



FMO 2030

Fortschreibung des Konzeptes des Freilandmuseums Oberpfalz

Stand: 09.09.2021

BETEILIGTE:

Johanna Ullmann-Süß, stellv. Museumsleiterin

Christoph Werner Karl, wiss. Mitarbeiter

Elisabeth Götz, Verwaltungsleiterin

Christian Wundsam, Leiter Bauhof und Umweltstation

Bettina Kraus, Museums- und Umweltpädagogin

Felix Schäffer, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Dr. Tobias Hammerl, Museumsleiter

INHALTSVERZEICHNIS

A.	Vorbemerkung.....	5
I.	Ausgangslage	5
II.	Bisherige konzeptionelle Grundlagen des Oberpfälzer Freilandmuseums	7
III.	Stand des Konzeptionsprozesses	9
B.	Kernaufgaben des Museums	10
I.	Das Freilandmuseum Oberpfalz Museum als Ort des kulturellen Gedächtnisses	11
a.	Sammlungskonzept und –strategie	11
b.	Konservierungs- und Restaurierungsstrategie	13
c.	Weiterentwicklung der Depotsituation	15
d.	Datenmanagement und digitale Sammlungsstrategie.....	15
II.	Das Freilandmuseum Oberpfalz als Forschungs- und Wissensstandort.....	16
III.	Das Freilandmuseum Oberpfalz als Vermittlungs- und Bildungsort.....	20
a.	Vermittlungsangebote: Mensch – Natur – Kultur	20
b.	Zielgruppen	22
c.	Methodische Ansätze und Formate.....	23
d.	Raumprogramm und Infrastruktur. Schwerpunkt Bildung und Vermittlung.....	25
e.	Kooperationspartner	27
IV.	Umwelt und Nachhaltigkeit	28
a.	Ausgangslage	28
b.	Umwelt- und Nachhaltigkeit jenseits des Ausstellungskonzeptes.....	29
c.	Zielvorstellungen	29
C.	Querschnittsthemen.....	31
I.	Das Freilandmuseum Oberpfalz als sozialer Ort.....	31
a.	Museum als sozialer Ort.....	31
b.	Erreichbarkeit.....	32
c.	Gastronomie als Voraussetzung	32
d.	Erlebnisort Edelmannshof Perschen	34
II.	Museum als Ort des gesellschaftlichen Diskurses	35
III.	Marketing & Öffentlichkeitsarbeit.....	36
a.	Pressearbeit	36
b.	Marketing.....	37
c.	Digitale Strategie: Homepage, Virtueller Rundgang, Social Media-Kanäle	38

a.	Museum und Tourismus: lokal, regional, überregional.....	41
b.	MICE-Marketing	42
IV.	Entgrenztes Museum - Museum ohne Grenzen.....	42
V.	Museum als Ort für alle Menschen: Partizipation, Inklusion, Integration, Gendergerechtigkeit, Diversität (BK+CW).....	44
a.	Partizipation statt Museentempel und Bildungspriestertum.....	44
b.	Besucherbefragungen	44
c.	Das Freilandmuseum als inklusiver Ort.....	45
VI.	Museum als Wohlfühlort.....	47
a.	Qualitätsmanagement: Service- und Produktqualität	47
b.	Aufenthaltsqualität.....	48
c.	Bauliche Qualität	49
d.	Ertüchtigung des Museumsgeländes	50
D.	Schlüsselprojekte FMO 2030	52
I.	Grossgerätedepot	52
II.	Köstlerwenzel.....	52
III.	Spiel- und Erlebnisplatz	53
a.	Ausgangslage	53
b.	Zielvorstellungen	54
IV.	Gastronomiekonzept.....	55
V.	Weiterentwicklung Museumsgelände und Ausstellungskonzept	56
a.	Ausgangslage	57
b.	Zielsetzung.....	58
c.	Maßnahmen.....	59
E.	Personal, Organisation und Finanzen.....	61
F.	Fazit	62
G.	Literatur.....	62

A. Vorbemerkung

I. AUSGANGSLAGE

„Museen sind das sammelnde, speichernde und verarbeitende Gedächtnis des kulturellen Erbes unserer Gesellschaft. Sie spielen eine wichtige Rolle bei der gesellschaftlichen, insbesondere kulturellen Standortbestimmung und Strukturentwicklung. Sie sind lehrende und lernende Institutionen, welche immer wieder der aktuellen Positionierung bedürfen.“¹ Museen wollen und sollen darüber hinaus aber heute auch Orte des sozialen Miteinanders und der Kommunikation sein und werden im Zuge dessen zu institutionalisierten Akteuren im gesellschaftlichen Diskurs. Außerdem sind insbesondere Freilandmuseen touristische Freizeit- und Erholungsangebote und tragen zur Selbstvergewisserung und Stiftung regionaler Identität bei.

Die Aufgaben und Funktionen von Museen haben sich seit den ersten fürstlichen Kunst- und Wunderkammern vor rund 450 Jahren stark verändert. So erlebte die Institution Museum in Zuge der Aufklärung eine Öffnung für das bürgerliche Publikum und avancierte zum identitätsstiftenden Musentempel, in dem Kunst, Geschichte, Technik oder exotischer Kultur zur Stiftung nationalen Selbstbewusstseins gehuldigt wurde. Parallel zur fortschreitenden Industrialisierung und Technisierung entstanden gegen Ende des 19. Jahrhunderts die ersten volks- und heimatkundlichen Museen, welche oft romantisierend und sehnsüchtig auf das im Verschwinden begriffene „ursprüngliche“ bäuerliche Leben der Menschen in einer vermeintlich „guten, alten“ Zeit blickten. Ziel war es, noch einmal verstärkt nach der Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts, dem 1. Weltkrieg, die Zeugnisse der vorindustriellen bäuerlichen Kultur als Gegenentwurf zur Moderne zu bewahren und zu inszenieren. Das Bedürfnis nach Sicherheit und die Intention, eine im Vergehen befindliche Welt zu bewahren, war auch die Geburtsstunde der ersten Freilichtmuseen in Skandinavien und Norddeutschland, in deren parkähnlichen Geländen erstmals historische Gebäude transloziert wurden.²

Der nächste fundamentale Entwicklungsschritt der Museen begann in den 1970er Jahren, als die Demokratisierung von Bildung und Kultur auch die Museen erfasste. Diese begriffen sich nun neben ihrer Funktion als kulturelles Gedächtnis auch als demokratischen Bildungsort und arbeiteten mehr und mehr gegenwartsorientiert. Gleichzeitig begannen die Verantwortlichen, die oft nostalgische Überhöhung der Vergangenheit, so wie sie bewusst und unbewusst bis dato gerade in volkskundlichen Museen stattfand, kritisch zu hinterfragen und sich davon zu distanzieren.³

¹ Deutscher Museumsbund (Hg.): Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzeptes. Berlin 2011, S. 4.

² Zur Geschichte des Freilandmuseums Oberpfalz siehe: Angerer, Birgit, Drascek, Daniel, Appl, Tobias, Alkofer Elisabeth, Waldemer, Georg: Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Bestandsaufnahme, Standortbestimmung und Empfehlungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Regensburg 2016 [unveröffentlicht], S. 5-8.

³ Die Emanzipation vom „-tum“, also Volkstum, Brauchtum etc., war für die Museen und die Volkskunde zum Teil ein sehr schmerzhafter Prozess. Dies ist auch der Grund, warum die Neuausrichtung des

Die gesellschaftlichen Veränderungen der letzten dreißig Jahre, Digitalisierung und Globalisierung, die Etablierung einer differenzierten und teilweise fragmentierten pluralistischen Gesellschaft, stellen die Museen vor die Herausforderung, ihr Selbstverständnis zu reflektieren und sich neu als gesellschaftliche Institution zu positionieren. Allerdings sind die derzeitigen Transformationsprozesse mitnichten abgeschlossen, sondern beschleunigen sich zum Teil noch, oder lösen Gegenbewegungen aus.⁴

Für die Museen bedeutet dies, sich neben den Kernaufgaben Sammeln, Bewahren, Erforschen und Vermitteln zu einem Ort der sozialen Interaktion und Partizipation sowie zu einer Plattform der digitalisierten Bildungs- und Kommunikationsgesellschaft zu werden – allerdings ohne dabei inhaltlich in einen ungezügelter Relativismus und eine bedeutungslose Beliebigkeit abzugleiten.

Die Volkskunde- und Freilandmuseen stehen außerdem vor ganz speziellen Herausforderungen: So fußen viele dieser Museen immer noch auf einem traditionellen, mittlerweile allerdings inhaltlich überholten volkskundlichen Kanon. Viele einst als gesichert geltende Vorstellungen, etwa zur bäuerlichen Kultur, zu Tracht, Möbel, Hauslandschaften oder Bräuchen, wurden in den letzten Jahrzehnten von der Forschung kritisch hinterfragt, teilweise widerlegt oder zumindest differenziert. Folglich müssen die auf diesen veralteten Sichtweisen basierenden Sammlungs- und Ausstellungskonzepte überarbeitet werden, was einer Mammutaufgabe gleicht. In diesem Zusammenhang ist die entscheidende Frage, wie sich die Freilandmuseen, inhaltlich neu positionieren. Bleiben sie weiter reine Museen der vorindustriellen Landwirtschaft oder weiten sie die Perspektive und verstehen sie sich in Zukunft als Museen des ländlichen Raums, die zum Beispiel auch die Transformationsprozesse des ländlichen Raums im 20. und 21. Jahrhunderts in den Fokus nehmen.

So oder so bedarf es im Hinblick auf den derzeitigen Kerninhalt der Freilandmuseen neuer methodischer Vermittlungsansätze, da immer weniger Menschen einen unmittelbaren oder auch nur mittelbaren biographischen Bezug zur vorindustriellen, bäuerlich geprägten Landwirtschaft haben. Wenn im kommunikativen Gedächtnis das Leben und Arbeiten auf dem Hof nicht mehr abrufbar ist, so muss die Vermittlungsarbeit hier deutlich mehr leisten. Selbiges gilt auch für den regionalen Bezug, der durch Zuzug und Migration nicht mehr per se gegeben ist. Letztlich bedeutet dies, dass die museumspädagogischen Angebote deutlich differenzierter und zielgruppenspezifischer beschaffen sein müssen.

Auch das Marktumfeld der Freilandmuseen hat sich seit den 1980er Jahren deutlich verändert. Einerseits ist die Nachfrage nach Outdoor-, Aktiv- und Individualangeboten –

Museums unter Eichenseer und Heimrath derartig kontrovers diskutiert wurde. Aus Sicht der Kritiker waren „Maibaumaufstellen“ und „Herbergssuche“ im Museum ein Rückfall in gerade erst mühsam überwundene Paradigmen.

⁴ Zweck Axel, Holtmannspötter, Dirk, Braun, Matthias, Hirt, Michael, Kimpeler Simone, Warnke, Philine: Gesellschaftliche Veränderungen 2030. Ergebnisband 1 zur Suchphase von BMBF-Foresight Zyklus II. Düsseldorf 2015, S. 30f.

und zwar über alle Altersschichten hinweg – deutlich gestiegen. Dies könnte im Grunde eine Chance für die Freilandmuseen sein. Allerdings punkten die Museen weder bei der Erlebnis- noch bei der Wohlfühlqualität. Zudem sind zahlreiche Mitbewerber, wie Waldwipfelwege, Naturparks oder Hochseilgärten, entstanden, die auch naturnahes Infotainment bieten. Und auch Geschichtsparks oder große kommerzielle Indoor- und Outdoorspielplätze sowie Thermen stehen als Tagesausflugsziele in direkter Konkurrenz zu den Freilandmuseen.

Um in diesem verschärften Wettbewerb bestehen zu können, müssen sich die Museen im Hinblick auf Kundenorientierung, Infrastruktur und Dienstleistungsangebote deutlich stärker an die Bedürfnisse der Gäste anpassen und auch ihre Marketing- und Kommunikationsstrategien darauf abstellen. Entscheidend ist aber, die Service- und Aufenthaltsqualität auf ein konkurrenzfähiges Niveau zu steigern.

Weitere Herausforderungen für die im ländlichen Raum gelegenen Freilandmuseen sind die Urbanisierung und die Mobilitätswende. Es leben immer mehr Menschen in städtischen Ballungsgebieten. Gleichzeitig ist der Zenit des motorisierten Individualverkehrs überschritten. Insbesondere bei jungen Menschen sinkt die Bereitschaft, privat ein Auto dauerhaft vorzuhalten. Für im ländlichen Raum gelegene und nur mit dem PKW oder Reisebus erreichbare Museen wird der Anschluss an den ÖPNV, an Fahrradrouten oder Angebote der Share-Economy zu einer wichtigen Frage werden, die im Übrigen auch die zukünftige Personalrekrutierung betrifft.⁵

Ausgehend von diesen Vorüberlegungen und auf Basis der bereits im Jahr 2015/16 erarbeiteten Ergebnisse⁶ hat es sich das Freilandmuseum Oberpfalz zur Aufgabe gemacht, sich im Rahmen eines strategischen Planungsprozesses ein für den Zeitraum bis 2030 gültiges Leitbild samt Rahmen- und Maßnahmenplan zu erarbeiten.

II. BISHERIGE KONZEPTIONELLE GRUNDLAGEN DES OBERPFÄLZER FREILANDMUSEUMS

Der Ausgangspunkt für die bisherige Museumskonzeptionen bildet ein Eckpunktepapier, welches 1979 vom damaligen Bezirksheimatpfleger Adolf Eichenseer verfasst, und ab 1980 unter dem ersten Museumsleiter Helmut Wolf zu einem Museumskonzept erweitert wurde. Nach dem Wechsel der Museumsleitung zu Manfred Neugebauer wurde 1983 dem Bezirkstag ein Rahmenplan für das Museum vorgelegt.⁷ „Das Oberpfälzer Freilandmuseum sieht seine Aufgabe darin, originale und authentische

⁵ Bereits heute ist die Erreichbarkeit des Museum bei der Aquse von PraktikantInnen und Freiwilligendienstleistenden ein Problem, da sich die Studierenden und KandidatInnen in der Regel kein Auto leisten können und/oder wollen.

⁶ Angerer, Birgit, Drascek, Daniel, Appl, Tobias, Alkofer Elisabeth, Waldemer, Georg: Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Bestandsaufnahme, Standortbestimmung und Empfehlungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Regensburg 2016 [unveröffentlicht].

⁷ Neugebauer, Manfred: Rahmenplan zum Aufbau des Oberpfälzer Freilandmuseums Neusath-Perschen, unveröffentlicht, 1983; abgedruckt in: Festschrift Bauernmuseum Perschen. 20 Jahre Oberpfälzisches Bauernmuseum. 1964-1984, Weiden 1984.

kulturgeschichtliche Zeugnisse des ländliche-bäuerlichen Wohnens und Arbeitens zu bewahren und zu behalten. Ziel ist es, ganzheitlicher als es in anderen kulturhistorischen Museumsbereichen möglich ist, zu präsentieren.“⁸ Dieser Rahmenplan wurde aber nur in Teilen umgesetzt. Vor allem wurde die geplante Marktsiedlung, welche einen ländlichen Zentralort zeigen sollten, und die für die Darstellung eines ländlichen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gefüges sehr wichtig gewesen wäre, nicht wie geplant realisiert. Deshalb läuft der Besucher heute am Ende des Museumsrundgangs in der zum Naabtaldorf umfirmierten Baugruppe de facto ins Leere.

Nach dem Wechsel von Manfred Neugebauer zum kommissarischen Leiter Adolf Eichenseer und später zu Ralf Heimrath, verschob sich der Fokus der Museumsarbeit deutlich. Es sollten nun in der Museumsarbeit neue Schwerpunkte „auf die Darstellung und Vermittlung der historischen und in Teilen bis in die Gegenwart hineinreichenden [sic!] Volkskultur der Oberpfalz (Architektur, Wirtschafts-, Kultur- und Lebensweisen, Alltag und Festtag etc.)“ sowie auf „museumspädagogisch aufbereitete Demonstrationen, Aktionstage und Veranstaltungen zur Oberpfälzer Volkskultur“⁹ gelegt werden. Diese Änderung des Museumskonzepts führte zu einer Kontroverse, deren Protagonisten auf der einen Seite der Regensburger Volkskundler Christoph Daxelmüller und dem Göttinger Geographen Dietrich Denecke und Ralf Heimrath und Adolf Eichenseer auf der anderen Seite waren und die sich um den Vorwurfes des Folklorismus drehte. In der Tat war die Vorstellung einer originären „Volkskultur“ auch in den 1990er bereits weit überholt und die inhaltliche Kritik war durchaus berechtigt. Dennoch war die in der damalig neuen Schwerpunktsetzung zum Ausdruck kommende Hinwendung zu den BesucherInnen und der Vermittlungsarbeit richtig und wichtig gewesen, ebenso wie die verstärkte Ausstellungstätigkeit. Auch die Errichtung der Eingangsgebäude mit Büros, Ausstellungsflächen, Tagungsraum und Kassen- und Ladenbereich war ein wichtiger Schritt für das Freilandmuseum Oberpfalz.

Unter der Leitung von Birgit Angerer verlagerte sich die Schwerpunktsetzung noch weiter in Richtung der Vermittlungsarbeit und Ausstellungstätigkeit, jedoch nun mit einem der Stand der Forschung entsprechenden wissenschaftlichen Anspruch. Deutlich an Bedeutung gewannen neue Dauerausstellungen, die Sonderausstellungen, welche im Verbund mit den Süddeutschen Freilandmuseen entstanden, und neue museumspädagogischen Angebote. Vor allem rückte Angerer den Themenkomplex Umwelt und Nachhaltigkeit bereits früh in den Fokus. Dies führte schließlich dazu, dass das Museum 2018 zur staatlich anerkannten Umweltbildungsstation ernannt wurde. Ebenfalls unter der Leitung von Angerer konnten zwei wichtige Infrastrukturprojekte realisiert werden, zunächst der Bau eines Zentraldepots 2012 und im Anschluss die Errichtung eines Bauhofes auf dem Museumsgelände.

⁸ ebd., S. 4.

⁹ Eichenseer, Adolf, Huber, Ingeborg, Maier, Stefan: Grundprinzipien für die Fortentwicklung des Konzepts Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Regensburg 1993 [unveröffentlicht].

III. STAND DES KONZEPTIONSPROZESSES

„Zur Weiterentwicklung und künftigen Ausrichtung des Oberpfälzer Freilandmuseums Neusath-Perschen fand am 24. Februar 2015 ein „Runder Tisch“ in der Bezirksverwaltung Regensburg unter Leitung von Bezirkstagspräsidenten Franz Löffler statt. Teilnehmer an dieser Runde waren Elisabeth Alkofer (Bezirk Oberpfalz), Dr. Birgit Angerer (Leiterin des Oberpfälzer Freilandmuseums), Dr. Tobias Appl (Bezirksheimatpfleger), Prof. Dr. Daniel Drascek (Lehrstuhlinhaber für Vergleichende Kulturwissenschaft der Universität Regensburg), Thomas Gabler (Kulturreferent und Bezirksrat), Hermann Krauß (Abteilungsleiter des Bezirks), Armin Schärtl (Erster Bürgermeister der Stadt Nabburg und Vorsitzender des Vereins Oberpfälzer Bauernmuseum Neusath-Perschen e.V.) und Georg Waldemer (zuständiger Fachreferent für Freilichtmuseen, Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern).

Hintergrund für dieses Treffen war die Anregung von Seiten des Kulturausschusses und der Museumsleitung, rund drei Jahrzehnte nach der Erstellung des derzeit noch gültigen Museumskonzeptes durch den damaligen Museumsleiter Dr. Manfred Neugebauer, konzeptionelle Vorschläge für die zukünftige Ausrichtung des Museums zu entwickeln. Hierfür wurde durch den Bezirkstagspräsidenten Franz Löffler eine Arbeitsgruppe bestehend aus Elisabeth Alkofer, Birgit Angerer, Tobias Appl, Daniel Drascek und Georg Waldemer einberufen.“¹⁰ Das Ergebnis dieser Arbeitsgruppe wurde am 1. März 2016 vorgelegt.

Nachdem zwischenzeitlich der Wechsel an der Spitze des Museums erfolgt ist, werden nun die angestoßenen Überlegungen fortgeführt und in konkreten Maßnahmen umgesetzt. Aus Sicht der derzeitigen Museumsleitung ist es notwendig, dass in einen derartigen Strategieprozess die „Stakeholder“ des Museums, das sind zuvorderst die BesucherInnen, aber auch die MitarbeiterInnen, die Honorarkräfte, GästeführerInnen, Vertreter des Fördervereins, die politischen Entscheidungsträger der Stadt Nabburg und des Landkreises Schwandorf und vor allem auch die MandatsträgerInnen des Bezirks Oberpfalz mit eingebunden werden.

Begonnen wurde im Januar 2020 mit einem so genannten World Café, zu dem die Beschäftigten eingeladen wurden. Bei dieser Veranstaltung waren alle KollegInnen aufgefordert, Ihre Vorstellungen von der zukünftigen Ausrichtung des Museums einzubringen.

Gleichzeitig wurde eine Arbeitsgruppe um den Kulturreferenten Richard Gaßner initiiert, zu der auch der Vorsitzende und damalige Bürgermeister von Nabburg Armin Schärtl und die Geschäftsführerin des Fördervereins, Frau Kerstin Ehemann, eingeladen wurden. Es wurde vereinbart, dass sich diese Gruppe im halbjährigen Rhythmus trifft und die Museumsleitung dort Planungen und Ideen vorstellt und zur Diskussion stellt.

¹⁰ Angerer, Birgit, Drascek, Daniel, Appl, Tobias, Alkofer Elisabeth, Waldemer, Georg: Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Bestandsaufnahme, Standortbestimmung und Empfehlungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Regensburg 2016 [unveröffentlicht], S. 4.

Intern wurde für den Strategieprozess eine Arbeitsgruppe gebildet, welche neben den Fachbereichsleitungen Frau Ullmann-Süß (Sammlung), Frau Götz (Verwaltung), Herr Wundsam (Bauhof), Frau Kraus (Museumspädagogik) noch Herrn Karl (Wissenschaft und Forschung) sowie Herrn Schäffer (Öffentlichkeitsarbeit) umfasst. Im Rahmen dieser Gruppe wurde auch das Leitbild des Museums erarbeitet, welche als Grundlage für den im März begonnenen Erneuerungsprozess des Corporate Designs diene.

Zudem startete im Mai 2020 ein Projektseminar an der Universität Regensburg als Teil des Studiengangs Public History. In dessen Rahmen evaluieren Studierende Qualitätsfaktoren, wie etwa die Aufenthaltsqualität oder die digitalen Angebote des Museums und erarbeiten auf Basis Ihrer Analyse Ansätze und Projekte.

Weitere strukturelle Maßnahmen sind bereits in der Umsetzung beziehungsweise in Planung. So wurde begonnen, eine Online-Evaluationsplattform einzurichten, welche BesucherInnen die Möglichkeit geben soll, laufend dem Museum Feedback zu geben und so die Kundenzufriedenheit zu messen.

Ein weiterer Schritt musste corona-bedingt zurückgestellt werden. So ist die Einsetzung eines wissenschaftlichen Beirates für das 2. Halbjahr 2020 geplant. Ebenso ist geplant, einen Bürgerbeirat einzurichten, welcher partizipativ an der Fortschreibung des Museumskonzeptes eingebunden ist.

Der seit Januar 2020 initiierte Konzeptionsprozess beschränkt sich nicht auf die Erstellung eines neuen Sammlungs-, Forschungs-, und Ausstellungskonzeptes, sondern nimmt die Institution Museum ganzheitlich in den Fokus.

Dabei ist ein Punkt zu betonen: Das Ziel dieses Prozesses ist es nicht, abgeschlossen zu werden oder zu einem Endergebnis zu gelangen. Ziel ist hingegen, einen Ausgangspunkt zu definieren, auf dessen Basis das Museum in Zukunft laufend seine Positionen und Ziele reflektiert und stetig weiterentwickelt.

B. Kernaufgaben des Museums

Vision des Freilandmuseums Oberpfalz

Das Freilandmuseum Oberpfalz ist das kulturelle Gedächtnis der Oberpfalz. Es sammelt, bewahrt, erforscht materielle und immaterielle Zeugnisse des ländlichen Raums aus Vergangenheit und Gegenwart. Im Mittelpunkt der Betrachtung des Museums steht der Mensch als Individuum im Kontext von Natur und Kultur. Das Museum ist ein Ort des sozialen Miteinanders und Wohlfühlens, der Kommunikation und der Interaktion und leistet einen Beitrag zum gesellschaftlichen Diskurs.

I. DAS FREILANDMUSEUM OBERPFALZ MUSEUM ALS ORT DES KULTURELLEN GEDÄCHTNISSES

a. Sammlungskonzept und -strategie

Ab den 1960er Jahren, also mit der Einrichtung des Edelmannshofes in Perschen als Bauernmuseum und mit der in den 1970er Jahren erfolgten Erweiterung zum Freilandmuseum des Bezirks Oberpfalz, wurden Objekte hauptsächlich als Einrichtungsgegenstände für die musealen Häuser gesammelt. Erweitert wurde diese Sammlung in einem weiteren Schritt auf Objekte, die für Dauer- und Sonderausstellungen benötigt wurden. Ab den frühen 90er Jahren erfolgte die folgerichtige Ausweitung der bisher ländlich-bäuerlich orientierten Kulturgeschichte hin zur Sammlungstätigkeit bezogen auf den ländlichen Raum der Oberpfalz.

Als Regionalmuseum des Bezirks Oberpfalz sammeln wir materielles und immaterielles Kulturgut des ländlichen Raumes der Oberpfalz. Materielle und immaterielle Kultur stehen untrennbar miteinander in Verbindung, da das immaterielle Wissen um die Bedeutung materieller Gegenstände unabdingbar für das Verstehen von Kultur ist. Das Zeitfenster reicht vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart, wobei der Großteil der Sammlung aus dem 19. und 20. Jahrhundert stammt.

Als zentrale Einrichtung zur Darstellung der Kulturgeschichte des ländlichen Raumes sammeln wir Objekte aus den 4 Hauptbereichen Bauen (Häuser und Nebengebäude im Gelände, wie auch Ersatzmaterialien), Wohnen (Hauswirtschaft), Leben (Fest und Brauch) und dem Bereich Arbeiten (Landwirtschaft, Handwerk, Gewerbe).

Die Sammlungssystematik der Datenbank umfasst insgesamt 14 Kategorien, denen die Objekte zugeordnet werden:

- Architektur/Bauen
- Wohnen
- Hauswirtschaft
- Landwirtschaft
- Forstwirtschaft, Jagd, Fischerei
- Handwerk, Industrie, Handel
- Transport, Verkehr
- Messen, Wiegen
- Öffentlichkeit, Gemeinwesen
- Gesundheit, Hygiene
- Freizeit, Spiel, Sport, Genuss
- Glaube, Brauch, Fest

- Kleidung, Uniform, Schmuck
- Schriftgut, Druckwerke, Fotografie

Der momentane Objektstand liegt bei annähernd 46.000 Objekten.

32.000 klein- bis mittelgroße Objekte sind im Zentraldepot, rund 2.000 Objekte im Schaudepot, unsere komplette Textilsammlung mit 4.200 Objekten im Edelmannshof in Perschen und die restlichen rund 8.000 Objekte in Ausstellungen, in den Häusern als szenografische Ausstattung untergebracht oder in Lagerhallen und Nebengebäuden notdürftig zwischengelagert.

Genauere Angaben sind erst nach Abschluss der Generalrevision möglich, die voraussichtlich 2024 abgeschlossen sein wird. Sie umfasst den Edelmannshof in Perschen, das Zentraldepot, das Gelände mit allen Häusern und Nebengebäuden, sowie auch die Lagerhallen.

Vor allem Großobjekte (Leiterwägen, Kutschen, Windfegen, Pflüge, etc.) sind derzeit noch in verschiedenen Hallen (Dankerlhalle und Alte Abbundhalle) und in Nebengebäuden der Exponathäuser in Neusath und Perschen untergebracht.

Ziele für 2030

Abschluss der Generalrevision in den Depots, den Häusern und Nebengebäuden. D.h. die Erfassung aller Objekte des FMO.

Die Sammlung soll in Zukunft an das erweiterte inhaltliche Konzept des Museums angepasst werden. Dafür ist zum einen eine Definitionen von Sammlungsschwerpunkten notwendig, zum anderen müssen Akquisestrategien entwickelt werden, die aktives Sammeln ermöglichen. Die Sammeltätigkeit ist nicht nur auf Objekte, sondern auch auf die Dokumentation der Objektkontexte und Objektwertigkeiten ausgerichtet.

Durch die gezielte Übernahme weiterer Objekte werden dem Museumskonzept entsprechend die Sammlungsbreite und -tiefe erweitert oder durch Überarbeitungen und Anpassungen die komplette Sammlung gestrafft. Dies umfasst neben den Klein- bis Großobjekten ebenfalls den Bereich der Gebäude und Nebengebäude (siehe Punkt D 6 Weiterentwicklung Museumsgelände).

Die Sammlung wird in einem schriftlichen Konzept erfasst, welches neben einer kurzen Sammlungsgeschichte auch die bisherigen Sammlungsschwerpunkte und die erfolgten Anpassungen dokumentiert.

In einer zweiten Stufe wird aus dem bestehenden Konzept heraus ein Sammlungsentwicklungsplan erarbeitet, der außerdem einen Handlungsleitfaden beinhaltet, nach welchem die Ziele, Ressourcen, Strategien und Prioritäten der Sammlungsgebiete weiterentwickelt werden.

Für eine kontinuierliche Weiterführung auf unserem hohen musealen Niveau werden hier unter anderem die Standards für den Umgang mit den Objekten bei Auswahl,

Übernahme, Dokumentation, Einlagerung, Ausleihe oder Konservierung/Restaurierung festgehalten.

Unser wichtigstes Ziel ist es, die Sammlung allen potentiellen Nutzerinnen, sowohl intern als auch extern zugänglich zu machen. Die Sammlung soll Forschenden und Lehrenden ebenso offenstehen, wie auch den KuratorInnen von Ausstellungen. Und nicht zuletzt soll die Möglichkeit geschaffen werden, dass jeder sich die Objekte der Sammlung erschließen kann.

b. Konservierungs- und Restaurierungsstrategie

Nach dem Sammeln ist das Bewahren die zweite Kernaufgabe des Museums, Bewahren nicht nur im Sinne von Aufheben und Deponieren, sondern von dauerhaftem Erhalten und Pflegen. Grundsätzlich droht jedem Objekt bei unsachgemäßer Aufbewahrung der dauerhafte Untergang. Wie bei jeder Gefahrenabwehr räumt das Freilandmuseum sowohl aus konservatorischen aber auch aus wirtschaftlichen Gründen der Prävention höchste Priorität ein. Zur Prävention gehören das Einhalten von Hygiene-, Klima-, und von Konservierungsstandards und gezielte Maßnahmen zur Schädlingsprävention und zur Schadstoffthematik. Hierzu zählen auch die Begasungsmaßnahmen an den Einzelobjekten und an den kompletten Hofstellen, wie sie dieses Jahr beginnend im Waldlerdorf durchgeführt werden.

Mit dem Bau des Zentraldepots wurden für kleine und mittelgroße Kulturobjekte baulich die Voraussetzungen für eine Objekterhaltung auf hohem konservatorischem Niveau geschaffen. Das Zentraldepot wurde von der EU gefördert und in einer Broschüre des Wirtschaftsministeriums als herausragendes Beispiel des Depotbaus gewürdigt. Nicht nur in der Oberpfalz, sondern weit über die Grenzen hinaus ist unser Depot Vorbild für andere Museen, die den Bau eines Depots oder den Einsatz von Depoteinrichtungen planen.

So fungiert das Freilandmuseum Oberpfalz seit 2012, der Eröffnung des Depots, verstärkt als Ansprechpartner für die Themen Depotbau, Depotausstattung, Klimastabilisierung, Schädlingsprävention, Hygienestandards und zu Fragen zum Thema Konservierung und Restaurierung von Kulturgut. Es nimmt diesbezüglich seine Rolle als Zentralmuseum der Oberpfalz vorbildlich wahr. Der Transfer von Wissen und Kompetenz, in Zusammenarbeit mit der Bezirksheimatpflege, in die Oberpfälzer Museumslandschaft steigert somit die Qualität der Museumsarbeit in der Oberpfalz insgesamt. Folgenden Museen stand das Freilandmuseum Oberpfalz mit Rat zur Seite:

Hilfestellung zur Planung von Depoteinrichtungen:

- Stadtmuseum Nittenau
- Handwerksmuseum Deggendorf
- Salzburger Freilichtmuseum

Hilfestellung zur Planung eines Depotneubaus:

- Waldsassen
- Historisches Museum Bamberg
- Stadtmuseum Wasserburg am Inn
- Moormuseum Emsland
- Museum Maihingen
- DB Museum Nürnberg
- Museum Aschaffenburg
- Museum Sobernheim
- Freilichtmuseum Beuren

Hilfestellung bei der Erstellung von Nutzungskonzept und Konservierung:

- Rotkreuzmuseum Regenstauf Nabburg

Ziele für 2030

- Abschluss der Maßnahme zur Optimierung der Unterbringung von Depotobjekten. Überführung aller Objekte in das Zentraldepot
- Aufarbeitung aller Objekte, die aufgrund des Umzuges noch in Kisten verpackt sind, in geeignete Regal- und Schranksysteme mit allen anfallenden Arbeitsschritten (Inventarisierung oder Nachqualifizierung, fotografische Erfassung)
- Durchführung nötiger/anfallender Konservierungs- und Restaurierungsmaßnahmen an Objekten aus dem Depotbestand und aus den Exponathäusern.
- Vergabe von Projektobjekten an Universitäten und Fachhochschulen im Bereich Konservierung/Restaurierung
- Vergabe von Einzelobjekten an externe Restauratoren nach Budget
- Überführung der Textilsammlung Edelmannshof in Perschen in das Zentraldepot
- Nach Durchführung dieser Maßnahme werden alle klein- und mittelgroßen Objekte nach den neusten Standards konservatorisch gut untergebracht sein
- Weiterführung und Ausbau der nachfrageorientierten Beratungstätigkeit im Rahmen des MuseumsForum Oberpfalz für die Themen Depotbau, Depotstruktur und Arbeitsabläufe, Konservierung, Restaurierung sowie Klima-, Schädlings- und Schadstoffmonitoring.
- Ausbau der Zusammenarbeit mit Universitäten, Fachhochschulen, Schulen mit den verschiedensten Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, u.a. in den Bereichen Fotografie, Modellbau, Konservierung, Restaurierung, 3-D-Simulation, Kulturgeschichte und verwandte Fächer zur Bearbeitung der Kulturobjekte. Die mittlerweile deutlich verbesserte Objektunterbringung im Zentraldepot macht es schon jetzt möglich, sich verstärkt mit dem Objekte auseinanderzusetzen. In Zukunft soll die Sammlung alle Interessierten zugänglich sein.

- Wiederaufnahme der Zusammenarbeit mit der FH Erfurt oder mit der Eckertschule in Regenstauf. Ausweitung der Zusammenarbeit auf Fachhochschulen und Universitäten im Bereich Konservierung und Restaurierung.

c. Weiterentwicklung der Depotsituation

Während sich die Depotsituation für Klein- und Mittelobjekte mittlerweile sehr verbessert hat, so ist es um die Aufbewahrung der Großobjekte und -geräte sehr schlecht bestellt. Alle Großobjekte wie Kutschen, Schlitten, Wagen, Pflüge sind derzeit unter nicht mehr haltbaren Bedingungen gelagert. Eine große Zahl von landwirtschaftlichen Geräten belegen zudem öffentliche Bereiche des Museumsgeländes, aber auch Dachböden oder die behelfsmäßigen Hallen auf dem Waldgrundstück.

Da es keine Verfügungs- oder Ausweichflächen gibt, behindern diese Objektbestände maßgeblich eine Neukonzeption der entsprechenden Bereiche etwa im Hinblick auf die Überarbeitung der Dauerausstellungen. Hochwertige Großobjekte, wie etwa die einzigartigen Leichenwagen, belegen durch eine Rettungsaktionen Flächen im Zentraldepot, die eigentlich für die Textilsammlung (momentan Edelmannshof in Perschen) vorgesehen sind.

Deshalb ist die Errichtung eines Großgerätedepots eine der Maßnahmen, welche vordringlich umgesetzt werden muss.¹¹

Ziele bis 2030:

- Errichtung eines Großgerätedepots
- Auflösung aller Behelfsdepots und -lager
- Schaffung einer Restauratorenstelle¹²

d. Datenmanagement und digitale Sammlungsstrategie

Das Freilandmuseum Oberpfalz besitzt und generiert laufend eine enorme Menge an Daten. Die Erschließung der Daten ist eine große Herausforderung, eröffnet aber gleichzeitig Forschungs- und Nutzungsansätze, welche in der – analogen – Vergangenheit kaum vorstellbar waren. Das Freilandmuseum Oberpfalz sieht sich mit der Herausforderung konfrontiert, seine anfallenden und bewusst erhobenen Daten dauerhaft zu sichern, und falls sinnvoll, der Forschung und Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Derzeit hat der Datenbestand des Freilandmuseums Oberpfalz folgenden Umfang:

- Filemaker-Objekt-Datenbank mit 46.000 einzelnen Datenblättern

¹¹ Zur konkreten Maßnahme siehe Punkt D. I. Großgerätedepot

¹² Siehe Punkt E. Personal und Organisation

- Rund 90.000 einzelne Dokumente (Fotografien, Objektinformationen, Zusatzinformationen, Konservierungs- und Restaurierungsberichte oder Übergabeprotokolle, etc.). Die Digitalisierung aller analogen Daten ist abgeschlossen.
- Unsere Fachbibliothek besitzt 8537 Bücher und Zeitschriften, die bereits in einer Datenbank abrufbar sind. Angestrebt ist die Anbindung unserer Bestände an den OPAC der Uni Regensburg
- Die Dia- und Fotothek umfasst neben 20.000 Dias rund 50.000 Negative und Positive. Alle Dias sind bereits digitalisiert; die Fotonegative sind derzeit in Bearbeitung. Auch hier ist angestrebt, eine Vernetzung aller bildlichen Bestände mittels einer geeigneten Datenbank mit den Außenstellen zu erreichen.
- Alle Daten- und Depotbestände sollen grundsätzlich öffentlich für Forschung und Recherche zugänglich sein, das Depot selbst entfaltet eine öffentliche Wirksamkeit

Ziel 2030

Das Freilandmuseum Oberpfalz verfügt über ein vollintegriertes Datenmanagement. Alle Daten sind miteinander verknüpft und mit leistungsfähigen Recherchertools erschlossen. Dieses umfasst die Objektdatenbank, eine zukünftige Bilddatenbank, die E-Akte sowie sonstige Datenbestände. Die Erhebung von neuen Daten ist klar definiert und stark automatisiert, etwa im Hinblick auf die Erstellung von Bildmetadaten. Grundsätzlich wird eine Open-Source-Policy verfolgt. Die Daten des Museums sind mit anderen Datenbeständen des Bezirks Oberpfalz, etwa der Bezirksheimatpflege, ebenso verknüpft wie mit externen Beständen und Datenverbänden.

Das Freilandmuseum Oberpfalz sammelt gezielt im Rahmen seiner Schwerpunktsetzung digitale Bestände. Diese umfassen Digitalisate, Multimedia- und Datenbestände ebenso wie originär digitales Kulturgut.

II. DAS FREILANDMUSEUM OBERPFALZ ALS FORSCHUNGS- UND WISSENSSTANDORT

„Als Orte der Vermittlung und Reflexion von kultureller Identität sind Museen aktive Wissensstandorte. Sie sind zugleich Wissensgeneratoren, Wissensspeicher und Transporteure von Wissen. Wie jede wissenschaftlich gesicherte Erkenntnis muss dieses Wissen auf dem neuesten Stand gehalten werden. Dies kann durch Aufnahme des Wissens aus dem wissenschaftlichen Diskurs geschehen und durch Eigenforschung, die ihrerseits Anschlussstellen für den wissenschaftlichen Diskurs zur Verfügung stellt.“¹³

„Es ist davon auszugehen, dass die Geschichte der ländlichen Oberpfalz seit den 1950er Jahren derzeit durch Zeitzeugenbefragungen und Sammlungsobjekte noch relativ dicht

¹³ Wissenschaftliche Kommission Niedersachsen (Hg.): Forschung in Museen. Eine Handreichung. Hildesheim 2010, S. 15.

und differenziert zu dokumentieren ist. Diese Gelegenheit sollte genutzt werden, bevor sie unwiderruflich verschwindet. Insofern gehört es zu den Aufgaben des Museums, exemplarische Erhebungen zu den Veränderungen des ländlichen Raumes der Oberpfalz in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts durchzuführen.“¹⁴

Ausgangslage

Forschungsarbeit am FMO fand in der Vergangenheit meist nur in eingeschränkter und thematisch stark akzentuierter Form statt.

Während der Aufbauphase, die bis zum Jahr 1993 andauerte, wurden vor allem die ins Museum transferierten Gebäude erforscht. Der Fokus lag dabei zunächst auf der Bauforschung. Die Bewohner der Häuser, ihr Alltag sowie die Sammlung der mobilen Objekte fanden dabei vorerst wenig Beachtung; ihre Erforschung wurde beinahe gänzlich an externen Kräften übertragen.¹⁵ Dennoch lassen sich ab dem Jahr 1989 erste Bemühungen erkennen, den Alltag innerhalb der Museumsgebäude darstellbar zu machen. Erste Untersuchungen wurden durchgeführt, kamen aber aufgrund des Wechsels der Museumsleitung und wegen der befristeten Besetzungen der Wissenschaftsstellen (2-jährige ABM-Maßnahmen) zu keinem Abschluss.

Die stärkere Publikumsorientierung des Museums ab dem Jahr 1994 ließ daraufhin die Ausstellungen als Aufgabenbereich der Forschung am Museum stärker in den Vordergrund rücken. Durch diese Ausrichtung wurden nicht nur zahlreiche Sonderausstellungen gezeigt, sondern auch in zahlreichen Haupt- und Nebengebäuden Ausstellungen eingerichtet, die teilweise erneuert wurden, teilweise bis heute Bestand haben und dementsprechend überarbeitungsbedürftig sind.

Mit dem Bau eines neuen Depotgebäudes wurde schließlich in den 2010er Jahren die Grundlage für die Erforschung der eigenen Sammlung gelegt. Bevor diese im größeren Umfang weiterverfolgt werden kann, müssen jedoch der Umzug sowie die Inventur der Sammlungsbestände abgeschlossen werden und außerdem adäquate Unterbringungsmöglichkeiten für die Großobjekte geschaffen werden.

Der einzig dauerhaft gut erforschte Bereich sind Flora und Fauna im Museumsgelände. Dies ist dem Umstand zuzuschreiben, dass diese seit Museumsgründung kontinuierlich durch externe Fachkräfte untersucht und dokumentiert werden.

Eigene Forschungen, die über die Aufbereitung von Literatur für Ausstellungen und Vermittlungsangebote hinausgehen, sind hingegen von marginaler Bedeutung. Sogar die rudimentären Forschungsarbeiten für Publikationen sowie Sonderausstellungen laufen Gefahr, als überflüssig gesehen zu werden, weil die Verkaufs- oder Besucherzahlen gering ausfallen und der Fokus vor allem auf Massenveranstaltungen

¹⁴ Angerer, Birgit, Drascek, Daniel, Appl, Tobias, Alkofer Elisabeth, Waldemer, Georg: Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Bestandsaufnahme, Standortbestimmung und Empfehlungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Regensburg 2016 [unveröffentlicht], S. 18.

¹⁵ Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Bestandsaufnahme, Standortbestimmung und Empfehlungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Regensburg 2016, S. 9.

liegt. Dabei wird aber übersehen, dass das Museum letztlich von der Substanz zehrt, die durch Forschung in der Vergangenheit geschaffen wurde. Wird Forschung nicht kontinuierlich betrieben, ist diese Grundlage irgendwann aufgebraucht.

Forschung und das daraus resultierende Wissen sind in der Regel projektabhängig. Vor allem bei größeren Erschließungsarbeiten an der Sammlung (die über Schnell- und Nachinventarisierungen hinausgehen) und Gebäudetranslozierungen erfolgt Forschung und wird somit Wissen generiert. Ein Beispiel für ein solches umfangreiches Projekt kann gerade in Bad Windsheim beobachtet werden. Dort wurde ein spätmittelalterliches Badehaus transloziert, in diesem Zusammenhang umfassend geforscht und schließlich sogar eine Ausstellung erarbeitet. Dieser Ansatz zu einer nachhaltigen Forschung, die nicht Selbstzweck ist, sondern ihre Ergebnisse in das Angebot des Museums einspeist und somit einen Mehrwert für die Besucher schafft, erscheint auch als tragfähiges und zielführendes Vorgehen für zukünftige Forschung am FMO. Grundlagen und Themen hierfür werden im Folgenden näher dargelegt.

Grundlegendes

Bewahren, Sammeln, Forschen und Vermitteln sind die zentralen Aufgaben eines Museums. Sie sind eng miteinander verzahnt und die Erfüllung eines jeden dieser Punkte ist wichtig, damit das FMO seinen Selbstanspruch, als das kulturelle Gedächtnis der Oberpfalz zu fungieren, nachkommen kann. Der Forschung kommt dabei jedoch eine Schlüsselstellung zu. Sie entscheidet, was es zu bewahren gilt, erschließt das Gesammelte und generiert Inhalte und Wissen, die in Ausstellungen, Führungen und anderen Veranstaltungsformaten an die Besucher vermittelt werden können.¹⁶

- Damit sind zentralen Aufgaben und Ziele der Forschung am FMO definiert:¹⁷Das Museum erforscht die eigenen, immobilen und mobilen Sammlungsbestände und reflektiert diese hinsichtlich aktueller, gesellschaftlicher und wissenschaftlicher Diskurse.
- Das Museum erschließt auf Grundlage des Museumskonzepts neue Themen und formuliert dementsprechend neue Sammlungsbereiche und Vermittlungsziele.
- Das Museum setzt die dabei oder durch die Fachwissenschaft gewonnenen Erkenntnisse in Ausstellungen um, pflegt sie in bestehende Ausstellungen ein oder publiziert sie in anderer Weise öffentlichkeitswirksam.

Forschung darf aber nicht auf das Museum beschränkt sein. Sie lebt vom Diskurs und von Austausch mit anderen wissenschaftlichen Einrichtungen. Daher ist ein vierter Punkt hinzufügen:

- Das FMO sucht die Kooperation mit anderen wissenschaftlichen Einrichtungen, öffnet seine Bestände für diese und bietet sich selbst als Forschungsort für

¹⁶ Vgl. Wissenschaftliche Kommission Niedersachsen (Hg.): Forschung in Museen. Eine Handreichung. Hannover 2010, S. 11, 15f.

¹⁷ Vgl. ebd., S. 15-17.

museumswissenschaftliche Fächer an. Das FMO selbst ist ein Forschungsgegenstand.¹⁸

Zielvorstellungen & zentrale Themenbereiche

„Nach gut drei Jahrzehnten ist es nun an der Zeit, den Schwerpunkt von der Architektur verstärkt auf den Menschen zu verlagern und dabei den Menschen als lokalen Akteur in einem sich stets wandelnden ländlichen Raum zu sehen. Dieser akteurszentrierte Ansatz, der in den letzten Jahren bereits durch verschiedene Veranstaltungen Berücksichtigung gefunden hat, folgt einem stärker volkskundlichen Konzept im Sinne einer ‚Sozialgeschichte regionaler Kultur‘.“¹⁹

Das Freilandmuseum Oberpfalz möchte sich in Zukunft als ein regionales Museum des ländlichen Raums verstehen. In den Mittelpunkt soll, wie bereits von der Arbeitsgruppe 2016 vorgeschlagen, der Mensch als Individuum und Akteur im Kontext von Kultur und Natur stehen. Der Betrachtungshorizont wird dabei bis in die Gegenwart ausgedehnt. Dies bedeutet nicht, dass die bisherigen Schwerpunkte Architektur, Landwirtschaft und Umwelt entfallen, ganz im Gegenteil. Die rekonstruierte Kulturlandschaft mit den translozierten Gebäuden und die extensive Landwirtschaft bleiben das Herzstück des Museums. Sie werden aber durch die inhaltliche Weitung der Perspektive, die verstärkte Kontextualisierung des Dargestellten deutlich besser vermittelt- und erlebbar.

Das Freilandmuseum Oberpfalz wird in diesem Sinne die zentrale Anlaufstelle für Forschungsarbeiten mit folgenden Schwerpunkten:

- Transformation der vormodernen, bäuerlichen Landwirtschaft zur Agrarindustrie in der Oberpfalz und deren Auswirkungen sowie Abwanderungstendenzen in die Städte
- Entwicklung des ländlichen Raums in der Oberpfalz im 20. und 21. Jahrhundert insbesondere im Hinblick auf städtebauliche und infrastrukturelle sowie soziale Entwicklungen und der daraus resultierenden gesellschaftlichen Transformationsprozessen
- Mechanisierung der Arbeit und Mobilität im Alltag
- Die Entwicklung der Oberpfalz in Bezug auf den Fall des Eisernen Vorhangs
- Museumswissenschaftliche Fragen vor allem im Hinblick auf die spezifischen Fragestellungen eines Freilandmuseums

Methodisch gesehen bietet sich – noch – die Möglichkeit, die aufgezeigten Schwerpunkte mithilfe von Zeitzeugeninterviews aus erster Hand zu erfahren und auch aussagekräftige Objekte sind derzeit noch vorhanden und relativ leicht zu erwerben.

¹⁸ Vgl. ebd., S. 24f.

¹⁹ Angerer, Birgit, Drascek, Daniel, Appl, Tobias, Alkofer Elisabeth, Waldemer, Georg: Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Bestandsaufnahme, Standortbestimmung und Empfehlungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Regensburg 2016 [unveröffentlicht], S. 17.

Zudem müssen die Kooperationen, welche das Museum mit der Universität Regensburg, der OTH und anderen Hochschulen hat, institutionell gefestigt werden. Auch eine zeitgemäße und zeitnahe Publikationstätigkeit der Forschungsergebnisse ist eine wichtige Aufgabe eines forschenden Museums. Obgleich auch in Zukunft ein Teil der Ergebnisse auch in gedruckter Form erscheinen werden, so wird doch der Schwerpunkt auf Onlinepublikationen liegen. Das Museum betreibt einen eigenen wissenschaftlichen Museumsblog, auf dem auch Gastautoren regelmäßig publizieren.

III. DAS FREILANDMUSEUM OBERPFALZ ALS VERMITTLUNGS- UND BILDUNGSORT

a. Vermittlungsangebote: Mensch – Natur – Kultur

Ausgangslage

Das derzeitige Vermittlungsziel ist die Darstellung des ländlich-bäuerlichen Alltagslebens von 1750 bis 1950. Die Vermittlung erfolgt durch die baulichen Exponate in ihren rekonstruierten Siedlungszusammenhängen, durch Gelände-, und Hausbeschilderungen, welche derzeit erneuert werden, und durch Objektbeschriftungen, Museumsführer (der jüngste von 1996 bzw. ein Bildband von 2004), mehrere thematische Dauerausstellungen, an wenigen Computer-Terminals, Hörstationen und Hands-On-Stationen.

STÄRKEN

- Bauliche Exponate in rekonstruierten geografischen Zusammenhängen
- Große thematische Bandbreite
- Fülle an Raum für Inszenierungen
- Landschaft als Ausstellungsobjekt
- Umfangreiches Kurs- und Veranstaltungsangebot
- Ausgedehntes, extensiv gepflegtes Museumsgelände mit Land-, Forst- und Teichwirtschaft
- Vorbildliches Schaudepot und Informationsraum zur Sammlung
- Zentrale Lage in der Oberpfalz
- Träger Qualitätssiegel Umweltbildung Bayern
- Umweltstation mit bayernweit einzigartigem historisch-kulturwissenschaftlichem Schwerpunkt

SCHWÄCHEN

- Landwirtschaft: ist in Teilen eine Schau Landwirtschaft – keine echte Kreislaufwirtschaft
- Vermittlung von traditionellen Handwerkstechniken – jenseits von Bauhandwerk – ist beschränkt
- Dauerausstellungen im Museumsgelände sind zum Großteil veraltet oder nicht mehr vorzeigbar. Die Dauerausstellungen decken nicht die Vielfalt der möglichen Vermittlungsthemen ab.
- Die Vermittlung der Kernthemen Landwirtschaft und Bauhandwerk erfolgt nicht zentral, sondern zerfällt in verschiedene Formate bzw. findet an unterschiedlichen Orten und zu verschiedenen Zeiten statt.
- Keine partizipativen Ansätze in der Vermittlungsarbeit, wie etwa die Einbindung von Besuchern in die

Zielvorstellungen

- Ein eigenes museumspädagogisches Rahmenkonzept, welches laufend überarbeitet wird, legt die Bildungsziele fest und definiert Vermittlungsarbeit als Querschnittsaufgabe in allen Bereichen des Museums. In diesem Sinne werden die BesucherInnen in die Sammlungs-, Forschungs- und Ausstellungstätigkeit partizipativ mit eingebunden.
- Das Museumsgelände wurde inhaltlich nach Baugruppen in Schwerpunktthemen der Vermittlung gegliedert.²⁰ BesucherInnen wählen Vermittlungsinhalte gezielt aus und steuern die entsprechende Baugruppe an. Das gesamte Museumsgelände mit seinen baulichen und dinglichen Objekten, Ausstellungen und weiteren Vermittlungsangeboten lädt zum freiwilligen, interessegesteuerten Lernen an. Neue Gebäude, welche exemplarisch für die Veränderungen auf dem Land im 20. Jahrhundert stehen, sind in der Baugruppe Naabtal integriert.
- Die inhaltliche Perspektive des FMO greift aus auf Volltechnisierung der Landwirtschaft, Flurbereinigung, Strukturwandel und ökologische Gegenbewegung, Veränderung des Dorflebens, Jugend auf dem Land, außerdem auf das Landhandwerk, auf die Lebenswelt in den Landstädten sowie auf die klein- und unterbäuerliche Schicht und deren Lebenswelt (Bötinnen, Erntehelfer, Kramer, Schuster etc.). Entwicklungen bis in das ausgehende 20. Jahrhundert werden in neuen baulichen Objekten (Naabtal) sichtbar und durch geeignete Vermittlungsmethoden und -formate erfahrbar.²¹
- Die Programmgestaltung des Freilandmuseums im Bereich Natur- und Umweltpädagogik erfolgt auch in Auseinandersetzung mit den weiteren Akteuren der Region, die ein Bildungsprogramm anbieten. Diese werden als Kooperationspartner verstanden. Zu ihnen gehören Obst- und Gartenbauvereine, Naturparke, Standorte der EWILPA-Stiftung in Waldeck und Bad Neualbenreuth. Besucher in der Oberpfalz finden ein vielfältiges Angebot für einen 14tägigen Urlaub vor, nicht das immer Gleiche an einem jeweils anderen Ort.
- Das Kursprogramm des Freilandmuseums, welches in Zusammenarbeit mit der vhs Nabburg angeboten wird, wird geschärft und auf bisher unterrepräsentierte Zielgruppen, etwa Männer, erweitert.
- Alle Veranstaltungen im Museum haben einen klar definierten museumspädagogische Zielsetzung.

²⁰ Vgl. Maßnahmenplan 2020, 1.7.

²¹ Vgl. Maßnahmenplan 2020, 1.3; vgl. Standortbestimmung 2016, S. 18 „Heranführung an die Gegenwart und die Transformationsprozesse des 20. Jahrhunderts.“

b. Zielgruppen

Ausgangslage

Es gibt keine aktuelle und tragfähige Zielgruppenanalyse. Die Vermittlungsangebote richten sich unterschiedslos an Einzelbesucher und Familien aus der Region sowie an Gäste aus entfernteren Gebieten. Die pädagogischen Programme für Schulklassen haben überwiegend die Primarstufe und Sekundarstufe I bis zur Klasse 6 im Auge.

Für Lehrkräfte und Multiplikatoren finden Fortbildungen statt. Wissenschaftliches Fachpublikum wird vorwiegend bei Symposien angesprochen.

STÄRKEN

- FMO bietet Voraussetzungen für breit aufgestelltes Vermittlungsangebot an Schulklassen aller Schularten und Jahrgangsstufen, für zahlreiche Fächer
- Fachpublikum findet Anlaufpunkte: traditionelles Bauhandwerk, Depot und Sammlungswesen, fachlich betreute Lebensräume in der Natur, Pflanzengesellschaften
- Größe des Geländes und Zahl der Museumsgebäude machen FMO zu einem Anlaufpunkt für BesucherInnen, die im Gruppenverband anreisen, seien es Kindergartenkinder, Jugendgruppen oder Vereine

SCHWÄCHEN

- keine aktuelle Zielgruppenanalyse
- Angebote richten sich „an alle“
- Personelle Ressourcen eingeschränkt

Zielvorstellungen

- Das Freilandmuseum kennt seine Besucher durch Besucherbefragungen. Eine Zielgruppenanalyse liegt vor und ist Ausgangspunkt für weiteres Handeln.
- Die personellen Vermittlungsangebote sind zielgruppenorientiert und ausdifferenziert. Besucherkreise, die in der Vergangenheit nicht erreicht worden sind, wurden hinzugewonnen mit entsprechenden Angeboten und Öffentlichkeitsarbeit. Dies beinhaltet insbesondere Menschen, welche einen (Binnen-)Migrationshintergrund haben. Zudem gehören Gäste aus den Metropolen zum neu erschlossenen Besucherkreis. Das Vermittlungsangebot richtet sich gezielt an Personen unterschiedlichen Alters, Geschlechts und Herkunft. Dabei sind die Angebote nicht exklusiv, sondern die Ansprache der Zielgruppen wird über intrinsische Faktoren gesteuert.
- Das Museum bietet besondere Angebote für Menschen aus strukturell benachteiligten Kontexten, zum Beispiel gefördert durch das Bundesprogramm „Kultur macht stark!“, an.

- Angebote für Schulklassen erreichen alle Schularten, alle Jahrgangsstufen von Klasse 1 bis zur Oberstufe, ebenso Förderklassen, Übergangsklassen, weiterführende und berufliche Schulen.
- Kindergärten finden ein Angebot vor, das vielfältige Bezüge zur Lebenswelt der Kinder im Vorschulalter aufweist und kreatives Gestalten ermöglicht. Auf dem Museumsgelände betreibt die Stadt Nabburg einen Museumskindergarten.
- In Kooperation mit Gymnasien werden P-Seminare und W-Seminare durchgeführt.
- Es finden Teambuilding-Seminare für Belegschaften, Vereine, Führungskräfte statt.
- Regelmäßige Fortbildungsveranstaltungen schulen die freiberuflichen Vermittlungskräfte.
- Für Museumsfachleute aus der Oberpfalz besteht mit dem Museumsforum Oberpfalz eine regionale Plattform für Austausch und Fortbildung.
- Fachpersonal aus Kindertagesstätten, Schulen, Universitäten, Fachhochschulen, Freilichtmuseen, Stadtmuseen und Spezialmuseen gehört zu den regelmäßigen BesucherInnen im FMO, sie finden Fortbildungs- und Netzwerkangebote vor.
- Für Partner aus der Umweltbildung werden förderfähige Netzwerkveranstaltungen durchgeführt.
- Das Freilandmuseum ist regelmäßiger Gastgeber für den „Runden Tisch der Umweltbildung Oberpfalz“.

c. Methodische Ansätze und Formate

Ausgangslage

Das Jahresprogramm des Freilandmuseums wird rhythmisiert durch Aktionstage und Großveranstaltungen, die in den 1990er grundgelegt worden sind. Zu den wichtigen personellen Vermittlungsformaten gehören die sog. „klassische“ Führung, interaktive Führungen für Schulklassen und das Führungsgespräch im Rahmen von Zeitzeugenführungen, Schauspielerführungen. Für Schulklassen werden Aktivprogramme mit teilweise breiter Methodenvielfalt angeboten. Ein ganzheitlicher Vermittlungsansatz und Lernen mit allen Sinnen stehen im Vordergrund. Natur- und umweltpädagogische Formate nehmen breiten Raum ein. Demonstrationen von traditionellen land-, fisch- und forstwirtschaftlichen Tätigkeiten mit der Möglichkeit zum Austausch mit den durchführenden Fachkräften sowie zum Mitmachen spielen eine große Rolle.

STÄRKEN

- Großer Pool freiberuflicher Mitarbeiter mit museumspädagogischer und bzw. oder umweltpädagogischer Zusatzausbildung
- Teilabgeordnete Lehrkräfte

SCHWÄCHEN

- Zum Teil haben die Vermittlungskräfte Inhalte und Formate erarbeitet, welche sie exklusiv anbieten und die anderen Vermittlungskräfte nicht offen stehen.
- Es wird nur ein kleiner Teil der derzeit

- Möglichkeiten zur Schulung mit Unterstützung MPZ, Landesstelle gängigen Vermittlungsmethoden genutzt.
 - Es werden derzeit kaum innovativen methodischen Ansätze genutzt.
 - Es gibt derzeit noch wenig virtuelle Vermittlungsangebote
 - Es gibt keinen Audio- bzw. Multimediaguide und keine Museums-App.
 - Die derzeitig bestehenden Ausstellungen sind mit Ausnahme von „Das richtige Holz“ methodisch wie inhaltlich veraltet.

Zielvorstellungen

- Das Freilandmuseum nutzt für seine Vermittlung die ganze Bandbreite an zur Verfügung stehenden methodischen Ansätzen, etwa auch aus dem Bereich der Medien- und Erlebnispädagogik. Die klassische 90-Minuten-Führung ist ebenso Teil des Angebots wie virtuelle oder interaktive Angebote: Führungen mit buchbaren Zusatzelementen wie Verkostung, Zeitzeugengespräch, Gespräche und Austausch mit Experten im Live Stream, etwa beim „Ratsch übern Gartenzaun“ oder bei „Werkstattgesprächen“.
- Programme für Schulklassen und Kindergartenkinder zeichnen sich durch Methodenvielfalt und zielgerichteten Methodeneinsatz aus, Kennenlernspiele, Rollenspiel, Gruppenarbeiten, Experteninterview sind ebenso einbezogen wie das Führungsgespräch.
- Neu integrierte Formate ermöglichen den BesucherInnen eine Auseinandersetzung mit der Institution Museum. Hierbei steht ein partizipativer Ansatz im Mittelpunkt. Angesprochen werden gezielt verschiedene Zielgruppen von Schulklasse über Einzelbesucher, welche das Freilandmuseum zu „ihrem Museum machen“.
- Peer-to-peer-Vermittlung wird im Museum als Chance begriffen, etwa wenn SchülerInnen andere SchülerInnen führen.
- Museumsrätsel und Museumsrallye liegen app-gestützt für verschiedene Altersstufen vor, sie steuern die Aufmerksamkeit der BesucherInnen und ermöglichen es Familien, Kindergruppen oder Schulklassen, das Museum und seine Objekte individuell zu entdecken.
- Thementage Mensch – Natur – Kultur finden zu festen Terminen im Jahr statt: Tag der Wildpflanze, Bauhandwerkertag, Tag der vergessenen Dinge (Exponate im Zentrum), Tag der Kartoffel. Die Thementage beinhalten Überblicksführung, Austauschmöglichkeiten mit Fachkräften, Workshops, Marktelemente, Verkostungen und auf das Tagesprogramm abgestimmte Kinderaktionen. Die Thementage haben

frühere, auf einer vermeintlichen Volkskultur fußende Aktionstage teilweise abgelöst bzw. neu akzentuiert.

- Morgen- und Abendangebote sowie jahreszeitspezifische Angebote wie „Das Museum erwacht“ und „Lange Museumsnacht“ ermöglichen Blick hinter die Kulissen und locken Entdecker zu ungewöhnlichen Zeiten ins Museum; dadurch schafft das Freilandmuseum neue und bleibende Eindrücke bei seinen BesucherInnen: Morgentau auf Wiesen, Fledermausbeobachtungen mit Batdetektor, Erlebnis Dunkelheit zu unterschiedlichen Jahreszeit. Es werden wichtige Themen wie abnehmende Artenvielfalt oder zunehmende Lichtverschmutzung erlebnisorientiert ins Bewusstsein gerückt.
- Exklusive Angebote stehen zum Beispiel für PressevertreterInnen, Fördergeber und Sponsoren zur Verfügung und werden von entsprechend geschulten Kräften durchgeführt. Aus Einzelementen schnüren die Abteilungen Öffentlichkeitsarbeit und Vermittlung passende Pakete mit Kutschfahrt, Anspannen der Pferde, Fahren auf dem Dieselross, gemeinschaftliches Herstellen eines Seils, gemeinsam Ausbuttern, Führung durch die Abbundhalle und zu aktuellen Bauprojekten oder Verkosten im Freien. Je nach Zielgruppe greift die Vermittlungskraft auf Museumsgeschichte aus, reflektiert Lernprozesse des Museums und integriert teambildende Maßnahmen. Auch Incentive-, Tagungs- und Teambildungspakete werden angeboten.
- Es gibt ein offenes Kinderprogramm in den Ferien. Jede Woche in den Sommerferien an einem festen Wochentag zur festen Uhrzeit kommt eine Kindergruppe („Die Museumskatzen“) in gleicher oder wechselnder Besetzung zu gemeinsamen Spielen, Bastelarbeiten, Naturentdeckungen und Versorgung der Tiere ins Museum (ggf. zwei Kindergruppen 5-8, 9-12).
- Ein von der Stadt Nabburg getragener Museumskindergarten mit zwei Gruppen existiert auf dem Gelände des Freilandmuseums.

d. Raumprogramm und Infrastruktur. Schwerpunkt Bildung und Vermittlung

Ausgangslage

Das Freilandmuseum verfügt gegenwärtig über einen museumspädagogischen Gruppenraum im Obergeschoss des Denkenbauernhofs. Er ist nur über eine schmale Stiege zu erreichen und somit nicht barrierefrei. Es gibt keinen zweiten Flucht- und Rettungsweg. Der Raum ist mit Wasser und Strom, Tischen und Stühlen ausgestattet, es fehlen jedoch Einrichtungen, insbesondere eine Küche, welche die Durchführung von Workshops ermöglichen. Zudem fehlt eine zeitgemäße Medienausstattung. Der Raum wird pro Jahr von circa 30 bis 40 Schülergruppen genutzt. Es finden 15 bis 20 Kurse für Erwachsene statt. Das museumspädagogische Material wird in Schränken im Raum und in einer benachbarten Kammer verwahrt. Als weiterer Kursraum und Ausweichraum für Schulklassen steht der Mehrzweckraum im Eingangsgebäude zur Verfügung. Dieser

Raum ist mit seiner technischen Ausstattung und WLAN außerdem Ort für Tagungen, Vorträge und Kurse.

Als zusätzliche regengeschützte Aktionsräume für Gruppen werden im Museumsgelände die Remisen im Denkenbauernhof, Stube, Stall und Scheunen des Schallerhofs, der mittlere Bereich der Scheune Brennberg, die Köhlerhütte im Mühlental, die Stube des Müllers in der Rauberweihermühle und der Vorraum der Kegelbahn genutzt.

Für authentische Zubereitung von Speisen am Sparherd werden die Herde im Anwesen Kolbeckhof und Matzhof genutzt, was jedoch konservatorisch bedenklich ist. Besonders in den Wochen vor den Sommerferien werden zahlreiche Schulungsorte und Aktionsräume gleichzeitig benötigt.

Im Freigelände werden der Tummelplatz, der oberhalb gelegene Picknickbereich und eine kleine Lichtung im Hochwald, welche sich an das Waldlerdorf anschließend, für Programme genutzt. Außerdem finden Aktionen an Heckenbereichen, auf verschiedenen Wiesen und Äckern und in Waldrandbereiche und an Teichrändern statt.

Das Freilandmuseum Oberpfalz verfügt zudem derzeit über drei konservatorische handhabbare Ausstellungsflächen. Dies sind das EG und OG des Mehrzweckgebäudes sowie der Ausstellungsraum im Zentraldepot. Allerdings ist das OG des Mehrzweckgebäudes nicht barrierefrei. Vor allem ist aufgrund der Gebäudekonstellation der derzeitige Sonderausstellungsbereich vom Museumsgelände abgekoppelt. Dies schlägt sich auch in den deutlich geringeren Besucherzahlen der Sonderausstellung im Vergleich zum Freigelände nieder.

Zielvorstellung

- Zentraler Ort der Vermittlungsarbeit ist ein barrierefreier museumspädagogischer Hof im Stiftlanddorf (Köstlerwenzel) mit zwei Gruppenräumen und einer zeitgemäßen, bedarfsorientierten Medien- und Küchenausstattung, mit WC-Anlage und anschließendem Schau- und Schülergarten. Ergänzt wird der Vermittlungshof Köstlerwenzel durch Lagerflächen für die Museumspädagogik und durch Gruppenübernachtungsräume im Obergeschoss.
- Im Bereich Köstlerwenzelhof stehen als weitere Orte für die Vermittlung Flächen in den Remisen (unter Dach) zur Verfügung. Remisen, Stuben, Scheunen und Ställe anderer Hofstellen werden nicht mehr oder nur in Ausnahmefällen bei Großereignissen oder bei starker Auslastung für Programme genutzt. Damit konzentriert sich der Bereich der personellen Vermittlung auf den eingangsnahen südlichen Bereich des Stiftlanddorfs.
- Die südliche Remise Köstlerwenzelhof beherbergt im ehemaligen Stall Lagergestelle für Obst, das im Rahmen von Schülerprogrammen geerntet wurde und im Obergeschoss weitere Lager- und Schauräume für traditionelle Getreidelagerung sowie einen Ausstellungsraum für Schülerarbeiten und Schülerexperimente (Alternative: Inklusives Haus / Inklusive Schupfe).

- Mit dem Spiel- und Erlebnisplatz der Sinne²² im Naabtal mit integrierter Wiese, einem weiteren Garten (Schmiede) und dem Teich stehen Durchführungsorte für buchbare museumspädagogische Naturprogramme für Kindergruppen zur Verfügung. Die ökologisch sensiblen Bereiche des Museumsgeländes (Streuobstwiese, Magerwiesen, Teichgebiet) werden auf diese Weise geschont, Pflanzen und Tiere können sich dort ungestört entwickeln und bleiben der Beobachtung vorbehalten.

e. Kooperationspartner

Ausgangslage

Ein großer Stamm langjähriger Kooperationspartner ist gegenwärtig vorhanden. Manche Partnerschaften haben sich aber mit Abschluss eines gemeinsamen Projekts wieder gelockert. Wichtige Kooperationspartner (Auswahl):

- Stadt Nabburg
- Museen der Oberpfalz, insbesondere Mitglieder des MuseumsForums Oberpfalz
- Culthea
- MPZ München
- Schulen des Landkreises: Mittelschule Pfreimd, Förderzentrum Nabburg, Mittelschule Schwarzenfeld
- Landkreisbehörden Schwandorf: Kulturreferent, Seniorenbeauftragte, Kreisfachberater, Lernende Region Schwandorf e. V. (Bildungsmesse)
- Wasserwirtschaftsamt Weiden (Weltwasserwoche)
- Landwirtschaftsamt Nabburg
- BN-Bildungswerk Oberpfalz
- LBV-Kreisgruppe Schwandorf
- Umliegende Naturparke: Naturpark Steinwald e. V., Naturpark Nördlicher Oberpfälzer Wald
- ARGE Süddeutscher Freilandmuseen
- ANU – Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung

STÄRKEN

- Die Vielfalt an vermittelten Themenbereichen beschert dem Museum Interesse der unterschiedlichsten Gruppen aus vielen wirtschaftlichen und

SCHWÄCHEN

- Fülle von Möglichkeiten (Wahl zwingend, um sich nicht zu verzetteln, jede Kooperation braucht Pflege, damit Ressourcen)
- Das Museumsnetzwerk beruht zum

²² Siehe Punkt D.III.

gesellschaftlichen Bereichen

großen Teil auf persönlichen Kontakten
und zu wenig auf Strukturen.

Zielvorstellungen

Es besteht ein weiter Kreis aus Kooperationspartnern, deren Kontaktdaten werden regelmäßig aktualisiert. Saisonöffnungen und Ausstellungseröffnungen, zu denen Einladungen ergehen, bieten regelmäßig die Möglichkeit, Kontakte aufzufrischen. Temporär wechseln aus dem größeren Kreis Partner in einen engeren Kreis zur Durchführung konkreter Projekte. Das Freilandmuseum geht aktiv auf mögliche Kooperationspartner zu und steht allen Anfragen offen gegenüber.

IV. UMWELT UND NACHHALTIGKEIT

a. Ausgangslage

Das Freilandmuseum ist seit 2007 Träger des Qualitätssiegels Umweltbildung der Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt- und Verbraucherschutz und darf seit Juni 2018 das Prädikat Umweltstation führen. Damit geht einher, dass Vermittlungsprojekte aus der Natur- und Umweltbildung eine Förderung von Seiten des Umweltministeriums erhalten.

Das Thema Umweltbildung spielt schon seit der Eröffnung des Freilandmuseums in Neusath 1986 eine gewisse Rolle. Das Museumsgelände wurde vorbildhaft als historische Kulturlandschaft angelegt, mit Siedlungs- und Flurformen und mit standorttypischen Pflanzengesellschaften ausgestattet. Vorhandene Elemente der Kulturlandschaft wurden dabei integriert und die entsprechenden Lebensräume behutsam durch eine Angleichung der Nutzung in Bewirtschaftung auf den Stand der vorindustriellen Landwirtschaft zurückgeführt. Das gesamte Museumsgelände wird extensiv, ohne Einsatz von künstlichen Düngemitteln und ohne chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel bewirtschaftet. Alte Nutzierrassen beweiden Flächen, sorgen wie „im alten Dorf“ für Nährstoffeintrag und schaffen damit die richtigen Standortbedingungen der einstigen dörflichen Ruderalflora.

Doch dieses Bild einer vorgeblich historischen Landwirtschaft weist auch Brüche auf. Ein Beispiel dafür sind die kleinen, von Feldrainen unterbrochenen Ackerflächen, auf denen die Dreifelderwirtschaft gezeigt wird. Das verwendete Getreidesaatgut ist jedoch überwiegend modern und entsprechend wachstumsstark und ertragreich. Anfänge mit tatsächlich alten Getreidesorten wurden 2019 gemacht und 2020 auf einigen Flächen fortgeführt.

Im Veranstaltungs- und Vermittlungsprogramm sind die Themen Umweltbildung ab den frühen 1990er Jahren zugunsten besucherträchtiger Aktionstage verdrängt worden. Zwei Biologen führten die Kontrolle und Erweiterung des Wildpflanzenbestands im Freigelände fort und dokumentierten ihr Tun und die Entwicklungen in umfangreichen Berichten. Dies fand jedoch keinen Eingang in die Vermittlungsarbeit. Besucher und

selbst langjährigen Mitarbeitern ist kaum bewusst, dass die Kulturlandschaft ein Forschungsobjekt darstellt und die Methoden der Bewirtschaftung und Pflege mit den Vorgaben der Biologen konform gehen sollten.

b. Umwelt- und Nachhaltigkeit jenseits des Ausstellungskonzeptes

Die Herkunft der Produkte, die in der Gastronomie angeboten werden, ist undurchsichtig. Es fehlt ein stimmiges und den Gästen und Besuchern zu vermittelndes Gesamtkonzept. Mit dem Bauernmarkt in Perschen werden regionale Produkte kleiner Familienbetriebe gefördert.

Im Museumsladen wird Saft von Museumsapfelbäumen sowie Wurstprodukte vom Schwein vermarktet. Außerdem wird Honig angeboten, den der Museumsimker auf Museumsflächen und weiteren Flächen erzeugt. Eine Biozertifizierung des Betriebes liegt nicht vor.

Das bisherige Abfallsystem auf dem Museumsgelände ermöglicht keine Trennung von Wertstoffen durch die Besucher. Wertstoffsammelsystem im Eingangsbereich ist angedacht und soll 2020 im Rahmen eines Schülerprojekts gelauncht werden.

STÄRKEN

- Aufgrund der kontinuierlichen Forschungs- und Pflegearbeit ist das Museumsgelände mittlerweile ein Musterbeispiel eines anthropogenen Biotops
- Unerschöpfliche Möglichkeiten vorbildhaft in die Gesellschaft zu wirken

SCHWÄCHEN

- Der Museumsbetrieb selbst ist in vielen Bereichen nicht nachhaltig, etwa in den Bereichen Energie- und Rohstoffversorgung und der Abfallentsorgung. Keine Elektromobilität
- Erreichbarkeit des Museums nur mit PKW
- Keine Lademöglichkeit für Elektrofahrzeuge
- Nahrungsmittel aus dem Museum werden nicht vermarktet

c. Zielvorstellungen

Das Freilandmuseum Oberpfalz ist nicht nur ein Ort der Umweltbildung, sondern auch selbst eine nachhaltig arbeitende Institution. Das Museum trägt seinen Beitrag zur Bekämpfung der Klimakatastrophe bei.

- Der Museumsbetrieb ist in allen Bereichen auf Nachhaltigkeit ausgelegt.
- Die Gastronomie im Museum bietet nur nachhaltig und biologisch erzeugte Lebensmittel an.
- Die Waren im Shop und der Fieranten sind nachhaltig erzeugt und fair gehandelt.

- In der Materialwirtschaft wird größter Wert auf die Vermeidung von Abfällen gelegt. Verbrauchsmaterial wird möglichst reduziert: Verwaltung papierlos, Recycling-Systeme bei Druckertoner, Alternativen zu laminierten Blättern
- Das Museum verfügt über ein eigenes Brauchwassersystem. Dies ist im Hinblick auf den Klimawandel absolut notwendig, da bereits jetzt das Museumsgelände (Südhang) an Wassermangel leidet.
- Der Bereich Umwelt und Natur bereichert die Themenlandschaft der Vermittlungsangebote mit tiefgehenden Einblicken neue und alte landwirtschaftliche Methoden, ökologische Voraussetzungen, Lehrgänge zur Kartierung von Wildpflanzen, Vögeln und Insekten sprechen Fachpublikum und Mitglieder von Umweltverbänden an, ein kontinuierliches Weiterbildungsangebot für den Erhalt und die Vermehrung alter Sorten macht das Freilandmuseum zu einem Zentrum des Erhalts biologischer Vielfalt.
- Museumslandwirtschaft arbeitet konsequent ökologisch, sät ausschließlich samenfeste Sorten (in Gärten und auf Äckern) aus. Sind Futterzukäufe nötig, wird biologisch erzeugtes Futter aus der Region verwendet, kein Fertigfutter, keine Importe aus Übersee.
- Die Museumsgastronomie, die Zulieferer des Shops, die Marktbesucher aller Märkte in Perschen und Neusath sind entweder zertifizierte Biobetriebe oder legen sich selbst strenge Vorgaben bezüglich biologischer Erzeugung und Einkauf ihrer Produkte und nachhaltiger Verarbeitungsmethoden auf. Wer im Museum isst und trinkt, isst und trinkt klimafreundlich.
- Alle Erzeuger von Produkten auf den Märkten wirtschaften ökologisch und damit klimafreundlich (bodenschonend, wasserschonend), sie schützen und fördern Artenvielfalt. Gärtner und Anbieter von gärtnerischen und landwirtschaftlichen Produkten auf Märkten arbeiten nach Prinzipien des ökologischen Landbaus und verwenden ausschließlich ökologisches Saatgut, die eine ökologische Züchtung fördert
- Klimaneutralität als Ziel in allen Bereichen
- Baumwolltaschen im Shop sind aus zertifizierter Biobaumwolle hergestellt.
- Der Museumsimker arbeitet ökologisch auf allen seinen Flächen; er bietet in Zusammenarbeit mit der Umweltstation Kurse zur ökologischen Imkerei an.
- Produkte aus dem Museum werden unter einer Museumsmarke im Shop verkauft, dazu zählen neben Apfelsaft, Honig und Wurstprodukten auch Obst, Gemüse, Kräutertees aus Eigenanbau (Hafer, Königskerze, Malve, Minze), Schafwollpellets und Dünger. Die Herstellung der Produkte erfolgt in Kooperation mit der Privatwirtschaft.

C. Querschnittsthemen

I. DAS FREILANDMUSEUM OBERPFALZ ALS SOZIALER ORT

„Über den rein kulturell-inhaltlichen Nutzen hinaus werden Museumsleistungen zunehmend als Beitrag zur Lösung sozialer Herausforderungen unserer Gesellschaft gesehen, wie z.B. mit interkulturellen oder integrativen Angeboten [...]oder als des gesellschaftlichen Austausches“.²³ Entgegen der klassischen eher passiv-konsumierenden Praxis des Museums- oder Ausstellungsbesuches werden die Museen heute verstärkt zu Orten des aktiven Handelns, des Austausches und der Kommunikation. Auch das Freilandmuseum Oberpfalz möchte in Zukunft ein Ort sein, wo „Leit zammkumma“ und „mitm Rehn d´Sach ausmacha“. Dafür benötigt es aber räumliche und gastronomische Voraussetzungen.

a. Museum als sozialer Ort

Ausgangslage

Das Museum ist ein sozialer Ort, es ist aus einem gesellschaftlichen Bedürfnis hervorgegangen, es reagiert mit seinen Veranstaltungen auf gesellschaftliche Entwicklungen und beeinflusst sie gleichermaßen. Zum Beispiel beeinflusst der Bauernmarkt in Perschen das Einkaufsverhalten einer Gemeinde und fördert Regionalmarketing. Dieser Markt, der Frühlingsmarkt in Perschen, der Tag der Alten Haustierrassen, das Spinntreffen und die Schafkopffreunde beleben den sozialen Austausch, sie bringen Menschen „zamma“.

Zielsetzung

Das Freilandmuseum ist wichtiger Teil der kulturellen und sozialen Landschaft der Oberpfalz. Es positioniert sich klar als nachhaltiges und ökologisches Freilandmuseum und ist Anlaufpunkt für zahlreiche Vereine, Gruppen und Einzelbesucher, die Kooperationspartner oder Durchführungsorte suchen. Das Museum ist der Durchführungsort für gesellige Treffen und oder Jahresausflüge von Gartenbauvereinen, Kegelerverein, Kartenspielern, Radfahrklubs etc.

Zahlreiche Angebote zielen auf Austausch mit internalisierter Vermittlung. Das Museum wirkt mit seiner Ausstattung, seinen Informations- und Speisenangeboten, seinem Umgang mit Naturgütern, mit Wertstoffen.

²³ Dreyer, Matthias: Museumslandschaft Deutschland - eine Servicewüste? Überlegungen für eine verbesserten Service im Museum. In: Dreyer, Matthias, Wiese, Rolf (Hg.): Serviceorientierung im Museum. 2. Aufl., Ehestorf 2014 [=Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 80], S. 9 - 40, S. 12.

b. Erreichbarkeit

Die Grundvoraussetzung, damit sich das Freilandmuseum Oberpfalz zu einem Ort der Kommunikation und Interaktion entwickelt ist die Erreichbarkeit des Museums für möglichst viele Menschen.

Gegenwärtig ist das Freilandmuseum Oberpfalz faktisch nur mit dem PKW oder dem Reisebus problemlos erreichbar. Weder besteht eine vernünftige ÖPNV-Anbindung noch ist das Museum an ein Fahrradwegenetz angeschlossen.

STÄRKEN

- sehr gute Erreichbarkeit mit dem PKW über A 6 und A 93, ausreichend Parkplätze vorhanden
- Rufbusservice seit 2020 (Baxi)

SCHWÄCHEN

- Kein fahrplanmäßiger ÖPNV bis zu Haustür
- Bahnhof nicht in fußläufiger Nähe
- Kein Anschluss an einen Fahrradweg
- geographische Lage
- keine Lademöglichkeit für Elektrofahrzeuge

Zielvorstellungen

Die Verbesserung der Erreichbarkeit ist eine der größten Herausforderungen der kommenden Jahre. Es wird insbesondere die Einrichtung einer Museumsbuslinie angestrebt, welche an Wochenenden und Feiertage zwischen dem Bahnhof Nabburg, dem Bauernmuseum Perschen und dem Freilandmuseum Neusath verkehrt. Zudem soll die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad deutlich verbessert werden. Dafür soll bei Neu- oder Ausbau von Straßen darauf hingewirkt werden, dass Radwege oder zumindest Radschutzstreifen eingerichtet werden.

c. Gastronomie als Voraussetzung

Ausgangslage

Gastronomische Möglichkeiten sind auf Museumswirtshaus im Gelände, auf Brotzeitstüberl in Perschen und auf Brotverkauf mit gelegentlichem Kaffeeausschank an Sonntagen beschränkt. Der Tagungsraum im Eingangsgebäude wird gelegentlich als Veranstaltungsort genutzt. Die Nutzung ist jedoch an Museumsöffnungszeiten gebunden beziehungsweise erfordert Ausnahmeregelungen.

Das gegenwärtige gastronomische Angebot ist einer der wenigen Kritikpunkte die laufend an das Museum sowohl persönlich als auch in Form von Online-Bewerungen herangetragen werden. Bei eigenen Veranstaltungen wird derzeit ein externer Catering-Service in Anspruch genommen. Die Auswahl ist eingeschränkt, es stehen zum Beispiel keine nachhaltig erzeugten Produkte/Speisen zur Verfügung. Das Freilandmuseum ist derzeit keine relevante Adresse für die Durchführung von externen kulturellen oder gesellschaftlichen Veranstaltungen.

STÄRKEN

- Historisches Wirtshaus mit einer am einstigen Dorfwirtshaus angelehnten Speisekarte.
- Historisches Wirtshaus verfügt über schattigen Biergarten
- Räumliche Möglichkeiten im Eingangsbereich (derzeit Ausstellungsgebäude und Hausmeisterwohnung) für Ausweitung gastronomisches Angebot grundsätzlich vorhanden
- Partner für Pop-up-Gastronomie bzw. Catering für temporäre Ausweitung der Gastronomie vorhanden (Bäcker, Hauswirtschafterin, Picknick-Service, Handwerksbetriebe am Ort)
- Museumsprodukte und Potential zur Vermarktung

SCHWÄCHEN

- Vorhandene Gastronomie stößt an Grenzen im historischen Gebäude
- Lage des Wirtshaus am Ende des Museumsgeländes, fehlende Wendemöglichkeit für Busse
- Das Wirtshaus hat schmale Türen, eine Türschwelle zum Gastraum, eine Barrierefreiheit ist kaum zu erreichen
- Gruppengröße im EG des Wirtshauses begrenzt
- Keine Speisen aus regionalen Produkten beziehungsweise ist die Herkunft nicht nachvollziehbar, keine Speisen aus Museumsprodukten, kaum vegetarische Speisen, keine veganen Speisen

Zielvorstellung

- Mit der Ausweitung der Gastronomie im Eingangsbereich werden die Grundbedürfnisse der ankommenden, wartenden und der abreisenden Besuchern erfüllt.
- Durch Gastronomie im Eingangsbereich ist das FMO auch Ziel für Durchreisende, Familien und Bustouristen, die einen geeigneten Ort für die Mittagspause oder die Brotzeit suchen und – diesmal – keine Zeit für einen Museumsbesuch haben. Diese Gäste legen Wert auf biologisch erzeugte, saisonale und regionale Speisen und schätzen das Angebot der neuen Museumsgastronomie. Bei ihrem Besuch decken sie sich mit Jahresprogramm, Kursprogramm und Biolebensmitteln und erwerben Mitbringsel und Lebensmittel aus dem Museumsshop.
- Durch die Öffnungszeiten bis mindestens 22 Uhr und einem (weiteren) Veranstaltungsraum im Eingangsbereich ist das Museum ein attraktiver Veranstaltungsort für Vorträge, Jahreshauptversammlungen, Monatssitzungen von Ameisenverein, LBV, BN, Kneippverein, Imkerverband, Fischereiverein etc. Der Museumsshop ist ebenfalls bis 22 Uhr geöffnet bzw. ist mit Gastronomie verbunden.
- Das bereits vorhandene Museumswirtshaus bleibt erhalten, es erfüllt nicht mehr die Grundbedürfnisse des Besuchers bezüglich Essen und Trinken. Das Essen hier hat einen Erlebnischarakter angenommen. Dazu wird die ursprüngliche Absicht, die Speisen der einfachen Bauernwirtshäuser anzubieten, kaum geändert, das Profil wurde jedoch geschärft, historische Bezüge deutlicher gemacht, die Zugänglichkeit auch außerhalb der Museumsöffnungszeiten ermöglicht. Auch hier sind die Speisen

biologischen Ursprungs und regional erzeugt. Das Wirtshaus Unterbürg stellt damit eine Symbiose aus museumspädagogischen und gastronomischen Angebot dar.

d. Erlebnisort Edelmannshof Perschen

Ausgangslage

Obgleich der Edelmannshof die Keimzelle des Freilandmuseums Oberpfalz darstellt, ist dieser inzwischen jedoch gegenwärtig nicht mehr als eine wenig besuchte Zweigstelle des Museums und dass obwohl das Denkmalensemble Perschen bestehend aus Kirche, Karner und Edelmannshof nicht nur aus historischer Sicht seines gleichen sucht. Auch die im Obergeschoss untergebrachte Schausammlung ist durchaus noch auf einem aktuellen Stand.

Herausragend ist die Lage des Ensembles direkt an der Naab bei gleichzeitiger relativ guter Erreichbarkeit und auch das gastronomische Angebot ist mit dem Brotzeitstüberl vorhanden. Die fest etablierten Veranstaltungen (Frühlingsmarkt, Kirwa, Antikmarkt, Wintermarkt) zeigen zumindest schlaglichtartig das Potential des Edelmannshofs auf, welches aber derzeit noch nicht ausgeschöpft wird.

STÄRKEN

- Hervorragende Lage nach an der Stadt Nabburg, nah an der Anschlussstelle der A 93, unmittelbar am Naabtal-Radweg gelegen, mit Parkplätzen, in absolut ruhiger Lage an der Naab
- Baugeschichtliches Denkmal am originalen Standort, bildet zusammen mit der ehem. Pfarrkirche (Urpfarrei) St. Peter und Paul und mit Karner ein in der Oberpfalz einzigartiges Ensemble
- Gastronomie vorhanden, mit Freisitzen, ausbaufähig (Stadel)
- Eine Bühne für Veranstaltungen und Lagermöglichkeiten im DG

SCHWÄCHEN

- Eingeschränkte Öffnungszeiten
- Dünne Personaldecke
- Barrierefreiheit

Zielvorstellungen

- Die Gastronomie entspricht dem Museumsniveau: Essen klimafreundlich: regional, ökologisch, saisonal
- Edelmannshof ist mit einem neuen Veranstaltungsraum (im Stadel?) zu wichtiger Adresse für Autorenlesungen und Vorträge geworden

- Eine buchbare Schauspielerführung beleuchtet das Leben der letzten Bewohner, der Familie Hösl, und ihrer Zeit von der „brennenden Margarete“ bis zum „einschichtigen Michl“
- Die Ausstellung zur Volksfrömmigkeit steht in Verbindung mit neuem Veranstaltungsangebot, das sich katholischen Feiertagskalender ausrichtet:
 - Lichtmessmarkt (in Nabburg Lichtmessmarkt belegt?) mit winterlichen Speisen und Kerzenmarkt
 - Küchelbacken zu Fasching mit Mitmachen und Verspeisen. Kinderferienprogramme
 - Gründonnerstagsuppe kochen und Ostereierbemalen in der Karwoche, mit Kinderferienprogramm
 - Perschener Kirchweih
 - Maria Himmelfahrt – „Großer Frauentag“ (mit Sträuße binden)
 - Maria Geburt - Herbstanfang und „kleiner Frauentag“
 - Erntedank (Markt und Kinderprogramm)
 - Allerheiligen mit Spitzelverkauf und Rübengeisterschnitzen (Kinder)
 - Cäcilia Lichtbringerin (13. Dezember) als Jahresabschluss
- Außerdem aufgenommen werden profane Fixpunkte des ländlichen Alltags wie der Schlachttag
- Der Wurzgarten weist alle Pflanzen auf, welche für den Frauentag (15. August) von Bedeutung waren

II. MUSEUM ALS ORT DES GESELLSCHAFTLICHEN DISKURSES

„Der Museumsbesuch ist in vielerlei Hinsicht eine Austauschbörse für den zwischenmenschlichen Kontakt und für das menschliche Kommunikationsbedürfnis.“²⁴

Durch seinen Forschungs- und Vermittlungsauftrag ist das FMO dazu verpflichtet, aktuelle gesellschaftliche Diskurse aufzugreifen, diese mit den eigenen Inhalten zu verknüpfen, daraufhin in unterschiedlichen Formaten öffentlichkeitswirksam zu thematisieren und somit die Grundlage für eine weiterführende Beschäftigung der BesucherInnen mit den entsprechenden Thema zu legen.

Die inhaltlichen Schwerpunkte ergeben sich hierbei einerseits aus der Zielsetzung, die Kulturgeschichte und Entwicklung des ländlichen Raumes zu erforschen und zu dokumentieren, andererseits aus der Funktion des Museums als Umweltstation. Dementsprechend sind auch Belange des Umweltbildung und des Naturschutzes aufzugreifen. Beide Themenbereiche können im Einzelfall getrennt behandelt werden, im Hinblick auf die Trias Mensch – Kultur – Natur ist jedoch grundsätzlich ihre Fusion anzustreben.

²⁴ Dreyer, Matthias: Museumslandschaft Deutschland - eine Servicewüste? Überlegungen für eine verbesserten Service im Museum. In: Dreyer, Matthias, Wiese, Rolf (Hg.): Serviceorientierung im Museum. 2. Aufl., Ehestorf 2014 [=Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 80], S. 9 - 40, S. 13.

Neben Kursen oder Ausstellungen tragen vor allem Formate wie die Symposien der Reihe „Heimat, deine Bauten“ dazu bei, das FMO als Ort des Diskurses zu etablieren. Um diese Funktion des FMO noch stärker zu betonen, sind weitere, vergleichbare Formate zu entwickeln. Dahingehende Ansätze werden bereits mit der Veranstaltungsreihe „Biene, Bauer und Verbraucher“ oder Informationsabenden zum Thema „Fischotter“ verfolgt, doch müssen diese verstetigt und um weitere Angebote ergänzt werden. Ein ansprechendes Format hierfür wäre beispielsweise Filmvorführungen, wie sie in Kleinlosnitz unter den Titel „Bauernhofkino“ stattfinden. Die Veranstaltungen sollten sich überdies nicht auf die Museumssaison beschränken, sondern auch außerhalb der Saison etabliert werden.

Zur Umsetzung dieser Formate sind Kooperationspartner unerlässlich. Diese bewerben die Veranstaltungen und stellen auch das Expertenwissen zur Verfügung. Dementsprechend soll weiterhin die Kooperation mit AELFs, Interessenverbänden, Vereinen und Forschungseinrichtungen sowie mit anderen Museen und Umweltstationen gepflegt und weiterentwickelt werden.

III. MARKETING & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

a. Pressearbeit

Pressearbeit ist ein wichtiger Baustein in der Kommunikation des FMO. Gerade ältere Zielgruppen erhalten ihre Informationen nach wie vor aus den klassischen Medien wie Zeitung, Radio und Fernsehen. Zudem erhöht Pressearbeit das Vertrauen in die vermittelten Informationen und Nachrichten, da sie in den Augen der Konsumenten von Dritten, also den Journalisten, verfasst werden.

2017 wurde im FMO der Presseverteiler neu angelegt. Den bestehenden Pressekontakten aus den Print-, Funk- und Fernsehen wurde ein Fragebogen zugeschickt, in welchem abgefragt wurde, zu welchen musealen Themen und Aktionen, in welcher Form und zu welchem Zeitpunkt sie Informationen vom FMO bekommen möchten. Der Rücklauf des Fragebogens und das Feedback der Pressekontakte waren sehr umfangreich, sodass aus den erhobenen Daten ein Redaktionsplan erstellt werden konnte, der es dem FMO ermöglicht, seine Pressemitteilungen und Veranstaltungshinweise zielgerichtet und termingenau zu veröffentlichen. Durch die nun mögliche Differenzierung des Presseverters wurden Streuverluste minimiert und die Pressearbeit dadurch deutlich effizienter.

Dies hatte eine Erhöhung der in der Presse veröffentlichten Artikel zur Folge, was das folgende Beispiel zweier regionaler Tageszeitungen belegt:

Veröffentlichte Pressemitteilungen in MZ und „Der neue Tag“ 2016:

	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ges
MZ	3	0	7	11	8	7	9	9	14	4	3	1	76
DNT	1	0	13	18	17	16	15	10	11	12	6	2	121

Veröffentlichte Pressemitteilungen in MZ und „Der neue Tag“ 2019:

	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ges
MZ	2	3	7	15	19	18	10	26	9	15	4	0	128
DNT	0	5	10	18	28	21	31	22	30	25	7	1	198

Die Stärken der Pressearbeit im FMO sind zum einen die für die Medien gut aufbereiteten und interessanten Inhalte und Informationen und zum anderen der schon angesprochene differenzierbare Presseverteiler, der stetig erweiterbar und flexibel aufgebaut ist. Die Präsenz in den regionalen Medien, also im Landkreis Schwandorf ist sehr gut, aber immer noch ausbaufähig.

Die Schwächen der Pressearbeit im FMO liegen in der zugrundeliegenden Technik und der unzureichenden, nicht mehr modernen Möglichkeit der Datenverarbeitung. Der gesamte Presseverteiler mit Verwaltung der Kontaktdatenbank wird über Microsoft Excel geführt. Eine weitere Schwäche in der Pressearbeit ist die Reichweite über die Landkreisgrenzen hinaus. Insbesondere gelingt es bisher nicht, die überregionalen Medien für das Museum zu interessieren.

Im Jahr 2030 soll die Pressearbeit im FMO mit modernen technischen Lösungen durchgeführt werden. Die Medienpräsenz im Landkreis ist sehr gut, wichtig ist jedoch, dass jenseits des Landkreises Schwandorf, die Präsenz in den Medien deutlich gesteigert wird.

Diese Ziele sollen durch die Einführung einer PR- oder Redaktionssoftware sowie die stetige Erweiterung des Presseverters, sprich, der Pressekontakte erreicht werden. Der Stellenwert des FMO soll in der gesamten Oberpfalz und darüber hinaus in den Redaktionen bekannt werden. Dies wird durch weitere Vernetzung, persönliche Kontaktpflege und stetige Steigerung der Qualität der Beiträge und Inhalte erreicht.

Nicht nur die reine Medienpräsenz soll erhöht werden, sondern auch die Rezeption durch die Medien und durch die Bevölkerung. Der inhaltliche Dreiklang, bestehend aus Mensch, Natur und Kultur, spiegelt sich in den lancierten Artikeln wieder und trägt so dazu bei, das Image des Museums zu vermitteln.

b. Marketing

Das Museumsmarketing war bisher wenig zielgerichtet. Zwar werden die gängigen Werbekanäle bedient, allerdings bis dato ohne Evaluation der Wirksamkeit. Zudem wies das bisherige Corporate Design eine Reihe von Defiziten auf, welche derzeit mit der Einführung des neuen grafischen Konzeptes Stück für Stück behoben werden.

Das Freilandmuseum Oberpfalz setzt in Zukunft auf einen strikt qualitätsorientierten Marketingansatz. Dabei werden die Marke „Freilandmuseum Oberpfalz“ und deren Werte nicht nur durch die klassischen Werbematerialien, sondern durch alle Produkte

und Dienstleistungen des Museums – von der selbst hergestellten Holzkohle bis hin zu wissenschaftlichen Publikationen – vermittelt. Folglich gilt der qualitative Ansatz in allen Bereichen der Museumsarbeit.

Grundsätzlich wird die Gestaltung neuer Produkte des Museums aus dem neuen Corporate Design entwickelt. Die Außendarstellung basiert inhaltlich wieder auf der Trias „Mensch – Natur – Kultur“. Zudem wird sich das Freilandmuseum als ein zeitgemäßes, gegenwartsorientiertes Museum präsentieren. Dies wird vornehmlich durch Social-Media- und Online-Marketing erreicht.

c. Digitale Strategie: Homepage, Virtueller Rundgang, Social Media-Kanäle

Homepage

Die Nutzung digitaler Medien in Deutschland steigt seit Jahren stetig an. Immer mehr Menschen, die einen Ausflug planen, informieren sich über das Ausflugsziel im Internet. Aus einer Studie des Centrums für marktorientierte Tourismusforschung der Universität Passau, die im Auftrag des Tourismusverbands Ostbayern das Ausflugsverhalten von Tagesausflüglern im Jahr 2015 analysiert hat, geht hervor, dass sich 58 Prozent der Menschen, die ein Touristisches Ziel noch nicht besucht haben vorher im Internet darüber informieren.²⁵ Der erste Kontakt zu potenziellen BesucherInnen erfolgt in vielen Fällen über das Internet. Auch regelmäßige Besucher informieren sich über Aktuelles im Internet. Es wurde erkannt, dass die aktuelle Homepage des FMO nicht mehr dem Stand der Technik entspricht und somit eine adäquate Präsentation des Museums über diese Seite nicht mehr möglich ist.

Die neue Homepage des Museums befindet sich derzeit in der abschließenden Phase des Aufbaus. Sie wird das neu erarbeitete Corporate Design und den aktuellen Stand der Technik vereinen und so die Möglichkeit geben, den ersten Kontakt mit BesucherInnen so positiv wie möglich zu gestalten.

Die neue Homepage soll kontinuierlich ausgebaut und verbessert werden. Um dem steigenden Anspruch auch im BesucherInnen-Service gerecht zu werden, sollen bis 2030 die Serviceleistungen im Online-Bereich deutlich ausgebaut werden. BesucherInnen sollen die Möglichkeit erhalten, den gesamten Dreisprung des Museumsbesuchs, also Planung, Durchführung und Nachbereitung, vollständig online abzubilden. Dies schließt nicht nur Ticketing oder einen Online-Shop mit ein, sondern etwa auch die app-gestützte Mitnahme von Erinnerungen und Erlebnissen aus dem Museum oder das Hinterlassen von besuchergenerierten Inhalten im Museum für nachfolgende BesucherInnen.

Zukünftig werden die digitalen Angebote nicht nur Marketinginstrumente sein, sondern gleichzeitig wichtige Instrumente der musealen Vermittlungsarbeit. Besonders wenn

²⁵ Centrum für marktorientierte Tourismusforschung der Universität Passau, Dr. Stefanie Rankl; Analyse Tagesausflug 2015; Executive Summary/Chartbericht Oberpfalz; Folie 16.

Marketing und Museumspädagogik verschmelzen, ist es außerordentlich wichtig, dass bei der Erstellung von Content ein qualitativer Ansatz zu Grunde gelegt wird.

Virtueller Rundgang

Als erstes Format zur Vermittlung von Inhalten im digitalen Raum wird ein virtueller Museumsrundgang umgesetzt. Bis 2030 soll das gesamte Museumsgelände digitalisiert als Rundgang zur Verfügung stehen. Dafür wird Dorf für Dorf und Haus für Haus dem Rundgang hinzugefügt. Das Pilotobjekt ist der Denkenbauernhof im Stiftlanddorf, der bereits mit hochauflösenden 360 Grad Panoramaaufnahmen als Rundgang aufbereitet wurde. Der Mehrwert für das FMO und seine Besucher ergibt sich aus der Möglichkeit multimediale Inhalte in den Rundgang einzubetten. Es können Informationsboxen mit Texten zu Geschichte und Kultur eingepflegt werden, es können Bilder und ganze Ausstellungen digital erfasst und begehbar gemacht werden. Auch Videos von Veranstaltungen, die zeigen, wie das Museum belebt wird, können eingebunden werden. Der virtuelle Rundgang steht den Gästen vor, während und nach dem Museumsbesuch zur Verfügung. In seiner letzten Ausbaustufe soll dieser neben VR- und AR-Elementen auch individualisierbar sein, so dass sich jeder Besucher „sein“ Museum zusammenstellen kann.

Soziale Medien

Potenzielle MuseumsbesucherInnen nutzen derzeit nicht vornehmlich die Homepage, sondern machen ihre Entscheidung auch von Sozialen Plattformen wie Instagram, Youtube oder Facebook abhängig. Soziale Medien ermöglichen, im Gegensatz zu den zuvor genannten, klassischen Medien, die interaktive Kommunikation zwischen Menschen über Online Plattformen. Soziale Medien sind digitale Netzwerke, die den Nutzern einen gegenseitigen Austausch von Emotionen, Meinungen, Erfahrungen und Ideen ermöglichen. Der Austausch erfolgt durch das Posten von Text, Fotos, Videos oder Podcasts. Das FMO ist derzeit auf den drei Social Media Plattformen Facebook, Instagram und Youtube vertreten.

Durch Social Media Plattformen kann das FMO regional und überregional eine große Anzahl von potenziellen BesucherInnen ansprechen, informieren und mit ihnen interagieren.

Instagram

Der Instagram Account des FMO ist noch sehr neu und wird aktuell parallel zum Facebook Account bespielt. Über Instagram werden Inhalte einer überwiegend jungen Zielgruppe präsentiert. Instagram ist also ein Netzwerk für junge Menschen, die anders nur schwer zu erreichen wären. 71 Prozent der Nutzer weltweit sind jünger als 35 Jahre.²⁶ Der Vorteil von Instagram ist, dass das FMO durch Inhalte, wie aussagekräftige Bilder, sich eben dieser Zielgruppe präsentieren und zum Besuch anregen kann.

²⁶ <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>, Stand 03.06.2020.

Um Instagram effizient nutzen zu können soll dieser Account zukünftig mit einem speziellen Redaktionsplan, eigenen Hashtags und zielgruppenspezifischen Inhalten bespielt werden. Für die Erstellung der Inhalte müssen in Zukunft Kapazitäten geschaffen werden, indem die Museumsmitarbeiter aus allen Bereichen museale Inhalte sammeln und so ein Pool an Beiträgen entsteht, der dann redaktionell überarbeitet ausgespielt werden kann. Zudem sollen im Gelände Punkte definiert werden, an denen sich die Instagram-Nutzer optimal in Szene setzen können.

Youtube

Der Youtube-Kanal des FMO dient als multimediale Datenbank des Museums, die nicht nur die Funktion hat, erstellte Inhalte zu speichern, sondern sie gleichzeitig online verfügbar macht. Aktuell werden Inhalte, die für alle anderen Medien produziert wurden, auf dem Youtube-Kanal des Museums gesammelt und bieten den BesucherInnen einen aktuellen Überblick über das Museumsleben. Zielvorstellung für 2030 ist, dass das FMO auch Inhalte des Vermittlungsprogramms digital abrufbar macht. Dazu ist es nötig, eng mit den internen und externen Museums- und UmweltpädagogInnen zusammenzuarbeiten, passende Formate zu entwickeln und die Inhalte in einem Konzept zusammenzufassen und zu veröffentlichen.

Facebook

Die Facebook-Seite des FMO hat sich in den letzten zwei Jahren zu einem wichtigen Kommunikationsinstrument entwickelt. Während der Zeit der Corona-Pandemie hat das Museum verstärkt über diesen Kanal Inhalte zu den BesucherInnen gebracht, was der Seite einen bis dato ungeahnten Auftrieb beschert hat. Aktuell erreicht die Seite mit jedem Post direkt die 3000 Fans der Seite. Aufgrund der „Teilen“-Funktion, erreichen die besten Posts der Museumsseite derzeit über 10.000 NutzerInnen. Aufgrund der umfangreichen Analysetools ist die Facebookseite auch ein hervorragender Indikator, welche Inhalte bei den derzeitigen Fans des Museums ankommen und welche eher weniger interessieren. Nichtsdestotrotz gilt es auch hier, neue Personengruppen zu erschließen und für das Museum zu begeistern.

Die Facebook-Seite des FMO hat derzeit die Schwäche, dass noch kein Redaktionsplan mit entsprechenden Inhalten für die langfristige Planung erstellt wurde. In Zukunft soll die Facebook-Seite als Hauptinteraktionsmedium mit den Museumsfans genutzt werden und der „Stamm“ an Interessierten kontinuierlich ausgebaut werden. Dies soll durch die strategische Planung und Erstellung der Inhalte geschehen, die aus allen Museumsbereichen von der Verwaltung über die Wissenschaft, dem Bauhof und die Landwirtschaft stammen werden.

Durch die direkte Kommunikation mit den potenziellen BesucherInnen bietet sich dem Museum die Möglichkeit sich selbst so zu präsentieren, wie es nach außen hin wirken möchte. Dies erfordert jedoch ein gewisses Maß an journalistischer und medialer Kompetenz, welche sich das Museum laufend neu erarbeiten muss.

Noch nicht vorhanden, aber in Planung sind weitere digitale Vermittlungskanäle wie ein Museums-Podcast, Videocast sowie ein Blog und ein Newsletter, die nicht nur über die Sozialen Medien, sondern beispielsweise auch über die Museumshomepage veröffentlicht werden können.

a. Museum und Tourismus: lokal, regional, überregional

Das touristische Aufkommen in Bayern und speziell in der Oberpfalz steigt seit Jahren beständig an. Touristen werden daher auch für das Freilandmuseum Oberpfalz als Besuchergruppe immer wichtiger. Das FMO bietet sowohl lokal als auch regional und überregional einen klaren Mehrwert für die touristische Vermarktung von Stadt, Landkreis und dem Ostbayerischen Raum. Durch seine Lage und Erreichbarkeit mit dem PKW hat das Museum einen großen Vorteil. Um sein Potenzial jedoch auszuschöpfen, muss in Zukunft vermehrt an der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und Bussen gearbeitet werden. Dies kann zum einen durch Investitionen in die Infrastruktur, wie einen Bus(wende)parkplatz geschehen, zum anderen durch die Kooperation mit den Unternehmen und Verbänden des ÖPNV in der Region.

Die touristische Vermarktung des Museums kann nur in enger Zusammenarbeit mit der Tourismusbranche selbst erfolgreich gestaltet werden.

Lokal bedeutet das: Die Kooperation mit der Stadt Nabburg und dessen Tourismusbüro muss in Zukunft ausgebaut werden. Zurzeit ist das Freilandmuseum bei Print- und Digitalveröffentlichungen der Stadt mit Anzeigen und Artikeln präsent. Gemeinsame Projekte wie die szenische Führung „Der venezianische Kaufmann“ sollen erweitert und vertieft werden. Solche Formate der Zusammenarbeit sind im Besonderen geeignet für das FMO. Das Museum möchte in Zukunft mehr Geschichten von Menschen aus der Oberpfalz, der Oberpfälzer Natur und natürlich der Oberpfälzer Kultur vermitteln und erzählen.

Regional bedeutet das: Die bestehende Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Ostbayern und dem Tourismusverband Oberpfälzer Wald bei Print- und Digitalveröffentlichungen wird ausgebaut, um das FMO als Marke in der Region bekannter zu machen. Auf die Frage nach den bekanntesten Ausflugszielen in der Oberpfalz, gaben laut einer Umfrage von CenTouris (Centrum für marktorientierte Tourismusforschung) aus dem Jahr 2016, 79% der Befragten Oberpfälzer und Niederbayern an, das Freilandmuseum Oberpfalz zu kennen. Allerdings hatte nur 40% der Befragte es schon einmal besucht.²⁷ Durch die Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusverbänden sollen beide Werte in Zukunft gesteigert werden.

Überregional bedeutet das: Auf dieser Ebene muss das FMO bis 2030 Kooperationspartner akquirieren. Ein erster Zugang zur Tourismusbranche auf überregionaler Ebene ist über die Landesstelle der nichtstaatlichen Museen in Bayern erfolgt. Die Landesstelle hat zusammen mit By.tm die Aktion „Museen und Tourismus“

²⁷ CenTouris 2016, S. 11

ins Leben gerufen. Das Museum hat sich nach einer Kick-Off Veranstaltung mit fünf weiteren bayerischen Freilichtmuseen zu einem Netzwerk unter Federführung des FMO zusammengetan und wurde als eines von zehn Pilotnetzwerken für dieses Projekt ausgewählt. Mit dem Projekt „Museen und Tourismus“ will die Landesstelle zusammenbringen was zusammengehört. Beide Branchen, die Museums- und die Tourismusbranche sollen sich miteinander vernetzen, so dass sie beide stärker voneinander profitieren. Aus der Tourismusbranche weiß man: Tourismus funktioniert vor allem dort, wo es gute Netzwerke gibt. Deshalb wird im Projekt nicht vorrangig das einzelne Museum betrachtet, sondern Museen innerhalb einer thematischen oder geografischen Museumslandschaft in den Fokus genommen. Es geht darum, eine möglichst große Hebelwirkung zu erreichen und möglichst viele bayerische Museen im weiten Feld des Tourismus erfolgreicher und effektiver zu machen. Und es muss darum gehen, sich gemeinschaftlich besser innerhalb der Destinationen zu positionieren. Dieses Netzwerk gilt es in den nächsten Jahren zu pflegen und inhaltlich mitzugestalten. Das erste Projekt innerhalb des Netzwerkes besteht aus der Beschreibung der einzelnen Museen durch „Museumsbotschafter“. Den Beginn macht auch hier das FMO.

b. MICE-Marketing

Das FMO hat sich bis jetzt nicht als MICE-Standort vermarktet. Der Tagungsraum in Neusath wird als solcher beworben und von umliegenden Firmen und Institutionen gelegentlich genutzt. In Zukunft sollen Möglichkeiten angeboten werden, mit welchen man den Tagungsraum selbst und ein Paket aus Bewirtung und Kurs/Führungsprogrammen zusammenstellen kann. Ein Programm für mögliche Incentives oder Teambuilding-Veranstaltungen soll mit der Museumspädagogik erarbeitet werden.

Der Edelmannshof in Perschen hat das Potenzial als exklusive MICE-Location vermarktet zu werden. Um den Edelmannshof für die Branche der Meetings, Incentives, Corporate Hospitality und Events (MICE) attraktiv zu machen, müssen bis 2030 Formate und Buchungspakete in Zusammenarbeit mit dem Wirt des Brotzeitstüberls, dem Stadtmarketing Nabburg und Unterkünften in der Umgebung erarbeitet werden. Die Vermarktung an sich soll über die Listung in einschlägigen Buchungsportalen (C-vent, Meetingmasters, etc.), die die MICE-Branche zur Standortsuche nutzen, erfolgen.

IV. ENTGRENZTES MUSEUM - MUSEUM OHNE GRENZEN

„Um neue, bisher museumsferne Besucher zu erreichen, erfordert es eine aktive, zielgerichtete Ansprache der Bevölkerung mit neuen Formaten und Konzepten, die in einem strategischen Outreachansatz zum Ausdruck kommen. Mittlerweile ist Outreach in zahlreichen Museen weltweit etabliert. Es gibt Outreach-Manager, Outreach-Kuratoren und Outreach-Abteilungen. Prominente Beispiele mit einer langen Outreach Tradition sind das Philadelphia Museum of Art oder The Field Museum in Chicago. Hier ist Outreach als fester Bestandteil der Museumsarbeit mit verschiedenen Formaten von

Distance Learning über Community Engagement Programme bis zu mobilen Museen verankert.“²⁸

Bisher war es das deutlich artikuliert Ziel des Museums mithilfe von Marketing, Veranstaltungen, Kursen und Vermittlungsangeboten die Menschen zu einem Besuch des Museums zu bewegen. Das „Ausreichen“ von musealen Inhalten fand im Falle des Freilandmuseums Oberpfalz bisher kaum statt, was auch an der inhaltlichen Schwerpunktsetzung auf Architektur und Natur liegt. Wenn aber in Zukunft neben Architektur und Natur verstärkt der Mensch als Akteur im kulturellen Kontext in den inhaltlichen Fokus der Museumsarbeit rückt, so bieten sich zusätzliche Anknüpfungspunkte für einen erfolgreichen Outreach-Ansatz.

Für das Freilandmuseum Oberpfalz bieten sich eine ganze Reihe von Ansätzen. So sollen noch im Jahr 2020 die ersten Angebote für ein mobiles Museum geschaffen werden, welches an Schulen museale Inhalte vermittelt. Hintergrund ist, dass sich Exkursionen vor dem Hintergrund enger Lehrpläne und logistischer Hürden – sowie im Schuljahr 2020/21 in jedem Fall auch noch COVID-19 – sehr schwierig durchführen lassen. Deshalb werden mobile Museumsangebote gegenwärtig sehr gut angenommen.

Ein weiterer Ansatzpunkt ist der Outreach mithilfe von digitalen Angeboten, egal ob virtueller Museumsrundgang oder Webinar. Dieser Ansatz kann zumindest teilweise die schlechte Erreichbarkeit des Museums und die mangelhafte Barrierefreiheit des Museumsgeländes kompensieren. Letztlich muss den virtuellen und digitalen BesucherInnen in Zukunft ebenso ein adäquates Angebot unterbreitet werden, wie dies bei den realen BesucherInnen bereits der Fall ist.

Ein weiterer, durchaus interessanter Weg ist das „Andocken“ von in situ erhaltenen Bauwerken an das Ausstellungskonzept. Es macht zum Beispiel wenig Sinn, kostspielig Gebäude aus den 1950er oder 1960er Jahren in das Museum zu translozieren, wenn diese in unmittelbarer Nachbarschaft des Museums in situ erhalten sind. Dies bedeutet nicht, dieses Gebäude zu erwerben oder mit eigenem Personal zu bespielen, sondern die Eigentümer dazu zu bewegen, ihr Haus als Teil der Architekturkultur der Oberpfalz zu begreifen und zum Beispiel im Rahmen von Aktionen oder Führungen dem Publikum zugänglich zu machen. Hier wäre zum Beispiel ein innovativer Ansatz, wenn bestimmte prototypische Bauten des 20. Jahrhunderts in Neusath, Namsenbach oder Nabburg mit in das Ausstellungskonzept eingebunden werden würden.

²⁸ Scharf, Diana, Wunderlich, Dagmar: Museen und Outreach. ersch. 2014. Auf: <https://www.kubi-online.de/artikel/museen-outreach>, Stand: 05.05.2020.

V. MUSEUM ALS ORT FÜR ALLE MENSCHEN: PARTIZIPATION, INKLUSION, INTEGRATION, GENDERGERECHTIGKEIT, DIVERSITÄT (BK+CW)

a. Partizipation statt Museentempel und Bildungspriestertum

Ausgangssituation

Partizipation bedeutet die Einbeziehung von Individuen in Entscheidungs- und Willensbildungsprozesse, etwa bei der Erarbeitung eines neuen Museumskonzeptes. Partizipation steht dabei aber nicht einer hierarchischen Verantwortungs- und Entscheidungsstruktur entgegen, sondern ergänzt diese. Ein tatsächlicher partizipativer Ansatz ist derzeit nur rudimentär in Form der Einbindung des Museumsvereins vorhanden. Aber auch hier wird in der Regel nur die Vorstandschaft mit eingebunden und nicht die normalen Mitglieder. Auch innerhalb der Belegschaft gibt es keine Partizipationskultur.

Zielvorstellungen

Das Museum hat sich eine Partizipationskultur erarbeitet, welche soziales Kapital schafft und das gesellschaftliche Vertrauen in die Institution Museum erhöht. Ziel ist es, dass die Menschen sich ein Stück weit aus der passiven Konsumentenhaltung des Besuchers emanzipieren, und zum Akteur im Museum werden, sich aktiv einbringen und sich das Freilandmuseum Oberpfalz auf diese Weise aneignen und so zu „ihrem“ Museum machen.

Es wird angestrebt, verschiedene Formen der Partizipation zu entwickeln, etwa Co-Kuratierung von Ausstellungen, durch die Etablierung eines Bürgerbeirats für das Museum sowie ein jährlich stattfindendes Museumsforum. BürgerInnen tragen als ReferentInnen oder ZeitzeugInnen zur Wissensgewinnung und -vermittlung im Rahmen von Peer-to-Peer-Angeboten bei. Ehrenamtliche bilden ein Netzwerk, das einbezogen ist in die Pflege der Obstanlagen und Gärten, der Bewirtschaftung der Wälder sowie die Ernte und Verarbeitung anfallender Wildfrüchte.

b. Besucherbefragungen

Ausgangslage

Es gibt keine aktuelle Besucherbefragung. Besucherstatistiken geben nur unvollständig Auskunft

STÄRKEN

- Hohe Besucherzahlen von rund 60.000 pro Jahr
- Zahlenmäßige Erfassung der Teilnehmenden an allen Veranstaltungen
- Es gibt viele Möglichkeiten, um Anreize

SCHWÄCHEN

- Letzte Besucherbefragung von 2002
- Defizite in Öffentlichkeitsarbeit, Präsentation und Vermittlung werden nicht erkannt, Angebote nicht zielgerichtet erstellt
- Fehlende systematische Analyse,

zur Teilnahme an Besucherbefragungen zu geben: Preise, Freikarten, Gutscheine, Kutschfahrten, Tag im Freilandmuseum mit Blick hinter die Kulissen

weshalb Vermittlungsangebote von wem angenommen werden oder nicht

- Kein Online-Befragungstool vorhanden

Zielvorstellungen

- Das Museum kennt seine Besucher durch regelmäßig (dreijähriger Turnus) durchgeführte und ausgewertete Besucherbefragungen²⁹
- Die Ergebnisse der Besucherbefragungen werden rückgekoppelt mit den einzelnen Abteilungen und fließen ein in Gestaltung der Kommunikationswege, in das Informations- Bildungs- und Vermittlungsangebot, die Erschließung des Geländes und seiner Infrastruktur (Komfort, Sitzbänke, Wege, Toiletten, Öffnungszeiten, Mitarbeiterschulungen)
- Das Museum wird von außen wahrgenommen als eine Institution, welche die Bedürfnisse und Wünsche ihrer BesucherInnen sowie ihrer MitarbeiterInnen wahr- und ernst nimmt
- Besucherzahlen konnten aufgrund der zielgruppenorientierten Öffentlichkeitsarbeit und der zusätzlichen Vermittlungsangebote gesteigert werden, weiße Flecken (fehlende Besucher aus bestimmten Regionen und Zielgruppen) haben sich verkleinert

c. Das Freilandmuseum als inklusiver Ort

Ausgangslage

„Museen haben viele Möglichkeiten, Inklusion umzusetzen, denn sie können im Gegensatz zu anderen Kultursparten verschiedene Zugänge schaffen. Dabei liegt der Schlüssel zu mehr Inklusion oftmals in der Entwicklung der Museumskultur als Ganzes“.³⁰

Die unterschiedlichsten Besuchergruppen finden ihren Weg ins Freilandmuseum. Es gibt zahlreiche niedrigschwellige Bildungs- und Vermittlungsangebote, die einen unterschiedlich hohen Grad an Teilnahme erfordern bzw. ermöglichen: Von „Dabeisein“ als ZuschauerInnen an Aktionstagen, über Angebote zum Erlernen von Fertigkeiten bis zur Teilnahme an wissenschaftlichen Tagungen.

STÄRKEN

- Die natürliche Umgebung mit Vegetation, Wildtieren und Nutztieren bietet eine stimmungsvolle Geräuschkulisse (Sehbehinderte) sowie

SCHWÄCHEN

- Die Servicegebäude sind nur teilweise rollstuhlgerecht, für Menschen mit Sehbehinderung gibt es keine taktilen Elemente; die Filme in den

²⁹ Vgl. Maßnahmenplan 2020, 5.1.

³⁰ O.A.: Das inklusive Museum. Auf: <https://www.museumsbund.de/inklusion/>, Stand: 05.05.2020.

- | | |
|---|---|
| <p>ein Augenfest (Hörgeschädigte)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit mit der Seniorenstelle des Landkreises SAD und gemeinsame Projekte • Vorhandene Kontakte zum Sonderpädagogischen Förderzentrum Nabburg und gemeinsame Projekte • Angebote für Praktika, FSJ etc. für Menschen mit Behinderung sind vorhanden • Relativ hoher Anteil von Beschäftigten mit Schwerbehinderung | <p>Medienstationen bzw. in den Social-Media-Kanälen sind nicht mit Untertitel für Hörbehinderte ausgestattet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historische Gebäude setzen Zugänglichkeit enge Grenzen • Das gesamte Gelände, auch der Hauptrundweg, ist fordernd für Personen mit körperlichen Einschränkungen und Rollstühlen, er beinhaltet zahlreiche Steigungen, schwer zu passierende Brücken etc. |
|---|---|

Zielvorstellung

- Das FMO steht allen Besuchergruppen offen gegenüber und wird von breiten Schichten als attraktives Ziel wahrgenommen. Barrierefreiheit bedeutet im FMO nicht nur „rollstuhlgerecht“, sondern wird ganzheitlich aufgefasst und umgesetzt. Das Freilandmuseum Oberpfalz beschäftigt auch eine überdurchschnittlich hohe Zahl an Beschäftigten mit Schwerbehinderung.
- Ein Rahmenplan zur Inklusion wird regelmäßig in Zusammenarbeit mit Peers fortgeschrieben und findet Anwendung.
- Barrierefreiheit erstreckt sich auf Menschen mit Handicap und Menschen ohne Handicap und ist auf allen Ebenen mitgedacht: Online-Angebote, Anfahrt, Serviceeinrichtungen, Informationsgehalt der Objektbeschriftung (einfache Sprache), ausdifferenziertes personelles Vermittlungsangebot
- für Menschen mit kognitiven Einschränkungen oder Sehstörungen wurden zusätzliche Informationsebenen in einfacher Sprache oder Blindenschrift integriert bzw. von Anfang an mitgedacht; sie sind etwa über QR-Codes abrufbar, ertastbar oder werden durch Hochklappen von Abdeckungen sichtbar
- Inklusives Haus. Ein vorhandenes geeignetes Museumsgebäude oder nach Möglichkeit ein ganzes Anwesen wird zum Erfahrungsbereich für Personen mit Handicap. Ein Aufzug ermöglicht die Besichtigung des Obergeschosses eines Anwesens, gibt Einblick in die Konstruktion, ermöglicht Besuch einer Ausstellung (z. B. im Austragshaus Köstlerwenzel), weitere Angebote richten sich an körperbehinderte und sehbehinderte Besucher
- Ausstellungen und Räume, die von körperlich eingeschränkten Personen nicht betreten werden können, werden erfahrbar durch Klanginstallationen oder AR- und VR-Angebote

- Wichtige Dauerausstellungen befinden sich nur in für Rollstuhlfahrer oder körperlich Eingeschränkte zugänglichen Bereichen der historischen Anwesen, z. V. vom Korn zum Brot im Erdgeschoss der Mühle
- Es bestehen gute Kontakte zu allen Förderschulen der Oberpfalz. Ein Vermittlungsprogramm ist in Abstimmung mit einem AK Förderschulen entstanden und u. a. auf die Berufsfindungsfächer der Klassen 7 und 8 ausgerichtet bzw. stellt eine attraktive Ergänzung dar.

VI. MUSEUM ALS WOHLFÜHLORT

„Besucher wollen sich im Museum wohl fühlen; sie setzen eine Betreuung voraus, die sie den Kontakt mit dem Museum als möglichst angenehm empfinden lässt. Service und Servicemanagement in Kultureinrichtungen und Museen sind dabei ein umfassendes Themenfeld, mit dem vielfältige Bereiche und Partner sowie komplexe Prozessabläufe verbunden sind.“³¹ Die Wohlgefühlqualität wird durch drei folgende Faktoren beeinflusst: Die Produkt- und Servicequalität, die Aufenthaltsqualität, die bauliche Qualität sowie die emotionale Qualität. Letztere speist sich maßgeblich durch die emotionale Affinität der Beschäftigten des Museums. Diese ist im Freilandmuseum Oberpfalz derzeit sehr gut. Verbesserungswürdig ist jedoch die emotionale Qualität des Museumsbesuches selbst, der derzeit nur bedingt ein Erlebnis ist.

a. Qualitätsmanagement: Service- und Produktqualität

Wer in einem relativ gesättigten Marktumfeld, so wie es derzeit die Freizeitindustrie in Ostbayern darstellt, erfolgreich sein möchte, braucht Alleinstellungsmerkmale und kaufentscheidende Faktoren, welche ihn von den übrigen Marktteilnehmern abheben. Das Freilandmuseum kann, aufgrund der ohnehin verhältnismäßig günstigen Eintrittspreise im Vergleich zu anderen Attraktionen und aufgrund des bereits bedenklich niedrigen Kostendeckungsgrades, nicht über den Preis oder zusätzliche Rabatte punkten. Da Museen generell als qualitativ hochwertige Angebote gelten, so wird für das Freilandmuseum Oberpfalz eine kompromisslose Service- und Produktqualität von entscheidender Bedeutung für den zukünftigen Erfolg sein. Dieser qualitative Ansatz muss sich in Zukunft über alle Bereiche der Museumsarbeit hin erstrecken. Außerdem benötigt das Museum Instrumente für das Qualitätsmanagement.

Die qualitativen Stärken des Museums liegen derzeit im persönlichen Engagement der MitarbeiterInnen und Mitarbeitern, welche sich aus der Identifikation mit dem Museum ergibt. Qualitative Problemfelder sind derzeit die Waren- und Servicequalität im Laden und in der Gastronomie sowie die Qualität der Vermittlungs- und Informationsangebote.

³¹ Dreyer, Matthias: Museumslandschaft Deutschland - eine Servicewüste? Überlegungen für eine verbesserten Service im Museum. In: Dreyer, Matthias, Wiese, Rolf (Hg.): Serviceorientierung im Museum. 2. Aufl., Ehestorf 2014 [=Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 80], S. 9 - 40, S. 13.

Auch die Qualität der Serviceeinrichtungen, etwa Toiletten, Wickelräume oder Garderoben, ist noch deutlich verbesserungswürdig. Gleiches gilt für die Qualität eines Großteiles der gezeigten Szenografien und Ausstellungen im Museumsgelände.

Zwar konnten in der Vergangenheit einige Verbesserungen erreicht werden, aber insgesamt besteht hier deutlicher Handlungsbedarf.

b. Aufenthaltsqualität

Die Aufenthaltsqualität bedingen jene Bereiche, die für einen bequemen Aufenthalt ausschlaggebend sind. Dazu zählen die Wegeführung, das Besucherleitsystem und Orientierungspläne, ausreichend Sitzmöglichkeiten, die Toiletten und Pausen- und Picknickbereiche. Aufenthaltsqualität beginnt aber bereits im Vorfeld des Museums, sei es auf dem Parkplatz oder auf dem Bahnhofsvorplatz in Nabburg.

Ein wichtiger Wohlfühlfaktor ist das Gefühl der Sicherheit. Hier kann das Museum, auch im Vergleich zu anderen Anbietern punkten. Im weiteren Sinne bedeutet „Sicherheit herstellen“ jedoch auch, dass zum Beispiel ältere Menschen immer eine Sitzgelegenheit in Sichtweite haben, auf der sie sich im Zweifel ausruhen können oder dass immer klar ist, wo sich die nächste Toilette befindet. Insofern kommt dem neuen Besucherinformationssystem im Hinblick auf die Aufenthaltsqualität eine wichtige Bedeutung zu. Die Informationen auf Stelen und Tafeln ermöglichen eine verbesserte besucherfreundliche Orientierung, um die Gäste durch das weitläufige Gelände zu führen.

Im Museum befinden sich mehrere Toilettenanlagen aus der Gründungszeit vor mehr als 30 Jahren. Mit der Renovierung der Toiletten im Gelände ist im Wirtshaus Unterbürg gestartet worden. Eine Fortsetzung der Erneuerung der WC-Anlagen und Ausbau der Wickelmöglichkeiten für Kleinkinder im Gelände ist derzeit geplant. Eine behindertengerechte Toilette befindet sich aktuell nur im Eingangsbereich des Museums sowie im Wirtshaus.

Ein wichtiger Wohlfühlfaktor ist die gepflegte Kulturlandschaft bestehend aus den historischen Gebäuden und den abwechselnden Feldern, Streuobstwiesen, Teiche, Waldbereichen und dazwischen alte Haustierrassen. Zur Entspannung laden gepflegte Sitz- und Picknickgelegenheiten im gesamten Gelände ein. Allerdings besteht kein Konzept für die Sitzgelegenheiten.

Für Gehbehinderte ist das Gelände fußläufig schwer zu besichtigen. Ein Rollstuhl kann an der Kasse in der Eingangshalle ausgeliehen werden. Für eine Fahrmöglichkeit durch das Gelände fehlen etwa Elektrofahrzeuge, die ausgeliehen werden können.

Die historische Gastwirtschaft, ungefähr in der Mitte des Rundgangs, bewirbt die Museumsgäste zu den Öffnungszeiten mit kleineren Brotzeiten und Getränken. An Sonn- und Feiertagen werden im Museumsbackofen frische Brote und Süßes gebacken, welche der Museumsbäcker im Anschluss zum Verkauf anbietet. Das derzeitige gastronomische Angebot ist eines der Defizite des Museums.

In Zukunft ist es das Ziel, die Aufenthaltsqualität – und in der Folge die Aufenthaltsdauer – der BesucherInnen deutlich zu steigern. Hierfür ist eine Verbesserung in allen angeschnittenen Bereichen notwendig.

c. Bauliche Qualität

Ausgangslage

Die historischen Gebäude des FMO sind in einem insgesamt guten baulichen Zustand. Dazu tragen vor Allem die regelmäßig und zeitnah ausgeführten Ausbesserungs- und Sanierungsarbeiten, die zum allergrößten Teil von den Museumshandwerkern durchgeführt werden, bei. Problematisch ist der starke Befall durch Holzschädlinge, der in zahlreichen Gebäuden auftritt. Das Gebäudeensemble Verwaltung und Ausstellung bedarf eines Updates in gestalterischer und energetischer Hinsicht, um den in diesen Bereichen gestiegenen Anforderungen gerecht zu werden.

STÄRKEN

- Keine größeren baulichen Mängel an der Bausubstanz sowohl bei den historischen Gebäuden wie auch bei den Funktionsbauten aufgrund des regelmäßig durchgeführten Bauunterhaltes (Dacheindeckungen, Holzbauteile, usw.) durch eigene Handwerker
- In den vergangenen Jahrzehnten erkannte Defizite, wie Durchfeuchtung von Bauteilen oder Schäden durch zu große Temperaturschwankungen der nicht mehr bewohnten Gebäude wurden z. B. durch den Einbau von Temperierungen wesentlich verbessert
- Die Durchführung der genannten regelmäßigen Sanierungsarbeiten ermöglichen Veranschaulichung und Dialog mit den Museumsbesuchern zu dieser Thematik

SCHWÄCHEN

- Befall von Holzbauteilen durch Schädlinge
- Steigender Reparaturbedarf durch fortschreitende Alterung der Gebäudesubstanz
- Nicht mehr befriedigender Zustand der Gebäude im Eingangsbereich bezüglich Energieverbrauch und zeitgemäßer Anmutung
- Nach wie vor existieren behelfsmäßig abgedeckte Lagerflächen sowohl im Museumsgelände als auch im Waldlager.

Zielvorstellungen

- Bausubstanz und Haustechnik des Gebäudeensembles Eingangsbaugruppe mit Verwaltung, Ausstellung, Hausmeisterwohnung und Betriebstechnik ist seit 25 Jahren unverändert. Somit besteht Sanierungs- bzw. Erneuerungsbedarf in nennenswertem Umfang. Als dringend erforderliche Maßnahmen wären hier zu nennen: Austausch

der Heizanlage, Fassadenertüchtigung und Erneuerung der Klimatisierung des Ausstellungsgebäudes.

- Anzustreben wäre in diesem Zusammenhang ein umfassenderer Ansatz, möglichst unter Inanspruchnahme von Fördermitteln zur energetischen Sanierung, bei dem ein komplettes Klimaschutzmanagement erstellt und eingerichtet werden soll. Dies wäre umso mehr wünschenswert, da das Freilandmuseum sich in seiner Eigenschaft als Umweltstation hier auch regional federführend und beispielgebend präsentieren sollte.
- Für die historischen Bestandsbauten sollte der Einsatz von digitalen Sensoriksystemen geprüft und, falls sie sich bewähren, in sinnvollem Umfang schrittweise ausgebaut werden. Die Ausweitung des Einsatzes derartiger Kontrollsysteme in den Bereich Landwirtschaft ist anzustreben.
- Die in diesem Jahr (2020) bereits eingeplante Begasung des Waldlerdorfes muss in den kommenden Jahren für die weiteren Siedlungseinheiten fortgesetzt werden, um mittel- und langfristig den Holzschädlingsbefall auf ein hinnehmbares Niveau zu reduzieren. Es ist anschließend zu prüfen inwieweit eine Wiederholung der Maßnahmen in einem mehrjährigen Intervall nötig ist.

d. Ertüchtigung des Museumsgeländes

Ausgangslage

Das Museumsgelände ist sehr weitläufig und stark profiliert. Es ist ein gut ausgebautes Wegenetz für die Besucher angelegt. Es wird allerdings zum Teil von den Museumsmitarbeitern für die Zufahrt an die Einsatzstellen häufig frequentiert. Für die großen Entfernungen sind noch relativ wenige Aufenthaltsbereiche vorhanden. Die klimatischen Veränderungen, die in den letzten Jahren bereits spürbar wurden, stellen die Bereiche Land- und Forstwirtschaft sowie die Landschaftspflege auch im Freilandmuseum vor erhöhte Herausforderungen.

STÄRKEN

- Das in die historisch gewachsene Kulturlandschaft eingebundene Museumsgelände bietet durch seine vielfältigen und abwechslungsreichen Strukturen dem Besucher eine hohe Aufenthaltsqualität
- Die Infrastruktur wurde in den zurückliegenden Jahrzehnten kontinuierlich ausgebaut und verbessert – Sie erfüllt weitgehend die für einen guten Museumsbetrieb erforderlichen Anforderungen

SCHWÄCHEN

- Noch nicht umgesetzte aber dringend notwendige Anpassungen im Hinblick auf Inklusion
- Über die letzten Jahrzehnte hinweg gemäß unterschiedlichen Ansätzen entstandene Bereiche ergeben z. T. kein ansprechendes, einheitliches Erscheinungsbild
- Durch räumliche Veränderungen (z.B. Umzug des Depots) und zu hinterfragende Sammlungs- und Aufbewahrungsbemühungen

entstandene Objekt und
Materialanhäufungen – Stichwort
Walddepot

- Die über verschiedenen Zeiträume hinweg entstandenen Leitungssysteme sind nur unzureichend dokumentiert, was bei der Weiterentwicklung und der Behebung von Störungen Probleme bereitet

Zielvorstellungen

- Wege und Gebäudezugänge müssen für BesucherInnen mit Handicap besser benutzbar und zugänglich gemacht werden. Dazu müssen in den kommenden Jahren bei den regelmäßig anfallenden Ausbesserungsarbeiten an z.B. steilen Wegabschnitten, Brücken usw. Veränderungen vorgenommen werden. Das Thema Gendergerechtigkeit ist bei den noch ausstehenden WC-Sanierungen zu bedenken.
- Ruhe- und Aufenthaltsplätze sowie Sitzgelegenheiten sollten durchgängig nach einem einheitlichen und zeitgemäßen Konzept ausgestaltet werden. Es müssen weitere Aufenthaltsbereiche geschaffen werden.
- Im Wegenetz sollen Besucher- und Fahrwege definiert werden. Die Flotte an Museumsfahrzeugen sollte mittelfristig elektrifiziert werden. Eventuell können auch für Besucher mit Einschränkungen elektrisch betriebene oder unterstützte Fahrzeuge bereitgestellt werden. Dazu müsste sowohl innerhalb des Geländes als auch außerhalb (Eingangsbereich und/oder Parkplätze) eine Ladeinfrastruktur geschaffen werden.
- Die in den zurückliegenden Jahrzehnten nicht nachweisbar durchgeführte Kontrolle des Baumbestands im Hinblick auf die Verkehrssicherheit der von den BesucherInnen frequentierten Wege und sonstigen Bereiche muss rechtskonform weitergeführt werden. Sie wurde im Herbst/Winter 2019/20 begonnen und wird in den kommenden Jahren fortgesetzt. Dazu müssen im Haushalt entsprechende Mittel bereitgestellt sowie Personal ausgebildet und eingesetzt werden.
- Die Ver- und Entsorgungsleitungen sollen vollständig erfasst und in digitale technische Planunterlagen überführt werden. Diese sind ständig zu aktualisieren umso eine notwendige Grundlage für anstehende Maßnahmen (wie z.B. Wasserversorgung für die Umgestaltung des Tummelplatzes oder die Stromzuführung für neu zu errichtende Gebäude) zu bilden.

D. Schlüsselprojekte FMO 2030

I. GROSSGERÄTEDEPOT

Die meisten der Großobjekte sind seit langer Zeit in einem Ersatzlager, der sogenannten Dankerlhalle untergebracht. Weitere Unterbringungsorte sind die Nebengebäude der Exponathäuser in Neusath und in Perschen. Es handelt sich nicht um Depots, denn mit dem Begriff Depot sind bestimmte museale Bedingungen und Standards verknüpft, die hier nicht annähernd eingehalten werden können. Ohne geeigneten Boden, Wände oder Dach, mit ungebremstem Schädlingsbefall und mit den unhaltbaren klimatischen Bedingungen und ohne geeignete Erschließung oder Nutzungsorientierung ist es eher eine „Kulturkompostieranlage“.

Gerade im Bereich der Großgeräte ist ein akuter Handlungsbedarf gegeben. Der Erhalt von Sammlungsgut steht in jedem Museum an höchster Stelle. Die derzeitige Situation führt in naher Zukunft zum Untergang der Großgerätesammlung. Nötige Folgemaßnahmen können sinnvollerweise erst nach dem Bau des Großgerätedepots erfolgen (Umzug Textildepot, Aufarbeitung Pflugsammlung, Aufarbeitung Windmühlensammlung, etc.).

Bereits bei der Planung des neuen Zentraldepots wurde thematisiert, dass im Zentraldepot nur die klein- und mittelgroßen Objekte eingelagert werden. Aufgrund der guten Umsetzung wurden uns weitere EU-Mittel zugesagt, um ein Depot für unsere Großobjekte, wie Kutschen, Leiterwägen oder Traktoren zu bauen. Zugunsten des Bauhofes mit Abbundhalle wurde das neue Projekt Großgerätedepot aber auf unbestimmte Zeit verschoben. Die damalige Planung könnte aber mit relativ geringem Aufwand an die heutigen Ansprüche angepasst werden.

In Anlehnung an das neue vorbildliche Zentraldepot, soll der Bau eines neuen Großgerätedepots (Industriehalle) idealerweise mit integrierter Konservierungswerkstatt für Fahrzeuge nach aktuellem Standard mit hoher Priorität umgesetzt werden. Alle Objekte, die momentan in unzureichenden Lagern verstreut über das ganze Gelände untergebracht sind, werden strukturiert in einem den konservatorischen Anforderungen angepassten Depot untergebracht und partiell, geführt und/oder virtuell der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Lagerflächen im Zentraldepot, die momentan durch die Rettungsaktionen gefährdeter Großobjekte belegt sind, geben den Platz frei für die zu integrierende Textilsammlung (momentan Edelmannshof in Perschen).

II. KÖSTLERWENZEL

Der derzeitig genutzte museumspädagogische Raum im Obergeschoss des Denkenbauernhofs ist weder barrierefrei noch verfügt er über einen zweiten Flucht- und Rettungsweg. Es besteht der dringende Bedarf nach zwei wertigen

Gruppenarbeitsräumen, um zwei Schulklassen gleichzeitig (Stichwort Auslastung Reisebus bei Exkursionen) im Museum betreuen zu können.

Der Wiederaufbau des Nebengebäudes der Hofstelle Köstlerwenzel ist weitgehend abgeschlossen. Es fehlt jedoch das vor der Translozierung durch Brand zerstörte Wohnstallhaus. Um das Anwesen wieder funktional und proportional zu vervollständigen, ist geplant, das Wohnstallhaus in Form eines zeitgemäßen Holzständerbaus, allerdings unter Bezugnahme auf historische Bauformen und -techniken neu zu errichten. Für die Planung konnte der Architekt und Holzbauexperte Prof. Max Zitzelsberger (TU Kaiserslautern) gewonnen werden, der diese im Rahmen eines Forschungsprojektes kostenlos erstellt. Gedacht ist ein einfacher und funktionaler, aber durchaus qualitativer Holzbau, welcher eine zeitgemäße Interpretation klassischer Holzarchitektur darstellt. Das Gebäude soll klimaneutral sein und einem Passivhausstandard genügen. Dabei ist zu bedenken, dass keine Wohnraum- sondern eine Arbeitsraumqualität geschaffen wird. Im Obergeschoss sollen Übernachtungsmöglichkeiten in Form eines Matratzenlagers geschaffen werden, rückseitig soll zudem eine Toilettenanlage untergebracht werden.

Als Anschubfinanzierung wird für die Errichtung des Gebäudes ein Förderantrag als Modellprojekt im Rahmen von Umweltbildung Bayern gestellt. Aus diesem Fördertopf stehen bis zu 50.000€ bereit. Beim Museumsförderverein soll zudem ein Antrag auf Unterstützung des Projektes in Höhe von 20.000€ gestellt werden. Bei den Bayerischen Staatsforsten wurde unverbindlich angefragt, ob diese das Bauholz sponsern würden, was im Bereich des Möglichen liegt. Ein besonderes Augenmerk wird auch auf das Thema Upcycling bereits im Museum vorhandener Bauhölzer gelegt. Die Bauausführung kann weitgehend mit Eigenmitteln erfolgen, soll jedoch von der Jugendbauhütte Regensburg im Rahmen eines Sommerprojektes unterstützt werden. Von Vorteil ist, dass bei der Errichtung des Nebengebäudes bereits ein Technik- und Anschlussraum errichtet wurde, der in seiner Dimension auch für da neue Gebäude nutzbar ist.

Das Anwesen Köstlerwenzel im Stiftlanddorf wird damit zum zentralen, barrierefreien Vermittlungsort im Museumsgelände. Aufgrund seiner relativen Nähe zum Museumseingang ist auch eine Nutzung außerhalb der Museumssaison denkbar.

III. SPIEL- UND ERLEBNISPLATZ

a. Ausgangslage

Der derzeitige Tummelplatz am Südrand des Freilandmuseums aus dem Jahr 2003/2004 (Baugruppe Naabtal) ist mit seinen Spielgeräten und den Möglichkeiten zu freiem Spiel nicht mehr zeitgemäß. Nicht alle Segmente aus der erwünschten Zielgruppe (Familien mit Kindern von (0 bis 14 Jahren) werden angesprochen. Die damalige Zielsetzung, Kinder so natürlich und dorfgerecht spielen zu lassen, dabei Einblicke in das Leben der Menschen früher zu ermöglichen, „ohne dass Kinder merken, dass sie auf Spielplatz

sind“, funktioniert in dieser Konsequenz und mit der vorhandenen Ausstattung nicht mehr. Das vorhandene Potential des Geländes wird nicht ausgeschöpft.

SCHWÄCHEN

- Fehlende Sitzplätze in unmittelbarer Nähe zum Spiel- und Tummelbereich
- Selbstgebaute Spielgeräte wie Balancierstamm, Kletterbäume, Wippe lieblos, teilweise nicht funktionsfähig, bergen Unfallrisiko
- Wasserspielbereich bietet nur eingeschränkte Spielmöglichkeiten, ein Grund: Wasserversorgung aus derzeitiger Zisterne unzureichend

STÄRKEN

- Abwechslungsreich modelliertes Gelände mit Spielbereich, mehrere Hügel, Kiesflächen, ebenen Flächen,
- Lage in Verbindung mit Picknickplatz
- Geländestufe ermöglicht Spiel „im Verborgenen“
- Großzügiger und ausbaufähiger Ruinenbereich
- Vorhandener Wasserzulauf aus Regenwasserzisterne
- Terrassenartig angelegte Sitzstufen im Halbkreis mit anschließender Wiesenarena
- Biotop: Kleinstteich dient als Sammelbecken für Regenwasser aus Baugruppe Naabtal, typische Vegetation eines Teichs vorhanden
- Baugruppe Naabtal ist erweiterbar durch Zusätzliche Exponate (Kramerladen, Spielscheune etc.), damit erhöht sich die Attraktivität der Umgebung des Spiel- und Erlebnisplatzes
- Vorhandene Scheune und vorhandener Garten lassen sich in den Erfahrungsbereich der Sinne integrieren

b. Zielvorstellungen

- Spiel- und Erlebnis- und Aktionsraum der Sinne für Kinder, die mit ihren Familien das Museum besuchen, sowie für Kinder und Jugendliche, die im Gruppen- oder Klassenverband kommen und ein buchbares Programm konsumieren
- Naturnah und ökologisch sinnvoll und durchdacht, natürliche Materialien werden verwendet, auf klassische Spielgeräte wird verzichtet, dafür Kletterobjekte aus weitgehend unbehandelten Baumstämmen, im Boden verankerte Seile machen das Erklettern erlebnisreicher und einfacher

- Aktivierende Elemente wechseln sich ab mit Rückzugsorten und Ruhebereichen
- Gleichzeitig Durchführungsort von buchbaren museums- und umweltpädagogischen Programmen für Kinder und Jugendliche, Themenbereich Lebensraum Wiese, Lebensraum Teich.
- Die vorhandenen Spielgeräte sind durch Ferienaktionen unter pädagogischer und fachlicher Betreuung entstanden und bereichern den Erlebnisort langfristig und kostenintensiv (z.B. eine Aussichtskanzel, ein Spielhaus, eine Brücke)
- Alle Sinne werden durch Gestaltungselemente, eingebauten Spielgeräten und integrierten Museumsobjekten angesprochen: Fühlen von Wasser, Blättern, Gras, Holz, Rinden, Riechen und Schmecken auf Wiesen beim Barfußlaufen, auf der „Essbaren Wiese“, in der Wildfruchthecke sowie im Sinnesgarten bei der Schmiede, sehen und hören (Wasserplätschern, Wind im Geäst des Weidentunnels, der Klang einheimischer Hölzer im Klangspiel aus Ästen)
- Zur Verfügung stehende Materialien laden zum freien Spiel und Bauen ein (Äste für Mikado, Bauklötze für Wickingerschach, Holzrohlinge und Ruten zur Herstellung von Hirtenstäben, Holzspaten.
- Abnahme der Spielvorgaben und Spielgeräte von Ost (Wasserspielplatz mit Matschbereich, Kletter- und Ruinenbereich, Holztiere zum „Reiten“) nach West (Hügel mit Aussichtskanzel, Spielhaus im Tal, Lagerfeuerbereich), jüngere Kinder in Nähe der Sitzplätze und der Kegelbahn, ältere Kinder kommen „in den Hügeln“ auf ihre Kosten, wo sie die Aussichtskanzel erobern oder sich im Spielhaus aufhalten können
- Wasserspielplatz mit Matschbereich und Rindenboothafen wird durch weitere Zisterne ermöglicht, dadurch wird ausschließlich Brauchwasser verwendet
- Integration einer Spielscheune als regensicheren Spielbereich und Picknickplatz.³² Dabei Verwendung der Scheune aus Brennbach oder eine neu angekaufte Scheune

IV. GASTRONOMIEKONZEPT

Die Gastronomie im Oberpfälzer Freilandmuseum beschränkt sich bislang auf die ca. 1 km vom Ein- und Ausgang entfernte Gaststätte „Beim Wirth“. Das historische Wirtshaus verfügt über etwa 30 Sitzplätze im Erdgeschoss, rund 90 Sitzplätze im Obergeschoß und zudem über einen Außenbereich (Biergarten) für rund 200 Personen (Festbestuhlung). Auf Grund der Größe der Küche und der lebensmittelrechtlichen Vorschriften ist nur ein eingeschränktes Angebot von Getränken und Brotzeiten möglich. Besucher bezeichnen die Bewirtung als „spartanisch“. Bei größeren Aktionstagen reicht die Kapazität des Wirtshauses nicht aus.

Ein Bericht der HOGA (Hotel- und Gaststättenverband) aus dem Jahr 1999 handelt von einer Erweiterung des Gaststättenbetriebs in Neusath im Eingangsbereich. Darin ist von

³² Maßnahmenplan 22.02.2020, 2.6

einer multifunktionalen Nutzung und von einem potenziellen Gästekreis aus dem Einzugsgebiet sowie einer Bewirtung von Bus- und Besuchergruppen die Rede.

Wichtig für die Akzeptanz und den Erfolg eines Museums ist das Angebot einer gepflegten und erreichbaren Gastronomie. Die Besucher erwarten eine Möglichkeit zur Einnahme von Speisen und Getränken und vor allem zum Ausruhen und Reflektieren des Erlebten. Grundsätzlich sollte die Museumsgastronomie unabhängig von den Öffnungszeiten des Museums zugänglich sein, so müsste sie etwa in der Woche und an den Wochenenden auch abends geöffnet sein. Somit könnten, unabhängig von den Museumsöffnungszeiten, Tagungen, Familienfeiern usw. abgehalten werden. Außerdem wäre es ein geeigneter Ort für kulturelle Angebote wie z.B. Musikveranstaltungen, Vorträge, Lesungen oder kleine Theaterstücke.

Ein Ausbau der Gastronomie außerhalb des eingezäunten Geländes in unmittelbarer Nähe zum Eingang und zum Museumsparkplatz ist mit einer Umfunktionierung des Ausstellungsgebäudes möglich.

Für die Einrichtung und die Finanzierung des passenden Ambientes kann in Zusammenarbeit mit einer regionalen Brauerei oder einer Kaffeerösterei erfolgen. Optimal wäre ein Sponsoring durch ein solches Unternehmen.

Langfristig, falls die derzeitigen Pächter aus Altersgründen ausscheiden, ist geplant, die Gastronomie in eine von einem freien Träger getragenen inklusive gGmbH nach dem Vorbild der Gastronomie in der KZ-Gedenkstätte Flossenbürg zu überführen. Damit könnten nicht nur Arbeitsplätze für Menschen mit kognitiven Einschränkungen im Landkreis Schwandorf geschaffen werden, sondern die Museumsgastronomie wäre strukturell deutlich kontinuierlicher aufgestellt, als mit dem derzeitigen privatwirtschaftlichen Verpachtungsmodell.

V. WEITERENTWICKLUNG MUSEUMSGELÄNDE UND AUSSTELLUNGSKONZEPT

„Das „Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen“ umfasst heute neben dem Edelmannshof in Perschen eine Fläche von rund 33 Hektar in Neusath. Auf dem Gelände des Freilichtmuseums befinden sich gegenwärtig 12 Höfe und Nebenerwerbsbetriebe mit ihren Nebengebäuden wie Stadeln, Schupfen und Backöfen, sowie die Rauberweihermühle, das Wirtshaus Unterbürg, die Kapelle aus Urspring, die Kegelbahn aus Ottenzell und die Raiffeisenhalle aus Floß. Im Wesentlichen stammen die Häuser aus dem 18. und 19. Jahrhundert. Die Inneneinrichtungen geben zum Teil den Zustand unmittelbar vor der Transferierung wieder.“³³

³³ Angerer, Birgit, Drascek, Daniel, Appl, Tobias, Alkofer Elisabeth, Waldemer, Georg: Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Bestandsaufnahme, Standortbestimmung und Empfehlungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Regensburg 2016 [unveröffentlicht], S. 7.

Das Freigelände in Neusath wurde gemäß dem Kulturlandschaftskonzept, das der damalige Museumsleiter Manfred Neugebauer maßgeblich entwickelt hat, gestaltet. Das großzügig angelegte Museumsgelände mit den in rekonstruierte landschaftliche Kontexte eingebetteten Gebäuden ist ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal des Freilandmuseums Oberpfalz und trägt maßgeblich zur Attraktivität des Museums bei. Obgleich das Konzept durch Maßnahmen, die unter dem kommissarischen Leiter Adolf Eichenseer durchgeführt wurden, etwa die Veränderung der Wegführung, ein Stück weit aufgeweicht wurde, so ist dennoch das Kulturlandschaftskonzept nach wie vor zeitgemäß und tragfähig.

a. Ausgangslage

Gleichzeit birgt gerade die Weitläufigkeit und die an historische Vorbilder eine Reihe von Herausforderungen. Zum einen ist dies die personalintensive Pflege des über 30 ha großen Geländes. Personalintensiv ist dabei nicht nur die landwirtschaftliche Bearbeitung der Flächen, sondern vor allem auch die Instandhaltung von Gebäuden, Wegen, Infrastruktur, Sparten und die Gewährleistung der Verkehrssicherheit. So wurden etwa im Jahr 2019 über 1000 Museumsbäume kartiert und ein Baumpflegekataster erstellt. Auch die wissenschaftliche Dokumentation der Flora und Fauna auf dem Museumsgelände, welches sich in den letzten 30 Jahre zu einem Artenhotspot entwickelt hat, und das Spannungsfeld zwischen effizienten Museumsbetrieb auf der einen und Artenschutz auf der anderen Seite, stellt eine dauerhafte Herausforderung für das Museum dar.

Eine weitere Herausforderung, die sich aus dem Kulturlandschaftskonzept ergibt, ist die mangelhafte Barrierefreiheit des gesamten Geländes. Für Menschen mit eingeschränkter Mobilität ist das Gelände aufgrund seiner Größe, der Oberflächenbeschaffenheit der Wege, aber auch aufgrund von Steigungen nur schwer oder nicht zugänglich.

Das Museum verfügt naturgemäß über zahlreiche Gebäude und Räume. Davon ist aber aufgrund konservatorischer, funktionaler und infrastruktureller Aspekte nur ein geringer Teil nutzbar. Vor allem gibt es zahlreiche Nutzungskonflikte innerhalb des Museumsgeländes. Es fehlen ein Raumnutzungsplan und ein Wegekonzept. In zahlreichen Gebäuden sind Ausstellungsflächen und Räume der Vermittlung, die Lagerflächen Bauhof und Lagerflächen der Museumspädagogik nicht eindeutig voneinander getrennt.

STÄRKEN

- Zahlreiche, für Besucher nicht zugängliche Räume lassen sich effektiver nutzen für Zwecke der Lagerung von LW und MusPäd. Im Gegenzug können andere Räume für eine öffentliche Nutzung frei gegeben werden.

SCHWÄCHEN

- Bereits zahlreiche Räume in den historischen Anwesen sind für Lagerzwecke gesperrt. Mit jedem Ausschluss der Besucher aus Gebäudeteilen verringern sich die Möglichkeiten für ein authentisches Erlebnis

- Es gibt zu wenig Lagerflächen im Museumsgelände.
- Für machen Flächen oder Räume fühlt sich niemand zuständig.

Es herrscht Unklarheit in der Belegschaft und bei den freiberuflichen Mitarbeitern, bei Fieranten und Marktbeschickern, Imkern, Biologen, welche Wege mit welchen Fahrzeugen wann befahren werden dürfen, welche Uhrzeiten, Wege und welches Verhalten (laufender Motor) dagegen tabu sind und welche Zufahrtstore für wen für die Benützung zur Verfügung stehen. Fieranten und Kursanbieter werden bislang nicht eingewiesen und geschult was diese Verhaltensweisen, den musealen Charakter von Gebäuden und die Besonderheiten im Umgang mit dem Freigelände angeht. Dies führt zu Schäden und/oder ist ein schlechtes Vorbild für Besucher und weitere Gäste (Balken als Pinnwand verwendet, Einsatz eigener Putzmittel, eigener Elektrogeräte, Heizgerät, Wasserkocher, Türen werden nicht geschlossen gehalten etc.)

b. Zielsetzung

- Ein Raumnutzungsplan definiert die Nutzung und die Zuständigkeit der einzelnen Räume und Flächen.
- Ein Wegekonzept regelt den Zugang durch Tore und die Befahrbarkeit durch feste und freie Mitarbeiter. Das Konzept wird regelmäßig aktualisiert, freiberufliche Mitarbeiter und sonstige Nutzer der Wege bestätigen die Kenntnisnahme jährlich mit einer Unterschrift
- Ein Raumnutzungsprogramm mit fester Zuordnung der Funktionen, der Ausstattung und der möglichen buchbaren Zusatzausstattung liegt vor, die relevanten Auszüge sind den jeweiligen Mitarbeitern der Abteilungen zugänglich
- Es gibt keine Nutzungsüberlagerungen zwischen Ausstellungsbereichen, Lagerräumen des Bauhofs und Räumen für die Vermittlung, die zu Schäden oder erhöhter Arbeitsbelastung oder Reinigungsaufwand führen. Ausnahme bilden nur tatsächliche Nutzungsüberlagerungen, wie sie etwa in der Durchgangsremise im Matzhof bestehen und die erhalten bleiben sollten. Sie lassen die Besucher Einblicke nehmen in die komplexe Museumsarbeit und lassen sich im Zusammenhang mit der Nutztierhaltung kaum vermeiden. Hier lautet die Devise nicht „verstecken“, sondern sichtbarmachen und vermitteln. Die Remise Matzhof ist Aufbewahrungsort für Tierfutter, Werkzeuge und Geräte, die zur Versorgung von Gärten, Äckern und Tieren durch MitarbeiterInnen nötig sind. Die Gegenstände werden dem Besucher erläutert durch Aufschriften auf Futterkiste und an Geräten.
- Regelmäßige Aktualisierung des Raumnutzungsprogramms und jährlicher Abgleich durch die jeweils zuständigen Abteilungsleiter, regelmäßige Überprüfung der Einhaltung nach Saisonende

- KursanbieterInnen, Fieranten und weitere Gäste im Museum erhalten zu Beginn der Partnerschaft und weiter einmal jährlich ein Infoblatt mit den wichtigsten Regularien und bestätigen Kenntnisnahme – etwa wo mit PKWs gefahren werden darf, welche Geräte stehen zur Ausleihe zur Verfügung, auf welche Geräte und damit Komfort muss im FMO verzichtet werden. Ein Leitfaden für die MuseumspädagogInnen befindet sich bereits im Entstehen. Die Ausweitung auf Fieranten und weitere Gäste im Museum bis Jahresende 2020 ist geplant.
- Es gibt Räume und Flächen, welche für Vereine oder Initiativen buchbar und nutzbar sind.

Das Museumsgelände ist für die BesucherInnen sowohl Aufenthalts-, Informations- und Erlebnisort gleichermaßen. Das Ziel ist, dass das Museumsgelände für alle BesucherInnen gleichermaßen erfahrbar ist.

Im Zuge dessen muss für das ganze Gelände - im laufenden Betrieb - ein neues Ausstellungskonzept erarbeitet und umgesetzt werden. Zudem wollen wir neue digitale Services - etwa eine Museums-App für tschechisch- und englischsprachige Besucherinnen und Besucher - anbieten. Darüber hinaus müssen auch weiterhin die wissenschaftlichen Arbeiten, welche der laufende Betrieb erfordert, von der Erarbeitung von Sonderausstellungen bis hin zur Begutachtung von zur Translozierung angebotenen Gebäuden erfolgen.

Der derzeitige Zustand des Museumsgeländes ist auch dem Umstand geschuldet, dass in den vergangenen 15 Jahren die Personaldecke schlicht zu dünn war, um die Gebäude, Ausstellungen, Szenographien und Beschilderungen auf einem aktuellen Stand halten. Letztlich kann zwar mit einem temporären Kraftakt das Niveau sicher wieder gesteigert werden, aber um es dauerhaft zu halten, müssen entsprechende Ressourcen vorhanden sein.

c. Maßnahmen

Hinsichtlich der Weiterentwicklung des Museumsgeländes sind zwei Wege zu beschreiten. Einerseits ist eine Ergänzung der bisherigen Baugruppen (1) zu verfolgen, andererseits soll eine Erweiterung des Museums in Richtung der Zeitgeschichte stattfinden (2). Die Aufnahme neuer Gebäude ist auch im Interesse der BesucherInnen. Diese fragen häufig nach, wann denn endlich wieder ein neues Gebäude zu sehen sein werde.

Für die Umsetzung von Handlungsbereich 1, der Vervollständigung der ursprünglichen Museumsdörfer mit geeigneten Gebäuden, stehen mindestens 7 Bauplätze zur Verfügung. Davon befinden sich drei im Stiftlanddorf, zwei bzw. drei im Waldlerdorf und zwei im Juradorf.³⁴ Überdies wurde beim Paulerverl der Stadel nicht aufgebaut. Es

³⁴ Neugebauer 1985, S. 12 sieht im Stiftlanddorf noch vier Bauplätze (davon 1 jetzt Köstlerwenzel), vier weitere Bauplätze (davon 1 jetzt Laichstätt) im Waldlerdorf und einen kleinen Bauplatz im Mühlental vor.

In Neugebauer, Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen (= Bayerische Museen; 12) zeigt der

erscheint sinnvoll, das Konzept mit geeigneten Gebäuden zu vervollständigen und hierfür die noch verfügbaren Bauplätze vorzuhalten. Die Verfolgung dieser Pläne ist objektabhängig.

Handlungsbereich 2, der Brückenschlag in die Gegenwart, ist an anderer Stelle, i.e. dem Naabtaldorf, zu vollziehen. Hier sollte neben der Translozierung eines großen, modernen (Gäuboden-)Bauernhofs der 1960/70er Jahre, der einen wichtigen Stellenwert hinsichtlich der Gründungsmotivation des Museums besitzt, auch die Übernahme weiterer Gebäude angestrebt werden. Zu denken ist hierbei keinesfalls nur an weitere Bauten der modernen Landwirtschaft, sondern ebenfalls an reine Wohngebäude, Geschäfte, Infrastrukturbauten und Behörden. Hauptziel sollte es sein, eine ausgewogene Mischung zu präsentieren.

Eine Erweiterung des Museumsgeländes ist vorerst nicht geplant, sollte aber als Möglichkeit überprüft werden.

Als Objekte sind denkbar (in Klammer: Handlungsbereich)

- Tankstelle, Autowerkstatt und Gerätehalle (2)
- Brücken und Stege (1 & 2)
- Landmaschinenhandel (2)
- Kramerladen, kleiner Supermarkt (1 & 2)
- Brauerei bzw. Kommunbrauhaus (1 & 2)
- Fahrradgeschäft (2)
- Poststelle (2)
- Schule (1 & 2)
- Disco (2)
- Temporäre Bauten (1 & 2)
- Trafo-Turm & Wasserspeicher (2)

Im 20. Jahrhundert erhielten die meisten Orte und Weiler in der Oberpfalz einen Strom- und Wasseranschluss. Dadurch änderten sich die Arbeitsbedingungen und Wohnverhältnisse deutlich.

- Moderne Speicherbauten (2)
- Wohngebäude (2)

Übersichtsplan auf S. 90 fünf Bauplätze im Stiftland (davon 1 jetzt Denkenbauer, 1 Köstlerwenzel), zwei Bauplätze im Waldlerdorf sowie einen nicht näher definierten Aufbaubereich im Juradorf, der auch die Gewannenfluren umfasst.

Die alten Siedlungsschilder im Gelände zeigen für das Stiftland zwei Bauplätze, für das Waldlerdorf zwei Bauplätze unterhalb Kolbeck bzw. einen Bauplatz unterhalb Langerbauer und eine Schmiede und das Gütl Brunn im Juradorf vor.

- Wüstung (1 & 2)
Menschliche Ansiedlungen sind nicht kontinuierlich. In der Vergangenheit gaben Menschen ihre Höfe infolge von Kriegen, Seuchen und Hungernöten und auch heute führt die Abwanderung in die Städte nach wie vor zu Leerständen.
- Abdeckerei (1)
- Kirche mit Friedhof (1)
- Aussiedlerhof (2)
- Legebatterie (2)
- Hammerwerk / Spiegelglasschleife
- Landspital/Armenhaus (1) als Beispiel für Frühform von Fürsorge-/Sozialeinrichtungen
- Synagoge (1) – Ansiedlung jüdischer Bewohner in Pfalz-Sulzbach bzw. Landgrafschaft Leuchtenberg

E. Personal, Organisation und Finanzen

Die zur Verfügung stehenden Ressourcen entscheiden maßgeblich darüber, wie und in welchem Maß sich das Freilandmuseum Oberpfalz in Zukunft weiterentwickelnd kann. Obgleich mit der Wiederbesetzung der museumspädagogischen Stelle bereits ein Schritt in die richtige Richtung unternommen wurde, so ist die Personalausstattung im konzeptionell-wissenschaftlichen Bereich derzeit noch nicht tragfähig: „Für die Realisierung der vielfältigen Aufgaben ist es längerfristig erforderlich, zusätzliche Personalmittel für mindestens eine Wissenschaftliche Mitarbeiterstelle vorzusehen. So werden für die Erarbeitung eines zukunftsorientierten Rahmenkonzeptes etwa zwei Jahre (2017/18) benötigt. Für die Umsetzung dieses Konzepts wird es dann notwendig sein, eine(n) wissenschaftliche(n) Mitarbeiter(in) für das Feinkonzept und die konkrete Recherche zu beschäftigen. Hierfür ist ein Zeitraum von etwa sechs bis acht Jahren zu veranschlagen (2019-2027).“³⁵ Insofern hat die Verstetigung der derzeit temporär eingerichteten wissenschaftlichen Mitarbeiterstelle oberste Priorität.

Im Bereich Handwerk und Landwirtschaft ergeben sich in Zukunft Herausforderungen im Hinblick auf die Gewinnung von Personal. Dies betrifft vor allem den Bereich der Landwirtschaft, da Personen, welche derzeit entweder aus der Landwirtschaft stammen oder noch im Nebenerwerb selbst Landwirtschaft betreiben immer seltener zukünftig zu rekrutieren sein werden.

³⁵ Angerer, Birgit, Drascek, Daniel, Appl, Tobias, Alkofer, Elisabeth, Waldemer, Georg: Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Bestandsaufnahme, Standortbestimmung und Empfehlungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Regensburg 2016 [unveröffentlicht]

Im Bereich Sammlung und Depot sollte neben den zwei handwerklich ausgebildeten Depotwarten, eine Restauratorenstelle (Schwerpunkt Holzrestaurierung) geschaffen werden. Somit können notwendige restauratorische Arbeiten am Objekt nach den neusten Standards fachgerecht intern durchgeführt werden und müssen nicht mehr extern vergeben werden. Deshalb soll nach dem Ausscheiden von Herrn Binninger (Rente) die Stelle des Konservators/Restaurators neu besetzt werden und im Idealfall als Vollzeitstelle eingerichtet werden.

Grundsätzlich steht in allen Bereichen des Personalkörpers ein Generationenwechsel vollziehen. Während im Bereich Landwirtschaft dieser bereits in vollem Gange ist, so muss dieser Wechsel in den Bereichen Depot und Verwaltung erst noch bewerkstelligt werden.

Im Hinblick auf die finanzielle Situation des Museums ist es vor allem entscheidend, die Einnahmen deutlich zu steigern. Dies soll jedoch nicht über den Museumseintritt erfolgen, sondern über das Angebot der Neben- und Zusatzleistungen. Während der Museumseintritt auch aus der gesellschaftlichen Verantwortung des Museums heraus so niedrig wie möglich gehalten werden sollte, so muss in allen anderen Bereichen eine möglichst hohe Rendite erzielt werden. Vor allem muss sich das Museum neue Einnahmequellen erschließen, die bisher aus unterschiedlichen Gründen nicht ausgeschöpft wurden. Vor allem der Bereich MICE hat hier noch ein relativ hohes Potential.

F. Fazit

„Mia hom fü zum dou,
back mas o!“

G. Literatur

Deutscher Museumsbund (Hg.): Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzeptes. Berlin 2011

Angerer, Birgit, Drascek, Daniel, Appl, Tobias, Alkofer, Elisabeth, Waldemer, Georg: Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Bestandsaufnahme, Standortbestimmung und Empfehlungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Regensburg 2016 [unveröffentlicht]

Dreyer, Matthias, Eggert, Alexander, Wiese, Giesela (Hg.): Museum machen. Museen zwischen Volkskunde und Management. Eine Festschrift für Rolf Wiese zum 65. Geburtstag. Ehestorf 2017 [=Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 94]

Bedal, Konrad: (Kein) Abschied von den Häusern. In: Dreyer, Matthias, Eggert, Alexander, Wiese, Giesela (Hg.): Museum machen. Museen zwischen Volkskunde und Management.

Eine Festschrift für Rolf Wiese zum 65. Geburtstag. Ehestorf 2017 [=Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 94], S. 15 - 23

Tobler, Beatrice (Hg.): Ballenberg. Sichtweisen auf das Freilichtmuseum der Schweiz. Bern 2019

Dreyer, Matthias, Wiese, Rolf (Hg.): Qualität, Güte, Wertschätzung. Worauf Museen achten müssen. Ehestorf 2008 [=Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 62]

Dreyer, Matthias, Wiese, Rolf (Hg.): Serviceorientierung im Museum. 2. Aufl., Ehestorf 2014 [=Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 80]

Dreyer, Matthias: Museumslandschaft Deutschland - eine Servicewüste? Überlegungen für eine verbesserten Service im Museum. In: Dreyer, Matthias, Wiese, Rolf (Hg.): Serviceorientierung im Museum. 2. Aufl., Ehestorf 2014 [=Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 80], S. 9 - 40

Kilger, Gerhard: Was Publikum wirklich erwartet. Zur Qualität von Ausstellungen und Museen. In: Dreyer, Matthias, Wiese, Rolf (Hg.): Qualität, Güte, Wertschätzung. Worauf Museen achten müssen. Ehestorf, 2008. [=Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 62], S. 9 - 22.

Franken-Wendelstorf, Regina, Greisinger, Sybille, Gries, Christian, Pellengahr, Astrid (Hg.): Das erweiterte Museum. Medien Technologien und Interne. München, Berlin 2019. [=MuseumsBausteine, Bd. 19]

Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern (Hg.): Freilichtmuseen. Geschichte - Konzepte - Positionen. München, Berlin 2007. [=MuseumsBausteine, Bd. 11]

<https://www.museumbund.de/wp-content/uploads/2017/03/qualitaetskriterien-museen-2008.pdf>, Stand: 03.06.2020

<https://www.museumbund.de/publikationen/leitfaden-zur-erstellung-eines-museumskonzepts-2011/>, Stand: 03.06.2020

Zweck Axel, Holtmannspötter, Dirk, Braun, Matthias, Hirt, Michael, Kimpeler Simone, Warnke, Philine: Gesellschaftliche Veränderungen 2030. Ergebnisband 1 zur Suchphase von BMBF-Foresight Zyklus II. Düsseldorf 2015

Neugebauer, Manfred: Rahmenplan zum Aufbau des Oberpfälzer Freilandmuseums Neusath-Perschen, unveröffentlicht, 1983; abgedruckt in: Festschrift Bauernmuseum Perschen. 20 Jahre Oberpfälzisches Bauernmuseum. 1964-1984, Weiden 1984.

Eichenseer, Adolf, Huber, Ingeborg, Maier, Stefan: Grundprinzipien für die Fortentwicklung des Konzepts Oberpfälzer Freilandmuseum Neusath-Perschen. Regensburg 1993 [unveröffentlicht]