



WIN-CHARTA ZIELKONZEPT

2018

**WEHRGESCHICHTLICHES
MUSEUM RASTATT GMBH**



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	2
3. Unsere Schwerpunktthemen	3
4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen	4
Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: <i>"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."</i>	4
Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: <i>"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."</i>	5
Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: <i>"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."</i>	6
5. Weitere Aktivitäten.....	7
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange.....	7
Umweltbelange.....	7
Ökonomischer Mehrwert.....	8
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	8
Regionaler Mehrwert.....	8
6. Unser WIN!-Projekt	10
7. Kontaktinformationen	13
Ansprechpartner.....	13
Impressum.....	13

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Das Wehrgeschichtliche Museum Rastatt gehört mit seinen Sammlungen und der modernen, didaktisch aufbereiteten Ausstellungspräsentation zu den führenden militärhistorischen Museen Deutschlands. Gegründet wurde es im Jahre 1934 in Karlsruhe. Seit 1956 ist es im Rastatter Schloss untergebracht und arbeitet dabei eng mit den Staatlichen Schlössern und Gärten Baden-Württembergs zusammen.

Das Museum präsentiert dem Besucher zentrale Inszenierungen mit ausgewählten Exponaten, Dokumentationswänden und Wandzeitungen. Darin wird vor allem der Alltag der Soldaten, die militärtechnischen Entwicklungen, aber auch die Erfahrungen des industrialisierten Massenkrieges vor Augen geführt. Zur Vertiefung eignen sich die Studiensammlungen, die zu den Bereichen Dienstgradabzeichen, Blankwaffen und Militärmusik existieren. Seit 2008 wird die Dauerausstellung ergänzt durch eine Sammlung von Reservistika und soldatischen Erinnerungstücken bis zum Ersten Weltkrieg.

Gründungsdatum der „Wehrgeschichtliches Museum Rastatt GmbH“: 12.12.1996.

Beteiligungsverhältnisse

Land Baden-Württemberg

Stadt Rastatt

Vereinigung der Freunde des WGM Schloss Rastatt e.V.

Das Unternehmen wird vertreten durch den Geschäftsführer Dr. Alexander Jordan (Rastatt).

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

3. Unsere Schwerpunktthemen

KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*
- Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*
- Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Nachhaltiges Wirtschaften ist die Voraussetzung für eine dauerhafte Versorgung der Menschen und Grundlage für den weiteren wirtschaftlichen Erfolg.

Eine nachhaltige Lebensweise umfasst sowohl ökonomische und ökologische, wie auch soziale Nachhaltigkeit. Diese Ziele in Einklang zu bringen ist eine große Herausforderung und zugleich die Grundlage dafür, dass sich die Gesellschaft dauerhaft auf positive Weise entwickeln kann. Vor diesem Hintergrund bedeutet nachhaltig zu wirtschaften immer auch, ökologisch und sozial verantwortlich zu handeln. Diesen Zielen fühlt sich auch das Wehrgeschichtliche Museum Rastatt verpflichtet (vgl. als Grundlage auch den United Nations Global Compact Bericht 2015).

4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

WO STEHEN WIR?

Diese Verbindung aus Klimabewusstsein und ökonomischer Vernunft hebt die Umweltschutzbestreben auf eine neue Ebene. Es handelt sich nicht länger um ein kurzfristiges Projekt, um eine Mode der Zeit, in der ökologisches Bewusstsein gesellschaftlich gewünscht ist. Vielmehr bedeutet nachhaltig Wirtschaften, ökonomisch klug zu wirtschaften. Ein wichtiger Baustein ist dabei die Einsparung kostbarer Ressourcen.

Die Wehrgeschichtliche Museum Rastatt GmbH wird getragen vom Land Baden-Württemberg, der Stadt Rastatt und der Vereinigung der Freunde des WGM. Aufgrund dieser Konstellation (Beteiligung der öffentlichen Hand) gelten wir nicht als KMU und nehmen bereits an Energieaudits nach DIN EN 16247-1:2012 teil. Der erste Bericht wurde am 01.12.2015 von der Firma VISTRA-Ing.-Büro, Durlacher Allee 47, 76131 Karlsruhe verfasst. Dies stellte eine weitere Sensibilisierung dar. Die Möglichkeiten der Energieeinsparung sind durch die Vermietungssituation begrenzt. Zudem handelt es sich bei der Ausstellungspräsentation im Barockschloss Rastatt um Räume in einem denkmalgeschützten Gebäude von außergewöhnlichem Rang und kulturhistorisch bedeutsame Ausstellungsobjekte, die ein stabiles Klima benötigen.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Zentrale Aufgabe ist es im Rahmen der Beleuchtungssituation der (Dauer-)Ausstellungsbereiche den IST – Zustand zu definieren und zu versuchen über den Austausch von Leuchtmitteln Einsparungen zu generieren. Zudem sollen in Gesprächen mit dem Energieversorger (Star Energiewerke Rastatt) Potentiale zur Einsparung und Kostensenkung gefunden werden.

Es wurden an verschiedenen Stellen Bewegungsmelder angebracht, um die Beleuchtung nur im Falle von Besucherverkehr zu aktivieren. Dies schützt zudem lichtempfindliche Ausstellungsstücke.

Der CO₂ Ausstoß wird positiv durch das Fehlen eines Museumsfuhrparks beeinflusst. Durch Zusammenlegung von Transporten werden die Fahrten auf ein Mindestmaß reduziert.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- **Die Maßnahme würde direkt messbare Ergebnisse liefern (u.a. Minderung der laufenden Kosten). Sie ist teils abhängig von der finanziellen Situation und der daraus resultierenden Möglichkeit moderne Leuchtmittel und technische Gerätschaften zu beschaffen. Aufgrund des engen finanziellen Spielraumes wird ein Austausch der Beleuchtung nur sukzessive und auf lange Frist erfolgen können.**

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

WO STEHEN WIR?

Das Wehrgeschichtliche Museum besteht seit nunmehr über 80 Jahren und war stets ein verlässlicher Partner im Museums- und Wissenschaftsbetrieb Baden-Württembergs. Dazu waren und sind gut geschulte und eingespielte Mitarbeiter unerlässlich. Die durchschnittliche Zahl der beschäftigten Mitarbeiter betrug im Jahr 2016 19 Personen und stellt sich wie folgt dar:

Geschäftsführer: 1

Angestellte: 2

Aushilfskräfte: 15

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Nachhaltig zu Wirtschaften lohnt sich für das WGM auch im Kampf um qualifizierte Arbeitskräfte. Gerade junge Akademiker legen Wert darauf, Beruf und Familie zu vereinbaren. Sie streben oftmals nicht nach dem maximalen Gehalt, sondern schätzen vor allem Unternehmen, die gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Damit ist eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Tätigkeit des Museums sehr gut geeignet, das Image eines Unternehmens positiv zu beeinflussen.

Die Zahl der Mitarbeiter soll gehalten werden, im Falle einer verbesserten Finanzausstattung auch ausgebaut werden.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- **Die Zielerreichung kann quantitativ mit der Zahl der Mitarbeiter belegt und qualitativ durch stichprobenartige, anonyme Befragung der Mitarbeiter zu ihrem Arbeitsplatz bzw. ihrem Wohlbefinden an demselben dargestellt werden.**

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

WO STEHEN WIR?

Eine nachhaltige, regionale Ökonomie im 21. Jahrhundert wird geprägt sein von Kleinräumigkeit, Dezentralisierung, Ressourceneffizienz und Kooperation. Versorgungcluster bei Ernährung, Wohnen, Energie, Mobilität, Sozialem, Bildung, Kultur und Gesundheitsleistungen sollten die Regionen überwiegend aus sich selbst heraus erbringen. Das vermindert Abhängigkeiten, bietet die Grundlage für fairen Handel über Regionen hinaus und erhält bzw. schafft regionale Arbeitsplätze. Der Aufbau und das Teilen gemeinsamer Ressourcen verringert Herstellungsaufwand und Ressourcenverbrauch.

Das Wehrgeschichtliche Museum als Kulturvermittler hat seit seiner Gründung als Badisches Armeemuseum 1934 einen regional geprägten Ansatz: Militärgeschichte des deutschen Südwestens steht im Fokus der aktuellen Präsentation. Dies allerdings eingebettet in den unerlässlichen historischen Gesamtzusammenhang

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Wandel entsteht durch Möglichkeiten. Möglichkeiten werden durch Lernen zu Realitäten. Lernen am Schnittpunkt von Kultur, Wissenschaft, Gesellschaft und Wirtschaft. Lernen durch Erfahren und Ausprobieren. Lernen auf der Basis von Werten einer nachhaltigen Entwicklung und Vernetzung.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- **Das Museum wird sich weiter mit lokalen Kultureinrichtungen vernetzen und somit neben dem Wissensaustausch auch Synergie-Effekte fördern. Für 2018 sind bspw. öffentlichkeitswirksame Kooperationsveranstaltungen mit dem Netzwerk Museen am Oberrhein und den Staatlichen Schlössern und Gärten Baden-Württembergs vorgesehen.**

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Das Museum mit seiner Präsentation von historischen Entwicklungen ist ein hervorragender Ort, um Besuchern das Thema Menschenrechte nahezubringen. Wir versuchen dies permanent in den Führungsbetrieb (Gruppenführungen) einzubauen.
- Für Arbeitnehmerrechte wird in Mitarbeitergesprächensukzessive sensibilisiert.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Das Wohlbefinden der Mitarbeiter – einschließlich der für den Museumsbetrieb wichtigen ehrenamtlichen Unterstützer – ist ein zentraler Faktor für ein gutes Arbeitsklima und die Motivation an der Arbeit. Die Geschäftsführung veranstaltet für die Mitarbeiter ein- bis zweimal im Jahr Zusammenkünfte. Diese sollen den Zusammenhalt und die Identifikation mit den Aufgaben und Zielen des Museums stärken. Hierzu werden beispielsweise Vorträge und Exkursionen veranstaltet. Dies soll fortgeführt und nach Möglichkeit ausgebaut werden.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Das Museum versteht sich als Bildungsangebot für alle Gruppen. Die Angebote (beispielsweise Führungen für unterschiedliche Altersstufen, Workshops, etc.) werden der Haushaltslage entsprechend durchgeführt und verstärkt. Die Gruppen werden bei der Konzeption neuer Angebote eingebunden.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Im Wehrgeschichtlichen Museum werden regionale Energieanbieter genutzt. Ebenso wird ein Schwerpunkt auf erneuerbare Energien gelegt. Dies ist von Museum nur zu einem gewissen Grade beeinflussbar. Das Land Baden-Württemberg als Vermieter der Ausstellungsflächen und das

WEITERE AKTIVITÄTEN

landeseigene Amt Vermögen und Bau sind herausragende Partner und Unterstützer um die bereits erfolgreiche Zielrichtung der Ressourcenschonung weiter zu forcieren.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Unsere „Produkte“ sind Bildung und Wissen. Der Wertschöpfungsprozess ist effizient gestaltet aber schwer mit dem produzierenden Gewerbe vergleichbar.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Innovationen im Bereich Bildung und Wissen sind in ihrem Ergebnis letztlich neue wissenschaftliche Erkenntnisse. Diese werden nach Möglichkeit publiziert um so einen nachhaltigen Effekt zu erlangen.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Insbesondere im Finanzsektor steht die Nachhaltigkeit im Fokus. Die Finanzmittel werden konservativ verwaltet wenngleich Erträge im Guthabenbereich aufgrund der aktuellen Zinssituation nicht mehr zu erwirtschaften sind. Die Geschäftsführung prüft laufend den Markt und mögliche Angebote die zu einer Verbesserung führen könnten.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Es gelten die strengen Richtlinien für Landeseinrichtungen. Die Geschäftsleitung hat die Mitarbeiter des Museums auf Anti-Korruptionsbestimmungen hingewiesen. Aufgrund des geringen Personalstandes sind separate Gremien nicht praktikabel. Der Geschäftsführer selbst ist sich der Verantwortung bewußt und steht in permanentem Austausch mit dem Aufsichtsrat. Auf eventuelle Beeinflussungen durch Außen/Dritte könnte somit umgehend reagiert werden und allfällige rechtliche Schritte eingeleitet werden.

Regionaler Mehrwert

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Der Museumsbetrieb ist auf die Kreativität der Mitarbeiter und die Resonanz der Besucher und Nutzer angewiesen. Die Geschäftsführung ermittelt in persönlichen Gesprächen und Befragungen mit diesen Gruppen Verbesserungs- und Änderungsoptionen. Neben der Optimierung des Bildungsangebotes werden so auch Straffungen der Arbeitsabläufe und eine nachhaltige Organisation ermöglicht. Die Gespräche werden fortgeführt und eventuell durch Fragebögen institutionalisiert.

6. Unser WIN!-Projekt

DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

Ludwig die Stadtmaus – Stadtgeschichte für Groß und Klein

<http://www.ludwig-die-stadtmaus.de/>

Hans Peter Faller vermittelt in seinen nunmehr drei Büchern Kindern die Rastatter Stadtgeschichte auf altersgerechte Weise. So hat das vor ihm noch niemand versucht.

Ludwig, die Stadtmaus, gehört zu den Murgmäusen, die an der Ankerbrücke wohnen. Von dort aus erleben die Mäuse Rastatt zur Zeit des Markgrafen Ludwig Wilhelm und seiner Frau Sibylla Augusta. Mit seinem Freund Matteo, dem Turmfalken, und seiner Freundin Siri, der Schlossmaus, beobachtet Ludwig den Bau des Rastatter Schlosses. Außerdem erleben die Drei so manches Abenteuer in der Schlossküche und erkunden zusammen das Schloss vom Ahnensaal bis zum Goldenen Mann. Später sind es dann die Kinder und Enkelkinder von Ludwig und Matteo, die das Treiben in Schloss Favorite beobachten, die Kongresse in Rastatt und die Ereignisse der badischen Revolution miterleben. Und immer wieder gibt es spannende Abenteuer und Beobachtungen zu Rastatt bis zur Gegenwart.

Hans Peter Faller ist ein Rastatter Bürger, der in vielfacher Hinsicht mit Rastatt verbunden ist und diese Verbindung in unterschiedlicher Weise dokumentiert: ob als engagiertes Mitglied der Rastatter Vereinsszene, Herausgeber des Buches „Rastatt im Gedicht“ oder als Autor des Kinderbuchs zur Rastatter Geschichte, immer liegt ihm „sein“ Rastatt am Herzen.

Schüler der Grundschule Ottersdorf mit Ludwig der Stadtmaus und Hans Peter Faller im Wehrgeschichtlichen Museum Rastatt



UNSER WIN!-PROJEKT

Die jüdische Geschichte Rastatt ist gestern a der Grund- rschiff gegangen. r Dr. Alexander der Rastatter an der Rastatter an neuen muse- gischen Angebot schlichen Men- f) spielt seine Fi- die Stadtmus ei- kende Rolle.



Napoleons Totenmaske unter der Glaspyramide; Autor Hans Peter Faller (links) und WGM-Chef Alexander Jordan führen Drittklässler durchs Museum. Foto: Lohsbuhl

ten die Kinder anschließend es sich um eines von lediglich nicht schlecht, was für seltene natürlich auch in Augenschein drei Exemplare, die weltweit Ausstellungsstücke es in Ra- nehmen. Laut Jordan handelt essenden. Die Kinder staunten satzer Museen zu beschlagen

hausen wie zu Hause statt ein Hans Peter Faller versent sein umfangreiches Engag- ment in Sechen Ludwig. Die Stadtmus leihens als feng zur Lesförderung. Ganz be- Messen Ludwig. Witten- von Baden im letzten Sehe- en die Osmanen. Der „Trüke- in der gesamte Felder. Beate spaziert das Rastatter Schloss. Bei der Kurführung durch die Ausstellungszone dürfen die Kinder ein Quiz lösen. Es wur- den Fragen zur Dauerausstel- lung und zur Ludwig-Ge- schichte gestellt.

Der erste Durchlauf ist aus Sicht von Schulleitern Chris- tian Hiltl sehr gelungen. Auch Alexander Jordan, der kind- gerecht durch einen Teil der Dauerausstellung führte, freut sich auf weitere Gruppen. „In- teressierte Lehrer und Erzieher können sich einfach beim Wehrgeschichtlichen Museum melden.“ Das Angebot gilt na- türlich nicht nur für Rastatter. Es gibt echte Rüstungsstun- gen, Schwerter und Helmebarben zu

„Stadtmus“ bald auch auf Französisch

Der Autor bietet unter an- dern auch kindgerechte Stadt- führungen mit Ludwig, der Stadtmus und weiteren Prota- gonisten, seiner Geschichten als Handpuppen an. Der erste Band „Ludwig, die Stadtmus“ liegt auch in italienischer Über- setzung vor. Die französisch- e Version ist auch bereits fertig und soll demnächst der Öffent- lichkeit präsentiert werden.

Das WGM befindet sich im Rastatter Residenzschloss, 0772 22) 3 42 44.

UNSER WIN!-PROJEKT

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Das Wehrgeschichtliche Museum ist Teil einer Geschichte des zweiten Bandes. Gemeinsam mit dem Autor wurden schon verschiedene Lesungen und Aktionen für Kinder im Wehrgeschichtlichen Museum gestaltet. Das Museum stellt Räumlichkeiten und Infrastruktur sowie Materialien (Fragebögen, Büromaterial, u.U. kleine Gewinnerpreise, etc.) zur Verfügung. Daneben sind Mitarbeiter des Hauses an den Kinderführungen beteiligt. Insbesondere im Rahmen der Ferienbetreuung für Grundschulen konnten bereits gute Erfolge erzielt werden.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Direktor und Geschäftsführer Dr. Alexander Jordan

information@wgm-rastatt.de

Impressum

Herausgegeben am 18.04.2018 von

Wehrgeschichtliches Museum Rastatt GmbH

Friedrich Ebert Str. 27, 76437 Rastatt

Telefon: 07222/34244

Fax: 07222/ 30712

E-Mail: information@wgm-rastatt.de

Internet: www.wgm-rastatt.de

