

DPM | 2012

Jahresbericht



Inhaltsverzeichnis

1. Inhaltsverzeichnis

1. Vermitteln	3
1.1 Eröffnung Elemente des Krieges	3
1.2 Eröffnung Afghanistan-Bereich	5
1.3 Multimediaguide „Frauen in Krieg und Militär“	6
1.4 Öffentliche Führungen	6
1.5 Gastvortrag MHM Dresden	7
1.6 Radiobeitrag Deutschlandradio	8
1.7 Sonderausstellung „Freiwillige vor!“	8
1.8 Sonderausstellung „Das Erbe der Sowjetarmee“	8
2. Forschen	9
2.1 Museumskonferenz Hannover	9
2.2 Tank Museum Bovington	9
2.3 Bibliotheksausbau	9
2.4 Veröffentlichungen	9
2.5 Praktikantenbetrieb	10
2.6 Besuchererhebung	10
3. Sammeln	11
3.1 Kette	11
3.2 Räder	12
4. Bewahren	12
5. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Marketing	13
5.1 Pressemitteilungen	13
5.2 Medienauswertung Farbanschlag „Pink Panzer“	13
5.3 Marketing	15
5.4 Onlinestrategie	15
6. Anderes	17
6.1 Montagsöffnung	17
6.2 Stahl auf der Heide I	18
6.3 Modellbaumesse	18
6.4 World of Tanks	19
6.5 RAG-Aktionstag	19
6.6 Panzer des Monats	19
6.7 Besucherzahlen	20
6.8 Farbanschlag	20
6.9 Marderbänke	20
6.10 Kalender	20
7. Ausblick	21
7.1 Beginn Neukonzeptionierung	21
7.2 Museumsregistrierung	22
7.3 Neuauflage Katalog	22

1. Vermitteln

1.1 Eröffnung Elemente des Krieges

Januar und Februar des Berichtsjahres waren besonders arbeitsintensive Monate für das Panzermuseum, da in dieser Phase der neu gestaltete Bereiche „Elemente des Krieges“ unter Hochdruck fertiggestellt wurde.¹ Dies galt sowohl für das DPM-Personal als auch für die Angehörigen der Lehksammlung. Die Eröffnung fand am 07.03.2012 statt; der angepeilte Termin 01.03.2012 wurde damit nur um wenige Tage verfehlt. Grund dafür waren Lieferschwierigkeiten seitens einer Zulieferfirma. Damit wurde ein Projekt von insgesamt 15 Monaten sehr präzise beendet.² Der offizielle Festakt zur Eröffnung der „Elemente des Krieges“ fand mit zahlreichen Gästen aus Politik, Militär und Wissenschaft am 19.04.2012 statt.³

Die Bewertung des neuen Bereiches durch Fachleute fiel einhellig positiv aus. Stellvertretend seien bspw. Dr. Diedrich, der Beauftragte für das Museumswesen der Bundeswehr des MGFA, sowie Prof. Dr. Karl Schneider, Historiker der Universität Hannover und Mitglied des Beirates, genannt. Sie bezeichneten im Rahmen der Eröffnung die radikale Neugestaltung des Bereiches als didaktisch wie inhaltlich mutig, kreativ und sehr gelungen.

Die Bewertung durch die Besucherinnen und Besucher fällt gemischt aus – dies war jedoch zu erwarten. Die Auswertung eines über die Saison ausgelegten Gästebuches sowie die Beobachtungen des Besucherverhaltens durch die Museumsmitarbeiter legen den Schluss nahe, dass der neue Bereich vor allem bei Erstbesuchern gut ankommt. Diese stellen den weit überwiegenden Teil der Besucherschaft dar (siehe Punkt 2.5.) und haben im Regelfall wenig militärisches Vorwissen. Auf die Bedürfnisse dieser Besuchergruppe war der Umbau daher konzeptionell zugeschnitten und offensichtlich erfüllt der neugestaltete Bereich diese Aufgabe.

Kritische Stimmen wurden vor allem von Stammbesuchern und/oder aus den Reihen der Spezialisten (Waffenexperten, Uniformkundler, Phaleristiker etc.) erhoben. Diese Kritik ist nachvollziehbar, denn ihren Interessen kommt der Bereich nun kaum noch ent-

1 Vorher/Nachher-Eindrücke: www.youtube.com/watch?v=HSNHj7nJOJM

2 Eine Chronologie des Projektes findet sich unter http://www.panzermuseum-munster.de/?page_id=1344

3 Fotos der Eröffnung: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.389522131078554.91866.103853149645455&type=1>



gegen. Dies wird vom DPM ausdrücklich bedauert, war jedoch aus musealer Sicht nicht zu vermeiden. Die Leitung des DPM hofft, die beim Umbau eingelagerten Stücke in absehbarer Zukunft in Form von Studiensammlungen wieder für diese Gruppe zugänglich machen zu können.

Das DPM legt großen Wert auf Transparenz und Diskussion. Daher wurden die Einträge des Gästebuches komplett und ohne Auswahl online gestellt. Die durchaus kontroversen Gedanken der Besucher können dort nachgelesen werden.⁴ Deutlich wird dabei, dass zwei Punkte auf besonders breite Zustimmung treffen: Die Blueguns und die Fotokisten.⁵

Die Blueguns haben dabei natürlich vor allem einen eher sensationistischen Wert; nichtsdestoweniger geht aus einigen Einträgen und vor allem aus Gesprächen der Besucherinnen und Besucher untereinander deutlich hervor, dass sie durchaus zum Nachdenken über die entsprechenden historischen Exponate hinter dem Glas anregen. Viele Besucherinnen und Besucher sind verblüfft über Gewicht, Gewichtverteilung oder andere mit dem Tastsinn wahrgenommenen Aspekte, die zu Überlegungen über die historischen Exponate und ihre Träger führen. In diesem Sinne erfüllen die Blueguns ihren museumsdidaktischen Auftrag vollkommen.

Die Entscheidung, Fotos von Toten und Verwundeten findet überraschend einhellige Zustimmung. Während hier seitens der DPM-Leitung mit heftigen Diskussionen gerech-

4 Einträge des Gästebuches finden sich online hier: http://www.panzermuseum-munster.de/?page_id=2075

5 Vgl. hierzu detailliert die Konzepte unter <http://www.panzermuseum-munster.de/wp-content/uploads/2010/11/Kurzkonzept-Transformation-Saal-der-Sammlungen-03112010.pdf> und <http://www.panzermuseum-munster.de/wp-content/uploads/2011/10/Umsetzungserg%C3%A4nzungen.pdf>

net wurde, wird die Existenz der Fotokisten an sich praktisch nicht kritisiert. Offensichtlich ist es breiter Konsens, dass Tod und Verwundung ihren Platz in einem militärhistorischen Museum finden müssen. Kritisiert wurde nur gelegentlich, dass die Fotos zu leicht für Kinder zugänglich seien bzw. mit Warnhinweisen versehen werden sollten. Wir halten die jetzigen Warnungen und Sicherungen jedoch für ausreichend und stellen vor allem fest: Erziehungsberechtigte, die ihre Kinder in ein Museum mit dem Fokus auf Militär und Krieg bringen, müssen damit rechnen, dass die Kinder eben Fotos mit Motiven aus Militär und Krieg sehen. Es liegt in der Verantwortung der Erziehungsberechtigten, dies zu verhindern, wenn sie von der Notwendigkeit dieses Schrittes überzeugt sind.

Drei Punkte in den „Elementen des Krieges“ bedürfen seit Eröffnung der Überarbeitung (Munition, Effekten, Art der Ordensvitrinen); diese wird in der Winterpause 2012/13 vorgenommen.

1.2 Eröffnung Afghanistan-Bereich

Neben ihrer starken Unterstützung bei den „Elementen des Krieges“ hat die Lehrsammlung eine zweite, ebenfalls besonders arbeitsintensive Umbaumaßnahme erfolgreich umgesetzt. Das Ende der Ausstellung wurde dahingehend verändert, dass der Eindruck eines Feldlagers aus Afghanistan inszeniert wurde. Hierbei wurde mit einem nach originalen Plänen angefertigten Wachturm und einem quer durch die Halle gezogenen Wall aus erdgefüllten Gabionen ein erheblicher Aufwand betrieben, der sich in einer gelungenen Inszenierung auszahlt. Fotos an den Außenwänden sowie kleinere Ensembles in zwei Einsatzcontainern vermitteln Eindrücke aus zwei verschiedenen Themenfeldern (links: „Technik und Taktik in Afghanistan“, rechts: „Die Erfahrung der Soldatinnen und Soldaten“).

Der Aufwand ist gerechtfertigt, weil die Besuchererhebung überraschenderweise gezeigt hat, dass die aktuelle Sicherheitslage für die Besucherinnen und Besucher das zweitinteressanteste Themenfeld ist – noch vor dem Kalten Krieg und dem Ersten Weltkrieg.

Der Bereich ist noch nicht abgeschlossen und wird fortlaufend ergänzt und ausgebaut.

1.3 Multimedialguide „Frauen in Krieg und Militär“

Mit spürbarer Verzögerung wurde die zweite Multimedialguide-Tour am 01.11.2012 freigeschaltet. Während sich das ursprüngliche Planungsziel (2. Quartal 2012) aufgrund DPM-interner Personalien bereits früh auf August verschob, führten massive Verzögerungen auf Seiten der ausführenden Firma zu einer weiteren Verschiebung des realen Einführungsstermins von mehreren Wochen.

Zur Besucherorientierung in den Hallen mussten neue Stelen angefertigt und ein neues Nummernleitsystem verwendet werden. Dabei wurden die Stelen optisch überarbeitet und sind nun deutlich attraktiver und leichter zu finden. Der neue Guide hat seine Stopps im Regelfall dort, wo auch die alten Guides Stopps hatten, dadurch hat sich die Zahl neuer Stelen in Grenzen gehalten. Nur zwei neue Stelen mussten aufgestellt werden, so dass das Museum nicht spürbar voller wurde.

Der Guide ist vorläufig nur in Deutsch zu hören; eine englische Version kann je nach Finanzlage zügig nachproduziert werden. Gesprochen wird der Guide von Franziska Pigula, bekannt für ihre Synchronisation der Figur „Scully“ aus der Serie „Akte X“.

Insgesamt sind die Geräte damit mit drei Guides bespielt. Weitere Themen sind bereits in Planung.

1.4 Öffentliche Führungen

Die Reichweite der Führungen ist zum jetzigen Zeitpunkt unbefriedigend. Im Schnitt sind in den letzten vier Jahren nur ca. 3,5% der Besucher durch das Museum geführt wor-



den. Ohne eine Führung (oder einen Multimediaguide) ist die jetzige Dauerausstellung nur sehr bedingt darauf ausgelegt, Kontexte und Inhalte zu vermitteln. Es muss daher das Bestreben des Hauses sein, den Anteil der geführten Besucher zu erhöhen.

Seit Mitte November wurde im DPM dazu das Konzept der „Öffentlichen Führung“ erprobt. Das bedeutet, dass an jedem Öffnungstag in Abhängigkeit von den gebuchten Führungen ein Termin zwischen 11 und 15 Uhr festgelegt wird, an dem das Museum eine Führung für Kurzentschlossenen anbietet. Diese wird mit einem großen Wechselschild im Foyer beworben; zusätzlich weist das Kassenpersonal ab 30min vor Beginn des jeweiligen Termines neu eintreffende Besucher auf diesen hin. 15min und 5min vor Start der Führung schließlich wird die bevorstehende Führung auch noch einmal per Lautsprecherdurchsage beworben.

Der Erfolg gibt diesem Konzept recht. Obwohl die Besucherzahlen im November ausgesprochen gering sind, gelang es den Mitarbeitern dennoch, fast an jedem Tag des Versuchszeitraumes so viele Besucher für eine Öffentliche Führung zu begeistern, dass diese sinnvoll durchgeführt werden konnte. Wenn dies bereits in der besuchermäßig schlechtesten Phase der Saison gelingt, so besteht kein Zweifel, dass in der kommenden Saison auf diesem Weg eine große Zahl zusätzlicher Führungen stattfinden wird. Überschlagsmäßig kann dies im Idealfall zu einer Verdoppelung der bisherigen Quote führen.

1.5 Gastvortrag MHM Dresden

Nach der erfolgreichen Kooperation zwischen dem Militärhistorischen Museum der Bundeswehr Dresden und dem DPM in 2011, wurde dieses Jahr ein ähnliches Event veranstaltet: Das DPM präsentierte mit dem Panzer IV eines seiner Exponate beim „Tag der offenen Albertstadt“ im Oktober 2012. Der Panzer wurde vier mal im Rahmen eines umfassenden Vortrages präsentiert; die Zuschauerzahlen beliefen sich, wie schon letztes Jahr, auf einige Hundert. Da es sich um spezifisch an Militärgeschichte interessiertes Publikum handelt, ist neben der historischen Vermittlung auch ein nicht zu unterschätzender Werbeeffect sichergestellt.

Es sei angemerkt, dass die Initiative für diese erneute Kooperation von Dresden ausging, was für eine Wertschätzung der Arbeit des DPM spricht. Da es sich bei dem MHM um eines der wichtigsten Museen in Deutschland und um das wichtigste militärhistori-

sche Museum des Landes handelt, ist diese Bewertung nicht unwichtig.

Besonderer Dank gilt hier erneut der Lehrsammlung und hier ganz speziell Hobbykommandanten, die diese Aktion ehrenamtlich unterstützt haben. Ohne diese Hilfe wäre das ganze Unternehmen nicht durchführbar gewesen.

1.6 Radiobeitrag Deutschlandradio

Der Sender Dradio hat im August im Rahmen einer Themenwoche zum Studiengang „Military Studies“ das DPM zusammen mit dem Luftwaffenmuseum Berlin-Gatow als Beispiel für das akademische Berufsfeld „Museumsarbeit“ kurz vorgestellt. Der Bericht ist online abrufbar.⁶

1.7 Sonderausstellung „Freiwillige vor!“

In der ersten Jahreshälfte 2012 zeigte das DPM die eigene Sonderausstellung „Freiwillige vor! Werbepлакate der Bundeswehr aus 6 Jahrzehnten“. Ca. 30 großformatig reproduzierte und mit Erläuterungen versehene Werbepлакate dokumentieren den Wandel der Kommunikation der Bundeswehr mit den Bürgern durch ein halbes Jahrhundert.

Die Plakatmotive dienten dabei als Quellen des Selbstverständnisses der Streitkräfte. Die Ausstellung zeichnet damit die Entwicklung einer Armee, die ihre eigene Identität immer wieder neu definieren musste – und immer noch muss.

Die Werbegrafiken zeigen die Plakate von den Anfängen der, mit dem schwierigen Wehrmachtserbe belasteten, jungen Bundeswehr über die Bürgerarmee im Kalten Krieg bis hin zur Neuorientierung als Einsatzarmee. Darüber hinaus erhält man auch einen Eindruck der Werbegeschichte, spiegeln die Plakate doch stark die Trends ihrer Zeit wieder.

Der Deutsche Bundeswehrverband übernahm die Schirmherrschaft über die Ausstellung und finanzierte ihre Produktion. Der Vorsitzende der Verbandes, Oberst Kirsch, eröffnete die Ausstellung.⁷

Der Verleih der Ausstellung ist ab 2013 vorgesehen.

1.8 Sonderausstellung „Das Erbe der Sowjetarmee“

In der zweiten Jahreshälfte wurde die geliehene Ausstellung „Das Erbe der Sowjetarmee“ des Fotojournalisten Thilo Gehrke gezeigt.⁸ Diese Fotoausstellung dokumentiert

⁶ http://wissen.dradio.de/military-studies-ab-ins-panzermuseum.39.de.html?dram%3Aarticle_id=217800

⁷ Bilder von der Eröffnung: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.404830879547679.94023.103853149645455&type=1>

⁸ Bilder von der Eröffnung: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.445985265432240.1023>

die vielfältigen und beeindruckenden Spuren der sowjetischen Besatzung, die nach ihrem Abzug in ganz Ostdeutschland zu finden waren.

2. Forschen

2.1 Museumskonferenz Hannover

Am 13.10.2012 veranstaltete das Historische Seminar der Universität Hannover eine Konferenz zum Thema „Das ‚magische Dreieck‘ revisited oder Historische Museen heute: Anspruch und Wirklichkeit“. Das DPM wurde als Beiträger eingeladen, weil den Organisatoren durch die enge Kooperation von DPM und Uni Hannover die Transformation des Panzermuseums bekannt ist und die Stoßrichtung dieser Entwicklung positiv bewertet wird. Daher beteiligte sich das DPM mit dem Beitrag „Identitäten aus Panzerstahl – Das Deutsche Panzermuseum Munster zwischen Blitzkriegsfans und Farbattacken“, der auf großes Interesse und breite inhaltliche Zustimmung traf.

2.2 Tank Museum Bovington

Vertreter der Lehrsammlung haben einer Konferenz in Bovington beigewohnt, die sich mit Problemen der Konservierung und Langzeiterhaltung von militärischem Großgerät befasst hat. Die Konferenz lieferte wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung der eigenen Bewahrungstätigkeit.

2.3 Bibliotheksausbau

Für künftige Projekte ist es notwendig, die Bibliothek des DPM gezielt auszubauen. Die Literatur muss teils auf den neuesten, wissenschaftlichen Stand gebracht werden, teils müssen komplette Themengebiete neu erschlossen werden, teils müssen Lücken bei Standard- und Grundlagenwerken geschlossen werden. Dieser Prozess begann dieses Jahr mit der Anschaffung von 75 Büchern aus den Themenbereichen Modern Military History und Militärsoziologie, Technikgeschichte sowie Museumspädagogik und -theorie.

2.4 Veröffentlichungen

Im Berichtsjahr wurde ein Aufsatz durch Mitarbeiter des DPM veröffentlicht.

Raths, Ralf: From technical showroom to full-fledged museum: The German Tank Museum Munster, in: museum and society, November 2012. 10(3) 174-192.⁹

[68.103853149645455&type=1](https://www.facebook.com/media/set/?set=a.445985265432240.102368.103853149645455&type=1)

9 Online abrufbar unter: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.445985265432240.102368.103853149645455&type=1> Dieser Artikel wird zudem 2013 noch einmal in einem Sammelband

Weiterhin wurden vier Aufsätze zur Veröffentlichung im Jahre 2013 angenommen:

From glory to doubt and back again? The changing mainstream of military museums in Western Europe, in: Sammelband des Armeemuseums der Niederlande, in Vorbereitung für Frühjahr 2013

Goldgespinst zwischen Panzerplatten, Zur Neugestaltung der Uniformenausstellung im Deutschen Panzermuseum Munster, in: „Zeitschrift für Heereskunde“ in Vorbereitung für Februar 2013

Identitäten aus Panzerstahl – Das Deutsche Panzermuseum Munster zwischen Blitzkriegsfans und Farbattacken, in: Tagungsband der Universität Hannover, in Vorbereitung für Mitte 2013

Das Ringen um die „richtige Militärgeschichte“ – Entwicklungen und Tendenzen, in: „Zeitschrift für Heereskunde“, in Vorbereitung für Herbst 2013

2.5 Praktikantenbetrieb

Der Praktikantenbetrieb ist im Berichtsjahr quantitativ bewusst reduziert worden, da durch die mehrmonatige Abwesenheit des Wissenschaftlichen Leiters eine inhaltliche Betreuung nur bedingt möglich gewesen wäre. Schwerpunkt der Praktikanten dieses Jahr war die Erstellung und Inbetriebnahme einer Datenbank für die Besuchererhebung. Aus diesem Projekt ist sowohl eine langfristig zu diesem Zweck nutzbare Datenbank als auch die Datenbasis für eine erste Auswertung (2011) entstanden. Dazu kamen eine große Zahl kleinerer Aufgaben wie Textproduktion, Literaturrecherchen, Bibliographieren, Führungen u.a.

2.6 Besuchererhebung

In der Saison 2011 wurde eine quantitative Besucherbefragung durchgeführt. Die knapp 2000 verwendbaren Bögen wurden in der Saison 2012 durch Praktikanten ausgewertet, indem sie eine maßgeschneiderte Datenbank erstellten und die Daten eingaben. Das Ergebnis war ein 36seitiger Bericht, der auf der Homepage des Museums abgerufen werden kann.¹⁰

Hier werden der Kürze halber nur cursorisch die wichtigsten Erkenntnisse angerissen; detaillierte Darstellungen samt Herleitungen sind im Bericht selbst zu finden.

veröffentlicht.

¹⁰ Bericht zur Besuchererhebung: <http://www.panzermuseum-munster.de/wp-content/uploads/2012/09/Bericht-zur-Besuchererhebung-im-DPM-im-Jahre-2011.pdf>

1. Das Publikum ist deutlich anders strukturiert, als gemeinhin angenommen wurde. Es ist sehr viel jünger, wesentlich gebildeter und ein gutes Stück weiblicher als angenommen.
2. Der Großteil des DPM-Publikums besteht nicht aus oft wiederkehrenden Stammbesuchern und Spezialisten. Er besteht aus im Regelfall einmalig durchlaufenden Museumsbesuchern – also Laien.
3. Die hohe Zahl an Erstbesuchern zeigt, dass neue Besucher aktiviert werden können. Sie zeigt aber auch, dass der Wiederbesuchswert des Museums noch zu gering ist.
4. Diese Besucher verbringen keine halben Tage im Museum und betreiben Schraubchenkunde, sondern sie legen ein normales Besucherverhalten an den Tag.
5. Die Effizienz der klassischen Werbemedien des DPM ist bescheiden; die Besucherwerbung basiert massiv auf Mundpropaganda.
6. Der Großteil der Museumsbesucher besucht Munster exklusiv wegen des Museums; das Museum generiert einen touristischen Umsatz von über 4 Millionen Euro.
7. Auch wenn die NS-Zeit weiterhin Publikumsmagnet ist, so liegt ein verblüffend hohes Besucherinteresse auf der Jetztzeit.
8. Das Besucherinteresse an der ostdeutschen Militärgeschichte ist größer als gedacht.
9. Die Besucher bringen eine extrem unkritische Sicht auf das Thema des Museums mit.
10. Der oft geäußerte Wunsch nach „mehr technischen Informationen“ bezieht sich nicht auf mehr Details, sondern auf basale Informationen.
11. Die Besucher wünschen sich mehr Möglichkeiten zum begreifen, begehen, benutzen, betasten.

3. Sammeln

3.1 Kette

Die Ausstellung wurde um ein Exemplar des gepanzerten Waffenträgers Wiesel MK20 ergänzt. Dieser wurde in einer in Afghanistan üblichen Tarnung lackiert und erweitert als Bestandteil des Feldlager-Bereiches die dort entstehende Inszenierung.

Die Ausstellung wurde um ein Exemplar des leichten Waffenträgers Ozelot ergänzt. Dieser rundet die Sammlung gepanzerter Flugabwehrfahrzeuge ab und wurde entsprechend in Halle 3 eingeordnet.

Beide Fahrzeuge stellen sinnvolle Erweiterungen der Sammlung dar, da sie nicht nur die Sammlung abrunden, sondern zudem das bei den Besuchern besonders gefragte, aber naturgemäß noch etwas dünn ausgestattete Zeitfenster „1990 bis heute“ abdecken. Hier gehen also Sammlungsstrategie und Befriedigung der Besucherinteressen Hand in Hand.



Weiterhin wurden ein Brückenlegepanzer Biber sowie ein Pionierpanzer Dachs in die Sammlung aufgenommen; diese werden jedoch momentan nicht in der Ausstellung gezeigt.

3.2 Räder

Die Besitzverhältnisse änderten sich bei vier Krafträdern (Maico M250B, BW Triumph, GST MZ und NVA MZ): Die Dauerleihgaben von Burchard Lenz wurden vom Panzermuseum übernommen und verbleiben in der Ausstellung. Den Ankauf finanzierte der Verein der Freunde und Förderer des Panzermuseums.

Weiterhin wurden zwei Wölfe (Lkw 0,9to gl), ein Lkw 5t gl und ein Lkw 10to gl in die Sammlung aufgenommen; diese werden jedoch momentan nicht in der Ausstellung gezeigt.

4. Bewahren

Die Lehrsammlung hat das Depot in der Schul-Lutz-Kaserne aufgelöst und die Objekte auf zwei andere Standorte verteilt. Es wurden alleine 24 Kettenfahrzeuge, aber auch eine große Zahl Motoren, Bauteile und Kleingerät verlegt. Zu diesem Zweck wurden insgesamt ca. 3000t Material bewegt. Die neuen Standorte befinden sich nun in Kasernen in Nienburg und Heide. Konservatorisch bedeutet dies einen großen Fortschritt, da die neuen Hallen klimatisch deutlich stabiler und schonender für die Objekte sind.

5. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Marketing

5.1 Pressemitteilungen

Im Jahr 2012 generierte das DPM mit 16 Pressemitteilungen 317 Presseartikel. Die Mehrzahl der Artikel wurde in Tageszeitungen veröffentlicht (76%), gefolgt von Wochenzeitungen (20%) und Anzeigenblätter (4%).¹¹

Die 190 Meldungen zu dem Farbanschlag haben die Statistik in diesem Jahr naturgemäß nach oben verschoben. Trotzdem lässt bei der um diesen Vorfall bereinigte Zahl von 127 Meldungen eine deutliche Verdopplung zum Vorjahr feststellen; in 2011 wurde das DPM in 60 Meldungen erwähnt.

5.2 Medienauswertung Farbanschlag „Pink Panzer“

Der Farbbeutelanschlag in der Nacht auf den 16.03.2012 hat, auch durch die schnelle und professionelle Reaktion des Museums, für eine große Medienaufmerksamkeit gesorgt.

5.2.1 Print

Gesamtanzahl erschienener Meldungen:	48 Meldungen in 190 versch. Ausgaben/ Publikationen
Gesamtanzahl der verbreiteten Ausgaben:	3,707.862
Gesamtreichweite aller Publikationen:	12,09 Mio.
Medientypen:	46 in Tageszeitungen 1 in Wochenzeitung 1 Anzeigenblatt
Meldungen mit Bild:	34
Verteilung der Erscheinung nach Bundesland:	Überregional: 2 Niedersachsen: 24 Bayern: 5 Nordrhein-Westphalen: 4 Thüringen: 4 Hamburg: 2 Mecklenburg-Vorpommern: 2 Schleswig-Holstein: 1 Rheinland-Pfalz: 1 Hessen: 1 Bremen: 1

5.2.2 Online

Neben den vielzähligen Printartikeln, die fast alle zudem auf den Webportalen der Zeitungen zu lesen waren, gab es auch 16 Artikel die nur online erschienen sind.

¹¹ Alle Informationen zu Print: MedienMonitoring Ausschnitt

Gesamtanzahl erschienener Meldungen:	16 Online-Artikel u.a.: Spiegel Online Stern.de Bild ZDF.de
--------------------------------------	---

5.2.3 Facebook

Die aktive Publikation - unterstützt durch die Moderation der folgenden Diskussionen - hat auch im Bereich Social Media zu einer fast optimalen medialen Ausnutzung des Farbanfalls geführt.

Beteiligung der Social Community:	Über 350 Kommentare Über 60 Mal wurden unsere Bilder/ Beitrag mit Freunden geteilt
Reichweite der Postings um den Anschlag:	6.677 Personen
Reichweite der Postings um die Reinigung:	4.540 Personen
Meldungen mit Bild:	34

5.2.4 Fernsehen

Außerdem konnten der Anschlag und die anschließende Entfernung der Farbe drei Fernseh- und einen Radiobeitrag generieren, die jeweils mehrmals gesendet wurden. Die Beiträge waren ebenfalls alle in den Online-Mediatheken der Sender zu sehen und wurde v.a. von unserer Facebook-Community häufig verlinkt.

Die Belege der Fernseh- und Radiobeiträge sind aus lizenzrechtlichen Gründen nicht dieser Auswertung beigelegt. Können aber bei Frau Engau angesehen werden.

Sender	Sendung	Datum / Uhrzeit	Dauer (min.)	Zuschauer	Marktanteil (%)
NDR	Hallo Niedersachsen	26.03.2012 19:53:02 - 19:56:24	3,20	300.000 Whd. 40.000	13,7 Whd. 5,1
NDR	Niedersachsen 18:00	26.03.2012 18:13:00 - 18:14:47	1,47	190.000	7,6
SAT1	Niedersachsen 17:30	26.03.2012 17:09:55 - 17:13:00	3,05	165.000	6,0

5.2.5 Radio

Sender	Datum / Uhrzeit	Dauer (min.)	Hörer/ Stunde
Hit Radio Antenne	27.03.2012 16:30:00 - 16:31:27 Whd. stündlich bis 24:00	1,27	434.000



5.3 Marketing

Es wurden 40 Anzeigen in Tageszeitungen, Tourist Informationen, Veranstaltungsblättern, Fachmagazinen und Anzeigenblättern geschaltet.

Das DPM ist jetzt auf fünf weiteren Orientierungsanlagen in Munster, Gifhorn, Soltau, Celle und Lüneburg zu finden.

Die Werbemöglichkeit über Klappkärtchen in Größe von Visitenkarten (MiniCards und MiniAmbient) wurden mit zwei Anbietern in Hamburg, Hannover und Bremen weiter geführt.

5.4 Onlinestrategie

5.4.1 VidCasts

Zur Bespielung der Webseite und der Facebook-Seite wurden über das Jahr 8 VidCasts erstellt. Bei VidCasts handelt es sich um kurze Videofilme, die per Internet verbreitet werden. Das DPM nutzt dazu die Plattform Youtube.¹² Bisher gibt es zwei VidCast-Reihen: „Hinter den Kulissen“ gewährt den Zuschauern Einblick in das Tagesgeschäft des Museums, das ihm ansonsten verborgen bleibt. „Veranstaltungen“ zeigt Eindrücke von den Sonderveranstaltungen wie der Modellbaummesse oder dem Tag der Offenen Tür (seit 2012: „Stahl auf der Heide“).

Die VidCasts sind mit relativ geringem Aufwand zu produzieren, finden aber großes Interesse bei den netzaffinen Teilen unserer Besucherschaft. So brachten es die bisherigen

¹² www.youtube.com/user/DasPanzermuseum

Vidcasts zusammen bereits auf ca. 10.000 Zugriffe – und das, obwohl der Youtube-Kanal sich erst etabliert.

- Hinter den Kulissen #1: Umbau Saal der Sammlungen (ca. 2000 Zugriffe)
- Hinter den Kulissen #2: Einbringung Wiesel (ca. 3000 Zugriffe)
- Veranstaltungen #1: Stahl auf der Heide - RC (ca. 900 Zugriffe)
- Veranstaltungen #2: Stahl auf der Heide – Überblick (ca. 500 Zugriffe)
- Veranstaltungen #3: Stahl auf der Heide – Roland (ca. 800 Zugriffe)
- Veranstaltungen #4: Stahl auf der Heide – Ozelot (ca. 700 Zugriffe)
- Veranstaltungen #5: Stahl auf der Heide – Gepard (ca. 800 Zugriffe)
- Veranstaltungen #6: Stahl auf der Heide – Panzer IV (ca. 1100 Zugriffe)

Für das Jahr 2013 ist geplant, zusätzlich noch die Reihen „Technik“ und „Zeitzeugen“ zu etablieren. Die Serie „Technik“ wird einzelne Exponate, bestimmte technikhistorische Fragen oder andere technische Aspekte zum Inhalt haben; die Reihe „Zeitzeugen“ wird Menschen vor die Kamera holen, deren Leben auf die eine oder andere Weise von Panzern geprägt wurden.

5.4.2 Facebook

Die Facebook-Präsenz des DPM hat sich mit ihren momentan über 7500 Fans zum Kronjuwel der Kommunikation des Hauses entwickelt.¹³

Facebookseiten müssen lebendig sein, um Nutzer anzuziehen. Das Museumsteam bespielt die Seite daher ununterbrochen mit Nachrichten, Fotos, Trivia, Videos, Denkanstößen, Diskussionen und dergleichen. Anfragen und Kommentare von Nutzern werden fast immer extrem kurzfristig beantwortet, oft auch außerhalb der Arbeitszeit und sogar vom Handy aus. Kritische Kommentare werden nicht totgeschwiegen, entstehende Diskussionen werden nicht zensiert, sondern höflich, öffentlich und ausführlich geführt.

Diese Arbeit zahlt sich aus. Obwohl das DPM strukturbedingt wesentlich weniger selbst generierten Content bieten kann als der direkte Konkurrent Tank Museum Bovington und mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit auch wesentlich weniger Bearbeiter für den Onlinebereich hat, weist die Facebook-Seite exakt die gleiche Reichweite auf wie die des britischen Museums, nämlich etwas unter 10% der Besucherschaft. Das bedeutet, dass das DPM es durch Enthusiasmus, Transparenz und Kommunikationsfreude schafft,

¹³ <https://www.facebook.com/DasPanzermuseum>

mit dem Auftritt eines materiell wesentlich besser aufgestellten Konkurrenten mitzuhalten.

5.4.3 Crossmediale Kampagne

Das Museum nahm in der Saison 2012 auch an der eine großangelegten crossmedialen Medienkampagne „Einzigartige Museen“ teil. Dieses Projekt stellt in Webpräsenz und Buch einzigartige Museen in Deutschland – unabhängig von deren Größe, Standort, Gattung oder Trägerschaft – vor, arbeitet ihre Einzigartigkeit heraus. Dabei werden u.a. Museumsrouten und Arrangements konzipiert und diese bei den unterschiedlichsten Zielgruppen wie Studenten, Motorradfahrer, Busreisende, Touristen, Reiseveranstalter und Journalisten vorgestellt. Diese Kampagne ist eng verbunden mit der bekannten Webseite „webmuseen.de“.

5.4.4 Bundeswehr TV

Im März 2012 hat das Internet-Fernsehen der Bundeswehr einen Bericht über das DPM mit dem Titel „Stille Giganten“ veröffentlicht.¹⁴ Dieser Beitrag wurde mittlerweile über 24.000 Mal aufgerufen. Diese bedeutet zum einen einen großen und kostenfreien Werbeeffect; zum anderen aber auch einen Erfolg in der Vermittlung, da die im Beitrag gemachten Statements zu teils enthusiastisch geführten Diskussionen (knapp 150 Kommentare) unter den Zuschauern geführt haben.

6. Anderes

6.1 Montagsöffnung

In den vergangenen Jahren musste das DPM bedauerlicherweise immer wieder Besucher abweisen, die am Montag vor der Tür standen. Die Begründung für den Schließtag war, dass dieser für interne Arbeiten nötig sei, aber eine kritische Bestandsaufnahme ließ daran Zweifel aufkommen. In den Monaten Juli und August wurde das DPM daher auch an den Montagen geöffnet. Der Museumsbetrieb wurde durch den Wegfall der Schließungstage nicht eingeschränkt.

Die Besucherzahlen zeigen, dass das Angebot gut angenommen wird und der Entschluss daher richtig war, so dass die Maßnahme in 2013 fortgesetzt wird.

14 <http://www.youtube.com/watch?v=j7jl6qpOF8A>



6.2 Stahl auf der Heide I

Bei strahlendem Sonnenschein feierte das Deutsche Panzermuseum Munster am 02. September mit 4.930 Besuchern den Tag der offenen Tür, erstmals mit dem neuen Namen „Stahl auf der Heide“. Neben den drei Hauptattraktionen, dem Flugabwehrkanonenpanzer Gepard, dem Flugabwehrraketensystem Roland und dem leichte Flugabwehrsystem Ozelot konnte das Museum in diesen Jahr auch einen sehr seltenen Anblick bieten, denn neben den moderneren Panzern wurde auch ein altes Stück in Aktion gezeigt: der Panzerkampfwagen IV. Da das Exponat für eine Sonderausstellung an das MHM nach Dresden ausgeliehen wurde, war eine Bewegung trotz konservatorischer Bedenken möglich.

Ein weiteres Highlight waren die in diesem Jahr erstmals gezeigten Militärgeschichtliche Fahrzeuge. Und auch an den „offenen Luken“, wo Hobbykommandanten des Museums seltene Blicke in einzelne Panzer boten, bildeten sich Schlangen von Interessierten, die einmal auf und in einen Panzer klettern wollten.

6.3 Modellbaumesse

Die Modellbaumesse ist seit langer Zeit ein fester Termin und zeichnet sich daher durch eine erprobte und dementsprechend problemlose Organisation aus. In diesem Jahr besuchten ca. 3.800 Besucher die Messe. Die einzige Änderung in diesem Jahr war, dass die Messe auf Wunsch des Museums bei gleicher Zahl von Ausstellern auf alle Hallen des Museums verteilt wurde. So wurde die Veranstaltung entzerrt und wirkte nicht mehr so gedrängt.



6.4 World of Tanks

Am 19. Mai fand das Community-Treffen der deutschen World of Tanks Gemeinde im DPM statt. Zu dem ersten in dieser Art in Deutschland stattfindenden Treffens dieses Online-Spiels in Deutschland fanden sich 300 Personen im Museum ein.

Das Museum wird weitergehende Kooperationen mit den WoT-Machern eingehend prüfen. Ein solches Vorgehen bietet eine Reihe von Vor- und Nachteilen, die genau abgewogen werden müssen.

6.5 RAG-Aktionstag

Auch die an 6 Wochenenden durchgeführten Aktionstage der Reservisten-Arbeitsgemeinschaft Militärmodellbau Celle (RAG) unter der Leitung von Herrn Klaus Wehler, fanden wie immer großes Interesse bei den Besuchern. Das DPM dankt der RAG für die Bereitstellung dieses spannenden Zusatzangebots.

6.6 Panzer des Monats

An sechs Samstagen in der vergangenen Saison wurden ausgewählte Panzer geöffnet, so dass der Besucher einen seltenen Blick in die Exponate werfen kann. Unsere Hobbykommandanten stehen dabei als Experten bereit, um alle Ihre Fragen zu den Fahrzeugen zu beantworten. Auch ihnen dankt das DPM für ihre unverzichtbare Arbeit und ihren unermüdlichen Einsatz, der gar nicht hoch genug bewertet werden kann.

6.7 Besucherzahlen

In der Saison 2012 besuchten 85.674 Menschen das Panzermuseum. Damit ist der Rekord des Jahres 2009 nicht gebrochen, aber das Ergebnis stellt dennoch eine der höchsten Besucherzahlen der letzten 30 Jahre dar. Dies ist besonders nach dem leichten Rückgang im letzten Jahr (knapp 82.000) sehr angenehm zu registrieren. Das DPM zählt damit weiterhin zu den 7% besucherstärksten Museen in Deutschland oder anders ausgedrückt: Zu den Top 500 der weit über 6000 Museen in der Republik.

6.8 Farbanschlag

In der Nacht auf den 16.03. haben Unbekannte einen Farbanschlag auf das Panzermuseum in Munster verübt. Dabei wurde der auf dem Außengelände stehende Panzer der Standard 0-Serie mit pinker Farbe bespritzt. Zudem wurden mehrere Farbbeutel auf das Hauptgebäude geworfen. Der Hintergrund der Handlung war politisch motiviert: Der Panzer vor dem Museum wurde von "Rosa Tank Gang" gefärbt, um auf die angeblich kriegsverherrlichende Ausstellung hinzuweisen. Ein entsprechendes digitales Bekenner-schreiben findet sich im Netz.¹⁵

Aufgeklärt wurde der Vorgang trotz polizeilicher Ermittlungen nicht. Allerdings brachte der Anschlag dem Museum eine enorme mediale Aufmerksamkeit, die sich unter anderem in einer rasanten Steigerung der Facebook-Fans bemerkbar machte. Dank des tatkräftigen Einsatzes der Lehrsammlung war das Exponat binnen kürzester Zeit wieder im ursprünglichen Zustand.

6.9 Marderbänke

Das DPM stellt angesichts seiner Ausdehnung relativ wenige Sitzgelegenheiten zur Verfügung. Etwas Abhilfe wurde geschaffen, indem die Lehrsammlung Sitzbänke aus zur Verschrottung vorgesehenen Schützenpanzern Marder entnahm, sie in der Hausfarbe lackierte und im Museum verteilte. So sind nicht nur Sitzgelegenheiten geschaffen worden, sondern militärhistorische Objekte selbst dienen als Sitzgelegenheit.

6.10 Kalender

In Zusammenarbeit mit dem Fotografen Bastian Schimpf wurden Bilder mit besonderen Belichtungsreihen und Bearbeitung hergestellt, aus denen dann ein Kalender produziert wurde. Dieser steht seit September 2012 im Museumsshop, der Munster Touristik und

¹⁵ <https://linksunten.indymedia.org/de/node/56561>

dem Online-Shop zum Verkauf.

7. Ausblick

In diesem Kapitel sollen nur die maßgeblichen Projekte des Jahres 2013 cursorisch angerissen werden.

7.1 Beginn Neukonzeptionierung

Das Panzermuseum hat sich in den letzten 30 Jahren stetig weiterentwickelt. Die Dauerausstellung wurde immer größer und vielfältiger; Aufstellung und Beschilderung wurden immer wieder angepasst; die äußere Architektur ebenso wie die innere Einrichtung immer wieder geändert und renoviert. Veränderung ist lebenswichtig für ein Museum. Nur ständiges Erneuern und Verändern hält ein Museum frisch und lebendig, bewegt Besucher zum Wiederkommen und verhindert, dass die Hallen menschenleer bleiben und einstauben. Die Besucher wissen diese Entwicklung zu schätzen. Nicht nur die Besucherzahlen belegen das. Vor allem Kommentare in Gästebüchern, im Internet oder im direkten Gespräch betonen oft, wie toll die Veränderungen empfunden werden, wenn Besucher das Panzermuseum nach 10 Jahren Pause mal wieder besucht haben.

Das Panzermuseum will auch weiter frisch und lebendig bleiben. Die jetzige Dauerausstellung ist bald schon wieder ein halbes Jahrzehnt alt und wurde bereits von über 400.000 Menschen gesehen. Das ist ein großartiger Erfolg und um diese Besucher zum Wiederkommen zu bewegen, muss das Museum wieder einmal neu gestaltet werden. Das Jahr 2013 wird daher für das Panzermuseum ein Jahr der Orientierung und der Kreativität. Das DPM-Team und die Lehrsammlung werden gemeinsam nachdenken, diskutieren, andere Museen besichtigen, mit Kollegen und Experten sprechen und Fachliteratur zu Rate ziehen. Auf dieser Basis werden wir gemeinsam Ideen entwickeln und sammeln, wie die nächste Version des Panzermuseums aussehen kann.

Eines ist jedoch vorab sicher und soll hier noch einmal ganz klar gesagt werden, um Gerüchten vorzubeugen: Wie auch immer sich das Panzermuseum in den nächsten Jahren weiter entwickelt - die Zahl der im Panzermuseum gezeigten Großgeräte wird niemals radikal reduziert werden. Es wurde schon die Sorge an uns herangetragen, die Zahl der Panzer würde so verringert, wie dies mit den Exponaten in den „Elementen des Krieges“ passiert sei. Dies ist aus zwei Gründen schlicht unmöglich:

Erstens könnte die Lehrsammlung diesen Schritt überhaupt nicht zulassen. Für ihren spezifischen Ausbildungsauftrag muss stets eine möglichst große Menge an Fahrzeugen in der Dauerausstellung zu sehen sein. Da lässt sie keine Abstriche zu.

Zweitens liegt eine solche Reduzierung absolut nicht im Interesse der zivilen Seite des Panzermuseums. Die Fahrzeuge sind der touristische Magnet, der die Leute nach Munster zieht. Ohne sie wäre die Einnahmequelle Tourismus für die Stadt gefährdet. Da lässt sie keine Abstriche zu.

Es wird also immer einen große Menge an Fahrzeugen im Panzermuseum zu sehen sein, egal was ansonsten neu gestaltet oder verändert wird. Wann immer wir neue Aspekte der Panzergeschichte hinzufügen wollen (die berühmte „Kultur- und Sozialgeschichte“), so tun wird das nur als Ergänzung, nicht als Ersatz. Ein modernes Museum muss vielfältig und facettenreich sein und diesen Anspruch wollen wir für das Panzermuseum im nächsten Ausbauschnitt auch erreichen. Aber nicht auf Kosten der Exponate. Die Technik wird immer den Mittelpunkt der Dauerausstellung bilden - nur das Drumherum wird erweitert und modernisiert.

7.2 Museumsregistrierung

Bereits seit 2008 ist es langfristiges Ziel des DPM, die Museumsregistrierung erfolgreich zu absolvieren. Um dieses „Gütesiegel für Museen“ zu erhalten, muss ein Haus professionelle Museumsarbeit nachweisen.¹⁶ Der Arbeitsaufwand ist relativ hoch, da meistens viele der nötigen Nachweise (Gesamtkonzept, diverse Teilkonzepte, Leitbild u.v.m.) von den Häusern erst noch ausgearbeitet werden müssen. Diesen Schritt in die normale Museumsarbeit einzubauen, ist oft das größte Problem für ein Museum. Das DPM formuliert im Rahmen seiner Neugestaltung die meisten der nötigen Konzepte aber ohnehin, so dass das Jahr 2013 der perfekte Zeitpunkt ist, um die Museumsregistrierung anzugehen.

7.3 Neuauflage Katalog

Das Museumsbuch muss aktualisiert werden. Diese Gelegenheit wird dazu genutzt werden, die Publikation inhaltlich zu straffen. In Zukunft werden die Inhalte des bisherigen Mammutbuches auf zwei dünnere Bände aufgeteilt: Der „Museums katalog“ wird ein reiner Exponatskatalog werden, der die wirklich im Museum ausgestellten Objekte

¹⁶ Zur Registrierung allgemein: http://www.mvnb.de/museumsregistrierung/registrierung/niedersachsen_und_bremen/

darstellt – jeweils mit mehreren Fotos und kurzen Texten. Parallel dazu wird es ein „Museumsbuch“ geben, das alles andere enthalten wird: Eine Geschichte des Hauses, museale Konzepte, Aufsätze über die Panzerwaffe, Vertiefungen zu Leitexponaten, Interviews mit Machern etc.

Dieses Vorgehen hat eine Reihe von Vorteilen:

- Die Publikationen sind durch klare thematische Trennung sortenreiner und als Produkt besser erkenn- und bewerbbar.
- Die Besucher können daher gezielt die Publikation kaufen, die sie wirklich interessiert. Dadurch können die Verkaufszahlen steigen.
- Wer sich für beide Themenbereiche interessiert, kann ebenfalls gezielt angesprochen werden: Ein entsprechendes Bündel-Angebot kann den Kauf beider Publikationen noch reizvoller machen, so dass die Kenner der alten Publikation nicht enttäuscht werden.
- Das Senken der Einzelpreise auf deutlich unter 10 Euro wird den Besuchern den Kauf leichter und angenehmer machen. Sollte es durch die Vorteile des Digitaldruckes sogar gelingen, die einzelnen Publikationen unter der magischen Grenze von 5 Euro zu verkaufen, so ist anzunehmen, dass die Verkaufszahlen spürbar ansteigen.
- Mit der Aufteilung auf zwei kleinere Publikationen kann schneller und kostengünstiger nachproduziert werden; totes Kapital durch Lagerung wird verringert.

Im Sommer 2013 wird es eine erste Ausgabe des neuen Museumskataloges geben. Diese wird qualitativ noch nicht ganz das erstrebte Endniveau haben, da sie unter großem Zeitdruck entsteht und eine Übergangslösung darstellt. Auf ihr aufbauend wird aber bald darauf der erste, vollwertige Katalog entstehen.

Die Entstehung des Museumsbuches ist noch nicht genau planbar. Das Verfassen des Buches wird vermutlich im Rahmen eines Projektes in Kooperation mit einer oder mehreren Universitäten geschehen, so dass ein gewisser Vorlauf nötig ist. Gleichzeitig wird in das Museumsbuch vieles gehören, was im Rahmen der Registrierung und der Neukonzeptionierung erarbeitet werden muss. Es ergibt also Sinn, diese Hauptaufgaben primär zu bearbeiten, um dann erst die Ergebnisse daraus in das Museumsbuch einfließen zu lassen. So dauert der Prozess zwar länger, es wird aber sinnlose Doppelarbeit vermieden.

Impressum

Herausgeber
Deutsches Panzermuseum Munster
Hans-Krüger-Str. 33
29633 Hannover
051 92 / 25 52
info@deutsches-panzermuseum.de

Redaktion
Julia Engau, Ralf Raths

© 2013, Deutsches Panzermuseum Munster