

# DPM | 2013 Jahresbericht



## Inhaltsverzeichnis

### 1. Inhaltsverzeichnis

<b>1. Vermitteln</b>	<b>3</b>
1.1 Basiskonzept	3
1.2 Katalog	5
1.3 Vertiefungsbereich „Lehr- und Versuchsübung 58“	6
1.4 Schilderstände	7
<b>2. Forschen</b>	<b>8</b>
2.1 Besuchererhebung 2012	8
2.2 Kooperation Panzermuseums Kubinka	9
2.3 Vortrag und Publikation Utrecht	9
2.4 Vortrag Hannover	9
2.5 Vortrag Wilhelmshaven	10
2.6 Berufung	10
<b>3. Sammeln</b>	<b>10</b>
3.1 Kette	10
3.2 Rad	11
3.3 Anderes	11
<b>4. Bewahren</b>	<b>12</b>
4.1 Depotausbau	12
<b>5. Medien</b>	<b>13</b>
5.1 Printmedien	13
5.2 Radio	13
5.3 Fernsehen	14
5.4 Internet	14
5.5 Webseite	14
5.6 Facebook	15
5.7 Print-Anzeigen	15
5.8 Internationale Gartenschau	15
<b>6. Veranstaltungen</b>	<b>16</b>
6.1 40 Jahre Lehrsammlung / 30 Jahre Panzermuseum	16
6.2 Militärgeschichtliche Fahrzeuge	16
6.3 Stahl auf der Heide 2013	16
6.4 Modellbauausstellung	17
6.5 Panzer des Monats	17
6.6 RAG-Aktionstage	17
<b>7. Anderes</b>	<b>17</b>
7.1 Merchandise (Shirts, Quartett, Kalender)	17
7.2 Kassensystem / Onlinetickets / Onlineshop	18

## 1. Vermitteln

### 1.1 Basiskonzept

Das größte und langfristigste Projekt des DPM ist dessen geplanter Umbau in den nächsten Jahren. Zu diesem Zweck wurde im Jahre 2013 ein Basiskonzept entwickelt, das die grundlegenden Ideen und Planungen dieses Umbaus zusammenfasst, die die zivilen und militärischen Träger verwirklicht sehen wollen. Dieses ca. 40seitige Konzept wurde in enger Abstimmung von Lehrsammlung und Museumsleitung formuliert und im April des Jahres fertiggestellt.

Folgende Leitlinien wurden darin formuliert:

1. Gliederung des Panzermuseums in zwei Ausstellungsbereiche: Ein technischer Einführungsteil und ein chronologischer Hauptteil. Dabei Kehrtwendung der Laufrichtung.
2. Aufteilung der Chronologie in mehrere Zeitfenster: Gliederung nach historiographisch plausiblen Trennlinien.
3. Multiperspektivische Gestaltung des Panzermuseums: Die bisherigen Kernbereiche Technikgeschichte, Organisationsgeschichte und Operationsgeschichte werden auch weiterhin als wichtige Perspektiven abgebildet. Sie werden allerdings ergänzt durch Kontexte aus den Bereichen Kulturgeschichte, Sozialgeschichte, Politikgeschichte, Wirtschaftsgeschichte, Genderngeschichte, Transnationale Geschichte, Alltagsgeschichte, Mentalitätsgeschichte, Oral History sowie aller anderen geeigneten Zugriffe der historischen Fachwissenschaft.
4. Abbildung von Themen entsprechend der Vielzahl an Perspektiven: Diese umfassen unter anderem: Soldatischer Wertekanon; Der Mensch als Soldat – der Soldat als Mensch; Heroismus und Postheroismus; Vergesellschaftung von Gewalt; Brutalität, Eskalation, Entmenschlichung; Leid und Tod; Industrialisierung, Maschinerisierung, Mechanisierung des Tötens; Wahrnehmung und Nutzbarmachung von Militärtechnik.
5. Gliederung der Ausstellung in drei Ebenen:
  - Ebene I: Inseln. Hierbei handelt es sich um Exponatsgruppen, die nach einer bestimmten Leitperspektive (siehe Punkt 6) arrangiert werden. Sie stehen stellvertretend für bestimmte Zeitfenster der Chronologie und bilden die oberste und schnellste Führung durch das Museums.
  - Ebene II: Vertiefungsbereiche. Hier handelt es sich im Bereiche im Museum, in denen bestimmte Themen mit Objekten und Medien vertieft werden.
  - Ebene III: Einzelexponatsbereich. Alle übrigen Großexponate werden auch weiterhin flächendeckend im Museum verteilt und betextet.
6. „Gefecht der verbundenen Waffen“ als Leitperspektive der Inseln: Die Wahl dieser Perspektive bietet sowohl für die militärische wie die zivile Seite viele Vorteile.

DEUTSCHES  
PANZERMUSEUM  
MUNSTER

### Basiskonzept für die Neugestaltung des DPM



7. Die Integrität der ausgestellten Sammlung: Die Integrität ist sowohl für den didaktischen Auftrag der Lehrsammlung als auch für die touristische Attraktivität des Museums unabdingbar. Eine eventuell nötige Reduktion des Großgerätes wird daher nicht über 10% hinausgehen.

8. Schaudapot und Studiensammlung: Bisher nicht gezeigte Objekte werden in Schaudepots (Großgeräte) bzw. Studiensammlungen (Handfeuerwaffen, Uniformen, Helme u.ä.) gezeigt.

9. Professionelle Gestaltung der Ausstellung: Umsetzung nur durch Ausstellungsagentur

10. Zweisprachige Betextung (Deutsch, Englisch)

Um a) eine möglichst große Akzeptanz zu erreichen und b) so viele konstruktive Anregungen wie möglich zu integrieren, wurde das Konzept einem großen Kreis von Personen und Institutionen zur Prüfung zur Verfügung gestellt. Dieser Kreis umfasste unter anderem den Deutschen Museumsbund, das Militärgeschichtliche Forschungsamt, den Museumsverband Niedersachsen und Bremen, das Militärhistorische Museum der Bundeswehr und ausgewählte Einzelpersonen.

Der Prozess der Rückmeldung zog sich über ein halbes Jahr hin. Das eingegangene Feedback war im Schnitt sehr positiv. Auch kritische Rückläufer stellten (bis auf eine Ausnahme) die Leitlinien des Konzeptes nicht grundlegend in Frage. Das Basiskonzept wurde daher in seiner grundlegenden, ersten Form von den maßgeblichen Entscheidern beider Träger als Plan angenommen: Der Rat der Stadt Munster entschied für die zivile Seite am 06.12.2013 einstimmig, dass das Museum nach den Leitlinien des Basiskonzeptes umzubauen sei. Der Beauftragte für das Museumswesen der Bundeswehr billigte das Konzept für die militärische Seite in einem Schreiben vom 09.12.2013.

Die geäußerten Kritiken und Ergänzungen wurden geprüft und, soweit die Kritik tragfähig erschien, in eine Änderung und/oder Erweiterung des Konzeptes umgesetzt. Die auf diese Weise entstandene Version „Basiskonzept 2.0“ wird abschließend der Mitgliederversammlung des FöV 2014 präsentiert und bildet die Grundlage des weiteren Vorgehens.

Im nächsten Schritt wird das Basiskonzept inhaltlich zu einem detaillierteren Feinkonzept weiter entwickelt (Auswahl und detailliertere Ausarbeitung von Themen, Exponatenauswahl, museumspädagogischen Mitteln etc.). Gleichzeitig wird in einem Wettbewerb eine Ausstellungsagentur bestimmt, die die gestalterische Form entwickeln und die eigent-



liche Umsetzung des Projektes planen wird. Parallel wird das Basiskonzept dazu genutzt, bei Stiftungen und anderen potentiellen Förderern Geld für den Umbau einzuwerben.

## 1.2 Katalog

Das Museumsbuch, das in seiner letzten Version seit 2008 unverändert in Druck war, ist in diesem Jahr durch einen grundlegend neuen Katalog abgelöst worden.

Während das alte Museumsbuch neben Darstellungen der Exponate auch Darstellungen von in der Sammlung überhaupt nicht vorhandenen Fahrzeugen, Texte zu historischen und anderen Themen (Einordnung des DPM in die Museumwelt u.ä.) enthielt, ist der neue Katalog ein reiner Exponatskatalog. Dabei werden in der ersten Auflage aus Zeitgründen ausschließlich ausgestellte Fahrzeuge und Geschütze behandelt. Trotz dieser Beschränkung erreicht der Katalog durch 132 Exponate mit jeweils einer Doppelseite + Register und Vorworte bereits jetzt eine Stärke von knapp 300 Seiten. Diese wird sich im nächsten Jahr noch erhöhen, wenn der Katalog um Einträge zu Motoren, Getrieben, die „Elemente des Krieges“ und anderes erweitert wird.

Stilistisch wurde der Katalog drastisch modernisiert. Das Format ist nun DIN A4 quergelegt, das Layout ist dem Corporate Design des Museums unterworfen und weist bewusst viel Weißraum auf. Jedes Großobjekt wird mit technischen Daten, drei Fotos (Gesamt, Detail, Wechselnd) und einem Fließtext präsentiert. Die Reihung der Exponate folgt grob der aktuellen Ausstellung.



Durch die Erstellung des Kataloges aus einer Datenbank heraus ist eine dauernde Aktualisierung des Buches problemlos möglich. Der Katalog soll daher künftig im Jahresrhythmus angepasst und gedruckt werden, um stets die aktuelle Ausstellung wiederzugeben. Die erste Auflage betrug daher auch nur 2.500 Exemplare. Im Jahr 2014 soll der Katalog also erstmals aktualisiert, dabei aber auch noch einmal korrigiert und erweitert werden.

Sobald es die Kapazitäten im Hause zulassen, soll der Katalog um eine zweite Publikation ergänzt werden, die dann ein klassisches Museumsbuch ist, das aus Artikeln zum historischen Thema des Museums, zu dessen Geschichte und Arbeitsweisen u.ä. ist.

### **1.3 Vertiefungsbereich „Lehr- und Versuchsübung 58“**

Im Eingangsbereich der Halle 2 wurde ein Vertiefungsbereich zur LV58 eingerichtet.

Dieses zentrale Ereignis der Bundeswehr- und NATO-Geschichte wird primär vermittelt über mehrere Text- und Grafiktafeln, die (neben einem Einführungstext) auf und in zwei Tryptichonen dargestellt werden. Diese Darstellungsweise erlaubt es, die Wissensvermittlung in zwei verschiedenen Detailgraden anzubieten.



Auf den Außenseiten der Tryptichone sind Übersichtstexte für die Masse der normalen Museumsbesucher aufgebracht: Kurze Texte, einfache Formulierungen, keine Fachbegriffe. Klappt man die Seitenflügel jedoch auf, so erreicht man eine zweite Ebene mit taktik- und organisationsgeschichtlichen Details en masse. Diese sind als zusätzliches Angebot für speziell interessierte und/oder vorgebildete Besucher interessant; vor allem aber dienen sie der Lehrsammlung als Ausbildungshilfe. Auf diese Art und Weise werden drei verschiedene Interessenlagen, die jeweils eigener Vermittlung bedürfen, problemlos und platzsparend vereint. Diese Zwei-Ebenen-Vermittlung ist für die Zukunft der Wissensvermittlung in der Dauerausstellung daher wegweisend.

Die Text- und Grafiktafeln werden ergänzt durch eine Videostation mit 6 kurzen Filmen zu den Herbstübungen 1958, zu denen die LV58 gehörte, sowie eine Vitrine mit einer Panzeruniform dieser Zeit. Diese dreigleisige Vermittlung (Zeichen, Bilder, Objekte) macht den Bereich LV58 zu einem sinnvollen, in sich geschlossenen Vertiefungsbereich.

Später soll der Bereich noch ergänzt werden durch eine Vitrinen mit Kleinobjekten, die in der Übung zum Einsatz kamen.

Der Förderverein finanzierte die Erstellung dieses Bereiches.

### **1.4 Schilderstände**

Im Laufe der Saison wurde ca. die Hälfte der hölzernen Z-Ständer in der Ausstellung gegen silberne Stahl-Displays ausgetauscht. Diese neuen Displays haben den Vorteil, dass



sie nur einen Bruchteil der Breite der Z-Ständer haben und daher viel mehr Sicht auf die Fahrzeuge freigeben. Zudem lassen sie sich wesentlich näher an die Fahrzeuge „schmiegen“. Die Ausstellung wirkt dadurch sehr viel luftiger und offener.

Im Jahr 2014 sollen diese Ständer alle alten Z-Ständer im Museum ersetzen.

Der Erwerb der Ständer wird durch den Förderverein finanziert.

### **Sonderausstellungen**

Die erste Sonderausstellung 2013 war „Adleraugen über Afghanistan“, die Luftaufklärungsbilder aus Afghanistan präsentierte. Die Ausstellung wurde vom Aufklärungsgeschwader 51 „Immelmann“ zur Verfügung gestellt.

Die zweite Sonderausstellung „WarGames“ zeigte Kriegsspielzeug aus über 100 Jahren. Die Ausstellung wurde vom Volkskunde Museum Schleswig bereitgestellt.

## **2. Forschen**

### **2.1 Besuchererhebung 2012**

In der Saison 2013 wurden die Umfragebögen der Saison 2012 ausgewertet. Hierbei erwies sich erneut der Praktikantenbetrieb des Museums als ausgesprochen produktiv, da die sowohl die aufwändige Dateneingabe als auch das Überprüfen der Sinnhaftigkeit der Datenbank (die ehemals ebenfalls von einem Studenten erstellt wurde) von einem Praktikanten geleistet wurden.

Die Ergebnisse deckten sich bis auf minimale, vernachlässigbare Abweichungen bis ins Detail mit den Ergebnissen der Saison 2011. Die empirischen Grundlagen der strategischen Entscheidungen über die Zukunft des Panzermuseums sind also ausgesprochen tragfähig.



Da diese Erkenntnisse durch die Datenbank sehr schnell getroffen werden konnten, war dieses Jahr Zeit, die verschiedenen Datensätze miteinander zu verknüpfen. Die genutzte Datenbank erlaubt es, Fragestellungen miteinander zu verbinden. So kann beispielsweise gezielt nach Zusammenhängen zwischen Alter und Interessenlage, Geschlecht und Kritik etc. gesucht werden.

Das Ergebnis ist eine detaillierte Studie von ca. 40 Seiten, die im „Dokumente“-Bereich der Website des Museums abrufbar ist.<sup>1</sup> Diese Studie erlaubt einen detaillierten Einblick in verschiedene Aspekte des Besucherverhaltens und erlaubt es, strategische Entscheidungen für das DPM künftig noch fundierter zu treffen. Die Besucherschaft ist nicht länger eine Black Box, über die wir nur Annahmen und Vermutungen haben, sondern eine messbare Größe.

### **2.2 Kooperation Panzermuseums Kubinka**

Die Panzermuseen Munster und Kubinka haben einen Kooperationsvertrag geschlossen, der zum Ziel hat, die Zusammenarbeit zwischen beiden Häusern zu intensivieren. Dies umfasst neben Objekttausch auch technisches Hilfe und Kooperation auf dem Gebiet der historischen Forschung.

### **2.3 Vortrag und Publikation Utrecht**

Der Direktor des DPM hat 2013 eng mit dem neu entstehenden Nationalen Militärmuseum der Niederlande zusammengearbeitet. In einem ersten Schritt steuerte das DPM für einen Sammelband des NMN einen Beitrag zur aktuellen Entwicklung europäischer Kriegs- und Militärmuseen bei.<sup>2</sup> In einem zweiten Schritt sprach das DPM im September bei einer internationalen Tagung in diesem Museum und referierte eine Standortbestimmung für Militärmuseen in moderne, pluralistischen Mediengesellschaften. Eine Publikation auch dieses Vortrages ist angedacht.

### **2.4 Vortrag Hannover**

Im Rahmen einer Konferenz zum Thema Geschichtsnarrationen und Medien trug das DPM im Oktober zum Thema „Wehrmacht? Gefällt mir! - Facebook als Vermittlungsinst-

<sup>1</sup> [http://www.panzermuseum-munster.de/uploads/media/Besuchererhebung\\_2012\\_web\\_01.pdf](http://www.panzermuseum-munster.de/uploads/media/Besuchererhebung_2012_web_01.pdf)

<sup>2</sup> Grote veranderingen in West-Europese militaire musea , in: Voorwärts! MARS: Militaire musea in de samenleving, Delft 2013. S.98-122.

ument“ vor. Thema waren Erfahrungen, Probleme und Potentiale des sozialen Netzwerkes Facebook bei der Geschichtsvermittlung des Panzermuseums.

## 2.5 Vortrag Wilhelmshaven

Bei der diesjährigen Tagung des „Gesprächskreises Technikgeschichte“ referierte das DPM im Mai unter dem Titel „Vom Fetisch zum Exponat? - Die Neuausrichtung des Deutschen Panzermuseums Munster“ über die Grundsätze, spezifischen Problemstellungen, Erfahrungen und weiteren Pläne betreffs der strategischen Neuausrichtung des DPM.

## 2.6 Berufung

Der Direktor des DPM wurde 2013 in die „Nationale Kommission für Militärgeschichte“ berufen.<sup>3</sup>

# 3. Sammeln

## 3.1 Kette

Der wichtigste Neuzugang des Jahres war zweifelsohne der Panzerkampfwagen VI Tiger. Das Fahrzeug wurde dem DPM initiativ von einem anonymen Spender angeboten und vorerst für drei Jahre als Leihgabe überlassen. Der Tiger wurde aus zum überwiegenden Teil aus Überresten eines Fahrzeuges zusammengebaut, das auf einem Schrottplatz in Frankreich gefunden worden waren. Mit langer Suche wurden die verbleibenden 20% der Teile gefunden und das Exponat so komplettiert. Das Fahrzeug ist innen leer; die Außenhülle besteht jedoch zu über 90% aus Originalteilen. Das aufgebrachte Zimmerit ist eine Replik. Mit diesem Fahrzeug zeigt Munster den siebten äußerlich vollständigen Tiger weltweit. Es handelt sich um ein Stück ersten Ranges, das im Sammlungskonzept eines Deutschen Panzermuseums eindeutig als eines der mit Abstand wichtigsten Exponate gelten muss.

Eine weitere wesentliche Bereicherung für die Ausstellung ist ein Marder III Ausf. M. Dieses Wehrmachtsfahrzeug ist für die Sammlung von großer Wichtigkeit, weil an ihm der Prozess der Entwicklung der Panzerabwehr vom gezogenen Geschütz über Improvisationen wie den Marder hin zu speziellen Jagdpanzern wie dem Hetzer lückenlos gezeigt werden kann. Das Fahrzeug, das der WTS Koblenz gehört, wird vorläufig in Munster bleiben, da diese Dienststelle keinen Raum zur Unterbringung hat.

3 Für Details: <http://www.icmh.info>

Ein besonders exotisches Stück ist dem DPM mit dem TVT zugegangen. Der „Trilaterale Versuchsträger“ ist ein Überbleibsel des Kalten Krieges, das in einem auslaufenden Programm noch nach dessen Ende in der Mitte der 90er Jahre gebaut wurde. Das Fahrzeug verfügt über einen ausfahrbaren Arm, der mit einer Startvorrichtung für Panzerabwehr-Raketen bestückt ist. Das Fahrzeug sollte so in der Lage sein, aus Stellungen hinter Hügeln oder Wäldern feindliche Ziele unter Beschuss zu nehmen. Das Fahrzeug sollte eine Alternative zu den teuren und komplexen Panzerabwehrhubschraubern darstellen. Das Konzept wurde jedoch fallengelassen.

Neben diesem Exoten wurden auch noch alltägliche, aber gerade deswegen historisch wichtige Fahrzeuge der Bundeswehr der Sammlung hinzugefügt: Der Pionierpanzer Dachs, ein weiterer M 113 und ein M 577, die Gefechtsstandvariante des M 113

Ein Leopard-2-Prototyp wurde ebenfalls in die Sammlung vereinnahmt.

## 3.2 Rad

Im Bereich Radfahrzeuge stellt ein neuer Dingo in der Variante BÜR (Bodenüberwachungsradar) die wichtigste Neuanschaffung dar. Das BÜR selbst ist nicht in Serie gegangen und kann daher maximal als ein Beispiel für die Verfahrenswege der Rüstungsindustrie dienen. Der Dingo selbst allerdings ist ein ausgezeichnetes Exponat, an dem die jüngsten Trends gepanzerter Mobilität exemplarisch dargestellt werden können. Es ist mehr noch als andere Fahrzeuge im Museum das zentrale Exponat zum Afghanistan-Einsatz und daher von entscheidender Bedeutung für die Wissensvermittlung.

Mit einem 5-Tonner gl und einem 10-Tonner gl sind auch im Bereich der Radfahrzeuge wesentliche „Arbeitstiere“ der Bundeswehr für die Sammlung gesichert worden.

## 3.3 Anderes

Ein Exemplar eines experimentellen 140mm-Rohres wurde der Sammlung hinzugefügt. Dieses Objekt erlaubt es zu verdeutlichen, warum trotz einiger Versuche in die Richtung dieser Größen das Kaliber 120 bzw. 125 mm bisher immer noch das Standardkaliber für Panzerkanonen ist.

Eine Drohne vom Typ KZO wurde der Ausstellung hinzugefügt und zeigt, wie die vorher ausgestellten Drohnen bereits auch, die Verlagerung der Aufklärung in die dritte Dimension.

Das DPM verfügt noch über kein Exemplar des Schützenpanzers Puma. Übergangsweise wird ein Holzexemplar aus der Entwicklung gezeigt. Das Modell wurde gefertigt, um die Ergonomie des hinteren Kampfraumes zu verdeutlichen; die äußere Form ist nur rudimentär angedeutet. Dennoch vermittelt das Modell vorab einen Eindruck des in der Entwicklung befindlichen Fahrzeuges.

## 4. Bewahren

### 4.1 Depotausbau

Ende 2013 ist ein entscheidendes Großprojekt für das DPM in Gang gekommen: Der Ausbau des Depots des Deutschen Panzermuseums.

Bisher waren die museumseigenen Objekte konservatorisch suboptimal gelagert und nur in Papierform inventarisiert. Dies ist in doppelter Hinsicht ein Problem gewesen: Die nicht ideale Lagerung verstieß gegen den Kernauftrag des Museums, Objekte zu bewahren. Die nur in Papierform erfolgte und zudem nur unvollständige Inventarisierung machte es unmöglich, die Bestände des Museums richtig zu kennen und zu nutzen, weil ein Durchsuchen der Bestände zum Ausstatten von Ausstellungen nicht möglich war.

Das Depot wird daher seit November 2013 komplett neu organisiert. Die bisherigen Regale werden durch ein Rollregalsystem ersetzt, das einen wesentlich höheren Ordnungsgrad bei weniger Raumnutzung und zudem hohe Staubdichte bietet. Die Verpackung der Objekte erfolgt künftig in speziellen Depotverpackungen, die allen konservatorischen Anforderungen entspricht.

Bei der Überführung von der alten in die neue Lagerung wird jedes Objekt digital fotografiert, in einer Datenbank vertextet und verschlagwortet, mit einer Inventarnummer versehen und eingelagert. So entsteht neben der neuen, verbesserten physischen Lagerung auch gleich ein digitales Depot. Bei dieser Gelegenheit werden auch alle Bildmaterialien (Fotos, Negative, Dias etc.) komplett gescannt und in das Archiv aufgenommen.

Mit diesen Schritten entsteht ein konservatorisch akzeptables, gut benutzbares Depot.

Zu diesem Zweck ist das DPM eine Kooperation mit dem Projekt Kuniweb eingegangen. Dieses durch das Land Niedersachsen geförderte Projekt stellt eine webbasierte Datenbank der Bestände niedersächsischer Museen bereit. Dies hat den Vorteil, dass stabsmä-

Big kleinere Museen wie das DPM auf einen kompetenten Partner zurückgreifen können. Gleichzeitig bedeutet es auch, dass das DPM seine digitalisierten Stücke langfristig über diesen Weg der Öffentlichkeit zugänglich machen kann: Kuniweb arbeitet eng mit dem Projekt DigiCULT zusammen, das es sich zur Aufgabe gemacht hat, historisches Kulturerbe online zugänglich zu machen. Die Nutzung von Kuniweb ermöglicht es dem DPM mittelfristig also auch, seine Schätze einer breiteren Öffentlichkeit online zugänglich zu machen.

2013 wurden entsprechende Hard- und Software angeschafft, ein erster Workflow entwickelt, das Rollregalsystem ausgewählt und ein Pilotprojekt angestoßen. Die Kosten für den Umbau trägt der Förderverein.

## 5. Medien

### 5.1 Printmedien

In der Saison wurden 16 Pressemitteilungen verschickt, die 249 Meldungen erzeugten. Die Meldungen verteilen sich zu 86% auf Tageszeitungen, zu 10% auf Wochenzeitungen. Die restlichen Prozent entfallen auf Anzeigenblättern und Fachzeitschriften.

Die meisten Artikel erschienen im Bundesland Niedersachsen (197). Die übrigen Meldungen verteilen sich erst zu gleichen Teilen auf die westlichen Anrainer-Bundesländer, dann absteigend auf den Rest der Republik. (10 überregional, 9 Nordrhein-Westfalen, 8 Bremen, 8 Schleswig-Holstein, 5 Baden-Württemberg, 4 Berlin, 3 Hessen, 3 Hamburg, 2 Bayern). Hervorzuheben sind insbesondere die überregionalen Artikel etwa in der Welt oder ein Artikel in der englischen Daily Telegraph.

Besonders positiv ausgewirkt hat sich die zweimalige Präsentation über die Nachrichtenagentur dpa – entsprechend liefen die Themen „Stahl auf der Heide“ und Sonderausstellung „War Games“ besonders gut. Außerdem konnten 6 Artikel in Fachzeitschriften (z.B. Clausewitz) platziert werden, davon zwei in englischsprachigen Zeitschriften (z.B. Military Machines).

### 5.2 Radio

Der NDR berichtete über die Jubiläumsveranstaltung mit einem Radiobeitrag.



Auf den Radiosendern Antenne Niedersachsen und Radio 21 liefen über jeweils drei Tage zweistündlich Veranstaltungshinweise zu Stahl auf der Heide. Zudem berichtet Radio 21 auch über die Sonderausstellung „War Games“.

### 5.3 Fernsehen

Im September lief ein 10minütiger Beitrag über Panzer im RTL-Format „Wissen X-Akt“. Ein Teil der Filmaufnahmen und ein Interview mit Herrn Rath wurden im Museum erstellt. Zu sehen ist der Beitrag online unter dem Link: <http://rtl.nord.de/nachrichten/wissenx-akt-panzer.html>

### 5.4 Internet

Das Panzermuseum war sechsmal Thema bei ndr-online, dem Online-Portal des NDR (Museum allgemein, Tiger, Modellbauausstellung, MilHisFz, Stahl auf der Heide, Besucherrekord). Auf dem Portal wurden Bild- und Videogalerien zu den Themen veröffentlicht, die unter folgendem Link abrufbar sind: [http://www.ndr.de/suche10.html?sort\\_by=relevance&range=unlimited&results\\_per\\_page=10&query=panzermuseum&dnav\\_keywords=&dnav\\_author=](http://www.ndr.de/suche10.html?sort_by=relevance&range=unlimited&results_per_page=10&query=panzermuseum&dnav_keywords=&dnav_author=)

Außerdem erschienen in diversen Onlineportalen von Tageszeitungen ebenfalls Meldungen über das DPM, etwa zur Sonderausstellung „War Games“ und „Stahl auf der Heide“ auf Bild Online.

Ein weiteres Onlineportal zeigt Bilder und Informationen zum Museum: Die Webseite der DeutschenWelle. [http://mediacenter.dw.de/english/pictures/item/1117691/Offbeat\\_German\\_museums/](http://mediacenter.dw.de/english/pictures/item/1117691/Offbeat_German_museums/)



### 5.5 Webseite

Nach der Neugestaltung und dem Launch im Februar 2013 wurde auch die neue Webseite des Museums häufig besucht. Die Anzahl der Besuche liegt bei 307.667.<sup>4</sup>

Entsprechend höher liegt die Anzahl der Seitenaufrufe<sup>5</sup> (1.091.268. )

### 5.6 Facebook

Die Gesamtreichweite pro Beitrag erreichte in diesem Jahr bis zu 68.000 Personen. Diese Zahl beinhaltet auch geteilte Beiträge.

Im Gegensatz zu unseren Besuchern im Museum, sind die Fans bei Facebook fast ausschließlich männlich und zwischen 25-44 Jahren alt. Hier würde sich in der Zukunft Werbung anbieten um mögliche Zielgruppen anzusprechen. Etwa 10.000 Fans stammen aus Deutschland, ca. 2.600 aus Europa, ca. 500 Fans hat das Museum auch in den USA. Auch hier ist noch ein starker Zuwachs möglich.



### 5.7 Print-Anzeigen

In 2013 wurden nur 74 Anzeigen veröffentlicht, da durch die zusätzliche finanzielle Belastung der Jubiläumsfestlichkeiten das Budget frühzeitig erschöpft war.

Auch in diesem Jahr nutzte das Museum wieder die Werbewirkung der MiniCards – aufgrund des finanziellen Engpasses allerdings nur über die Sommerferienzeit.

4 Ein Besuch entsteht dann, wenn ein Besucher eine Website aufruft und sich dort gegebenenfalls verschiedene Unterseiten ansieht. Die Anzahl der Seitenaufrufe ist in der Regel also größer als die Anzahl der Besuche.

5 Um einen Seitenaufruf handelt es sich immer, wenn der Website-Besucher eine Adresse in seinen Browser eingibt oder auf einen Link oder einen Navigationspunkt klickt und dann zu einer neuen Inhaltsseite innerhalb des Auftritts gelangt. Die Anzahl der Seitenaufrufe ist ein wichtiges Maß zur Beurteilung der Beliebtheit der eigenen Website.



## 5.8 Internationale Gartenschau

Das Museum beteiligte sich an einer Marketingaktion des Heidekreises auf der Internationalen Gartenschau. Die individuell gestalteten Schnucken wurden in einer Heidelandschaft ausgestellt und warben so sowohl für die Region als auch für das Museum. Bei dem begleitenden Wettbewerb war die „Panzer-Schnucke“ leider nicht unter den drei Erstplatzierten. Trotzdem konnte auch hier erfolgreich das Museum platziert werden und den Besuchern der IGS nahe gebracht werden.

## 6. Veranstaltungen

### 6.1 40 Jahre Lehrsammlung / 30 Jahre Panzermuseum

Das Panzermuseum und die Lehrsammlung feierten gemeinsam zwei Runden Geburtstage. Die Lehrsammlung wurde vor 40 Jahren offiziell anerkannt; das Panzermuseum wurde vor 30 Jahren eröffnet. Anlässlich dieses Geburtstages wurde am 17. Juni ein Festakt im Museum begangen, zu dem mehrere Dutzend geladene Gäste aus den Bereichen Militär, Politik, Medien, Wirtschaft, Industrie und Wissenschaft geladen waren. Es wurden mehrere Jahrzehnte äußerst erfolgreicher Arbeit vorgestellt, bevor die Herausforderungen und Pläne für die Zukunft thematisiert wurden. Im Anschluss blieb den Gästen noch Zeit für Kennenlernen und Wiedersehen sowie für Diskussionen.

### 6.2 Militärische Fahrzeuge

Am 16. Juni wurde zum ersten Mal das Event „Militärische Fahrzeuge“ als eigenständige Veranstaltung durchgeführt. Mehrere Dutzend Pkw, Lkw und Motorräder aus



vielen Jahrzehnten wurden von privaten Sammlern im DPM präsentiert, mehrfach auch in Bewegung. Obwohl die Veranstaltung noch lange nicht so etabliert ist wie die Modellbaumesse und bei weitem nicht auf eine solche Werbung setzen konnte wie „Stahl auf der Heide“, so kamen doch ca. 800 Besucher, um die Vorführung zu betrachten. Die erfolgreiche Veranstaltung soll 2014 wiederholt werden.

### 6.3 Stahl auf der Heide 2013

Die 2013er-Ausgabe von „Stahl auf der Heide“ sprengte alle bisherigen Dimensionen bei weitem. Dieses Jahr wurde primär über Facebook geworben, was durch einen bewusst geförderten Schneeball-Effekt dazu führte, dass die Werbung für die Veranstaltung über 100.000 Nutzer erreichte. In der Konsequenz wuchs die Veranstaltung, die jahrelang stabil ca. 5.000 Besucher angezogen hat, auf 9.300 Besucher an. So sehr diese Zahlen auch freuen, muss auch festgestellt werden, dass das Museum damit am absoluten Rand seiner Kapazitäten angekommen ist. Für das nächste Jahr muss über andere Organisationsformen nachgedacht werden. Abgesehen von den aus den Massen resultierenden Problemen hat sich das gebotene Programm aber erneut als für die Besucher sehr attraktiv erwiesen.

### 6.4 Modellbauausstellung

Am 18. und 19. Mai war zum siebzehnten Mal die Internationale Militär-Modellbauausstellung in den Hallen des Museums zu Gast. Diese etablierte Veranstaltung lockte wie jedes Jahr eine große Zahl Gäste in das Museum: Mit 6.200 Besuchern wurde auch hier der Rekord deutlich gebrochen: Die Veranstaltung legte um ca. 60% zu im Vergleich zum Vorjahr.

### 6.5 Panzer des Monats

Die durch die Hobbykommandanten sechs Mal durchgeführten „Panzer des Monats“ erwiesen sich einmal mehr als dauerhafte Besuchermagneten: Gerade in den Sommermonaten kamen einige hundert Besucher mehr als an vergleichbaren Tagen des Vorjahres, an denen es kein „Panzer des Monats“-Event gab.





### 6.6 RAG-Aktionstage

Die sechs Mal durchgeführten Aktionstage der RAG Celle erfreuten sich auch im Jahre 2013 großer Beliebtheit bei den Besuchern.

## 7. Anderes

### 7.1 Merchandise (Shirts, Quartett, Kalender)

Das Panzermuseum hat in diesem Jahr mehrere eigene Produkte herausgebracht. Neben dem neuen Katalog (siehe oben) wurden folgende Titel in den Verkauf genommen:

#### Quartett

Das Museumsquartett besteht ausschließlich aus Fahrzeugen, die bei uns in der Ausstellung zu finden sind und dort auch für das Quartett fotografiert wurden.

#### Kalender

Der für das Jahr 2014 aufgelegte Kalender zeigte ausschließlich Aufnahmen des neuen Tigers. Dieses Produkt ist ausverkauft.

#### T-Shirt

Für „Stahl auf der Heide 2013“ wurde ein spezielle T-Shirt entwickelt und produziert, das in streng limitierter Auflage nur an diesem Tag und nur im Museum erhältlich war. Es war binnen kürzester Zeit ausverkauft.



### 7.2 Kassensystem / Onlinetickets / Onlineshop

Durch die Einführung eines professionellen für Museen angepasstes Kassensystem wurde die früher äußerst komplizierte Abrechnung stark erleichtert. Außerdem ist es nun auch möglich bereits Online Tickets für den Besuch im DPM zu kaufen.

Das neue System bietet auch breite Auswertungsmöglichkeiten, so lässt sich erneut die Besucherstruktur des Museums analysieren aber auch die Preisstruktur kontrollieren. Parallel zur Einführung des Systems an der Eingangskasse wurde es auch im Shop und Online-Shop eingeführt, so dass auch hier von der übersichtlichen und benutzerfreundlichen Struktur profitiert wird.

### 7.3 Besucherzahlen

In der Saison 2013 besuchten 104.297 das DPM. Mit dem neuen Rekord bricht das Museum in seinem Jubiläumsjahr nicht nur den vom letzten Jahr (ca. 85.000), sondern auch die magische Grenze von 100.000 Besuchern. Denn nur 3,8% der deutschen Museen können so viele Besucher im Jahr anlocken. Oder anders gesagt: Nur 230 von 6400 Museen haben über 100.000 Besucher.

Die Tabelle rechts zeigt die Aufschlüsselung der Besucherzahlen nach Monaten. Von den gesamt 104.297 Besuchern wurde 16.948 freien Eintritt gewährt. Davon entfallen alleine 9.300 auf die Veranstaltung „Stahl auf der Heide“ im September. Weiter wurde freier Eintritt Schwerbehinderten (2.007 Besucher), Kinder unter fünf Jahren (1.522 Besucher) gewährt. Die restlichen freien Eintritte verteilen sich auf Protokollgäste, Schwerbehindert Begleitperson, Mitglieder des Fördervereins, Hobbykommandant, Pressekontakte und wirtschaftlich und wissenschaftliche Kontakte.

Besucherzahlen nach Monaten	
März	6.777
April	7.419
Mai	14.749
Juni	9.221
Juli	16.836
August	14.791
September	19.011
Oktober	10.875
November	4.888
<b>Gesamt</b>	<b>104.297</b>

## Impressum

Herausgeber  
Deutsches Panzermuseum Munster  
Hans-Krüger-Str. 33  
29633 Munster  
051 92 / 25 52  
[info@deutsches-panzermuseum.de](mailto:info@deutsches-panzermuseum.de)

Redaktion  
Julia Engau, Ralf Raths

© 2013, Deutsches Panzermuseum Munster