten und wird rückgebaut und saniert. Auch für die Gebäudesubstanz gilt der Grundsatz „erhalten, erinnern, nutzen“. Das äußere Erscheinungsbild verändert sich wenig, ein Anbau entfällt. Das Reetdach wird erneuert. Der Eingangsbereich des Museums wird in den Bereich Kirchenweg verlagert (Umbau eines Fensters zur Tür), der Eingang zum Frisiersalon bleibt unverändert, der heutige zweite Eingang zur Hauptstraße wird zu einem „Schaufenster“ umgestaltet. Ein weiteres, heute zugemauertes Fenster wird wieder freigelegt. Rund um den Eingangsbereich sind Sitzbänke, Fahrradständer (ggf. Verleih von Elektrofahrrädern) sowie ein Behindertenparkplatz untergebracht. Für die Außensitzplätze ist ein nahegelegener Lagerplatz vorgesehen. Im Garten wird ein Apfelgarten ausgestaltet und bietet Platz zum Verweilen und für Exponate. Optional kann im hinteren Bereich des Gartens ein Schaumagazin errichtet werden. Der Frisiersalon erhält einen Vorgarten. Nördlich hiervon befinden sich die Feuerwehrzufahrt und die Zufahrt für die internen Stellplätze.

3.2 Erdgeschoss

Die Grundgliederung Hirtenhaus, Schulhaus und Anbau wird wieder herausgearbeitet. Dies gelingt durch folgende Gliederung: Der Frisiersalon bleibt unverändert erhalten. Das restliche Erdgeschoss wird weitgehend entkernt. Erhalten bleiben jedoch die noch ursprünglichen Fachwerkwände und die historische Feuerstelle. Mit diesen Elementen lässt sich ein Eingangs- / Empfangsbereich mit Buchecke / Shop, Sitzplätzen und kleinem Küchenbereich nördlich der Feuerstelle abgrenzen. Die restlichen Flächen bilden einen großen und nach oben offenen Raum, der durch Stützen gegliedert wird, welche die neue Galerieebene des OG tragen.
Herzstück des großen Raumes ist eine Treppe, die nach oben führt und mit einem dreistufigen Podest beginnt. Die Feuerstelle wird zum großen Raum hin als Kamin ausgestaltet. Zwischen der Treppe und dem Kamin entsteht ein multifunktionaler Raum für Konferenzen, Vorträge, Leseabende und andere Veranstaltungen (20-25 Personen). Das Podest kann dafür mitgenutzt werden. Das Konzept liefert mehrere Nutzungsvarianten. Der angrenzende große Raum steht für die Ausstellungskonzeption (Rundgang) zur Verfügung.

[24] Brodersen, Heino; Köster, Bernd (2011): Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf, Raumkonzept. Flensburg

Im rückwärtigen Bereich des Frisiersalons sind die WCs und die Technik (Heizung) untergebracht. Vorzugsweise sollen Geothermie und eine Fußbodenheizung zum Einsatz kommen. Dadurch kann ggf. eine teure Klimatechnik eingespart werden.

3.3 Obergeschoss

Das Grundkonzept für das Obergeschoss ermöglicht ebenfalls einen Rundgang durch die Ausstellung. Die Geschossdecke ruht auf den Stützen und ruht frei vor den Wänden. Hierdurch entsteht zu den Dachflächen hin ein offener Lichtraum mit einem großzügigen Raumgefühl. Die Ausstellungsvitrinen auf einem Geländer dienen der Raumbegrenzung und der Sicherheit. In den Schnitten (siehe Anhang) ist die Konstruktion verdeutlicht.
Eine weitere Treppe beginnt oberhalb des Frisiersalons und führt als zweiter Fluchtweg am Technikraum im EG entlang auf den Hof. Zwischen Treppe und Reetdach entstehen Flächen, die für die Aufnahme eines Fundus geeignet sind.

4 Leistungsverzeichnis für eine konkrete Ausstellungskonzeption

Bereits in Teil I der Machbarkeitsstudie wurde festgehalten, dass ein Busdorfer Museum sich nicht mit den wissenschaftlichen Museen der Umgebung messen sollte, sondern dass auf einer soliden Grundlage zum Thema Wikingerrezeption eine „Leichtigkeit“ in der Präsentation sowie in der Namensgebung Teil des eigenen Profils werden sollte. Leicht geschrieben und schwer getan. Aus Respekt vor der Aufgabe wurde im Rahmen der Erstellung der Machbarkeitsstudie die Aufgabe übernommen, ein Leistungsverzeichnis für die Erarbeitung des Ausstellungskonzeptes zu erarbeiten.

4.1 Rahmenkonzept

„Busdorf, die Wikinger und Wir!“ lautet der Titel für das Busdorfer Museum. Das Rahmenkonzept für das Museum soll Leitbild, thematische Gliederung, das Kommunikationskonzept / didaktische Design, das architektonisch und grafische Design, Lichtkonzept und Sicherheitskonzept vereinheitlichen und in Übereinstimmung bringen, bevor dann im Detail die inhaltlichen Aspekte der Ausstellung durchgearbeitet werden

4.1.1 Leitbild

In einem ersten Schritt sind ein Leitbild und ein Museumskonzept zu entwickeln. Hauptthema der Ausstellungskonzeption für das Busdorfer Museum bildet das Thema „Wikingerrezeption“. Die Wahrnehmung der Wikinger im Laufe der Jahrhunderte wurde durch Historiker erforscht. Durch die Forschungsgeschichte ist viel auch auf Busdorf bezogen. Die Ausstellungskonzeption soll sich aus zwei Hauptbestandteilen zusammensetzen:

Baustein A

Unter der Leitung des Wikinger-Museums (Frau Drews) wurde eine umfangreiche Sammlung zum Thema „Wikingerrezeption“ zusammengestellt und der Öffentlichkeit präsentiert. Inhalt der Sonderausstellung war: die Rezeption des Wikingerschiffs in Werbung, Kunst und Alltag im 20. Und 21. Jahrhundert. Diese Sammlung bietet die Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen der Gemeinde Busdorf zur Übernahme bzw. als Dauerleihgabe an. Damit ist ein bedeutender Grundstock und ein Magnet für eine Ausstellung gegeben.

Baustein B

Das Thema „Wikingerrezeption“ soll in Busdorf verankert werden und Aspekte der Dorfgeschichte, des Ortes aus diesem speziellen Blickwinkel beleuchten. Dazu können für Busdorf folgende Bereiche aufbereitet werden:

- Wahrnehmung der Denkmäler in Vergangenheit und Gegenwart (Danewerk, Haithabu, Runenstein, Rekonstruktion der Wikingersiedlung, Achterwall)
- Wahrnehmung der Wikinger in der Namensgebung (Straßen wie Achterwall, Margarethenwall, Gewerbegebiet Wikingerland etc.)
- Wahrnehmung der Wikinger in Symbolen (Amtswappen, Ortswappen,….Neues Denkmal der Kirche Hl. Ansgar)
- Wahrnehmung der Wikinger im Vereinsleben (Opinn Skjold, Midgaard Skalden)

- Patenschaften und Veranstaltungen („Living History“ mit Opinn Skjold und Midgaard Skalden, „Rückkehr der Wikinger“, Kurs Haithabu!)

Bei der Aufarbeitung der Ortsgeschichte sollen die Funde der Sammlung Plöhn einbezogen werden.

Im Rahmenkonzept ist das erarbeitete Raumprogramm zu berücksichtigen und zu klären, welcher Schwerpunkt im EG und welcher Schwerpunkt im OG präsentiert werden soll. Die Flächen im Außengelände (Apfelgarten) sind einzubeziehen. Er hat Rast- und Verweilfunktion für die Museumsbesucher, bietet Platz für witterungsunabhängige Exponate und bietet optional einen Standort für ein Schaumagazin.

Bei der Verteilung der Themen auf die Räumlichkeiten ist die Gleichbehandlung von Behinderten und Nicht-Behinderten zu berücksichtigen (Inklusion).

4.1.2 Thematische Gliederung der Ausstellung

Womit beginnt die Ausstellung? Womit endet die Ausstellung? Was kann dazwischen untergebracht werden?
Welches sind die wichtigsten Exponate?
Ist es möglich, dass zu Exponaten „Geschichten“ erzählt werden? Ist die Entwicklung einer storyline eines „roten Faden“ machbar?

Die internationale Vernetzung mit den übrigen Welterbestätten der Wikingerzeit ist hierbei zu berücksichtigen.

4.1.3 Kommunikationskonzept – Didaktisches Konzept

Das Kommunikationskonzept soll auf der Grundlage des Vermittlungskonzeptes für Danewerk und Haithabu erarbeitet werden. Zu klären ist, was wem gegenüber vermittelt werden soll. Teil des Kommunikationskonzeptes ist das Didaktische Konzept. Es beschreibt:

- Art der Vermittlung
- Präsentationsformen
- Möglichkeiten der Interaktion
- Angebot an pädagogischen Begleitmaterialien und -aktionen[25]

[25] Braun, Marie-Luise; Peters, Ulrike; Pyhel, Thomas (Hrsg.) (2003): Faszination Ausstellung. Praxisbuch für Umweltthemen. Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Osnabrück

Tab. 6: Ziele des didaktischen Konzepts

Ziele	Maßnahme
Aufmerksamkeit erzielen und Neugierde wecken	▪ Blickfang / Eyecatcher ▪ Spannungselemente ▪ Ansprechendes Design
Bedarf an Erstinformation abdecken	▪ Schautafeln und Grafiken ▪ Kurze, knackige, lebendige Texte ▪ Originalobjekte, Modelle ▪ Filme, Visualisierungen, neue Medien
Dialog anbieten	▪ Ausstellungsbetreuung, Ansprechpartner ▪ Interaktive Angebote ▪ Führungen ▪ Rahmenprogramm
Bindungen herstellen	▪ Weiterführende Informationen ▪ Hinweise auf kommende Ausstellungen

Eine Ausstellung muss für alle Besucher grundsätzlich verständlich sein.
Es darf kein besonderes Wissen vorausgesetzt werden.
Die Ausstellung selbst muss alle notwendigen Erklärungshilfen anbieten, nicht etwa der Katalog oder ausgelegte Begleitblätter. Diese sollten den Hintergrundinformationen und vertiefende Erklärungen für besondere Interessenten vorbehalten bleiben.
Die Ausstellung soll selbsterklärend sein.

4.1.4 Architektonische und grafische Gestaltung, Ausstellungsdesign

Im vorliegenden Entwurf sind die Thematiken, Ankommen und Orientieren sowie eine klare Gliederung der Flächen insgesamt bereits im Grundsatz gelöst. Hier ist zu klären, wie die im Entwurf geplanten Rundgänge am besten genutzt werden können. Grundsätzlich neigen Besucher zum „Rechtsdrall“. Als Gehlinie wird jene mit der geringsten Redundanz und minimalem Zeitaufwand zwischen Eingang und Ausgang gewählt. Entscheidend für die Wahrnehmung von Ausstellungsstücken ist die Lage im Gesamtgefüge. Ausstellungsstücke an der Peripherie werden weniger oft besichtigt als im Zentrum.
Zu klären ist ferner, welche konkreten Themen und Nutzungen im Multifunktionsteil im EG untergebracht werden können und wie sich in den geplanten Räumen und im Außenbereich Ausstellungsabschnitte optimal unterbringen lassen.

Raumeinrichtung und Materialien

Die Wirkung eines Raumes kann auch mit einfachen Mitteln beträchtlich beeinflusst werden. Farbanstrich, Licht und Beleuchtung werden in der weiteren Durcharbeitung des hochbaulichen Entwurfs eine Rolle spielen.
Die vorgeschlagenen Vitrinen sind als wichtiges innenarchitektonisches Konzept zu verstehen, sie sollen beim Ausstellungskonzept im gesamten Gebäude Berücksichtigung finden und mit diesem im formalen Einklang stehen. Die genaue Ausgestaltung der Vitrinen, der Schautafeln und des Lichtkonzepts soll abgestimmt mit den Entwurfsverfassern erfolgen.

Zuviel Raumlicht kann den Eindruck einer Ausstellung negativ beeinflussen und den Inhalt von Vitrinen hinter glitzernden Glasflächen im Dämmerlicht verschwinden lassen – zu wenig Raumlicht kann bewirken, dass Details gar nicht wahrgenommen werden: man sieht fast nichts. Ideales Raumlicht besteht in einer gedämpften, diffusen, gleichmäßigen Ausleuchtung, Ensembles und Exponate können etwas heller angestrahlt werden.

4.1.5 Sicherheitskonzept

Das Sicherheitskonzept stellt sowohl auf die Exponate als auch auf die Besucher (Behinderte / Nicht-Behinderte) ab.

Zu klären ist, ob und in welcher Form konservatorische Aspekte von Bedeutung sind (Licht, Raumtemperatur, -feuchtigkeit).

Klima

Die optimalen konservatorischen Umweltbedingungen für die verschiedenen Materialien hängen entscheidend vom Raumklima ab. Es wird bestimmt durch die Lufttemperatur und die Relative Luftfeuchtigkeit (RL).

Folgende Richtwerte der Relativen Luftfeuchtigkeit sind zu überprüfen:

- für Metalle eine möglichst geringe RL (Korrosionsgefahr)
- für Holzteile 45 – 50 Prozent
- für organische Materialien (Textilien, Gemälde, Möbel) 50 – 60 Prozent
- für Papiergrafik 40 – 50 Prozent

Im hochbaulichen Vorentwurf ist eine Beheizung mit Geothermie und in Form einer Fußbodenheizung vorgesehen. Die Auswirkungen auf das Klimakonzept sind aufzuzeigen und zu berücksichtigen.

Lichtschutz und Beleuchtung

Licht ist ein nicht zu unterschätzender Zerstörungsfaktor für fast alle Arten von Exponaten. Licht zerstört nicht nur Farbpigmente und bleicht Farben aus, sondern zersetzt auch Materialien wie textile Gewebe und Papier. Gefährlich sind die kurzwellige ultraviolette Strahlung (UV) und im Hinblick auf Erwärmung die langwellige Infrarot-Strahlung (IR).

Nach Prüfung dieser Gesichtspunkte ist eine Rückkoppelung auf das Lichtkonzept und die Materialwahl für die Verschattung vorzusehen.

Sicherheitsaspekte

Die Ausstellungseinrichtung (Stellwände, Podeste, Vitrinen) sollte so aufgebaut werden, dass sie umsturz- und diebstahlsicher ist. Verkehrswege und die Verkehrsflächen der Ausstellung sind genügend groß zu gestalten, dass eine Besuchergruppe auch geführt werden kann, ohne Einrichtungsgegenstände an- oder umzustoßen.

Die Sicherheitsaspekte beziehen sich ebenfalls auf Diebstahls- und Vandalismusprävention sowie optional auf eine Kontrolle der Eintrittskarten (chips, Karten etc.).

4.2 Ausstellungsplanung

In einem Folgeschritt soll die Ausstellung durchgearbeitet werden. Hierzu gehört innerhalb des Museums eine Übersicht, ein internes Wegweisersystem. Ebenfalls ist im Ort ein System von Wegweisern erforderlich, das auf das Museum aufmerksam macht und die Orientierung erleichtert.
Auch ist die konkrete Vitrinen- und Raumgestaltung mit Exponaten, Texten, Grafiken, Bildern zu durchdenken. Zu berücksichtigen sind u. a.:

Die **Ausstellungsstruktur** ist durch folgende Textebenen* gekennzeichnet:

- Gesamtausstellung ➡ Einführungstext
- Ausstellungsabschnitt ➡ Leittext
- Themengruppe ➡ Gruppentext
- Ausstellungsensemble ➡ Thementext
- Exponat ➡ Objekttext, Objektbeschriftung

(* Beschriftungen von Bildern und Grafiken z. B. Bildunterschriften können auf jeder Ebene auftreten.)

Hinweise zu **Ausstellungstexten**:

- Sie sollten möglichst kurz, d. h. unter Vermeidung von Schachtelsätzen, formuliert werden.
- Einfache Schrifttypen verwenden, die leicht zu lesen sind: Schriften mit Serifen (z. B. Times New Roman). Ein ausgewählter Schrifttyp sollte für die gesamte Ausstellung verwendet werden.
- Buchstaben in der Größe:
  von 12 Pt. sind gut lesbar auf 40 cm Abstand,
  von 18 Pt. sind gut lesbar auf 60 cm Abstand,
  von 24 Pt. sind gut lesbar auf 80 cm Abstand und
  von 36 Pt. sind gut lesbar auf 120 cm Abstand.

Gezielte Angebote für Menschen mit Behinderungen sind vorzusehen.

5 Investitionsplanung

Für die Investitionsplanung werden die einmaligen Investitionskosten, die laufenden Kosten (Betriebskosten) und zu erwartende Erlöse im Folgenden vorgestellt und im Rahmen der Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen gegenübergestellt. Nicht alle Kosten und Einnahmen können zum derzeitigen Zeitpunkt benannt werden. Es werden Wege aufgezeigt, diese zu definieren und zu ermitteln.

5.1 Einmalige Investitionskosten

Die einmaligen Investitionskosten bestehen aus mehreren Komponenten:

- Erwerb von Gebäude und Grundstück,
- Erarbeitung einer konkreten Ausstellungskonzeption;
- Sondergutachten, die nach den Anforderungen von möglichen Förderprogrammen erforderlich werden;
- Modernisierung des Gebäudes, Herrichtung der Innen- und Außenanlagen.

Kosten für die Bereitstellung der Exponate als Dauerleihgabe werden nicht in Ansatz gebracht.

Die Gemeinde Busdorf hat für die Wertermittlung von Gebäude und Grundstück ein Sachverständigengutachten in Auftrag gegeben.
Der Bodenwert wird in diesem Gutachten auf 83.000 € geschätzt, der rentierliche Bodenwert beträgt 55.000 €.
Für die Ermittlung des Gebäudewertes (Verkehrswert) wurden das Sachwertverfahren, das Ertragswertverfahren zu Grunde gelegt und mit Marktanpassungsfaktoren gewichtet sowie einer Plausibilisierung unterzogen. Zusätzlich wurden besondere objektspezifische Grundstücksmerkmale in die Wertermittlung einbezogen.

Im Ergebnis ergibt sich ein **Verkehrswert** des unbelasteten Grundstücks in Höhe von **160.000 €**.[26]

Für die Erarbeitung einer konkreten Ausstellungskonzeption wurde im Rahmen dieser Arbeit ein Leistungsbild ermittelt. Auf dieser Grundlage kann durch Amt und Gemeinde eine Markterkundung für eine sehr konkrete Kostenermittlung durchgeführt werden. Die Anforderungen aller Förderprogramme können an dieser Stelle noch nicht im Detail berücksichtigt werden. Im Falle einer Beantragung von Mitteln aus dem ELER-Programm als Leuchtturmprojekt werden Berechnungen zur ENEV (Energieeinsparverordnung) und eine Betrachtung der Wirtschaftlichkeit unter Verwendung des neuen Schemas (Leistungsbild für Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen, Anlage 2) erforderlich. Wesentliche Daten / Angaben hierzu werden bereits im Verlauf dieser Studie zur Verfügung gestellt.

[26] Rimkus, Peter Dipl. Ing.; Sachverständigenbüro für Bauwesen GmbH (2011): Gutachten für die Ermittlung des Verkehrswertes für das Objekt Kirchenweg 1 in Busdorf. Jübek, den 03.11.2011

Für die Ermittlung der Kosten für die konkrete Ausstellungskonzeption und die Ermittlung der Kosten für die zusätzlichen Untersuchungen für die Beantragung eines Leuchtturmprojektes sollten unverzüglich Markterkundungen eingeholt werden.

Für die Ermittlung der Sanierungskosten des Gebäudes wurde durch die Architektengemeinschaft Brodersen / Köster eine Kostenschätzung nach der DIN 276 durchgeführt. Grundlage ist der Baukostenindex für Objektdaten „Altbau“ mit Berücksichtigung des Preisindex für Bauwerke in Deutschland für das 3. Quartal 2011 (Statistische Landesämter) sowie der Berücksichtigung von Erfahrungswerten regionaler aktueller Ausschreibungen. Insgesamt ergibt sich ein **Nettoinvestitionsbedarf von 916.000 € (brutto 1.090.040 €).** Hierin enthalten sind alle Modernisierungsmaßnahmen im Innen- und Außenbereich inklusive der Ausstellungsbestandteile. Der Bereich des Frisiersalons bleibt unberücksichtigt, die derzeitige Nutzung soll weiterhin Bestand haben.

Kosten für die Bereitstellung von Besucherparkplätzen sind noch nicht inkludiert.

Erfahrungsgemäß nutzen ca. 80 % der Museumsbesucher das Auto. Bei geschätzten 10.000 Besuchern sind es 8.000 PKW-Nutzer pro Jahr. Mit 2,5 Personen pro PKW sind pro Jahr 3.200 PKW, verteilt auf sechs Monate Saison 533 PKW pro Monat zu erwarten.
Bei einer idealtypischen Gleichverteilung auf die Wochentage (30 Tage / Monat) ist mit 17 PKW pro Tag, bei vier Schichten pro Tag mit jeweils 4,2 PKW zu rechnen (1,5 Stunden Museumsaufenthalt + 1 Stunde Café-Aufenthalt = 2,5 Stunden / Tag / PKW, bei Öffnungszeiten von 8 – 18 Uhr). Die Verteilung der Besucher auf die Tage wird realistisch nicht so gleichmäßig wie beschrieben erfolgen. Deshalb wird die Zahl der Stellplätze auf 5 aufgerundet.

5.2 Laufende Kosten

5.2.1 Personalkosten

Die größten Positionen eines Museums sind in der Regel Personalkosten. Diese bestehen in der Regel aus den Kosten für Hausmeistertätigkeiten und den Kosten für den Verkauf von Eintrittskarten sowie Sicherheitspersonal. Die Personalkosten stehen in unmittelbaren Zusammenhang mit den Öffnungszeiten. Die best-practise-Beispiele zeigen, dass durchgehende Öffnungszeiten (8 - 18 Uhr) in der Saison von Ostern bis zu den Herbstferien erforderlich sind. Die meisten Besucherinnen und Besucher kommen zur Ferienzeit / Urlaubszeit. In einem aktuellen Beispiel aus Alkersum werden die Personalkosten auf
2.400 € für den Gemeindearbeiter und 30.000 € für das Personal beziffert.
Reinigungskosten sind weiter unten in Ansatz gebracht.

Für das Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ sollen die Personalkosten auf ein Minimum reduziert werden. Die Ausstellung soll selbsterklärend konzipiert werden, zusätzliche Führungen sollen sich selbst finanzieren. Im Rahmen der Erarbeitung der Ausstellungskonzeption soll mit überprüft werden, inwieweit ein automatisiertes System für den Erwerb und die Entwertung von Eintrittskarten möglich ist. Auch Sicherheitspersonal soll nach Möglichkeit nicht notwendig sein. Das Sicherheitskonzept mit ausgefeilten technischen

Überwachungssystemen ist daher ein wichtiger Bestandteil des Leistungsbildes für die Ausstellungskonzeption (siehe Kap. 4.1.5).

In welcher Form und in welchem Umfang der Geschichtsverein eine ehrenamtliche Betreuung des Museums zukünftig dauerhaft leisten kann, wird in den nächsten Monaten zu klären sein. Weitere Gruppen und Vereine in der Gemeinde sind zur Mitarbeit aufgerufen.

5.2.2 Betriebskosten

Die Höhe der Betriebskosten, die derzeit ermittelbar sind, wurden von Dipl. Ing. Köster, ehemaliger Leiter des Fachbereichs Immobilien der Stadt Flensburg, auf der Grundlage von Erfahrungswerten berechnet.

Tab. 7: Betriebskosten: Straßenreinigung, Abfallwirtschaft, Oberflächenwasser

Kostenbereich	Fläche	Kostenansatz	Kosten / Jahr
Straßenreinigung	2.050 m²	0,06 €	123 €
Abfallwirtschaft	2.050 m²	0,20 €	410 €
Oberflächenwasser	2.050 m²	0,06 €	123 €
zusammen			**656 €**

Die Grundsteuer wird von der Amtsverwaltung mit ca. 180 € / Jahr angegeben.

Tab. 8: Betriebskosten: Wasser, Elektrizität, Wärmeversorgung

Kostenbereich	Nettogrundfläche	Kostenansatz	Kosten / Jahr
Frischwasser	330 m²	1,00 €	330 €
Abwasser	330 m²	0,50 €	165 €
Elektrizität	330 m²	3,50 €	1.155 €
Wärmeenergie	330 m²	12,50 €	4.125 €
zusammen			**5.775 €**

Bei den Kosten für die Wärmeenergie wurde für diese Zusammenstellung mit konventioneller Energieversorgung gerechnet. Beim Einsatz von Geothermie werden Einsparungen von bis zu 50 % möglich.

Tab. 9: Betriebskosten: Reinigung und Versicherung

Kostenbereich	Nettogrundfläche	Kostenansatz	Kosten / Jahr
Reinigung	330 m²	20,00 €	6.600 €
Versicherung	pauschal		1.200 €
zusammen			**7.800 €**

Bauunterhaltungskosten treten in den Jahren der Gewährleistung nur in geringem Umfang auf, danach zwischen 0,3 % und 1,0 %. Für die Ermittlung eines durchschnittlichen Kostenansatzes wird mit 0,5 % gerechnet. Bei der Nettoinvestitionssumme von ca. 920.000 € ergeben sich **4.600 € pro Jahr.**

Verwaltungskosten sind von der Arbeitsteilung / vom Verrechnungsmodus zwischen dem Amt und der Gemeinde abhängig. Ferner sind laufende Marketingkosten zur berücksichtigen. Diese werden vor der Eröffnung und im Zyklus der Reattraktivierung am höchsten sein.

Insgesamt ergeben sich zurzeit zu beziffernde laufende Kosten von 18.831 € netto. Der Bruttobetrag beläuft sich (gerundet) auf rund 22.410 €.

5.2.3 Abschreibungsbeträge

Kalkulatorisch sind ferner die Abschreibungsbeträge von Gebäude und Außenanlagen zu berücksichtigen. Dies kann in unterschiedlichem Detaillierungsgrad geschehen. Für die erste Sichtung wird hier nur zwischen Gebäude (80 Jahre für Veranstaltungsgebäude), technischen Anlagen (25 Jahre als Mittelwert), Außenanlagen (20 Jahre) sowie Ausstattung und Kunstwerke (10 Jahre) unterschieden.

Tab. 10: Abschreibungsbeiträge

Kostengruppe	Position	Kosten	Jahre	Abschreibung / Jahr
Kostengruppe 200	Abbruchkosten	Keine Abschreibung		0 €
Kostengruppe 300	Bauwerk , Baukonstruktion (Sanierung)	345.000 €	80	4.313 €
Kostengruppe 400	Technische Anlagen	91.000 €	25	3.640 €
Kostengruppe 500	Außenanlagen	231.000 €	20	11.550 €
Kostengruppe 600	Ausstattung und Kunstwerke (Reattraktivierung)	85.000 €	10	8.500 €
zusammen				**28.003 €**

Diese laufenden Kosten für die Abschreibung ergeben eine **rechnerische Belastung von 28.003 € pro Jahr**, die es im nächsten Schritt noch weiter zu differenzieren gilt. Der Verzicht auf das Schaulager im Außenbereich ergäbe eine Reduzierung in Höhe von 3.000 €.

Jährlich wiederkehrende Kosten insgesamt:

Personalkosten: **noch nicht zu beziffern**
Betriebskosten: **18.831 € (netto)**
Abschreibungen: **25.003 € bis 28.003 € (netto)**

5.3 Erlöse

Auch bei den Erlösen kann unterschieden werden, ob sich diese aus der Immobilie selbst oder aus dem Betrieb der einzelnen Nutzungseinheiten ergeben.

Die Immobilie ist für folgende Nutzungseinheiten vorgesehen:

a) Frisiersalon,
b) Museumsbetrieb,
c) Café und Vorbereich sowie
d) Gartenanlage mit Schaumagazin.

Zu a) Die Mieteinnahmen der Gewerbeeinheit Frisiersalon werden auf rund 4.200 € pro Jahr (Nettokaltmiete) geschätzt. Dieser Nutzungsbereich blieb jedoch auch bei der Kostenschätzung außer Betracht, so dass diese Einnahmen gedanklich für Instandhaltung und Rücklagenbildung für eine spätere Modernisierung dieses Gebäudeteils zu verwenden sind. Die laufenden Betriebskosten werden vom Nutzer dieser Einheit getragen.

Zu b) Die wesentlichen Erlöse ergeben sich aus dem Eintrittspreis. Nach einer ersten Einschätzung können diese beim Museum „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ zunächst 3 - 4 € pro Person betragen. Hierbei sind jedoch verschiedene Gruppen zu unterscheiden, für die gestaffelte Eintrittspreise erforderlich sind. Für eine erste überschlägige Einschätzung durften die Unterlagen des Wikinger-Museums Haithabu verwendet werden, die jedoch modifiziert wurden. Wir gehen davon aus, dass in Busdorf ein geringerer Anteil der Besucher auf Schüler, aber ein höherer Anteil auf die übrigen Gruppen entfallen wird.

Tab. 11: Erlöse aus Eintrittsgeldern

Besuchergruppe	Anteil	Eintritt	Besucherzahl	Erlös
Einzelperson	Ca. 38 %	4,00 €	4.180	16.720 €
Familien	Ca. 33 %	3,00 €	3.630	10.890 €
Schüler	Ca. 10 %	2,50 €	1.100	2.750 €
Gruppenreise	Ca. 12 %	3,00 €	1.320	3.060 €
Ermäßigte Eintrittspreise	Ca. 7 %	2,50 €	770	1.925 €
zusammen	**100 %**		**11.000**	**36.245 €**

Bei dieser Einschätzung der Einnahmen handelt es sich um erste Hochrechnungen. Es sollte eine Probephase vorgesehen werden, in der die Besucheranteile und auch die Eintrittspreise evaluiert werden. Eine weitere Option ist der Einsatz einer Verbundkarte mit der Stiftung Schleswig-Holsteinischer Landesmuseen. Hierzu wären jedoch weitere Abstimmungsgespräche erforderlich.

Zu c) Der Cafébereich umfasst innen dauerhaft lediglich 8 - 10 Sitzplätze und eignet sich wenig für einen wirtschaftlichen Betrieb. Außen können bei schönem Wetter ca. 22 weitere Sitzplätze genutzt werden. Für besondere Gelegenheiten / Veranstaltungen ist im Kaminbereich eine Unterbringung von 18 - 24 Personen möglich.

In den bisherigen Diskussionen war der Cafébereich bislang zum Verzehr mitgebrachter oder beim nahgelegenen Kaufmann erworbener Lebensmittel vorgesehen. Möglicherweise kommen auch Automaten zum Einsatz. Frischwasser für Fahrradfahrer am Wikinger-Friesen-Weg soll zur Verfügung gestellt werden.
Es wird empfohlen, zu überprüfen, inwieweit ein professioneller Cateringbetrieb den Service zu besonderen Gelegenheiten übernehmen kann und welche Rolle die örtlichen Vereine in diesem Zusammenhang einnehmen können und wollen.

Zu d) Der Gartenbereich soll als Skulpturengarten in einem Apfelgarten ausgestaltet werden. Optional ist die Errichtung eines Schaumagazins vorgesehen. Aus heutiger Sicht können mit dem Besuch des Schaumagazins keine weiteren zusätzlichen Eintrittsgelder generiert werden. Zusätzliche Besucherzahlen und damit zusätzliche Einnahmen können daher lediglich durch besondere Veranstaltungen im Außenbereich erzielt werden.

Dazu gehören z. B. besondere Aktionen wie Kindergeburtstage oder Themenabende. Für eine erste Einschätzung werden Vergleichsdaten des Erlebniswald Trappenkamp herangezogen. Dort werden Einnahmen von 70 € (inkl. Eintritt) für eine Gruppe von 8 bis 10 Kinder mit 2 Erwachsenen veranschlagt (vgl. Erlebniswald Trappenkamp). Im Jahr 2009 haben im Erlebniswald Trappenkamp 261 Gruppen dieses Angebot wahrgenommen. Für das Busdorfer Museum, das auf einer kleineren Fläche als im Erlebniswald ein kleineres Angebot bereitstellen kann, wird hier beispielhaft eine Zahl von 20 Gruppen pro Jahr geschätzt, wodurch zusätzliche Einnahmen von 1.400 € pro Jahr denkbar sind.

Weitere Einnahmen können ggf. aus einem regelmäßigen Sponsoring entstehen. Dies gestaltet sich bei einem Museum jedoch schwierig, da die zu vermittelnden Inhalte immer im Vordergrund stehen müssen und die Förderer sich sehr zurückhaltend platzieren müssen.

5.4 Erster Blick auf die Wirtschaftlichkeit und Fördermöglichkeiten

Die laufenden Betriebskosten in Höhe von rund 18.830 € (Nettobetrag ohne Personalkosten, Mehrwertsteuerpflicht ist noch zu klären) können mit den zu erzielenden und heute zu schätzenden Erlösen (rund 36.245 € plus Sonderveranstaltungen) gedeckt werden. Nimmt man jedoch die ebenfalls zu berücksichtigenden Abschreibungen hinzu, gerät die Gegenüberstellung bereits ins Negative: bei einem jährlichen Abschreibungsbetrag von 25.000 € (mit Schaulager noch 3.000 € mehr) entsteht ein jährliches Defizit in Höhe von 8.000 €, welches durch zusätzliche Einnahmen (Café, Veranstaltungen, Sponsoring etc.) oder durch jährliche Zuschüsse gedeckt werden muss.

Ferner sind die einmaligen Investitionskosten in ihren Einzelbausteinen durch die Gemeinde zu tragen. Dies ist ohne Fördermittel nicht möglich.

5.4.1 AktivRegion

Grundbudget

Diese Machbarkeitsstudie wurde aus dem Grundbudget der AktivRegion Schlei-Ostsee gefördert. Der Zuschuss beträgt 55 % des Nettobetrages. Der Mindestzuschuss beträgt 7.500 € netto. Da das Grundbudget von 300.000 € pro Jahr für alle 75 Gemeinden und die 3 Städte der Region reichen muss, hat die AktivRegion den Höchstbetrag auf 50.000 € pro Förderfall festgelegt. Damit ist der Museumsbau nicht zu finanzieren, wohl aber die noch fehlenden Voruntersuchungen wie z. B. die Erarbeitung einer konkreten Ausstellungskonzeption. Nach einer Markterkundung zur Ermittlung der Kosten kann unverzüglich ein Antrag gestellt werden.
Die weiteren erforderlichen Gutachten können direkt dem Leuchtturmprojekt (s. u.) zugeordnet werden. Sie müssen zunächst verauslagt werden, werden im Falle einer Förderung jedoch mit bezuschusst.
Im Grundbudget sind für das Jahr 2012 noch Fördermittel vorhanden. Zunächst wird das Projekt im Arbeitskreis „Archäologie, Geschichte, Baukultur“ vorgestellt und erhält dort eine Empfehlung zur Beschlussfassung durch den Vorstand. Der Arbeitskreis wird terminiert, sobald konkrete Vorhaben bekannt sind. Dieser tagt voraussichtlich im März.

Leuchtturmprojekt

Für Projekte, die einer höheren Förderung bedürfen und / oder die von besonderer Bedeutung für die Region, nach Möglichkeit auch für das Land sind, besteht die Möglichkeit einer Bezuschussung als Leuchtturmprojekt. Die Förderquote ist gleich (55 % der Nettokosten). Die Fördersumme beträgt jedoch maximal 750.000 € pro Projekt, bei einnahmeschaffenden Investitionen ist die „de minimes Regel“ zu beachten. Die Auswahl von Leuchtturmprojekten erfolgt im AktivRegionen-Beirat durch alle AktivRegionen und das Ministerium / Ämter des Landesamtes für ländliche Räume (MLUR / LLUR). Jede Region hat 1 Stimme, MLUR und LLUR 7. Die Auswahl der Projekte erfolgt nach festgelegten Projektauswahlkriterien.

Darzulegen sind:

- die wirtschaftlichen Effekte,
- die Strukturwirksamkeit,
- die Anzahl der gesicherten und neu geschaffenen Arbeitsplätze,
- die Anzahl der Netzwerke, in die das Projekt eingebunden ist und welche Netzwerke das Projekt tragen,
- die ökologischen Effekte.

Ferner werden verlangt:

- der LEADER-Grundantrag mit Kosten- und Finanzierungsplan,
- eine Projektkurzbeschreibung,
- die Bewertung der LAG,
- ein Kosten- und Finanzierungsplan und
- die Bestätigung des Projektträgers zur Übernahme und Sicherstellung der Folgekosten verlangt.

Die Aufbereitung dieser Unterlagen erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Regionalmanagement / der Geschäftsstelle.

Externe Unterstützung wird benötigt für:

- eine Machbarkeitsstudie
- Vorlage der planerischen Grundlagen analog der Leistungsphase 2 HOAI „Vorplanung“
- eine Wirtschaftlichkeitsberechnung inkl. Folgekosten für 12 Jahre durch „kompetente, unabhängige Stellen“ nach dem „Leistungsbild für Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen“ (Anlage 2).
- Baubeschreibung inkl. energetischer Berechnung (s. u.). Ausnahmen vom energetischen Standard sind nur zulässig, wenn die Standards technisch nicht umsetzbar sind oder denkmalschützerische Belange entgegenstehen.

Die ersten beiden Punkte sind im Rahmen der Machbarkeitsstudie erledigt worden. Für die Wirtschaftlichkeitsprüfung wurden bereits Grundlagen ermittelt. Entstehende Gutachterkosten werden dem Leuchtturmprojekt zugeordnet und bei Erfolg zu 55 % der Nettokosten erstattet.

Die Mittel für Leuchtturmprojekte sind gegen Ende der Förderperiode bereits knapp. Anträge werden, getrennt nach Mitteln aus der Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz und EU-Mitteln in eine Warteliste aufgenommen. Ein Förderbescheid wird erlassen, sobald Fördermittel konkret zur Verfügung stehen. Innerhalb dieser Förderperiode (Verausgabung bis 2014 / 2015) wird es voraussichtlich nur noch einen Auswahltermin im AktivRegionen-Beirat geben. Dieser findet am 21. Juni 2012 statt. **Die vollständigen Unterlagen müssen bis zum 3. Mai 2012 beim LLUR eingegangen sein, damit eine Vorprüfung erfolgen kann.** Sofern die Unterlagen nicht vollständig und nicht fristgerecht eingereicht werden, wird das Projekt nicht für die Beiratssitzung zugelassen.

Vorab muss der Vorstand der AktivRegion geprüft haben, ob das Projekt den Auswahlkriterien der Region genügt und gewollt wird. Die formale Prüfung anhand der Auswahlkriterien der Region besteht das Projekt mühelos. Da das Projekt das Budget der Region nicht belastet, erfolgt die Beratung im Vorstand rein nach der Beurteilung der Förderwürdigkeit des Projektes. Die AktivRegion Schlei-Ostsee hat bislang 3 Leuchtturmprojekte eingereicht, davon wurden 2 bewilligt.

HC-Förderung

Die AktivRegion Schlei-Ostsee verfügt über ein weiteres Budget, das Budget für „Health-Check"-Projekte. Dies sind Mittel, die insbesondere für den Umstieg von fossilen Energieträgern auf erneuerbare Energien vorgesehen sind. Sofern für den Nutzungszweck und das Gebäude im Sinne der Energieeffizienz der optimale Energieträger eingesetzt wird, werden auch alle im Kontext mit der Umrüstung stehenden energetischen Maßnahmen am Gebäude über diesen Titel finanziert. Für Maßnahmen dieser Art beträgt die Förderung 75 % des Nettobetrages. Das Grundbudget wird von der AktivRegion verwaltet, die Prüfung der Förderwürdigkeit erfolgt jedoch über die Energieagentur. Die Erstberatung dort ist kostenfrei. Deshalb empfiehlt es sich, bereits recht konkrete, prüffähige Unterlagen dort vorzustellen. Die Energieagentur beurteilt auch, ob die vorgesehenen Energieträger bzw. die Heizart für das Vorhaben die wirkungsvollste Wärmeversorgung darstellt. Im vorliegenden Fall sollte bald mit der Energieagentur geklärt werden, ob diese ebenfalls den Einsatz von Geothermie als sinnvollste Wärmeversorgung ansieht und inwiefern die geothermische Wärmegewinnung (Fläche / Tiefe) mit einem Apfelgarten in Einklang zu bringen ist.

Die geforderte Baubeschreibung für ein Leuchtturmprojekt ist sinnvollerweise in diesem Zusammenhang zu erstellen.

Es sind bislang ausreichend Mittel für den Einsatz von HC-Mitteln vorhanden gewesen, im Gegenteil: die Mittel konnten aufgrund nicht definierter Rahmenbedingungen durch das Land nicht eingesetzt / abgerufen werden. Die Förderung erneuerbarer Energien und der damit zusammenhängenden energetischen Maßnahmen ist noch neu. Die erstmalige Bekanntgabe erfolgte am 22.11.2011, die Spielregeln stehen noch nicht endgültig fest. Bis Ende Januar erfolgt eine Abfrage bezüglich geplanter / im Raum stehender Vorhaben in der Region. Anschließend wird voraussichtlich ein Ranking erfolgen. Neben der Bedeutung für die Region wird voraussichtlich auch der Arbeitsstand / Sachstand des Vorhabens und der Umsetzungszeitraum ein Rolle spielen. Von Art und Anzahl der eingereichten Vorhaben wird abhängen, ob auch die Höchstsumme pro Förderfall diskutiert werden wird.

In dem genannten Rahmen (Grundbudget / Leuchtturmprojekt: 55 % des Nettobetrages, HC-Maßnahmen: 75 % des Nettobetrages) sind Fördermittel über die AktivRegion möglich und wahrscheinlich.

5.4.2 Weitere Fördermittel

Die erforderlichen Finanzmittel für das Projekt sind noch zu hoch, um auch nach dem Einsatz von Fördermitteln aus der AktivRegion vollständig von der Gemeinde Busdorf getragen werden zu können. Daher müssen weitere Quellen gesucht und gefunden werden. Bislang wurden vorgeprüft:

- die Hermann Reemtsma Stiftung
- die Allianz Kulturstiftung
- die Stiftung Schleswig-Holsteinische Landschaft

Eine Förderung durch die **Hermann Reemtsma Stiftung** kann für das Busdorfer Museum aussichtsreich sein:

- Im Fördergebiet Kultur ist grundsätzlich die Restaurierung förderungsfähig (z. B. Dachstuhl, Reeteindeckung, Sanierung Fassade / historische Fensterformate). In Einzelfällen kann auch eine Förderung für die Ausstellung in Anspruch genommen werden.
- Darüber hinaus werden in Einzelfällen auch außergewöhnliche Bauvorhaben (wie z. B. Gottorfer Globus) gefördert. Das Museum in Busdorf könnte aufgrund der Mischung aus historischer Hülle und modernem Inhalt in diese Kategorie fallen.
- Die Fördervoraussetzungen sind überwiegend erfüllt. Da jedoch nur gemeinnützige Institutionen gefördert werden, ist ein Nachweis der Gemeinnützigkeit bei der Antragstellung notwendig.
- Der Antrag kann formlos gestellt werden. Die Fristen belaufen sich auf die Tagungen des Stiftungsgremiums vier Mal im Jahr.
  (Quelle: www.hermann-reemtsma-stiftung.de, 6.1.2012)

Eine Förderung durch die **Allianz Kulturstiftung** ist wenig aussichtsreich, da das Projekt mit dem Förderzweck und den Schwerpunkten schlecht vereinbar ist:

- Der Förderzweck umfasst die Förderung von akademischem und künstlerischem Nachwuchs, Kooperationsprojekte mit Beteiligung von mind. 3 Ländern sowie eine langfristige Vernetzung von Kunst- / Kulturpartnern.
- Den inhaltlichen / räumlichen Schwerpunkt betreffend, werden gattungs- und medienübergreifende zeitgenössische Konzepte gefördert, die neue Ansätze in Kunst, Kultur und Bildung einbeziehen. Neben den Ländern Mittel- und Südosteuropas liegt der Fokus in den kommenden Jahren auf dem Mittelmeerraum. Die Einreichungsfrist für Projekte in 2013 ist der 30.04.2012.
  (Quelle: http://www.allianz-kulturstiftung.de, 6.1.2012)

Eine Förderung durch die **Stiftung Schleswig-Holsteinische Landschaft** muss noch näher geprüft werden.

- Der Förderzweck besteht im Wohl und der Leistungsfähigkeit des ländlichen Raumes Schleswig-Holstein und darin, die Belange der Landwirtschaft zu fördern.

- Den Schwerpunkt bildet die Denkmalpflege. Maßnahmen und Bauten müssen Bezug zur Land- und Forstwirtschaft aufweisen.
  (Quelle: www.kulturfoerderung.org, 6.1.2012; Stiftungsverzeichnis SH vom 31.12.2010 – als PDF verfügbar unter http://www.schleswig-holstein.de/cae/servlet/contentblob/301216/publicationFile/stiftungsverzeichnis.pdf, 6.1.2012)

Ein Bezug zur Landwirtschaft ist für das ehemalige Hirtenhaus und für die Sammlung Plöhn herstellbar, dem Denkmalschutzaspekt muss weiter nachgegangen werden.

Für kleinere Bausteine sollte auch die Kulturstiftung der NOSPA angeschrieben werden.

Für dieses besondere Vorhaben steht noch eine weitere Fördermöglichkeit im Raume: Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) bearbeitet eine Richtlinie für Welterbestätten, die zum einen die Förderung von Welterbestätten betrifft, zum anderen Einrichtungen fördern soll, die sich mit Welterbestätten auseinandersetzen und internationalen Netzwerken angehören, auch wenn sie nicht direkt am Welterbe liegen.
Es bleibt abzuwarten, wie diese Richtlinie ausformuliert wird. Diese Mittel können jedoch erst eingesetzt werden, wenn das Danewerk und Haithabu als Welterbe anerkannt sind und Busdorf eine Vernetzung im Welterbekontext nachweisen kann. Letzteres kann auf mehreren Ebenen geschehen:

a) die Ausstellung zur Wahrnehmung der Wikinger beschäftigt sich auch mit der Wahrnehmung der Wikinger in den anderen Partnerländern,
b) das Busdorfer Museum wird Welterbepartner und steht im ständigen Austausch mit den wissenschaftlichen Museen,
c) die Gemeinde Busdorf ist Bestandteil aller Danewerksgemeinden im Danewerkverein und nimmt zusätzlich an den Vernetzungstreffen teil,
d) die Gemeinde Busdorf unternimmt Anstrengungen zum Aufbau internationaler Partnerschaften.

Da diese Mittel erst ab 2014 zur Verfügung stehen, kann noch keine Aussage über die Förderbedingungen getroffen werden. Um konkretere Angaben zeitnah zu erhalten und ggf. die Ausgestaltung der Förderrichtlinien zu beeinflussen, sollte zügig Kontakt mit dem Bundestagsabgeordneten Wolfgang Börnsen aufgenommen werden. Dieser hält den Kontakt zum BKM.

Fazit: Insgesamt ergeben sich ein Nettoinvestitionsbedarf von 916.000 € (brutto 1.090.040 € plus Erwerb und Besucherparkplätze) und laufende Kosten von 46.830 € pro Jahr (Personalkosten nicht inkludiert). Die heute zu schätzenden Erlöse (rund 36.200 € plus Einnahmen aus Sonderveranstaltungen) decken einen Teil der jährlich wiederkehrenden Kosten, die sich in die laufenden Betriebskosten, Personalkosten und die Abschreibungen gliedern. Sie reichen jedoch nicht aus.
Zur Deckung der Investitionskosten ist die Inanspruchnahme von Fördermitteln erforderlich: Die Förderung durch die AktivRegion (Grundbudget, Leuchtturmprojekt, HC-Maßnahmen) ist möglich und wahrscheinlich. In den nächsten Monaten sind Unterlagen für die AktivRegion über die dargestellten Wege zu ermitteln und Kofinanzierungsmittel über Stiftungen müssen eingeworben werden.

6 Zusammenfassende Betrachtung und nächste Schritte

Das Vorhaben zum Bau eines Museums in Busdorf schreitet voran. Das grundlegende Konzept ist mit dem Titel „Busdorf, die Wikinger und Wir!“ gefunden. Themen sind die Wikingerrezeption und die Ortsgeschichte im Zusammenhang mit den Wikingern und der Sammlung Plöhn.
Das theoretische Besucherpotenzial in Höhe von 1,5 Mio. Menschen wurde auf eine erreichbare Größenordnung von knapp 12.000 Besucherinnen und Besuchern eingegrenzt. Es sind jedoch gezielte Anstrengungen erforderlich, um die Menschen tatsächlich auch für dieses neue Angebot zu aktivieren. Die Kooperation mit der Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen und eine spätere Anerkennung als Welterbepartner sind hierfür eine gute Grundbedingung (Fazit des Kapitels 2.1). Die Einhaltung der Erfolgskriterien, die im Teil 2 auch unter dem Blickwinkel der Trends im Kulturtourismus geprüft wurden, wird dringend empfohlen (Fazit des Kapitels 2.2).
Für die weitere Ausarbeitung wurden die kulturtouristischen Zielgruppen näher betrachtet: Sammler und Stolperer wurden identifiziert. Somit sind sowohl Vorab-Informationen über das Museum als auch Informationen vor Ort von Bedeutung. Mit der lokalen Tourismusorganisation OstseefjordSchlei GmbH ist ein starker Partner mit einem passenden Tourismuskonzept und einer passenden Marketingstrategie vorhanden.

Im Raumkonzept wurde der Nachweis geführt, dass sich das Gebäude nicht nur prinzipiell, sondern auch tatsächlich für eine Nutzung als Museum eignet und 2 Rundgänge / 2 Themen unter einem Dach abgedeckt werden können. Entree mit Willkommensbereich, Versorgungsmöglichkeiten und multifunktionale Nutzungsteile sind auch im bestehenden Gebäude unterzubringen. Der Entwurf berücksichtigt ebenfalls den Außenraum, wo ein Neubau eines (Schau-) Magazins für die Sammlung Plöhn optional untergebracht werden kann.

Im Leistungsverzeichnis für die Ausstellungskonzeption werden Inhalte für das Rahmenkonzept (Leitbild, thematische Gliederung, Kommunikationskonzept, Ausstellungsdesign, Sicherheit) und Ausstellungsplanung in den Anforderungen konkretisiert. Eine Abstimmung mit der Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen ist erfolgt. Die konkrete Ausstellungskonzeption sollte zügig erarbeitet werden.

Die Einnahmen durch geschätzte Besucherpotenziale sind noch nicht ausreichend für eine Kostendeckung. Die wirtschaftliche Basis muss hergestellt werden. Weitere Einnahmequellen sind zu überprüfen. Die Rolle des Geschichtsvereins und anderer örtlicher Vereine ist auszuloten.

Die Einwerbung von Fördermöglichkeiten für die einmaligen Investitionskosten in Höhe von 916.000 EUR (Nettobetrag) sollte zügig beginnen: Beantragung über die AktivRegion und parallel Aufbau einer Kofinanzierung (Reemtsma-Stiftung, Stiftung Schleswig-Holsteinische Landschaft, NOSPA, BKM).

Nächste Schritte

Januar

- Vorstellung der Machbarkeitsstudie in der Gemeinde
- Markterkundung mit unverbindlicher Preisumfrage für die Konzepterstellung
- Anmeldung der Umrüstung auf erneuerbare Energien bei der Geschäftsstelle der AktivRegion Schlei-Ostsee

Februar

- intensive Beratungen in der Gemeinde; Klärung, ob das Projekt weitergehen soll, Aufgabenverteilung
- Vorstellung des Projektes im AK Geschichte
  a) Konkreter Antrag auf Konzepterstellung, b) Vorstellung als Leuchtturmprojekt
- Konkretisierung des Wärmekonzeptes und der Baubeschreibung
- Kontaktaufnahme zu Stiftungen und anderen Förderprogrammen

März / April

- Klärung, welche Aufgaben von wem (Gemeinde / Vereine / Catering) übernommen werden können
- Beratung der Anträge in der LAG
- Auseinandersetzung mit der Energieagentur
- Im Anschluss: Beauftragung der Wirtschaftlichkeitsberechnung nach Anlage 2
- Klärung von Chancen bei Stiftungen und anderen Förderprogrammen
- Erarbeitung der Antragsunterlagen mit der Geschäftsstelle

Mai

- Beratungen in der Gemeinde
- Einreichen der Unterlagen für den Beirat

Juni

- Sitzung des Beirates für die Auswahl von Leuchtturmprojekten

Quellenverzeichnis

Schriftliche Dokumente

Becker, Christoph; Steinecke, Albrecht (Hrsg.) (1993): Kulturtourismus in Europa. Wachstum ohne Grenzen? ETI-Schriften Band 2. Trier

Braun, Marie-Luise; Peters, Ulrike; Pyhel, Thomas (Hrsg.) (2003): Faszination Ausstellung. Praxisbuch für Umweltthemen. Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Osnabrück

Brodersen, Heino; Köster, Bernd (2011): Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf, Raumkonzept. Flensburg

BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung (2008): Betriebs- und Nutzungskonzept für die nachhaltige Folgenutzung einer gläsernen Kirche auf dem Gelände der Landesgartenschau in Norderstedt. Berlin, Hannover

Burda Community Network (BCN) (2008): Typologie der Wünsche 2007 / 2008. München

Dreyer, Axel; Linne, Martin (2006): Grundlagen des Kulturtourismus. Studienbrief 2-080-1131 des Hochschulverbundes Distance Learning (HDL). Brandenburg

dwif-consulting GmbH (2006): Tagesreisen der Deutschen 2006, Grundlagenstudie Teil III, München

dwif-consulting GmbH (2005): Kulturtourismus in Europa. Anforderungen an Information und Kommunikation. Als PDF verfügbar unter: http://www.digicult-verbund.de/vortraege/feige-kulturtourismus.pdf, Zugriff am 20.09.2011.

Fotoprotokoll: Potenziale für ein Museum der Dorfgeschichte, Busdorf am 25.06.2011

Gesetz über die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (GAK-Gesetz) in der Fassung vom 21. Juli 1988, zuletzt geändert am 9.12.2010, veröffentlicht im BGBl. I S. 1934

Institut für Museumsforschung (2010): Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2009 (Heft 64). Berlin

Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T.), Vota Freizeit- und Spezialimmobilien Beratung GmbH (2010): Machbarkeitsstudie Verlagerung und Reattraktivierung der Schleusenausstellung in Kiel-Holtenau. Exposé Endergebnisse. Kiel, Hamburg

Ift Gmbh (2009): Machbarkeitsstudie über die Auswirkungen des Titels „Welterbe des UNESCO“ auf den Tourismus und der Region für das Danewerk und Haithabu. Potsdam

Innenministerium für Schleswig-Holstein (2011): Leistungsbild für Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen. Kiel

Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume (LLUR) (2011): Fördermöglichkeiten im Rahmen der EU-Zukunftsthemen / Health-Check. Vortrag von Norbert Limberg, 31.1.2011. Als PDF verfügbar unter: http://aktivregion-nf-nord.de/de/downloads/documents/pdf/Veranstaltungen-AktivRegion-NF-Nord/110131_Health_Check_-_Limberg.pdf, Zugriff am 6.01.2012

Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein (Hrsg.) (2007): Entwicklungsprogramm für den ländlichen Raum des Landes Schleswig-Holstein (Deutschland) für den Programmplanungszeitraum 2007 – 2013. (ELER-Programm). Kiel

Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein (Hrsg.) (2010): Richtlinie zur Förderung der integrierten ländlichen Entwicklung in Schleswig-Holstein vom 1. Dezember 2010, Gl. Nr. 6621.41

Planungsgruppe Plewa (2011): Integrierte Entwicklungsstrategie für die lokale Aktionsgruppe (LAG) AktivRegion Schlei-Ostsee. Aktualisierte Fassung von April 2011. Flensburg

N.I.T., Project M (2009): Tourismuskonzept für die Stadt Schleswig. Situationsanalyse. Kiel

Ostseefjordschlei GmbH; N.I.T.; Eimers GmbH & Co KG (2010): Marketingkonzept für die Kulturmarke Danewerk und Haithabu. Schleswig

PLANUNGSGRUPPE PLEWA (2011): Busdorf, die Wikinger und Wir! Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf. Teil 1: Konzeptoptimierung. Flensburg

PROJECT M (2006): Zukunftsmarkt Kulturtourismus? Trends und Perspektiven. Präsentation Tourismustag Sachsen-Anhalt am 2.11.2006 in Bad Suderode

PROJECT M / projekt2508 (2009): Danewerk und Haithabu: Denkmal mit Wirkung! Marketingstrategie und Organisation der Vermarktung, Chartbericht. Berlin

Rimkus, Peter Dipl. Ing.; Sachverständigenbüro für Bauwesen GmbH (2011): Gutachten für die Ermittlung des Verkehrswertes für das Objekt Kirchenweg 1 in Busdorf. Jübek, den 03.11.2011

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2008): Kulturindikatoren auf einen Blick. Ein Ländervergleich. Wiesbaden

Statistische Landesämter (2011): Preisindex für Bauwerke in Deutschland für das 3. Quartal 2011.

Steinecke, Albrecht (2002): Kulturtourismus in der Erlebnisgesellschaft: Trends - Strategien - Erfolgsfaktoren. - In: Geographie und Schule, 24 (2002) 135, S. 10-14

Verordnung über energiesparenden Wärmeschutz und energiesparende Anlagentechnik bei Gebäuden (Energieeinsparverordnung - EnEV) in der Fassung vom 24. Juli 2007, zuletzt geändert am 29. April 2009

Internetpräsenzen

Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH): Zielgruppen: Erkenntnisse der Marktforschung. http://www.sh-business.de, Zugriff am 22.09.2011

Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH): Zielgruppenmarketing. http://www.schleswig-holstein.de/MWV/DE/Tourismus/Tourismuskonzept/Marketingkonzept/MarketingFamilien/MarketingFamilien_node.html, Zugriff am 22.09.2011

Interviewpartner

Interview Dr. Sydow (ehemaliger Referent für Museen im Kultusministerium), am 31.05.2011

Raumkonzept

Raumkonzept

Verfasser:

Arbeitsgemeinschaft

Heino Brodersen, Dipl.-Ing. Architekt
Helenenallee 2, 24937 Flensburg

Bernd Köster, Dipl.-Ing. Architekt BDA
Hermann-Löns-Weg 37, 24939 Flensburg

Mit der PLANUNGSGRUPPE PLEWA

Anmerkungen zum Raumkonzept

A. Zum Städtebau

Das reetgedeckte Gebäude liegt mitten in Busdorf an der Straßengabelung Rendburger Straße und Kirchweg. Es präsentiert sich unauffällig im Straßenbild, man muß es beim Durchfahren der Ortschaft „entdecken“. Es gibt aber bei genauerem Hinsehen viel Auskunft über wichtige bau- und sozialgeschichtliche Epochen der Gemeinde.

Die Planung berücksichtigt die Lage des Gebäudes im Straßenbild, erhält die bescheidene, städtebauliche Präsenz, entwickelt diese besondere Situation aber weiter zu einem Ort, zu einem Grundstück zum Entdecken und Verweilen. Die geometrische Ausformung des Hauses bleibt als wichtiges Zeugnis der Geschichte erhalten (hier insbesondere die angeformten Dachflächen), es bleibt in seinem äußeren Erscheinungsbild also so, wie es sich heute präsentiert.

B. Zur Baukonstruktion

1. Abbruch aller Anbauten und der Nebengebäude
2. Erneuerung des Dachstuhls und der Reeteindeckung
3. Teilabbruch der Holzbalkendecke
4. Sanierung und weitgehende Wiederherstellung der Fassade und der historisch überlieferten Fensterformate
5. Erhalt historisch interessanter Gebäudeteile wie z.B. die alte Feuerstelle oder Fachwerkwände

C. Zur Funktion

Das Raumprogramm wird im vorhandenen Gebäude organisiert und auf einen An- bzw. Zusatzbau verzichtet. Das wird ermöglicht durch eine neue, frei in den Innenraum gestellte Stahlkonstruktion, die im Obergeschoß (Galerieebene) auch Ausstellungsfläche schafft. Diese Konstruktion ist das neue, raumbestimmende Element. Es entsteht so quasi ein *Einraummuseum*, das vielfältige Aktivitäten und Ausstellungsvarianten erlaubt. Die *alte Feuerstelle* wird reaktiviert und als besonderes Gestaltungselement betont. Eine *Fachwerkwand* bestimmt die Lage der Treppe zur oberen Ausstellungsebene. Es entsteht so ein architektonischer Dialog zwischen der Geschichte und der Gegenwart des Hauses, es berichtet aus seiner Biographie und macht die Ergänzungen für die neue Nutzung sichtbar und erlebbar. An der Westfassade erlaubt ein Schaufenster einen ersten Blick auf die neue Nutzung des Hauses.

Der eingelagerte Frisörsalon bleibt in seiner jetzigen Lage unangetastet und kann unabhängig vom Museumsbetrieb weiter privat genutzt werden (kommerzielle Nutzung).

D. Zum Programm

Der neue Eingang ist an der Südseite angeordnet. Man erreicht ihn über einen kleinen Platz mit Sitzgelegenheiten, Fahrradständern und einem behindertengerechten Pkw-Stellplatz. Hinter der Eingangstür empfängt ein kleines Foyer mit Café und Bücherecke die Besucher, und eine Glaswand erlaubt bereits einen ersten Blick in den Ausstellungsbereich. Sichtbare und raumbestimmende Elemente sind dort die alte Feuerstelle (Kamin), die Treppe mit Podest und die Stahlstützen der eingestellten Galerieebene. Auf dieser zweiten Ausstellungsebene öffnet sich der Raum bis zum Dachfirst, dreieckig gestaltete Vitrinen bilden den Abschluß der Brüstungen.

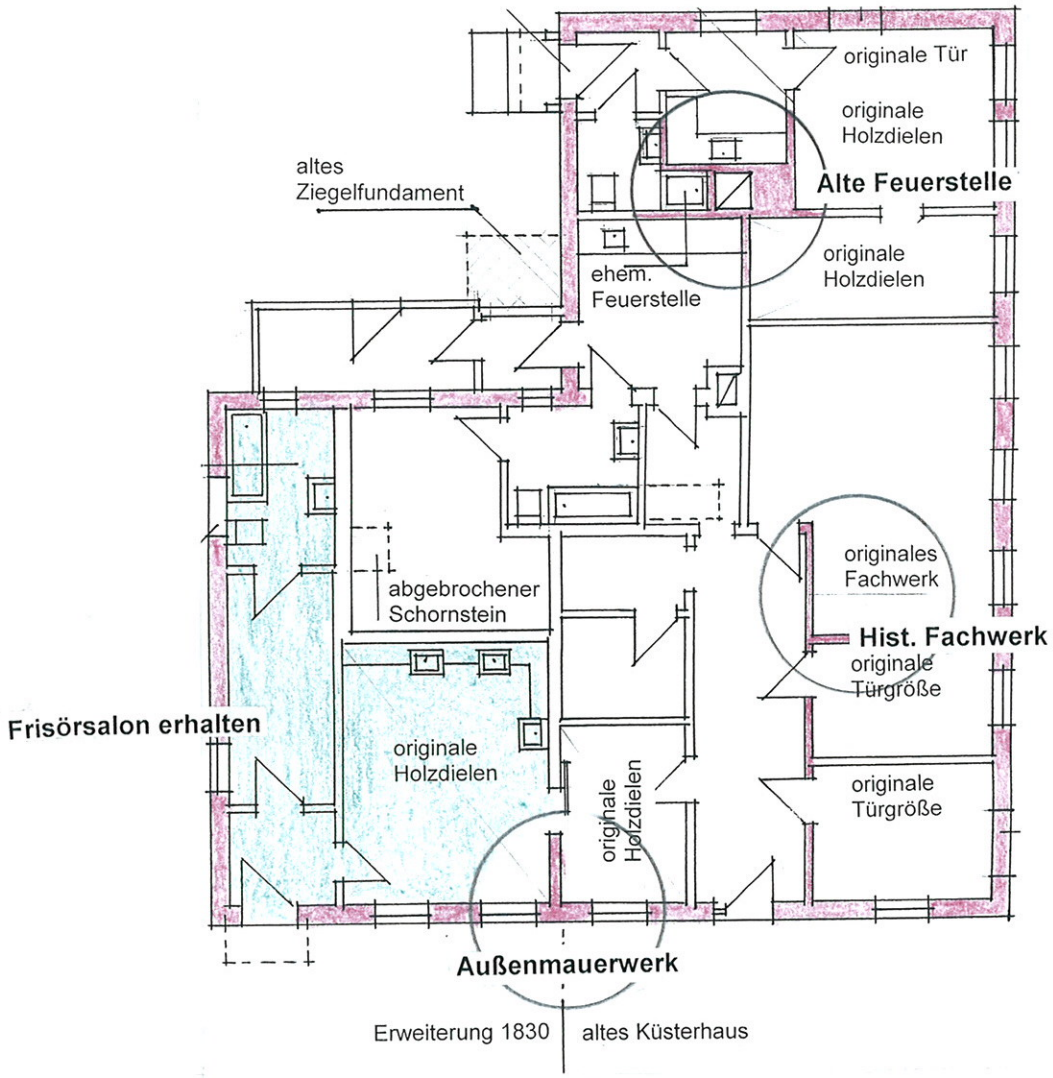
Die Toiletten und technischen Räume sind im Erdgeschoß. Die Fundusräume liegen auf der Galerieebene und sind auch von außen direkt zugänglich.

Der Außenbereich ist neu gestaltet mit zusätzlichen Angeboten für die Besucher. Vorgeschlagen wird ein Apfelbaumgarten (mit einheimischen und nordischen Sorten) zum Entdecken und Ausruhen, mit Zwischenflächen für Freiluftausstellungen. Hier könnte später auch ein Schaulager integriert werden. Zum Aufbewahren der Außenmöbel etc. gibt es ein Lagergebäude zwischen dem Vorplatz und dem Garten.

1

2

Altes Schulhaus
erhalten rückbauen sanieren



Gebäudesubstanz
erhalten erinnern nutzen

3

Ausgangslage o.M.

November 2011 / BroKö

Raumkonzept
PLANUNGSGRUPPE PLEWA

Situationsplan M.1:500

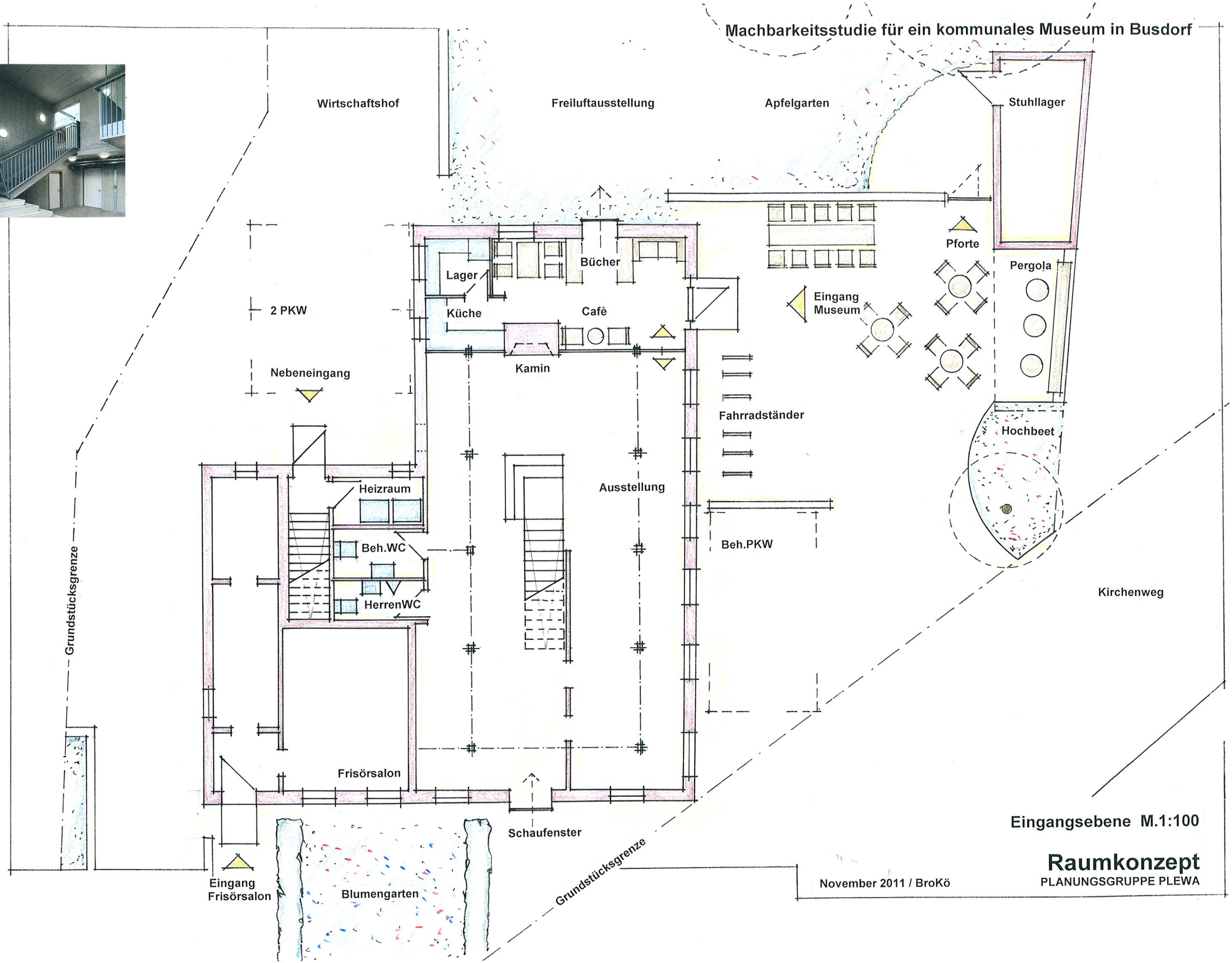
Raumkonzept

PLANUNGSGRUPPE PLEWA

November 2011 / BroKö

Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf

Beispiel: Hochbauamt Stadt Flensburg



Eingangsebene M.1:100

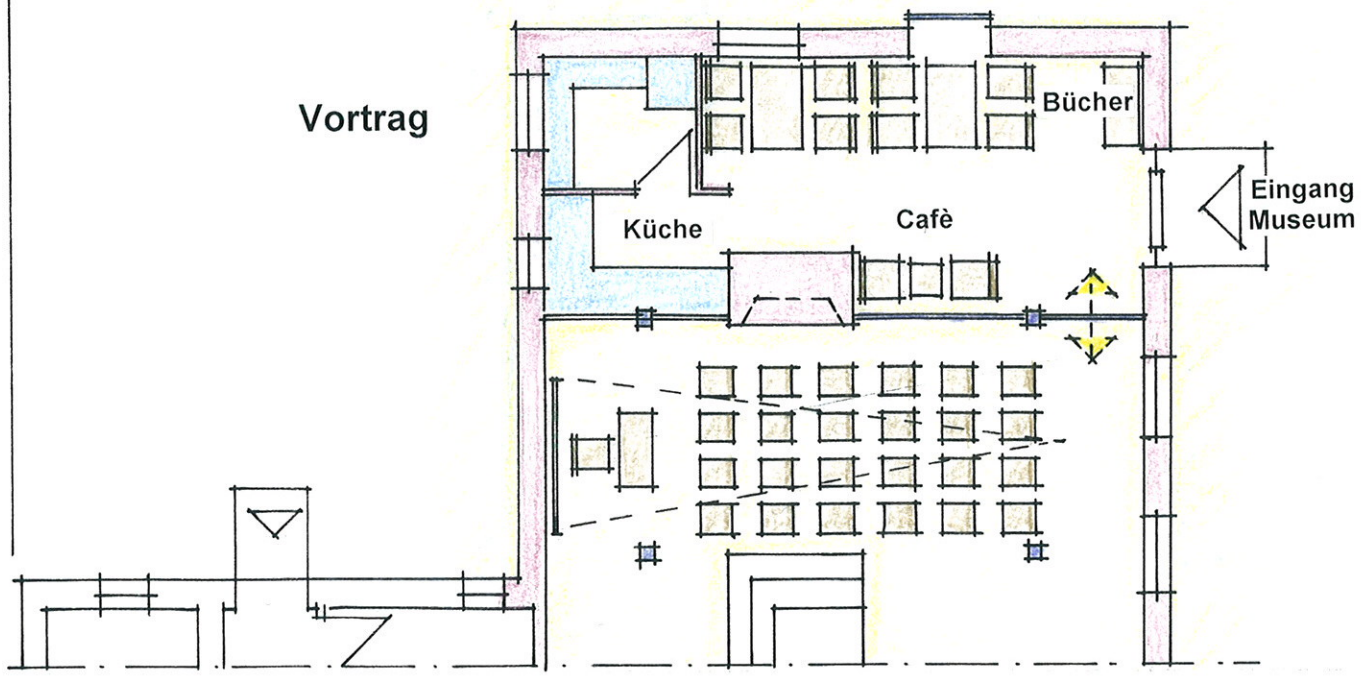
November 2011 / BroKö

Raumkonzept

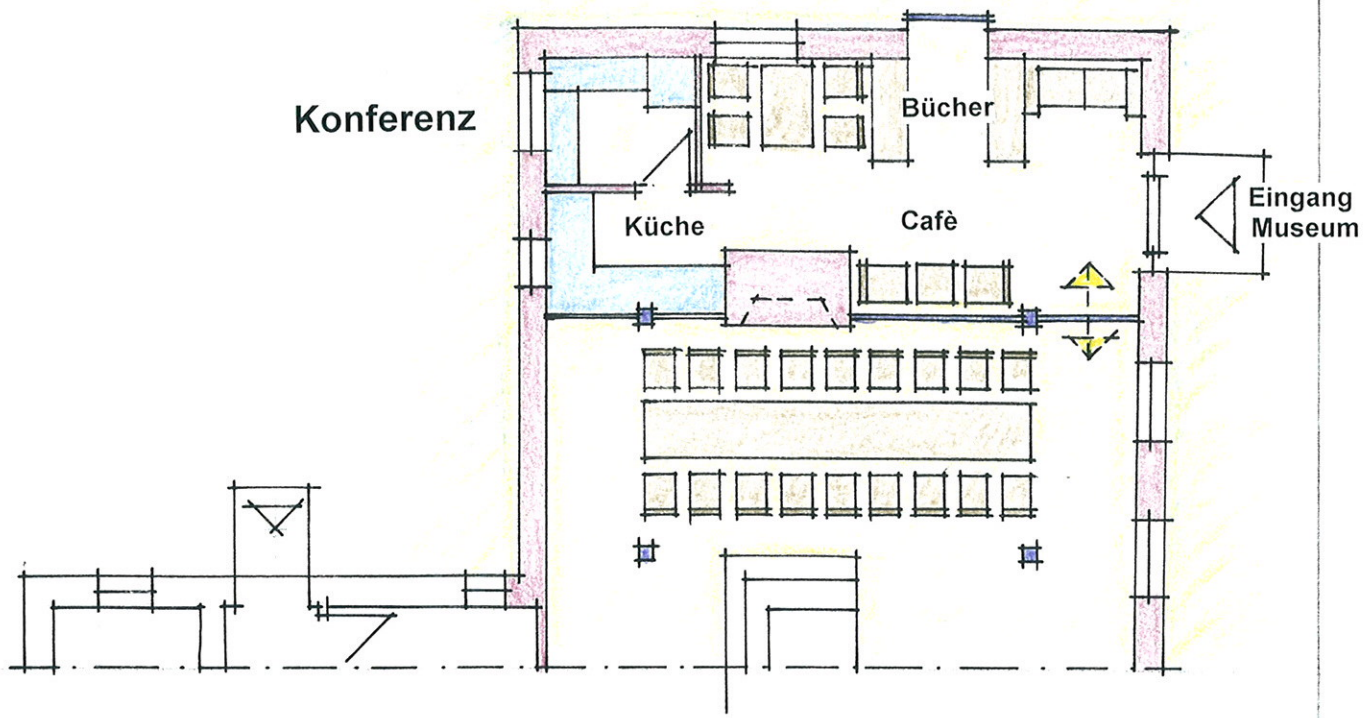
PLANUNGSGRUPPE PLEWA

Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf

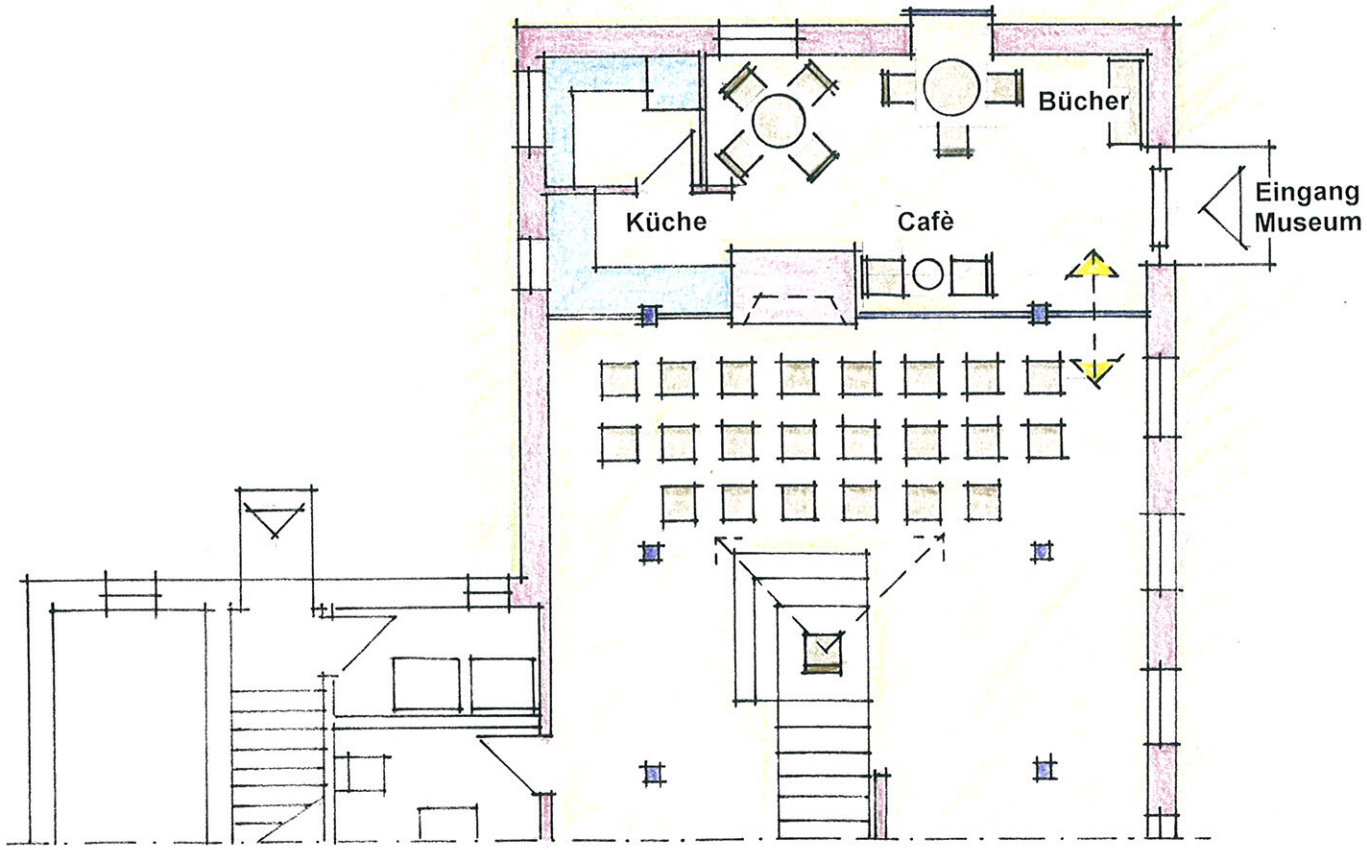
Vortrag



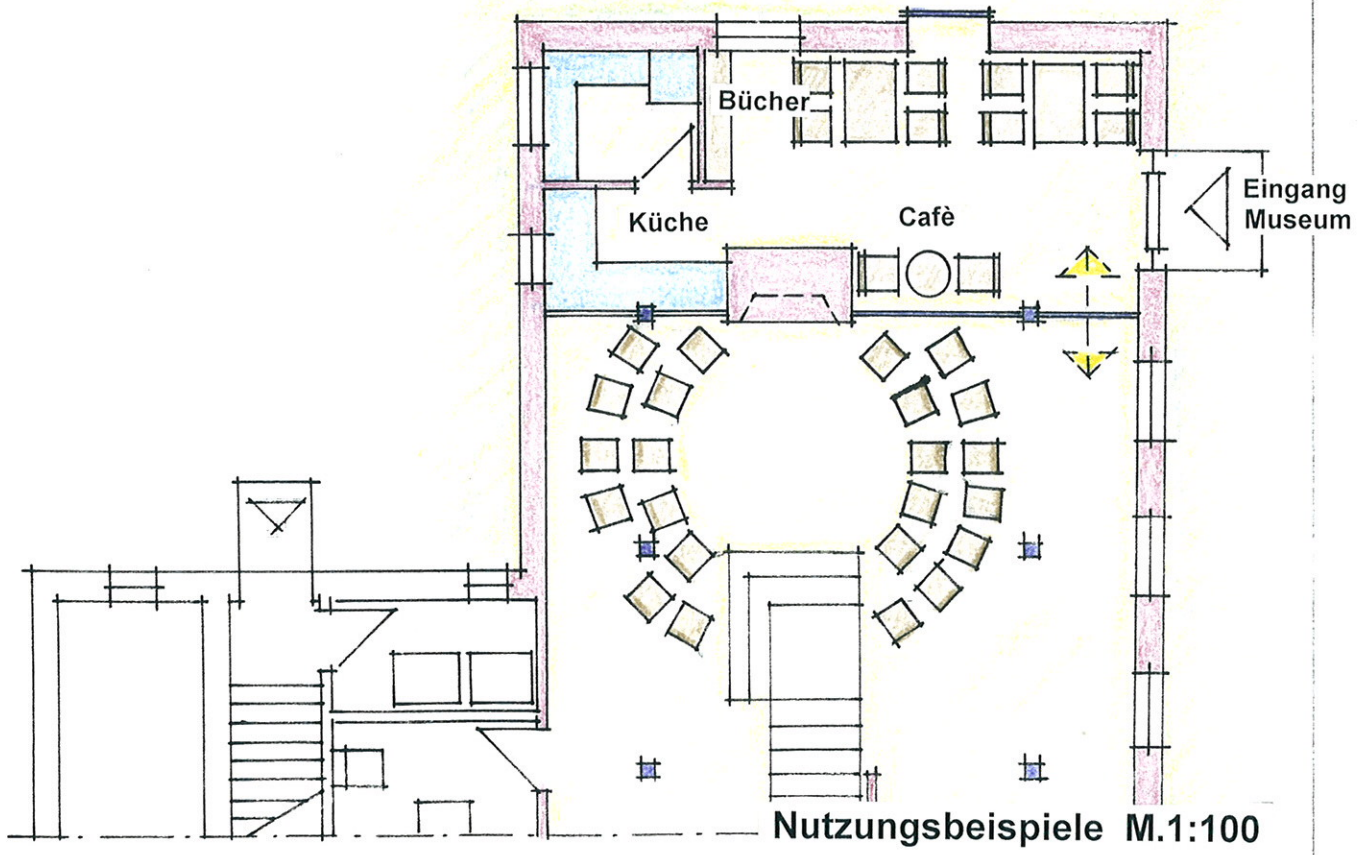
Konferenz



Podiumsgespräch



Kamingespräch



Nutzungsbeispiele M.1:100

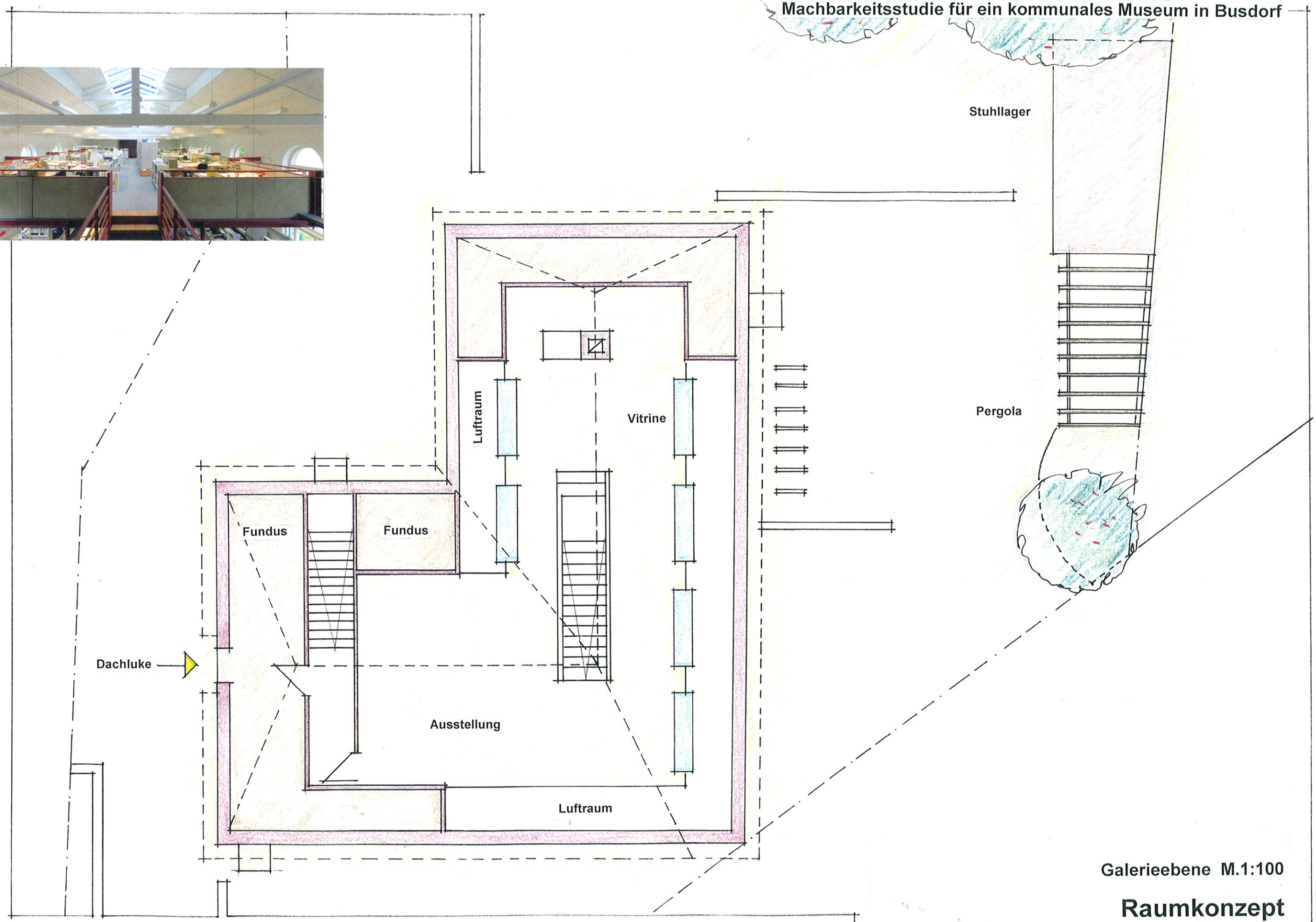
November 2011 / BroKö

Raumkonzept

PLANUNGSGRUPPE PLEWA

Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf

Beispiel: Hochbauamt Stadt Flensburg



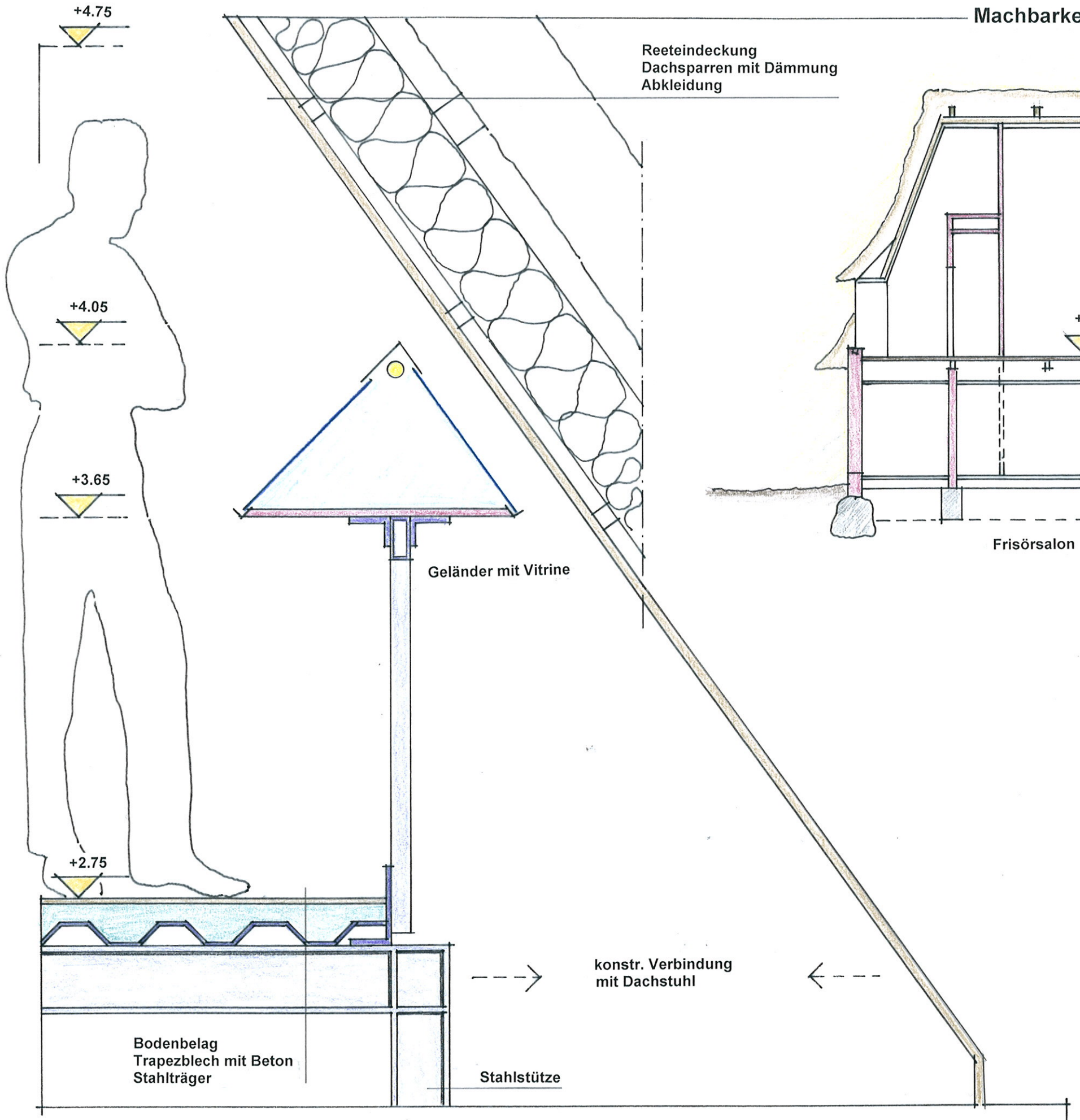
Galerieebene M.1:100

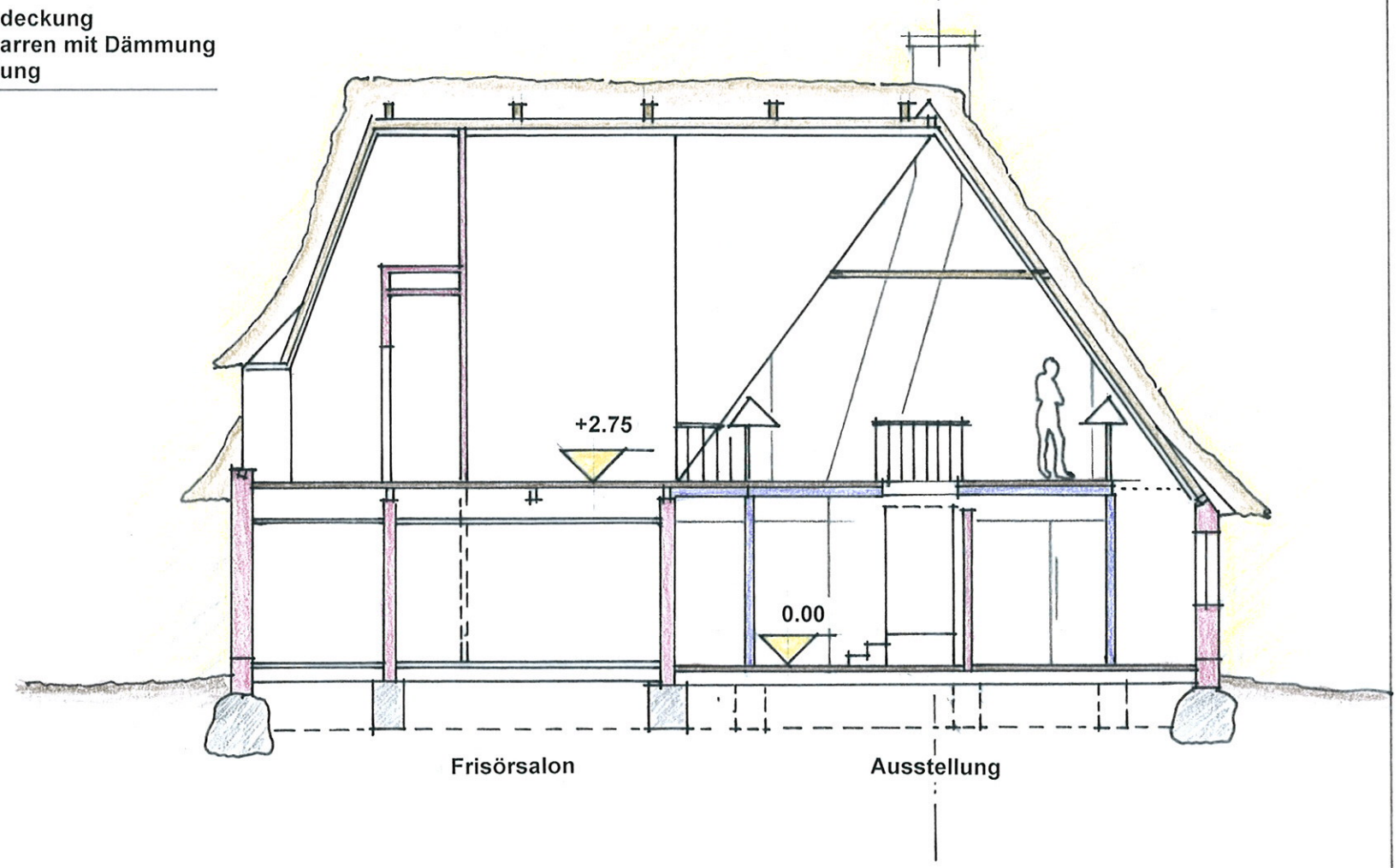
Raumkonzept

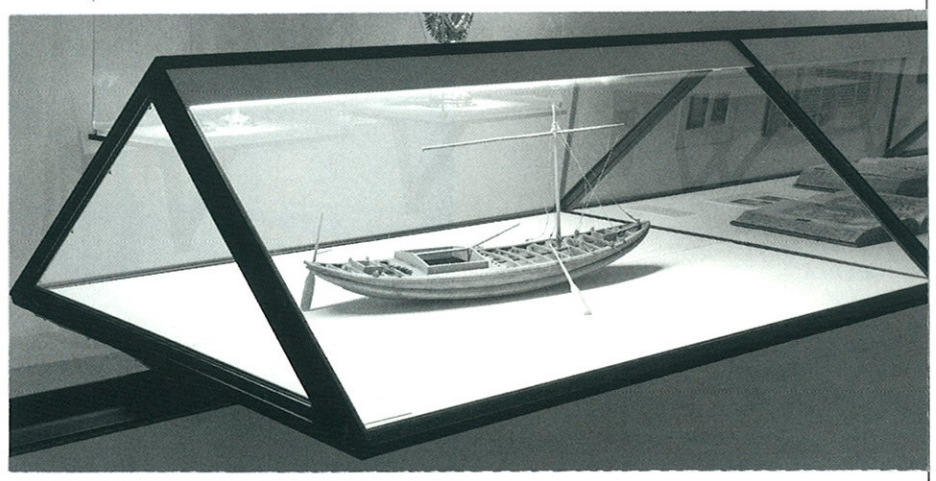
November 2011 / BroKö

PLANUNGSGRUPPE PLEWA

Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf







Beispiel: Diözesanbauamt Eichstätt

Schnitt M.1:100, Detail M.1:10

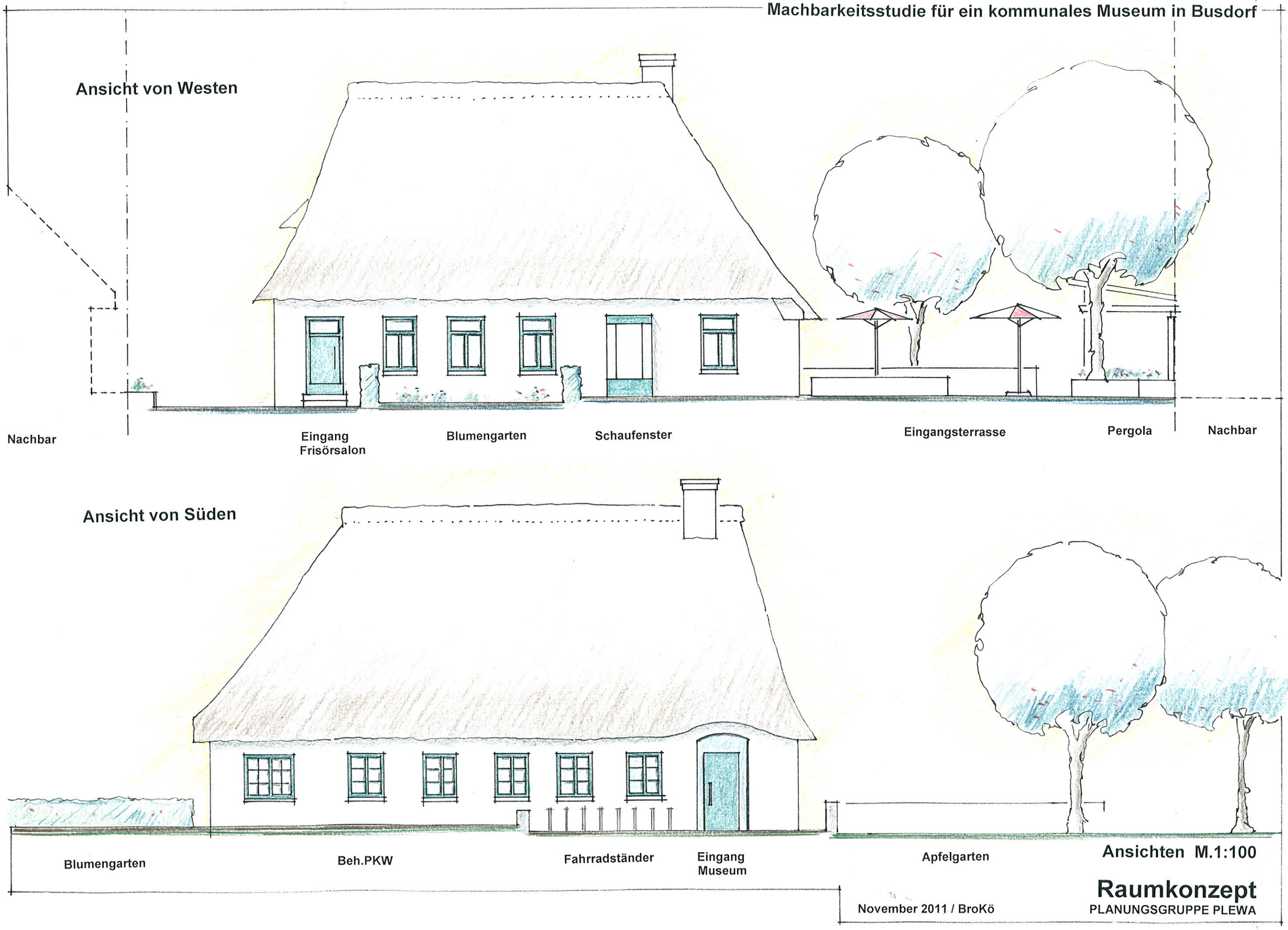
November 2011 / BroKö

Raumkonzept

PLANUNGSGRUPPE PLEWA

Machbarkeitsstudie für ein kommunales Museum in Busdorf

Ansicht von Westen



Ansichten M.1:100

November 2011 / BroKö

Raumkonzept

PLANUNGSGRUPPE PLEWA

heinobrodersen architekt

Kostenschätzung

nach DIN 276

Projekt: Kommunales Museum, Busdorf
Projekt-Nr.: B 29
Datum: 26.11.2011

Bauvorhaben: Umbau und Sanierung, Teilrestaurierung

Bauherr: Gemeinde Busdorf
Amtsverwaltung Haddeby
Rendsburger Straße 54 c
24866 Busdorf

Planung: Planungsgruppe PLEWA
Stuhrsallee 31
24937 Flensburg

Bauart: Konventionell

Grundlagen : Raumkonzept November 2011
- BKI Objektdaten A4, Altbau Ausgabe 2005
- Preisindex für Bauwerke in Detuschland, 3. Quartal 2011, Statistisches Amt für HH und S-H
- Eigene Erfahrungswerte vergleichbarer Bauvorhaben

Bemerkungen: Die Kosten für die Kostengruppen 100 (Grundstück) sind in der Kostenschätzung nicht enthalten.
Aus der nachfolgenden Kostenschätzung ergibt sich ein Preis von:

brutto 2.477,36 € / m² BGF

Einzelkostennachweise siehe Anlagen zur Kostenschätzung

	Kostengruppe	**Gesamtbetrag netto in €** zuzügl. gesetzl. MWSt.
Summe 100	Grundstück	0,00 €
Summe 200	Herrichten und Erschließen	11.000,00 €
Summe 300	Bauwerk-Baukonstruktion	345.000,00 €
Summe 400	Bauwerk-Technische Anlagen	91.000,00 €
Summe 500	Außenanlagen	231.000,00 €
Summe 600	Ausstattung und Kunstwerke	85.000,00 €
Summe 700	Baunebenkosten (ca. 23 % von 300, 400 und 500)	153.410,00 €
Zur Abrundung		-410,00 €
Geschätzte Gesamtkosten netto		916.000,00 €
zuzügl. gesetzl. MWSt. (19 %)		174.040,00 €
Geschätzte Gesamtkosten brutto		**1.090.040,00 €**

Verfasser: Planungsgruppe PLEWA
Stuhrsallee 31, 24937 Flensburg

Unterschrift

Baumaßnahme:

Kommunales Museum in Busdorf
Umbau- und Sanierung, Teilrestaurierung

Anlage zur Kostenschätzung

Grundlagen:
- BKI Objektdaten A4, Altbau Ausgabe 2005
- Preisindex für Bauwerke in Detuschland, 3. Quartal 2011, Statistisches Amt für HH und S-H
- Eigene Erfahrungswerte vergleichbarer Bauvorhaben

Kostengruppe 200	2,50 € / m²	FBG	(Fläche Baugrundstück)					
	FBG: ca.			=	1.932,00 m²			
	1.932,00 x	2,50		=	**4.830,00 €**			
	zuzügl. Abbruch Nebengebäude, ca.				**6.170,00 €**	**netto**	**11.000,00 €**	
Kostengruppe 300	625,00 € / m²	BGF	(Bruttogrundfläche)					
	BGF: ca.			=	440,00 m²			
	440,00 x	625,00 €		=	**275.000,00 €**			
	zuzügl. Sicherungsmaßnahmen Bestand, ca.				**25.000,00 €**			**€**
	zuzügl. Schutzmaßnahmen Frisörsalon, ca.				**15.000,00 €**			
	zuzügl. Restauration an historischen Bauteilen				**30.000,00 €**	**netto**	**345.000,00**	
Kostengruppe 400	165,00 € / m²	BGF	(Bruttogrundfläche)					
	BGF: ca.				440,00 m²			
	440,00 x	165,00 €		=	**72.600,00 €**			
	zuzügl. Kücheneinrichtung				**18.400,00 €**	**netto**	**91.000,00 €**	
Kostengruppe 500	75,00 € / m²	AUF	(Außenanlagenfläche)					
	AUF: ca.			=	1.680,00 m²			
	1.680,00 x	75,00 €		=	**126.000,00 €**			
	zuzügl. Schaulager außen, ca. 120,00 m²				**60.000,00 €**			
	zuzügl. Außenlager, Pergola, ca.				**30.000,00 €**			
	zuzügl. Mobiliar imAußenbereich, ca.				**15.000,00 €**	**netto**	**231.000,00 €**	
Kostengruppe 600								
	Für Mobiliar, Verschattungs- und Verdunkeltungsanlagen, pauschal ca.				**25.000,00 €**			
	Für museumsspezifische Einrichtungs-gegenstände, pauschal ca.				**60.000,00 €**	**netto**	**85.000,00 €**	
						netto	**763.000,00 €**	

Flensburg, den 26.11.2011
Planungsgruppe PLEWA

Entwurf: Leistungsbild für Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen

I. Empfehlung, die Wirtschaftlichkeitsuntersuchung in folgenden 5 Schritten durchzuführen:

1. Planungsannahmen
2. Erlöse und Aufwendungen
3. Wirtschaftlichkeitsprüfung mit Förderung
4. Wirtschaftlichkeitsprüfung ohne Förderung
5. Fazit/ Empfehlungen

1. Planungsannahmen

Zu Beginn der Wirtschaftlichkeitsuntersuchung sollte eine Tabelle stehen, in der die wichtigsten Planungsannahmen festgehalten sind, unter anderem:

- Jährliche Kostensteigerungsrate (empfohlen wird eine jährliche Kostensteigerungsrate von 1,5%.)
- Kapital
  - Bankdarlehen/ Kredite
  - Eigenkapital
  - Förderungen
  - Zinssatz
  - Kreditlaufzeit (Jahre)
- Projektspezifische Annahmen mit Erläuterung z.B. Flächen oder Auslastungen etc.

Beispiel:

Fläche	
Wohnpflegegemeinschaft	520 m²
Kindergarten	150 m²
Sportraum	60 m²
Gesamt	730 m² zzgl. Treppenhaus 120 m²
Annahme Auslastung	80%
Jährliche Steigerungsrate	1,5 %
Kapital	
Kfw-Kredit	740.500 €
Zinssatz	2%
Kreditlaufzeit	20 Jahre
Eigenkapital	200.000 €
Zuwendung Förderung	630.000 €
Gesamtinvestitionsvolumen	1.570.500 €

2. Erlöse und Aufwendungen

Erlöse und Aufwendungen werden jeweils in einer Tabelle über mindestens 12 Jahre aufgelistet. Davor soll in zwei bis drei Sätzen dargestellt werden, wie der Wert errechnet wurde, so dass der Sachverhalt nachvollziehbar ist.

Erlöse	**Aufwendungen**
- Mieteinnahmen - Umsatz - Mietgliedsbeiträge Etc.	- Personalaufwand - Warenaufwand - Energieaufwand - Gebühren - Verwaltung - Beiträge - Reattraktivierung - Instandhaltung Etc.

Achtung: In den Aufwendungen sollen Abschreibungen, Tilgung, Zinsen und Steuern noch nicht enthalten sein, da diese in der Cashflow- Rechnung gesondert aufgeführt werden.
Entnahmen (Überführung von Betriebsvermögen in Privatvermögen) sind keine Aufwendungen.

Beispiel:

Erlöse

Mietzins Wohnpflegegemeinschaft (WPE):
Für die Wohneinheiten wird aufgrund des hohen energetischen Standards und der Barrierefreiheit eine (dafür ortsübliche) Miete von 5,50 €/m² zugrunde gelegt. Die Mieteinnahmen durch die Wohnpflegegemeinschaft liegen entsprechend bei max. 2.860 €/Monat bei einer Vollbelegung. Unter Berücksichtigung der angenommen Belegungszahl von 80% liegen die Mieteinnahmen bei **2.288 €/Monat**. Die jährlichen Einnahmen liegen dementsprechend bei **27.456 €.**

Mietzins Kindergarten (KIGA) und Sportraum:
Die Mieteinnahmen für den Kindergarten liegen bei **300 €/Monat. 3.600 €** p.a.
Für den Sportraum werden keine Einnahmen erzielt.

Nebenkosten:
Auf Grund der Aufwendungen wurden Nebenkosten von **1,50 €/m²** und Monat berechnet, die von den Bewohnern der Wohnpflegegemeinschaft und der Kommune anteilig beglichen werden müssen. Die jährlichen Nebenkosten belaufen sich auf **13.140 €.**

Verwaltung Wohnpflegegemeinschaft:
Die Verwaltungskosten in Höhe von **1.600€** p.a. müssen von den Mietern aufgebracht werden.

Jahre	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mieteinnahmen WPE	0	6.864	27.456	27.868	28.286	28.710	29.141	29.578	30.022	30.472	30.929	31.392
Mieteinnahmen KIGA	3.600	3.600	3.600	3.654	3.709	3.764	3.821	3.878	3.936	3.995	4.055	4.116
Nebenkosten	0	5.040	13.140	13.337	13.537	13.740	13.946	14.155	14.368	14.583	14.802	15.024
Verwaltung WPE	0	400	1.600	1.624	1.648	1.673	1.698	1.724	1.750	1.776	1.802	1.829
= Erlöse	3.600	15.904	45.796	46.483	47.180	47.887	48.606	49.335	50.076	50.826	51.588	52.361

Aufwendungen

Energieaufwand:
Der Heizwärmebedarf beträgt 30 kWh/m² p.a. Der hier zugrunde liegende Preis für die kWh beträgt 0,20 €. Für 730 m² sind damit Heizkosten von 4.380 € p.a. anzusetzen.

Reinigung und Pflege:
Die Reinigung und Pflege des Kindergartens erfolgt durch den Träger. Der Sportlerraum wird von den Nutzern gereinigt. Die Reinigung der Räume der Wohnpflegegemeinschaft obliegt den Mietern. Für das Gebäude insgesamt werden Aufwendungen in Höhe von 1.800 € p.a. aufgebracht.

Sonstiges:
Als sonstige Kosten wird ein Betrag von 1.800 € p.a. eingestellt.

Reparaturen/ Unterhaltung
Für die Bauunterhaltung/ Reparaturen wird von jährlichen Kosten in Höhe von 5.000 € ausgegangen.

Jahre	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Energie-aufwand	0	1.095	4.380	4.446	4.512	4.580	4.649	4.719	4.789	4.861	4.934	5.008
Reinigung und Pflege	0	450	1.800	1.827	1.854	1.882	1.910	1.939	1.968	1.998	2.028	2.058
Sonstiges	0	450	1.800	1.827	1.854	1.882	1.910	1.939	1.968	1.998	2.028	2.058
Reparaturen/ Unterhaltung	0	0	5.000	5.075	5.151	5.228	5.307	5.386	5.467	5.549	5.632	5.717
Verwaltung WPE	0	400	1.600	1.624	1.648	1.673	1.698	1.724	1.750	1.776	1.802	1.829
Aufwendungen	0	2.395	14.580	14.799	15.019	15.245	15.474	15.707	15.942	16.181	16.424	16.670

3. Wirtschaftlichkeitsprüfung mit Förderung

Hierbei sollen in einer Tabelle der Jahresüberschuss und der Cashflow berechnet werden.
Als Vorlage dient hierfür die nachfolgende Tabelle:

Jahre	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Erlöse gesamt						
Aufwendungen gesamt						
Abschreibungen						
Zinsen						
Steuern						
= Jahresüberschuss						
(Zuschuss)						
Abschreibungen						
Tilgung						
= Cashflow						
Ergebnisse kumuliert						

Jahre (Fortsetzung)	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Erlöse gesamt						
Aufwendungen gesamt						
Abschreibungen						
Zinsen						
Steuern						
= Jahresüberschuss						
(Zuschuss)						
Abschreibungen						
Tilgung						
= Cashflow						
Ergebnisse kumuliert						

Hilfe zum Ausfüllen der Tabelle: Erlöse und Aufwendungen werden aus dem 2. Schritt übernommen. Anschließend können die Abschreibungen, Zinsen und Steuern ergänzt werden, um dann den Jahresüberschuss zu errechnen.
(Erlöse –Aufwendungen –Abschreibung –Zinsen –Steuern =Jahresüberschuss)
Danach werden noch mal die Abschreibungen wie oben eingetragen, weil diese nicht im Cashflow enthalten sind. Ebenso wird die Tilgung ergänzt, um abschließend den Cashflow berechnen zu können.
(Jahresüberschuss +Abschreibungen –Tilgung =Cashflow).
Sofern die Fördermittel nicht sofort ausgegeben werden, muss der jeweilige Jahresanteil zum Cashflow dazugerechnet werden (Zuschuss). Anschließend sollen die Ergebnisse der Cashflow-Rechnung kumuliert werden.

Beispiel:
Die Förderung ist in dieser Darstellung bereits enthalten, da von einem Kreditvolumen von 740.500 € ausgegangen wird. Die Projektkosten betragen aber 1.570.500 €. Der Kredit, das Eigenkapital und die Förderung werden im ersten Jahr komplett verausgabt.

Jahre	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
Erlöse gesamt	3.600	15.904	45.796	46.483	47.180	47.887
Aufwendungen gesamt	0	2.395	14.580	14.799	15.019	15.245
Abschreibungen	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262
Zinsen	0	0	14.810	14.070	13.329	12.589
Steuern	0	100	300	305	309	314
= Jahresüberschuss	-30.662	-20.853	-18.156	-16.953	-15.739	-14.523
(Zuschuss)	0	0	0	0	0	0
Abschreibungen	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262
Tilgung	0	0	37.025	37.025	37.025	37.025
= Cashflow	3.600	13.409	-20.919	-19.716	-17.884	-17.286
Ergebnisse kumuliert	3.600	17.009	-3.910	-23.626	-41.510	-58.796

Jahre (Fortsetzung)	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Erlöse gesamt	48.606	49.335	50.076	50.826	51.588	52.361
Aufwendungen gesamt	15.474	15.707	15.942	16.181	16.424	16.670
Abschreibungen	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262
Zinsen	11.848	11.108	10.367	9.627	8.886	8.146
Steuern	318	323	328	333	338	343
= Jahresüberschuss	-12.978	-11.742	-10.495	-8.884	-7.984	-6.717
(Zuschuss)	0	0	0	0	0	0
Abschreibungen	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262
Tilgung	37.025	37.025	37.025	37.025	37.025	37.025
= Cashflow	-16.059	-14.828	-13.586	-11.980	-11.085	-9.823
Ergebnisse kumuliert	-74.855	-89.683	-103.269	-115.249	-126.334	-136.157

4. Wirtschaftlichkeitsprüfung ohne Förderung

Analog zu Schritt 3 soll die Wirtschaftlichkeit nun ohne Förderung errechnet werden. Die Darlehenssumme wird also um die Förderung erhöht, wodurch sich die Planungsannahmen bei folgenden Punkten verändern könnten:

- Kapital
  - Bankdarlehen/ Kredite
  - Zinssatz
  - Kreditlaufzeit Jahre
  - Eigenkapital
  - Förderung

Beispiel:

Kapital	
Kfw-Kredit	1.370.500 €
Zinssatz	2%
Kreditlaufzeit	20 Jahre
Eigenkapital	200.000 €
Zuwendung Förderung	0
Gesamtvolumen	1.570.500 €

Jahre	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Erlöse gesamt	3.600	15.904	45.796	46.483	47.180	47.887
Aufwendungen gesamt	0	2.395	14.580	14.799	15.019	15.245
Abschreibungen	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262
Zinsen	0	0	27.410	26.040	24.669	23.299
Steuern	0	100	300	305	309	314
= Jahresüberschuss	-30.662	-20.853	-30.756	-28.923	-27.079	-25.233
Abschreibungen	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262
Tilgung	0	0	68.525	68.525	68.525	68.525
= Cashflow	3.600	13.409	-65.019	-63.186	-61.342	-59.496
Ergebnisse kumuliert	3.600	17.009	-48.010	-111.196	-172.538	-232.034

Jahre (Fortsetzung)	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Erlöse gesamt	48.606	49.335	50.076	50.826	51.588	52.361
Aufwendungen gesamt	15.474	15.707	15.942	16.181	16.424	16.670
Abschreibungen	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262
Zinsen	21.928	20.558	19.187	17.817	16.446	15.076
Steuern	318	323	328	333	338	343
= Jahresüberschuss	-23.376	-21.515	-19.643	-17.767	-15.882	-13.990
Abschreibungen	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262	34.262
Tilgung	68.525	68.525	68.525	68.525	68.525	68.525
= Cashflow	-57.639	-55.778	-53.906	-52.030	-50.145	-48.253
Ergebnisse kumuliert	-289.673	-345.451	-399.357	-451.387	-501.532	-549.785

5. Fazit/ Empfehlungen

Beim Fazit werden die Ergebnisse aus dem 3. und 4. Schritt miteinander verglichen. Unter anderem dadurch, dass dargestellt wird, ab welchem Jahr der Cashflow ohne Förderung positiv wird und ab welchem Jahr mit Förderung. Des Weiteren werden die Ergebnisse der ersten 12 Jahre kumuliert, damit ersichtlich wird, ob ein Defizit entstanden ist oder nicht. Im Fall von Entnahmen können diese in folgender Tabelle heraus gerechnet werden:

Jahre	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Entnahmen												
Jahresüberschuss2												
Cashflow2												
= Ergebnisse kumuliert												

Beispiel:
Bei einer Förderung des Projektes wird der Cashflow ab dem Jahr **2029 (20 Jahre**) positiv. Deutlich ungünstiger stellt sich die Situation ohne Förderung da. Der Cashflow würde im Jahre **2032 (23 Jahre)** positiv. Augenscheinlich wirken drei Jahre bei so einem langen Zeitraum wenig, jedoch müssen auch die Schulden bedacht werden, die bis zu den Zeitpunkten an denen der Cashflow positiv wird, angehäuft werden. Kumuliert man die Ergebnisse mit Förderung der ersten 12 Jahre, so sieht man das entstandene Defizit von **136.157 €.** Ohne Förderung entstehen in den ersten 12 Jahren bereits Schulden in Höhe von **549.785 €.**

II. Grundsätze für Förderentscheidungen durch das LLUR

Für die Förderentscheidung müssen wesentliche Punkte geklärt werden:

1. Wie entwickelt sich der **Cashflow mit Förderung und wie ohne Förderung**? Entscheidend ist unter anderem wann der Cashflow positiv wird. Dabei muss aber darauf geachtet werden, wann der Kredit abbezahlt ist, da es ansonsten - wie im vorliegenden Beispiel- zu missverständlichen Ergebnissen kommen kann. Denn falls die Erlöse höher sind als die Aufwendungen wird der Cashflow meistens positiv, sobald der Kredit abbezahlt ist.
   Außerdem ist es wichtig ob der Cashflow überhaupt positiv wird, denn ansonsten ist das Projekt unwirtschaftlich (siehe Punkt II a).
   Bei einem Cashflow, der schon in den ersten drei Jahren positiv wird, kommt es darauf an wie hoch die Entnahmen im Fazit angesetzt werden (siehe Punkt II b.)
   a. Bei **negativen Ergebnissen des Cashflows** stellt sich die Frage, wer das Defizit übernimmt. Hierbei ist es erforderlich, dass eine schriftliche Erklärung zur Übernahme des Defizits auf Grundlage der Wirtschaftlichkeitsberechnung vorgelegt wird.
   b. Bei **positiven Ergebnissen des Cashflow** ist vor allem das Fazit (siehe Punkt I 5.) entscheidend. Wie hoch sind die Entnahmen? Handelt es sich um den Haupterwerb oder einen Nebenerwerb? Wie viele Menschen müssen von den Entnahmen leben? Kurzum sind die Entnahmen angemessen? Falls ja bleibt der Cashflow weiter positiv?

2. **Dokumentation der Förderentscheidung** – ausgeübtes Ermessen muss nachvollziehbar sein.

gefördert auf Initiative des MLUR durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung ländlicher Räume (ELER)