

# Betriebskonzept MIK

Stand 18. Februar 2013

## **INHALT**

Vorbemerkung/ Anforderungsprofil/ Öffnungszeiten

Potential des neuen MIK und Besucheraufkommen

Gesamtbetrieb (Organigramm, Zuständigkeiten, Dienstleistungen, Querschnittsthemen)

Funktionsschema Eberhardstraße 1 / Personal und Zuordnung

## **Anlagen**

1. Stellenprofile für Aufgaben im Querschnitts-/Dienstleistungsbereich

a) Hausmeister

b) Empfangspersonal EG

2. Schnittstellen

Tourist Information/ Ticketing (Eigenbetrieb) - Ludwigsburg Museum (FB 41)

Tourist Information / Ticketing (Eigenbetrieb) - Kulturprogramm Forum am Schlosspark (FB 41)

## VORBEMERKUNG

- Die drei Partner Ludwigsburg Museum, Tourist Information mit Ticketing und Kunstverein für Stadt und Kreis Ludwigsburg e.V. sind Bewahrer und Vermittler vergangener und aktueller Kultur und tragen zu deren Verständnis bei. Das Konzept von drei Partnern unter einem Dach ist singulär.
- Das Ensemble kann mit seinen Aktivitäten identitätsbildend wirken und bietet sowohl für die Kultur, die Stadtentwicklung wie auch für den Tourismus ein herausragendes Potential.
- Das Baudenkmal Eberhardstraße 1 mit seinen modernen Erweiterungsbauten bietet eine qualitätsvolle Architektur und eine Museumsgestaltung auf höchstem Niveau.
- Das neue Betriebskonzept berücksichtigt die verbesserte Infrastruktur des neuen Standortes, optimierte Arbeitsabläufe und Synergieeffekte.

Die zusätzlichen Aufwendungen der Stadt sind als nachhaltige Investition in die langfristige Stadtentwicklung zu betrachten.

## ANFORDERUNGSPROFIL - Ziele und Leistungen (Kurzform)

### Das MIK allgemein

Im Mai 2013 soll das neueingerichtete Gebäude Eberhardstraße 1 in Betrieb gehen. Das neue *MIK Museum Information Kunst* mit Ludwigsburg Museum, Tourist Information und Ticketing, Ausstellungsräumen für den Kunstverein Kreis Ludwigsburg e. V. und einem verpachteten Café hat eine Bruttogeschossfläche von 2.039 m<sup>2</sup>, davon sind rd.1.200 m<sup>2</sup> öffentlich zugänglich.

Der neue Standort soll laut Gemeinderatsbeschluss neben erweiterten Öffnungszeiten zusätzliche Besucherangebote und einen erweiterten Medieneinsatz bieten und mit möglichst geringem Personaleinsatz bewältigt werden. Die Qualität der Serviceleistungen vor Ort steht in direkter Abhängigkeit zur Personalausstattung.

### 1. Der Museumsbetrieb

Das Ludwigsburg Museum bespielt am künftigen Standort eine Fläche von ca. 1.500 qm auf vier Etagen mit einer ständigen Ausstellung auf 421 qm. Sechs Medienstationen und Filmvorführungen im auch als Kino nutzbaren Seminarraum bieten für den Besucher attraktive Zusatzinformationen. Zwei Studios laden einmal wöchentlich zum Selbststudium der Grafiksammlung ein. Zudem bietet das Museum Sonderausstellungen und Veranstaltungsangebote wie Vorträgen und Führungen sowie praktische Mitmachangebote im Atelier für Museumspädagogik. Zusätzlich zum Haupthaus im MIK betreibt das Museum zwei Außenstellen und drei externe Museumsmagazine.

Der künftige Museumsbetrieb ist personell schlank ausgestattet. Neben der Leitung in Vollzeit wird dieser von jeweils einer Halbtagsstelle in den Bereichen Ausstellung/Sammlung, Verwaltung/Dokumentation, Pädagogik und Technik/Veranstaltungen geleistet. Darüber hinaus bildet das Museum Nachwuchs wie Volontäre und Praktikanten aus und ist Einsatzstelle für den Bundesfreiwilligen Dienst. Die Aufsichtskräfte sorgen durch Hausrundgänge für die Publikums- und Museumssicherheit.

## **2. Der Kunstverein**

Der Kunstverein Ludwigsburg e.V. bezieht im MIK ein neues Gebäude, das im EG 120qm und im UG etwa 90 qm aufweist. Im EG werden im Jahr fünf bis sechs kuratierte Ausstellungen mit Künstlern mit innovativen Kunstsprachen von internationalem Rang durchgeführt. Zeitgleich dazu werden im UG fünf bis sechs Salonausstellungen von juriierten Künstlermitgliedern resp. Sonderausstellungen oder Jahresausstellungen mit allen Künstlermitgliedern präsentiert. Pro Jahr organisiert der Kunstverein etwa zehn bis zwölf Ausstellungen von zeitgenössischer Kunst. Zu den Ausstellungen werden regelmäßig Künstlergespräche, Vorträge und Führungen durch die Künstlerische Leitung durchgeführt. Veranstaltungen in Form von Dichterlesungen, Podiumsdiskussionen oder das Poetry Slam werden zusätzlich jeden Monat angeboten. In der didaktischen Betreuung kooperiert der Kunstverein mit der PH Ludwigsburg und der Kinderlandstiftung Baden-Württemberg, so dass zu jeder Ausstellung Schulklassenführungen stattfinden.

Der Kunstverein Ludwigsburg e.V. ist personell sehr schlank bestückt. Neben der Künstlerischen Leitung in Teilzeit sind acht Aufsichtskräfte auf Honorarbasis beschäftigt.

Die weiteren drei Vorstandsmitglieder arbeiten rein ehrenamtlich.

## **3. Die Touristinformation/ Zentrales Ticketing**

Die Tourist Information und das zentrale Ticketing werden im MIK eine Fläche von ca. 70 qm bespielen. Die Fläche befindet sich im EG. Tourist Information, die Information MIK und das zentrale Ticketing werden mit dauerhaft 4,34 Vollzeitstellen besetzt, zusätzliche Aushilfen bis zu einer Gesamtkapazität von 4,96 Vollzeitstellen können nach Bedarf eingesetzt werden. Im Jahr der Eröffnung kann auch darüberhinaus Personalkapazität eingesetzt werden, z.B. um einen reibungslosen Betrieb in der Eröffnungsphase sicherzustellen. Auch für erstmalige Schulungsmaßnahmen werden Stunden anfallen, die ggf. zusätzlich zu vergüten sind. Nach dem ersten Betriebsjahr des MIK, wenn auch die saisonalen Schwankungen im Besucheraufkommen bewertet werden können, ist eine Prüfung dieser Kapazitäten erforderlich.

Die Anlaufstelle Tourist Information und Information MIK werden an einer zentralen Stelle im Foyer (Bereich „Nase“) besetzt, das zentrale Ticketing ist im Verkaufsraum untergebracht, eine gegenseitige Unterstützung ist vorgesehen. Die Regelbesetzung ist mit je einer Person für

Info und für Ticketing vorgesehen. Eine bedarfsgerechte Anpassung nach oben oder unten bleibt vorbehalten, wenn dies die Erfahrungen aus dem Betrieb erfordern.

Die Tourist Information bietet das gesamte Leistungsportfolio einer touristischen Auskunftsstelle an. Diese Leistungen umfassen:

- Touristische Beratung und Informationsstelle zu Ludwigsburger Angeboten, Sehenswürdigkeiten, Hotellerie und Gastronomie
- Beratung zu touristischen Angeboten und die Bearbeitung von telefonischen, schriftlichen und persönlichen Kundenanfragen
- Erarbeitung von Programmvorschlägen und Bearbeitung von Übernachtungsanfragen
- Abwicklung von Stadtführungen
- Versand von Flyern, Plakaten und Prospektmaterial an Besucher, Gäste und Kunden
- Verkauf von Souvenirs bzw. Museumsshopartikeln (die Artikel des Museumshops werden für jeweils ein Kalenderjahr festgelegt und in den Bestand aufgenommen – ausgenommen ausstellungsbegleitende Kataloge)
- Kartenvorverkauf
- Auskunftserteilung und Beratung über Ludwigsburger Veranstaltungen (Forum, MHPArena, Schlossfestspiele etc.)
- Allgemeine Auskunftserteilung zum MIK

An der Information MIK werden allgemeine Auskünfte zum Haus, zu angebotenen Produkten und zu laufenden bzw. geplanten Ausstellungen gegeben. Ebenso wird der Verkauf von Eintrittskarten zu Sonderausstellungen des Museums und zu Museumsführungen hier abgewickelt.

Das Ticketing im MIK ist zukünftig einzig städtische Vorverkaufsstelle. Der Kartenvorverkauf bietet über die Reservierungskanäle Easy Ticket, Reservix und Eventim Veranstaltungstickets in Ludwigsburg und der Region an. Die Mitarbeiterinnen beraten über Ludwigsburger Veranstaltungen und Veranstaltungsorte. Die Mitarbeiterinnen von Tourist Information und zentralem Ticketing werden in beide Arbeitsbereiche eingewiesen und im Zuge dessen in den Inhalte des städtischen Kulturprogramms eingeführt/unterrichtet.

Im Verkaufsraum wird Informationsmaterial (Flyer, Broschüren) zu den touristischen Highlights der Stadt und der Region ausgelegt. Ebenso findet dort die Präsentation von Souvenirs und Museumsshopartikeln statt. Der Raum ist durch eine Kordel zum Foyer abgetrennt und nicht abschließbar. Sämtliche Verkaufsartikel, lose Möblierungen und Gegenstände sowie die gesamte Hardware (Telefone, Ticketdrucker, Rechner, Bildschirme, Multifunktionsgeräte etc.) des zentralen Ticketings, der Tourist Information und der Information MIK sind nicht gegen Diebstahl gesichert.



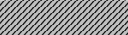
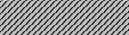
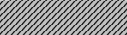
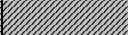
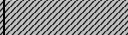



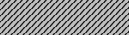
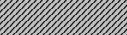




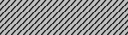
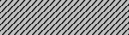
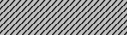
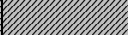
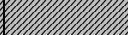
































#### **4. Das Café**





Das Café ZICHORIE Kaffee und Kultur hat die Funktion, das MIK als Ort des Verweilens und der Kommunikation zu stärken. Es wird von einem professionellen Gastronom als eigener Betrieb geführt und soll auch unabhängig zugänglich sein. Dazu hat es neben dem Haupteingang in der Eberhardstraße einen Nebeneingang in der Wilhelmstraße. Das Café ist in das offene bauliche Konzept des Museums integriert und damit räumlich nicht vom übrigen Haus getrennt. Die reine Café-Fläche beträgt ca. 70 m<sup>2</sup> zuzüglich ca. 12 m<sup>2</sup> Lagerfläche im Untergeschoss. Je nach Veranstaltung kann die zu bewirtende Fläche, in Abstimmung mit der MIK-Gesamtleitung und den weiteren Nutzern des Gebäudes, in die gemeinsame Erschließungsfläche ausgedehnt werden. Der Innenhof des MIK wird als Terrasse bewirtet. Grundsätzlich wird angestrebt, die Öffnungszeiten an das Haus anzugleichen, ggf. wird das Café am Morgen ab ca. 8 Uhr bzw. in den Abendstunden länger geöffnet sein. Je nach realisiertem Umsatz wird eventuell ein Schließtag möglich sein, anbieten würde sich hierfür der Montag, an diesem Tag ist das Museum für das Publikum geschlossen.

## GEPLANTE ÖFFNUNGSZEITEN IM MIK

Angestrebt sind für das Haupthaus mit Museum, Tourist Information und Ticketing sowie Café **Öffnungszeiten von Di-So 10–18 Uhr**, zusätzlich Tourist Information und Café Mo 10-18 Uhr, die sich an den Geschäftszeiten des Einzelhandels orientieren. Zusätzlich finden Abendveranstaltungen statt. Der Montag ist als Museumsruhetag erforderlich, um regelmäßige Wartungsarbeiten in der Ausstellung vornehmen zu können.

Der Kunstverein plant seine Räumlichkeiten künftig wenn möglich von **Di-So 11–18 Uhr**, und erwägt zudem erweiterte Abendöffnungszeiten am Do bis 21 Uhr.

Zeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
10–11							
11–12							
12–13							
13–14							
14–15							
15–16							
16–17							
17–18							
18–19							
19–20							
20–21							
21–22							

-  Angestrebte Öffnungszeiten Kunstverein (Di-So 11-18 Uhr, Do bis 21 Uhr)
-  Bisherige Öffnungszeiten Kunstverein (Di-Sa 15-18 Uhr, So 11-18 Uhr)
-  Angestrebte Öffnungszeit LudwigsburgMuseum, Tourist Information und Café (Di-So 10-18 Uhr)
-  Zusätzliche Öffnungszeiten nur Tourist Information und Café (Mo 10-18 Uhr)

**An Feiertagen bleibt das MIK ( bislang) geschlossen**

## POTENTIAL DES NEUEN MIK UND BESUCHERAUFKOMMEN

Mit dem neuen *MIK* entsteht in zentraler Lage ein kulturelles Forum für die hier lebenden Menschen und die Gäste der Stadt. Das gemeinnützige Projekt dient der Revitalisierung eines bedeutenden Baudenkmals sowie der kulturellen Belebung eines Innenstadtquartiers in Ludwigsburg.

Die Infrastruktur des Gebäudes Eberhardstraße 1 ist auf ein gesteigertes Besucheraufkommen des Städtischen Museums mit derzeit ca. **11.500 Besuchen**, des Kunstvereins mit ca. **6.000** Besuchen und der Tourist Information mit rund 34.700 Kontakten (im Jahr 2010 und 2011) ausgelegt.

### (Programmatische) Angebote der Partner / künftige Besuchererwartung

#### 1. Museum

##### Das neue Ludwigsburg Museum

- macht das Baudenkmal im Kontext der städtebaulichen Entwicklung erlebbar
- zeigt Ludwigsburger Kulturgeschichte
- präsentiert aktuelle Themen in Wechselausstellungen
- vermittelt Kunst und Geschichte durch Bildungsangebote
- vertieft wichtige Aspekte der Stadtgeschichte und -entwicklung medial
- regt mit Bibliothek und grafischer Sammlung zum Eigenstudium an
- und sichert durch Sammlungspflege städtisches und regionales Kulturgut nachhaltig.
- ermöglicht Begegnungen

Das in der Wettbewerbsausschreibung formulierte **Ziel von 25.000 Besuchen** ist in Abhängigkeit der künftig verfügbaren Ressourcen und der erweiterten Öffnungszeiten, der Eintrittspreise, der Weiterentwicklung der Programmangebote im Bereich Bildung und Vermittlung sowie der Ausstellungen und auch einer professionellen Vermarktung zu sehen.



Besucherzahlen der Museen in der Bundesrepublik Deutschland

Besuche	Museen	In % aller Museen	In % aller Angaben
Bis 5.000	2.600	42,0 %	54,4 %
5.001–10.000	624	10,1 %	25,2 %
10.001–15.000	335	5,4 %	
15.001–20.000	244	3,9 %	
20.001–25.000	158	3,8 %	11,1 %
25.001–50.000	370	6,0 %	9,3 %
50.001–100.000	220	3,6 %	
100.001–500.000	205	3,3 %	
500.001–1 Mio.	16	0,3 %	
Über 1. Mio.	4	0,1 %	
keine Angaben	1.414	22,8 %	
Gesamt	6.190	100,0 %	(4.776) 100,0 %

■ Durchschnittliche Besucherzahlen des Städtischen Museums Ludwigsburg bis 2008

■ Angestrebte Besucherzahlen des Ludwigsburg Museums ab 2013

Rangordnung der Gründe für starkes Ansteigen bzw. Absinken der Besucherzahlen von Museen

Rang	Ansteigen (Grund)	Rang	Absinken (Grund)
52,7%	große Sonderausstellungen	25,5%	Einschränkung von Sonderausstellungen
42,8%	erweiterte Öffentlichkeitsarbeit & Museumspädagogik	19,9%	baulich-organisatorische Schließung
16,5%	Eröffnung neuer Räume / Neubau	16,3%	Einschränkung der Öffentlichkeitsarbeit
10,3%	Sonderveranstaltungen 2008	13,5%	Verkürzte Öffnungszeiten
09,1%	Verlängerte Öffnungszeiten	09,9%	Kürzung der Etatmittel
03,7%	Stadtfest, -jubiläum	08,5%	Erschwerter Zugang, Bauarbeiten
02,5%	Senkung/Abschaffung Eintrittsgeld	06,4%	Rückgang des Fremdenverkehrs

2. Kunstverein

Der Kunstverein Kreis Ludwigsburg e.V. gehört mit seinen bis dato knapp 900 Mitgliedern zu den drittgrößten Kunstvereinen im süddeutschen Raum

Lebendiger Ausstellungsort von zeitgenössischer Kunst mit innovativen Kunstsprachen von internationalem Rang

12 Ausstellungen im Jahr, davon 6 kuratierte Ausstellungen mit internationalen Künstlern und 6 Salon- Jahres- oder Sonderausstellungen

Ausstellungsbegleitende Vermittlungsarbeit in Form von Vorträgen, Führungen, Künstlergesprächen

Regelmäßige, professionelle Schulklassenführungen, in Kooperation mit der PH Ludwigsburg und der Kinderlandstiftung Baden-Württemberg

Veranstaltungsangebot in Form von Dichterlesungen, Podiumsdiskussionen, Filmvorführungen und Poetry Slam

Dichterlesungen, Performances, Podiumsdiskussionen, Filmvorführungen

Firmenveranstaltungen

Lebendige Vereinsarbeit, Motivation der Mitglieder und Gewinnung von Neu-Mitgliedern.

Das bisherige Besucheraufkommen des Kunstvereins von 6000 Besuchen/Jahr wird durch eine verstärkte Vermarktung in überregionalen Kunstzeitschriften und durch eine Erweiterung des Vermittlungsangebotes und zusätzlichen Veranstaltungen auf künftig 10.000 Besuchen/Jahr realistisch eingeschätzt.

### **3. Tourist Information**

Die Beratung und Auskunftserteilung zu allen touristischen Angeboten der Stadt Ludwigsburg erfolgt über die Tourist Information. Die Tourist Information ist somit erste Anlaufstelle für Einwohner, Gäste, potentielle Einzel- und Gruppenreisende sowie Reiseveranstalter.

Der Kartenvorverkauf im MIK soll als erste Anlaufstelle für Kartenvorverkäufe innerhalb der Stadt Ludwigsburg etabliert werden. Durch entsprechende Marketingmaßnahmen im Vorfeld soll diese Positionierung innerhalb des Kalenderjahres 2013 erreicht werden.

Die Besucherzahlen in der Tourist Information / des Kartenservices am Marktplatz lagen in 2010 und 2011 bei rund 34.700 Besuchern im Jahr. Damit liegt der Kundenkontakt bei rund 62 Kontakten pro Tag pro Arbeitsplatz (jeweils Tourist Information und Kartenvorverkauf).

Mit Schließung des Kartenvorverkaufs im Forum am Schlosspark müssen die Kontakte dieser Vorverkaufsstelle zu den Kontakten im Kartenservice MIK hinzugerechnet werden.

Über das konkrete Besucheraufkommen in der zukünftigen Tourist Information bzw. des Kartenservice im MIK kann im Vorfeld keine Aussage getroffen werden. Nach Ablauf eines Betriebsjahres kann eine Prognose zu den Besucherzahlen für 2014 erstellt werden. Die Anbringung eines Besucherzählers ist dazu notwendig.

#### **4. Café**

Wie sich bereits im offenen Raumkonzept des Gebäudes darstellt, ist das Café Teil des Hauses. Da der Betrieb des Cafés die anderen Nutzer ergänzen und es zu keinen Beeinträchtigungen im Betriebs des Hauses kommen soll, ist es deshalb umso wichtiger, dass sowohl das Konzept des Cafés als auch die Person des Cafébetreibers zum Konzept des MIK passen und dieses gut ergänzen.

Es können deshalb nur kleine Gerichte angeboten werden, die in der Zubereitung weitestgehend frei von Geruch und Lärm sein müssen. Dies schränkt das Café in seinem Angebot ein.

Angeboten werden sollen insbesondere, bzw. im Wechsel frische- und Bioprodukte, wechselnde Speisen. Back-/Süßwaren/Kuchen, wechselnde Suppen/Salate, Panini, Sandwiches, mediterrane Antipasti. Im Getränkebereich sind geplant: hochwertiger Kaffee (Hochland, Lavazza), Tee, Mineralwasser, Cola, Fanta, etc., Sekt, Prosecco, Wein, Bier, Das Angebot soll durch Aktionen ergänzt werden.

Zum Besucheraufkommen können Aussagen erst nach Ablauf eines Betriebsjahres getroffen werden.

#### **5. Gemeinsame Angebote**

Das Haus fordert in seiner Architektur ein Durchdringen des Angebotspektrums der Partner geradezu heraus. Alle Partner sollen unter dem Dach des MIK eine eigenständige Profilierung ausbauen, indem sie den prominenten Ort nutzen. Durch die inhaltliche Nähe von Museum und Kunstverein als Ausstellungsmacher werden neben den eigenen Programmen auch gemeinsame Themen, Projekte und Rahmenveranstaltungen realisiert. Dies wird regelmäßig in die gemeinsamen Programmplanungen im Jour fixe einbezogen.

## GESAMTBETRIEB

### a) Gebäudewirtschaft

Grundsätzlich ist für das Gebäude Eberhardstr. 1 eine Grundstücksbewirtschaftung und ein Gebäudemanagement einzurichten. Dieses soll durch den Fachbereich 65 (Hochbau und Gebäudewirtschaft) gestellt werden und beinhaltet Leistungen wie den Betrieb der Liegenschaften, die Gebäudeunterhaltung und -bewirtschaftung<sup>1</sup>. Der FB 65 mietet das Gesamtgebäude von der Eigentümerin (Wohnungsbau Ludwigsburg GmbH) und schließt entsprechende Untermietverträge mit den einzelnen Partnern ab.

Alle Betriebskosten sind anteilig auf die Nutzer Ludwigsburg Museum, Kunstverein, Tourist-Info und das Café umgelegt worden. Die Flächen verteilen sich folgendermaßen:

Gesamt	Museum	Kunstverein	Tourist-Info	Café
2.039,80 qm	1.381,94 qm	398,61 qm	147,47 qm	111,78 qm

Eine endgültige Flächenaufteilung und Anpassung der Flächenschlüssel nach Fertigstellung des MIK bleibt vorbehalten.

### b) Inhaltlicher Gesamtbetrieb und Steuerung

Jenseits des inneren Betriebs der einzelnen Partner übernimmt das Ludwigsburg Museum/ Museumsleitung als größter Partner die Funktion der Gesamtleitung (allgemeines Hausrecht, Ansprechpartner für Dritte und Vermietungen bzgl. allgemeine Raumflächen, ggf. Weisung Hauspersonal/Hausmeister, Querschnittsthemen/Jourfixe, usw.). Die Museumsleitung ist Sprecherin des Hauses für alle *gemeinsamen* Belange nach außen.

*Die dafür erforderlichen Personalressourcen müssen noch im Gesamtkontext der Personaldecke des Museums bewertet und berücksichtigt werden.*

Die Tourist Information übernimmt im Bereich des zentralen Empfangs im Erdgeschoss die allgemeine Auskunftserteilung zum Haus. Das Ludwigsburg Museum, ggf. der Kunstverein und das Café als „Auftraggeber“ sorgen initiativ für eine regelmäßige aktuelle Information des Empfangspersonals (s.u. Querschnittsthemen)

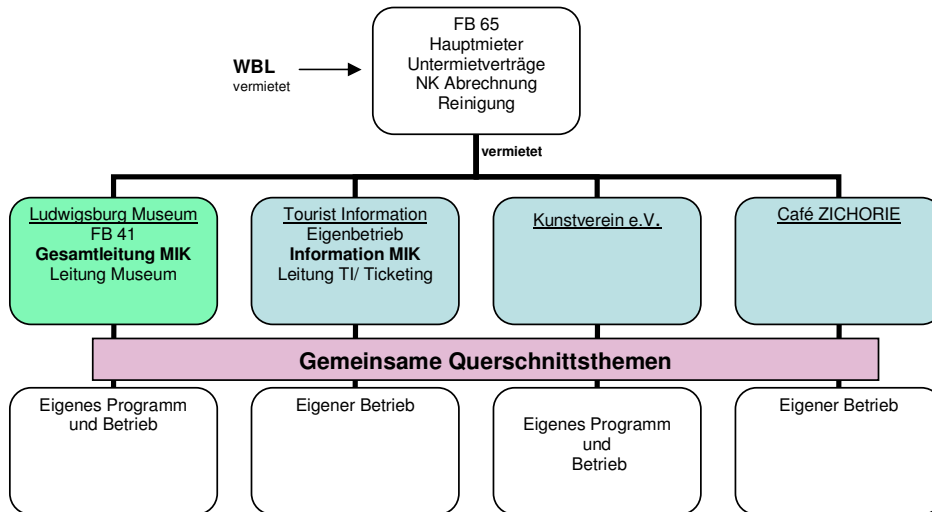
Die dafür erforderlichen Personalressourcen wurden im Gesamtkontext der Personaldecke bewertet; eine endgültige Betrachtung erfolgt nach einem ersten Erfahrungsjahr.

---

<sup>1</sup> Zu den Aufgaben gehören insbesondere Reinigungsarbeiten und die Pflege, Wartung und Betreuung der Haustechnik, einschließlich der technischen Anlagen. Der FB 65 kalkuliert den Aufwand der Gebäudereinigung in der Eberhardstraße basierend auf der Gebäudeplanung und dem Betriebskonzept, wird die Reinigungsleistungen ausschreiben und vergeben sowie die Qualitätskontrolle übernehmen.

Das Café bietet Dienstleistungen für alle Partner im Bereich Catering gegen Rechnungsstellung an, um einen einheitlichen Standard zu gewährleisten

**Die eigenen inneren, inhaltlichen und betrieblichen Belange vertreten die Partner eigenständig bzw. wo erforderlich in Abstimmung mit den restlichen Partnern.**



#### Regelwerke des Gesamtbetriebes

- Hausordnung: regelt in Ergänzung der Untermietverträge (FB 65) neben allgemeinen Aspekten zur Nutzung v.a. Verantwortlichkeiten z.B. der Schließung, der Überwachung der Sicherheitszonen und gemeinsamen Funktionsflächen bei Teilbetrieb (Foyer, UG-WC Anlage u. Garderobe, Lager, Hof) etc.
- Gebührenordnung (regelt etwaige vorübergehende Überlassung von Vortragsräumen, Hof, Nutzungsflächen der einzelnen Partner an Dritte und Dienstleistungen wie Führungen, Bereitstellung von Bildmaterial etc.)

#### Querschnittsthemen (Plattform Jour fixe)

z.B.

- Hauswerbung/CI bzw. CD, Homepage, Dachwerbung, Printprodukte –*Jägler Kommunikations Design*
- Gemeinsame Aufträge und Programme, Pressekontakte für gemeinsame Themen
- Nutzung der gemeinsamen Funktionsflächen



## **FUNKTIONSSCHEMA EBERHARDSTRASSE 1**

### **Personalübersicht und –zuordnung**

#### **FB 41 / Ludwigsburg Museum**

##### **Verwaltung, Management und Logistik**

- Leiter/in  
Einschl. wissenschaftl. Arbeit
- Verwaltungsangestellte/er  
Einschl. Dokumentation, Koordination Ehrenamt
- Techniker/in  
Einschl. Logistik und Sicherheit, Raumbelugung und Veranstaltungsmanagement, Informationstechnik

##### **Ausstellung, Sammlung und Forschung**

- Kurator/in  
Einschl. Inventarisierung, Betreuung Studiensammlung
- Wiss. Assistent/in  
Einschl. Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising

##### **Besucherdienste**

- Museumspädagoge/in  
Einschl. Bildungs- und Vermittlungsarbeit
- Freie Museumspädagogen -> Refinanzierung durch Gebühren für Führungen
- Aufsichten ( Refinanzierung evt. zusätzlicher Kräfte für Ausstellungen / Veranstaltungen durch Eintrittsgelder)

#### **Eigenbetrieb/ Tourist-Information und Zentrales Ticketing**

- Mitarbeiter/innen Tourist-Information/ Zentrales Ticketing (s.a. Anlage Stellenprofil)

#### **Kunstverein**

Vorstand Ehrenamt

- Künstlerische Leitung:  
Einschl. Kuratorin, Konzeption und Organisation von Ausstellungen  
Einschl. Fundraising, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit  
Einschl. Verwaltung, Management, Logistik  
Einschl. Bildungs- und Vermittlungsangebot  
Einschl. Organisation und Koordination Vereinsarbeit  
Einschl. Ansprechpartner für Innen und Außen

Mitarbeiter/innen Kunstverein

Aufsichten

#### **Café**

- Mitarbeiter/innen Café

### FB 65 / Bauunterhaltung und Zentrale Gebäudewirtschaft

- Hausmeister/in (s.a. Anlage Stellenprofil) Zuordnung der Stelle zu FB 48, da im Team mit HM des Kulturzentrums, Zuständigkeit auch für Bärensaal  
Einschl. Abschließen und Aufschließen des Gebäudes, *Auf- und Abstuhlen im Ludwigsburg Museum* Beaufsichtigung und Wartung Haustechnik, Betriebssicherheit,
- Reinigungskräfte

**Kommentar [s1]:** Evtl. durch Aushilfen, Beaufsichtigung Reinigung durch Objektleiterin FB 65!

### FB 68 / Technische Dienste

- Mitarbeiter Technische Dienste  
Ausstellungs-Ab- und Aufbau

Stand 18.02.2013

Stadt Ludwigsburg  
Fachbereich Kunst und Kultur  
PF 249, 71638 Ludwigsburg  
Tel 07141/910-2279



## Anlagen

1. **Stellenprofile** für Aufgaben im Querschnitts-/Dienstleistungsbereich

- a) HausmeisterIn
- b) Empfangspersonal EG

## 2. Schnittstellen

Tourist Information/ Ticketing (Eigenbetrieb) - LudwigsburgMuseum (FB 41)

Tourist Information / Ticketing (Eigenbetrieb) - Kulturprogramm Forum am Schlosspark (FB 41)

## **Anlage 1**

### **a) Stellenprofil Stelle Hausmeister/in**

Die Stelle für das MIK ist mit einer Kapazität von 50% einer Vollzeitstelle festgelegt. In Kombination mit der freiwerdenden Stelle der Hausmeisterin Bärensaal wurde eine 100%-Stelle besetzt. Zusammen mit den beiden Vollzeitstellen im Kulturzentrum sollen die Gebäude MIK, Kulturzentrum und Bärensaal betreut werden. Der neu eingestellte Hausmeister soll schwerpunktmäßig das MIK betreuen. Dies ermöglicht zeitliche Flexibilität im Einsatz über die umfangreichen Betriebszeiten dieser Gebäude. Eine Ergänzung durch weitere Aushilfen (nach Bedarf) ist vorgesehen.

#### Aufgabenprofil des HM für das MIK

- Betreuung der Gebäudetechnik, Überwachung Steuerungstechnik Heizung, Klima, Aufzug, Brandmeldeanlage, kleinere Reparaturen (z.B. Sanitäranlagen)
- Meldung von Beschädigungen/ Beauftragung von Firmen in Absprache mit FB 65, Ansprechpartner für Firmen/Handwerker
- Verantwortung für die Betriebssicherheit des Gebäudes und für die Einhaltung der Hausordnung
- Unterstützung bei der Betreuung der Medientechnik und im Veranstaltungsaufbau, ggf. Mithilfe beim Auf-/ Umbau von Ausstellungen, Überwachung/Betreuung Sicherheitstechnik (diese Aufgaben in Abgrenzung /Vertretung mit der/dem Museumstechniker/in)
- Schließdienste, soweit nicht extern vergeben
- Sauberhaltung Außenflächen (soweit nicht durch TDL auf den Gehwegen )
- Annahme von Lieferungen für TI und Museum, Einlagerung
- Gegenseitige Vertretung der Hausmeister im Dreier-Team für MIK, KuZ und Bärensaal

## **b) Stellenprofil Personal Empfang / Tourist Information / Kartenvorverkauf**

Das Personal setzt sich aus bisherigen Mitarbeiterinnen der Tourist-Info und der bisherigen Kartenvorverkaufsstelle im Forum am Schlosspark zusammen. Alle Mitarbeiterinnen sollen alle im Folgenden genannten Bereiche betreuen können (also keine Spezialisierung auf

Kartenvorverkauf oder touristische Beratung etc.)

Aufgaben:

- Empfang der Besucherinnen und Besucher
- Allgemeine Information für Fragen zum Haus und den Angeboten. Für vertiefte Informationen zu Ausstellungen etc. sind die Mitarbeiter/-innen des Museums oder des Kunstvereines zuständig.
- Touristische Information und Beratung (persönlich vor Ort/telefonisch, per mail), Kundenanfragen, Hotelinfos und Übernachtungsanfragen
- Abwicklung von Gruppenstadtführungen, öffentliche Stadtführungen, Verkauf von Tickets für Segway-Touren
- Ausgabe/Versand von Unterlagen, Prospektmaterial
- Kartenvorverkauf, Beratung zu den Veranstaltungen (vertieft für eigene städtische Veranstaltungen z.B. städt. Kulturprogramm), Beherrschung von drei Reservierungssystemen
- Verkauf von Artikeln des Museums, Souvenirs etc., zuständig für Präsentation des Verkaufsraumes (Auffüllen von Prospektmaterial, Postkarten, Verkaufsartikeln etc.)
- Teilnahme/Einsatz bei Messen, Einsatz bei Eigenveranstaltungen (Pferdemarkt, Venezianische Messe etc.)
- Kassenführung und tägliche Abrechnung, Monatsabschluss, jährl. Inventur
- Aufsichtsfunktion für den vorgelagerten Bereich im EG

Anlage 2

Schnittstellen

Tourist Information/ Ticketing (Eigenbetrieb) - LudwigsburgMuseum (FB 41)

Tourist Information / Ticketing (Eigenbetrieb) - Kulturprogramm Forum am Schlosspark (FB 41)

Arbeitsfelder	Lösungsvorschläge
<p><b>Besucherempfang und Betreuung:</b> Die Tourist Information informiert die Besucher des MIK über Programme, Ausstellungen, Angebote und besondere Leistungen des Hauses. Auch die Mitarbeiter des Ticket Service können zum Haus Auskunft geben.</p>	<p>Die Möglichkeiten einer zentralen Telefonnummer für das MIK werden derzeit personell bzw. technisch geprüft, insbesondere die bisherigen Tickethotlines/ - telefonnummern werden weiterhin anwählbar sein.</p> <p>Vetreter aller Partner besprechen in einem regelmäßigen Jour Fix das aktuelle Programm im MIK. Das Museum lädt ein und stellt die Räumlichkeit. Sind Kollegen/innen an der Sitzung verhindert, informieren Sie sich selbständig anhand des Protokolls, das von der MIK-Leitung erstellt wird.</p> <p>Bisher wurde auch die Besucherevaluation durch den Museumsempfang geleistet, hier wird im MIK eine technische Lösung angestrebt. Dennoch sollten alle MIK Mitarbeiter im Umgang mit VIP's und Konflikten geschult sein.</p> <p>Bei Abendveranstaltungen des Museums können die Museumsmitarbeiter nach Dienstschluß der Tourist Information und des Ticket Service den Informationstresen im Bereich "Nase" nutzen, um mit eigenen Handkassen Museumsshopartikel zu verkaufen. Die Registriertischen von Tourist Information und Ticket Service sowie der Verkaufsraum als Örtlichkeit stehen nicht zur Verfügung.</p>
<p><b>Gebäudesicherheit:</b> Die Sicherheit des MIK (Hochfahren und Entsichern am Morgen sowie Scharfschließen am Abend) wird durch einen externen Dienstleister gewährleistet.</p> <p>Die Mitarbeiter Tourist Information übernehmen die Sichtkontrolle für die der Nase gegenüberliegenden Ausstellungswand. Bei Objektschäden an Ausstellungsstücken können die Mitarbeiter nicht für Haftungsansprüche herangezogen werden.</p>	<p>Die Mitarbeiter der Tourist Information und des Ticket Service werden dennoch in einer einführenden Schulung durch den Vermieter und das Museum in die Gebäudesicherheit eingewiesen.</p> <p>Weitere Ausstellungsobjekte im EG müssen nicht durch Sichtkontrollen abgedeckt werden. Es gibt weitere Raumfluchten im EG (Vortrags- und Kinoraum), die für die Mitarbeiter nicht einsehbar sind. Für diese Räume muss das Thema "Personensicherheit" bzw. "Personenschaden" geklärt werden (Haftung, Versicherungsschutz etc.).</p>

<p><b>Verkauf von Museumsartikeln:</b> Im MIK-Shop werden Publikationen, Postkarten und ausstellungsspezifische Produkte des Museums als Kommissionsware zum Verkauf durch die Tourist Information bzw. den Kartenvorverkauf angeboten.</p>	<p>Die Mitarbeiter des Ticket Service und der Tourist Information übernehmen den Verkauf von Museumsshopartikeln. Sie bestellen diese beim Museum nach und rechnen Sie quartalsweise ab.</p>
<p><b>Verkauf von Eintrittskarten zu Museumsveranstaltungen und Sonderausstellungen innerhalb der Öffnungszeiten:</b> Der Eintritt in die ständige Museumsausstellung ist kostenfrei, ein Eintritt wird nur bei besonderen Veranstaltungen und Sonderausstellungen erhoben, ebenso wie eine Gebühr für Führungen.</p>	<p>Die Mitarbeiter des Ticket Service und der Tourist Information informieren die Besucher über die Veranstaltungsorte und übernehmen die Anmeldung zu öffentlichen Museumsführungen. Dazu werden Listen vom Museum erstellt und den Mitarbeitern ausgehändigt. Besucher melden sich mit diesen Listen zur jeweiligen Führung an. Der Eintritt zur Führung selbst wird direkt beim Museumsführer bezahlt. Eine Bezahlung im Vorfeld ist nicht möglich. Die Koordination und Annahme von Museumsführungen für Gruppen erfolgt direkt über das Museum bzw. den FB 41.</p>
<p><b>Corporate Design:</b> Die Partner im MIK haben die Agentur Jäggle Kommunikationsdesign mit einem Corporate Design beauftragt. Alle Partner machen auf Ihren Publikationen, die in direktem Zusammenhang zum Haus stehen (Veranstaltungen, Programme, Angebot im MIK) auf das MIK aufmerksam.</p>	<p>Alle Partner halten sich an das Corporate Design und bewerben den Gesamtbetrieb MIK. Angestrebt sind besonders gemeinsame Programmangebote. Ebenso sollten die Öffnungszeiten, wenn möglich aufeinander abgestimmt sein (hier sind auch Feiertage zu berücksichtigen).</p>
<p><b>Gemeinsame Programmangebote:</b> Das Museum ist die erste Visitenkarte der Stadt. Es bietet mit seiner ständigen Ausstellung, seinen Informationsmedien und Veranstaltungskonzepten zahlreiche Anknüpfungspunkte anhand derer Stadtführungen und vergleichbare Programmangebote gemeinsam mit dem Eigenbetrieb entwickelt werden können.</p>	<p>Die Mitarbeiter des Museums und des Eigenbetriebs stimmen regelmäßig das Jahresprogramm zu Veranstaltungen im MIK auch mit dem Kunstverein ab und entwickeln gemeinsam neue Angebote. Die Kosten für die Konzeption und Durchführung werden vom Partner nach Absprache honoriert, bzw. anteilig übernommen. Ebenso beteiligen sich alle Partner an den Kosten für die Bewerbung gemeinsamer Programme durch entsprechende Printmedien. Pro Kalenderjahr wird ein Printmedium erstellt.</p> <p>Die Partner werden rechtzeitig über das jeweilige aktuelle Programm informiert und bekommen Werbemedien zur Verfügung gestellt.</p>
<p><b>Programmangebote einzelner Partner und von Dritten in Museumsräumen:</b> Programmangebote Dritter im Museum sind nach Absprache möglich.</p>	<p>Führungen von Stadtführern in Museumsräumen u.a. Veranstaltungen werden im Museum angemeldet, so dass das Museum die Angebote koordinieren kann.</p>

<p><b>Gemeinsame genutzte Dienstleistungen:</b> Der Vermieter ist der Ansprechpartner für die gemeinschaftlich genutzten Dienstleistungen, wie Winterdienste, Schließdienste, Alarmbereitschaft, Hausmeisterservice und Reinigungspersonal, ggf. auch Post, IT etc. Die Verteilung erfolgt über einen Schlüssel entsprechend der genutzten Flächen oder aber des konkreten Zeitaufwands.</p>	<p>Museum und Tourist Information mit Ticket Service haben Ihren Bedarf an Personaldienstleistungen im Gespräch mit dem FB 10 formuliert.</p>
<p><b>Ticketverkauf u.a. für VA des FB 41 im MIK</b> Der TicketService im MIK verkauft zu den Veranstaltungen des FB 41 Einzeltickets. Der Verkauf und die Bearbeitung aller Abobestellungen zum städtischen Kulturprogramm wird vom FB 41 betrieben. Online-Ticket-Verkauf für Karten im "Forum am Schlosspark"</p>	<p>Zu Beginn jeder Spielzeit (September) und zu Beginn des Kartenvorverkaufs zur neuen Spielzeit (Mai) werden die Mitarbeiter des Ticket Service jeweils in einer einstündigen Schulung vom FB 41 über dessen VA informiert. Die Terminfestlegung für die Schulung erfolgt in Abstimmung zwischen Hr. Reuter und Fr. Rosner. Der Ticketversand steht für individuelle Marketingmaßnahmen des FB 41 zur Verfügung (z. B. Beilegen eines Flyers). Der Eigenbetrieb gibt auf Nachfrage Auskunft über die verkauften Tickets zu den städtischen Kulturprogrammen im Forum. Bzw. erhält der FB 41 - wenn technisch möglich - eine Leseberechtigung für die Verkaufssysteme. =&gt; finale Festlegung folgt noch Der Online-Ticket-Verkauf über die Forum-Homepage für Veranstaltungen im Forum wird vom FB 41 abgewickelt.</p>