

→ MEHR ALS LOCATION – DIE VERNETZTE VERANSTALTUNGSKONZEPTION IM HAUS DER GESCHICHTE

DETLEF HERBNER, STIFTUNG HAUS DER GESCHICHTE
DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND, BONN

Ein modernes Museum bietet mehr als Ausstellungen. Es ist auch ein Forum, das Kommunikationspartnern Raum gibt, sich zu präsentieren. Das Haus der Geschichte war von Beginn an ein begehrter Ort für Konferenzen und Symposien – ein idealer Rahmen für Festlichkeiten rund um Kultur, Politik, Gesellschaft und Wirtschaft.

Bereits im Stiftungsgesetz des Hauses vom 28. Juli 1990 sind Veranstaltungen als geeignetes Mittel genannt, die Arbeit des Museums zu vertiefen und zu multiplizieren. Detailliert werden sogar eigens themenbezogene Filmprogramme, Vorträge und Seminare darin aufgeführt.

Die Verankerung der Veranstaltungen sowohl in den Stiftungsgrundlagen, als auch die Kopplung mit der Öffentlichkeitsarbeit des Hauses kann aus der Erfahrung als vorbildlich bezeichnet werden.

Inhaltlicher Rahmen

Die Veranstaltungen greifen aktuelle Fragen aus Politik, Gesellschaft und Kultur der Gegenwart auf. Sie bieten die Möglichkeit zur Gestaltung eines umfangreichen Programms mit Theater, Literatur oder Film. Museumsveranstaltungen können auf diese Weise zur lebendigen Auseinandersetzung mit Zeitfragen beitragen. Es erschien sinnvoll, die Vielzahl der Veranstaltungen in: Eigenveranstaltungen, Kooperationsveranstaltungen und Fremdveranstaltungen zu unterteilen.

Bei den größeren Veranstaltungen mit über 100 bis 1800 Teilnehmerinnen und Teilnehmern lag der Anteil der Eigenveranstaltungen 2002 bei 53,1 %. Ein Drittel, 33,8 %, waren Kooperationsveranstaltungen und 13,1 % Fremdveranstaltungen.

Eigenveranstaltungen

Eigenveranstaltungen sind Events, die von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Museums, besonders der Veranstaltungskoordination, von der Idee über die Umsetzung bis zur Ergebnisdarstellung vollständig erarbeitet und umgesetzt werden. Dazu zählen auch Vernissagen und Finissagen zu Ausstellungen oder die Gestaltung von Begleitprogrammen.

Die längeren Laufzeiten von Wechselausstellungen sowie die permanente Dauerausstellung bieten darüber hinaus Gelegenheit zu:

Kooperationsveranstaltungen

Dabei wird im Vorfeld zwischen den gleichberechtigten Partnern, einer davon ist das Haus der Geschichte, eine faire Aufgabenteilung festgelegt. Finanzielle Aspekte der Projekte werden dabei nie außer Acht gelassen, auf Kostenteilung streng geachtet. Dieses Netzwerk der Kooperationen kann sich als Veranstaltungsreihe über einen Zeitraum von Jahren erstrecken. Oder es ergibt sich als punktuelle Einzelaktivität. So verbindet das Haus der Geschichte seit fast zehn Jahren eine Kooperationspartnerschaft mit dem Haus der Sprache und Literatur, Bonn. Der Europatag, der ein Thema in der Dauerausstellung ist, veranlasste 2004 beide Partner an einer Woche zum Thema Literatur – Europa teilzunehmen. Sie fand am 5. Mai mit Lesungen von Christoph Dieckmann, John von Düffel, Max von der Grün, Steffen Kopetzky, Moritz Rinke, Burkhard Spinnen, Arnold Stadler und Keto von Waberer zu ihrem persönlichen Verfassungsbezug einen Höhepunkt. Der Partner lud die Lektoren ein, das Museum stellte Logistik und *manpower* zur Verfügung. Der etwas andere Zugang zum Europatag verschaffte die entsprechende Medienresonanz.

Fremdveranstaltungen

Für die medienwirksame Außenpräsentation eines Hauses bieten sich in besonderem Maße Fremdveranstaltungen an. Zu ihrer erfolgreichen Durchführung ist es im Vorhinein erforderlich, gewisse »Spielregeln« zu erarbeiten. Hausordnung, Mietbedingungen und Vertragsgrundlagen müssen vor der ersten Fremdveranstaltung feststehen. Sie sind die Bedingungen unter denen die Räumlichkeiten des Hauses gegen Kostenersatz, in unserem Fall zeitgeschichtlich Interessierten, zur Verfügung gestellt werden. Es empfiehlt sich und ist legitim den Kundinnen- und Kundenkreis transparent zu definieren, der die Möglichkeit zur Fremdveranstaltung im Museum haben wird.

Dazu kommt eine Supervising- und Controlling-Funktion seitens des Museumsvermieters. Sie ist geradezu unerlässlich, um während der gesamten Projektlaufzeit – von der Anfrage, dem Mietvertrag, dem Aufbau, der Abwicklung bis zum Abbau der Veranstaltung – gegenseitige Missverständnisse auszuschließen. Gelingt dies, ist jede Fremdveranstaltung eine Bereicherung des Museumsprogramms. Erst jüngst erinnerte eine Tageszeitung daran, dass Rudolf Augstein 1997 zum 50. Geburtstag des »SPIEGEL« im Haus der Geschichte »die Korken knallen ließ«.

Eigen-, Kooperations- und Fremdveranstaltungen in Museen bedürfen, unabhängig von ihrer Anzahl, der internen Vernetzung.

EDV – gestütztes Veranstaltungsmanagement für Raum und Zeit

Dafür bietet die Dokumentation in einem EDV-gestützten Veranstaltungsplaner für Raum und Zeit eine optimale Lösung. Die kostengünstigste und ein-

fachste Lösung ist der Aufbau einer Excel-Datenbank, für Häuser mit mehreren hundert, Raum belegenden Veranstaltungen pro Jahr empfiehlt sich die Entwicklung einer Individualsoftware auf Oracle-Basis, gegebenenfalls die Prüfung marktüblicher Standardsoftwarepakete für das Hotel-, Tagungs- und Messegewerbe.

Bei allen Lösungen sollten als Minimalanforderung folgende Dialogfunktionen möglich sein:

Veranstaltungsübersicht: Dieser Dialog dient der Verwaltung aller Veranstaltungsräume und den dort stattfindenden Veranstaltungen in einem Zeitraum.

- *Bearbeitungsdialog*

Die Planung jeder einzelnen Veranstaltung kann dadurch aktualisiert werden.

- *Statistikdialog*

Sie hilft, den Überblick zu bewahren und dient als Basis für Außenpräsentation.

- *Druckfunktion*

Einzelausdruck und Überblicksausdruck sorgen für den Überblick beim Kundengespräch in den Veranstaltungsräumen.

Noch ein Tipp: den Kreis der Benutzer dieser Software definieren und den Zugang zum Bearbeitungsdialog so stark wie möglich einschränken. Dies beugt Planungschaos vor. Doch Reden über Veranstaltungen hilft allen, dem externen Publikum und intern den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Veranstaltungspublikation und -akquisition

Print-Medien zeigen besonders im regionalen und repräsentativen Raum ihre Wirkung. Online bietet sich eine optimale Verbindung von Veranstaltungspublikation und Veranstaltungsakquisition. Interessenten können einen kostengünstigen Blick in die Veranstaltungsräume des Hauses werfen und per Mail ihre Buchungsanfrage starten. Gleichzeitig zeigt die Internetseite das who is who der Veranstaltungen im Museum.

Vernetzte Intra-Kommunikation

Ebenso wichtig wie die externe Sicht der Veranstaltungen ist die interne Kommunikation. Ein regelmäßiger Jour-fix dient der Transparenz, der Koordination, der Abstimmung von Veranstaltungsterminen zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der unterschiedlichsten Arbeitsbereiche im Haus von der Verwaltung über den Besucherdienst und die Museumspädagogik bis zur PR-Abteilung. Die Kooperation mit internen Dienstleistungen ist der

Schlüssel zum erfolgreichen vernetzten Veranstaltungskonzept. Der Kreis der Teilnehmerinnen und Teilnehmer richtet sich nach den individuellen Bedürfnissen eines Hauses.

Ausblick

Die Öffnung der Museen für Veranstalter und Veranstaltungen sorgt mit dafür, dass sich das moderne Museum als kultureller Dienstleister versteht. Die Aufgabe von Museen im 21. Jahrhundert verlagert sich von der reinen Wissensvermittlung zur Kommunikation zwischen Museen und ihren Besucherinnen und Besuchern. Veranstaltungen im Museum tragen dazu erheblich bei. »Beinahe wie eine Hollywood-Premiere inszenierte RTL-Aktuell seinen Geburtstag im Haus der Geschichte ...« schrieb eine große Regionalzeitung. So bieten Veranstaltungen im Museum die Möglichkeit zur kostenfreien Besucherwerbung *par excellence*.

Kontakt

Dr. Detlef Herbner, Veranstaltungskoordinator

Haus der Geschichte Bonn

Willy-Brandt-Allee 14

53113 Bonn

Telefon: ++ 49 (0)2 28 – 9 16 52 27 / -28

Fax: ++ 49 (0)2 28 – 9 16 53 02

E-Mail: herbner@hdg.de

URL: www.hdg.de