



Projektbeschreibung Oktober 2009

Unsere Visionen und Ziele

Kulturelle Innovation und **kulturelle Identität** stellen heute einen wesentlichen Faktor der gesellschaftlichen Entwicklung dar. Der Demokratie verpflichtet, schließt richtig verstandene Kulturpolitik alle Bevölkerungsgruppen und Generationen in ihre Arbeit und Zielvorstellungen ein. Kulturpolitik fördert die soziale Integration, schafft einen Orientierungsrahmen und gibt Anstöße für Weiterentwicklungen und Veränderungen in der Gesellschaft. **Kulturpolitik ist daher auch Demokratie- und Gesellschaftspolitik.**

Die Pramtal Museumsstraße versteht sich nicht nur als Erhalter der Museen, sondern als starker **identitätsfördernder Faktor**. Im Entwicklungsprozess der Leader-Region Pramtal, wurden die Weiterentwicklung, bzw. die inhaltliche Verbesserung sowie die Stärkung der Zusammenarbeit der Museumsstraße als einer der kulturellen Schwerpunkte festgelegt.

Seit Jahrzehnten leidet das Land an einer **Abwanderung der Besten**. Wir opfern unser ureigenstes Humankapital, weil wir unfähig sind es selbst zu nutzen! Die Pramtal Museumsstraße will Initiator zur Schaffung zukünftiger Arbeitsplätze und Förderer des Wissens sein, und zwar durch korporative Zusammenarbeit quer durch alle Sektoren.

Wir verstehen uns als **Non-Profit-Unternehmen** und wollen erster Ansprechpartner für kulturelle Belange sein. Unser kulturelles Know-how können wir in Form eines Dienstleistungsbetriebes anbieten und stehen gerne beratend zur Seite. Wir haben Erfahrungswerte im kulturellen Bereich, wie z. B. bei der Organisation von Ausstellungen und Veranstaltungen, sowie bei der Erstellung von heimatlichen Publikationen oder firmeninterner Jubiläumsschriften.

Die Pramtal Museumsstraße versteht sich als **Koordinator von Veranstaltungen des kulturellen Bereichs** und zielt auf ein verstärktes Event-Marketing um dadurch Mehreinnahmen für die Fortführung des Projektes „Pramtal Museumsstraße“ zu erzielen.

Im Bereich der **Ausbildung** plant die Pramtal Museumsstraße vermehrte Kooperationen mit bestehenden Bildungseinrichtungen. Wir wollen

Auszubildenden die Möglichkeit von Praktika im kulturellen Bereich bieten, um unseren Teil für deren Zukunft beizutragen.

Wir wollen nicht nur eine **Neuaufstellung unserer Museen**, sondern eine stolze Präsentation unseres kulturellen Erbes. Der eigenen und fremden Bevölkerung wollen wir die Schönheit unseres Landes und unserer Kultur vor Augen führen.

Gemeinsam mit den Gemeinden, Vereinen und Unternehmen müssen wir ein gemeinsames **Marketing- und Betriebskonzept** erarbeiten und **Um- und Neugestaltungsmaßnahmen** der Museen vorbereiten und um die Einrichtungen dementsprechend vermarkten zu können.

Kulturleitbild OÖ

Im neuen Kulturleitbild OÖ sind folgende Punkte festgelegt, welche die vorgesehenen Maßnahmen und Projektinhalte der Pramtal Museumsstraße abdecken:

- Unterstützung für die Vernetzung und Betreuung der regionalen Museumslandschaften und deren Marketing
- Verstärkte Förderung der Bearbeitung und digitalen Erfassung der Kulturgüter in Oberösterreich durch die flächendeckende Inventarisierung aller Museumsobjekte
- Unterstützung einer umfassenden PR-Kampagne für die oberösterreichische Museums- und Archivlandschaft wirtschaftliche Beratung und Qualifizierung für Museen, um ihren finanziellen Spielraum zu gewährleisten
- Die Stärkung der „kulturellen Nahversorger“ ist ein wichtiges Anliegen der oberösterreichischen Kulturpolitik
- Setzung kulturtouristischer Impulse im Kulturland OÖ und Unterstützung der Vermarktungsinitiativen regionaler Kulturanbieter

Regionale Entwicklungsstrategie Pramtal

Auszug aus der lokalen Entwicklungsstrategie:

„Als kulturinfrastrukturelles Herzstück der Region Pramtal ist die seit mehr als 10 Jahren bestehende „Pramtaler Museumsstraße“ zu bezeichnen. Dieses Museumsnetzwerk umfasst derzeit 18 Museen entlang der Pram. Die darin beteiligten Mitgliedsmuseen erstrecken sich über die Bezirke Schärding, Ried und Grieskirchen. Zusätzlich zu diesem Museumsnetzwerk sind noch weitere themenspezifische Einrichtungen sowie fünf Galerien und Atelierhäuser in der Region vorhanden. Laut Angaben der jeweiligen Betreiber besuchen pro Jahr rund 28.000 Besucher diese kulturellen Infrastrukturen.“

Des Weiteren sind in der lokalen Entwicklungsstrategie der Region Pramtal folgende Ziele verankert:

- 1. Entwicklung eines regionsweiten Kulturmarketings unter Einbindung aller interessierten lokalen und regionalen Kulturträger*
- 2. Qualitativ-inhaltlicher Ausbau der bestehenden „Pramtal Museumsstraße“ sowie professionalisierte Vermarktung und Vernetzung mit den lokalen und regionalen Tourismusstrukturen*

Ziele der Qualitätsoffensive

Vorrangiges Ziel der Zusammenarbeit der Museen entlang der Pram im Rahmen der **Qualitätsoffensive** ist es in den nächsten Jahren, die kulturelle Entwicklung und Situation der Region für Einheimische und Gäste durchschaubar und erfahrbar/erlebbar zu machen. Wir wollen informative und vergnügliche Besichtigungs- und Erholungsmöglichkeiten anbieten und mit Gastronomiebetrieben, Tourismusanbietern usw. zur Förderung beidseitiger wirtschaftlicher Entwicklung kooperieren. Folgende Hauptpunkte fallen dazu an und sind Teil der Qualitätsoffensive:

VERBESSERUNG von Substanz und Struktur. Die Pramtal Museumsstraße zielt auf die Inventarisierung und Dokumentation der Exponate, eine Vernetzung mit dem Oö. Museumsverbund, inhaltliche Verbesserungen und Qualifizierungsmaßnahmen.

SELBSTFINANZIERUNG der Pramtal Museumsstraße. Die Pramtal Museumsstraße zielt auf eine Selbstfinanzierung des Vereines, durch Aktivierung finanzieller Ressourcen aus dem Umfeld der Region.

Beschäftigung einer Koordinationsperson. Die Pramtal Museumsstraße zielt auf die Anstellung einer Koordinationsperson, um die geplanten Maßnahmen umsetzen zu können. Die gemeinnützige Struktur des Vereins, ermöglicht es nicht zusätzliche weitere Aufgaben zu übernehmen.

CORPORATE IDENTITY/CORPORATE DESIGN

Die Pramtal Museumsstraße benötigt ein einheitliches Auftreten zur Erleichterung der öffentlichen Identifikation, z. B. Logo, Maskottchen, usw. Teilweise wurden diese Aufgaben schon erfüllt, bzw. werden gerade erarbeitet.

UNIQUE SELLING PROPOSITION

Die Pramtal Museumsstraße erarbeitet individuelle „Alleinstellungsmerkmale“ der beteiligten Museen und führt diese durch.

KOMMUNIKATION/ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die Pramtal Museumsstraße braucht ein Mehr an Öffentlichkeitsarbeit, um ein positives Image aufzubauen. Politische Instanzen und Meinungsbildner sind dazu notwendig und Mittel hierfür ist ein verstärktes Event-Marketing.

KOOPERATION

Die Pramtal Museumsstraße plant verstärkte Kooperationen mit UNIVERSITÄTEN, SCHULEN und UNTERNEHMEN um die Museen inhaltlich zu verbessern.

FINANZIERUNG

In einem ersten informellen Gespräch wurde seitens des Landes OÖ die Unterstützung für das Projekt im Rahmen des Leader-Programms zugesagt. Die zugesagte Förderung kann jedoch die Gesamtprojektkosten nicht abdecken. Für eine Umsetzung des Konzeptes sind eine Unterstützung sowie der Rückhalt durch die Mitgliedsgemeinden der beteiligten Museen unumgänglich.

Um das Projekt Qualitätsoffensive umsetzen zu können, ist es aus Sicht des Vereins notwendig einen Koordinator zu beschäftigen. Dazu fallen Kosten für den laufenden Betrieb an. Zusätzlich muss ein Projektbudget für Umsetzungen vorhanden sein. Die Umsetzungsmaßnahmen sind im Konzept bereits vorgeschlagen.

1. PROJEKTKOSTEN – 3 Jahre (konkrete Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen der Qualitätsoffensive)

Bei der folgenden Kalkulation wurden die Kosten auf 16 Museen herunter kalkuliert: (durch Ausstieg von Hohenzell)

Die angeführten Umsetzungen beziehen sich auf die Angaben aus dem Konzept Qualitätsoffensive und beruhen auf konkret eingeholten Angeboten. Es besteht jedoch keine verpflichtende Bindung innerhalb der vorgesehenen Projektsumme von € 95 000.

PROJEKTE (LEADER)	KOSTEN
Homepage	4.200,00
Broschüren (40.000 Stk.)	8.400,00
Eintrittskarten	4.000,00
Fahnen mit Masten	8.000,00
Beschilderung	6.700,00
Prospektständer	5.200,00
Briefmarken	3.000,00
Zeitungsinserate	9.000,00
TV-Einschaltungen	4.500,00
Maskottchen	2.000,00
Weiterbildungsmaßnahmen	14.000,00
Inventarisierung	3.000,00
Sonstige Kosten	3.000,00
weltere Maßnahmen zur Identitätsstiftung	20.000,00
Gesamtkosten	95.000,00

2. LAUFENDE KOSTEN für 3 Jahre

Die folgende Aufstellung der laufenden Kosten beläuft sich auf den vorgesehenen Projektzeitraum von 3 Jahren. In den laufenden Kosten inkludiert sind die Kosten für den Bürobetrieb und sämtliche benötigte Infrastruktur für Verwaltung und Management der Pramtal Museumsstraße.

Laufende Kosten für 3 Jahre	KOSTEN
Mieten/Reinigung	5.000,00
Büromaterial/Porto	3.500,00
Telefon	3.000,00
EDV/Internet	4.000,00
Büroinfrastruktur/Einrichtung	3.000,00
Sonstiges	4.706,19
Gesamtkosten für 3 Jahre	23.206,19

3. Personalkosten für Projektzeitraum 3 Jahre

Die vorliegende Kalkulation der Personalkosten für die Koordinationskraft beruht auf folgenden Prämissen:

- Anstellung auf Werksvertragsbasis statt wie bisher angenommen 40 Stunden Vollzeit
 - Vergleichsbasis 25 Stunden Teilzeitanstellung
 - Personalkosten bei 25 Stunden Teilzeitanstellung
 - **€ 25 259 p.a.**
 - Sachkosten bei Werkvertrag und gleicher Leistung
 - **€ 22 738 p.a.**

Somit ergibt sich aus der Variante Anstellung mit Werkvertrag eine Einsparungsmöglichkeit von ca. € 2 500 pro Jahr.

Dadurch ergeben sich folgende Personalkosten: (Indices berücksichtigt)

PRAMTAL MUSEUMSSTRASSE

Personalkosten/Sachkosten Werkvertrag 3 Jahre	KOSTEN
1. Jahr	22.738,08
2. Jahr	23.192,84
3. Jahr	23.656,70
Gesamtkosten für 3 Jahre	69.587,62

4. Gesamtprojektkosten

Gesamtprojektkosten	SUMME
Projektkosten	95.000,00
Laufender Betrieb	23.206,19
Personalkosten	69.587,62
Gesamtprojektkosten für 3 Jahre	187.793,81

5. Finanzierungsplan

Jahr	Förderung Lohnkosten (50% der Lohnkosten)	Projekt- Förderung (60% der Projektkosten)	Sponsoren Eigenmittel Verein	Gemeinden BZ - Mittel	Gesamt 100%
1. Jahr	11.369,04	19.000,00	7.000,00	25.000,00	62.369,04
2. Jahr	11.596,42	19.000,00	7.000,00	25.000,00	62.596,42
3. Jahr	11.828,35	19.000,00	7.000,00	25.000,00	62.828,35
Summe	34.793,81	57.000,00	21.000,00	75.000,00	187.793,81

6. Gemeindeaufteilungsschlüssel

Gemeinde	Einwohner	1.Jahr	2.Jahr	3.Jahr	Gesamt
Andorf	5.040,00	4.902,72	4.902,72	4.902,72	14.708,17
Enzenkirchen	1.787,00	1.738,33	1.738,33	1.738,33	5.214,98
Haag/H.	2.150,00	2.091,44	2.091,44	2.091,44	6.274,32
Pram	1.783,00	1.734,44	1.734,44	1.734,44	5.203,31
Raab	2.273,00	2.211,09	2.211,09	2.211,09	6.633,27
Riedau	1.995,00	1.940,66	1.940,66	1.940,66	5.821,98
Schärding	4.922,00	4.787,94	4.787,94	4.787,94	14.363,81
Sigharting	805,00	783,07	783,07	783,07	2.349,22
Taufkirchen/P.	2.903,00	2.823,93	2.823,93	2.823,93	8.471,79
Zell/P.	2.042,00	1.986,38	1.986,38	1.986,38	5.959,14
Summe	25.700,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	75.000,00