

Deutsches Panzermuseum Munster Jahresbericht 2010

Inhaltsverzeichnis

I. Vorbemerkungen	3
II. Abgeschlossene Projekte	3
I. Internationalisierung.....	3
II. Beschilderung	3
III. Praktikantinnen und Praktikanten.....	4
IV. Videostationen.....	4
V. Diverses.....	4
III. Neue Exponate	5
I. Fahrzeuge.....	5
II. Andere Objekte.....	5
IV. Veranstaltungen	5
I. Sonderausstellung „Es war einmal Krieg“	5
II. Sonderausstellung „Mythos Blitzkrieg“	5
III. Panzer des Monats.....	6
IV. Aktionstage der RAG Militärmodellbau Celle.....	6
V. Modellbauausstellung (Pfingsten)	6
VI. Tag der offenen Tür (Familientag).....	6
V. Besucher	6
I. Zahlen.....	6
II. Einordnung.....	7
VI. Werbung und Öffentlichkeit	7
I. Printmedien.....	7
II. Internet.....	7
III. Förderverein.....	7
VII. Geplante Projekte 2011	8
I. Saal der Sammlungen	8
II. Multimediaguide II.....	8
III. Videocasts.....	8
IV. Besuchererhebung	8
V. Sonderausstellungen.....	9
VI. Neue Exponate.....	9
VIII. Termine 2011	9

I. Vorbemerkungen

Das Museumsjahr 2010 war erneut ein Jahr, in dem die Erfolgsgeschichte des Museums fortgesetzt wurde. Gedankt werden soll wie auch in den Jahren zuvor dem Museumspersonal und in besonderer Weise den Mitarbeitern der Lehrsammlung des Ausbildungszentrums Munster, die mit ihrer Arbeit zusammen mit ihrem Personal und den Hobby-Kommandanten einen wesentlichen Beitrag zur Gestaltung des Museums, dem Erhalt der Exponate und somit zum Erfolg in der vergangenen Saison beigetragen haben.

II. Abgeschlossene Projekte

I. Internationalisierung

Die in der Saison 2009 eingeführten Multimedia-Guides sind nun auch mit einer Führung in englischer Sprache versehen. Dadurch haben ausländische Gäste seit dieser Saison die Möglichkeit, im Museum nicht nur die Exponate zu betrachten, sondern das Museum so zu erleben, wie es gedacht ist: Als Ort des historischen Lernens durch Kontextualisierung der Objekte. Dies ist angesichts des beachtlichen Anteils ausländischer Gäste eine enorme Verbesserung in der Besucherorientierung und trägt zur Professionalisierung des Museums bei. Dies wird unterstützt durch a) den Ansatz, die neue Beschilderung der Exponate (siehe nächster Punkt) ebenfalls zweisprachig zu produzieren und b) die Einrichtung einer englischen Seite auf der Homepage.

II. Beschilderung

Die bisherige Exponatsbeschilderung wird seit März 2010 sukzessive ersetzt. Die alten Schilder boten primär technische Daten sowie gelegentlich organisationshistorische Anmerkungen. Die neue Beschilderung folgt einem anderen Prinzip: Die technischen Daten sind immer noch relevant und enthalten. Wichtig ist aber, den Besucherinnen und Besuchern in kurzen Texten die historische Signifikanz des Fahrzeugs zu vermitteln – und die kann auch in ganz anderen Zusammenhängen als Technik begründet sein. Dieser Text kann daher ein Fahrzeug als technisches Unikum einordnen, in sozialhistorische Zusammenhänge stellen, einen kulturhistorischen Blick auf das Exponat werfen, sogar militärische Alltagsgeschichte als Perspektive etablieren. Gelegentlich gehört auch die Biographie des Exponats in dieses Feld.

Ein historisches Foto auf jedem Schild hat die Aufgabe, die klinisch-museale Darbietung des Exponats zu durchbrechen. Ein Panzer im Museum wirkt immer ruhig, kalt, sauber, aufgeräumt. Er macht leicht vergessen, wozu er gedacht ist, wozu er (gegebenenfalls) eingesetzt wurde. Diesem Effekt sollen die historischen Photos entgegenwirken. Zu diesem Zweck werden hier Fotos verwendet, die den Panzer a) möglichst deutlich in irgendeiner Aktion zeigen (Geländefahrt, Gefecht, Motorwechsel im Feld etc.) und/oder b) exponiert Menschen in, auf oder am Panzer zeigen und/oder c) den Panzer zerstört oder doch zumindest deutlich unbrauchbar/kaputt zeigen. Durch das Zeigen mindestens eines dieser Aspekte wird das Exponat in seinen historischen Kontext gebunden. Die Arbeit der Praktikantinnen und Praktikanten (siehe nächster Punkt) auf diesem Feld ist unerlässlich.

Gleichzeitig wird durch die neuen Tafeln das im Jahre 2009 eingeführte Corporate Design im Museum weiter etabliert.

Eine detaillierte Darstellung des Beschilderungskonzepts findet sich auf der Homepage.

III. Praktikantinnen und Praktikanten

Im Jahre 2010 arbeiteten vier Praktikanten und eine Praktikantin im Museum. Ihre Arbeitsfelder waren dabei sehr unterschiedlich und umfassten unter anderem

- Erarbeitung von Videocast-Drehbüchern
- Erstellung von Spezial-Bibliographien
- Erarbeitung von Konzepten (Führungen, Werbung, Bereichstexte)
- Durchführen von Führungen
- Erstellung eines digitalen Bibliothekskataloges
- Ausbau der Homepage
- Erstellen von Exponatsschildern

Die Anwesenheit der Studierenden im Hause hat sich als ausgesprochener Glücksgriff erwiesen. Einerseits arbeiten sie dem Hause sehr produktiv zu, andererseits führt ihre Anwesenheit zu angeregten Diskussionen und frischem Wind, was Betriebsblindheit entgegenwirkt. Gleichzeitig agieren die Studierenden nach Ihrer Rückkehr an die jeweiligen Hochschulen als Multiplikatoren: Sowohl in allgemeiner Werbehinsicht, zum anderen aber auch und besonders in die akademische Welt hinein: Hier wird einem eventuellen Ruf des Panzermuseums als verstaubte, unkritische Panzerhalle gezielt entgegengewirkt.

Eine detaillierte Auflistung der Arbeitsfelder der Studierenden findet sich auf der Homepage.

IV. Videostationen

In der Dauerausstellung wurden 5 Videostationen aufgestellt. Die didaktische Grundlage dieses Schrittes war, über das zusätzliche Medium Abwechslung zu schaffen und Besucherinnen und Besucher anzusprechen, die an Führungen, Guides und Texten nicht besonders interessiert sind. Darüber hinaus haben bewegte Bilder noch einen ganz eigenen Erkenntniswert, der durch andere Medien nicht abgedeckt werden kann.

Die Stationen zeigen historisches Filmmaterial ganz unterschiedlicher Art: Für das Kaiserreich wurde Filmmaterial von der Erprobung eines erbeuteten englischen Tanks gezeigt - dadurch erschließt sich bspw. dem Besucher überhaupt erst, wie sich die Fahrzeuge dieser Dekade bewegten, denn derlei Bilder gehören durch ihre Seltenheit nicht zur Allgemeinbildung. Andere Filmquellen kommen aus der Propaganda (Bereich Tiger), aus dem Bereich der Werbung (Bereich frühe Bundeswehr) oder aus dem Bereich Lehrfilm (NVA, Keiler). Somit sind die Stationen auch medienhistorisch interessant, da sie die Vielfalt der militärischen Filmproduktionen widerspiegeln. Gleichzeitig lehren die Filme an sich auch ganz konkret etwas: Die Besucherinnen und Besucher können sich bspw. oft nicht vorstellen, wie der Minenräumpanzer Keiler eingesetzt wird – der entsprechende Bundeswehrfilm zeigt es in bewegten Bildern und damit viel besser, als es jede Fotoserie je könnte.

Eine detailliere Darstellung des Konzepts dieser Stationen findet sich auf der Homepage.

V. Diverses

Die Arbeiten im ehemaligen Medienraum, der zum Arbeits- und Tagungsraum umgebaut wurde, sind abgeschlossen. Somit wurden 3 PC-Arbeitsplätze mit Zugang zum Internet geschaffen, die von den Praktikanten und auch bei Bedarf von den Museumsführer zu Informationsbeschaffung genutzt werden können.

Zusätzlich wurde mit dem Aufbau einer Bibliothek begonnen, die mit Fachbüchern versehen, ebenfalls für die Informationsbeschaffung und Weiterbildung zur Verfügung steht.

III. Neue Exponate

I. Fahrzeuge

Die in der Halle 2 ausgestellten Kampfpanzer vom Typ Leopard 1 wurde durch die Zuführung eines Kampfpanzers „Leopard 1 A3“ vervollständigt. Somit kann den Besuchern die komplette Leopard 1 Familie gezeigt werden.

Im Freigelände wurde der „Brückenlegepanzer M 48“ gegen das Mittlere-Artilleriesystem „MARS“ ausgetauscht.

In der Halle 3 wurde der Brückenlegepanzer „Biber“ gegen den Flugabwehr-Raketenpanzer 1 „Roland“ und einer Ex-Rakete, die vor dem Panzer ausgestellt ist, ausgetauscht.

In der Halle 4 wurde die Ausstellung der Panzerjäger-Truppe der Bundeswehr um einen Jagdpanzer Kanone „Kürassier“ des österreichischen Bundesheeres erweitert.

Die Exponate in der Halle 5 wurden im Bereich „Neues Heer für neue Aufgaben“ durch die Zuführung eines BMP1 „Ost“ erweitert, sodass dem Besucher alle bisher in die Bundeswehr eingeführten Schützenpanzer präsentiert werden können.

II. Andere Objekte

Vor dem Kampfpanzer „Leopard 2 A4“ wurde eine Ex-Patrone so ausgestellt, dass der Besucher durch das Anheben der Ex-Patrone eine Vorstellung davon erhält, welcher Kraftaufwand vom Ladeschützen bei den Ladetätigkeiten erforderlich ist.

Der „Bergepanzerpanzer Standard“ wurde mit einem Zusatztriebwerk auf dem Heck versehen.

IV. Veranstaltungen

I. Sonderausstellung „Es war einmal Krieg“

Dieses war vom 16.03.2010 bis Ende Juli 2010 die Sonderausstellung „Es war einmal Krieg“, von Frau Wiebke Kramer, die von der Galerie Homann aus Walsrode ausgerichtet wurde. Die Ausstellung wurde positiv aufgenommen und regte eine Reihe fruchtbarer und kritischer Diskussionen an. Eine Auswahl von Besuchercommentaren findet sich auf der Homepage.

II. Sonderausstellung „Mythos Blitzkrieg“

Ab dem 01.08. wurde die vom „Wissenschaftlichen Mitarbeiter des Panzermuseums Herr Ralf Raths konzipierte Ausstellung anlässlich des 70ten Jahrestages des Westfeldzuges „Mythos Blitzkrieg“ eröffnet, die bis zum Saisonende gezeigt wurde. Die Ausstellung wurde in enger Kooperation mit anderen Häusern (Militärgeschichtliches Forschungsamt Potsdam, Militärhistorisches Museum Dresden, Historisches Museum Hannover u.a.) entwickelt, was die Vernetzung des DPM in der wissenschaftlichen Community verfestigt hat.

Die Sonderausstellung wird im Sommer 2011 an das Wehrgeschichtliche Museum in Rastatt verliehen. Die Finanzierung wurde vom Förderverein übernommen.

Beide Ausstellungen fanden reges Interesse bei den Museumsbesuchern. Auch einige Schulklassen des Gymnasiums Munster haben die Sonderausstellungen besucht.

III. Panzer des Monats

An fünf verschiedenen Tagen wurden gepanzerte Fahrzeuge durch die Hobby-Kommandanten vorgestellt. Diese bereiteten die Fahrzeuge vor und versorgten die Besucher mit umfangreichen Informationen und Detailkenntnissen. Dieses lockte jedoch kaum zusätzliche Besucher an, bereicherte aber wiederum das Angebot für die normalen Museumsbesucher und steigerte somit die Attraktivität des Museums.

Für diesen freiwilligen Einsatz der Hobby-Kommandanten, der immer an den Wochenenden stattfindet, wurde im Rahmen eines Abschlussessens in der UHG des Ausbildungszentrums Munster, vom Bürgermeister der Stadt Munster und dem Leiter der Lehrsammlung, der in seiner Rede auch im Namen des Schulkommandeurs sprach, gedankt.

IV. Aktionstage der RAG Militärmodellbau Celle

Der Auftritt der Reservistenarbeitsgemeinschaft Militärmodellbau Celle unter der Leitung von Herrn Klaus Wehler und seinen Mitstreitern an fünf Aktionstagen, während der Modellbauausstellung zu Pfingsten und beim „Tag der offenen Tür“ war wiederum einer der Höhepunkte der Saison. Besonders die dynamischen Vorführungen auf der Gefechtsschießbahn und im Freigelände wurden von den Besuchern mit Begeisterung aufgenommen. Dieses förderte erheblich die Besucherzahlen und die Attraktivität des Museums.

V. Modellbauausstellung (Pfingsten)

Am 22.05.2010 und 23.05.2010 wurde zum 14. Mal die große internationale Militär-Modellbauausstellung zu Pfingsten, die 3.600 Besucher aus dem In- und Ausland anzog, durchgeführt. Besonderer Dank gilt hierbei wie in jedem Jahr den beiden Organisatoren Herrn Siegfried Rogowski und Herrn Torsten Weger aus Winsen an der Luhe, die mit unermüdlichem Einsatz die Werbung für die Ausstellung und die Einplanung der Aussteller und Organisation des Aufbaus der Ausstellung

VI. Tag der offenen Tür (Familientag)

Ein weiterer Höhepunkt war der am 29.05.2010 veranstaltete „Tag der offenen Tür“. An diesem Tag, der durch die Stadt Munster, den Förderverein und dem Ausbildungszentrums Munster veranstaltet wurde, nahmen über 5.100 Besucher teil.

V. Besucher

I. Zahlen

Insgesamt haben über 84.000 Besucher das Deutsche Panzermuseum besucht. Das ist im Gegensatz zum vergangenen Jahr (85.000 Besucher) zwar wiederum keine Steigerung, doch der positive Trend mit über 80.000 Besuchern wurde trotzdem fortgesetzt. Hierbei sind auch die Besucher aufgeführt, die ausschließlich nur die Sonderausstellungen besucht haben.

Besucherstärkste Monate waren der Mai mit 15.690 und der August mit 14.183 Besuchern. Die höchsten Tagesbesucherzahlen waren im Mai mit 1.773, 1817 und 5.100 Besuchern zu verzeichnen.

II. Einordnung

Auch das sehr gute Sommerwetter in der ersten Hälfte der Saison hat der Besucherzahl nicht geschadet. Somit gehörte das Deutsche Panzermuseum wiederum zu den nur ca. 7% der Museen in Deutschland, die mehr als 50.000 Besucher im Jahr zu verzeichnen haben. Dadurch ist das Panzermuseum Munster mit eines der bedeutendsten touristischen Einrichtungen in der Region und somit ein erheblicher Wirtschaftsfaktor für die Stadt Munster.

VI. Werbung und Öffentlichkeit

I. Printmedien

Auch in diesem Jahr wurde die Werbung durch die Anzeigen in den Fremdenverkehrszeitungen oder Sonderbeilagen in den regionalen und überregionalen Zeitungen für das Museum fortgesetzt.

Zusätzlich wurden an über 200 Stellen regelmäßig Flyer (komplett neu gestaltet) ausgelegt und diese 2 x pro Jahr ergänzt. Plakate in den Tourismuseinrichtungen und anderen öffentlichen Stellen und auch bei bedeutenden Modellbauausstellungen in Bremen, Dortmund und Sinsheim ergänzten die Werbung. Trotz allem erweist sich die Mundpropaganda immer noch als eines der wirksamsten Werbemittel.

Auch die Hinweistafeln an der Autobahn warben ebenfalls mit großem Erfolg bei in- und ausländischen Gästen, die ohne diese Werbung an Munster vorbeigefahren wären.

II. Internet

Die Internetpräsentation wurde auch in diesem Jahr regelmäßig aktualisiert, inhaltlich erweitert und um eine Internetseite in englisch, in der das Museum vorgestellt wird, erweitert. Zusätzlich enthält dies Seite den Anfahrtsweg und die aktuellen Eintrittspreise.

Monatlich greifen momentan ca. 10.000-15.000 Personen auf die Homepage zu und erzeugen dabei ca. 40.000-60.000 Seitenzugriffe. Diese Tatsache unterfüttert die Vermutung, dass das Panzermuseum über seine 85.000 jährlichen Besucher hinaus ein theoretisches Besucherpotential von weit über 100.000 Personen hat.

Weiterhin ist Facebook als neuer Kommunikationskanal etabliert worden: das DPM hat dort innerhalb kurzer Zeit knapp 250 Follower gesammelt. Darüber hinaus ist auf Youtube ein Channel für das Museum eingerichtet worden, in dem vor allem die ab 2011 produzierten Videocasts präsentiert werden sollen.

III. Förderverein

Auch die Werbung für den Verein der Freunde und Förderer des Deutschen Panzermuseums Munster e. V. wurde auch in dieser Saison erfolgreich fortgesetzt.

Besonders das Aufstellen einer Spendenbox im Kassenbereich des Museums, deren Spenden zur Förderung der Museumsarbeit verwendet werden sollen, führte zu einem erheblichen Spendenaufkommen für den Förderverein.

VII. Geplante Projekte 2011

I. Saal der Sammlungen

Zentrales Großprojekt des Jahres 2011 wird die umfassende Neugestaltung des „Saales der Sammlungen“. Im Jahre 2010 ist dazu ein Konzept erarbeitet worden. Die Exponatszahl wird deutlich reduziert, der Saal selbst moderner und luftiger gestaltet. Die verbleibenden Exponate werden in thematischer Grupperierung („Lernpfade“) präsentiert, die jeweils unter einer anderen Leitlinie (Kulturgeschichte, Sozialgeschichte, Technikgeschichte) stehen und eine homogene und kritische Kontextualisierung bieten werden. Gleichzeitig werden museumspädagogische Basics in diese Pfade eingeflochten. Das Konzept für den Umbau wird nach seiner Beratung durch den Beirat im November 2010 auf der Homepage veröffentlicht.

II. Multimedialguide II

Ermöglicht durch die ausgezeichnete Vorarbeit einer Praktikantin ist geplant, im Sommer 2011 eine weitere Führung auf die Multimedia-Guides zu spielen: „Frauen in Krieg und Militär.“ Ein Problem der Besucherstruktur des Museums ist, dass sie sehr männlich dominiert ist. Und sogar wenn Frauen im Museum sind, finden sie über den immer noch dominierenden technikhistorischen Ansatz keinen Zugang zu Museum. Um hier eine Alternative zu bieten, wird sich die neue Führung mit der Rolle von Frauen im Militär, in paramilitärischen Organisationen, an der Heimatfront, im Krieg beschäftigen – als Täterinnen, Opfer, Kriegswitwen, Kämpferinnen usw. Die Perspektiven und Themen werden vielfältig und oft überraschend sein. Wir hoffen, mit diesem ganz anderen Ansatz vor allem jene Frauen für Militärgeschichte begeistern zu können, die bisher eher offensichtlich gelangweilt durch das Museum gegangen sind.

III. Videocasts

Das gesamte Jahr 2010 über wurde (auch hier wieder mit produktiver Hilfe der Studierenden) an der Vorbereitung von Videocasts gearbeitet. Hierbei handelt es sich um kurze 5-10minütige Videofilme, die im Internet veröffentlicht werden. Diese Filme werden ganz unterschiedliche Schwerpunkte haben: Zeitzeugenberichte, Exponatsfeatures, thematische Sendungen, Interviews, Neuigkeiten aus dem Hause etc. Über die Winterpause wird noch ein Vorspann für dieses Format entwickelt, damit die Produktion auch professionellen Standards genügt; aber 2011 beginnt die Produktion.

IV. Besuchererhebung

In der Saison 2011 wird eine Besuchererhebung im Museum durchgeführt werden. Dies ist schon lange fällig, wird aber erst jetzt durch die Anwesenheit der Praktikantinnen und Praktikanten möglich. Die gesamte Saison über werden immer wieder stichprobenartig einige hundert Besucherinnen und Besucher eingehend befragt werden; in der Winterpause wird der Datensatz dann ausgewertet. Dadurch wird es dem DPM möglich sein, eine solidere Datenbasis für strategische Entscheidungen zu haben.

V. Sonderausstellungen

Vom 08. März 2011 bis 24. Juli 2011 wird die Ausstellung „Wilde Zeiten“ vom Haus der Geschichte in Bonn gezeigt. Die Ausstellungseröffnung erfolgt am 08.03.11 um 18.00 Uhr im Deutschen Panzermuseum Munster

Ab 16. August 2010 folgt die Ausstellung „ Reformen, Reorganisation, Transformation“ vom Militärgeschichtlichen Forschungsamt in Potsdam. Die Ausstellungseröffnung erfolgt am 16.08.11 um 18.00 Uhr im Deutschen Panzermuseum Munster.

VI. Neue Exponate

Durch die Aufnahme eines neuen Exponats in die Lehrsammlung der gepanzerten Kampftruppen am Ausbildungszentrum Munster, soll die Attraktivität des Museums wiederum gesteigert werden. Dazu soll im Laufe der Saison der Spähwagen „Ferret“ in die Ausstellung der Panzer-Aufklärungstruppe der Bundeswehr eingegliedert werden.

VIII. Termine 2011

11.06.11 u. 12.06.2011 „ 15. Große internationale Militärmodellbau-Ausstellung „ Pfingsten

Dabei werden in den Hallen und im Freigelände eine Vielzahl von Militärfahrzeug-Modellen in verschiedenen Maßstäben stationär und teilweise dynamisch vorgestellt.

15.05.2011 Internationaler Museumstag mit dem Thema „ Museen, unser Gedächtnis“

Momentan wird eine Teilnahme am Museums am Museumstag diskutiert. Das Motto scheint geeignet, eine konkrete Form muss aber noch entwickelt werden.

04.09.2011 “Tag der offenen Tür“ (Familientag)

Dabei wird bei freiem Eintritt für alle Besucher ein buntes Programm mit verschiedenen Darbietungen durch die Stadt Munster, dem Ausbildungszentrum Munster und der Panzer-Lehrbrigade 9 gezeigt.

Panzer des Monats

Dabei werden durch die Lehrsammlung des Ausbildungszentrums Munster je zwei Fahrzeuge der Truppengattung gezeigt und durch die jeweiligen Hobby-Kommandanten vorgestellt, die auch für persönliche Gespräche zur Verfügung stehen. Auch eine Besichtigung der betreffenden Fahrzeuge von Innen ist dabei gestattet. (09.04.2011, 14.05.2011, 04.06.2011, 13.08.2011, 15.10.2011)

Aktionstage RAG-Zelle

An fünf Tagen werden die Modelle in einer stationären und dynamischen Vorführung im Museum und dem Freigelände vorgestellt. (03.04.2011, 21.05.2011, 24.07.11, 17.09.11, 30.10.11)