

Schweiz hinkt nach

Museums-Pass 2007 so erfolgreich wie noch nie zuvor

Mit 28435 verkauften Museums-Pässen geht das vergangene Jahr als das erfolgreichste in die fast zehnjährige Geschichte des Trägervereins ein.

MARTIN R. SCHÜTZ

«Wir haben so viele Pässe verkauft wie noch nie», freute sich Klaus-Dieter Rohlf, Präsident des Vereins Oberrheinischer Museums-Pass, gestern vor den Medien über «das überaus erfolgreiche Geschäftsjahr 2007». Die 28435 verkauften Museums-Pässe bedeuten über alle drei Länder gesehen einen Zuwachs von sechs Prozent. Die Passbesitzerinnen und -besitzer brachten es auf über 300 000 Eintritte – die Kinder nicht mitgezählt.

Am stärksten zugelegt hat Deutschland, wo der Verein 8915 Pässe (+15%) absetzen konnte. Auch in Frankreich wuchs die Zahl jener, die den Pauschaleintritt für die über 180 Mitglieds-

museen erwarben: 5449 Pässe waren es, was einem Plus von sechs Prozent entspricht. In der Schweiz bewegte sich die Zahl verkaufter Pässe mit 14071 ungefähr in der Vorjahreshöhe. Der Markt sei in der Schweiz wohl ausgeschöpft, vermutete Rohlf und verwies auf die Geschichte des trinationalen Museums-Passes. Dieser war auf Anregung der

Oberreinkonferenz im Jahr 1999 aus dem Basler Museums-Pass hervorgegangen.

Aus Sicht des Vorstandes greift auch das Marketing, mit dem der Verein seine Mitglieds-Museen unterstützt. Der monatliche Newsletter habe bereits über 10000 Abonnenten, die Website verzeichne im Monatschnitt rund 11 400 Zugriffe, sagte Klaus-Dieter Rohlf. «Das kann als Indiz für die gute Kundenbindung und die steigende Attraktivität des Museums-Passes gedeutet werden.»

Keine Ausnahmen mehr

Die Attraktivität und damit die Passverkäufe zu steigern, ist eines der Ziele, das sich der Verein 2007 gesetzt hatte. Seit Anfang Jahr ist für die Passbesitzer der Eintritt in alle Dauer- sowie – neu – in sämtliche Sonderausstellungen der Mitgliedsmuseen frei. Zudem können sie pro Jahrespass fünf Kinder unter 18 Jahren gratis mit ins Museum nehmen, auch ohne verwandtschaftliche Beziehungen.

Aber auch für die Mitgliedsmuseen verändert sich etwas, nämlich das Rückerstattungsmodell. Bislang erhielt jedes Museum eine Verkaufsprovision von dreissig Prozent. Durch Mehrverkäufe kann es diese auf bis zu vierzig Prozent steigern.

Verkauft das Museum weniger Museums-Pässe als im Vorjahr, sinkt die Provision auf bis zu 15 Prozent.

Im Berichtsjahr flossen über 53 Prozent der Erlöse aus den Passverkäufen in den Rückerstattungsfonds. Zusammen mit der Verkaufsprovision erhielten die Museen über 81 Prozent der Verkaufseinnahmen. Als neue Mitglieder konnte der Verein das Musée Toni Ungerer in Strasbourg, das Musée du Chocolat in Geispolsheim, die Städtische Galerie Offenburg, das Städtische

Museum Bruchsal sowie das Kultur- und Museumszentrum Schloss Glatt begrüßen.

Ausgetreten ist das August Deusser Museum in Zurzach. Dieses ist eines von fünf Museen, die seit Beginn des trinationalen Museumspasses den Verein wieder verliessen, wie Geschäftsführer Gilles Meyer sagte.

Im nächsten Jahr feiert der Verein sein Zehn-Jahr-Jubiläum.

Mit Blick darauf hat er sich – und dem Pass – ein neues Erscheinungsbild gegeben. Er tritt ab Ende Juni dieses Jahres damit auf. Das Logo ist in einem Grün- ton gehalten, die Drucksachen und Plakate strahlen in Orange und Gelb. Der «dynamische und zeitgemässe» (Rohlfs) Auftritt soll mithelfen, weitere Zielgruppen zu erreichen.