

Anhang

Anlage I

II.1.2 Öffentlicher Programmbereich

II.1.2.1 Permanenter Ausstellungsbereich

Der permanente Ausstellungsbereich teilt sich in Ouvertüre, Zeitschiene, thematische Schnitte und Finale. Die Räume sind in Folge angeordnet. Zeitschiene und thematische Schnitte als zentrale Bereiche können entweder nebeneinander angeordnet sein, oder die Zeitschiene bildet die zentrale Achse, von der aus die thematischen Bereiche betreten werden.

Der Betrieb im permanenten Ausstellungsbereich muss auch bei Umbauarbeiten im Sonderausstellungsbereich störungsfrei funktionieren.

Sämtliche Räume müssen mit einem Bodenraster (Elektro- und Computerverkabelung) ausgestattet sein.

II.1.2.2 Sonderausstellungsbereich

Der Sonderausstellungsbereich muss durch flexible Wände in verschiedene Raumgrößen unterteilt werden können.

Wie im inhaltlichen Programm beschrieben³, sollen hier Ausstellungen gezeigt werden, die max. 1.000/1.200m² (Großausstellungen), 400/600m² (Sonderausstellungen) bzw. 100/200m² (Ausstellungen zu Forschungsarbeiten oder tagesaktuelle Ausstellungen) benötigen.

In jedem Fall muss der Ausstellungsbereich für BesucherInnen vom Foyer aus gut erreicht werden können und an den Backup-Bereich angebunden sein.⁴

II.1.2.3 Auditorium

Ähnlich wie der Sonderausstellungsbereich soll auch das Auditorium mittels flexibler Wände für Veranstaltungen mit unterschiedlich großem Publikum adaptiert werden können.

Für Großveranstaltungen wie Kongresse, Symposien sollte die Möglichkeit bestehen, eine Bühnenfläche mittels Anhebung der Bodenfläche zu schaffen.

Für kleinere Veranstaltungen der KooperationspartnerInnen oder des Labors für Geschichtsvermittlung müssen kleinere Raumbereiche abgetrennt werden können.

Als Ausstattung braucht es eine Leinwand für Filmvorführungen sowie Tonanlage, Beamer und Abspielgeräte.

Eine intelligente Lösung für die Bestuhlung ist anzudenken, wie etwa eine ausfahrbare Tribüne oder Bänke, die im Boden verschwinden. Sollte eine konventionelle Lösung verwirklicht werden, braucht es Sessellager.

II.1.2.4 Räume des Geschichtslabors

Das Geschichtslabor benötigt multifunktionale Räume für Workshops, Diskussionen, Seminare, in denen mit Gruppen wie Schulklassen, Jugendgruppen oder SeniorInnen

³ siehe I.4.2.5, Sonderausstellungen, Seite 54

⁴ siehe Seite 9, Funktionsdiagramm

gearbeitet werden kann. Alle Räume brauchen gute technische Ausrüstung, Anschlüsse für Laptops und Verkabelungen müssen vorhanden sein.

Zusätzlich bespielt das Geschichtslabor den so genannten **Room-in-Progress**:

Es handelt sich hierbei um einen multifunktionalen Raum, in dem MitarbeiterInnen mit Besuchern und Besucherinnen Projekte entwickeln, verwirklichen und präsentieren. Er benötigt Platz für Präsentation, Archivierung, für Handapparate und mobile Arbeitsplätze.

II.1.2.5 Nichtöffentliche Bereiche

Die nichtöffentlichen Bereiche umfassen die Technik- und Werkstatträume, Lager, Anlieferzonen sowie Büros und Personalräume. Sie werden in der Raumliste angeführt und näher beschrieben.

II.1.3 Funktionalitätskonzept

II.1.3.1 Funktionaldiagramm

Das folgende Diagramm erläutert die Positionierung der einzelnen Bereiche.

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

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

Anlage II

Zielgruppe	Profil	Bedürfnisse / Erwartungen	Wie wird die Zielgruppe erreicht?
SchülerInnen Allgemeinbildende höhere und berufsbildende Schulen	15–19-jährige, wochentags, Besuch oft Teil eines Workshops oder einer Seminararbeit	Interaktive Vermittlungsprogramme, Möglichkeit zur selbstständigen Erkundung, Raum für Workshops oder Diskussionen, Hightech-IT-Equipment	Regelmäßige LehrerInneninformations- veranstaltungen, Website, Podcasts, Aussendungen über Stadt- und Landesschulrat, Schulpartnerschaften mit Projektangeboten, Praktikumsangebote, VertrauenslehrerInnen
Lehrlinge	16–19-jährige, eher geringes Interesse an Ausstellungen, Museen und ähnlichen Kultureinrichtungen, geringe finanzielle Ressourcen	Interaktive Vermittlungs- programme, demokratie- politische Schulung, Eingehen auf die besondere Situation der Lehrlinge und deren Ängste um einen Arbeitsplatz, Vermitteln der Bedeutung von Weiterbildung für die Arbeitsplatzsicherung, keine Überforderung	Zusammenarbeit mit NetzwerkpartnerInnen wie Interessen- vertretungen – AK, Gewerkschaft, Kammern, Industriellenvereinigung – und Berufsschulen
„Wien-Aktion“- SchülerInnen	13–25-jährige, in größeren Gruppen, unter Zeitdruck	Busspur, flexible Zeiteinteilung, keine Überforderung, kurze thematische Einführungen, interaktive Führungsprogramme, Erfrischungen	über bmbf/„Wien-Aktion“, Bewerbung in „Wien- Aktion“-Broschüre, Teil eines Package- Angebotes, Informationen

Umsetzungsstrategie – Haus der Geschichte Österreich

Zielgruppe	Profil	Bedürfnisse / Erwartungen	Wie wird die Zielgruppe erreicht?
StudentInnen und ExpertInnen	Ab 18 Jahren	Rechercheterminals, ExpertInnengespräche, Ausstellungen zu neuen Forschungsergebnissen, aktueller wissenschaftlicher Content im Web, Publikationsmöglichkeit im Web, Hilfestellung bei Suche von Inhalten	über in- und ausländische universitäre und außeruniversitäre Forschungsinstitute
Jugendliche	12-18-jährige Sommerzeit, Wochenende, Abend- veranstaltungen	Spezielle Programme, die aktive Teilnahme einfordern, Abendprogramme, Möglichkeit, andere Jugendliche kennenzulernen	Partnerschaften mit Jugendclubs, Aussendungen über Schulen
WienerInnen mit höherem Bildungsgrad	MaturantInnen oder AkademikerInnen, gebildet, kulturinteressiert	Programme, die sich von den anderen Kultur-angeboten der Stadt abheben, hochqualitativ, Möglichkeit zur Partizipation	Medienpartnerschaften mit Qualitätszeitungen, Website, Volkshochschulen

Zielgruppe	Profil	Bedürfnisse / Erwartungen	Wie wird die Zielgruppe erreicht?
WienerInnen mit niedrigerem Bildungsgrad	Ohne Matura, sozial schwächere Gruppen, wenig historische Bildung	Programme, die einen Überblick verschaffen, Alltagsgeschichten	Kooperationen mit Stadtzeitungen, Ticketkombinationen mit anderen populären Attraktionen, Werbung in Geschäften und Lokalen
MigrantInnen	Große Vielfalt an Nationalitäten, Mehrheit aus Deutschland, dem ehemaligen Jugoslawien und der Türkei	MigrantInnengeschichten auch als inhaltliche Schwerpunkte, Vermittlungsangebote in verschiedenen Sprachen	Kooperationen mit verschiedenen MigrantInnenzentren, Editorials und Einschaltungen in MigrantInnenzeitungen etc.
Inländische TouristInnen	Meist zu zweit oder allein, 30-49 Jahre, gebildet, aktiv an Kultur interessiert,	gute Erreichbarkeit, Parkplätze, Bundesländerthemen und - schwerpunkte	Website, Kooperation mit ÖBB & Lokalbahnen, Bundesländerzeitungspart- nerschaften, Kooperation mit Österreich Werbung und Wiener Tourismusverband

Zielgruppe	Profil	Bedürfnisse / Erwartungen	Wie wird die Zielgruppe erreicht?
Ausländische TouristInnen	Meist zu zweit oder allein, 30–49 Jahre, gebildet, aktiv an Kultur interessiert, kommen hauptsächlich im Sommer	Mehrsprachigkeit, Überblick über die österreichische Geschichte, attraktive Lokalität, gute Architektur, leicht erreichbar	Website in mehreren Sprachen, Eintragungen in TouristInnen- und Reiseführern, Editorials in Reisemagazinen, enge Kooperation mit Wiener Tourismusverband und Österreich Werbung, FremdenführerInnen, Marketingbroschüren bei Tourismusinformati- onszentren, Hotels, Flughäfen etc.
Ausländische TouristInnen mit familiärer Beziehung zu Österreich	Ganzjährig, Schwerpunkt in Ferienzeiten	Berücksichtigung in der Ausstellung – Einbeziehung der Länder der Donaumonarchie, Einbeziehung von Biografien von Menschen der ehemaligen Kronländer, Vermittlungsprogramme unter anderem in Ungarisch, Tschechisch, Slowakisch	Kooperationen mit Kulturinstituten, spezielle Werbung in diesen Ländern, Partnerschaften mit Universitäten, Museen usw.

Zielgruppe	Profil	Bedürfnisse / Erwartungen	Wie wird die Zielgruppe erreicht?
Ausländische TouristInnen mit familiären Bindungen zu Österreich (aus EmigrantenInnenfamilien)	Ganzjährig, Schwerpunkt in Ferienzeiten	Berücksichtigung der Geschichte der Eltern und Großeltern, Einbeziehung von Biografien, spezielle Programme auf der Website, Verlinkung mit Websites zum Thema	Kooperationen mit Museen, Forschungsinstituten, Gedenkstätten, englischsprachige Führungen
Familien	Mehrkindfamilien, Drei-Generationen- familien, Großeltern mit Enkelkindern	Kinderschiene im Themenbereich – Programm für die ganze Familie, Wickelräume, Familienticket	Teilnahme am Ferienspiel, Website, Partnerschaften mit dem ZOOM Kindermuseum
PensionistInnen / SeniorInnen	Über 60 Jahre, an Geschichte interessiert, kommen teilweise im Familienverband oder als PensionistInnen- gruppe	Einbringen ihres Wissens über geschichtliche Ereignisse – aktive Teilnahme, spezielle Workshops auch generationenübergreifend mit Jugendlichen, genügend Rast- und Sitzmöglichkeiten, Audio- und Videoguides auch für hörschwache Menschen, ausreichend große Beschriftungen	Kooperationen mit PensionistInnen- verbänden und PensionistInnenhäusern

Umstratzungsstrategie – Haus der Geschichte Österreich

Zielgruppe	Profil	Bedürfnisse / Erwartungen	Wie wird die Zielgruppe erreicht?
BesucherInnen mit besonderen Bedürfnissen	Personen mit eingeschränktem Seh- und Hörvermögen oder/und eingeschränkter Mobilität	Ausstattung mit Rampen, Vitrinen und Beschriftungen in entsprechender Höhe und eventuell auch in Brailleschrift, SpezialführerInnen Hörschiene für sehschwache Menschen	Kooperationen mit Behindertenverbänden

Anlage III

5. Geschichtsvermittlung und BesucherInnenkommunikation

Elisabeth Heimann, Richard Hufschmied

Die moderne Vermittlungsarbeit und BesucherInnenkommunikation stellt eine Kernaufgabe des HGÖ dar. Das Vermittlungsdepartment spielt eine zentrale Rolle im Ausstellungskonzept. Es ist keine untergeordnete Abteilung, sondern als zentrale Instanz – auf Augenhöhe mit den anderen Organisationsstrukturen – des HGÖ etabliert. Das HGÖ will ein Forum schaffen, in dem Wissensvermittlung und Lernen im Vordergrund stehen und in dem Inhalte im Austausch zwischen BesucherInnen und ExpertInnen erarbeitet werden. Partizipation sowie aktive und reflexive Auseinandersetzung mit Geschichte stehen im Mittelpunkt der Vermittlungsangebote.

Aufgaben und Zielgruppen

Die Vermittlungs- und BesucherInnenkommunikationsabteilung ist von Anfang an in die Konzeption von Ausstellungen involviert und bezieht die unterschiedlichen BesucherInnen und deren Wissensstand, die Lern- und Vermittlungsmöglichkeiten sowie räumliche Anforderungen für Gruppenbesuche oder junge Zielgruppen in Planungen und Konzepte mit ein. Sie fungiert als kreativer Impulsgeber, der die Bedürfnisse der BesucherInnen bei der Ausstellungs- und Programmgestaltung ins Zentrum stellt und die Ausstellungsinhalte pädagogisch aufbereitet. Die MitarbeiterInnen sind für die Konzeption und Durchführung von Begleit- und Vermittlungsprogrammen, die Erstellung von ausstellungsspezifischen Studien- und Lernmaterialien für SchülerInnen und Jugendliche sowie für die Publikation einer BesucherInnenzeitung zuständig. Sie betreuen alle Zielgruppen des HGÖ, von Kindern und Jugendlichen bis zu Menschen reiferen Alters, bieten Orientierung und vertiefende Einblicke in die Institution und zeigen in interaktiven Vermittlungsprogrammen, wie Überblicks-, Themen- und Dialogführungen oder Workshops, unterschiedliche Perspektiven auf die Geschichtsdarstellung auf. Sie motivieren die BesucherInnen, sich mit ihren Fragestellungen und Themen einzubringen und kommen den Wünschen und

Interessen der einzelnen Zielgruppen entgegen. Die Aktivitäten und Vermittlungsprogramme des HGÖ regen zu selbstständigem Nachdenken über historische Themen und deren Erzählungen an und schärfen die kritische Wahrnehmung aller Zielgruppen.

Von einer im Konzept von Haas & Lordeurop 2009 vorgeschlagenen Aus- und Weiterbildungsschiene zur „Geschichtsvermittlung“ ist aus Kapazitätsgründen abzusehen. Diese Tätigkeiten, zu denen auch die regelmäßige Evaluierung der VermittlerInnen gehört, werden durch die Leiterin/den Leiter der Abteilung wahrgenommen. Wesentlich wird es sein, dass das HGÖ mit jeweils spezifischen Programmen unterschiedliche Ziel- und Altersgruppen anspricht. Dabei ist die ständige Kommunikation mit der Marketingabteilung und der Chefkuratorin/ dem Chefkurator des HGÖ sowie mit einschlägigen staatlichen und privaten Institutionen und Vereinen (z. B. Bildungsministerium, Stadtschulräte der Bundesländer, Verein WienXtra etc.) unerlässlich.

Fokus auf SchülerInnen und Jugendliche

Der Hauptfokus der Vermittlungsabteilung wird auf der Zusammenarbeit mit SchülerInnen, Jugendlichen und Lehrlingen und deren unterschiedlichen Ausbildungsaltern liegen. Altersadäquate Konzepte unter Berücksichtigung der Lehrpläne und unterschiedliche Schwerpunkte für jeweilige Zielgruppen sowie aufeinander aufbauende Module laden zum wiederkehrenden Besuch des HGÖ ein. Ziel ist es, Kindern und Jugendlichen historische Entwicklungen, Fragen und Zusammenhänge sowie deren Auswirkungen auf die Gegenwart und die gesellschaftliche Relevanz von Geschichte näherzubringen.

Die Vermittlungsarbeit im HGÖ setzt, anders als im Konzept von Haas & Lordeurop 2009 vorgesehen, bereits im Volksschulalter an. Eigens entwickelte Vermittlungsprogramme für diese Altersgruppe sollen historische, aber auch fächerübergreifende Themen, die bereits im Volksschulunterricht angesprochen werden, kindgerecht aufbereiten. Dabei wird der Schwerpunkt nicht nur auf reiner Wissensvermittlung, sondern auch auf einer

spielerischen und kreativen Auseinandersetzung mit Geschichte liegen. Freudvolle und spannende Erfahrungen im HGÖ tragen dazu bei, dass Kinder zu interessierten Erwachsenen und zukünftigen BesucherInnen werden und sie die Beschäftigung mit historischen Themen als positives Erlebnis wahrnehmen.

Historische Inhalte und Fragestellungen werden altersgerecht erklärt. Informationen (Vermittlung historischer Themen), Impulse (interaktive Zugänge bzw. Aufgaben wie z. B. die Analyse von historischen Filmsequenzen) und Reflexionen (kritisches Hinterfragen und gemeinsame Diskussionen) stehen im Zentrum einer modernen Vermittlungsarbeit. Neben dem Bildungsauftrag, Wissen über österreichische Geschichte in einem zentraleuropäischen Kontext anzubieten, ist das angestrebte Ziel der Vermittlungsarbeit, eine positive Grundhaltung gegenüber Geschichte zu vermitteln, Interesse an historischen Fragestellungen und Themen wie Freiheit, Menschenrechte, Minderheiten, Demokratie- und Republikgeschichte zu wecken und dadurch das demokratische Bewusstsein und die kritische Auseinandersetzung mit diesen Themen und ihren Inhalten zu stärken. Die Meinungen und Interessen der Jugendlichen werden in interaktiven Programmen mit einbezogen. Die Workshops und Führungen regen zum Nachfragen und Mitmachen an. Die Geschichtsvermittlung trägt dazu bei, dass sich das Museum als außerschulischer Bildungs- oder Lernort etabliert, der zum Erinnern, zum bewussten Gedenken und kreativ-assoziativen Denken einlädt. Workshops helfen, historische Zusammenhänge zu verstehen, vermitteln Kompetenzen im Umgang mit (historischen) Quellen und Medien und fördern die Selbstartikulation. Mehrstündige Vermittlungsprogramme im HGÖ sind ergebnisorientiert ausgerichtet, SchülerInnen sollen in Kleingruppen gemeinsam Themen und Inhalte erarbeiten und ihre Ergebnisse in virtueller oder haptischer Form (als Film- oder Tonbeitrag auf der Onlineplattform oder als Plakat, Collage, Zeitung etc.) aufbereiten und mitnehmen können.

Von der Vermittlungsabteilung konzipierte begleitende Unterrichtsmaterialien bieten PädagogInnen konkrete Inhalte und Vermittlungsmöglichkeiten, um Kinder und Jugendliche für historische Themen zu sensibilisieren und die Entwicklung einer kritischen Wahrnehmung gegenüber Quellen und Geschichtsnarrativen zu unterstützen.

Anlage IV

I.3.2 BesucherInnenpotenziale

I.3.2.1 Zielgruppen

Laut Leitbild stellt das HGÖ den Menschen in den Mittelpunkt, das heißt BesucherInnen werden mit Ihren Wünschen, Erwartungen, Erfahrungen und Lernbedürfnissen Ernst genommen. Auch ihre physischen Bedürfnisse werden berücksichtigt.

Grundsätzlich will das Haus der Geschichte für ein möglichst breites Publikum interessant und anregend sein. Allerdings sollen auch einzelne Zielgruppen besonders angesprochen werden – so z. B. SchülerInnen –, ohne dass dabei andere vernachlässigt werden.

Menschen, die kulturelle Einrichtungen kaum oder gar nicht besuchen, wie Jugendliche oder MigrantInnen und bildungsfernere Schichten, gilt besonderes Augenmerk. Um diese Gruppen zu erreichen, braucht es adressatenorientierte Programme, Partnerschaften und Kooperationen mit Verbänden, Gruppen und Vereinen aber auch spezielle Hilfestellungen und Orientierungshilfen in den Ausstellungen.

Um ein offenes Haus für alle zu sein,

- halten wir es für das Beste, dass kein Eintrittsgeld für die permanente Ausstellung eingehoben wird,
- sind Ermäßigungen für den Besuch von Sonderausstellungen z. B. für SchülerInnen, StudentInnen, Familien, SeniorInnen, Menschen ohne Arbeit, Gruppen vorgesehen,
- gibt es Outreach Programme sowie Partnerschaften mit verschiedenen Organisationen und Gruppen.

Die einzelnen Zielgruppen unterscheiden sich nicht nur voneinander, sondern es gibt auch innerhalb der Gruppen Unterschiede, die zu berücksichtigen sind. Dazu gehören u. a. Bildungs- und Wissenstand, Lern-/Rezeptionstyp, sozialer Hintergrund und Erinnerungskulturen.

Vielfältig sind auch die Motive der BesucherInnen. Sie kommen z. B.

- um sich weiterzubilden
- um zu forschen
- um sich bei Projekten beraten zu lassen
- um mehr über ihre Wurzeln zu erfahren
- um das Gastland/die neue Heimat besser kennen zu lernen
- um gegenwärtige Entwicklungen besser zu verstehen
- um qualitativ Freizeit mit PartnerInnen, Familie oder FreundInnen zu verbringen
- um Meinungen auszutauschen
- um zu shoppen oder sich im Cafe zu entspannen

BesucherInnen kommen als IndividualbesucherInnen, zu zweit und sehr oft in kleineren (z. B. Familien, FreundInnen) oder größeren (z. B. Schulklassen, TouristInnen) Gruppen.

Die auf Seite 27 angeschlossene Tabelle stellt die Profile der einzelnen Zielgruppen zusammen, beschreibt deren Erwartungen und Bedürfnisse und gibt Hinweise wie diese Gruppen erreicht werden können

Im Rahmen der Marktanalyse wurde erhoben:

- mit welchen Zielgruppen in einem HGÖ in Wien zu rechnen ist
- wie hoch deren Potenzial ist
- welche Zielgruppen noch erschlossen werden könnten.

Dafür wurde neben der Analyse des Marktumfelds mit all seinen Segmenten auch die Meinung der ÖsterreicherInnen⁵² und von ExpertInnen⁵³ erhoben.

Bei der repräsentativen Online-Befragung wurde nach den wichtigsten Zielgruppen gefragt. Aus der Sicht der Befragten sind Jugendliche, LehrerInnen, StudentInnen und Erwachsene die wichtigsten Zielgruppen.

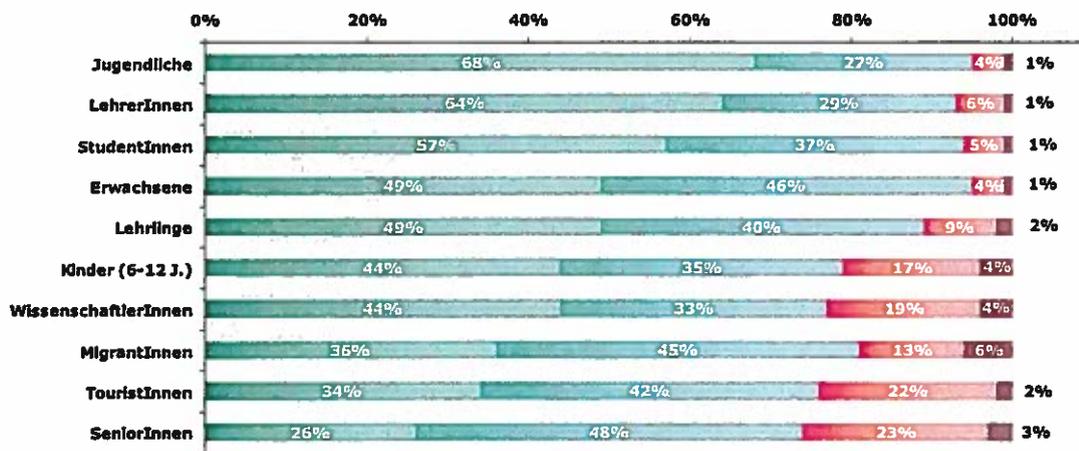


Abb. 8: Zielgruppen des HGÖ (Frage 16)

Die Befragung ergibt, dass sich fast die Hälfte der ÖsterreicherInnen einen Besuch des HGÖ am ehesten mit der Familie vorstellen kann, über ein Viertel mit den Kindern/Enkelkindern.

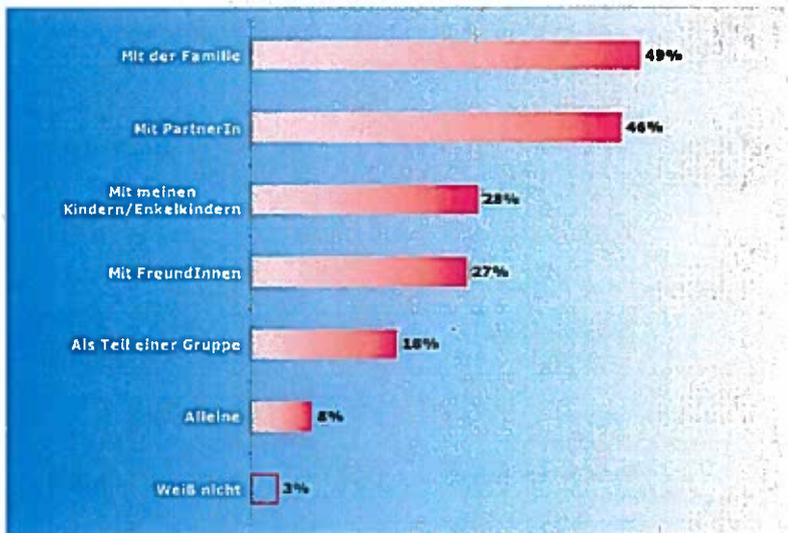


Abb. 9: „Besuchsbegleitung“ (Frage 18)

Daraus ergibt sich ein deutlicher Schwerpunkt auf Kinder und Jugendliche.

Bei dieser Befragung wurde nicht zwischen SchülerInnen und Jugendlichen im außerschulischen Bereich unterschieden. Bei den übrigen Erhebungen wurde differenzierter vorgegangen, mit dem Ergebnis, dass das HGÖ auch für Jugendliche in ihrer Freizeit attraktiv sein sollte.

Von allen Befragten werden Schulklassen als DIE Hauptzielgruppe definiert.

Bezüglich der Schulstufen besteht kein wirklicher Konsens: Die meisten sehen das HGÖ als Ort für SchülerInnen ab zehn Jahren, andere wieder wünschen sich auch Angebote für

⁵² siehe Online-Befragung Seite 10ff

⁵³ siehe Interviews und Fokusgruppengespräche Seite 13ff

Volksschulen. Dass Lehrlinge wie auch Jugendliche außerhalb des Klassenverbands wichtige Adressaten des HGÖ seien, kam vor allem von Seiten der Lehrenden und der JugendarbeiterInnen.

Werden diese Ergebnisse zusammen mit den soziodemographischen Zahlen und dem Bildungsmarkt betrachtet, empfiehlt sich für die Programmierung und Ausstattung des HGÖ eine klare Ausrichtung auf SchülerInnen ab zehn Jahren und auf Jugendliche, auch in der Freizeit und auch mit Familienangehörigen.⁵⁴

Dass die Befragten die Zielgruppen „LehrerInnen“ und „StudentInnen“ gleich nach die der Jugendlichen reihen, verstärkt den Anspruch an eine Einrichtung fundierter Geschichtsvermittlung. Diese Einschätzung korreliert mit dem Befund der Marktanalyse, der zufolge der Schul- und Universitätsmarkt große Bedeutung haben.

Bei den ExpertInnen wurden explizit Angebote für Lehrende aller Ausbildungstypen (Schule, Erwachsenenbildung) gefordert, und auch seitens der Universitäten und Forschungseinrichtungen wurde großes Interesse bekundet. Daraus ist zu schließen, dass neben den Lernenden auch Lehrende und JugendarbeiterInnen wichtige AdressatInnen des HGÖ sind.

„Erwachsene“ rangieren bei der Online-Befragung auf Platz vier.

Wird unter den erwachsenen Besuchgruppen weiter differenziert, halten die ÖsterreicherInnen die Zielgruppe „WissenschaftlerInnen“ für wichtiger als jene der „MigrantInnen“, „TouristInnen“ und SeniorInnen“, die den letzten Platz einnehmen.

Eine Gesamtbetrachtung, ergänzt um die Marktdaten und die ExpertInnen-Meinungen, ergibt ein etwas anderes Bild: die über 60-Jährigen sind ein wachsender Markt, der verhältnismäßig hohe Anteil von MigrantInnen und die florierenden Tourismuszahlen für Wien legen eine Konzentration auch auf diese Zielgruppen nahe.

Es ist wichtig darauf zu achten, dass das Haus seine Ausstellungen, Vermittlungsaktivitäten und Veranstaltungen auf die volle Breite der genannten Zielgruppen ausrichtet und auch Zielgruppen übergreifend plant.

Anlage V

7. Sammlung

Das vorliegende Konzept geht ebenso wie die Studie von Haas & Lordeurop 2009 von engen Kooperationen mit bereits bestehenden Einrichtungen (Archiven, Bibliotheken, Museen, Dokumentationszentren etc.) aus. Das HGÖ soll als Zentrum eines großen musealen Netzwerks fungieren, eine gute Zusammenarbeit mit den KooperationspartnerInnen forcieren und den Bestand von bereits existierenden zeithistorischen Sammlungen für sich nutzbar machen. Es gilt, die Kräfte vorhandener Institutionen zu bündeln und bestehende Sammlungen in einem virtuellen Netzwerk zusammenzuführen.

7.1. Zeitgeschichte sammeln

Elisabeth Heimann

Anders als im Konzept von 2009 sollen die Dauer- und Sonderausstellungen nicht nur mit Sammlungsobjekten (Sachzeugnissen, Archivalien, Bild- und Tondokumenten) der Partnerinstitutionen bespielt werden, sondern auch auf eigenen Beständen basieren. Der Internationale Wissenschaftliche Beirat und der Österreichische Museumsbund befürworten eine gezielte Sammlungstätigkeit in Absprache mit bereits bestehenden Institutionen. Leihgaben alleine stellen Projekte auf eine unsichere Basis. Selbst wenn das HGÖ weit mehr als museale Aufgaben erfüllen soll, wird es den Anforderungen eines Präsentationsortes von Geschichte und der von Haas & Lordeurop 2009 proklamierten Funktion eines „Geschichtsspeichers Österreichs“ (siehe Haas & Lordeurop 2009, Teil I, S. 39) ohne entsprechende Objekte nicht gerecht. Um sich als gleichwertiger Netzwerkpartner zu etablieren, muss sich das HGÖ auch der musealen Kernaufgabe „Sammeln“ widmen. Obwohl sich die traditionellen Tätigkeiten von Museen teilweise verschoben haben und „Vermitteln“ und „Ausstellen“ zu wesentlichen Grundaufgaben geworden sind, ist das Ausstellungsexponat der zentrale Ausgangs- und Bezugspunkt der musealen Arbeit. Die Bedeutung von Originalen, Dokumenten und Zeugnissen der Geschichte ist ungebrochen und somit auch die Relevanz, diese in Sammlungen zu bewahren und zu erschließen.

Die jüngere österreichische Geschichte wird lediglich in wenigen Institutionen kontinuierlich und nicht nur anlassbedingt thematisiert. Das HGÖ soll ein Ort werden, an dem zeitgeschichtlichen Fragestellungen und ihren historischen Vorbedingungen ein permanenter Platz eingeräumt wird. Der Bedarf an einer gesamtösterreichischen zeithistorischen Sammlung ist unbestritten. Neben Bundesinstitutionen wie der Österreichischen Nationalbibliothek, dem Österreichischen Staatsarchiv und dem Heeresgeschichtlichen Museum sind (zeit-)historische Objekte vor allem in Stadt- und Landesarchiven und -museen sowie in Gedenkstätten vorhanden. In Bezug auf die Zeit des Nationalsozialismus und des Widerstandes beherbergt das Dokumentationsarchiv des Österreichischen Widerstandes eine Sammlung von großer Relevanz. Auch im Zuge temporärer Ausstellungen wurde Zeitgeschichte in regionalen Kontexten präsentiert und verhandelt. Bestände und Initiativen lassen sich durchaus finden, eine zentrale Sammlung zur Zeitgeschichte, die abseits von regionalgeschichtlichen Sammlungsschwerpunkten eine österreichweite Perspektive und überregionale Vernetzungen berücksichtigt, ist aber nach wie vor ein Desiderat. Kein Museum in Österreich ist kraft seines Auftrages und seiner Sammlungsrichtlinien darauf hin ausgerichtet, Exponate zur gesamtösterreichischen Zeitgeschichte zu sammeln. Eine zukunftsorientierte Sammlungstätigkeit im HGÖ und die Dokumentation der Gegenwart sollen gewährleisten, dass Zeitgeschichte auf lange Sicht ausgestellt werden kann.

Zielsetzung

Die Sammlungstätigkeit soll gleichzeitig mit dem Arbeitsbeginn eines Kernteams ab 2016 einsetzen. Das vordergründige Ziel ist die Bestückung einer Dauerausstellung mit Exponaten von historischer Relevanz und hoher Präsentationswirkung – allen voran mit anschaulichen Leit- bzw. Schlüsselobjekten, die historische Sachverhalte und zentrale Fragestellungen exemplarisch verdeutlichen. Aufgabe ist es weiters, den gezielten Sammlungs Aufbau, auch abseits der Dauerausstellung, in Hinblick auf zukünftige Sonderausstellungen im Rahmen von Projekten zu forcieren.

Ein inhaltlicher Leitfaden und eine daraus abgeleitete Sammlungsstrategie bilden die Grundlage der Sammlungstätigkeit. Entlang des inhaltlichen Konzeptes gilt es,

Sammlungsschwerpunkte festzulegen und Objekte der materiellen Kultur zu akquirieren, die im HGÖ in ihren historischen Kontext eingebettet, hinterfragt und präsentiert werden. Ziel ist es, ein klares Profil zu entwickeln, eigene Schwerpunkte zu setzen und eine definierte Sammlungsstrategie regelmäßig zu überprüfen und zu aktualisieren. Der thematische Schwerpunkt der Dauerstellung konzentriert sich auf österreichische Geschichte ab der Mitte des 19. Jahrhunderts, wobei der Fokus der Sammlungstätigkeit vor allem auf Objekten des 20. Jahrhunderts und der Gegenwart liegen wird.

Die Sammlung des HGÖ soll bereits bestehende Sammlungen weder duplizieren, noch mit diesen in Konkurrenz treten, sondern sie bestmöglich ergänzen. Ziel ist es, eine multimediale Sammlung von „nationalem Charakter“ und Objekten aus dem zentraleuropäischen Raum aufzubauen. Temporäre Leihgaben aus den Landesarchiven, -bibliotheken und -museen sollen die Geschichte der Bundesländer im HGÖ reflektieren und die eigene Sammlung inhaltlich vertiefen. Schließlich sollen durch die Sammlungstätigkeit und das Generieren von Leihgaben Kontakte zwischen dem HGÖ und seinen NetzwerkpartnerInnen langfristig etabliert und/oder intensiviert werden.

Rahmenbedingungen

Die Bildung eines Sammlungsfundus bedarf neben einer Definition seiner inhaltlichen, zeitlichen und räumlichen Reichweite auch einer Abklärung der Voraussetzungen für seine Erhaltung, Bewirtschaftung und Nutzung. Als Basis einer gelungenen und professionellen Sammlungstätigkeit ist eine entsprechende Infrastruktur einzurichten (personelle und räumliche Ressourcen wie eine Sammlungsabteilung, Depots, eine Restaurierungsabteilung, Werkstätten etc.) sowie die Finanzierung des Bestandes und Erhaltes der Objekte sicherzustellen. Bis zur geplanten Eröffnung des HGÖ im Jahr 2018 erlauben es die Kapazitäten der Österreichischen Nationalbibliothek die neu gewonnenen Sammlungsobjekte des HGÖ in den hauseigenen Depots unterzubringen. Um eine zukunftsorientierte Sammlungspolitik realisieren zu können, müssen künftige Depoträume und Infrastrukturmaßnahmen aber bereits in der ersten Planungsphase mitgedacht werden.

Anlage VI

II.1.3.2 Flächenumfang 3 Optionen

Im Folgenden werden wie vom Lenkungsausschuss gewünscht, drei Größenoptionen für das HGÖ vorgestellt. Die drei unterschiedlich großen Häuser werden in einem eigenen Kapitel⁵ bewertet.

Option 2 beruft sich auf den Ausschreibungstext und nimmt die dort angeführte Größe eines mittleren Bundesmuseums (dem MUMOK stehen ca. 14.000m² zur Verfügung) zum Vorbild. Bereiche, die bereits im Grobkonzept vorgestellt und im inhaltlichen Konzept⁶ ausgeführt wurden, können in dieser Option problemlos untergebracht werden. Damit ist auch die Programmvierfalt gesichert, mit deren Hilfe die im Kapitel II.3.3, BesucherInnenpotenzial⁷ prognostizierte Besuchszahl erreicht werden kann. Option 2 wird in der Folge durch eine graue Einfärbung speziell gekennzeichnet.

Flächen werden hier optimal genützt. Durch die Idee der flexiblen Wandsysteme im Sonderausstellungs- und Veranstaltungsbereich können Programme unterschiedlicher Formate und für unterschiedlich hohe Publikumszahlen durchgeführt werden. Allerdings

⁵ zu den Auswirkungen auf die Errichtungskosten und Einnahmen siehe II.3.2.2, Seite 32ff und Kapitel II.3.4, Seite 36ff

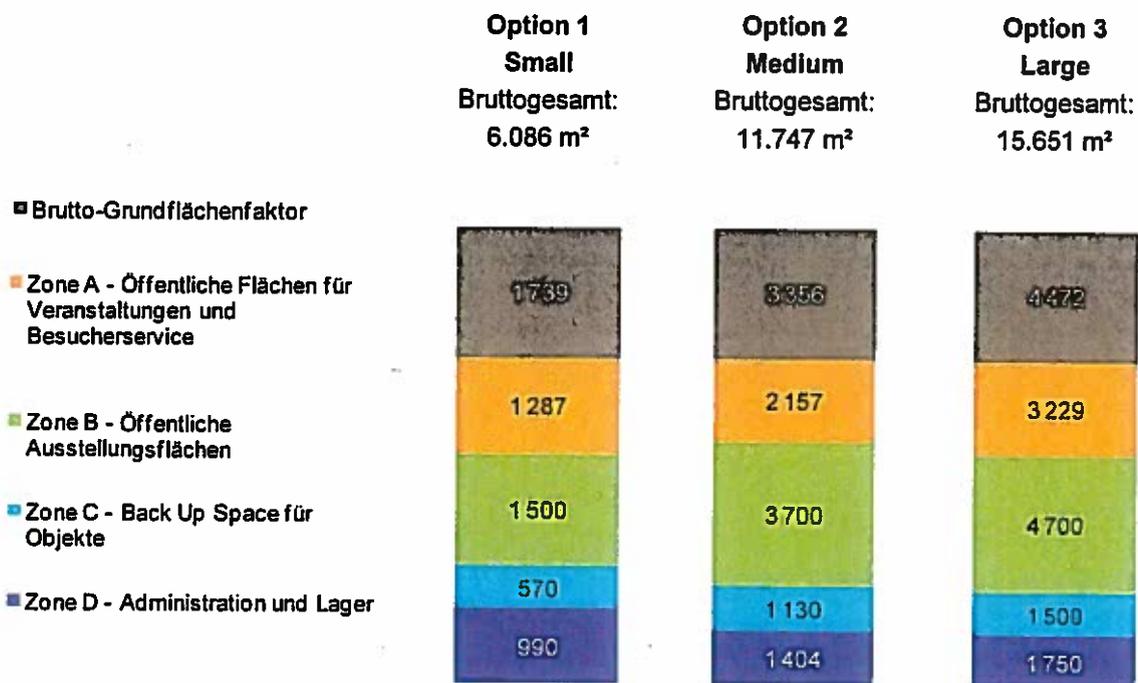
⁶ siehe I.4 Seite 40ff

⁷ Seite 35

Die Flächenbilanz einer kulturellen Einrichtung hängt u. a. von folgenden Faktoren ab:

- Erwartete Größe der permanenten- und Wechselausstellungen (Zone B - Öffentliche Ausstellungsflächen)
- BesucherInnenservice, wie Auditorien oder Verkaufszonen (Zone A - Öffentliche Flächen für Veranstaltungen und BesucherInnenservice)
- Back-up Bereich für Objekte (Zone C)
- Büroflächen und Lager (Zone D)
- Brutto-Grundflächenfaktor

Zur Schätzung der Größe des zukünftigen HGÖ haben wir einen Brutto-Grundflächenfaktor von 1,4 angesetzt.



Geschichtslabor	Seminar und Workshopräume	150	200	350	Flexible Wände mit Schallschutz Teilbar in Option 1: 2 Räume Option 2: 3 Räume Option 3: 7 Räume
	Room-in-Progress	105	140	245	Multifunktionaler Raum, der als Ausstellungsfläche und Präsentationsfläche für Projekte des Geschichtslabors dient
	Archiv	15	20	35	Schränke, Bücherregale
	Materiallager	40	55	80	Vermittlungsmaterial
	Sub-Total	667	887	1.319	
Bewirtungsbereich	Café	60	100	200	Option 1: 15 Sitzplätze + Bar Option 2: 25 Sitzplätze + bar Option 3: 45 Sitzplätze + bar
	Café-Lager	20	55	70	
	Selbstbedienungsbereich	90	200	300	Option 1: 35 Sitzplätze Option 2: 60 Sitzplätze Option 3: 120 Sitzplätze
	Küche	45	100	150	
Sub-Total	215	455	720		
Total Zone A	1.287	2.157	3.229	Netto m²	

Zone B	Öffentliche Ausstellungsflächen	Option 1	Option 2	Option 3	Kommentare
Permanente Ausstellungsfläche	Ouvertüre	100	200	200	
	Zeitschiene	600	800	1.000	
	Thematischer Bereich		1.200	1.500	
	Entlassungsraum Finale		100	100	
Sonderausstellungen	Sonderausstellungsbereich	800	1.500	2.000	Flexible Wände, sodass unterschiedliche Ausstellungsräume erzeugt werden können
Total Zone B		1.500	3.700	4.700	Netto m²

Zone C	Back Up Bereich für Objekte	Option 1	Option 2	Option 3	Kommentare
Backup-Bereich für Objekte	Ladebereich	60	80	100	Zwei Ladebereiche sind erforderlich, die durch eine Wand getrennt sind : Für Ausstellungsobjekte und für andere Objekte
	Objektsondierung für Sonderausstellungen	60	150	150	In unmittelbarer Nähe zu Sonderausstellungsbereich und Empfangsbereich für Objekte

Lager	Sessellager	20	60	80	Neben großem Auditorium Neben Ausstellungsflächen Elektro
	Vitrinenlager	20	40	50	
	Shoplager	10	20	50	
	Allgemeines Lager für Ersatzteile	15	35	50	
	Marketing Material	15	20	30	
	Publikationen	15	30	40	
	Reinigung	15	30	40	
Sub-Total		110	235	340	
Andere Dienste	Abfall	10	12	15	Lebensmittel, Abfall und nicht-sammelungsbezogene Lieferungen/Abholungen
Sub-Total		10	12	15	
Total Zone D		990	1.404	1.750	Netto m²

Option 1 Small	Netto m²
Zone A	1.287
Zone B	1.500
Zone C	570
Zone D	990
Gesamt m²	4.347

Brutto-Grundflächenfaktor
1,40
1,40
1,40
1,40

Brutto m²
1.802
2.100
798
1.386
6.086

%
29,61%
34,51%
13,11%
22,77%

Option 2 Medium	Netto m²
Zone A	2.157
Zone B	3.700
Zone C	1.130
Zone D	1.404
Gesamt m²	8.391

Brutto-Grundflächenfaktor
1,40
1,40
1,40
1,40

Brutto m²
3.020
5.180
1.582
1.966
11.747

%
25,71%
44,09%
13,47%
16,73%

Option 3 Large	Netto m²
Zone A	3.229
Zone B	4.700
Zone C	1.500
Zone D	1.750
Gesamt m²	11.179

Brutto-Grundflächenfaktor
1,40
1,40
1,40
1,40

Brutto m²
4.521
6.580
2.100
2.450
15.651

%
28,88%
42,04%
13,42%
15,65%

Generell ist festzuhalten, dass ein konkretes Verhältnis von Nutz- und Gesamtfläche ohne Kenntnis eines konkreten Gebäudes nicht möglich ist. Daher ist eine Schätztoleranz hoch anzusetzen. Ähnliches gilt auch im Bereich der Betriebskosten, da zum Beispiel noch völlig unklar ist, ob etwa mit Strom, Gas oder Fernwärme geheizt wird.

Anlage VII

II.5.2 Personalplanung

II.5.2.1 Personalprofile

Die Anforderungsprofile und Aufgaben des Personals sind vielfältig und werden in der nächsten Tabelle schwerpunktmäßig aufgelistet.

MitarbeiterIn/ Position	Aufgaben/ Verantwortlichkeiten	Personal- verant- wortung	Stellen Gesamt	Beschäfti- gung
DirektorIn	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Führt das HGO inhaltlich und organisatorisch ◦ Berichtet dem Stiftungsrat ◦ Repräsentiert das HGO nach Außen ◦ Personalhoheit ◦ Budgethoheit ◦ Programmverantwortlichkeit ◦ Strategische Marketingsteuerung ◦ Qualitätskontrolle ◦ Sponsorenbearbeitung & Fundraising 	6F	1	vollzeit

MitarbeiterIn/ Position	Aufgaben/ Verantwortlichkeiten	Personal- verant- wortung	Stellen Gesamt	Beschäfti- gung
Direktionsassistentz	<ul style="list-style-type: none"> • Administrative Unterstützung der Direktion • Termin- und Sitzungsplanung • Briefverkehr • Dokumentenablage • Projektbetreuung • Vorbereitung von Präsentationen und Berichten 		1	Vollzeit
Marketing ManagerIn	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlichkeitsarbeit • Branding (CI, CD) • Erstkontakt mit Medien • Entwickelt Marketingplan und koordiniert Implementierung • Koordiniert Produktion des Marketingmaterials • Distribution 	3	1	Vollzeit
Marketing AssistentIn	<ul style="list-style-type: none"> • Produktion des Marketingmaterials • Werbung • Marktforschung • Adressdatenbank 		1	Vollzeit
PR AssistentIn	<ul style="list-style-type: none"> • Presseaussendungen • Presse-Ausschnitte • Pressekonferenz / Pressemappe • Membership 		1	Vollzeit
KoordinatorIn (Kooperationen)	<ul style="list-style-type: none"> • Betreut KooperationspartnerInnen • Entwickelt Kooperationsmodelle • Projektkoordination 		1	Vollzeit
ManagerIn Operations/Dlr. Stv.	<ul style="list-style-type: none"> • Zuständig für die täglichen operativen Agenden • Finanzen (gesamt) • Personal • Besucherdienstservice • IT • Haustechnik • Ausstellungsorganisation • Shop • Sicherheit • Kontrolliert ausgelagerte Servicebereiche (Café, etc.) 	32	1	Vollzeit
Bürokraft	<ul style="list-style-type: none"> • Administration • Ablage • Briefverkehr • Telefonvermittlung • Zeiterfassung (Gleitzeit) 		1	Vollzeit
BilanzbuchhalterIn	<ul style="list-style-type: none"> • Bilanzstellung • Budgetplan • Controlling • Kassenkontrolle 	1	1	Vollzeit

MitarbeiterIn/ Position	Aufgaben/ Verantwortlichkeiten	Personal- verant- wortung	Stellen Gesamt	Beschäfti- gung
BuchhalterIn/Lohnver- rechnerIn	<ul style="list-style-type: none"> • Personalverrechnung • Buchhaltung • Bestellungen • Zahlungsverkehr • Handkassa 		1	Vollzeit
Personal- koordinatorIn	<ul style="list-style-type: none"> • Personaleinstellungen & Objektivierungen • Personalführung und -management in Absprache mit der Direktion • Personaldatenbank • Leistungsevaluierung • Fortbildung & Training 		1	Vollzeit
BesucherInnen- Service ManagerIn	<ul style="list-style-type: none"> • Koordiniert und leitet alle BesucherInnenservicebereiche • Kassa/Ticketing • Informationsschalter • Veranstaltungen & Events • Schichtenteilung für BesucherInnen-Serviceteam • Ansprech- und Beschwerdestelle • Aufsicht und Security 	12	1	Vollzeit
BesucherInnen- Service- mitarbeiterInnen	<ul style="list-style-type: none"> • Dienst an Kassa und Informationsschalter • Aufsicht in den Ausstellungsräumen • Leichte Securityaufgaben • Mitarbeit bei Veranstaltungen • Aufbau und Abbau bei Events • Vermittlungstätigkeiten • Leichte handwerkliche Tätigkeiten 		12	Vollzeit/ Teilzeit
HausmeisterIn	<ul style="list-style-type: none"> • Gebäudemanagement • Sicherheit & Alarmsysteme • Schlüsseldienste 		2	Vollzeit
HaustechnikerIn	<ul style="list-style-type: none"> • Ausstellungstechnik • Gebäudetechnik • Geräterwartung • Lifttechnik 		2	Vollzeit
ProjektmanagerIn (Produktion)	<ul style="list-style-type: none"> • Ausstellungsmanagement • Ausstellungsproduktion • Leihverträge • Logistik • Transporte • Versicherungen 		2	Vollzeit
AssistentIn (Produktion)	<ul style="list-style-type: none"> • Ausstellungsorganisation • Mitwirkung beim Auf- und Abbau 		1	Vollzeit

MitarbeiterIn/ Position	Aufgaben/ Verantwortlichkeiten	Personal- verant- wortung	Stellen Gesamt	Beschäfti- gung
IT ManagerIn	<ul style="list-style-type: none"> • Plant und koordiniert alle IT Agenden wie Netzwerk, Hard & Software, Kassensystem, Server, E-mail, Datenbanken • Entwickelt Konzepte für die Nutzung der Systeme • Einkauf 	2	1	Vollzeit
System- administratorIn	<ul style="list-style-type: none"> • Wartet die IT-Infrastruktur • Server • Aufsetzen von PCs • Hilfestellung für AnwenderInnen 		1	Vollzeit
Netzwerk- administratorIn	<ul style="list-style-type: none"> • Netzwerke & Infrastruktur • Netzkomponenten 		1	Vollzeit
Shop ManagerIn	<ul style="list-style-type: none"> • Shop Management & Verkauf • Warenpräsentation • Produktentwicklung • Depotverwaltung • Shopbudget • Preispolitik • Statistik 	3	1	
Shop AssistentIn	<ul style="list-style-type: none"> • Verkauf & Beratung • Shopkassabetreuung 		3	Vollzeit
ManagerIn Programm	<ul style="list-style-type: none"> • Ausstellungen • Geschichtslabor • HGO Online • Rahmen- und Veranstaltungsprogramm (inhaltlich) 	24	1	
Bürokräft	<ul style="list-style-type: none"> • Administration für Geschichtslabor und Ausstellungen • Ablage • Terminkoordination • Programmanmeldung 		2	Vollzeit
LeiterIn Ausstellungen	<ul style="list-style-type: none"> • Konzipiert, plant und setzt Ausstellungsprojekte um 	3	1	Vollzeit
KuratorIn	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltliche Aufbereitung der Ausstellungen • Forschung für Ausstellungs- und Programmschwerpunkte 		2	Vollzeit
ObjektkuratorIn (RegistrarIn)	<ul style="list-style-type: none"> • Objektlagerung und Handhabung • Objekttransport • Dokumentation • Objektdatenbankmanagement • Versicherungen • Präventive Konservierung 		1	Vollzeit

MitarbeiterIn/ Position	Aufgaben/ Verantwortlichkeiten	Personal- verant- wortung	Stellen Gesamt	Beschäfti- gung
LeiterIn Geschichtslabor	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltliche & strategische Programmierung • Konzeptentwicklung • Veranstaltungsorganisation • Kooperationen • Evaluierungen 	12	1	Vollzeit
ProgrammentwicklerIn	<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppenspezifische Programm & Konzeptentwicklung • Programmorganisation • Programmspezifische Kooperationen • Schulungen der MitarbeiterInnen • Workshopleitung • Vermittlungsmaterialien Einkauf 		4	Vollzeit
VermittlerInnen	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung und Durchführung der Vermittlungsprogramme • Hilfestellung bei Veranstaltungen • Veranstaltungsdokumentation • Verwaltung von Vermittlungsmaterialien • Adressdatei 		8	Vollzeit
WebdirektorIn	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltliche und operative Leitung des HGÖ Online-Programms • Strategische Programmierung • Konzeptentwicklung 	3	1	Vollzeit
WebmasterIn	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Betreuung der Website • Technische Programmierung • Fehleranalysen • Anwender-Support 		1	Vollzeit
WebdesignerIn	<ul style="list-style-type: none"> • Website Layout & Gestaltung • Erstellen von Templates für CMS 		1	Vollzeit
WebassistentIn	<ul style="list-style-type: none"> • Content Updates • Allgemeine Hilfestellung 		1	Vollzeit

Anlage VIII

II.5.2.2 Personalbudget und Gehaltsschema

Das Personalbudget wurde auf der Grundlage von Version A erarbeitet und macht beinahe 50% des Gesamtbudgets aus. Beim Gehaltsschema wurde von einem Mini- und Maximalbetrag ausgegangen, der sich am Gehaltsschema der Bundesbediensteten orientiert.

Haus der Geschichte Österreich

Position	Gehaltsschema	
	Min	Max
DirektorIn	3.900,- €	6.500,- €
AbteilungsleiterIn	3.120,- €	5.200,- €
TeamleiterIn	2.340,- €	3.900,- €
ManagerIn	2.100,- €	3.500,- €
Fachkraft 1	1.920,- €	3.200,- €
Fachkraft 2	1.620,- €	2.700,- €
Fachkraft 3	1.440,- €	2.400,- €
Hilfskräfte	1.170,- €	1.950,- €

Für die Berechnung der Personalkosten für alle 3 Optionen wurde der Maximalbetrag verwendet, wodurch eine größere Flexibilität bei der Personaleinstellung gegeben ist.

HGÖ Personalbudget

Funktionsbereich	Min	Max	OPTION 1 - Klein			OPTION 2 - Mittel			OPTION 3 - Gross		
			Stellen	Monatsbrutto	Jahresbrutto inkl. DG	Stellen	Monatsbrutto	Jahresbrutto inkl. DG	Stellen	Monatsbrutto	Jahresbrutto inkl. DG
Direktion											
Direktorin	3.900	6.500	1	6.500	119.210	1	6.500	119.210	1	6.500	119.210
Direktionsassistentin	1.620	2.700	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518
Marketing Managerin	2.100	3.500	1	3.500	64.190	1	3.500	64.190	1	3.500	64.190
Marketing Assistentin	1.440	2.400	1	2.400	44.016	1	2.400	44.016	1	2.400	44.016
PR Assistentin	1.440	2.400	1	2.400	44.016	1	2.400	44.016	1	2.400	44.016
Koordinatorin - Kooperationen	1.620	2.700	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518
Abteilungsleiterin Operations (Stv. Dir.)											
Bürochef	3.120	5.200		5.200	96.368	1	5.200	96.368	1	5.200	96.368
Bürofachkraft	1.170	1.950	1	1.950	36.763	1	1.950	36.763	1	1.950	36.763
Bürofachkraft	1.820	3.200	1	3.200	58.688	1	3.200	58.688	1	3.200	58.688
Buchhalterin & Lohnverrechnerin	1.440	2.400	1	2.400	44.016	1	2.400	44.016	1	2.400	44.016
Personalkoordinatorin	1.620	2.700	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518
Beschaffungservice Mitarbeiterin	2.100	3.500	1	3.500	64.190	1	3.500	64.190	1	3.500	64.190
Haarstylistin/Frisiererin	1.170	1.950	6	1.950	36.763	12	1.950	36.763	16	1.950	36.763
Haarstylistin/Frisiererin	1.440	2.400	2	2.400	44.016	4	2.400	44.016	5	2.400	44.016
Projektsachverständige (Produktion)	1.620	2.700	1	2.700	49.518	2	2.700	49.518	2	2.700	49.518
Assistentin (Produktion)	1.170	1.950	1	1.950	36.763	1	1.950	36.763	2	1.950	36.763
IT Managerin	2.100	3.500	1	3.500	64.190	1	3.500	64.190	1	3.500	64.190
Systemadministrator	1.620	2.700	1	2.700	49.518	2	2.700	49.518	2	2.700	49.518
Shop Managerin	1.820	2.700	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518
Shop Mitarbeiterin	1.170	1.950	2	1.950	36.763	3	1.950	36.763	4	1.950	36.763
Abteilungsleiter Programmiers											
Bürochef	3.120	5.200	1	5.200	96.368	1	5.200	96.368	1	5.200	96.368
Leiterin Ausstellungen	1.170	1.950	2	1.950	36.763	2	1.950	36.763	2	1.950	36.763
Kuratorin	2.340	3.900	1	3.900	71.628	1	3.900	71.628	1	3.900	71.628
Kuratorin	1.820	3.200	2	3.200	58.688	2	3.200	58.688	2	3.200	58.688
Objektive Koordinatorin (Registrar)	1.620	2.700	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518
Leiterin Geschichtslabor	2.340	3.900	1	3.900	71.628	1	3.900	71.628	1	3.900	71.628
Programmentwicklerin	1.620	2.700	2	2.700	49.518	4	2.700	49.518	5	2.700	49.518
Vermittlerin	1.170	1.950	4	1.950	36.763	8	1.950	36.763	12	1.950	36.763
Webmasterin	2.340	3.900	1	3.900	71.628	1	3.900	71.628	1	3.900	71.628
Webdesignerin	1.620	2.700	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518	1	2.700	49.518
Webmasterin	1.170	1.950	1	1.950	36.763	1	1.950	36.763	1	1.950	36.763
Personal Total			37		765.774	62		1.402.053	76		1.666.189
Personalbudget (Small)					1.878.850			2.930.732			3.406.738

Anlage IX

II.5.4 Betriebsplanung: Option 2 (Medium)

II.5.4.1 Prognose der Besuchszahlen

Besuchszahlen		Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Vorausgesagte Gesamtbesuchszahlen		200 000	165 000	170 000
Besuchszahlen pro Tag				
Wochentag	70%	140 000	115 500	119 000
Wochenende	30%	60 000	49 500	51 000
Gesamt		200 000	165 000	170 000
Besuchszahlen an Werktagen pro Kategorie (70%)				
<i>Nur Ausstellungen</i>				
Erwachsene	30%	60 000	49 500	51 000
Studenten/Senioren	10%	20 000	16 500	17 000
Kinder (keine Schulgruppen)	2%	4 000	3 300	3 400
Schulgruppen	28%	56 000	46 200	47 600
Gesamt	70%	140 000	115 500	119 000
Besuchszahlen an Wochenenden pro Kategorie (30%)				
Erwachsene	22%	44 000	36 300	37 400
Studenten/Senioren	5%	10 000	8 250	8 500
Kinder (keine Schulgruppen)	3%	6 000	4 950	5 100
Schulgruppen	0%	0	0	0
Gesamt	30%	60 000	49 500	51 000
Besuchszahlen insgesamt pro Kategorie				
Erwachsene		104 000	85 800	88 400
Studenten/Senioren		30 000	24 750	25 500
Kinder (keine Schulgruppen)		10 000	8 250	8 500
Schulgruppen		56 000	46 200	47 600
Gesamt		200 000	165 000	170 000
Gesamtbesuchszahlen befristete Ausstellungen				
Erwachsene		72 800	60 060	61 880
Studenten/Senioren		21 000	17 325	17 850
Kinder (keine Schulgruppen)		7 000	5 775	5 950
Schulgruppen		39 200	32 340	33 320
Gesamt		140 000	115 500	119 000

II.5.4.2 Projektierte Betriebseinnahmen

Eintrittspreise

Erträge aus Eintrittskarten für Sonderausstellungen

Eintrittskarte Kategorien	Karten- preise	Jahr 1 Besuchs- zahlen	Jahr 1 Eintritts- erträge	Jahr 2 Besuchs- zahlen	Jahr 2 Eintritts- erträge	Jahr 3 Besuchs- zahlen	Jahr 3 Eintritts- erträge
<i>Nur Sonderausstellung (70% der Gesamtbesucherzahlen)</i>							
Erwachsene *	6,- €	68.500	411.000,- €	55.750	334.500,- €	57.000	342.000,- €
StudentInnen / SeniorInnen	3,- €	34.000	102.000,- €	27.375	82.125,- €	28.000	84.000,- €
Kinder (keine Schulgruppen)	3,- €	13.000	39.000,- €	10.050	30.150,- €	11.900	35.700,- €
Schulgruppen	0,- €	21.000	0,- €	15.825	0,- €	15.850	0,- €
Gesamt		136.500	552.000,- €	109.000	446.775,- €	112.750	461.700,- €

*Abzgl. Mitgliedschaft

Vertriebsumsatz, Mitgliedschaft, Vermietung und Restaurant, öffentliche Programme

Umsatzerlöse	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Umsätze Shop			
Verkauf/BesucherInnen	1,50 €	1,70 €	2,- €
Gesamtbesuchszahl	200.000	165.000	170.000
Gesamtverkauf an BesucherInnen	300.000,- €	330.000,- €	374.000,- €
Verkauf an NichtbesucherInnen (25-29%)	75.000,- €	85.800,- €	100.980,- €
Gesamterlös	375.000,- €	415.800,- €	474.980,- €
Warenkosten (55-51%)	206.250,- €	224.532,- €	251.739,- €
Nettoeinnahmen Shop	168.750,- €	191.268,- €	223.241,- €
Verkauf pro m ²	188,- €	208,- €	237,- €

Ertrag Café/Restaurant, Catering & Vermietungen

Gesamt Besuchszahlen	200.000	165.000	170.000
Verkauf/Besuch	1,5 €	2,- €	2,- €
Gesamtverkauf Speisen und Getränke	300.000,- €	272.250,- €	340.000,- €
Einnahmen aus Catering	100.000,- €	102.000,- €	104.040,- €
Gesamt	400.000,- €	374.250,- €	444.040,- €
Lizenz Erlöse (15%)	60.000,- €	56.138,- €	66.606,- €
Gesamt Vermietungen	50.000,- €	80.000,- €	100.000,- €
Gesamt	110.000,- €	136.138,- €	166.606,- €

Mitgliedschaft			
Anzahl der Mitgliedschaften			
StudentInnen	1.000	1.500	1.750
Erwachsene	1.500	1.750	2.000
Paare/Familie	1.500	2.000	2.500
Gesamt	4.000	5.250	6.250
Preis pro Mitgliedschaft			
Preis StudentInnenkarte	25,- €	25,- €	25,- €
Preis Erwachsenenkarte	35,- €	35,- €	35,- €
Preis Paare/Familienkarte	60,- €	60,- €	60,- €
Einnahmen Mitgliedschaft			
Gesamteinnahmen – StudentInnen	25.000,- €	37.500,- €	43.750,- €
Gesamteinnahmen – Erwachsene	52.500,- €	61.250,- €	70.000,- €
Gesamteinnahmen Paare/Familie	90.000,- €	120.000,- €	150.000,- €
Gesamt	167.500,- €	218.750,- €	263.750,- €
Programme			
Sonderveranstaltungen	50.000,- €	75.000,- €	75.000,- €
Wanderausstellung (groß)	60.000,- €	60.000,- €	60.000,- €
Labor – Forschung			
Partnerschaften	35.000,- €	45.000,- €	50.000,- €
Kinderschiene			
Programm von Aktivitäten	10.000,- €	12.000,- €	15.000,- €
Gesamt	155.000,- €	192.000,- €	200.000,- €

II.5.4.3 Betriebskosten-Vorhersage

Kosten	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Zusammenfassung Personalkosten pro Abteilung			
Direktion	370.468,- €	374.173,- €	377.914,- €
Abteilung Operations	1 402.093,- €	1 416.114,- €	1 430.275,- €
Abteilung Programme	1 158.171,- €	1 169.753,- €	1 181.450,- €
Gesamt Personalkosten	2 930.732,- €	2 960.039,- €	2 989.640,- €
Allgemein & Verwaltung			
10% von Personalkosten	293.073,- €	296.004,- €	298.964,- €
Marketing			
1,45 € - 1,80 € Ausgaben pro Besuch	360.000,- €	297.000,- €	306.000,- €
Gebäudenutzungskosten			
Größe des Gebäudes (Bruttoquadratmeter)	11.747	11.747	11.747

Nebenkosten			
Gebäudenebenkosten	176.205,- €	176.205,- €	176.205,- €
Instandhaltungskosten			
Reperaturen und Wartung	411.145,- €	434.639,- €	458.133,- €
Sicherheit und Versicherung			
Hausmeisteragenden	17.621,- €	17.621,- €	17.621,- €
Sicherheitsagenden	51.099,- €	51.099,- €	51.099,- €
Versicherung	51.099,- €	51.099,- €	51.099,- €
Gesamt Gebäudenutzungskosten	707.169,- €	730.663,- €	754.157,- €
Gesamt Gebäudenutzungskosten pro Quadratmeter	60,- €	62,- €	64,- €
Programmkosten			
Ausstellungen (permanent)		250.000,- €	250.000,- €
Veranstaltungen	140.000,- €	100.000,- €	100.000,- €
Sonderausstellungen			
*1 große Ausstellung (1000 m ² , einmal pro Jahr erstellt)	750.000,- €	750.000,- €	750.000,- €
*1 große Ausstellung (1000 m ² , einmal pro Jahr gemietet)	150.000,- €	150.000,- €	150.000,- €
* mittelgroße Ausstellungen (500 m ² , 2 für andere ausgerichtet)	250.000,- €	250.000,- €	250.000,- €
*3 kleine Ausstellungen (200 m ²)	390.000,- €	390.000,- €	390.000,- €
Labor – Forschung	200.000,- €	200.000,- €	200.000,- €
Aktivitäten für Kinder	15.000,- €	15.000,- €	15.000,- €
Web 2.0 inhaltliche Entwicklung	50.000,- €	55.000,- €	60.000,- €
Urheberrechte	100.000,- €	100.000,- €	100.000,- €
Gesamt Programmkosten	2 045.000,- €	2 260.000,- €	2 265.000,- €
Sammlungsmanagement			
Musealisierung/Lagerung	0,- €	0,- €	0,- €
Dokumentation	10.000,- €	10.000,- €	10.000,- €
Gesamt	10.000,- €	10.000,- €	10.000,- €
Gesamtbetrag	6 345.975,- €	6 553.707,- €	6 623.761,- €

II.5.4.4 Zusammenfassung Prognose Besuchszahlen und Finanzen

Zusammenfassung Prognose	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Jahresbesuchszahlen	200.000	165.000	170.000
Einkünfte			
Eintritt	552.000,- €	446.775,- €	461.700,- €
Mitgliedschaft	167.500,- €	218.750,- €	263.750,- €
Shop (Bruttogewinn)	168.750,- €	191.268,- €	223.241,- €
Programme	155.000,- €	192.000,- €	200.000,- €
Einnahmen aus Lizenzen und Vermietung	110.000,- €	136.138,- €	166.606,- €
Eigeneinnahmen	1 153.250,- €	1 184.931,- €	1 315.297,- €
<i>Prozent der Gesamtkosten</i>	<i>18%</i>	<i>18%</i>	<i>20%</i>
Sonstige Einkünfte¹⁹			
Sponsoring/Spenden			
Sponsorship für Sonderausstellungen			
Subventionen			
Gesamteinnahmen	1 153.250,- €	1 184.931,- €	1 315.297,- €
Kosten			
Gehälter, Lohnnebenkosten	2 930.732,- €	2 960.039,- €	2 989.640,- €
Gebäudenutzung	707.169,- €	730.663,- €	754.157,- €
Programme	2 045.000,- €	2 260.000,- €	2 265.000,- €
Kuratorische & Kosten für Leihobjekte	10.000,- €	10.000,- €	10.000,- €
Allgemein & Verwaltung	293.073,- €	296.004,- €	298.964,- €
Marketing	360.000,- €	297.000,- €	306.000,- €
Gesamtaufwand	6 345.975,- €	6 553.707,- €	6 623.761,- €
Gewinn / (zur Kostendeckung benötigter Betrag)	-5 192.724,- €	-5 368.776,- €	-5 308.464,- €
Prozentsatz des zur Kostendeckung benötigten Betrags	-81,83%	-81,92%	-80,14%
Personalkosten als % der Gesamtbetriebskosten	46,18%	45,17%	45,14%

¹⁹ Zur Kostendeckung müssen 70-80% subventioniert werden, der Restbetrag sollte über Sponsoring zu bedecken sein.

Historischer Rückblick

- 1919 Erste Überlegungen reichen in das Jahr 1919 zurück: der Staatsrat dachte die Entwicklung einer „Geschichtekammer“ an, die in der Republik Deutsch-Österreich eine kulturelle, identitätsstiftende Grundbasis etablieren sollte.
- 1946 Bundespräsident Dr. Karl Renner entwarf selbst ein Konzept für ein „Museum der Ersten und Zweiten Republik“ in den Räumlichkeiten der Präsidentschaftskanzlei im Leopoldinischen Trakt der Hofburg. Eine Ausstellung für den zeitlichen Bereich von 1918 bis zur Entstehung der Zweiten Republik 1945 in drei Sälen sollte präsentiert werden. Im Todesjahr Karl Renners (1951) war ein Ausstellungsraum fertiggestellt. Seine Nachfolger im Amt des Bundespräsidenten zeigten kein Interesse an diesem Museum, weshalb es auch nicht erweitert bzw. fertiggestellt wurde.
- 1995 Einen neuen Anlauf nahm Mitte der 1990er Jahre Leon Zelman, Publizist und Leiter des Wiener Jewish Welcome Service, mit der Idee, ein „Haus der Toleranz“ im Palais Epstein einzurichten. Diese Einrichtung sollte auch das Dokumentationsarchiv des österreichischen Widerstandes und die EU-Beobachtungsstelle gegen Rassismus aufnehmen. Eine diesbezügliche Machbarkeitsstudie wurde im Auftrag von BM Caspar Einem unter Leitung von Univ.Prof. Dr. Anton Pelinka erarbeitet und im Oktober 1999 abgeschlossen.
- 1998 Der Wiener Stadtschulratspräsident Dr. Kurt Scholz forderte ein „Museum der Republik“, da die Geschichte der Republik ein blinder Fleck sei. Parallel dazu forderte der Direktor des Heeresgeschichtlichen Museums, Univ.Prof. Dr. Manfred Rauchensteiner, eine Erweiterung dieses Hauses zu einem „Österreichischen Nationalmuseum“. Der realisierte Teil dieser Idee ist bis heute die Permanentschau „Republik und Diktatur. Österreich 1918-1945“ im HGM. Rauchensteiner ließ, im Auftrag der Salzburger Dr. Wilfried Hauslauer-Stiftung, eine Studie durchführen, die sich mit Möglichkeiten und Problemen der Musealisierung österreichischer Zeitgeschichte befassen sollte. Die mit der Studie beauftragte

Historikerin Sabine Fuchs legte erste Überlegungen zu einem „Museum der Zweiten Republik“ vor, das chronologisch aufgebaut sein sollte und sich Schwerpunkten in Form von Längsschnitten widmen sollte.

Univ.Prof. Dr. Stefan Karner, Historiker an der Universität Graz und Leiter des Ludwig-Boltzmann-Instituts für Kriegsfolgenforschung, legte Ende 1998 ein Konzeptpapier zu einem „Haus der Geschichte“ vor, das Ergebnisse der von Bundeskanzler Dr. Wolfgang Schüssel eingesetzten „Denkwerkstatt Österreich Zukunftsreich“ präsentierte. Diese Ergebnisse flossen als „Vorüberlegungen“ in die unter Leitung von Stefan Karner und Manfred Rauchensteiner im Auftrag des BMUKK erarbeitete Machbarkeitsstudie für das „Haus der Geschichte (HGÖ)“ ein, die BM Elisabeth Gehrler 1999 vorgelegt wurde.

- 2003 Mag. Jochen Danninger erstellte auf der Grundlage des Konzeptes Brandstaller/Diem sowie der Machbarkeitsstudie Karner/Rauchensteiner ein „Konzept Haus der Geschichte“. Der 1. Präsident des Nationalrates, Univ.Prof. Dr. Andreas Khol, etablierte in seiner Funktion als Vorsitzender des Nationalfonds der Republik Österreich ein Proponenten-Komitee für ein Haus der Geschichte der Republik Österreich.
- 2005 Am 12. Dezember 2005 trat Dr. Hannes Androsch, Angehöriger des Proponenten-Komitees der Staatsvertragsschau im Belvedere, mit der Idee an die Medien heran, die verschiedenen Ausstellungen des Gedenkjahres 2005, vor allem jene aus dem Belvedere, der Schallaburg und des Jüdischen Museums Wien, als Grundstock für ein „Haus der Geschichte“ heranzuziehen.
- Am 13. Dezember 2005 schlug Bundeskanzler Dr. Wolfgang Schüssel vor, die Objekte der Jubiläumsausstellung im Belvedere als Basis für ein „Österreich-Museum“ zu verwenden. Als mögliche Standorte nannte er die ehemalige Staatsdruckerei in der Wollzeile, das Künstlerhaus am Karlsplatz und das Heeresgeschichtliche Museum im Arsenal.

- 2006 Im März 2006 gaben Unterrichtsministerin Elisabeth Gehler und Verteidigungsminister Günther Platter eine weitere Studie in Auftrag, die unter Leitung von HR Dr. Günther Dürigl, dem Leiter der Belvedere-Staatsvertragsschau, mit einer mehr als 20 Personen umfassenden „ständigen Historiker-Expertengruppe“ im Juni 2006 abgeschlossen wurde. Sie ist als „Roadmap“ bezeichnet worden. Diese Studie basierte auf der Machbarkeitsstudie von Karner und Rauchensteiner und der Studie zu einem „Haus der Toleranz“ von Pelinka aus dem Jahr 1999. Auch flossen hier die Erfahrungen mit den beiden Großausstellungen im Belvedere und auf der Schallaburg zum Staatsvertrags-Gedenkjahr 2005 ein.
- 2008 Im November 2008 beauftragten das BKA, das BMF, das BMUKK und das BMWF die Erstellung eines detaillierten Konzepts für ein „Haus der Geschichte Österreich“. Bis Juli 2009 wurde vom Museumsberatungsunternehmen Dr. Claudia Haas in Kooperation mit der Firma Lord Cultural Resources eine museale Machbarkeitsstudie erarbeitet.
- 2015 Ende Jänner 2015 wurden von BM für Kunst und Kultur, Verfassung und Medien, Dr. Josef Ostermayer, unter Vorsitz von Univ.Prof. DDr. Oliver Rathkolb ein Internationaler Wissenschaftlicher Beirat berufen, um für das HdGÖ ein Konzept zu entwickeln. Auf Basis der Studien von Haas/Lordeurop legte das Gremium am 4. September 2015 eine „Umsetzungsstrategie für das HdGÖ“ vor. Ein Gesetzesentwurf zur Schaffung der „Österreichischen Nationalbibliothek mit dem Haus der Geschichte Österreich“ wurde am 23. Dezember 2015 in den Nationalrat eingebracht.
- 2016 Am 13. April 2016 trat die Novelle zum Bundesmuseen-Gesetz in Kraft. Am 20. Oktober 2016 wurde die vom Internationalen Wissenschaftlichen Beirat beschlossene „Umsetzungsstrategie für das Haus der Geschichte Österreich“ von BM Mag. Thomas Drozda von rd. 2.500 m² Ausstellungsfläche in der Neuen Burg auf weniger als 800 m² redimensioniert.

2017 Im Jänner 2017 wurde Dr. Monika Sommer-Sieghart zur Direktorin des HdGÖ bestellt. Am 23. Mai 2017 legte die Direktorin ein „Konzept zur fachlichen Ausrichtung des Hauses der Geschichte Österreich“ vor.

2018 Am 24. Oktober 2018 gaben Nationalratspräsident Dr. Wolfgang Sobotka und BM Mag. Gernot Blümel in einer Pressekonferenz bekannt, dass eine Expertengruppe zur Weiterentwicklung des HdGÖ eingesetzt werde.

Am 10. November 2018 eröffnete das Haus der Geschichte Österreich in Räumen der Neuen Burg.

2019 Am 4. Jänner 2019 wurde von BM Mag. Blümel eine Expertengruppe zur Weiterentwicklung des HdGÖ bestellt.

Die Expertengruppe legt das Ergebnis ihrer Arbeit Mitte November 2019 vor.