

ZUKUNFTSKONZEPT DEUTSCHES KLINGENMUSEUM SOLINGEN



EXECUTIVE SUMMARY

STRATEGIE UND ZIELSETZUNG

Das Deutsche Klingenmuseum Solingen(DKM) hat viele **deutsch-landweit einzigartige Stärken**, die es in Zukunft deutlicher auszuspielen gilt.

Die SWOT-Analyse untersucht die Stärken, Schwächen, Möglichkeiten und Risiken, die mit der Neuaufstellung des DKM verbunden sind. In die SWOT-Analyse ist eine Strategiematrix integriert. Die Strategiematrix zeigt, dass die **Vielfalt und Spezialisierung der Sammlung** nur durch eine neue, integrativ und thematisch gedachte Konzeption der Dauerausstellung an ein **größeres Zielpublikum** als bisher kommuniziert werden kann. Das ist allerdings nur möglich, wenn das hier vorgezeichnete Zukunftskonzept ganzheitlich umgesetzt wird. Eine wichtige Stellschraube ist dabei die **Schaffung von mehr Raum** einerseits für zusätzliche Besucherfunktionen und andererseits für eine stärker wissenschaftliche Ausrichtung des Museums. Gerade letzteres wird eine höhere

internationale Aufmerksamkeit nach sich ziehen. Die Etablierung eines **Forschungszentrums** innerhalb des DKM mitsamt eines Schaudépots als Schnittstelle zwischen Öffentlichkeit und Forschung ist hierfür anzustreben. Beides – die Neukonzeption der Dauerausstellung und ein architektonisch herausragender **Anbau an den denkmalgeschützten Bestand** – wird

- die **Attraktivität des DKM nachhaltig steigern**
- zu einem deutlichen Zuwachs an Besucher:innen führen
- das DKM auf einen seiner Sammlung, dem Wissen und der Hingabe seines Teams gerechten Platz auf der regionalen und nationalen kulturellen Landkarte heben.

Um diesen Effekt tatsächlich für die nächsten Jahre sicher zu stellen, geht es aber auch um die regelmäßige Entwicklung und Durchführung **zielgruppenspezifischer Programme**, von Dauerausstellungen angefangen über lebhaftes museums-

pädagogische Veranstaltungen bis hin zu einer gut geführten Museums-gastronomie.

MARKENKERN UND ALLEINSTELLUNGSMERKMAL

Im Zentrum des Markenkerns steht die Klinge. Von diesem unverrückbaren Fokus lebt das Museum. Seine Spezialsammlung grenzt es von allen anderen Museen in Deutschland ab. Ohne das **Spezialwissen der Mitarbeiter:innen** des DKM wäre dieses Zentrum allerdings für niemanden nützlich. Natürlich spielt sowohl der Ort Solingen für Markenkern als auch Alleinstellungsmerkmal eine große Rolle – nicht umsonst steht die Herkunft **Solingen national und international als Qualitätsmerkmal bester Klingen**. All das kann durch die Kernpunkte dieses Zukunftskonzept – **Neukonzeption der Dauerausstellung, Einrichtung eines Forschungszentrums, Weiterentwicklung der Programmvierfalt** – gestärkt werden.

BESUCHER:INNEN

Ziel ist es, durch die Neuaufstellung des DKM einen **deutlichen Besucherzuwachs** zu erreichen (s. dazu Studie Projekt2508). Um dies zu schaffen, fokussiert sich das DKM auf vier Kernbesuchergruppen:

- Familien
- Klingen-Fans/Experten
- Kulturinteressierte
- Solinger:innen.

Diese vier Gruppen dienen als Orientierungshilfe, um spezifische Angebote zu schaffen, die letztlich von allen Besucher:innen gleichermaßen genutzt werden können. Denn durch seine thematische Aufstellung und den Anspruch (Menschheits-) Geschichte(n) durch die Klinge zu erzählen, macht das **DKM zu einem Museum für Alle**.



Grazienmesser

EXECUTIVE SUMMARY

LEITIDEE

Die Leitidee für die Neuaufstellung des DKM bewegt sich zwischen den beiden Polen **Integration und Erweiterung**. Ein integrativer Ansatz für Inhalte, Themen und Geschichten sowie für didaktische und mediale Ansätze bündelt die Kernkompetenzen des DKM zu einer neuen, besucher- und erlebnisorientierten Erfahrung. Neben diesem integrativen Ansatz, der die Stärken des DKM bündelt und herausstellt, geht es darum, das Museum **wachstumsorientiert zukunftsfähig zu machen**. Deshalb ist der zweite Pol der Leitidee die Erweiterung – von Wissen, Sammlungsbeständen und Architektur. Nur wenn ausreichend Raum vorhanden ist, welcher **neuesten museologischen Standards** entspricht, ist eine effi-

ziente **Forschung**, eine **erfolgreiche Akquise neuer Sammlungsbestände**, neue museumspädagogische Ansätze und eine **kontinuierliche Arbeit mit Schulklassen** möglich.

GRUNDWERTE UND GRUNDPRINZIPIEN

In der Umsetzung des Zukunftskonzepts orientiert sich das DKM an seinen Grundwerten, aus denen sich ableitet, welche **intellektuellen und emotionalen Erfahrungen** das DKM seinen Besucher:innen auf welche Weise ermöglichen will. Die den Grundwerten anbei gestellten Grundprinzipien sind eher auf der pragmatischen Ebene des alltäglichen Museumsbetriebs angesiedelt, müssen aber jetzt schon mitgedacht werden, damit die Neuaufstellung nicht an den praktischen

Möglichkeiten und Zielsetzungen „vorbeiplant“.

MUSEUMSKONZEPT

Das Raumprogramm des neuen Museumskonzepts wird gerade auch hinsichtlich der geplanten Erweiterung aufskizziert, wobei thematische Erwägungen und Besucherkomfort (durch z.B. **intuitive Wegeführung**) entscheidend sind. Das Museumskonzept ist leitgebend für die Neugestaltung der Dauerausstellung. Es verbindet ein klug sortiertes Nebeneinander der Themen mit einem didaktischen Ansatz, der analoge mit digitalen, interaktive mit rezeptiven Ansätzen verbindet. Angestrebt ist eine themenspezifische Licht- und Farbgebung. Die jeweiligen Themenräume sollen abwechslungsreich ge-

staltet sein. **Exponatinszenierungen** sollen Interpretationsspielräume öffnen. **Interaktive Erfahrungen** für alle Zielgruppen und ein zielgerichteter Medieneinsatz sind die Eckpunkte des Museumskonzepts, das im vorliegenden Zukunftskonzept vertiefend und Raum für Raum präsentiert wird. Wichtig ist, dass das **Museumskonzept so ganzheitlich gedacht** wird, dass der Besuch des Museums vor dem eigentlichen Besuch beginnt. Das kann im Internet auf einer gut durchdachten Webpräsenz sein. Der Besuch vor dem Besuch findet aber ebenso durch regelmäßige Berichterstattung in den (sozialen) Medien statt. Alle Kanäle, um vom DKM und seiner einzigartigen Sammlung auch jenseits der Klostermauern zu erfahren, müssen genutzt werden.



Japanisches Schwert

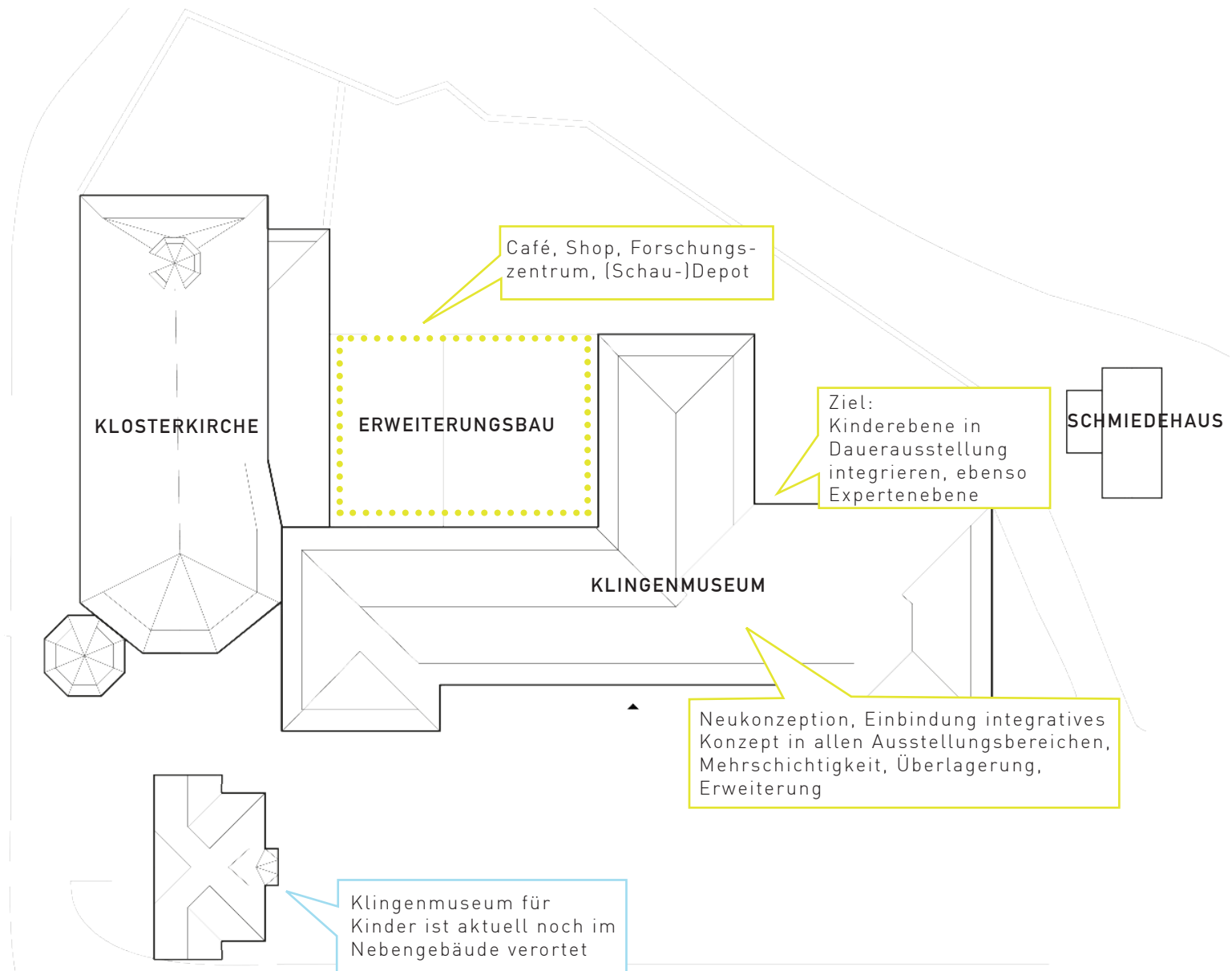
BESTANDSANALYSE

Das Klingenmuseum befindet sich in einem Ensemble aus drei Gebäuden. Das Hauptgebäude macht das Augustiner-Chorfrauenstift aus. Josef Paul Kleihues sanierte das barocke Gebäude aus dem 17. Jahrhundert Ende der 1980er Jahre und baute es auf eine Weise um, die den Funktionen des damaligen Museumsbetriebs besser entsprach. Im Seitenflügel der Klosterkirche, der heutigen Pfarrkirche St. Mariä Himmelfahrt, sind Teile des Kirchenschatzes ausgestellt, die im Rahmen des Museumsbesuchs besichtigt werden können. Ein eigenes Schmiedehaus gibt dem museumspädagogischen Programm einen Raum. Das Klingenmuseum für Kinder ist momentan im dritten Teil des baulichen Ensembles schräg gegenüber des Haupteingangs ausgelagert.

HERAUSFORDERUNGEN

Das derzeitige Klingenmuseum für Kinder ist durch seine Lage und die bauliche Gegebenheit nicht optimal für einen inklusiven und für alle Altersgruppen gerechten Betrieb. Die Präsentation des Kirchenschatzes wird der Wertigkeit und historischen Bedeutung der Exponate in keiner Weise gerecht. Das Hauptgebäude des Klingenmuseums ist zu klein, um Funktionen aufzunehmen, die für ein erfolgreich wirtschaftendes Museum unabdingbar sind. Dazu gehört ein attraktives Café, komfortable Besucherservices, eine stärker auf Highlights fokussierende Dauerausstellung und Arbeitsmöglichkeiten für Forscher:innen, um das Museum stärker in einen internationalen Austausch zu bringen. Kurz: es geht darum, das DKM zukunftsfähig zu machen.

ENSEMBLE AUS 3 GEBÄUDEN:



BESTANDSANALYSE

AUSSEN- UND EINGANGSBEREICH

Die Instandhaltung des Gebäudes ist ein dauerhaftes Thema, das organisatorisch und finanziell stets mitgedacht werden muss.



BESTANDSANALYSE

KASSE | EINGANG

Der Eingangsbereich muss alle Besucher:innen abholen und willkommen heißen.

RELIQUIEN

Der Kirchenschatz ist so interessant wie einmalig. Dies sollte den Besucher:innen vermittelt werden.



BESTANDSANALYSE

ARCHITEKTUR EINGANGSBEREICH UND ERDGESCHOSS

Die Zweischneidigkeit des Themas Klinge (Kulturerreicherin und gleichzeitig Todbringerin) kann als Narrativ mehr Raum erhalten.



BESTANDSANALYSE

FLEXIBILITÄT

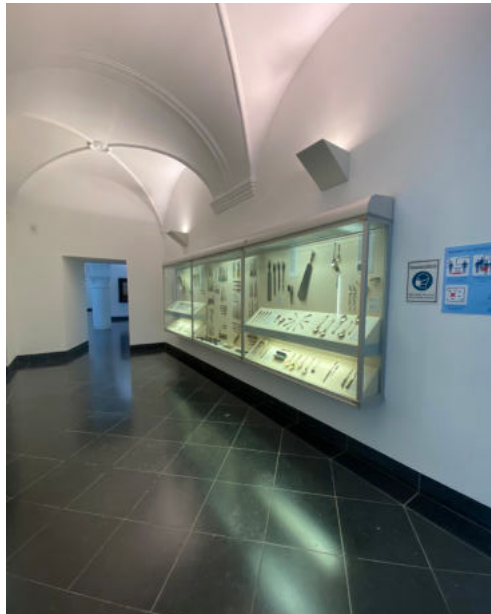
Flexible (Veranstaltungs-)Nutzungen sind anzustreben, ohne auf Kosten der Ausstellungsgestaltung zu gehen.



BESTANDSANALYSE

DAUERAUSSTELLUNG

Erzählungen statt Objektfolgen können die Aufmerksamkeit der Besucher:innen eher fesseln. Auch schwierige Themen wie der Nationalsozialismus sollten genügend Platz erhalten.



BESTANDSANALYSE

PROGRAMME

Ein Kernstück sind pädagogische und partizipative Programme, für die noch bessere Rahmenbedingungen geschaffen werden sollen.



BESTANDSANALYSE

ARCHITEKTUR EINGANGSBEREICH

Die Kleihues'sche Architektur überzeugt weiterhin mit ihrer Klarheit. Sie ist der Maßstab, an der sich die Erweiterung messen lassen muss.



BESTANDSANALYSE

Die Bilder aus dem Klingenmuseum für Kinder zeigen, dass das „kleine Museum“ immer noch attraktiv aussieht, aber sich vom Rest des Hauses deutlich absetzt. Außerdem wäre es wünschenswert, kindgerechte Aspekte stärker in das Gesamterlebnis zu integrieren, statt es in eigenen Räumlichkeiten vom Museum zu trennen.



SWOT-ANALYSE UND MARKENKERN

SCHWÄCHEN | STÄRKEN | MÖGLICHKEITEN | RISIKEN

Die SWOT-Strategiematrix zeigt nicht nur die Ergebnisse einer klassischen Stärken-/Schwächen- und Möglichkeiten-/Risiken-Analyse, sondern auch, wie man diese vier Aspekte in strategisch festgelegten Zielvorstellungen miteinander produktiv in eine Balance bringt, die den Erfolg des Deutschen Klingenmuseums nachhaltig sicherstellt. Der Erfolg des Museums (und damit die erfolgreiche

Anwendung der Strategiematrix) ist dabei an verschiedenen Kennwerten zu messen. Einige der wichtigsten dieser Kennwerte sind:

- Besucherzahlen (quantitativ)
- Lernerfolge der Besucher:innen (qualitativ)
- Presse (inkl. social media)
- Mittelakquise (öffentlich und privat)
- effektive Kostenkontrolle (Betrieb, Neugestaltung Dauerausstellung,

Erweiterungsbau)

- Zufriedenheit des Personals.

Diese Kennwerte hängen eng miteinander zusammen. Die gesamte Museumsarbeit, von der Sammlungspflege über die Veranstaltung von Events bis hin zur Qualität des im Museumscafé gebrühten Kaffees zahlen auf diese wichtigsten Kennwerte ein. Deshalb muss die Strategie des Museums immer ganzheitlich gedacht werden.

Wird eine der in der Strategiematrix genannten Handlungsempfehlungen vernachlässigt, kann dies Auswirkungen auf alle anderen haben. Anders formuliert: eine Zielsetzung und die Festlegung auf eine Strategie ist nur dann sinnvoll, wenn eine regelmäßige Überprüfung der Zielerreichung und eine entsprechende strategische Anpassung bzw. Nachsteuerung stattfindet.

SWOT	STRENGTHS/STÄRKEN - Spezialisierung auf ein Kulturgut - enzyklopädische Sammlungsbestände - Einzigartigkeit regional/national - in-house Wissen über Objekte und Themen - hoch engagiertes Team - Ambiente (Innen/Außen) - Architektur (historisch/Kleihues) - Lage (Solingen als Klingenstadt, attraktiver Ortsteil Gräfrath)	OPPORTUNITIES/MÖGLICHKEITEN - Neukonzeption der veralteten Dauerausstellung - Betriebskonzept neu denken - überregionale kulturtouristische Vernetzung - neue Besuchergruppen erschließen - Didaktik und Forschung stärken
WEAKNESSES/SCHWÄCHEN - Lage und Erreichbarkeit - Erkennbarkeit (was ist es/worum geht es) - Spezialisierung (Schwelle für Nicht-Experten) - veraltete Dauerausstellung - Ähnlichkeit der Exponate - Platzmangel - Leit-/Orientierungssystem verwirrend/nicht vorhanden - fehlender Besucherkomfort (Café, Familienfunktionen etc.)	SW-STRATEGY - thematischer Ausstellungsansatz - unterschiedliche Atmosphären in Ausstellungsräumen erschaffen - Themen spielen, um Blick für Unterschiede zu schärfen - konzises Leit-/Orientierungssystem gestalten - durch einen Erweiterungsbau Zeichen des Neuen setzen - im Erweiterungsbau fehlende Besucherfunktionen integrieren	OW-STRATEGY - Neukonzeption der Dauerausstellung als Attraktivierung für alle Besuchergruppen - Erweiterungsbau als Bildungs- und Forschungszentrum - Neukonzeption Gastro als Attraktor → Synergien zwischen Besuchsmotiven erzeugen
THREATS/RISIKEN - zu wenige Besucher:innen - zu wenig Finanzmittel - zu hohe laufende Kosten - in Spezialisierung untergehen	ST-STRATEGY - Einzigartigkeit stärker vermarkten - Kooperationen mit lokalen Firmen intensivieren - Kooperationen mit anderen Kulturinstitutionen - Drittmittel einwerben - Spezialisierung thematisch öffnen	OT-STRATEGY - kulturpolitische Wichtigkeit und gesellschaftspolitische Relevanz durch Neugestaltung stärken - schlanke Betriebsführung - Synergien Erweiterungsbau - Controlling Neukonzeption - Erweiterungsbau als Fundraiser

MARKENKERN + USP

Ein USP (unique selling proposition, oder Alleinstellungsmerkmal) vereinigt all diejenigen Merkmale einer Institution, die dieses vom Wettbewerb abheben. Sich über die eigenen USPs im Klaren zu sein, bedeutet, nicht nur die Stärken der eigenen Institution zu kennen, sondern diese auch pflegen und weiterentwickeln zu können. Das Deutsche Klingenmuseum Solingen hat für ein Museum seiner Lage und Größe eine vergleichsweise große Anzahl an Alleinstellungsmerkmalen. Dabei gibt es einerseits die strukturellen Alleinstellungsmerkmale, die das Museum jetzt schon vorweisen kann, die momentan teils aber kaum sichtbar sind. Die geplante Überarbeitung des kompletten Museumskonzepts und der Ausstellungsgestaltung eröffnet nicht nur die Möglichkeit, die strukturellen USPs des DKM zu stärken, sondern auch, weitere Alleinstellungsmerkmale zu lokalisieren und herauszuarbeiten.

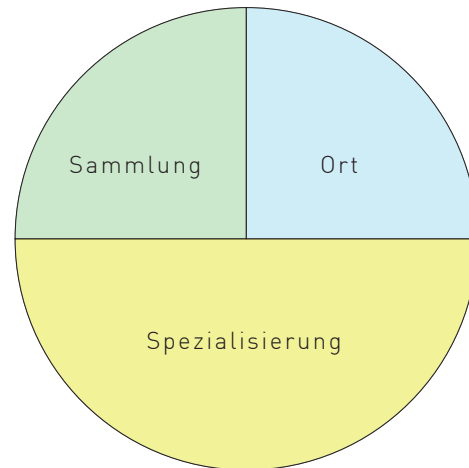
STRUKTURELLE ALLEINSTELLUNGS-MERKMALE

Das DKM ist in mehrfacher Hinsicht ein Unikum. Dabei spielen vor allem folgende drei Punkte eine entscheidende Rolle:

- Spezialisierung
- Sammlung
- Ort.

Die Spezialisierung des Museums ist deutschlandweit einzigartig. Aber auch weltweit steht das DKM, das sich allein auf das Objekt der Klinge, die Tätigkeit des Schneidens und allen damit zusammengehörenden Kulturtechniken fokussiert, allein auf weiter Flur. Das Messermuseum in Seki, nördlich von Na-

goya, hat eventuell einen ähnlichen Spezialisierungs- und Professionalitätsgrad. Das einzige Messermuseum der USA, das National Knife Museum in Sevierville/Tennessee, hat 2014 geschlossen. Kleinere private Messermuseen wie jenes in Arbus im Sardischen Hinterland können in diesem Vergleich genauso wie Firmenmuseum wie das Musée Laguiole und das Musée Opinel außen vorge lassen werden. Solche Museen haben teils zwar einige besondere Stücke in ihrer Sammlung, doch sind sie oft an das Engagement einzelner Personen gebunden oder können durch ihre kommerzielle Ausrichtung kaum als Museum angesehen werden. Die dezidierte wissenschaftliche und nicht-kommerzielle Spezialisierung des DKM ist deshalb gerade auch im internationalen Vergleich ein wahrer USP.



Strukturelle Alleinstellungsmerkmale des DKM

Die Sammlung des DKM mit seinen Blankwaffen, Bestecken, Messern und Schneidgeräten von der Bronze-

zeit bis heute ist als zweites strukturelles Alleinstellungsmerkmal mindestens ebenso einzigartig. Hier ergeben sich Vergleichsmöglichkeiten mit dem British Museum, bei dem man unter dem Stichwort »Klinge« über 7.000 Objekte und unter dem Stichwort »Messer« nochmals ebenso viele Einträge findet. Das Metropolitan Museum verfügt in diesen Kategorien über 3.000 Objekte. In vergleichbaren Museen in Deutschland kommt man nicht annähernd auf diese Zahlen. Insbesondere muss vermerkt werden, dass der Großteil dieser Klingen in der Regel in den Depots schlummern, wohingegen in Solingen ein weitaus größerer Teil der insgesamt fast 35.000 Objekte ständig öffentlich zugänglich ist. Die Spezialisierung des Museums und seine Sammlung machen es zum Referenzpunkt für jeden Klingenforscher und Connaisseur weltweit.

Das dritte Alleinstellungsmerkmal ist gleich ein doppeltes: der Ort. Nicht nur, dass sich das Museum in Solingen, der Klingenstadt schlechthin befindet, es ist auch noch in einer besonderen Architektur im touristisch attraktiven, historischen Orts- teil Gräfrath untergebracht. Solingen selbst ist international ein Synonym für deutsche Messer. Das Gebäude wiederum, ein ehemaliges Klostergebäude aus dem frühen 18. Jahrhundert, dessen Geschichte noch wesentlich weiter zurückreicht, ist in seiner Umnutzung zum Klingenmuseum durch die gezielten Interventionen von Josef Paul Kleihues einzigartig. Dieses Alleinstellungsmerkmal bringt allerdings nicht unbedingt eine Schärfung des Markenkerns des Museums mit sich, zumal weder das

Kloster noch die ebenfalls dort aus- gestellten – und ebenfalls einzigartigen – Reliquiare und Reliquien auch nur ansatzweise mit dem Samm- lungsschwerpunkt des DKM korres- pondieren. Nichtsdestotrotz kann aus dieser Kombination für die Besu- cher:innen ein besonders einprägsa- mes Besuchserlebnis resultieren.

Alle drei USPs müssen in Zukunft sehr viel stärker sichtbar gemacht und ausgespielt werden. In Ken- ner- und Liebhaberkreisen sind die besonderen Qualitäten des DKM sicherlich hinlänglich bekannt, nicht jedoch in einer breiteren und über Solingen hinausgehenden Öffent- lichkeit. Die Schärfung der drei USPs geht Hand in Hand mit der Schärfung zusätzlicher Alleinstellungsmerk- male, die durch die Neuaufstellung des DKM erarbeitet werden können. Diese Schärfung sollte auf Grundlage der erarbeiteten Strategiematrix erfolgen.

MARKENKERN + USP

SCHÄRFUNG KÜNFTIGER/DYNAMISCHER ALLEINSTELLUNGSMERKMALE

Neben diesen drei Merkmalen geht es für die Neuaufstellung des Museums um eine Erweiterung und Präzisierung des Markenkerns des Museums, indem präzise mit den vorhandenen Pfunden des DKM gewuchert wird und sich das Museum weitere zukunftsfähige Aspekte erarbeitet, welche die Relevanz des Museums steigern und seine Sichtbarkeit erhöhen können. Hierbei stehen zwei Punkte im Vordergrund, die als dynamischer Teil des USP bezeichnet werden können:

- die Neuaufstellung der Dauerausstellung
- die Entwicklung von Programmen.

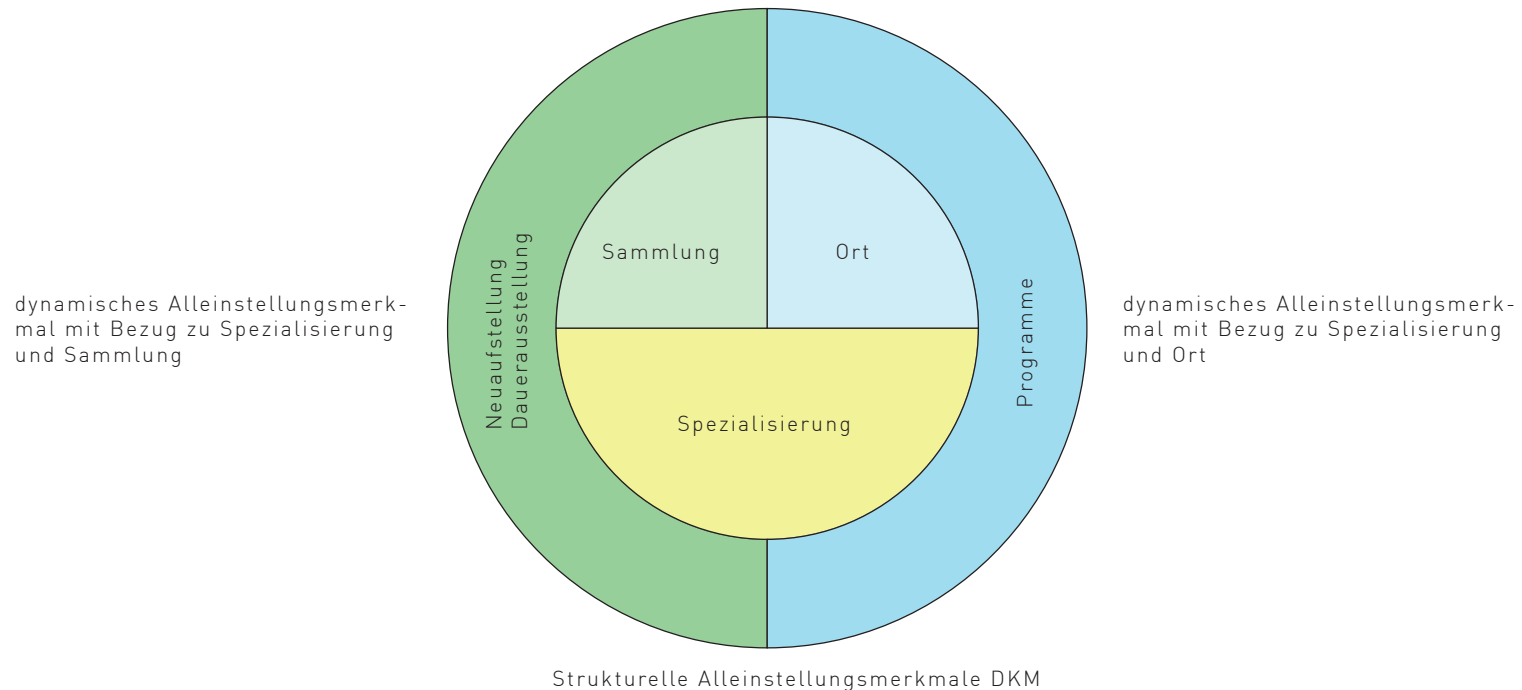
Wenn man, wie bereits geplant, in

der Dauerausstellung nicht allein die Klinge an sich betrachtet, sondern all die Themen und Perspektiven, die mit ihr seit Menschengedenken verbunden sind, ergibt sich ein Strauß unterschiedlicher Geschichten und Blickwinkel auf letztlich ein und denselben Gegenstand. An der Klinge könnte man die Menschheitsgeschichte erzählen. Dies ergibt die Möglichkeit einer maßgeschneiderten, für verschiedene Zielgruppen relevante Storyline, die aufgrund der Spezialisierung des Museums einzigartig sein wird. Hier geht es nicht nur um die Entwicklung eines besonderen kuratorischen Konzeptes, sondern auch um eine kongeniale gestalterische Umsetzung. Beides – Inhalt und Gestaltung – muss hier zusammengedacht werden, um

das Ziel einer maßgeschneiderten Storyline zu erreichen. Allerdings nutzt sich der USP-Effekt der Neuaufstellung der Dauerausstellung vergleichsweise schnell ab. Die Halbwertszeit einer Dauerausstellung sollte mit 4–5 Jahren angenommen werden. Ab dann nimmt der Charakter der Dauerausstellung als Alleinstellungsmerkmal des Museums ab, sodass spätestens nach 10 Jahren eine erneute Überarbeitung der Dauerausstellung geplant werden sollte.

Der zweite Punkt – die Entwicklung von Programmen – trägt dabei sehr viel konstanter zum USP des Museums bei. Hier gibt es bereits Ansätze des Museums, die in die richtige Richtung gehen. Die Organisation der Messe „KNIFE“ ist einer dieser

Ansätze. Eine Fachmesse, die von einem Spezialmuseum organisiert wird, ist durchaus selten und zählt gleich mehrfach auf den Markenkern des DKM als wissenschaftlicher Leuchtturm, als Ort des Netzwerks und als Schnittstelle mit der Industrie ein. Zusätzlich muss ein Sonderausstellungsprogramm entwickelt werden, das so wirkungsvoll ist, dass die vom DKM entwickelten Ausstellungen national und international weiterverkauft werden können. Als weiteren Punkt könnte es darum gehen, ein einzigartiges mediales und physisches Vermittlungsprogramm zu entwickeln, das nicht nur eine große Besucherbindung zur Folge hat, sondern auch andere Museen aufmerksam werden lässt und als Vorbild dienen kann.



MARKENKERN + USP

MARKENKERN DKM

Um die Stärken des USP präzise herausarbeiten und schärfen zu können, ist es nötig, jeden einzelnen dahingehenden Schritt mit dem Markenkern des DKM abzugleichen. Die Alleinstellungsmerkmale und der Markenkern stehen in enger Korrespondenz miteinander. Entsprechend wichtig ist es, die wesentlichen Elemente des Markenkerns zu formulieren. Sie werden wie ein Kompass dabei helfen, Richtungsentscheidungen treffen zu können.

Im Zentrum des Markenkerns steht die Klinge. Von diesem unverrückbaren Fokus lebt das Museum und grenzt es von allen anderen Museen in Deutschland ab. Dieses Zentrum ergibt sich aus den Spezialsammlungen des Museums, die sich in die drei Hauptthemenbereiche Blankwaffen, Schneidwaren und Besteck gliedert. Die umfassenden Sammlungsbestände des DKM wären allerdings nichts ohne das wissenschaftliche Spezialwissen, das die Kurator:innen einerseits als implizites Wissen (Erfahrung, Netzwerk, täglicher Austausch) und andererseits als explizites Wissen (Dauerausstellung, Sonderausstellungen, Publikationen, Sammlungsdatenbanken, etc.) in sich tragen und weitergeben. Des Weiteren gehört die Stadt Solingen und der im Klingenbereich weltweit bekannte Slogan „Made in Solingen“ zum Markenkern des DKM. Die Glaubwürdigkeit dieses Slogans wird nicht nur durch die Solinger Messerindustrie hochgehalten, sondern gerade auch durch die wissenschaftliche und ausstellerische Tätigkeit des Museums. Solingen steht historisch und aktuell für die Praxis der Klingenherstellung

– das Museum spiegelt dies auf allen Ebenen wider und arbeitet es wissenschaftlich und ästhetisch auf. Kurz formuliert geht es bei diesem Aspekt des Markenkerns um folgendes: lokale Wurzeln, globales Wissen. Damit hängt dieser Aspekt ebenfalls mit dem nächsten zusammen: den (Menschheits-)Geschichten. Denn die Fähigkeit, all dieses in Geschichten zu verpacken, die für eine möglichst große Zielgruppe relevant sind, und eben nicht nur Geschichten über Klingen und ihre Produktion, sondern ganz explizit auch in ihrer Bedeutung für die Entwicklung der Menschheit bis heute zu erzählen, ist Aufgabe des DKM. Die Strukturierung des Markenkerns in konzentrische Kreise ist dabei kein Zufall, sondern programmatische Aussage: man kann die Institution DKM genauso von innen nach außen wie von außen nach innen begreifen. Doch ohne den „Stein des Anstoßes“, die Klingen selbst, verlieren alle anderen Teile des Markenkerns an Bedeutung.



BESUCHERGRUPPEN

WEN SPRICHT DAS DKM AN?

Das DKM Solingen wird durch die Neukonzeption einen deutlichen Besucherwachstum erreichen. Das Museum steht prinzipiell allen Menschen offen und soll sehr diverse Besuchergruppen von Touristen über "Bildungsbürger" bis hin zu Spezialist:innen ansprechen. Ein Kernpublikum sind und bleiben dabei die Solinger:innen. Nichtsdestotrotz will das Museum in Zukunft verstärkt auf vier Besuchergruppen ganz speziell eingehen. Im Folgenden sind diese vier Gruppen, ihre Bedürfnisse und die Konsequenzen für das DKM skizziert.

FAMILIEN

Das DKM will Familien noch stärker als bisher die Möglichkeit für ein intensives, gemeinsames Erlebnis bieten. Dafür gilt es, die Bedürfnisse der unterschiedlichen innerfamiliären Altersstufen im gleichen Maße zu befriedigen. Die praktisch-logistischen Anforderungen von Familien sollen zukünftig stärkere Berücksichtigung finden.

KLINGEN-FANS

Das DKM will sich verstärkt an Menschen richten, die ein spezifisches (berufliches oder persönliches) Interesse an den Themen der Sammlung haben, z. B. Wissenschaftler:innen, Messermacher:innen, Bestecksammler:innen, Reenactors, Fechter:innen. Dieses oftmals fachlich sehr versierte Publikum ist international vernetzt und ein großer Multiplikator. Das jeweils sehr spezielle Interesse an der Klinge soll künftig noch gezielter im DKM befriedigt werden können.

KULTURINTERESSIERTE

Der hohe kulturhistorische und ästhetische Wert der Exponate des DKM soll in Zukunft noch viel stärker ein allgemein kulturell interessiertes Publikum ansprechen. Die Ausstellung soll Erfahrungen und Bilder erzeugen, die über das Spezialistentum hinausgeht und dabei die Waage hält zwischen Expertenwissen und Museum für Alle.

SOLINGER:INNEN

Das DKM erlaubt es Solinger:innen, sich mit ihrer Heimat und der Geschichte der Klingenherstellung auseinanderzusetzen. Gerade diese Gruppe braucht allerdings eine besondere Ansprache und ständig wechselnde Angebote, ansonsten bleibt es bei Einzelbesuchen. Gelingt dies, können Alteingesessene ihren Wurzeln nachspüren und Neu-Solinger:innen einen Eindruck der Geschichte und Traditionen ihres neuen Wohnorts erhalten. Die Neuaufstellung der Dauerausstellung soll die Identifikationskraft Solingens stärken.

All diese Besuchergruppen bringen unterschiedliche Anforderungen und Interessen mit sich, die das DKM gleichermaßen bedienen muss. Gerade hinsichtlich einer in einen „normalen“ Museumsbesuch integrierten Ausrichtung für Kinder muss sich das DKM neu aufstellen. Aber auch, um die Interessen der Spezialist:innen ausreichend und jenseits von besonderen Events bedienen zu können, gilt es, das Museum neu zu denken. Die stärkere Verankerung im Solinger Umfeld ist genauso wie die Erweiterung des musealen Angebots für gehobene Ansprüche ein Ziel der Neukonzeption.

Die Orientierung an den ausgewähl-

ten Zielgruppen hindert nicht daran, das DKM zu einem Ort für Alle zu machen – im Gegenteil ergeben sich zwischen den vier Besuchergruppen Schnittmengen, die auch für andere, hier nicht skizzierte Besuchergruppen attraktiv sind. Die Charakterisierung dieser vier Zielgruppen und eine Orientierung an ihren jeweiligen spezifischen Bedürfnissen ermöglicht eine Evaluationsmöglichkeit für das DKM, die es sonst nicht hätte.

ZIELSETZUNG

Das Deutsche Klingenmuseum Solingen ist nicht nur ein Spezialmuseum, das sich auf das Objekt der Klinge, die Tätigkeit des Schneidens und allen damit zusammengehörenden Kulturtechniken fokussiert, es ist auch in Solingen, der Klingenstadt, beheimatet. Es verfügt über eine

Sammlung, die weltweit ihresgleichen sucht und vor allem: es verfügt über ein breites Wissen über diese Sammlung und die daran anschließenden Themen und Geschichten. Darüber hinaus ist es in einem ehemaligen Klostergebäude aus dem frühen 18. Jahrhundert untergebracht, das

immer noch Reliquien und Reliquiare aus dem 14. Jahrhundert beherbergt und zeigt. Dieser einzigartige Ort liegt auf den ersten Blick etwas abseits urbaner und kultureller Zentren. Die Nähe zu dem kulturell sehr aktiven Wuppertal, der Landeshauptstadt Düsseldorf und dem Ruhrgebiet

als eines der am dichtesten besiedelten Regionen Europas zeigt allerdings auf den zweiten Blick, dass das DKM eher einem versteckten Juwel gleicht, das selbst ein neues Zentrum schaffen kann. Dafür die richtigen Voraussetzungen zu schaffen, ist Ziel des Zukunftskonzepts.



LEITIDEE

Die Leitidee für die zukünftige Neuaufstellung des DKM spannt sich zwischen den beiden Polen Integration und Erweiterung auf. Der integrative Ansatz für Inhalte, Themen und Geschichten sowie für didaktische und mediale Ansätze bündelt die Kernkompetenzen des DKM zu einer neuen, besucher- und erlebnisorientierten Erfahrung. Inhaltliche Integration heißt dabei auch, dass der Fokus der musealen Storyline auf der gesamten Menschheitsgeschichte liegt. Die Vermittlung von Spezialwissen z.B. über die Klingenproduktion soll stets in der Gesamterfahrung eingebettet erfolgen. Dabei hilft sowohl auf didaktischer als auch auf gestalterischer Ebene die Orientierung an der Körperlichkeit, mit der Klingen verbunden sind: das Messer als Verlängerung des Arms, der Klingen produzierende homo faber, die dem menschlichen Körper dienende, ihn verteidigende aber auch tötende Klinge etc.

Die Entwicklung thematischer Räume, die Inhalt und Gestaltung als eins denken, die präzise Anordnung dieser Räume im Haus, die zum Entdecken einladen, und eine didaktische Kommunikation der einzelnen Themen, die unterschiedliche Vermittlungsebenen integriert, sind für die Umsetzung der integrativen Anteile der Leitidee maßgeblich.

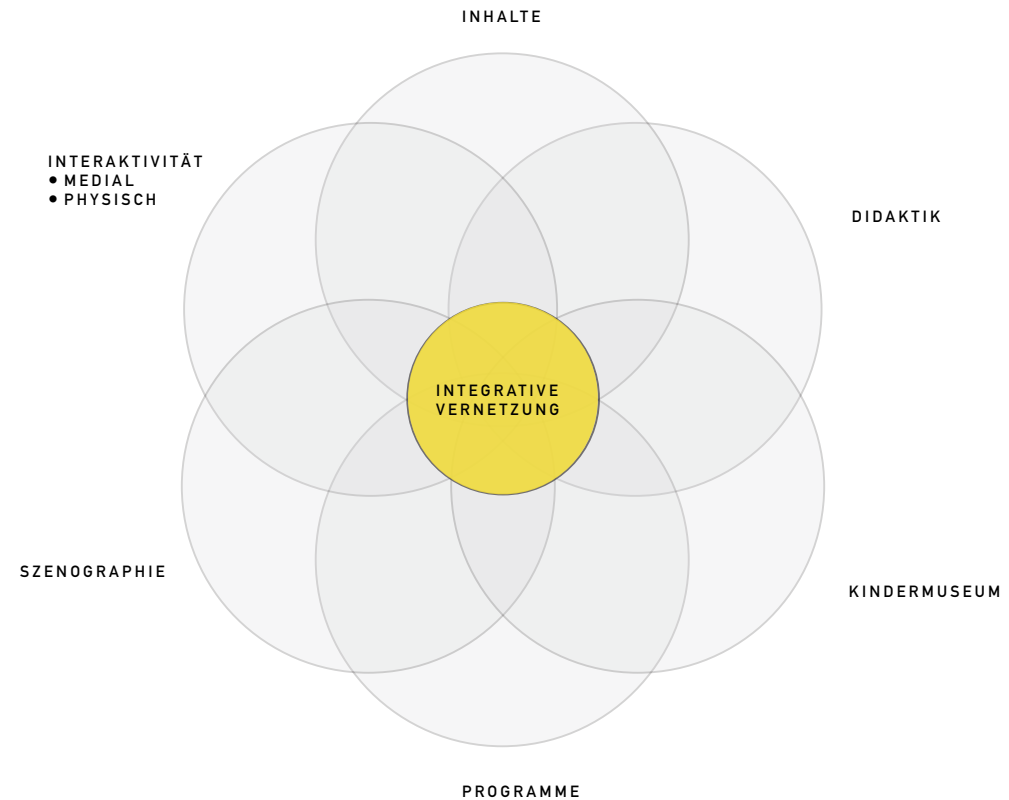
Statt eine eigene Spur für Kinder einzurichten, statt Experten und Liebhaber gesondert von Familien und Schulklassen zu betrachten, soll die Dauerausstellung im gleichen Maße attraktiv für alle Zielgruppen sein. Interaktive Stationen für Kinder sollten so attraktiv konzipiert sein,

dass auch Erwachsene daran Spaß haben. Die Präsentation der Exponate sollte so erfolgen, dass sowohl Experten fasziniert sind als auch Menschen ohne Vorkenntnisse etwas lernen und erfahren können. Solche integrativen Angebote erlauben auch eine neue Art der Öffentlichkeitsarbeit, die das DKM nicht nur als Spezialmuseum darstellt, sondern als einen Ort für Alle.

Neben diesem integrativen Ansatz ist es allerdings nötig, das DKM wachstumsorientiert zukunftsfähig zu machen. Deshalb ist der zweite Pol der Leitidee die Erweiterung – von Wissen, Sammlungsbeständen und Raum. Zuwachs an Wissen ist nur durch einen dezidierten Forschungsansatz mit leicht zugänglicher Bibliothek und Depot möglich. Schenkung und Ankauf neuer Sammlungsbestände erhöht nicht nur die wissenschaftliche und museologische Relevanz des DKM, sondern benötigt auch Räumlichkeiten, die den neuesten museologischen Standards gerecht werden. Die Vermittlung von Wissen ist ebenfalls nur möglich, wenn entsprechende Räumlichkeiten – nicht nur für Tagungen, sondern auch für gezielte museumspädagogische Programme – vorhanden sind. Diese Überlegungen machen eine räumliche Erweiterung nötig, die über den denkmalgeschützten Bestand hinausgeht. Im Zuge dessen ist es auch möglich, eine der Bedeutung des DKM und den Erwartungen der Besucher:innen entsprechende Gastronomie in das Museum zu integrieren.

Diese Leitidee – zwischen Integration und Erweiterung – wird in den

nächsten beiden Kapiteln des Zukunftskonzepts (Raumprogramm und Museumskonzept) ausgearbeitet.



GRUNDWERTE

Warum und wozu vermittelt das DKM? Die folgenden Grundwerte beschreiben das Selbstverständnis des DKM und die Leitlinien seiner Arbeit. Die Grundwerte wurden im Rahmen der Erstellung des Zukunftskonzepts gemeinsam mit dem Museumsteam und seinen Berater:innen in mehreren Workshops neu erarbeitet. Diese Grundwerte sind als Prämissen der Neuaufstellung des DKM zu verstehen. Sie werden auch nach Umsetzung des Zukunftskonzepts für die tägliche Museumsarbeit wichtig sein. Aus ihnen leitet sich u.a. auch ab, welche intellektuellen und emotionalen Erfahrungen das DKM seinen Besucher:innen ermöglichen will.

ERWEITERUNG DES HORIZONTS

Das DKM vermittelt mit seiner Arbeit, dass sich die materielle wie immaterielle Kultur des Menschen nicht allein aus biologischen Notwendigkeiten und physikalisch-mechanischen Funktionalitäten erklären lässt, sondern wesentlich durch zufällige Prozesse, bewusste oder unbewusste Entscheidungen geformt wurde. Es verfolgt diese kulturelle Entwicklung, stellt sie dar und macht sie nachvollziehbar. Dadurch regt es dazu an, über die eigene und fremde Kulture(n) nachzudenken, scheinbar Selbstverständliches zu hinterfragen und Parallelen wie Unterschiede zu erkennen. Das DKM wendet sich gegen eine Hierarchisierung unterschiedlicher Kulturen und trägt zu Toleranz und gegenseitigem Verstehen bei.

KULTUR DES TEILENS

Das DKM versteht seine Arbeit als Prozess des kontinuierlichen Austauschs zwischen allen interessierten

Akteur:innen, sich selbst als Knotenpunkt und Vermittler in diesem Netzwerk. Es sieht sich nicht als Eigentümer, sondern als Wahrer und Verwalter des kulturellen Erbes im Sinne der Allgemeinheit. Deshalb eröffnet das DKM einen möglichst umfangreichen Zugang zu seiner Sammlung und teilt sein Wissen bereitwillig. Gleichzeitig lädt es Menschen dazu ein, ihr eigenes Wissen, ihre Erfahrungen und Expertisen auf Augenhöhe und aktiv in das Haus einzubringen. Das DKM ist ein Forum, auf dem Menschen unterschiedlicher Hintergründe miteinander in Kontakt treten und ihre Anliegen (mit)teilen können.



Stromer Besteck

FASZINATION UND FREUDE

Das DKM versteht sich als Raum des Staunens. Seinen Sammlungsstücken und Themen nähert es sich aus einer Haltung der Faszination für Fertigkeiten und Errungenschaften früherer und heutiger Generationen. Faszination und Staunen sind maßgeblich für die Zugänge, die es seinem Publikum ermöglicht. Diese Zugänge sind ebenso vielgestaltig wie die Zielgruppen des DKM. Dabei stehen theoretische und praktische, ernste

und spielerische Angebote gleichberechtigt nebeneinander. Geist, Emotion und Körper werden gleichermaßen angesprochen. Die Annäherung an die Inhalte des Hauses vermittelt Spaß und Freude; Neugier wird gleichermaßen befriedigt und geweckt. Schwierige Felder aus seinem Themenkanon bearbeitet und präsentiert das DKM auf eine Weise, die Verstehen und persönlichen Bezug möglich machen.

WISSEN UND WISSENSCHAFT

Das DKM ist ein Zentrum des Wissens über die Klinge, ihre Geschichte, Herstellung, Nutzung und kulturelle Bedeutung.



Schweizer Dolch mit Scheide

Auf der Grundlage seiner Sammlung erforscht es dieses Themenfeld. Es nimmt am aktuellen, wissenschaftlichen Diskurs teil und gestaltet ihn mit; mit wissenschaftlicher Sorgfalt rezipiert und generiert es neue Erkenntnisse. Diese Erkenntnisse stellt es auch Nicht-Fachleuten zur Verfügung und entwickelt Wege, komplexe Zusammenhänge für Alle nachvollziehbar zu machen. Das DKM fungiert als Ansprechpartner für Fachwelt und Bevölkerung bei Fragen zur Klinge.

LOKALE WURZELN

Das DKM ist fest verwurzelt in der Geschichte der Solinger Klingentradition. Es stellt diese Tradition dar, macht sie begreifbar und ist selbst Teil von ihr. Dadurch wird es zum identitätsstiftenden Ort für die Klingenstadt. Es lädt Alteingesessene ein, über ihre Beziehung zur Heimat nachzudenken, und hilft Zugezogenen – egal welcher Herkunft – beim Verständnis ihres neuen Zuhauses. Dabei erzählt es nicht nur von der Vergangenheit und zeigt die Gegenwart, sondern fragt auch, welche Zukunft für Solingen wünschenswert und möglich ist.



Ansicht Gräfrath

An der positiven Entwicklung der Stadt im Sinne aller hier lebenden Menschen wirkt das DKM aktiv mit. Das DKM verwirklicht seine Grundwerte im Dialog mit der Gesellschaft, die es umgibt.

GRUNDPRINZIPIEN

WIE VERMITTELT DAS DKM?

Die Grundwerte des DKM sind eine Orientierungshilfe für große und kleine Entscheidungen gerade in der jetzigen Transformationsphase des Museums. Auf der eher praktischen Ebene sind den Grundwerten die Grundprinzipien anbei gestellt, die insbesondere für die Neukonzeption und Neugestaltung der Dauerausstellung wichtig sind. Die im Rahmen des Zukunftskonzept entwickelten Grundprinzipien sind aber auch nach Umsetzung des Zukunftskonzepts eine

Orientierungshilfe für die alltägliche kuratorische Arbeit.

KLINGE ALS BRENNGLAS

Das DKM blickt durch die Klinge auf die Geschichte und die Kultur der Menschheit. Den Besucher:innen wird nicht nur das Objekt, sondern auch sein kultureller Kontext vermittelt.

AUSSERGEWÖHNLICHES IM GEWÖHNLICHEN

Die Klinge ist im menschlichen

Leben allgegenwärtig, auch in dem der Besucher:innen. Diese erleben eine neue Perspektive auf scheinbar alltägliche Dinge und Praktiken.

UNIVERSELLES IM SPEZIFISCHEN

In der Klinge spiegeln sich die Grundthemen des menschlichen Lebens. Auch Objekte aus fremden Zeiten und Kulturen leiten die Besucher:innen zu diesen großen Themen, an die sie ihre persönlichen Erfahrungen anknüpfen können.

EMOTIONALE ANSPRACHE

Inhalte und Gestaltung im DKM orientieren sich an den Bedürfnissen der Besuchergruppen. Die Besucher:innen werden nicht nur informiert, sondern fasziniert und emotional angesprochen.

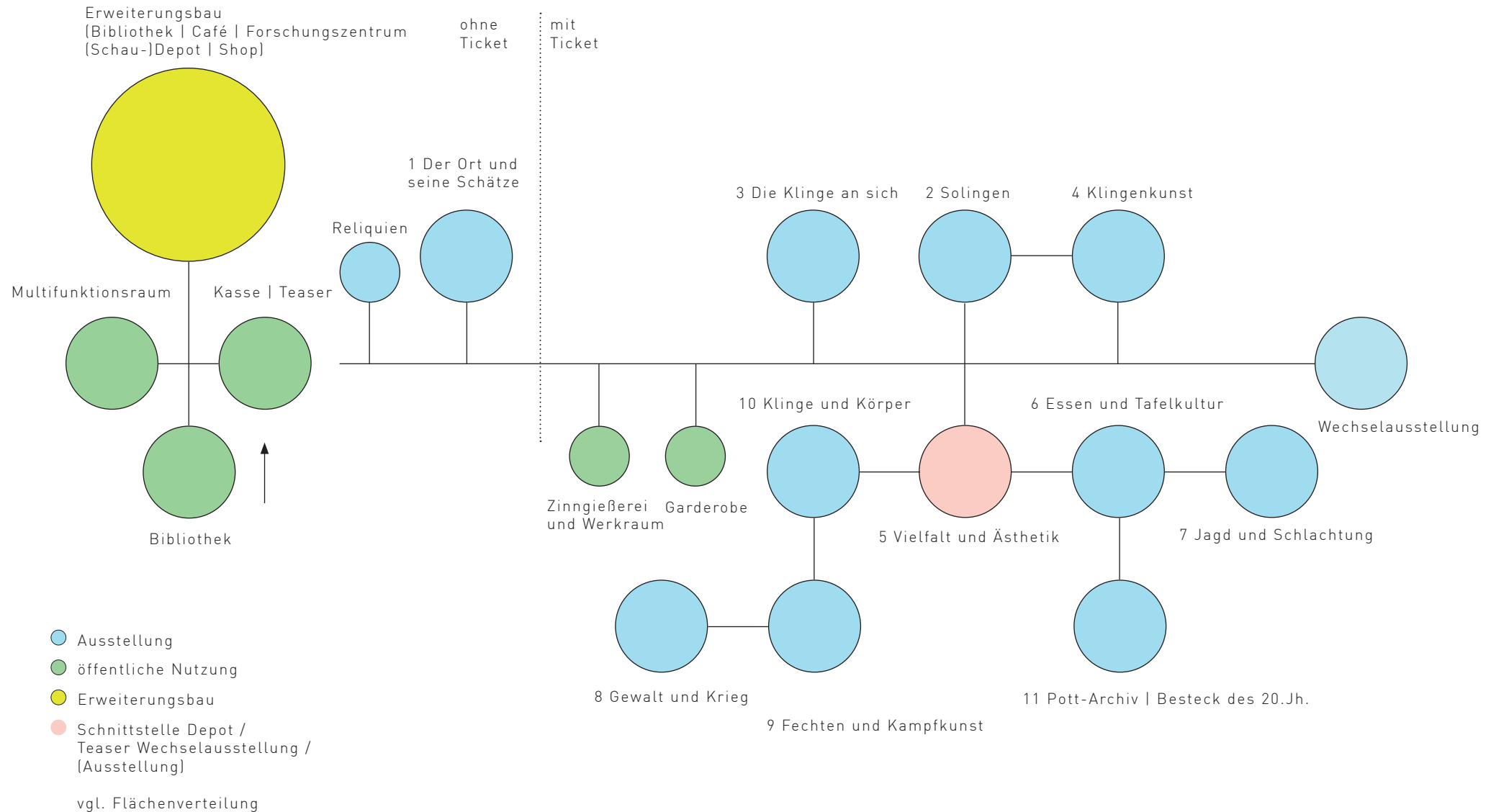
KURATORISCHE SORGFALT

Das DKM vermittelt Wissen nach den neusten Forschungserkenntnissen. Die Besucher:innen können sich auf die Aktualität der Informationen verlassen.



Xiphos Johnsson, Xiphos Powning

SCHEMA RAUMVERTEILUNG

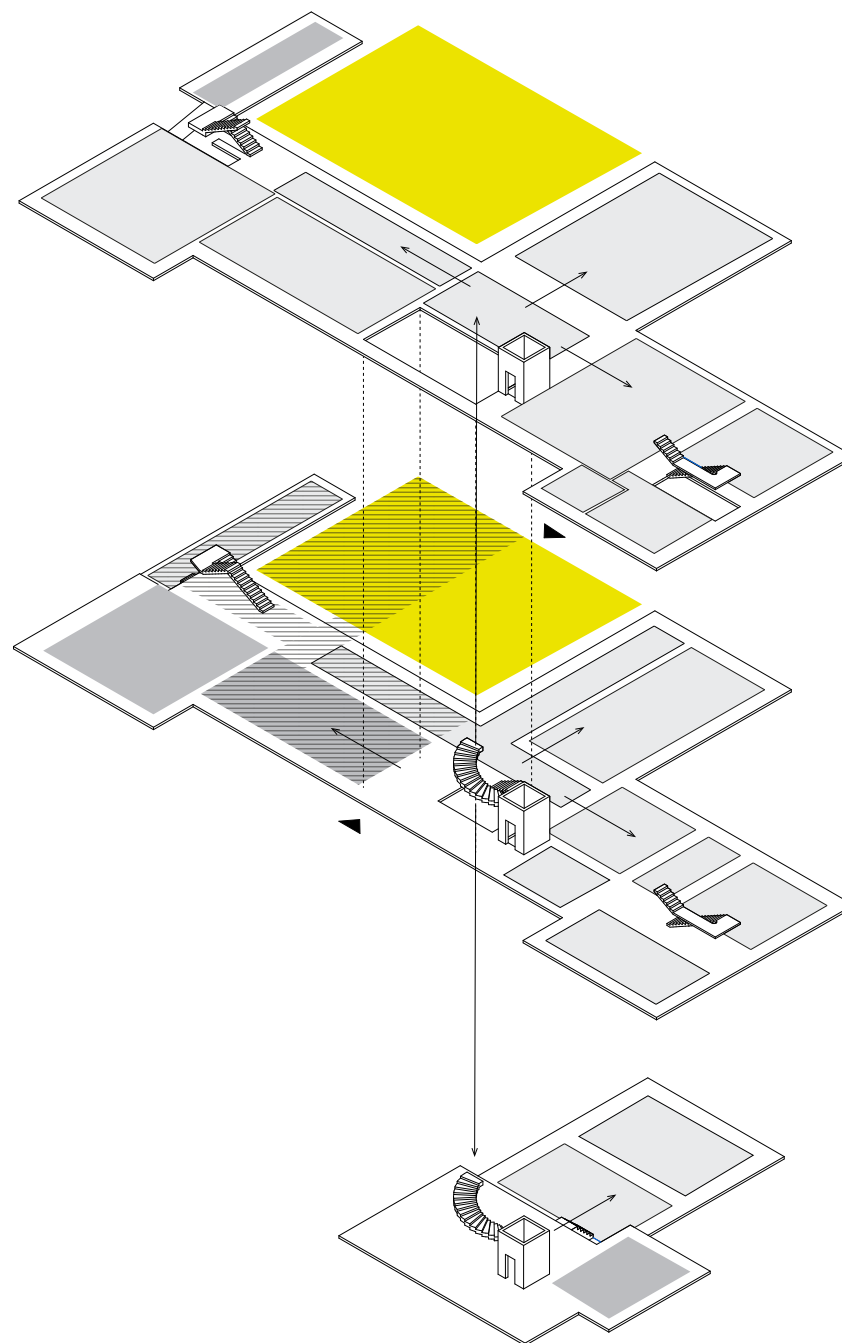


FLÄCHENVERTEILUNG

Ein klug sortiertes Neben- und Nacheinander der einzelnen Themenräume hat einen wesentlichen Effekt auf das Besuchererlebnis. Diese sehr grundlegende Kategorie ganzheitlich vorzudenken, bevor es an die Gestaltung geht, ist immens wichtig.

Auch wenn man von keinem festen Rundgang ausgeht, so sind doch die Nachbarschaft gewisser Räume unumgänglich. Innerhalb dieser Nachbarschaft kann man Geschichten erzählen und Verstehen ermöglichen. Das gilt auch für den Übergang von außen in die Ausstellung. Je nach Interessenlage können sich die Besucher:innen ihren eigenen Weg durch die Ausstellung bahnen, dabei aber durch die inhaltlichen Klammern, die sich zwischen den einzelnen Räumen ergeben, immer wieder Neues entdecken. Entscheidend ist hierbei ein gut gestaltetes Leit- und Orientierungssystem (LOS), das auch digital, z.B. durch eine Smartphone-App unterstützt werden kann.

- FLÄCHE ERWEITERUNGSBAU
- AUSSTELLUNG THEMENRÄUME
- NEBENFUNKTIONEN
- OHNE TICKET



FLÄCHEN BESTANDSBAU | ERWEITERUNGSBAU

BESTANDSBAU

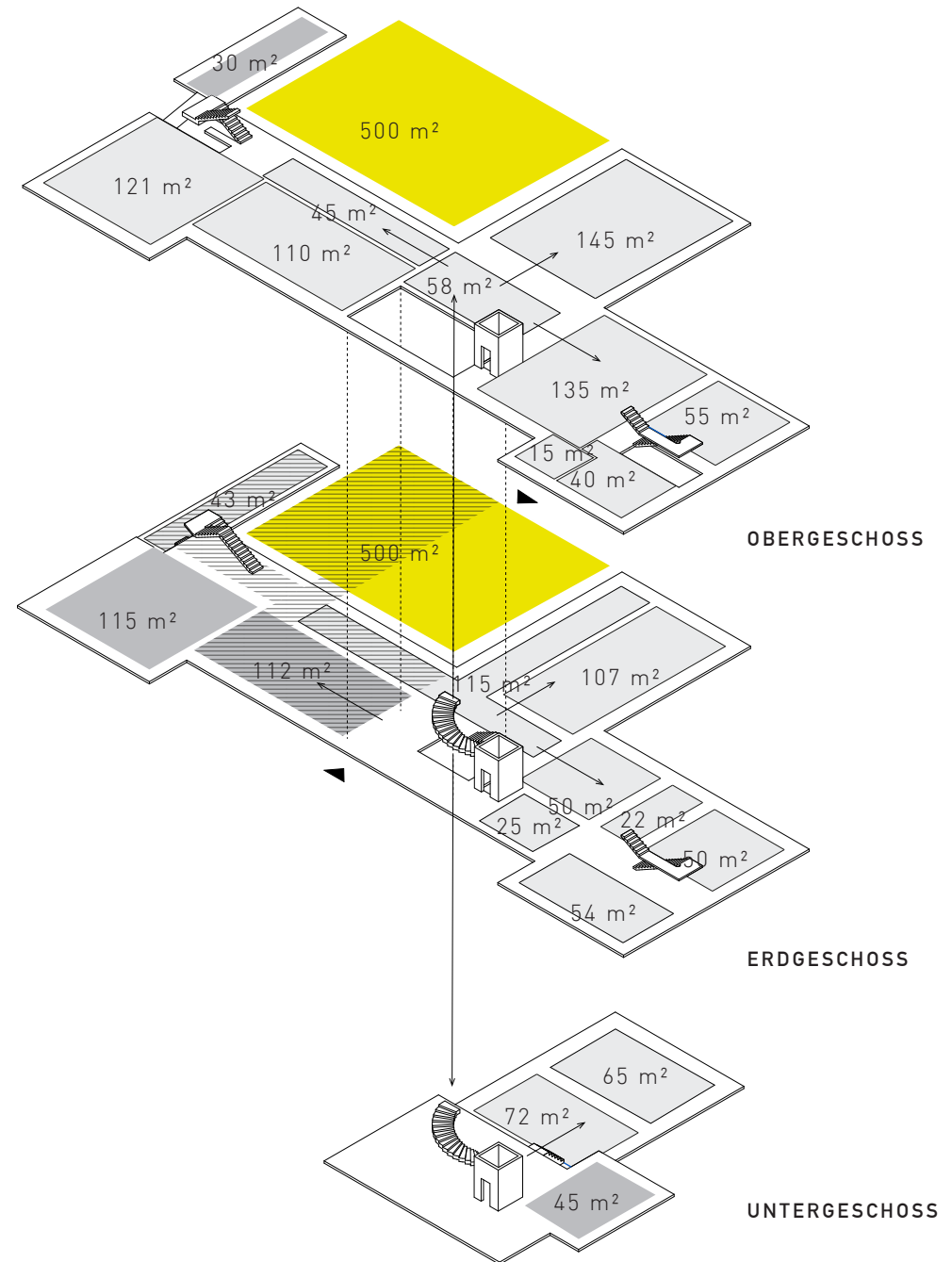
Ausstellungsfläche (EG + OG)	2.500 m ²
Nebenfläche	1.400 m ²
Verwaltung (2. OG)	300 m ²
Bibliothek (2. OG)	680 m ²
	120 m ²

ERWEITERUNGSBAU

	1.000 m ²
Café	100 m ²
Shop	50 m ²
Forschungszentrum/Depot	500 m ²
(Schau-)Depot	200 m ²
Museumspädagogik	150 m ²

ERWEITERUNGSBAU 3-STÖCKIG

	1.500 m ²
Café	100 m ²
Shop	50 m ²
Forschungszentrum/Depot	700 m ²
(Schau-)Depot	500 m ²
Museumspädagogik	150 m ²



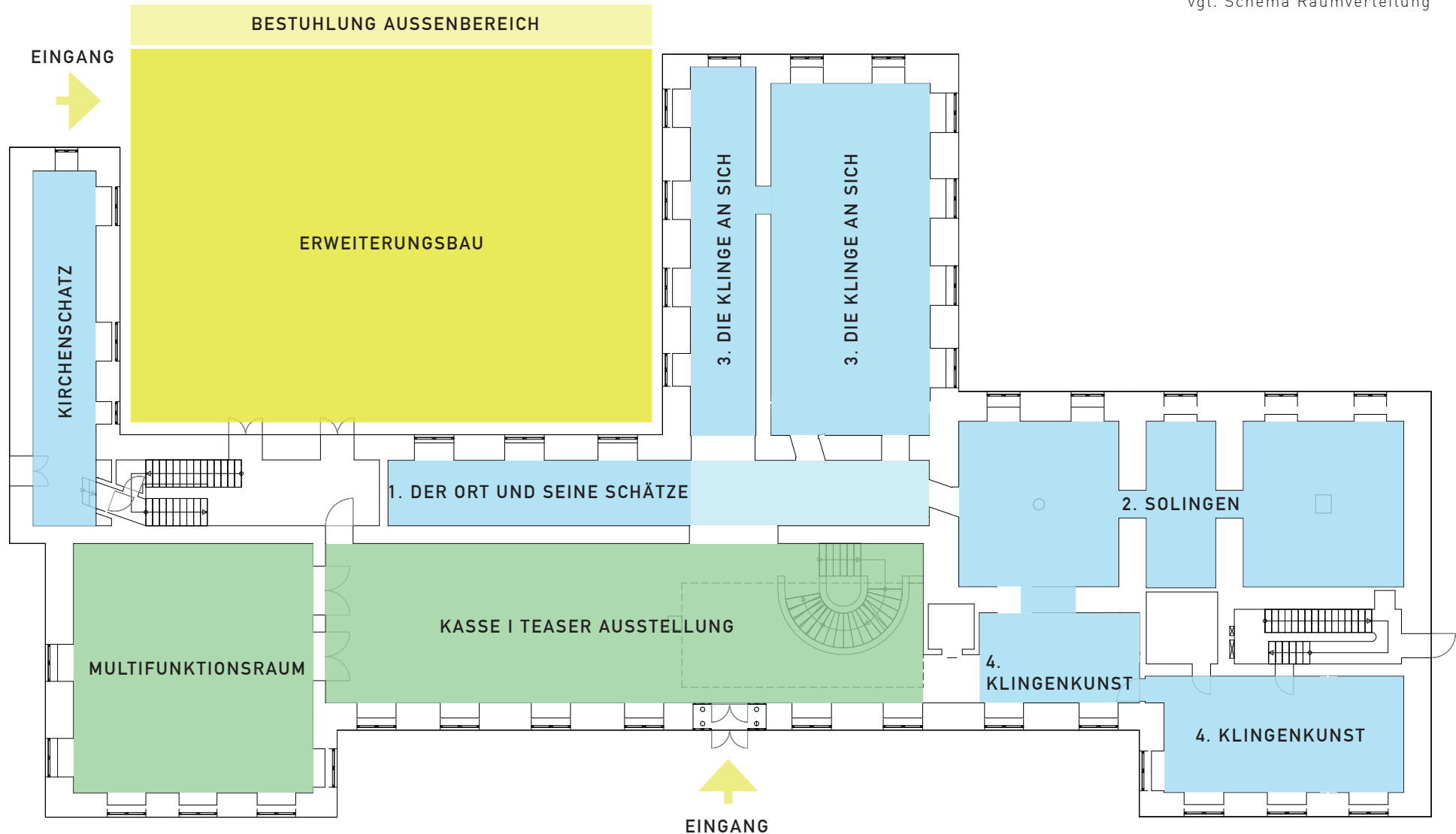
FLÄCHENVERTEILUNG ERDGESCHOSS

Vom Haupteingang erreicht man Kasse/Info zusammen mit dem Intro. Hier werden kostenfrei Stellvetreterexponate aus allen Museumsbereichen gezeigt und die Besucher:innen auf den Gang durch das Museum vorbereitet. Von hier gelangt man auch direkt im UG zu

Garderobe und Toiletten, sodass die wichtigsten Besucherservicefunktionen beisammen sind. Vom Intro-Bereich startet man einerseits den Rundgang durch die Ausstellungsbereiche des EG, andererseits gelangt man direkt zum Café im Erweiterungsbau.

- Ausstellung
- öffentliche Nutzung
- Erweiterungsbau
- Schnittstelle Depot / Teaser Wechselausstellung / (Ausstellung)

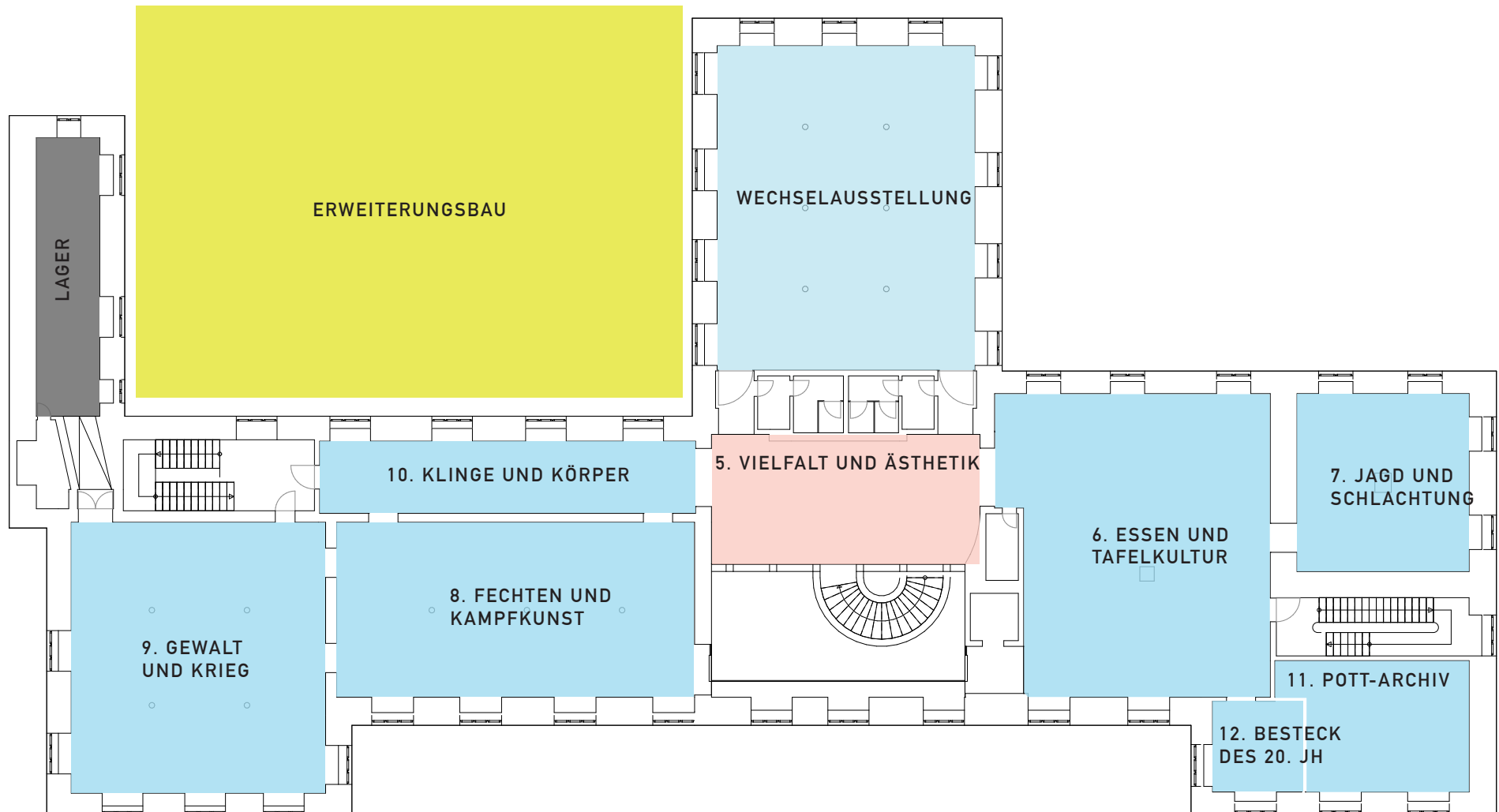
vgl. Schema Raumverteilung



FLÄCHENVERTEILUNG OBERGESCHOSS I

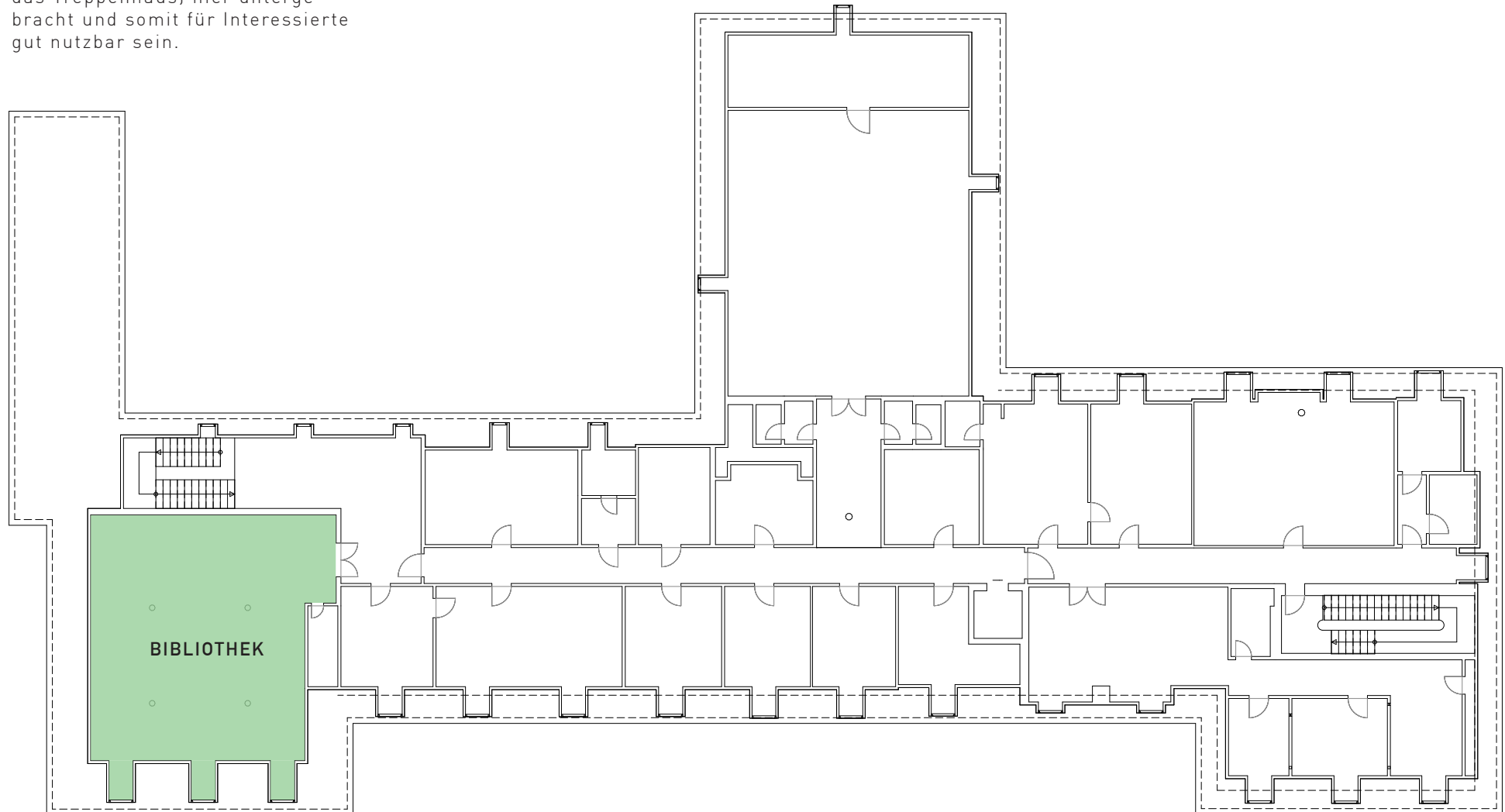
Im OG verteilen sich die Themenräume je nach inhaltlicher Ausrichtung. So ist Essen und Tafelkultur neben der Bestecksammlung des Pott-Archivs – aber auch neben Jagd und Schlachtung – gelegen. Fechten und Kampfkunst bildet hingegen mit Klinge und Körper sowie Gewalt und Krieg eine Einheit. Es

ist zu überlegen, an welchen Stellen der Erweiterungsbau an das OG anschließt, um geführten Gruppen auch das Schaudépot zeigen zu können und umgekehrt Wissenschaftler aus dem Forschungszentrum unproblematisch zu den Exponaten der Ausstellung gelangen können.



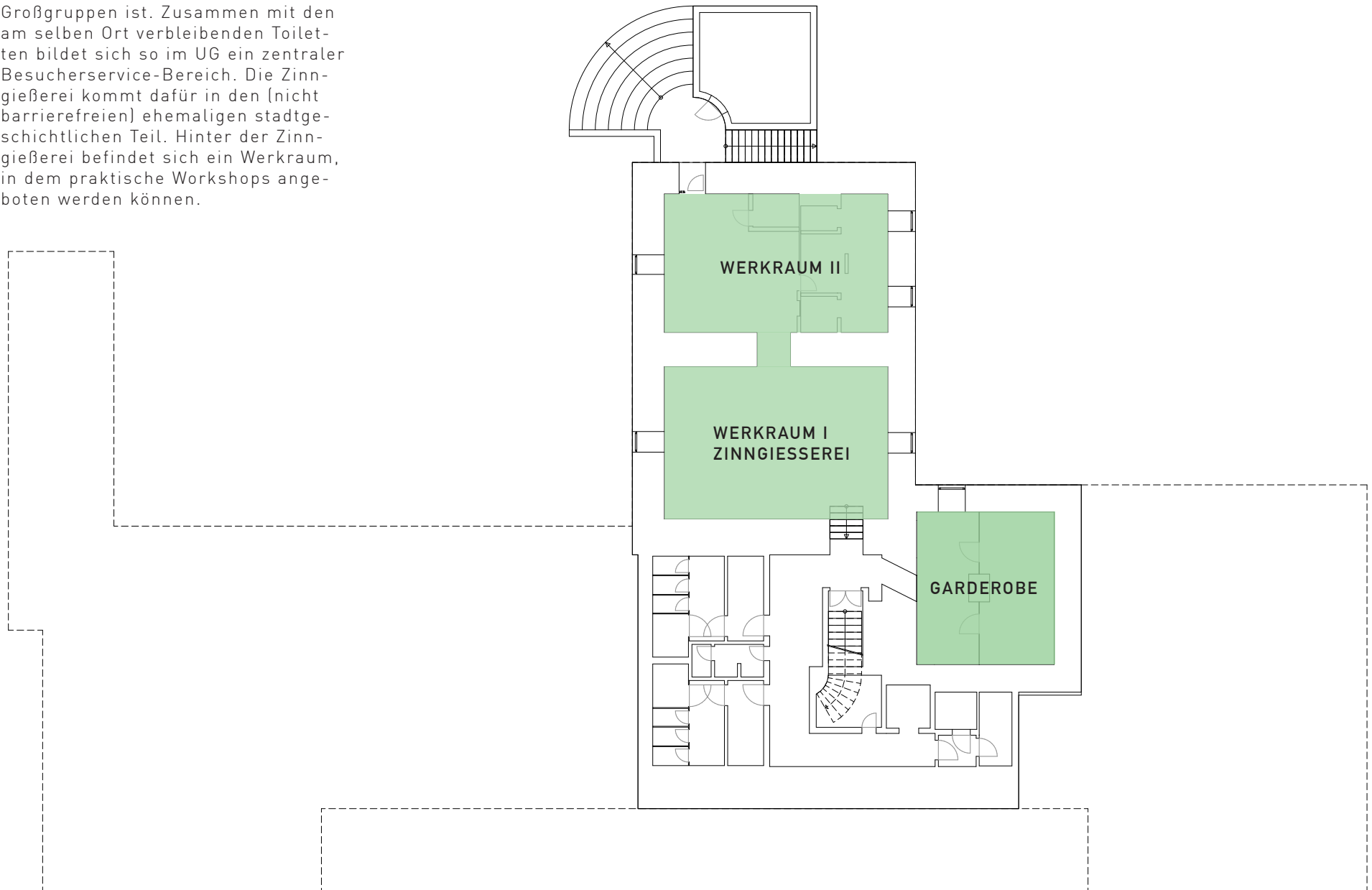
FLÄCHENVERTEILUNG OG II

Das OG II wird in seiner Struktur als Verwaltungstrakt des Museums so beibehalten. Einerseits ist es als solches voll funktionsfähig, andererseits ist es für andere, z.B. museale Nutzungen durch eine eingeschränkte statische Belastbarkeit nicht zu verwenden. Allerdings soll die Bibliothek (mit Zugang über das Treppenhaus) hier untergebracht und somit für Interessierte gut nutzbar sein.



FLÄCHENVERTEILUNG UNTERGESCHOSS

Die ehemalige Zinngießerei im UG wird zur Garderobe, die groß genug auch für Schulklassen und andere Großgruppen ist. Zusammen mit den am selben Ort verbleibenden Toiletten bildet sich so im UG ein zentraler Besucherservice-Bereich. Die Zinngießerei kommt dafür in den (nicht barrierefreien) ehemaligen stadtschichtlichen Teil. Hinter der Zinngießerei befindet sich ein Werkraum, in dem praktische Workshops angeboten werden können.



MUSEUMSKONZEPT

Oft sind es gut erzählte Geschichten, die einen Museumsbesuch unvergesslich machen. Geschichten erschaffen Kontext, der für das Verstehen und Erinnern auch komplexer Sachverhalte förderlich ist. Der erste Raum der Dauerausstellung ist kostenlos zugänglich und vermittelt durch Stellvertreterexponate einen Überblick über die gesamte Ausstellung. Dadurch wird ein Kontext erschaffen – Objektbereiche und Themen des Intros können in der Dauerausstellung wiederentdeckt werden. Je nach Interessenlage können sich die Besucher:innen im Intro aber auch ihren eigenen Weg durch die Ausstellung zurechtlegen oder sich treiben lassen und durch die inhaltlichen Klammern, die sich zwischen den einzelnen Räumen ergeben, immer wieder Neues entdecken.



Knochendolch

THEMEN UND ATMOSPHÄREN

Jeder Raum folgt dabei einer eigenen Szenographie und strahlt eine eigene Atmosphäre aus. Auf diese Weise kann die Spezialisierung der Sammlung am besten gezeigt werden: in all ihrer Vielfältigkeit durch eine geschickte gestalterische Kontextualisierung. Denn die jeweils unterschiedliche Präsentationsweise hält die Aufmerksamkeit der Besucher wach, ohne von den eigentlichen Exponaten abzulenken.

Dies fängt bereits mit der Präsentation des Kirchenschatzes an. Die Atmosphäre des Raums wird komplett umgewandelt und den besonderen Exponaten angemessen gestaltet. Durch dunkle Raumfassung und einer Lichtdramaturgie, die sich allein auf die Reliquiare richtet, wird eine leise, sakrale Atmosphäre erzeugt. „Die Klinge an sich“ wiederum ist in ein kühles weißes Licht getaucht, in dem laborartig überzeitliche Erzähl- und Erklärstränge entwickelt werden. Der Raum „Essen und Tafelkultur“, um ein weiteres Beispiel zu nennen, spielt mit den Erwartungen der Besucher. Die Atmosphäre ist so gesellig wie festlich, doch zeigt der Raum immer wieder unerwartete Arrangements. Das Bekannte wird hier verfremdet, um die Sichtweise auf das ausgestellte Besteck zu schärfen. Die „Klingenkunst“, die Meisterstücke der Herstellung und Verzierung zeigt, fächert die Vielfältigkeit des Kunsthandwerks auf, stellt die Unterschiedlichkeit verschiedener Meister dar und hebt besondere Stücke hervor. Jeder Raum – und damit jedes Thema – bekommt nicht nur seine spezifische gestalterische und atmosphärische Ausprägung, son-

dern auch einen besonderen Interaktionsgehalt.

INTERAKTION UND MEDIENEINSATZ

Jeder der Räume ist immer mit einer oder mehrerer Interaktionsmöglichkeiten überlagert. Diese



Rüstung

Überlagerungen ermöglichen unterschiedliche Nutzungsweisen. Besucher:innen können sich entweder ganz der Aura jedes der Exponate hingeben oder diese mit weiteren Wissens- und Erklärebenen überlagern, die je nach Thema auf unterschiedliche Weise angeboten werden. Der Entdeckercharakter für alle – vom Kind bis zum Erwachsenen – wird auf diese Weise gestärkt.

In der „Klinge an sich“ geben meh-

rere mechanische Interaktionsstationen ein Gefühl für verschiedene Messer und Waffen. Hier kann man z.B. die Gewichte und das „Handling“ verschiedener nachgebauter Exponate testen. Auch ist das Thema Schärffen durch verschiedenen Druck und verschiedene Winkel an einer Station erlebbar. Verschiedene Stahlarten können hier angefasst und gerochen werden.

Bei „Fechten und Kampfkunst“ gibt es eine Station mit Augmented-Reality-Brillen/Tablets/Personal Devices durch die auf dem Fechtboden, wenn keine Veranstaltungen sind, verschiedene Schaukämpfe mitten im Raum erlebt werden können und Informationen zu Schrittfolgen, Punktesystem und vielem mehr abgerufen werden können.

Einer der Tische von „Essen und Tafelkultur“ wird durch eine interaktive Aufprojektion überlagert, die besuchergesteuert über die Esssitten und den Besteckgebrauch verschiedener Zeiten und Kulturen unterrichtet. Auf diese Weise gibt es in jedem Raum etwas besonderes zu entdecken, das sowohl der Atmosphäre im Raum als auch dem jeweiligen Thema als auch dem integrativen Gesamtansatz entspricht.



Grazienmessergriff

MUSEUMSKONZEPT

BEGINN DES BESUCHS SCHON VOR DEM MUSEUM

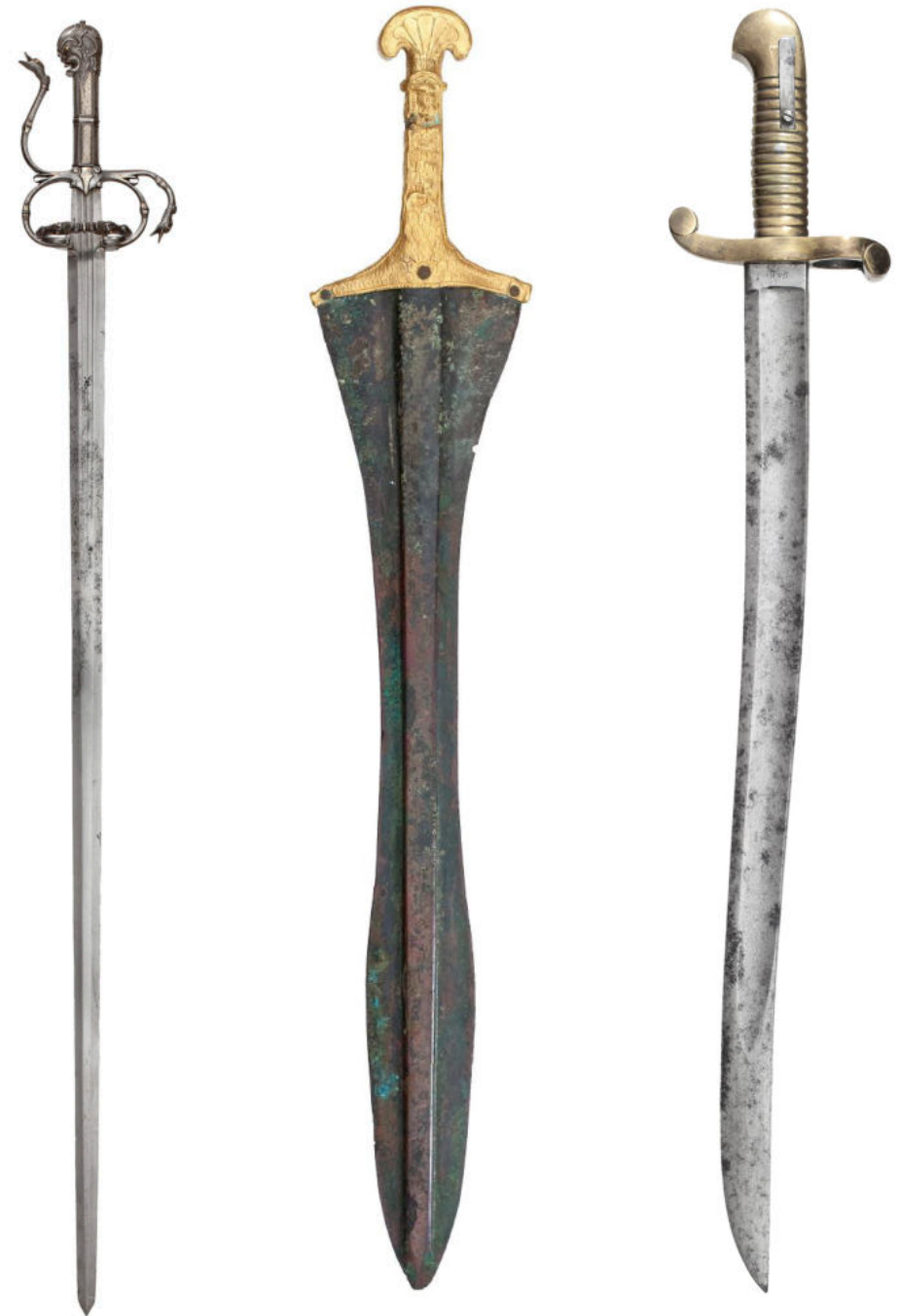
Der integrative Ansatz des DKM muss schon vor dem eigentlich Besuch wahr werden, indem die Homepage, die Beschilderung in der Stadt und die Erkennbarkeit des Gebäudes von außen mitgedacht wird. Zur Kommunikation im digitalen Raum, zur ansprechenden und umfassenden Information potentieller Besucher:innen und zur Bündelung der digitalen Angebote des Museums (z. B. Online-Katalog, Digitalisate historischer Bücher) ist die Erstellung einer modernen, leistungsfähigen Website unabdingbar. Außerdem ist es wichtig, dass Besucher:innen unmittelbar Infos zum Haus, seiner Geschichte, dem Profil des Museums und seinen Leitgedanken erhalten können. Nicht erst beim ersten Exponat, aber auch eben durch dieses müssen sich jede Besucherin und jeder Besucher abgeholt und willkommen geheißen fühlen. Entsprechend ist dies auch auf das Leit- und Orientierungssystem (LOS) zu übertragen. Insbesondere in Hinblick auf die Kernbesucherfunktionen (Toiletten, Garderobe, Kasse, Ausstellungsbeginn etc.) ist dieses ausbaufähig.

BESUCHERKOMFORT UND LEITSYSTEM

Teilweise ist aber auch das Raumprogramm momentan so angelegt, dass ein LOS allein kaum Verbesserung schaffen kann (z.B. Lage der Garderobe hinter einem Ausstellungsraum). Generell kann aber das Thema Orientierung und Wegeführung teilweise auch schon mit einfachen Mitteln (z.B. Besucherinformationsblatt mit Lageplan und Raumzeichnungen) optimiert werden. In dieser Hinsicht ist auch anzumerken, dass für längere Aufenthalte in den

umfassenden Sammlungsbeständen wesentliche Besucherfunktionen wie Café, Sitzgelegenheiten, Familienbereiche u.ä. fehlen. Nur wenn man aus einer dezidierten Besucher:innenperspektive denkt, kann die wahre Vielfalt, Größe und Qualität der Sammlungsstücke zur Geltung kommen, da nur dann genügend Besucher:innen mit ausreichend Zeit sich in die Ausstellung vertiefen wollen. Auf der anderen Seite müssen hierfür wesentliche Maßnahmen für die Neugestaltung der Dauerausstellung getroffen werden, um die Aufmerksamkeitsspanne der Betrachter:innen zu steigern, Neugier zu wecken und Erkenntnis zu ermöglichen. Ein Umzug der Fachbibliothek des Museums in einen größeren Raum und die Ausstattung mit Arbeitsplätzen sollte bedacht werden. Auf diese könnte die hervorragende Sammlung an (teils historischer) Spezialliteratur für Nutzer:innen zugänglich gemacht und das Profil des Hauses als Forschungszentrum gestärkt werden.

v.l.n.r.: Fratzendegen
Bronzeschwert, Bajonett



DAS MUSEUMSKONZEPT: RAUM FÜR RAUM

Im Folgenden wird jeder Museumsraum – vom Intro bis zum Café – vorgestellt und skizzenhaft dargestellt und beschrieben. Die Skizzen und isometrischen Ansichten geben dabei eine bildhafte Darstellung des Raumes. Die Darstellung ist möglichst offen gehalten und impliziert keine Ausführungsgrundlage, sondern soll vielmehr einen Eindruck vermitteln, in welche Richtung es gehen könnte. Den Skizzen anbei gestellt sind die Beantwortung von drei Grundfragen pro Raum, welche die Ziele jedes Raums im Kern zusammenfasst. Außerdem klären die ebenfalls pro Raum definierten Grundwerte, wofür der Raum bei den Besucher:innen stehen soll. Auf diese Weise ergibt sich zusammen mit den Skizzen ein dichtes Bild, das als Fahrplan und Orientierungshilfe für die Neuaufstellung der Dauerausstellung dient.

GRUNDFRAGEN

Zu jedem Themenraum werden in der folgenden Tabelle drei Grundfragen gestellt:

1. WAS IST DIE Kernaussage des Raumes?
2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?
3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

Die Beantwortung dieser Grundfragen lässt einen Eindruck davon entstehen, was das jeweils Wichtigste ist – sie nimmt noch nicht das kuratorische und gestalterische Konzept vorweg, ist aber als eindeutiges Hinweisschild für beides zu verstehen.

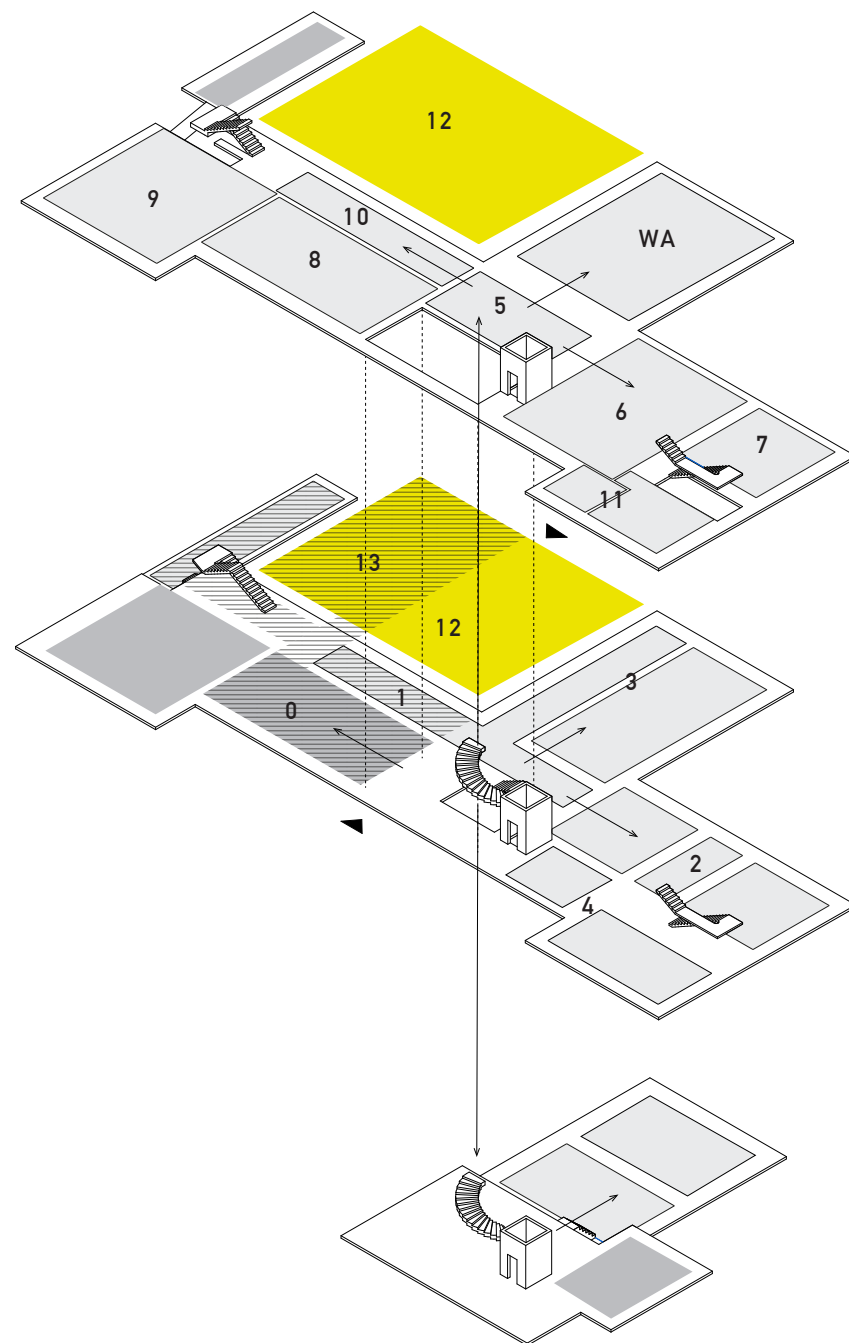
GRUNDWERTE

Zu jedem Thema wird pro Grundwert jeweils ein kurzes Statement formuliert, das schlaglichtartig eine beispielhafte Besucherreaktion ausdrückt. Die fünf Grundwerte sind:

- A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS
- B. KULTUR DES TEILENS
- C. FASZINATION UND FREUDE
- D. WISSEN UND WISSENSCHAFT
- E. LOKALE WURZELN

Auf diese Weise versteht man unmittelbar, was mit den Zielsetzungen für jeden Themenraum gemeint ist. Gleichzeitig dienen die Grundwerte-Statements dazu, das Ergebnis der Neuaufstellung des DKM intern evaluieren und ggfs. noch während des Prozesses nachsteuern zu können.

- 0 Kasse | Teaser
- 1 Der Ort und seine Schätze
- 2 Solingen
- 3 Die Klinge an sich
- 4 Klingenkunst
- 5 Vielfalt und Ästhetik
- 6 Essen und Tafelkultur
- 7 Jagd und Schlachtung
- 8 Fechtkunst
- 9 Gewalt und Krieg
- 10 Klinge und Körper
- 11 Pott-Archiv | Besteck des 20.Jh.
- 12 Schaudapot (Neubau)
- 13 Shop | Café



RAUM FÜR RAUM



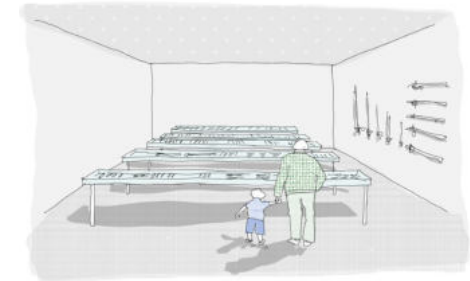
1 Der Ort und seine Schätze



2 Solingen



3 Die Klinge an sich



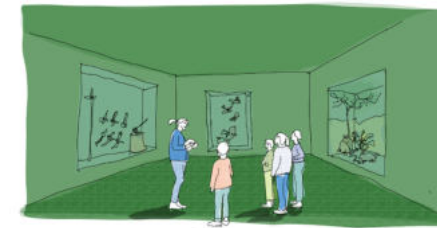
4 Klingenkunst



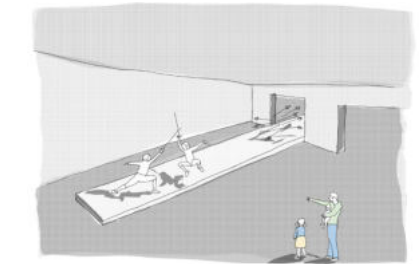
5 Vielfalt und Ästhetik



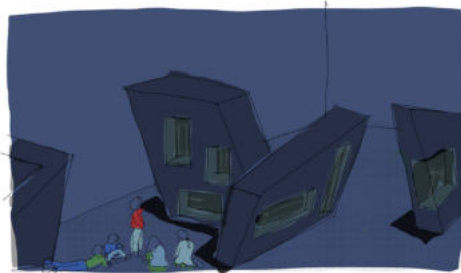
6 Essen und Tafelkultur



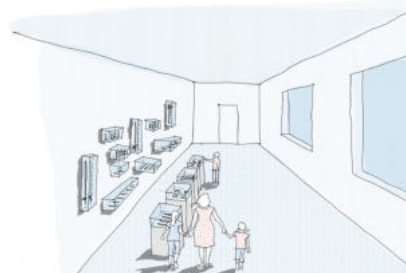
7 Jagd und Schlachtung



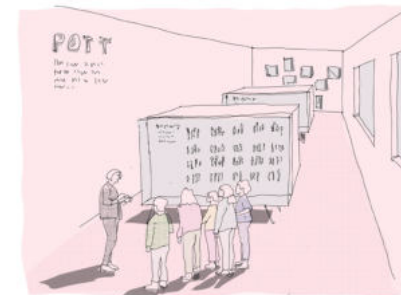
8 Fechten und Kampfkunst



9 Gewalt und Krieg



10 Klinge und Körper



11 Pott-Archiv

00 | KASSE | TEASER

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE KERNAUSSAGE DES RAUMES?

→ Die Klinge berührt und prägt das menschliche Leben in vielfacher Weise. Das Deutsche Klingenmuseum ist der Referenzort für die Geschichte der Klinge und eine weltweite Klingenzyklopädie. Hier wird man auf den Rundgang durch das Haus eingestimmt.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Klingen sind permanente Begleiter der Menschheit, in (fast) allen Lebenslagen, im Alltag wie in Extremsituationen. Die Klinge kann die unterschiedlichsten Formen und Funktionen annehmen. In der Klinge fließen Material, Technik und Kulturgeschichte zusammen. Die Themenräume des DKM zeigen die kulturelle und ästhetische Vielfalt der Klinge.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Neugier; Öffnung des Blickes; Lust auf den Rundgang; Staunen über Fremdes, Wiedererkennen von Bekanntem

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Stimmt ja – schon bei der Geburt haben wir alle eine Klinge gesehen. Egal ob beim Durchschneiden der Nabelschnur oder beim Kaiserschnitt. Wie machen das eigentlich Schimpansen, ohne Klinge?“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Schau mal, mit dem QR-Code kann man sich die ganzen Infos runterladen.“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „Ein Dolch aus einem Vogelknochen? Das ist ja verrückt!“

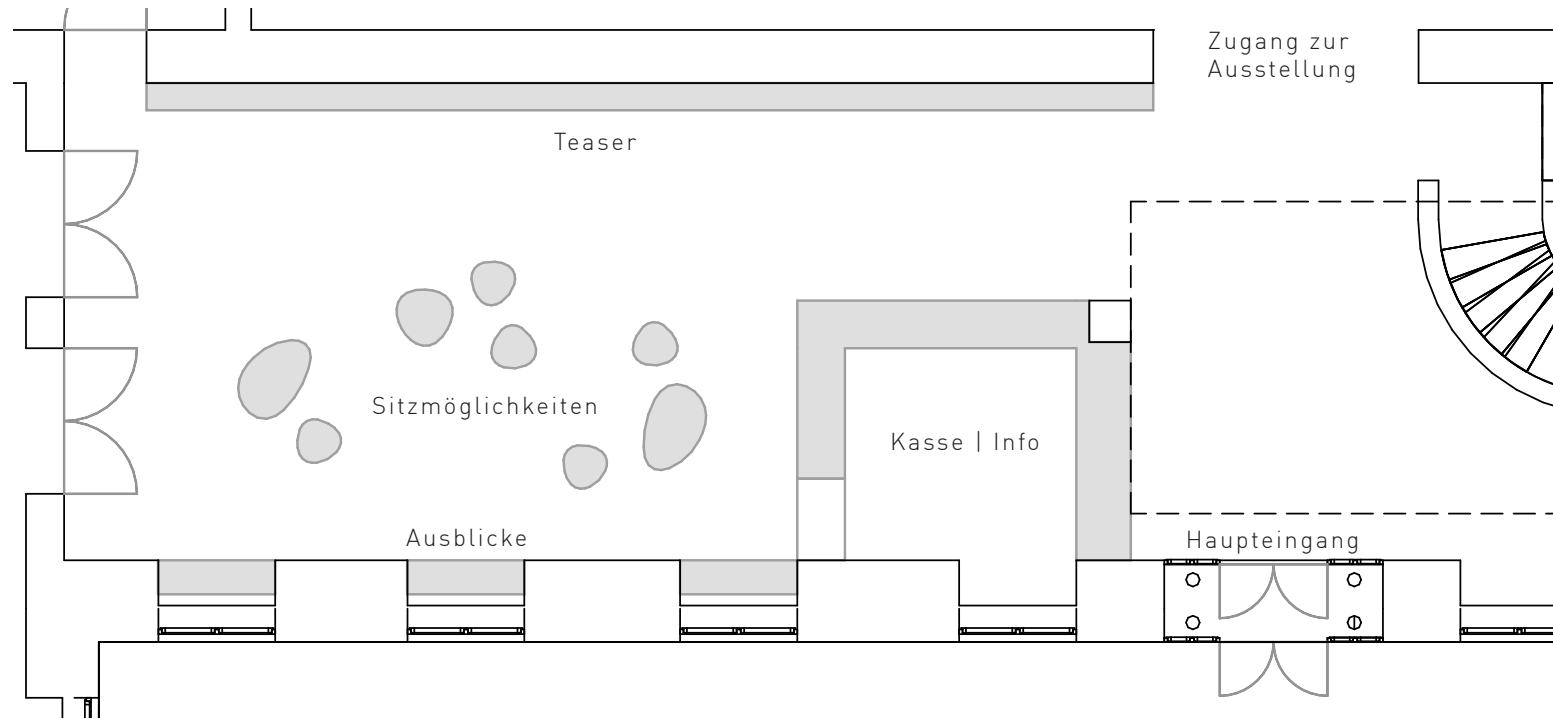
D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

→ „Ach so: Ich dachte, die hätten hier nur Waffen. Aber die sammeln ja alles, was mit Klingen zu tun hat.“

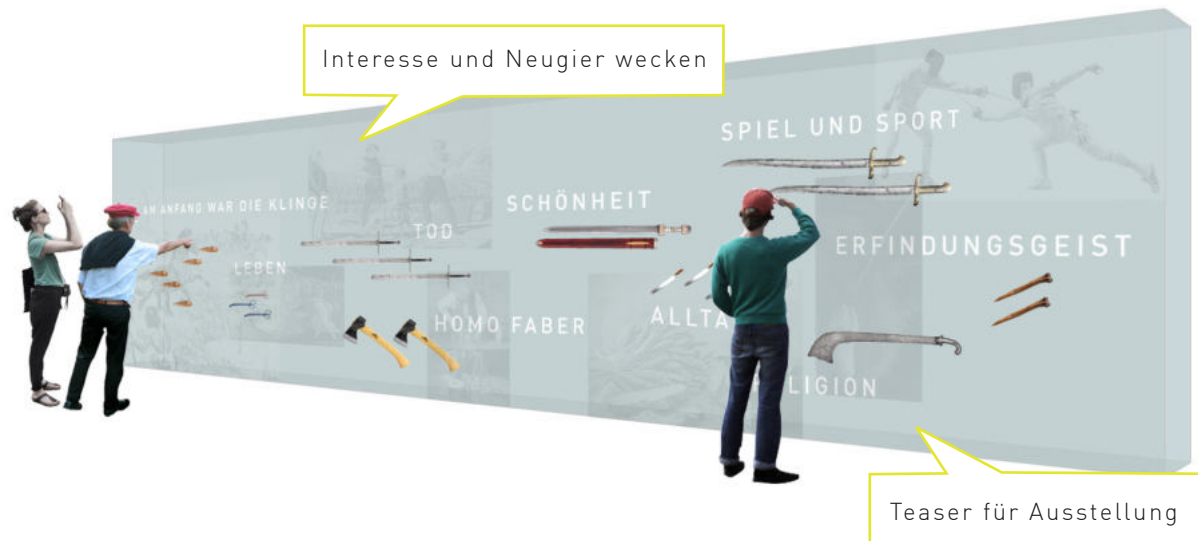
E. LOKALE WURZELN

→ „Das Brotmesser ist von einer Solinger Firma – da hat meine Tante gearbeitet.“

00 | KASSE | TEASER



Kasse für Museum und Information



Teaser für Ausstellung



Auslage Übersichtspläne Ausstellung, Flyer

01 | DER ORT UND SEINE SCHÄTZE



01 | DER ORT UND SEINE SCHÄTZE

THEMA 01A | KIRCHENSCHATZ

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des Raumes?

→ Dies ist seit jeher ein besonderer Ort mit großer Ausstrahlung, der immer ein Anker-, Ausgangs- und Bezugspunkt im sozialen Geflecht des Stadtteils und darüber hinaus war.

2. WAS SOLL DER/DIE Besucher*in Mindestens Lernen?

→ Der Kirchenschatz ist in historischer, politischer und religiöser Hinsicht von herausragender Bedeutung. Wegen der Reliquien war das Kloster ein Wallfahrtsort. Die Besucher:innen lernen, was eine Reliquie ist, wer die hl. Katharina war und welche Wunder hier vollbracht wurden.

3. WAS SOLL DER RAUM Emotional im Publikum Auslösen?

→ Stille, Ruhe, Öffnung der Sinne; „ehrfürchtiges Staunen“ angesichts der religiösen Bedeutung oder Verwunderung über die mittelalterliche Religiosität.

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Dass die Menschen an sowas geglaubt haben ... Aber gut, manche Leute heute gehen zum Warzen besprechen.“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „So eine Art Heiligenverehrung gibt es bei uns im Islam auch, aber strenge Schulen verbieten sie eigentlich.“

C. Faszination und Freude

→ „Unglaublich, wie fein die Monstranzen gearbeitet sind!“

D. WISSEN und Wissenschaft

→ „Jetzt weiß ich wieder, wie die Legende der heiligen Katharina ging.“

E. Lokale Wurzeln

→ „Beeindruckend, dass unser Kloster so reich war!“

THEMA 01B | KLOSTER UND GRÄFRATH

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des Raumes?

→ Das Haus hat eine wechselvolle Geschichte unterschiedlicher Nutzungen. Es prägte und dominierte Gräfrath über Jahrhunderte als zentraler Bezugspunkt und besaß/besitzt mit dem Klingenmuseum eine internationale Ausstrahlung.

2. WAS SOLL DER/DIE Besucher*in Mindestens Lernen?

→ Anhand von besonderen Begebenheiten und Personen (z. B. Klostergründung; Nonne Katharina von Hückeswagen; Weinmonopol; Brände; Stürmung in der 48er Revolution; Leiter:innen der früheren Einrichtungen) lernen die Besucher:innen, welche unterschiedlichen Rollen das Gebäude über die Jahrhunderte einnahm und wie es sich dabei veränderte.

3. WAS SOLL DER RAUM Emotional im Publikum Auslösen?

→ Staunen über die Vielfalt der Nutzungen; Erheiterung oder leichte Bestürzung angesichts der historischen Aspekte/Personen

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Ach, die Nonnen waren gar nicht arm.“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Wir haben hier in der Kirche geheiratet. Komm, das schreiben wir auf die Pinnwand.“

C. Faszination und Freude

→ „Die Nonnen hatten das Weinmonopol, aha. Na dann, hoch die Tassen!“

D. WISSEN und Wissenschaft

→ „Augustiner-Chorfrauen? Von denen hatte ich noch nie gehört.“

E. Lokale Wurzeln

→ „Dieses Foto ... Ich hatte schon fast vergessen, wie das hier vor dem Umbau aussah.“

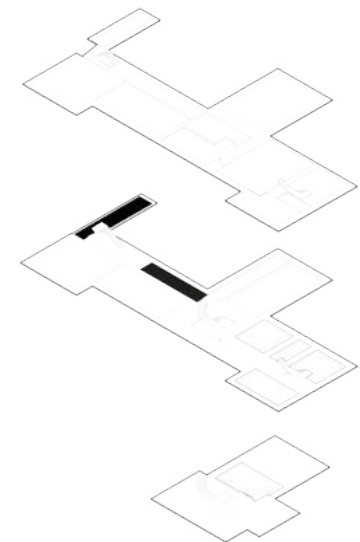


Ortsansicht Gräfrath 1837, Friedrich August de Leuw

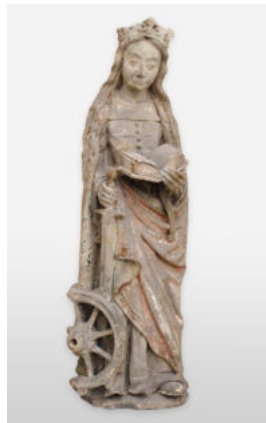
01 | DER ORT UND SEINE SCHÄTZE

OBJEKTBEISPIELE:

Heilige Katharina
Ansicht Gräfrath, Fotos/Erinnerungs-
stück aus Pfarrleben (Erstkommunion)



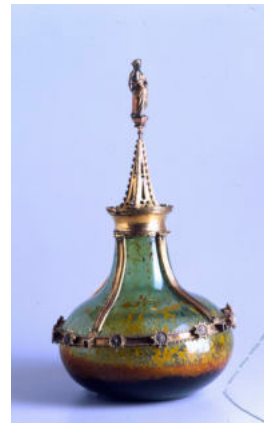
Erinnerungsfoto Erstkommunion



Statue der hl. Katharina, um 1500



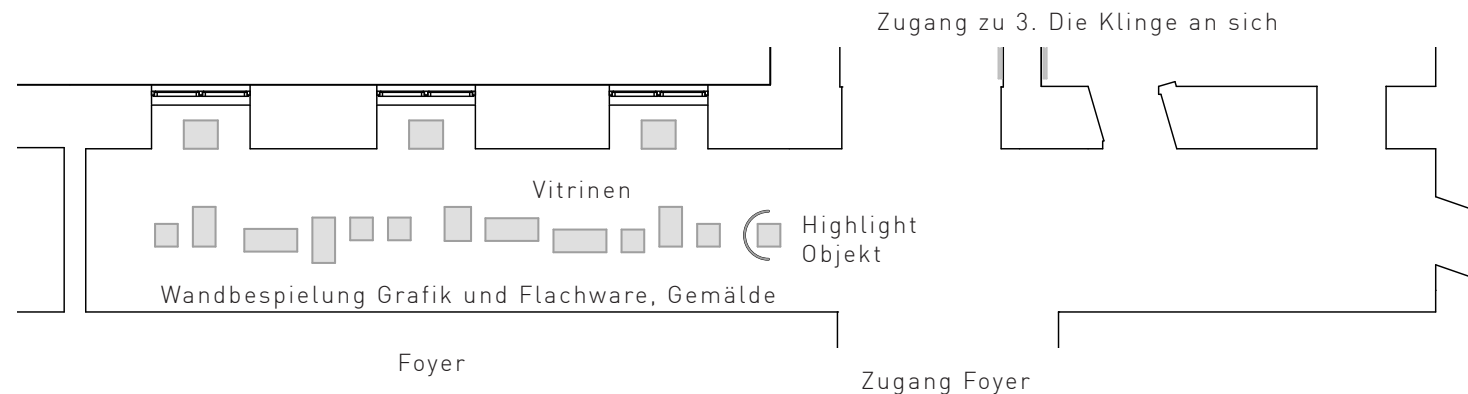
Reliquiar mit Knochensplitter der hl. Katharina, 14. Jh.



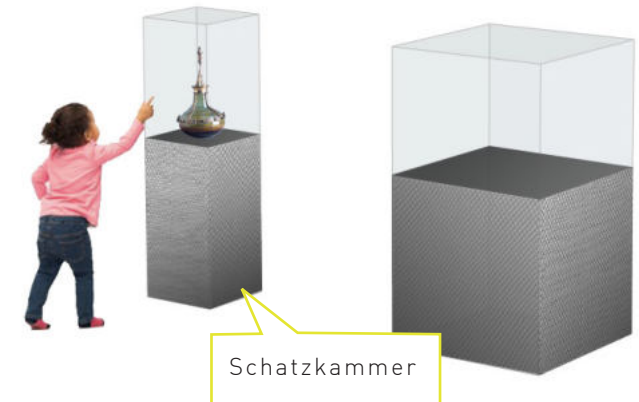
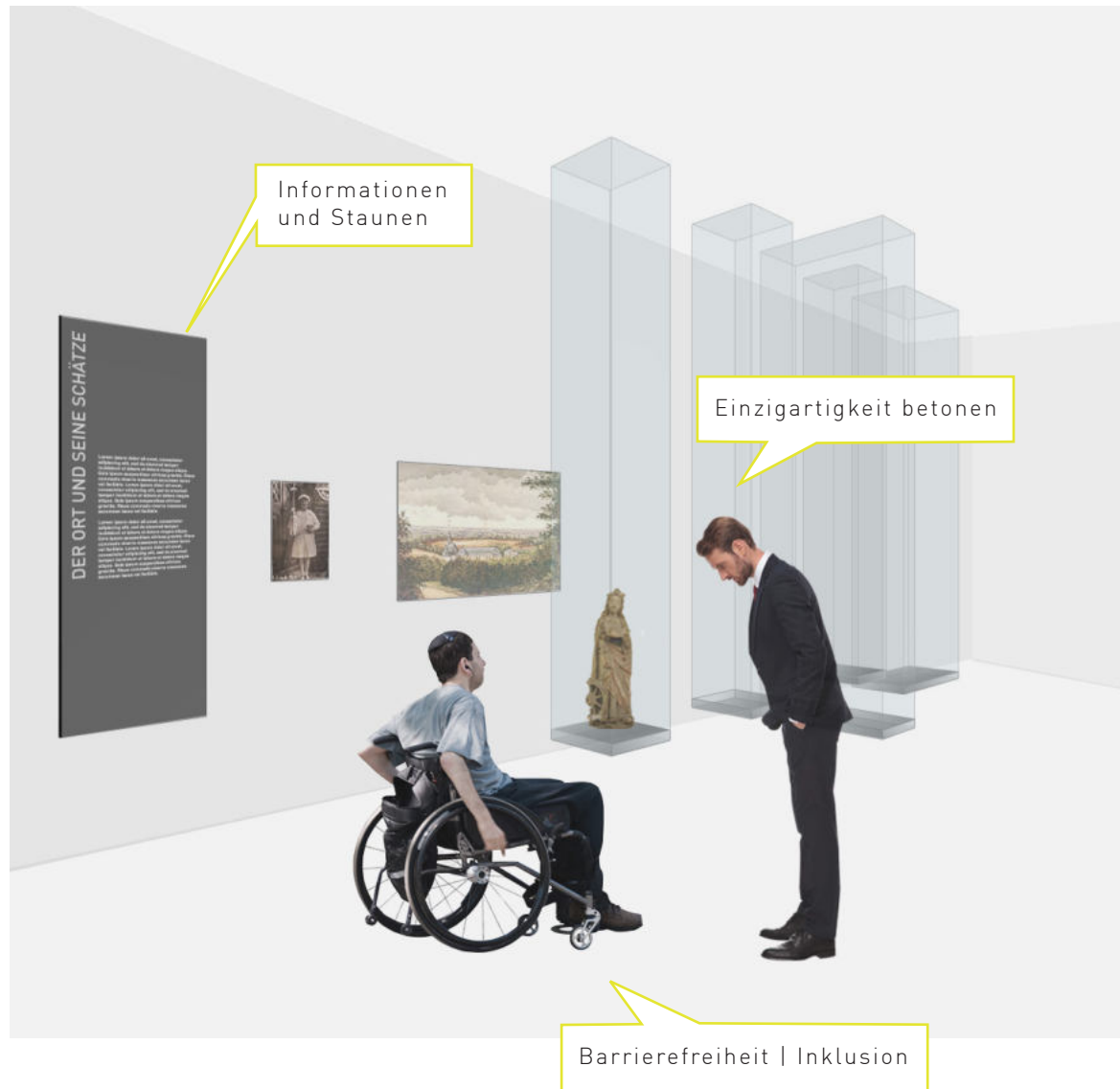
Katharinenflasche, um 1400

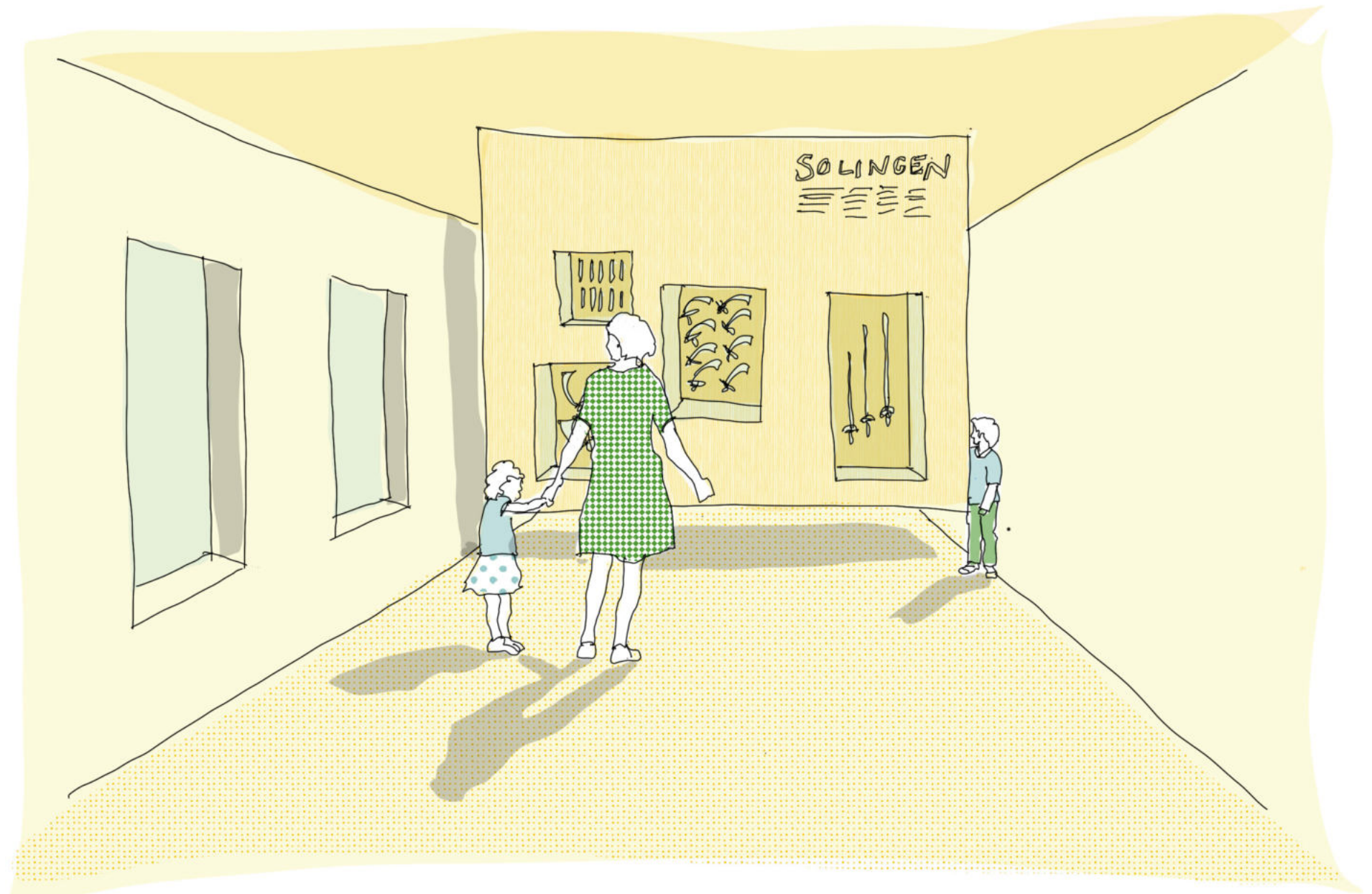


Reliquientafel, um 1300 (umgearb. um 1700)



01 | DER ORT UND SEINE SCHÄTZE





02 | SOLINGEN

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des Raumes?

→ Solingen ist seit Jahrhunderten als Klingenstadt von herausragender Bedeutung – nicht nur in Deutschland, sondern weltweit.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Die Besucher:innen lernen, seit wann in Solingen Klingen produziert werden, von welchen geographischen und politischen Faktoren dies abhängig war und wie sehr das Leben der Einwohner:innen durch die Klingenherstellung geprägt wurde. Die Wandlungen des Klingengewerbes hinsichtlich technischem Wissen, Bruderschaften, Arbeitsteilung, Heimarbeit, Rüstung und seine Anpassungen an neue Gegebenheiten werden gezeigt. Die Solinger Produktion war lange v. a. auch Waffenproduktion. Auch heute hat die Solinger Klingenindustrie noch internationale Bedeutung.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Auswärtige: Begeisterung/Faszination für die lange, durchgehende Geschichte; Solinger:innen: Stolz auf die Heimatstadt, Verbundenheit, evtl. ein Hauch Nostalgie

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Das muss echt ein hartes Leben gewesen sein als Lieferfrau. Da haben wir es gut.“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Aus meiner Familie habe ich noch alte Schwarzweiß-Fotos aus einer Schmiede in Schwaben. Die schick ich dem Museum mal.“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „Mach mal ein Foto von mir mit dem Pölf auf dem Kopf!“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

→ „Jetzt verstehe ich endlich, warum sich diese Industrie gerade hier entwickelt hat.“

E. LOKALE WURZELN

→ „Klingenstadt – wir heißen echt zu Recht so.“

OBJEKTE:

Älteste Solinger Besteck, Bajonett
Messermacherzeichenrolle, Solinger
Meister Klingen, Pata, Takouba, Nim-
cha, Schimmelbusch Musterbuch,
SS-Dolch, Scherenpfauf



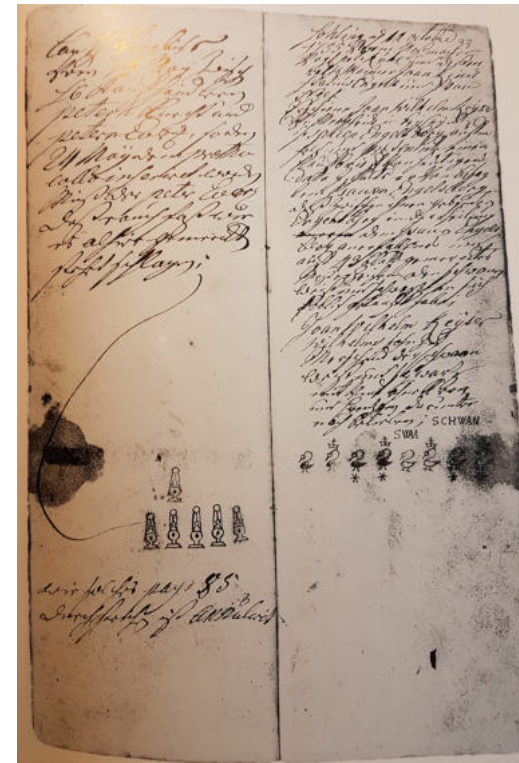
Musterbuch Fa. Schimmelbusch, 1789



Pfau aus Scheren, Orig. 1904



- 1 Indische Pata mit Solinger Klinge, 17. Jh.
- 2 Nordafrikanische Takouba mit Solinger Klinge, 19. Jh.
- 3 Algerische Nimcha mit Solinger Klinge, 17. Jh.
- 4 Solinger Bajonett, 19. Jh.



Messermacherzeichenrolle, 18. Jh.

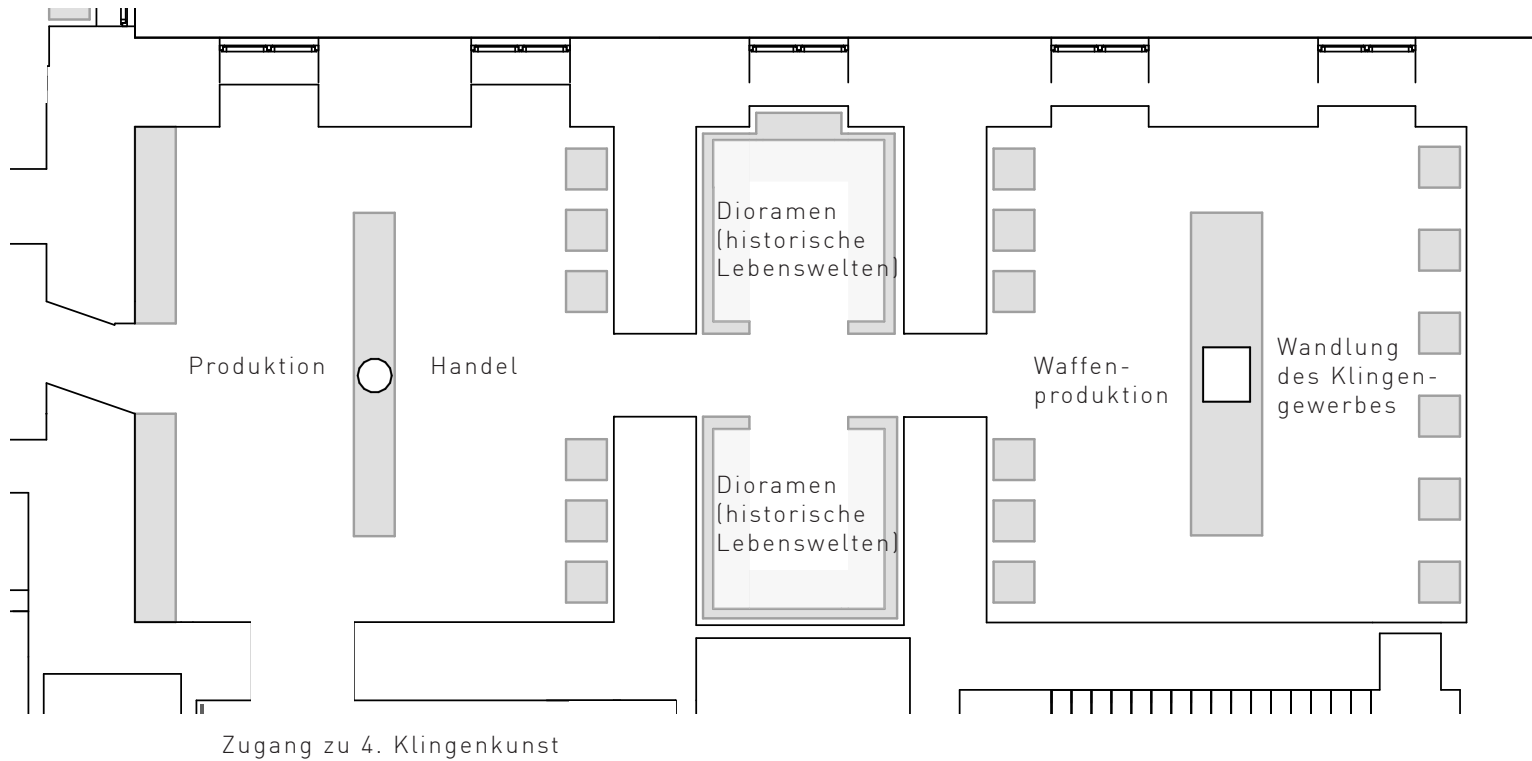
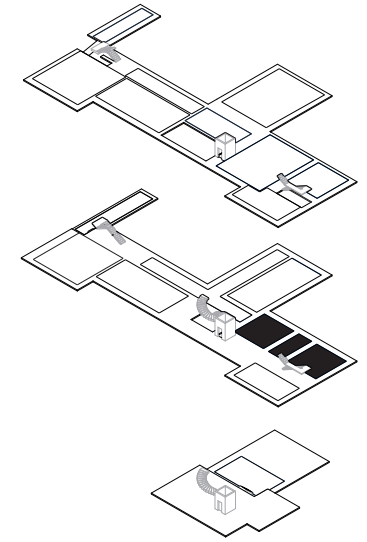
02 | SOLINGEN



Klingen Solinger Schmiede, 17. Jh.



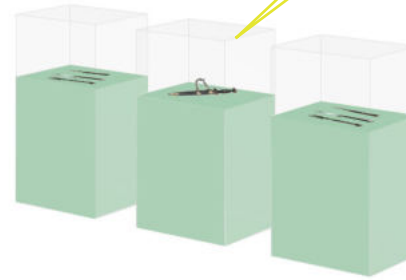
Älteste bekannte Datierung auf einem Solinger Besteck: 1697 von Johannes Peters



02 | SOLINGEN



Reihung von historischen
Innovationen der Klingenproduktion



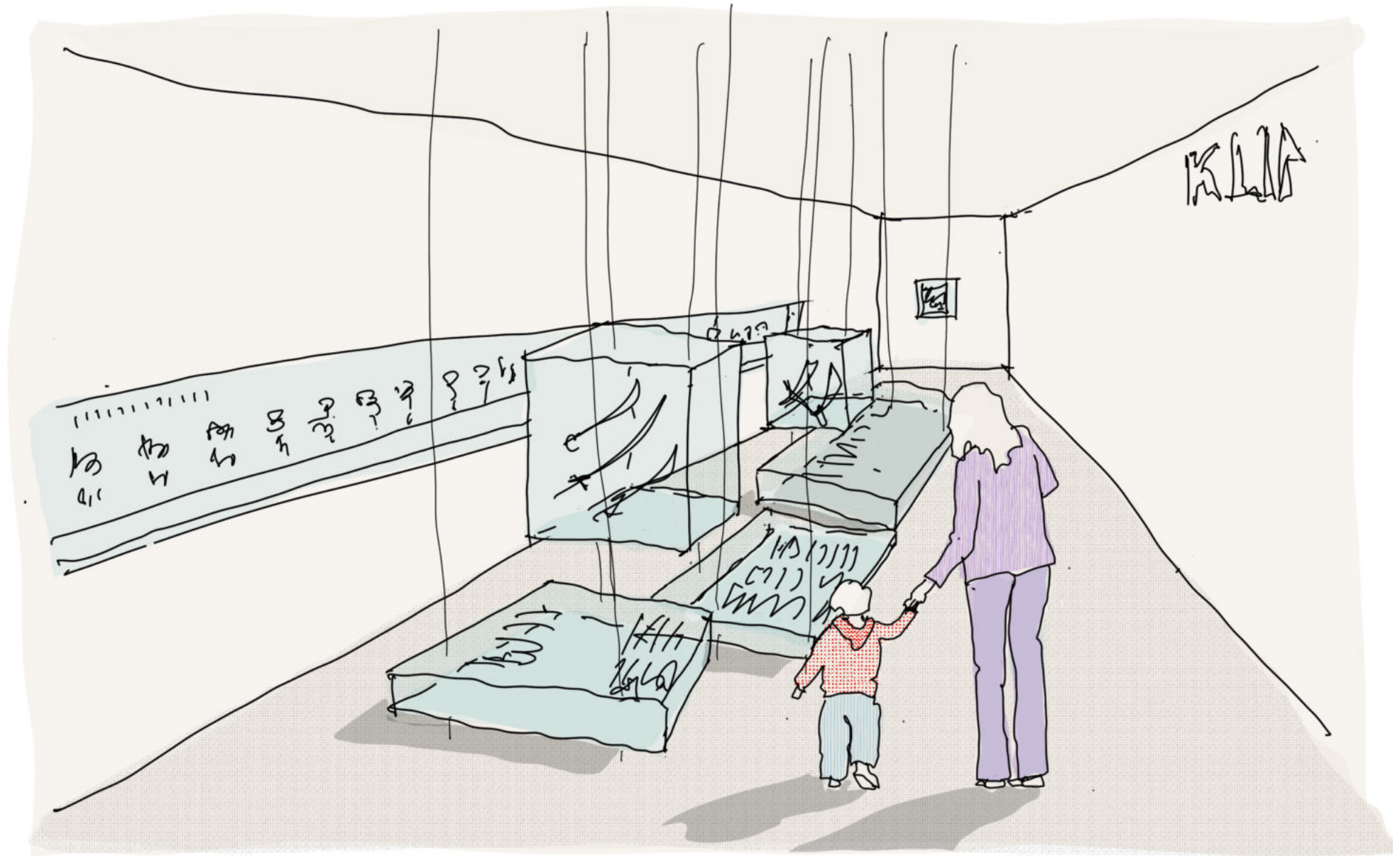
Highlights aus der
Museums-geschichte des DKM



Dioramen zu historischen Lebenswelten
→ Produktion, Handel, Heimarbeit, Rüstung,
Wandlung des Klingengewerbes



03 | DIE KLINGE AN SICH



03 | DIE KLINGE AN SICH

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des Raumes?

→ Die Klinge ist, neben dem Feuer, das fundamentale Werkzeug, das menschliche Kultur überhaupt möglich macht. Sie ist für die Entwicklung menschlicher Kultur entscheidend.

2. WAS SOLL DER/DIE Besucher*IN mindestens lernen?

→ Die Besucher:innen lernen, welche Bedeutung die Fähigkeit zu schneiden für die Entwicklung der Menschheitsgeschichte bis heute hat. Schneiden kann ein zerstörerischer oder schöpferischer Prozess sein. Die Ausdifferenzierung der Klingentypen und die unendlich vielseitigen Herstellungsmethoden sind jeweils auf der Höhe der technologischen Entwicklung. Die Besucher:innen wissen nach Besuch dieses Raums, was „scharf“ bedeutet.

3. WAS SOLL DER RAUM emotional im Publikum auslösen?

→ Erkenntnis, Staunen über die Vielfalt und den menschlichen Erfindungsgeist; Gefühl der Sicherheit durch Rückbindung durch die Zeit: Jedes Messer, das man in die Hand nimmt, ist Produkt einer Jahrtausende währenden Entwicklungsgeschichte.

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Klingen aus Stein, Knochen, Muscheln ... Die Menschen sind echt überall erfinderisch!“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Moment, das Ding muss ich in einer Facebook-Gruppe teilen.“

C. Faszination und Freude

→ „Ich will noch so 'nen Messer aus Knete machen!“

D. WISSEN und WISSENSCHAFT

→ „Die ältesten Steinklingen sind 2,5 Millionen Jahre alt? Was bitte? Gab's damals überhaupt schon Menschen?“

E. Lokale Wurzeln

→ „Das Multifunktions-Taschenmesser kommt eigentlich aus Solingen? Und ich dachte, aus der Schweiz. Wer hat's erfunden?“

OBJEKTE:

Steinzeitklingen, Knochendolch, Ingelrischwert, Japanisches Schwert, Kris, Wurfmesser, Obsidianschwert, Bronzeschwert, Laserschwert, Kettensäge, Rasenmäherersatzmesser, Pürrierstabklinge, halbfertige Stücke, an denen Fertigung erkennt



1



2



3



4



5



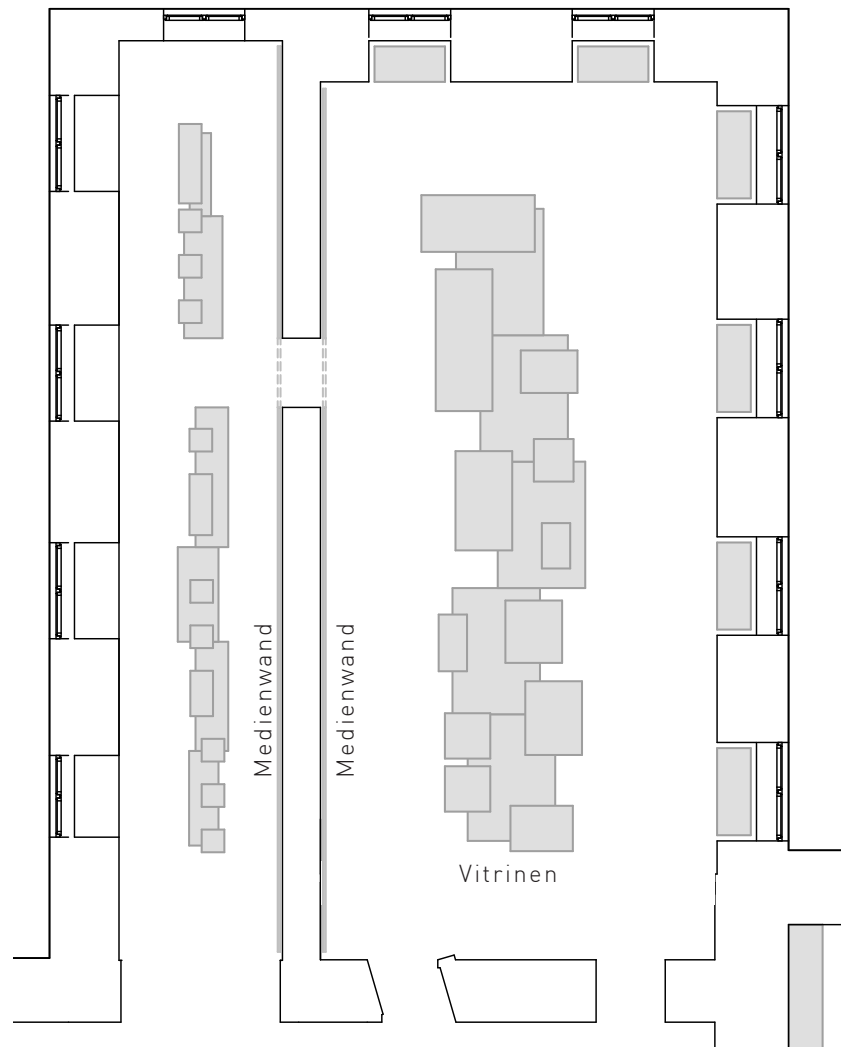
6



7

- 1 Aztekisches Schwert mit Obsidianklingen, Nachbildung
- 2 Steinzeitklinge
- 3 Rasenmäher-ersatzmesser
- 4 Knochendolch aus Papua-Neuguinea, 19. Jh.
- 5 Laserschwert
- 6 Kettensäge
- 7 Pürrierstabklinge

03 | DIE KLINGE AN SICH



1. Der Ort und seine Schätze



1



2



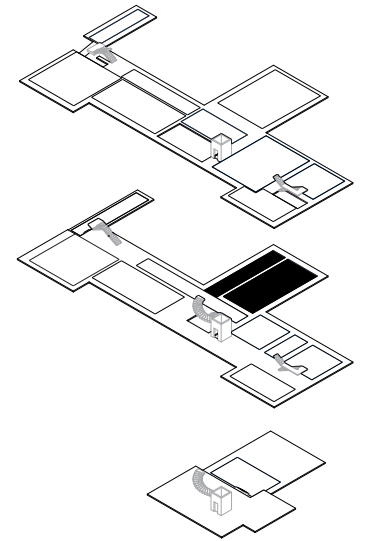
3



4

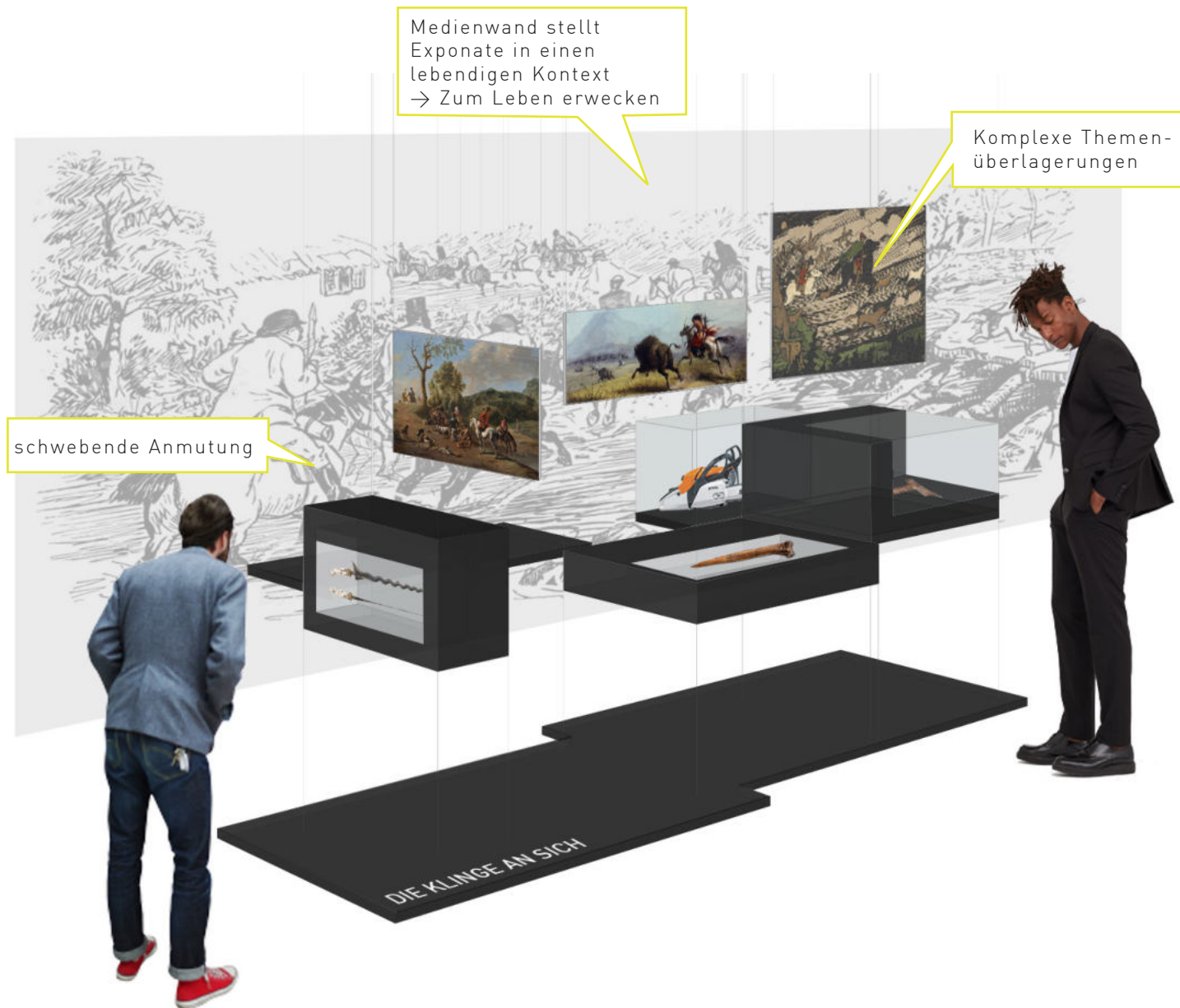


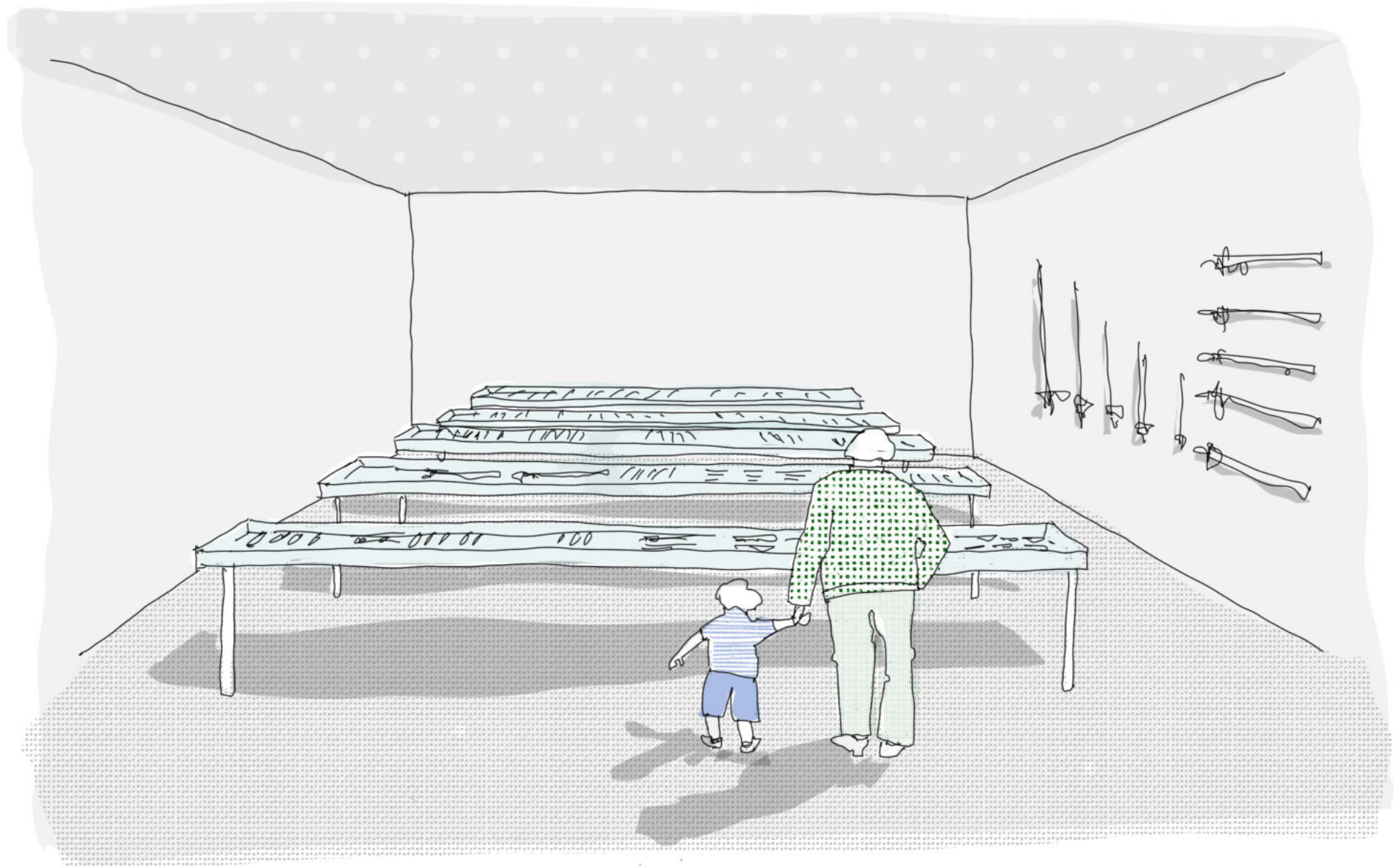
5



- 1 Indonesischer Kris, 19. Jh.
- 2 Griechisches Bronzeschwert, 6. Jh. v. Chr.
- 3 Japanisches Katana, 18. Jh.
- 4 Kongolisches Wurfmesser, 20. Jh.
- 5 Fränkisches Schwert, 10. Jh.

03 | DIE KLINGE AN SICH





04 | KLINGENKUNST

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE KERNAUSSAGE DES RAUMES?

→ Metallgestaltung ist faszinierend. Die Beschäftigung mit ihr war grundlegend für die Sammlung des DKM. Klingen und Besteck werden nicht nur durch ihre Funktion bestimmt, sondern durch ihre Gestaltung. Hier zeigt sich handwerkliches Können und künstlerische Kreativität.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Bei der Klingenproduktion ging es nie allein um Funktionalität, sondern auch um Ästhetik und Repräsentation. Die Besucher:innen lernen, wie mit welchen unterschiedlichen Techniken eine Klinge verziert werden kann und was dies bedeutet.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Schaulust, ästhetischer Genuss, Vielfalt. Bestenfalls: Der Wunsch, selbst kreativ tätig zu werden.

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Ich dachte, diese Blumenmuster kommen aus Frankreich – dabei sind sie persisch.“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Perfekt: Ich schenke meiner Frau so einen Schmiedekurs zum Geburtstag.“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „Schau mal, an dem Bildschirm kann man sich selber ein Messer designen!“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

→ „Einlegearbeiten kannte ich – aber Koftgari war mir völlig neu.“

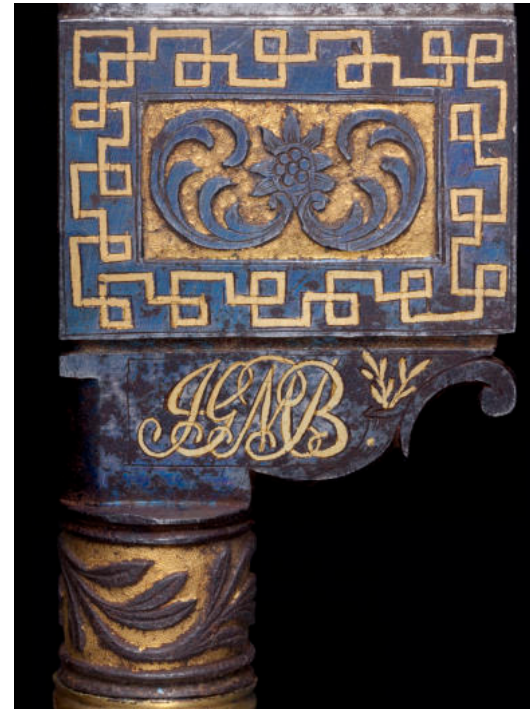
E. LOKALE WURZELN

→ „Einmal Jahr kommen solche Kunsthandwerker nach Solingen zur Messe – nicht schlecht. Da gehe ich nächstes Jahr hin.“

OBJEKTE:

Xiphos Schwerter, Rapier mit Eisenschnitt Peter Berg, Fratzen-Degen, Dolchmesser, Koftgari Säbel, Grazienmesser, Kunstkammermesser

„Setzkasten“: 10–15 unterschiedliche Bearbeitungstechniken, jeweils an einem Objekt und zugehörigen Werkzeugen gezeigt



1

2

3



4



5



6

1 Italienisches Dolchmesser, um 1700

2 Solinger Degen, 17. Jh.

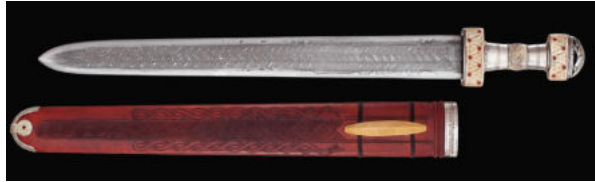
3 Italienischer Degen, um 1550

4 Französisches Vorschneidmesser, um 1570

5 Niederländisches Kunstkammermesser, 1605

6 Mailändischer Säbel, um 1530

04 | KLINGENKUNST



1



3

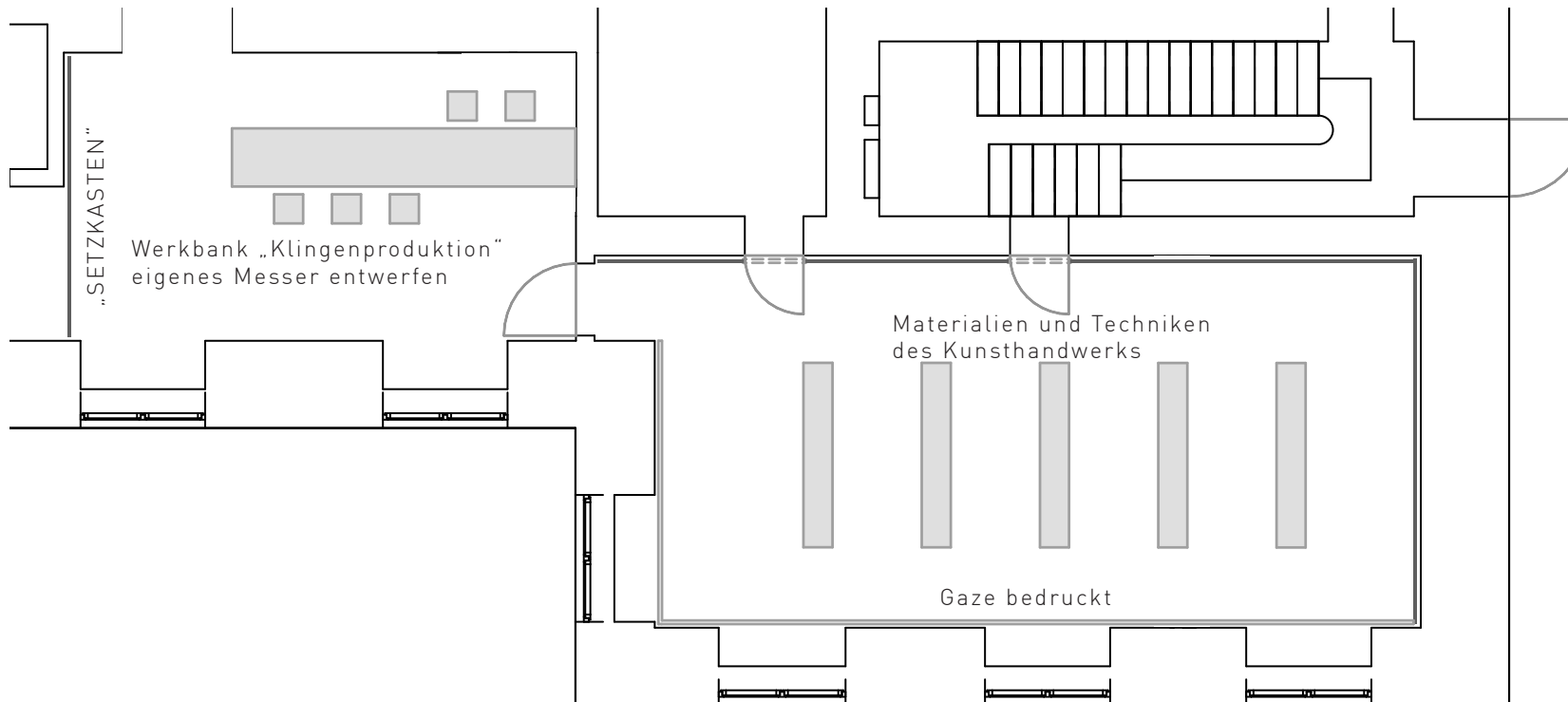
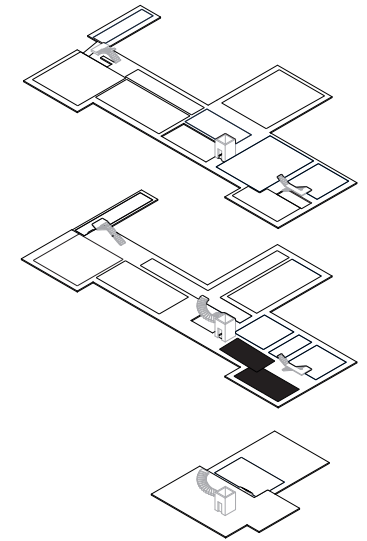


2



4

- 1 Kunstsword von P. Florianek, 2015
 2 Kunstsword von R. Hoffmann und S. Piper, 2015
 3 Kunstsword von J. Powning, 2015
 4 Kunstsword von P. Johnsson, 2015



04 | KLINGENKUNST



05 | VIELFALT UND ÄSTHETIK



Vitrinen als Teaser für Wechselausstellung

05 | VIELFALT UND ÄSTHETIK

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE KERNAUSSAGE DES RAUMES?

→ Das DKM verfügt über eine weltweit unvergleichliche Sammlung an Klingen jeglicher Zeiten, Länder und Macharten.

2. WAS SOLLEN DIE BESUCHER LERNEN?

Klingen sind Objekte, die es zu sammeln lohnt, denn man kann an ihnen nicht nur die Geschichte von Technik und Kunsthandwerk, sondern große menschheitsgeschichtliche Zusammenhänge ablesen.

WAS SOLL DER RAUM AUSLÖSEN?

Staunen, Überwältigung, Bewunderung

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Mensch, ich wusste gar nicht, wie viele unterschiedliche Formen Messer haben können!“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Hier muss ich unbedingt noch mal mit meinen Kumpels hin. Die werden ausrasten!“

C. FASZINATION UND FREUDE

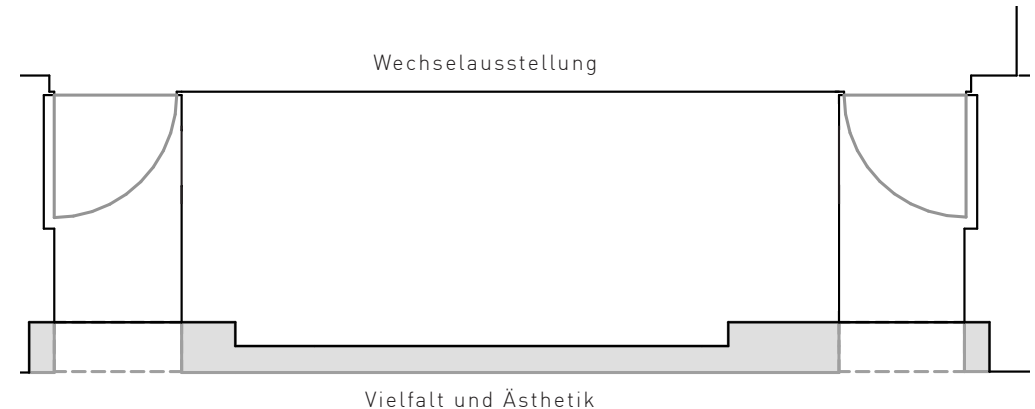
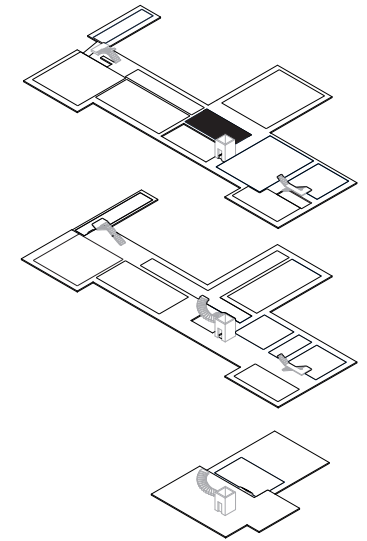
→ „Mann, das sieht so aus wie in diesem Film mit Daniel Craig!“ – „Du meinst Knives Out?“ – „Ja genau, da gab es doch dieses Riesenarrangement von Messern!“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

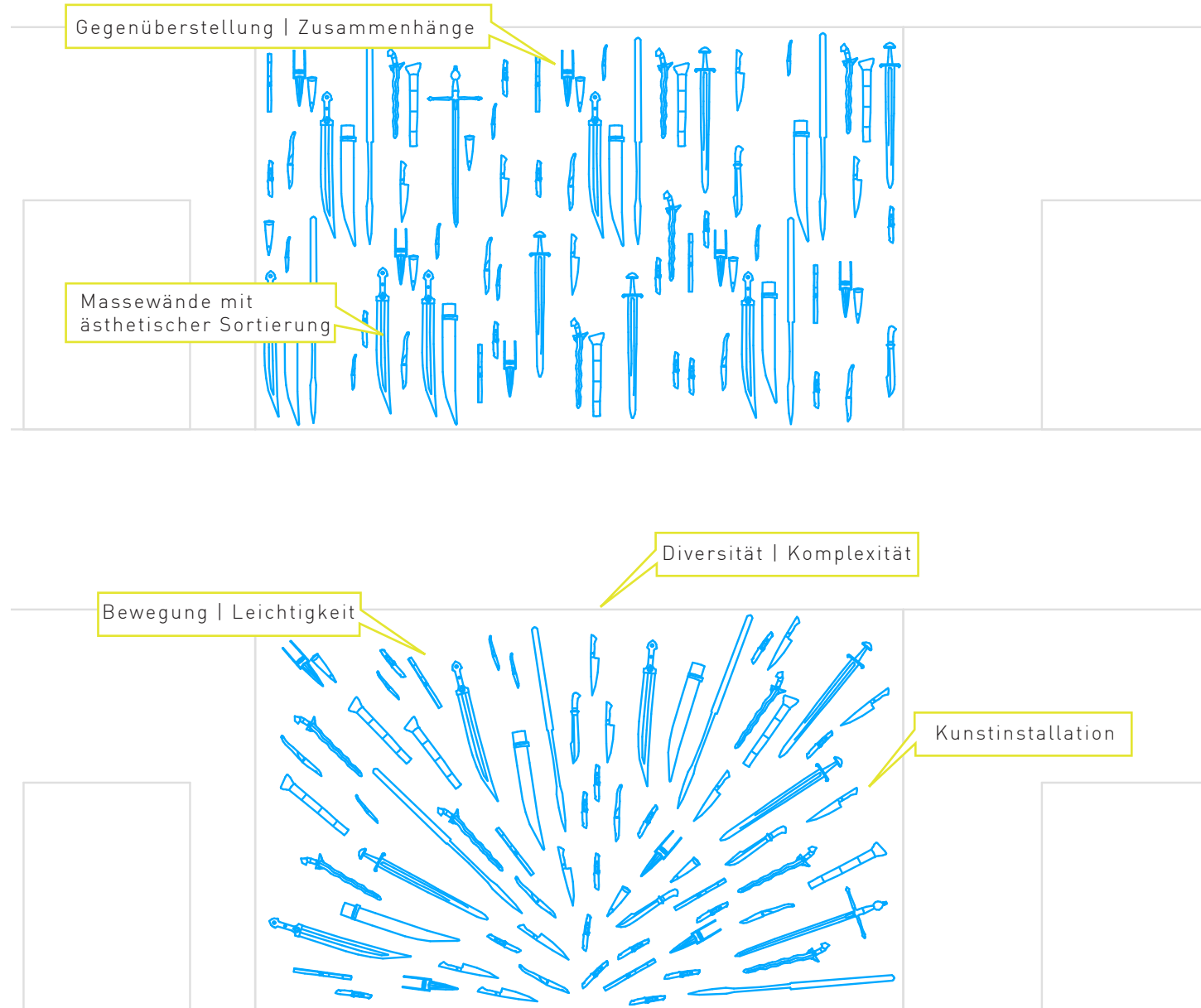
→ „Und von der Zusammensetzung des Stahls können die wirklich Aussagen über Herkunft und Zeit treffen?“

E. LOKALE WURZELN

→ „Dat mir en Solingen so ne Sammlung vun Weltrang han, dat hätte isch net jeglöv!“

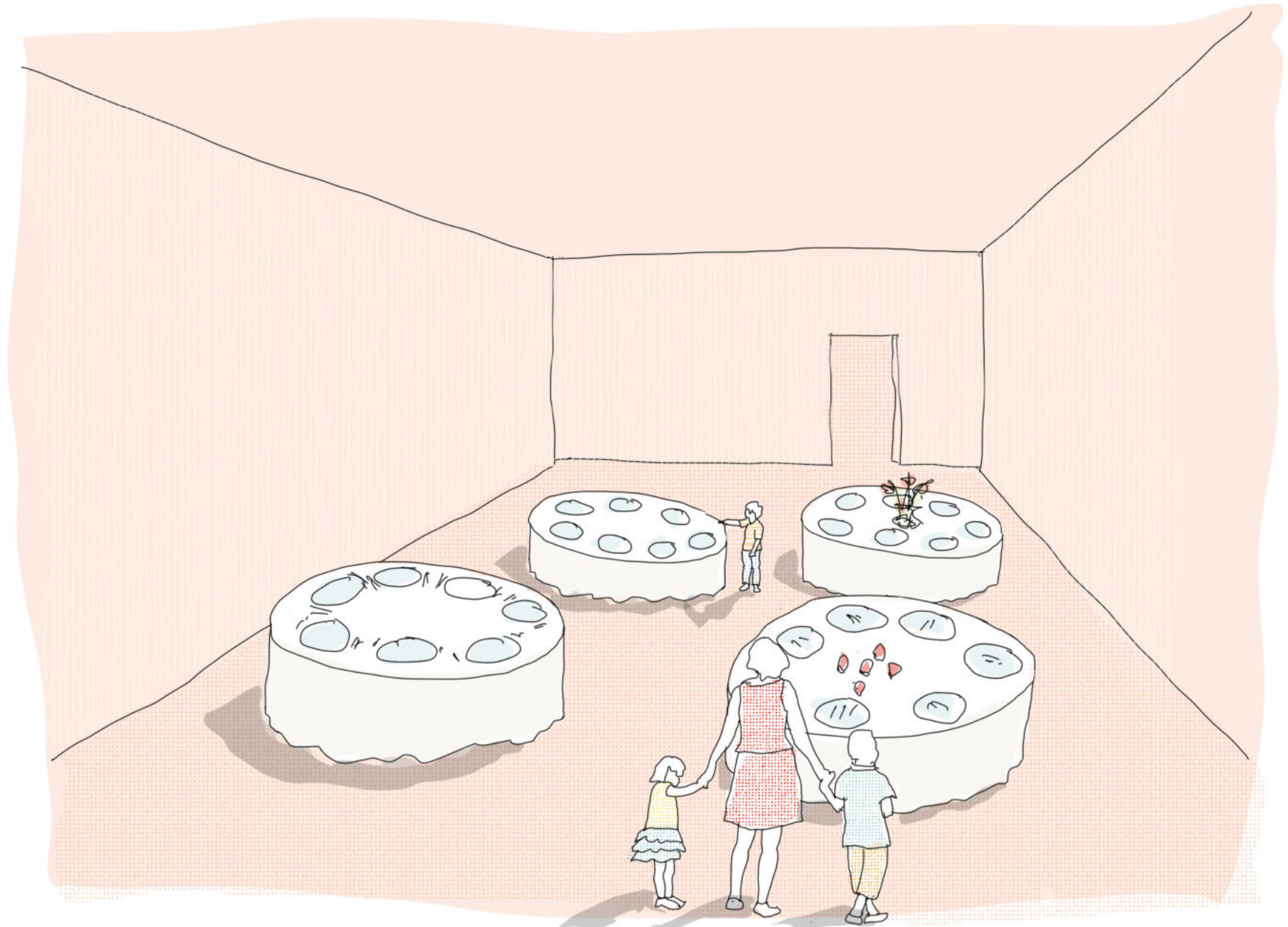


05 | VIELFALT UND ÄSTHETIK



installative Hängungen | Kunstprojekt als Kooperation mit Künstler:innen denkbar

06 | ESSEN UND TAFELKULTUR



06 | ESSEN UND TAFELKULTUR

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des RAUMES?

→ Essen hat eine kulturelle Bedeutung jenseits der bloßen Nahrungsaufnahme. Die Art und Weise, wie gegessen wird, ist dabei eine kulturelle Übereinkunft. Das Essgerät spiegelt unter anderem dies wider; im DKM durch die überbordende Fülle an historischem Besteck.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Dass wir mit Messer und Gabel essen, ist aus einer kulturellen und historischen Entwicklung hervorgegangen. In anderen Weltregionen und in anderen Zeiten wurde/wird anderes Besteck verwendet. Die Besucher:innen lernen, inwieweit Tischsitten und Besteck miteinander zusammenhängen.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Lust am Essen und der Gemeinschaft und der Benutzung von Essgeräten. Nachdenken über die kulturelle Bedingtheit der eigenen Art zu essen.

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Eigentlich ist es wirklich Zufall, dass wir mit Messer und Gabel statt mit Stäbchen essen.“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Auf dem Bildschirm kann man sein Lieblingsrezept aus der eigenen Heimat eintragen. Wie macht man noch mal Pelmeni?“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „Schau mal, Kaugummis mit Kimchi-Geschmack ... liiiiih!“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

→ „Ach so, die Gabel gibt es noch gar nicht so lange.“

E. LOKALE WURZELN

→ „'Ne schöne, alte Dröppelminna. Genau so eine hatte meine Omma in Remscheid.“

ESSEN UND TAFELKULTUR

OBJEKTE:

Chronologische Anordnung Entwicklung von Messer, Gabel, Löffel, jeweils mehrere Objekte in Reihe Objekt und sein Nutzer: z. B. Stromer-Besteck und Wolf Jacob Stromer



Wolf Jacob Stromer



3



1



2



4

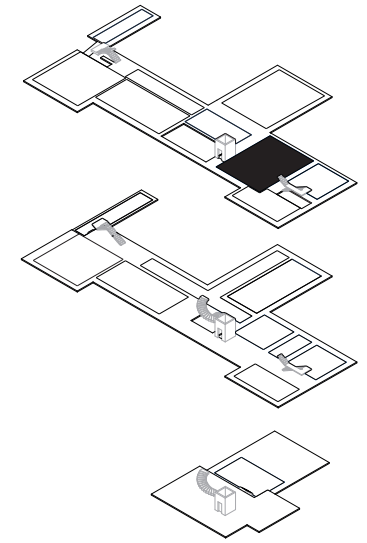
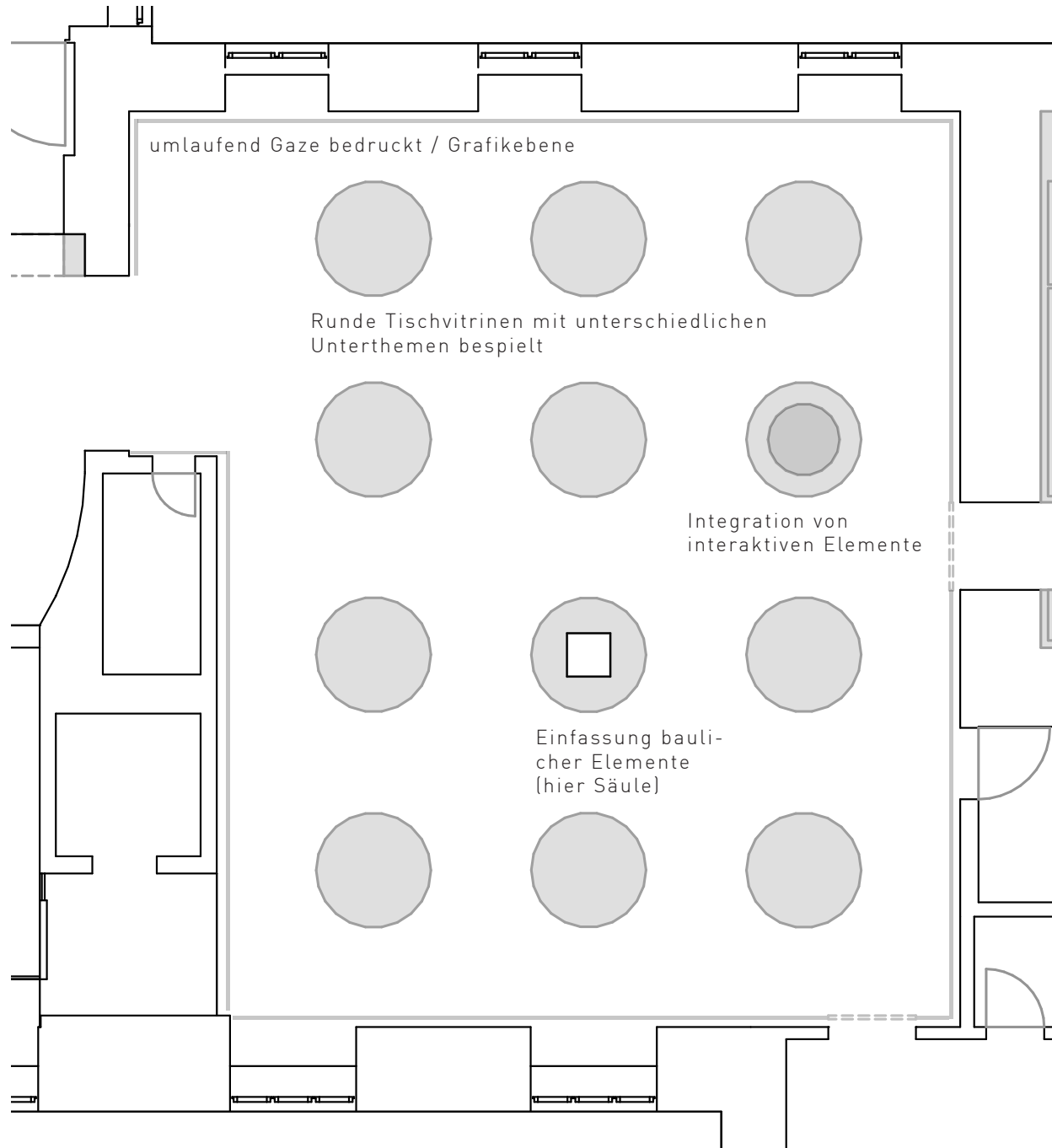
5



Satz von sechs Messern der Familie Stromer und Scheurl, 1584.“

- 1 Bergische Dröppelminna, 20. Jh.
- 2 Apostelmesser mit Köcher, 17. Jh.
- 3 Vorlegebesteck des Hauses Fugger, 16. Jh.
- 4 Reisebesteck, 18. Jh.
- 5 Kinderbesteck, 20. Jh.

06 | ESSEN UND TAFELKULTUR



06 | ESSEN UND TAFELKULTUR

ESSEN UND TAFELKULTUR

runde Tischvitrinen mit
eingelassenen Objekten
→ Betrachtung von oben

Inszenierung durch
Projektionen und interaktive
Stationen denkbar

Inszenierung von
Schneideutensilien

ein gemeinschaftlicher
Tisch, auf dem unter-
schiedliche Tafel-
kulturen vereint sind

Vermittlung von anschaulichen In-
halten über mediale Überlagerung
und interaktive Mitmach-Stationen



07 | JAGD UND SCHLACHTUNG



07 | JAGD UND SCHLACHTUNG

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des RAUMES?

→ Jagd und Schlachtung sind Kernbestandteile menschlicher Kultur, in die sie auf unterschiedliche Art und Weise eingebunden sind; von der rituellen bis zur industriellen Tötung.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Jagd und Schlachtung sind universell. Die Besucher:innen lernen, welche Klingen für welche spezifischen Jagd- und Schlachtungspraxen entwickelt wurden. Besucher:innen erfahren, in welchen Größenordnungen sich der Fleischkonsum in Deutschland bewegt, und was dies bedeutet.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Nachdenken über den eigenen Bezug zum Tier als Nahrung/Res-source.

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Ich fände es auch eklig, Hunde zu essen. Aber warum eigentlich?“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Hier kann man sich zur ‘Halb so viel Fleisch essen’-Challenge anmelden. Lass mal mitmachen“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „Mama, ich kann den Bogen hier spannen!“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

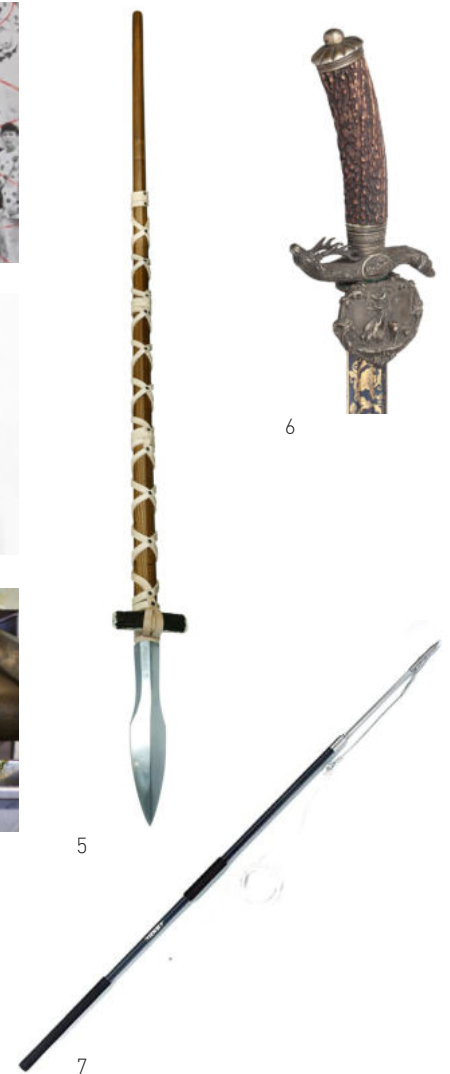
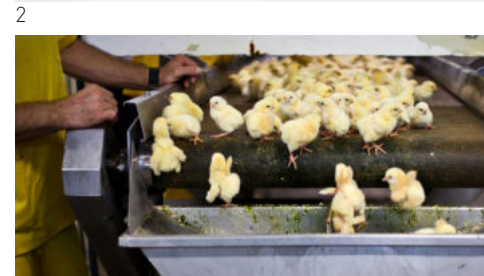
→ „Die Bildschirme hier zeigen die Ergebnisse des UNO-Umweltberichts zur Nutztierhaltung. Scan mal den QR-Code.“

E. LOKALE WURZELN

→ „Wie, ‘Hahnekörper-Säbel’? Was bitte haben die hier damit gemacht?“

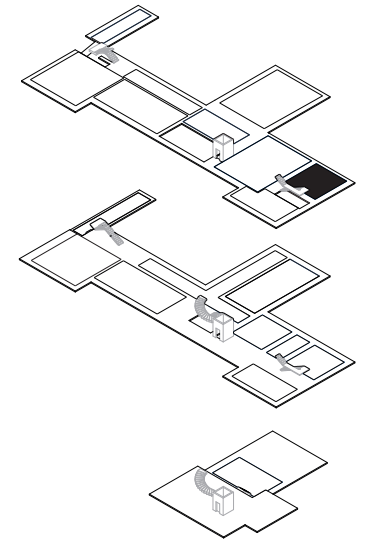
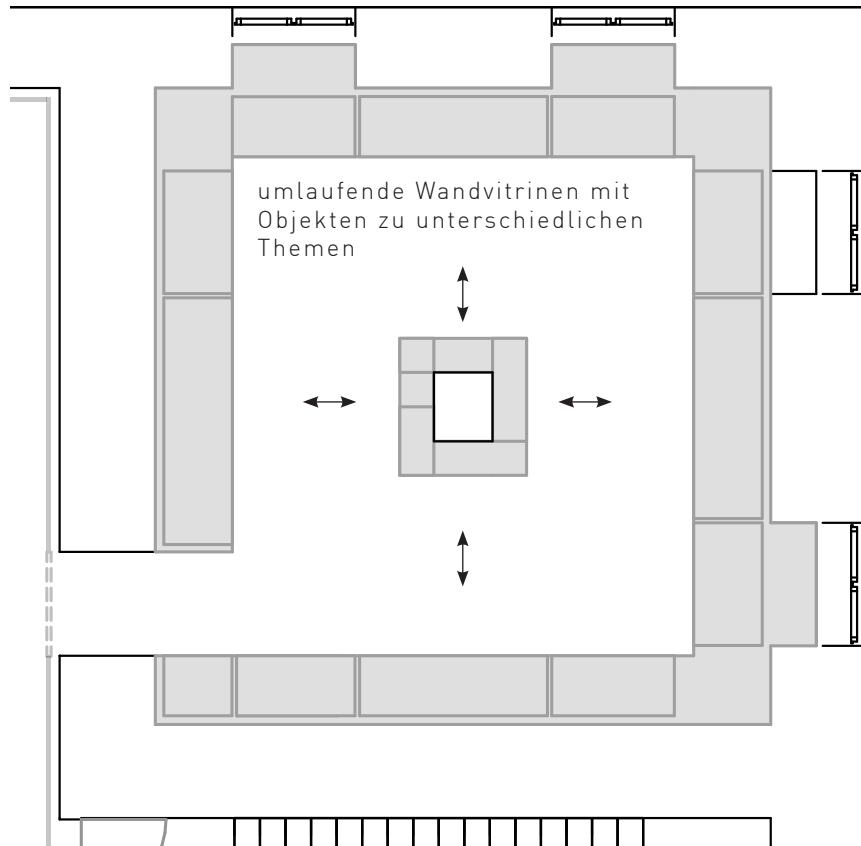
OBJEKTE:

Hirschfänger, Pfeilspitzen, Saufeder, Kükenschredder, Harpune, Bolzenschussgerät, Hahnekörper-Säbel

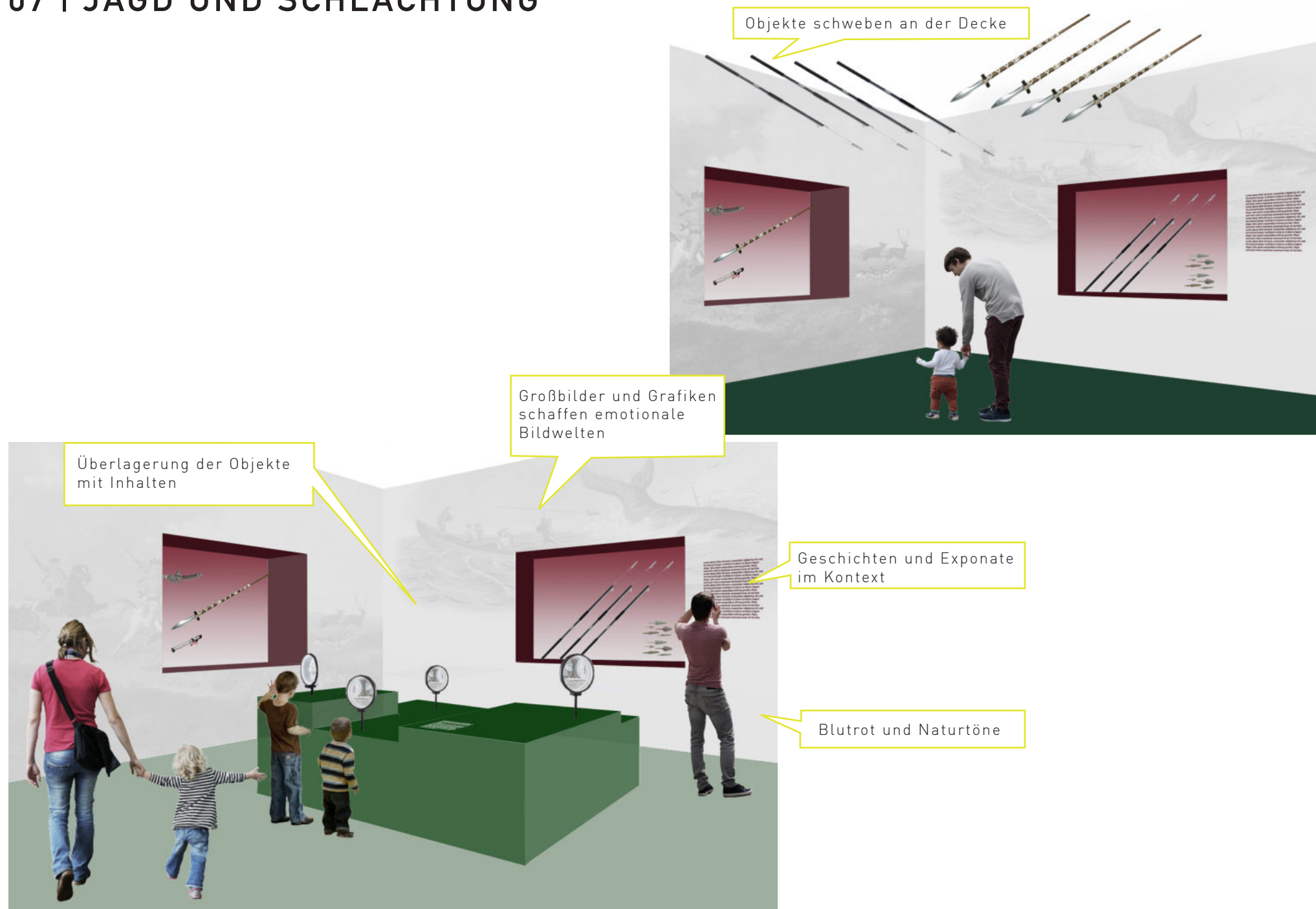


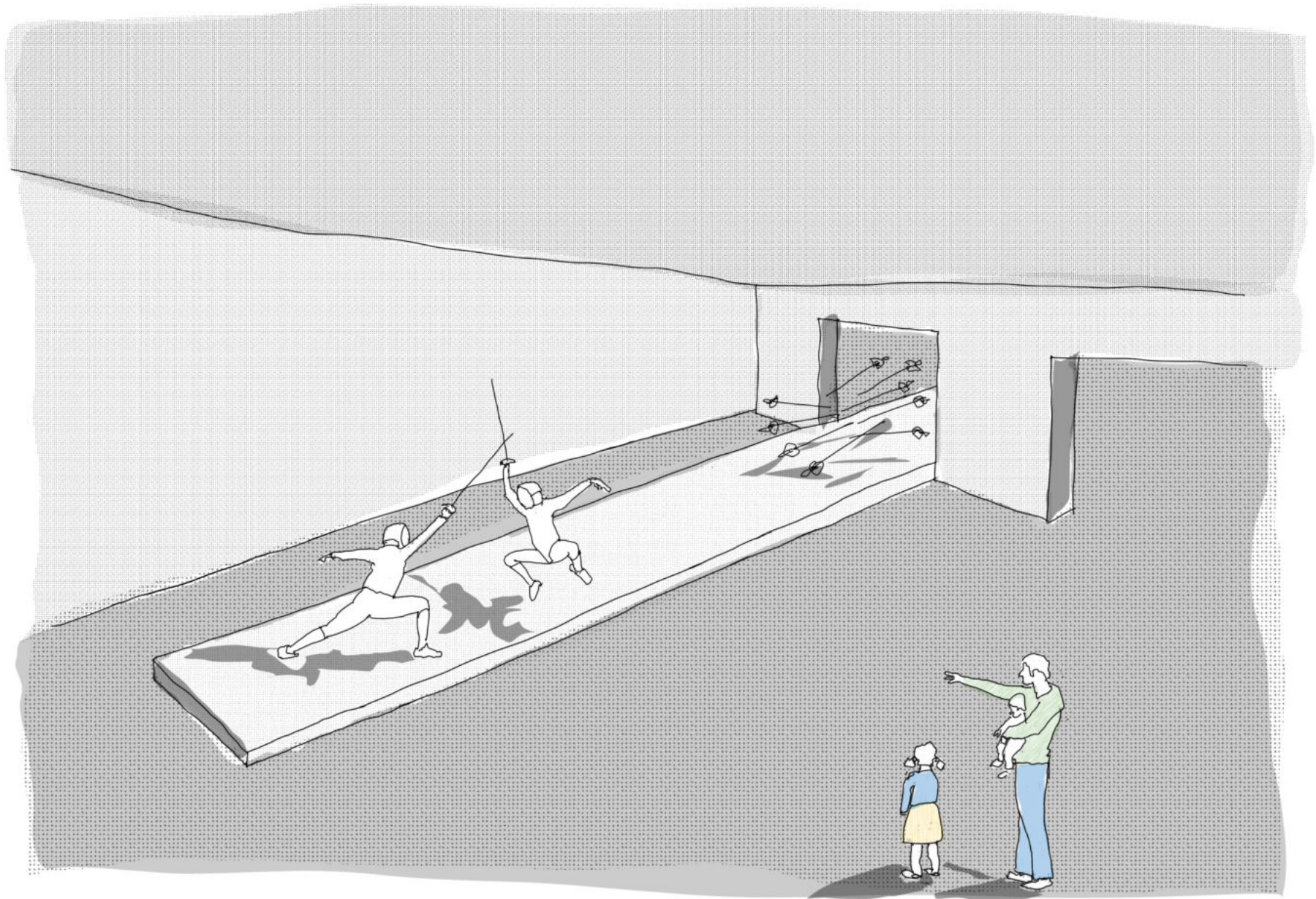
- 1 Brauchtum: Solinger Hahnekörper
- 2 Bronzezeitliche Pfeilspitzen
- 3 Moderner Kükenschredder
- 4 Bolzenschussgerät
- 5 Speer für die Saujagd, Nachbau
- 6 Hirschfänger, 18. Jh.
- 7 Moderne Harpune

07 | JAGD UND SCHLACHTUNG



07 | JAGD UND SCHLACHTUNG





08 | FECHTEN UND KAMPFKUNST

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des Raumes?

→ Fechten ist eine jahrtausendalte komplexe Körpertechnik mit weltweiter Verbreitung. Sie schlägt sich in Waffenentwicklungen und Fechtliteratur nieder.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Fechten ist eine Kunst. In vielen verschiedenen Kulturen hat sie eine große Blüte erreicht. Die europäische Fechtkunst früherer Jahrhunderte umfasste ein großes Repertoire an Waffen und Techniken, die den Besucher:innen gezeigt werden.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Neugier, (positive) Faszination für die nötige Körperbeherrschung; Lust, sich selbst zu bewegen

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Deutschland, Indien, Japan ... Diese Fecht-Techniken sehen eigentlich überall ganz ähnlich aus.“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Bei uns im Kendo geht die Schrittarbeit so – ich zeig es euch.“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „OK: Wer am meisten Treffer an der Fechtmaschine hier landet, bekommt von den anderen ein Eis im Museums-Café.“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

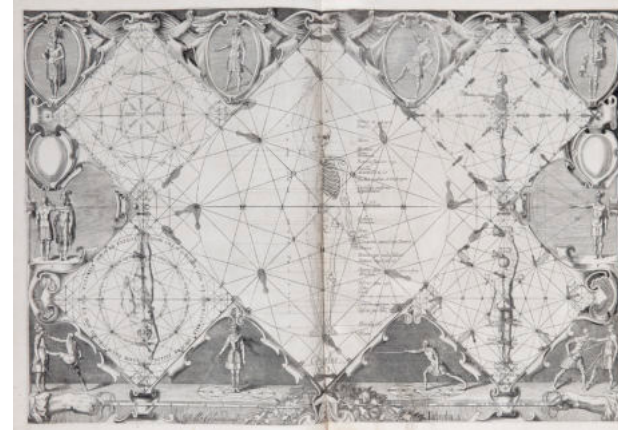
→ „So ein Schwert ist ja viel leichter, als ich immer dachte.“

E. LOKALE WURZELN

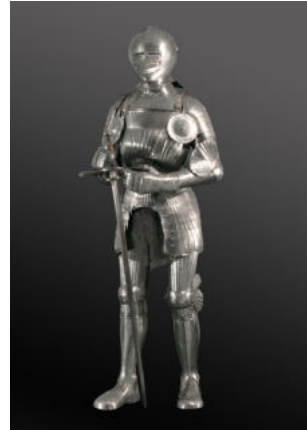
→ „Als Kind war ich auch mal im Solinger Fechtverein. Die sind richtig erfolgreich.“

OBJEKTE:

Rapier, Korbschläger, Philippinisches Schwert, Shashka, Langes Schwert, Rüstung, Kupferstich Fechtbuch



1



2



3

- 1 Stich aus einem Fechtbuch, 1630
- 2 Plattenharnisch, 15. Jh.
- 3 Studentischer Korbschläger, 20. Jh.
- 4 Russische Schaschka, 20. Jh.
- 5 Italienischer Degen, 16. Jh.
- 6 Philippinisches Ginunting, 19. Jh.
- 7 Italienisches Schwert, 15. Jh.



4



5



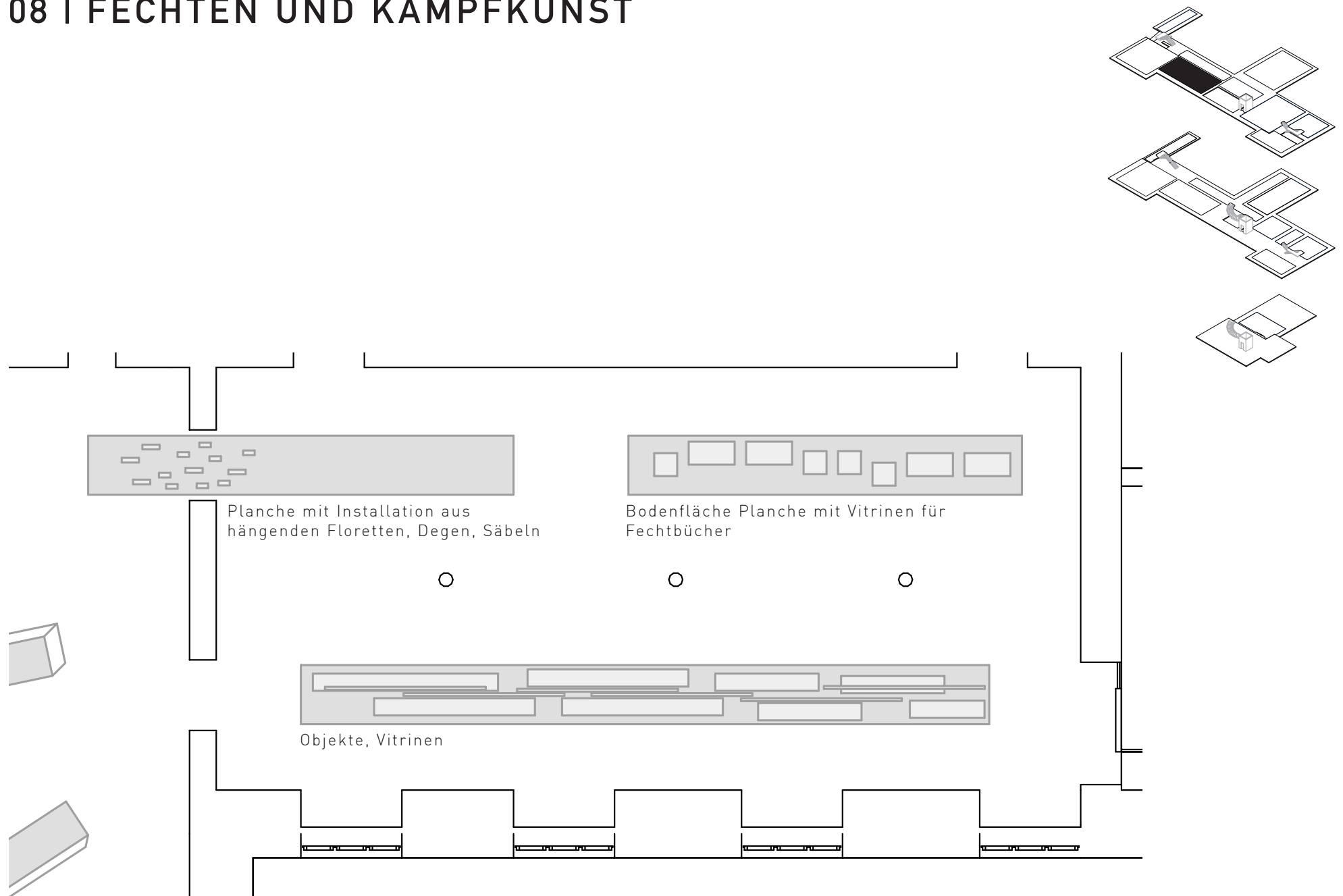
6



7



08 | FECHTEN UND KAMPFKUNST



08 | FECHTEN UND KAMPFKUNST

spielerisch, hell, einladend

3D Scan Smartphone

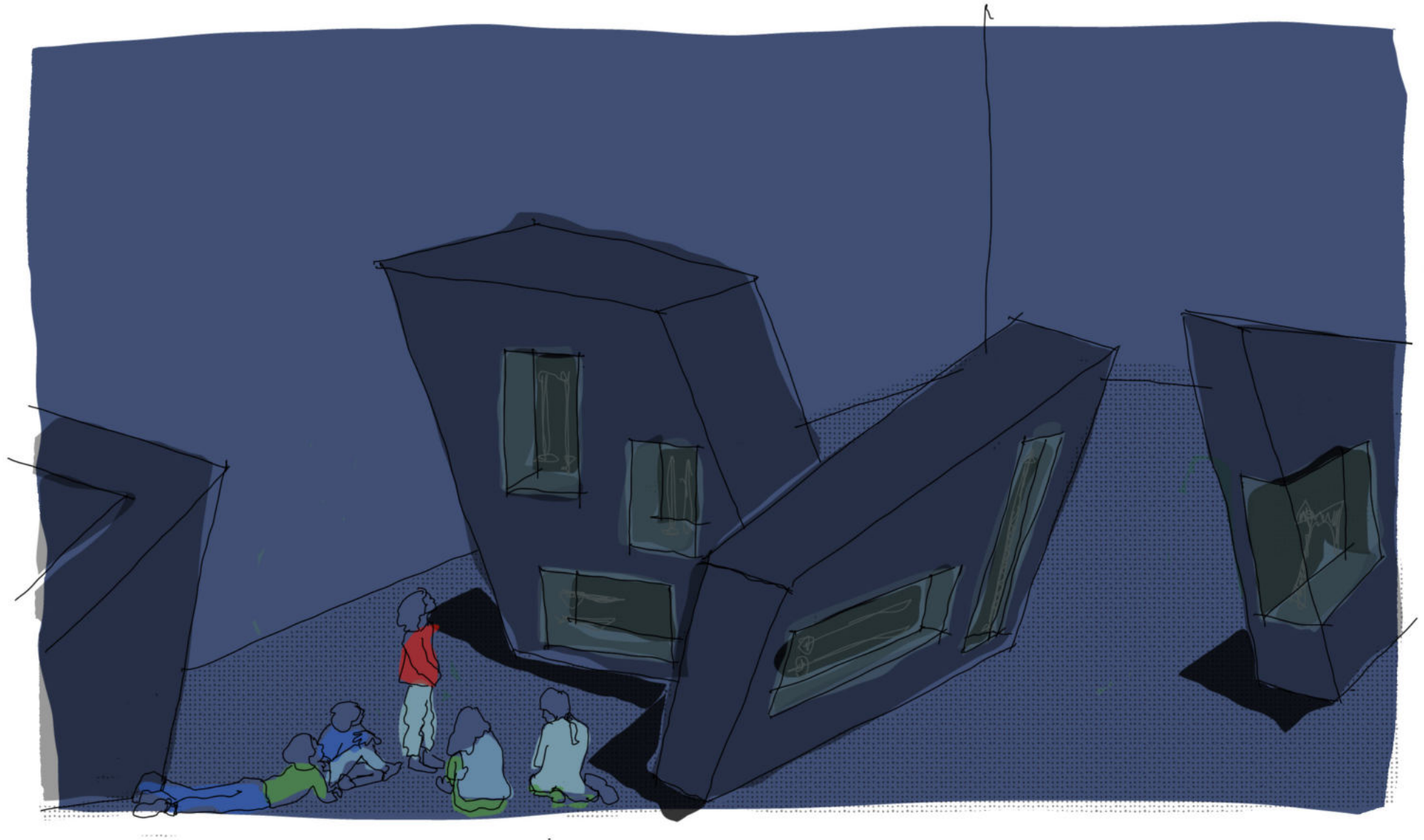
Tradition und Ästhetik

Interaktion

Geschwindigkeit

Fokus

Dynamik und Präzision



09 | GEWALT UND KRIEG

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des RAUMES?

→ Die Geschichte der Klinge ist auch eine Geschichte der Gewalt. Bewaffnete Gewalt ist ein traumatisches Erlebnis.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Klinge und Gewalt stehen in Wechselwirkung. Der Einsatz der Klinge als Waffe ist kein Phänomen vergangener Zeit, sondern reicht bis in die Gegenwart. Auch Klingen, die nicht eigentlich als Waffe konzipiert sind, wurden/werden als solche genutzt. Bewaffnete Gewalt traumatisiert nicht nur die Opfer, sondern auch Täter und Zeugen.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Beklommenheit, Nachdenklichkeit, Unglauben; Frage nach der eigenen Gewaltbereitschaft (aber: muss zuletzt einen positiven Twist/Hoffnungsschimmer beinhalten)

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Wie muss sich das anfühlen, wenn alle in deiner Umgebung ständig bewaffnet sind?“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Hier gibt es Infos zum Weißen Ring. Da könnte ich mich mal irgendwie einbringen.“

C. EMOTIONALE RESONANZ

→ „Es muss furchtbar gewesen sein im Grabenkrieg. Sowas darf einfach nicht sein.“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

→ „Auch noch nach 1945 wurden Klingen im Krieg eingesetzt. Ich dachte, das wäre viel früher vorbei gewesen.“

E. LOKALE WURZELN

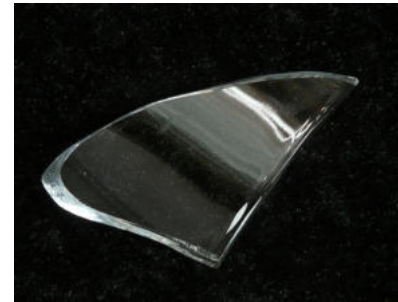
→ „1859 hat Solingen 75.000 Bajonette an das britische Militär geliefert. 75.000!“

OBJEKTE:

Richtschwert, Küchenmesser, Shiv, Machete, Bajonett, Glasscherbe, Rasierklinge Verletzung

Objektinstallation:

ein Himmel aus Damoklesschwertern



1



2



3



4



5



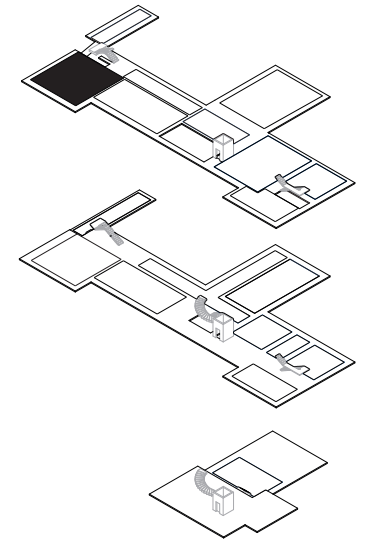
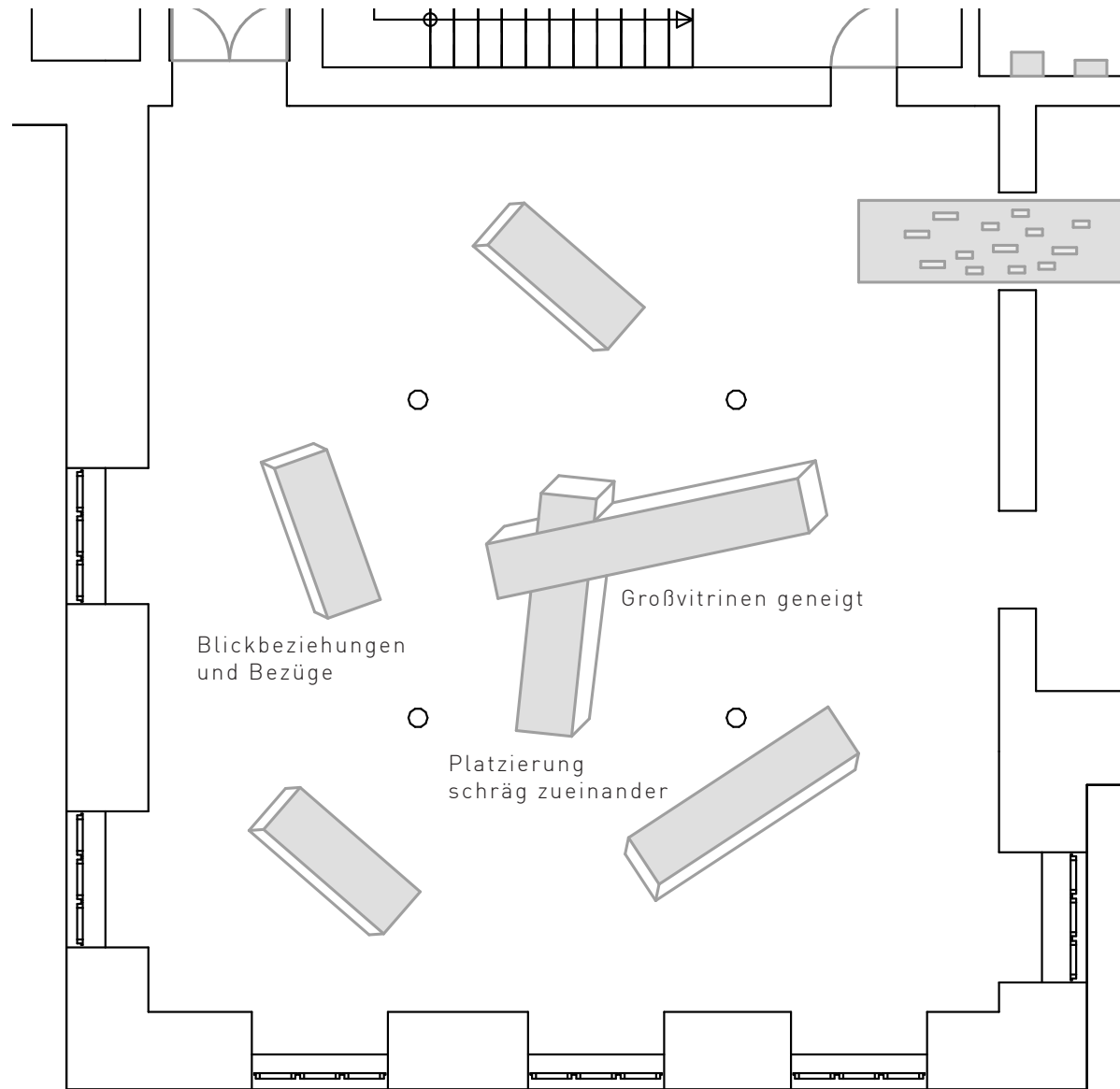
6



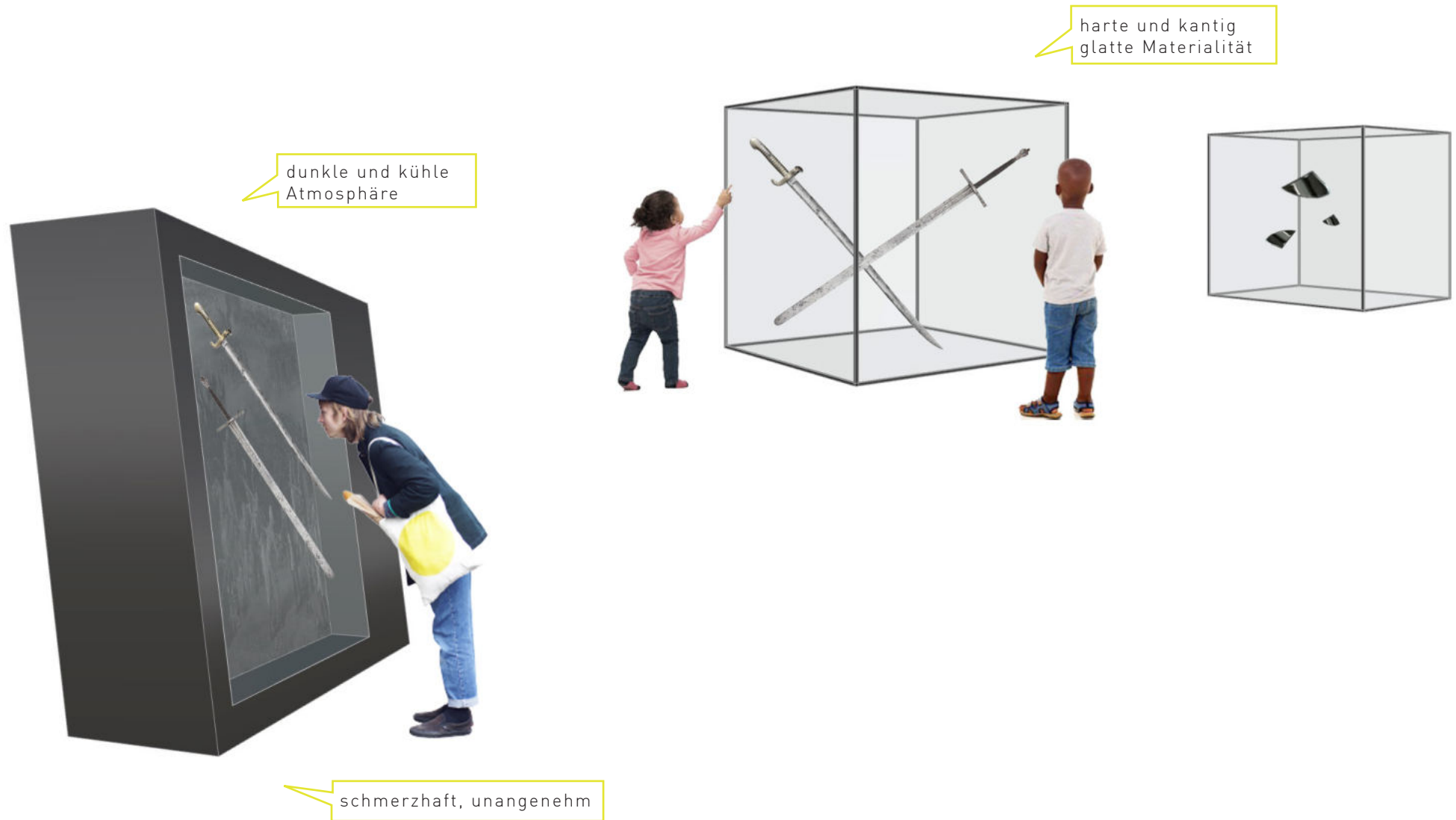
7

- 1 Glasscherbe
- 2 Improvisiertes Messer, modern
- 3 Rasierklinge
- 4 Chinesischer Säbel, 19. Jh.
- 5 Richtschwert, 17. Jh.
- 6 Bajonett, 19. Jh.
- 7 Modernes Küchenmesser

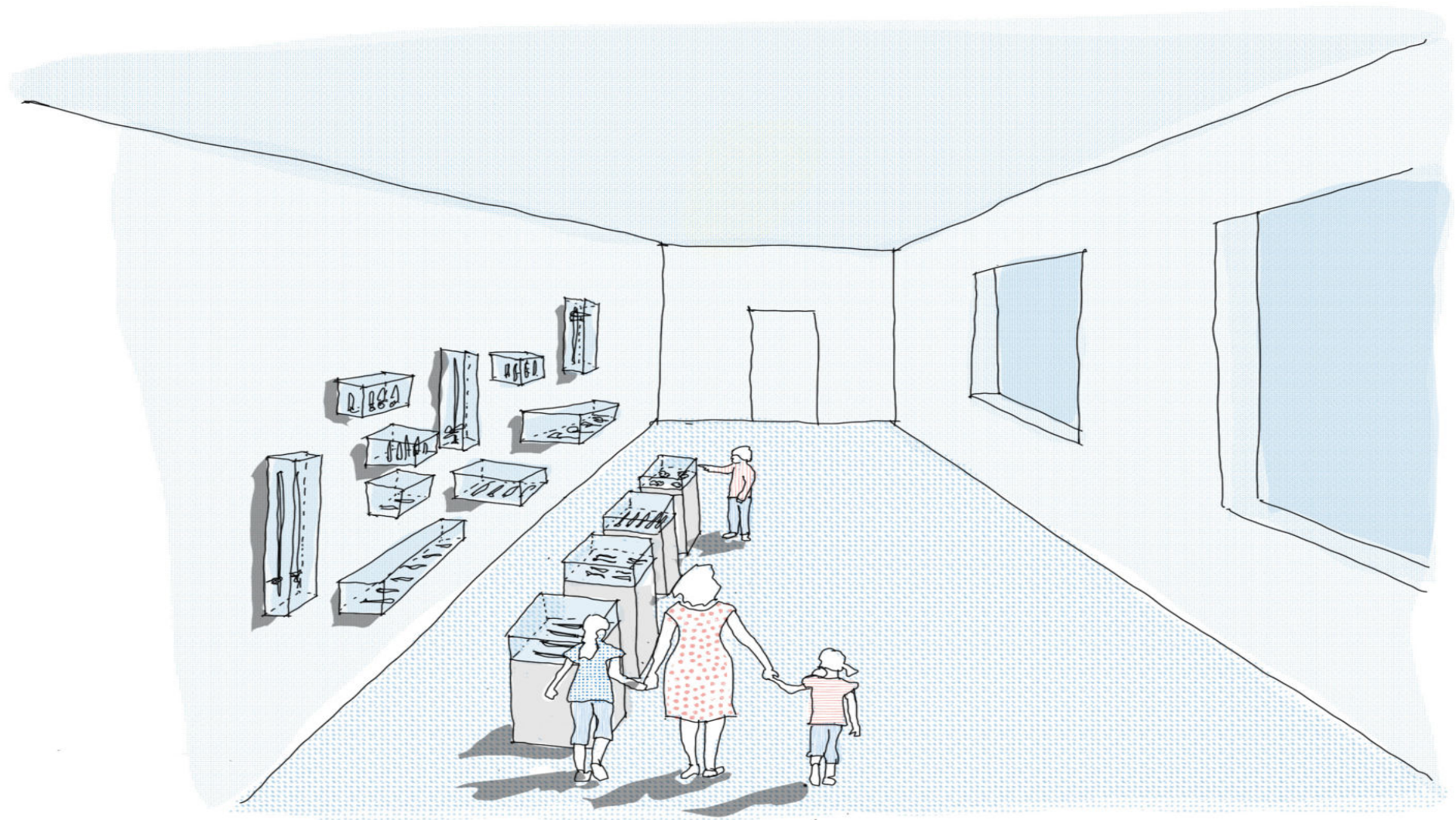
09 | GEWALT UND KRIEG



09 | GEWALT UND KRIEG



10 | KLINGE UND KÖRPER



10 | KLINGE UND KÖRPER

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE KERNAUSSAGE DES RAUMES?

→ Die Klinge war und ist nicht nur Werkzeug des Menschen, um seine Umwelt zu gestalten, sondern auch, um seinen eigenen Körper nach seinem Wunsch zu formen. Dieses Handeln ist zum Teil kulturellen Zufälligkeiten (z. B. Schönheitsidealen), zum Teil Notwendigkeiten (z. B. Operationsmedizin) unterworfen.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Besucher:innen lernen, dass Klingen schon seit vorhistorischer Zeit zur Formung des Körpers genutzt wurden und werden. Sie lernen die Ausdifferenzierungen kennen: Es existieren hochspezialisierte Praktiken, wobei Klingenformen und Expertenwissen miteinander einhergehen.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Positives Erstaunen a) durch Anknüpfung an eigene (körperliche) Lebenswirklichkeit, b) durch Bewusstmachung historischer und ethnologischer Parallelen.

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Wieso sollen sich eigentlich Frauen die Beine rasieren, und bei Männern ist es egal?“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Hier kann man seine schlimmsten Friseur-Unfälle hochladen. Hast Du noch das Foto, wie Du an Weihnachten aussahst?“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „Das mit dem Luftballon rasieren probieren wir zu Hause mal aus. Und wenn er platzt, klebt überall Rasierschaum.“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

→ „Osteotom ... Kettensägen kannte ich für Bäume, aber nicht für Knochen.“

E. LOKALE WURZELN

→ „Spezialskalpelle der Firma LUTZ – die sind 200 Meter Luftlinie von hier.“

OBJEKTE:

Skalpelle, Beschneidungsmesser, Amputationsbesteck, Friseurschere, Rasiermesser, Osteotom



1



2



3



4

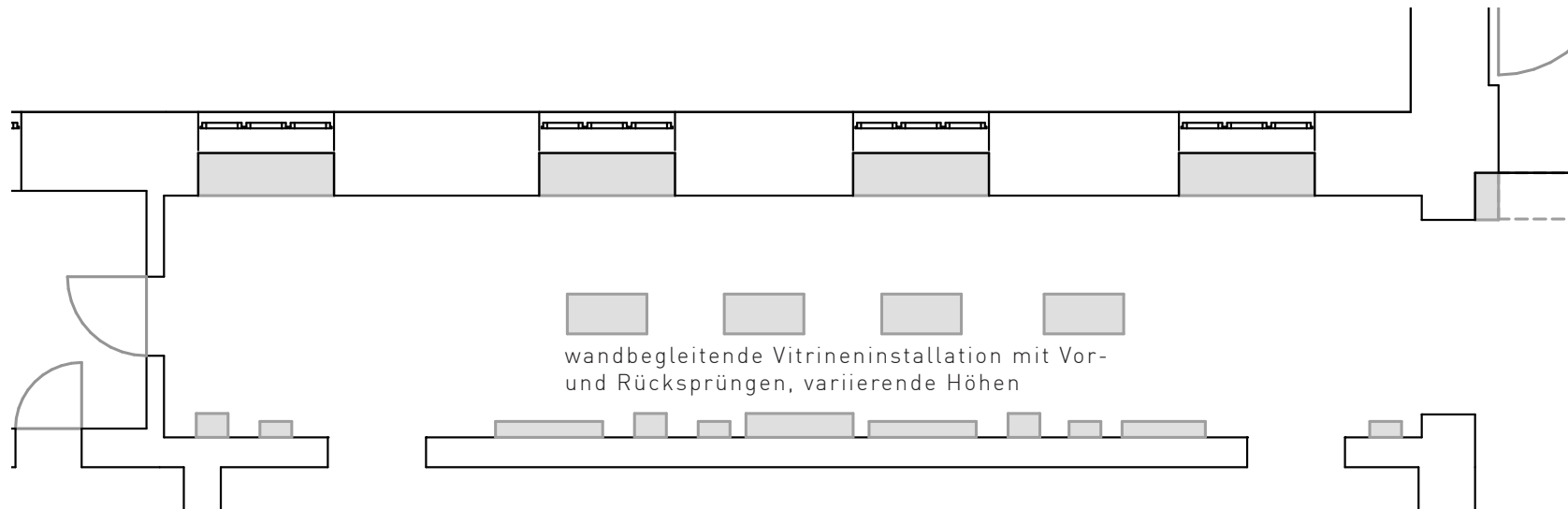
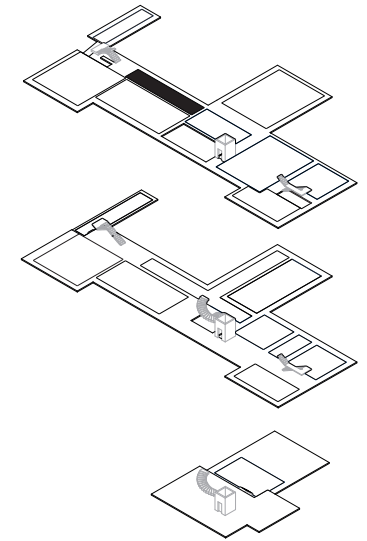
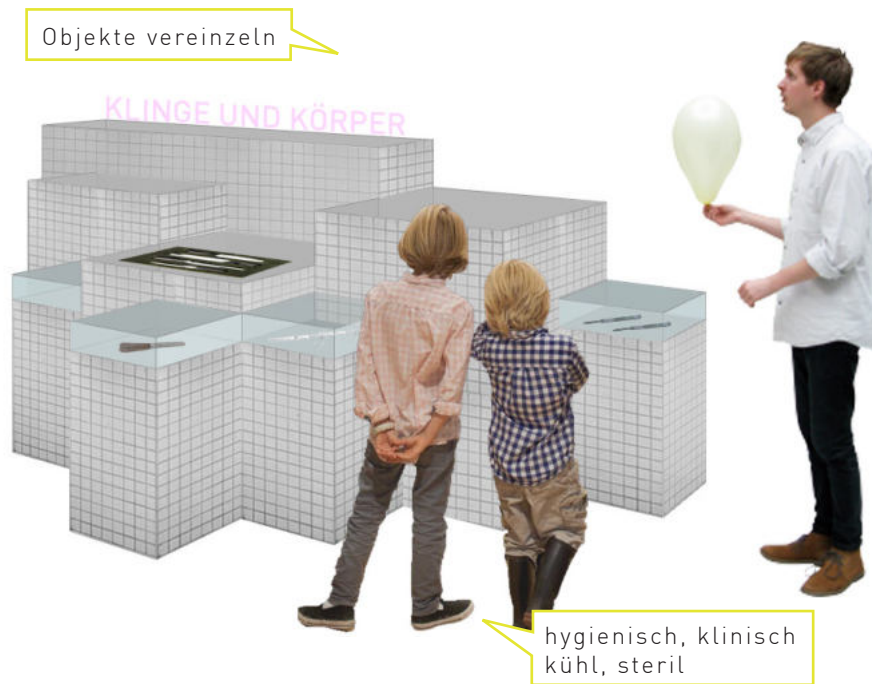


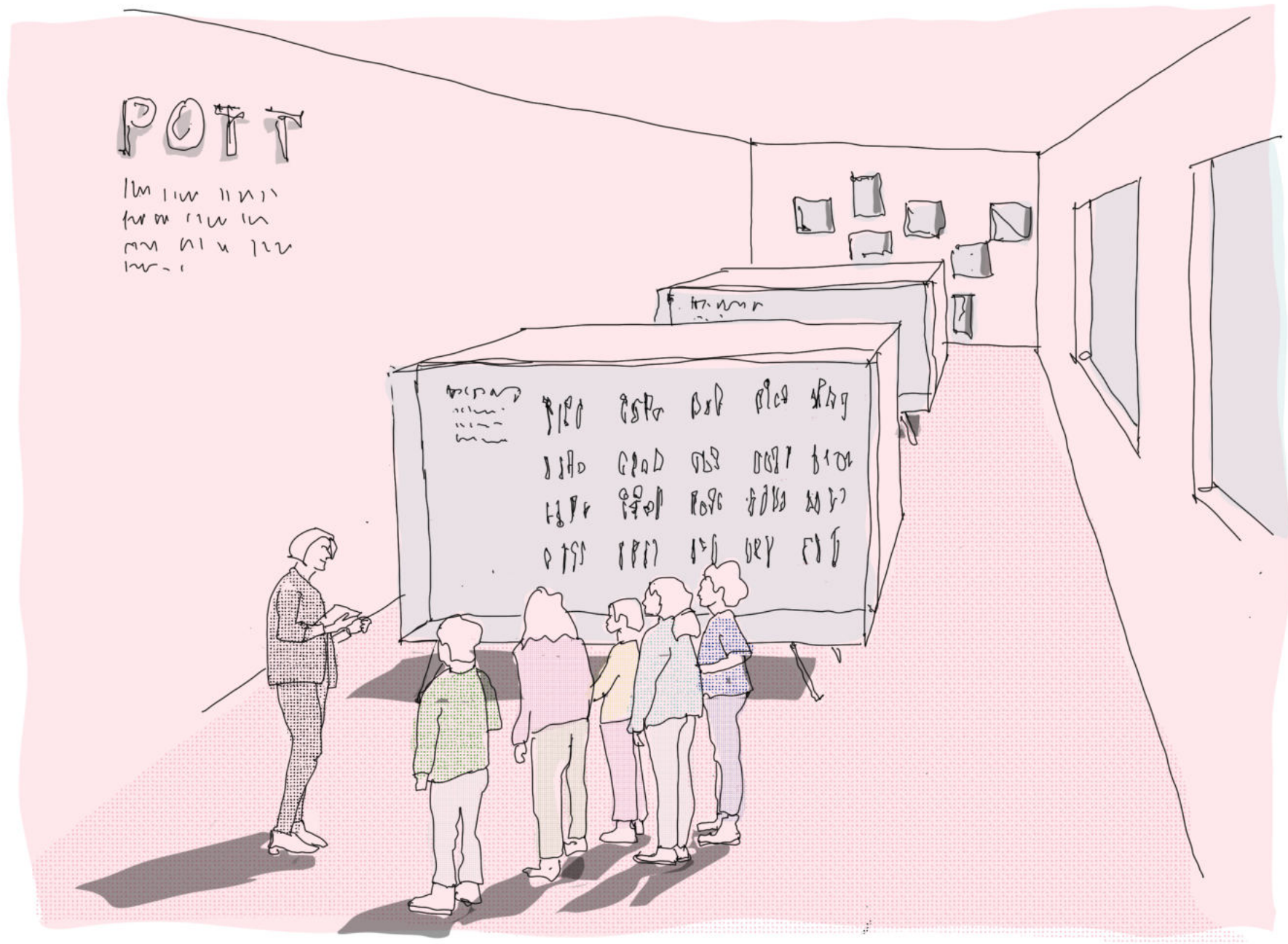
5

- 1 Frisörschere
- 2 Rasiermesser
- 3 Amputationsbesteck
- 4 Beschneidungsmesser
- 5 Skalpell

GRUNDWERTE

10 | KLINGE UND KÖRPER





11 | POTT-ARCHIV

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE KERNAUSSAGE DES RAUMES?

→ Die Solinger Firma Pott hat herausragende Leistungen auf dem Gebiet des Besteck-Designs vollbracht. Hier stellt sich ihre Geschichte anhand des ehemaligen Musterzimmers der Firma mit Besteck und Archivalien dar.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Die Besteckfirma Pott hat unter Carl Pott und Hannspeter Pott Designgeschichte geschrieben und gehört zu den bedeutendsten ihrer Art.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Staunen, Sättigung; Bewunderung für das Design; Lust, sich später noch näher mit ihm zu beschäftigen und ein gutes Besteck zu kaufen.

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Wenn man das vergleicht mit dem Besteck, das wir so in der Schublade haben ...“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Nächstes Jahr gibt es wieder diesen Pott-Design-Award. Da sollten wir mit der Hochschule mitmachen!“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „Guck mal, ein Besteck extra zum Burgeressen!“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

→ „Mit all diesen berühmten Designer:innen haben die zusammengearbeitet!“

E. LOKALE WURZELN

→ „Die waren wirklich Global Player – von Solingen in die ganze Welt.“

OBJEKTE:

Pottbestecke, Foto Carl Pott, Ggf. Preisträger POTT:DESIGN-AWARD



1



2



3

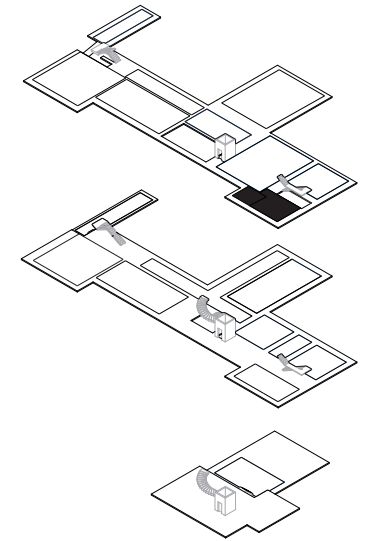
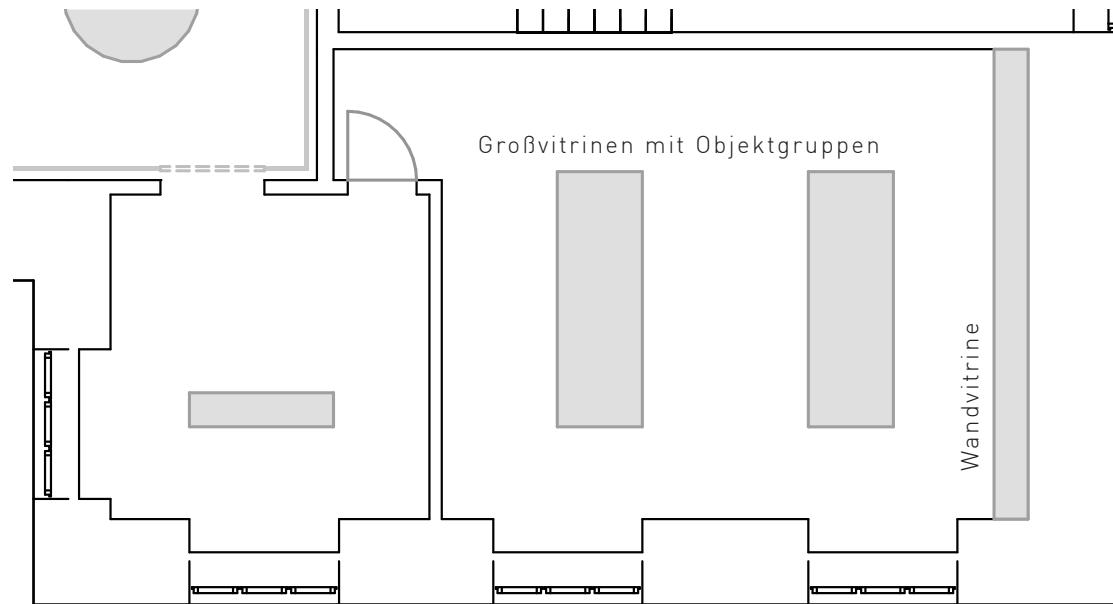


4



5

- 1 Carl Pott
- 2 Pott Besteck
- 3 Entwicklungsschritte Salatgabeln
- 4 Serviettenring
- 5 Entwicklungsschritte eines Messers



klassisch / designorientiert / zeitlos

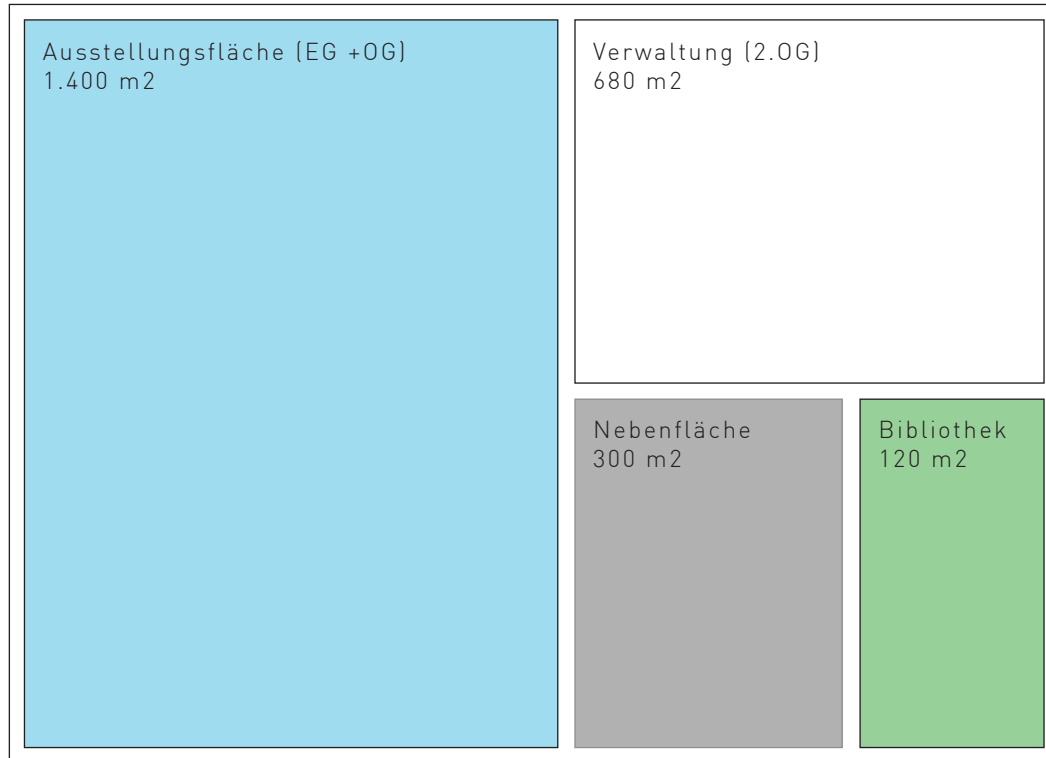
minimalistisch / puristisch / funktional



ERGÄNZUNGSFLÄCHEN

BESTANDSBAU

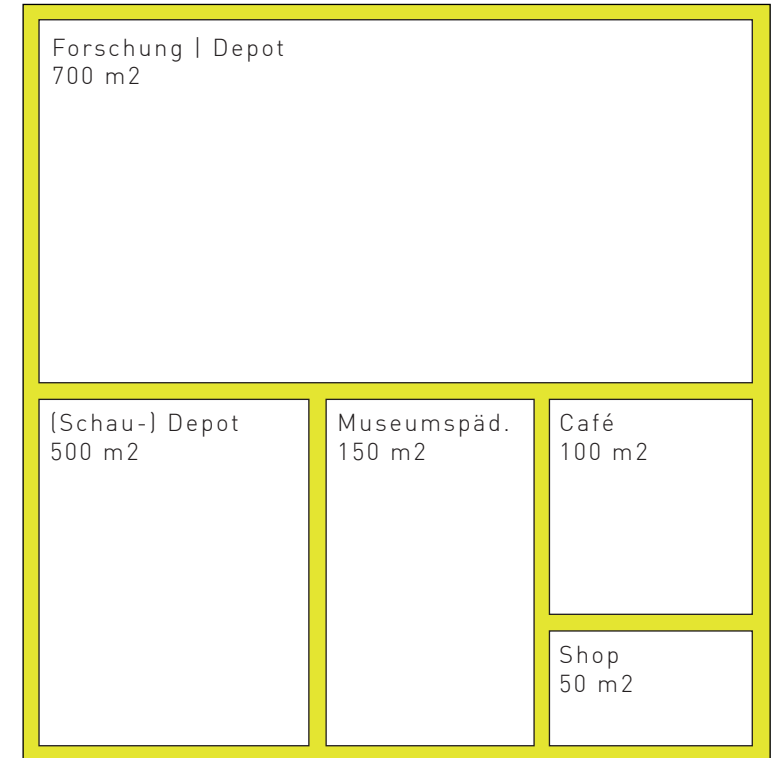
2.500 m²



NEUBAU

1.500 m²

+



12 | SCHAUDEPOT

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des Raumes?

→ Hier gibt es die ganze Welt der Klinge, eine weltweit einzigartige, enzyklopädische Sammlung zum Thema Klingen.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Im DKM wird weiterhin geforscht. Das Depot und jedes seiner Objekte ist ein Wissensspeicher, mit dem man sich wissenschaftlich beschäftigen kann. Neue Erkenntnisse zu einzelnen Stücken bzw. Typen nach eigenen Schwerpunkten des Besuchers.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Staunen, Sättigung; Bewunderung für die Größe der Sammlung; Lust, sich später noch näher mit ihr zu beschäftigen.

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „In Indonesien gab es anscheinend nichts, was es nicht gibt. Warum sahen die Schwerter bei uns nicht so verrückt aus?“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Der Säbel ist falsch datiert. Ich trag das schnell auf dem Feedback-Bildschirm hier ein.“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „Boah, ist das viel!“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

→ Großartig. Genau so einen Überblick habe ich immer gesucht.

E. LOKALE WURZELN

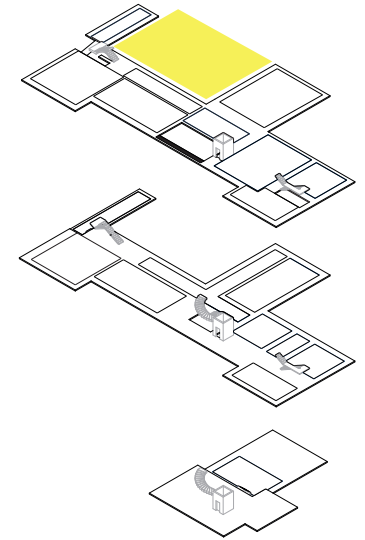
→ „Der ganze Teil da hinten sind nur Säbel mit Solinger Klingen. Und ganz viele aus Südamerika.“

OBJEKTE:

Nachvollziehbare Ordnung, Zugänglichkeit aller Stücke

FEATURE:

Touchscreen „Fehler gefunden? Schreiben Sie uns!“



Gegenüberstellung



Überblick, Vielfalt und Masse

Sortierung und Ordnung

13 | SHOP | CAFÉ

GRUNDFRAGEN

1. WAS IST DIE Kernaussage des Raumes?

→ Ein Raum zum Verweilen. Das DKM ist ein Ort, den man auch jenseits der Ausstellung und des musealen Kernprogramms genießen kann. Ausgefallene Speisen und Getränke können sich an den in der Ausstellung präsentierten Essutensilien orientieren.

2. WAS SOLL DER/DIE BESUCHER*IN MINDESTENS LERNEN?

→ Hier lässt sich gut Zeit verbringen. Kaffee und Speisen sind von hoher Qualität. Die Messer, die man im Shop kaufen kann, tragen eine Geschichte in sich – des Ortes und der technischen Entwicklung.

3. WAS SOLL DER RAUM EMOTIONAL IM PUBLIKUM AUSLÖSEN?

→ Wohlfühl-Bereich; Lust, zu bleiben und wiederkommen; Konsumbefriedigung und sozialer Kontakt.

GRUNDWERTE

A. ERWEITERUNG DES HORIZONTS

→ „Das sind diese japanischen Süßspeisen, für die man die Speziallöffel braucht. Nehm' ich.“

B. KULTUR DES TEILENS

→ „Immer freitags ist hier das Neu-In-Gräfrath-Café.“

C. FASZINATION UND FREUDE

→ „Kaffee! Eis! Waffeln! Messer kaufen!“

D. WISSEN UND WISSENSCHAFT

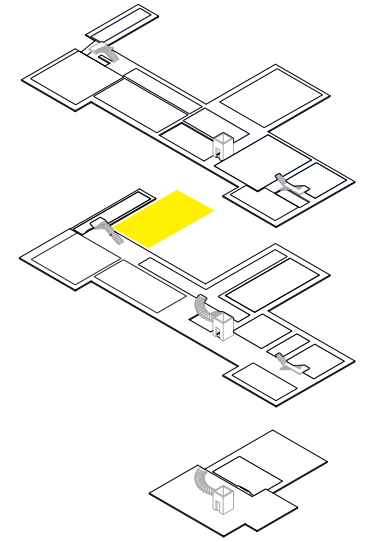
→ „Ich hätte gerne diese drei Ta-gungsbände.“

E. LOKALE WURZELN

→ „Die Zutaten kommen alle vom Bauernhof aus Gräfrath.“



Pott Besteck



MÖGLICHE ANSÄTZE NEUBAU UND AUSSENRAUM



- 2 Obergeschosse, 1 Untergeschoss
- begrünte / nutzbare Dachfläche
- Abstand zum Bestand
- Orientierung an Bestandskubatur



- 3 Untergeschosse
- aufgesetzte Freiform oberirdisch → Landmark
- geometrische, abstrakte Form
- nutzbare Außenfläche



- organische Freiform
- 1 Obergeschoss, 2 Untergeschosse
- klar ablesbarer Neubau
- starker Bezug zum Außenraum



- Einzelvolumen mit nutzbarer Freifläche
- öffentliche Fläche im Außenraum
- 2 Untergeschosse
- Blickbeziehungen von Innen- und Außenräumen
- starker Außenraumbezug



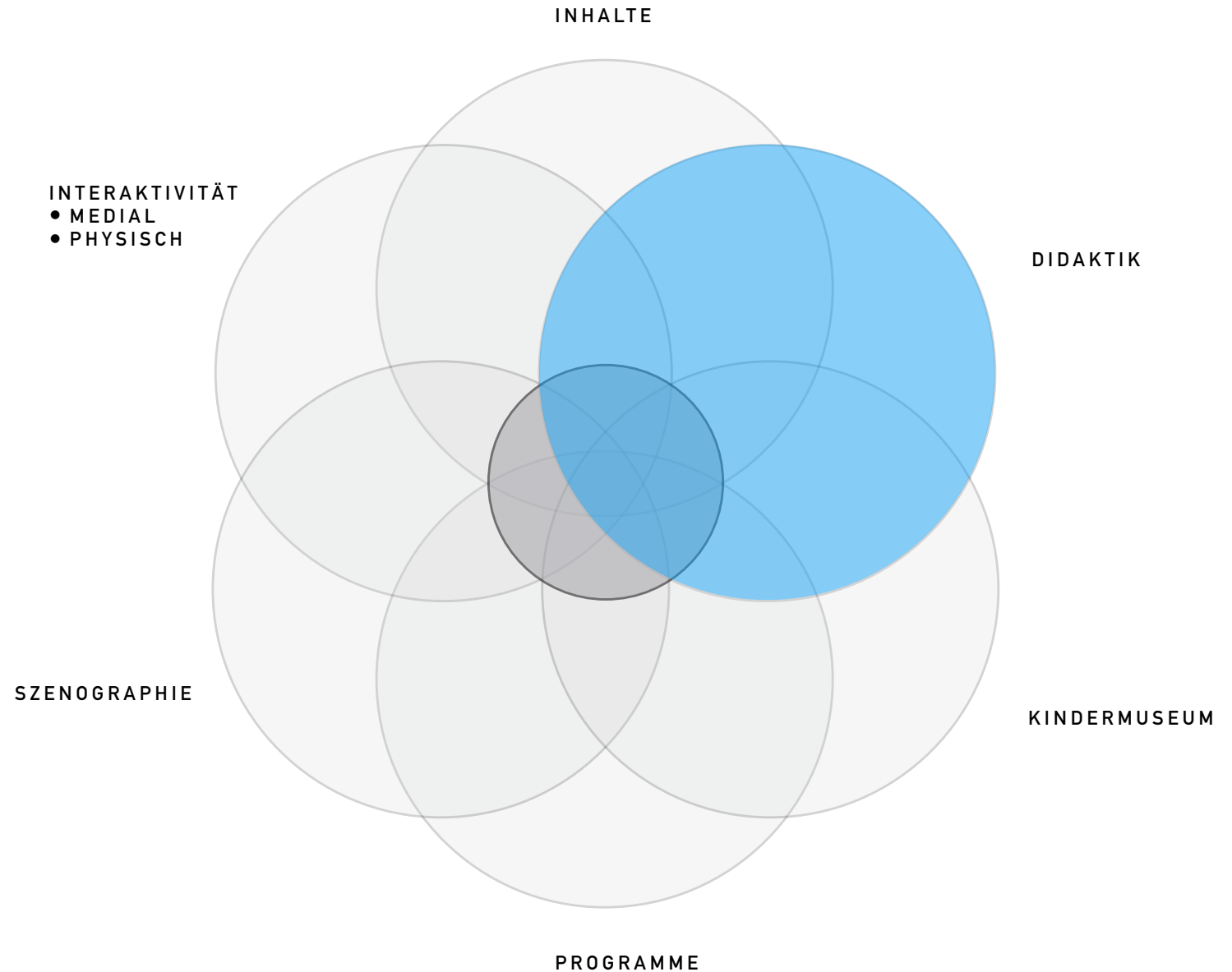
- Verglasung mit eingestelltem Hochregal für Schaudapot oder Ebenen | Plattformen
- Glasfassade bündig zum Bestand
- 2 Obergeschosse, 2 Untergeschosse
- transparenter Übergang zwischen Innen- und Außenraum



- öffentliche Fläche ebenerdig
- Fassade öffnet sich zum Außenraum
- Gebäude eingerückt mit Abstand zum Bestand
- 2 Obergeschosse, 2 Untergeschosse

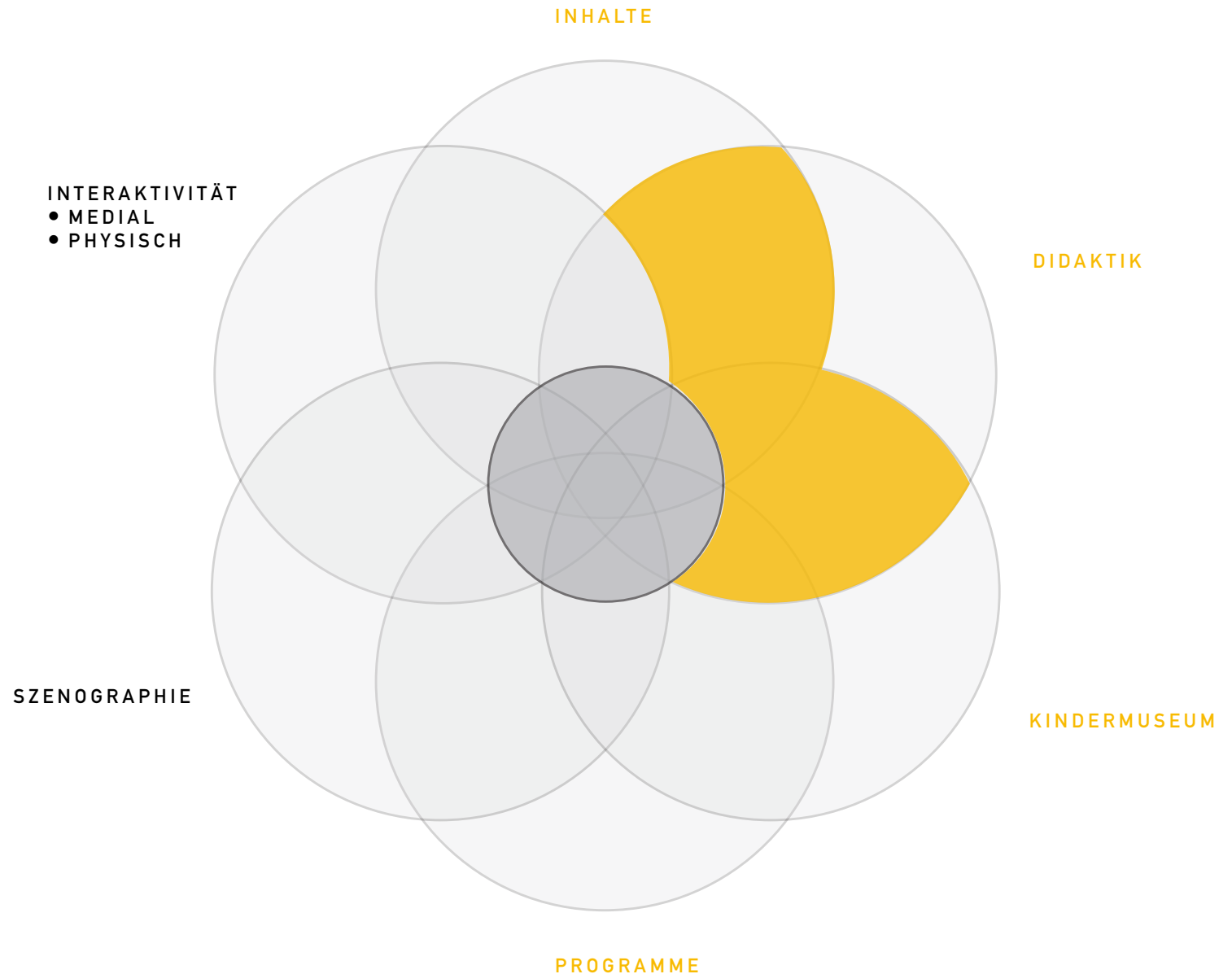
INTEGRATIVES DIDAKTISCHES KONZEPT

Die Präsentation der Exponate sollte so erfolgen, dass sowohl Experten fasziniert sind als auch Menschen ohne Vorkenntnisse etwas lernen und erfahren können. Interaktive Stationen (digital und analog) sollten so attraktiv konzipiert sein, dass auch Erwachsene daran Spaß haben. Auf diese Weise zeigt sich das DKM sowohl als Spezialmuseum als auch als Museum für Alle. Das didaktische Konzept bindet nicht nur alle Besuchergruppen ein, sondern umfasst letztlich alle Bereiche des Museums, vom Raumprogramm über die Medienstationen bis hin zur Präsentation einzelner Exponate.



INTEGRATIVES DIDAKTISCHES KONZEPT

Trotz des integrativen Gedankens sollen natürlich weiterhin Spezialangebote für spezifische Interessengruppen möglich sein und angeboten werden. Entsprechend kann man im didaktischen Konzept auf sehr bestimmte Bereiche fokussieren und dabei dennoch Synergien erzeugen. Ein Mediaguide oder eine Mitmachspur sollte z.B. sowohl über einen Einzel- als auch über einen Gruppenmodus verfügen. Angeleitete Mitmachstationen (z.B. Schnippelküche, Fechtboden) sind in den Rundgang integriert, sodass bei Benutzung das Museum einen anderen „Klang“ bekommt und auch andere Besucher:innen, die nicht Teil der Aktion sind, als Zuschauer:innen einen anderen Blick aufs Museum erhalten. Zielgruppenspezifische Führungen sind ein effektives Mittel, um nicht nur die Vielfalt des DKM präsentieren zu können, sondern auch Besuchergruppen zu erschließen, die vorher mit dem DKM vielleicht nicht viel anfangen konnten.



INTEGRATIVES DIDAKTISCHES KONZEPT

Eines der wichtigsten Punkte des integrativen didaktischen Konzepts sind die Vermittlungsziele (siehe Museumskonzept).

Diese Vermittlungsziele sind fein-aufgelöst für jeden Raum definiert. Sie sind das Rückgrat sowohl des didaktischen Konzepts als auch der inhaltlichen Gliederung des Museums. Die Vermittlungsziele sind gleichzeitig zielgruppenorientiert und dienen zur leichteren museumsinternen Evaluation.

INTERAKTIVITÄT
• MEDIAL
• PHYSISCH

SZENOGRAPHIE

INHALTE

DIDAKTIK

KINDERMUSEUM

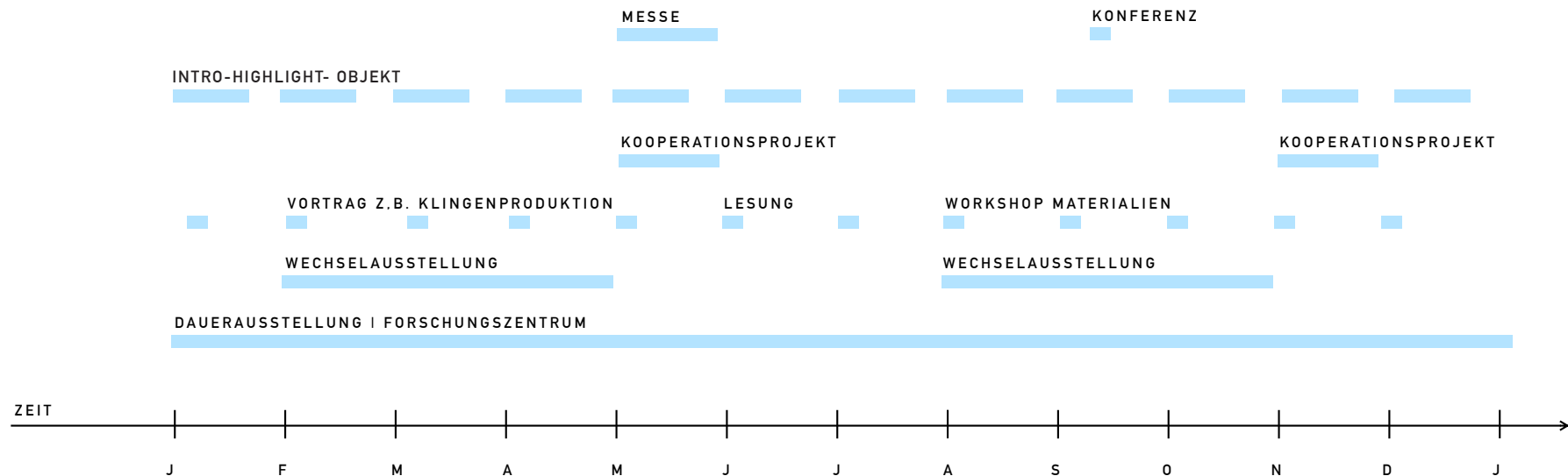
PROGRAMME

WECHSELAUSSTELLUNGEN

Das DKM wird nach seiner Neuaufstellung bei richtiger Vermarktung eine Besucherattraktion. Das Ansehen der Sammlung wird sich durch die Neuaufstellung international noch verstärken. Mittelbar wird damit auch der Standort Solingen als Klingenstadt hervorgehoben. Nichtsdestotrotz ebbt der Neuheitsgrad von Dauerausstellung, Architektur und neuen Besucherfunktionen mit der Zeit ab. Um dauerhaft die Besucher-

zahlen des ersten Jahrs nach Neueröffnung halten zu können, muss deshalb von Anfang an ein dichtes und durchdachtes Programm entwickelt werden. Neben Wechselausstellungen (Eigenproduktionen und eingekaufte Wanderausstellungen) sollten alle Bereiche des Museums in regelmäßigen Abständen zum lebhaften Programm des Museums beitragen. Dabei ist auch die Dauerausstellung gefragt, die konzeptionell so

angelegt ist, dass einzelne Bereiche immer wieder einfach aktualisiert werden können. Auch das Intro, die Visitenkarte des Museums, kann zur stetigen Erneuerung beitragen, indem z.B. ein Highlight-Objekt jeden Monat neu gezeigt wird und auf diese Weise ein ganz bestimmter Aspekt der Dauerausstellung hervorgehoben wird.



SAMMLUNGSKONZEPT

SAMMLUNGSHISTORIE

Die drei Sammlungsschwerpunkte des DKM sind Blankwaffen, Besteck und Schneidwaren. Die anfängliche Mustersammlung der „Fachschule für die Stahlwaren-Industrie“ sollte hervorragende Metallarbeiten (Klingen und Zubehör) aus Solingen und aller Welt bereithalten. In späteren Jahrzehnten erwuchs daraus ein enzyklopädischer Anspruch. Das DKM bildete nicht nur die Gesamtheit der Klinge und des Schneidens ab, sondern sammelte auch Kunst, die die Klingen und ihre Benutzung im Kontext zeigen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf wichtigen Stücke der Designgeschichte.

SAMMLUNGSKONZEPT

Die drei Sammlungsschwerpunkte (Blankwaffen/Besteck/Schneidwaren) sollen auch zukünftig erhalten bleiben. Der Bereich Blankwaffen soll durch Speere, Stangenwaffen, Jagdwaffen und Pfeile aus aller Welt erweitert werden. Zur Kontextualisierung der Waffen sollen exemplarische Rüstungen angeschafft werden, bei denen aber keine enzyklopädische Vollständigkeit angestrebt wird. Die Anschaffung von weiteren zwar verbotenen, aber blankwaffenhistorisch relevanten Stücken (verborgene Klingen, Balisongs) ist wünschenswert, muss aber vorher rechtlich geklärt werden. Die Sammlungen von Prunkwaffen des 18. Jh. und historischer Fechtbücher sollen erweitert werden. Ebenso soll die moderne Messer-/Schwertmacherszene durch gezielte Ankäufe besser abgebildet und die historische Bestecksammlung im vormittelalterlichen Bereich ausgeweitet werden. Zwei Qualitäten der Sammlung sind

dabei von vorrangigem Interesse: das enzyklopädische Sammeln, das eine Gesamtschau der menschlichen Klingenproduktion ermöglichen soll, und das gezielte Sammeln zur Vermittlung der Inhalte und Themen des Museums. Als „Stadtarchiv der Dinge“ soll das Haus die moderne Solinger Klingenproduktion stärker abbilden und kontinuierlich sammeln.

BEWAHREN

Die derzeitige Aufbewahrungssituation der nicht ausgestellten Stücke ist unbefriedigend: Das Depot ist überfüllt, die gewachsene Systematik nicht immer nachvollziehbar, manche Stücke nur schwierig zu finden. Bei einem neuen Raumkonzept ist deshalb eine klare, nachvollziehbare Ordnung zu erstellen, die über den digitalen Katalog einen direkten Zugriff ermöglicht. Notwendige Vorbedingung ist die Einrichtung ausreichend großer Depoträume, die einem stringenten Depotkonzept folgen. Dies wäre im Erweiterungsbau möglich.

ERFORSCHEN

Das Klingenmuseum soll für die Mitarbeiter:innen, aber auch für außerhäusige Forscher:innen, ein attraktiver Ort für die Forschung sein und über die nötige Infrastruktur verfügen. Nötig ist also die Aufstockung, Verschlagwortung und Online-Durchsuchbarkeit der Bibliothek, die Einrichtung eines Labors/einer Werkstatt (evtl. im Zusammenspiel mit Restaurierungswerkstatt), ein flächendeckendes W-LAN und die Einrichtung von Arbeitsplätzen. Ein eigener Etat für Forschung und Publikationen ist einzuplanen. Sichtbares Zeichen und gleichzeitig Mög-

lichmacherin dieser Neuausrichtung wird der Erweiterungsbau sein. Die Fachbibliothek des DKM soll der Öffentlichkeit noch besser zugänglich sein und dies auch in der Außenkommunikation vermittelt werden. Dazu ist ein neues Raumkonzept inkl. Besucherplätzen nötig. Durch die Digitalisierung der Sammlungsobjekte und der historischen werden die Bestände des DKM weltweit zugänglich. Zur Deckung des Platzbedarfs, der sich aus den genannten Maßnahmen ergibt, ist der Erweiterungsbau unumgänglich.

AUSSTELLEN

Die neue, thematisch organisierte Dauerausstellung reduziert zwar die Zahl der gezeigten Stücke, doch kann der große Umfang der Sammlung im Schaudepot des Erweiterungsbaus gezeigt werden.

VERMITTELN

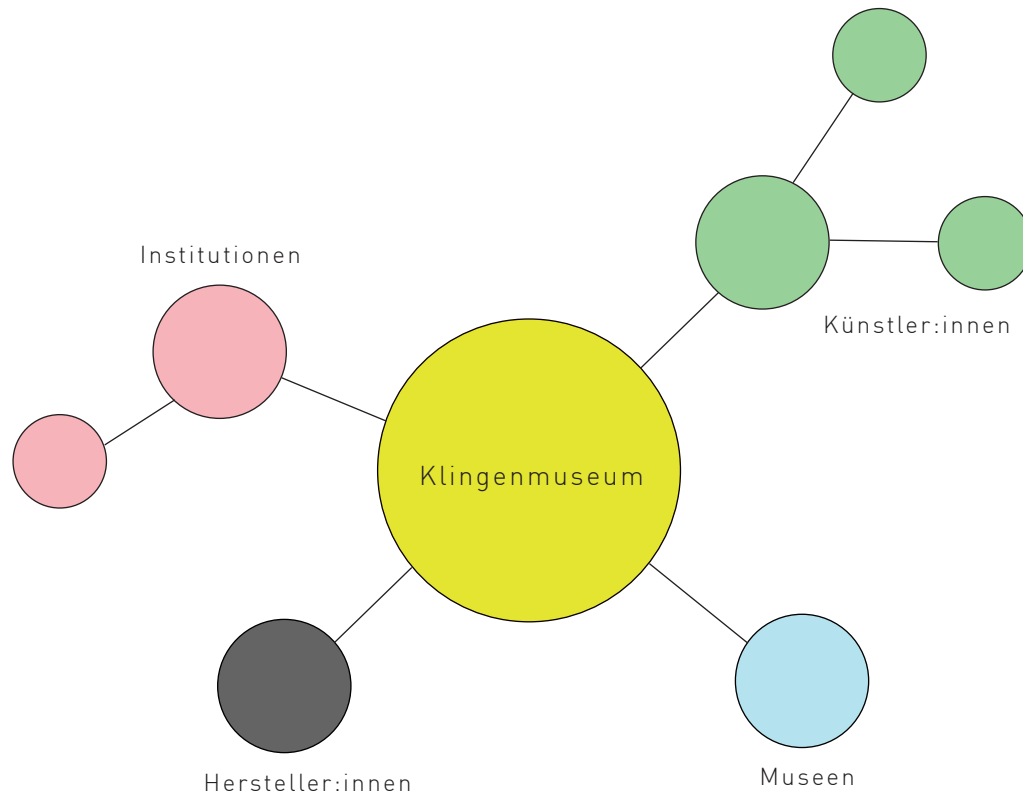
Das Weiterdenken des Sammlungskonzepts steht in unmittelbarem Verhältnis zum Didaktik-/Vermittlungskonzept. Es ist abgestimmt auf die vier Kernzielgruppen (Familien, Klingen-Fans bzw. Expert:innen, Kulturinteressierte, Solinger:innen). Die Museumspädagogik des DKM stellt das Tun und Erleben in den Mittelpunkt. Dabei konzentrierte man sich auf drei Bereiche: Herstellen, Verarbeiten und Gestalten von Klingen, Nutzung/Gebrauch von Klingen (fechten, schneiden), Tischkultur. Hinzu kommt die Nutzung von Klingen beim Kochen. Jeder Bereich soll dabei seinen eigenen Ort haben: die Herstellung im Schmiedehaus, das Fechten im Fechtsaal, das Kochen im Raum Tischkultur integriert. Unabhängig von solchen Sonderprogram-

men sollen die Gäste noch häufiger die Möglichkeit erhalten, Originale in die Hand zu nehmen. Außerdem ist geplant, die gesamte Sammlung digitalisiert abrufbar zu machen, um auf diese Weise die Vermittlung der Kernthemen des Museums außerhalb der Mauern des Museums zu vermitteln und auf diese Weise bessere Forschungsmöglichkeiten zu schaffen. Alle Ideen zum Sammlungskonzept sind also unmittelbar und größtenteils als win-win-Situation mit der Vermittlung zusammen gedacht.

KOOPERATIONEN

Im Rahmen der Neukonzeption des DKM ist auch eine Neuorientierung in der internationalen Museumslandschaft angebracht. Welche musealen und nicht-musealen Partnerschaften waren in den letzten Jahren fruchtbar? Mit welchen Institutionen möchte man noch stärker in Kontakt treten? Auch dies ist Teil des Zukunftskonzepts, denn die Neukonzeption der Dauerausstellung und die Errichtung eines

Forschungszentrums kann nicht allein in Solingen-Gräfrath passieren, sondern muss immer im Kontext möglicher Partnerinstitutionen gedacht werden. Solche Kooperationen machen nicht nur das DKM national und international bekannter, sondern sie helfen auch dabei, lebhaftere Programme zu entwickeln, die im Endeffekt einen nachhaltigen Besucherzuwachs garantieren.



GROBKOSTENSCHÄTZUNG UND VERGLEICHSWERTE

GROBKOSTENSCHÄTZUNG UND VERGLEICHSWERTE - AUSSTELLUNG

Die Konzeption für die geplante Dauerausstellung im Klingenmuseum spiegelt ein modernes und besucherorientiertes Museum wieder, welches zum Lernen und Erleben einlädt. Zur Umsetzung wird im Bezug auf die Ausstattung von einem mittleren Medieneinsatz (passiv und interaktiv) und einem höheren Grafik und Illustrationsanteil ausgegangen. Da das Haus nicht über eine Klimaanlage und somit auch nicht über ein konditioniertes Klima in den Ausstellungsräumen verfügt, gehen wir zusätzlich von einem Anteil an konditionierten und klimatisierten Vitrinen für besonders sensible

Exponate aus. Der Kostenansatz pro m² basiert auf Vergleichswerten kürzlich realisierter und vergleichbarer Ausstellungsprojekte und beinhaltet das komplette Gewerk Ausstellungsbau inkl. Grafik, Ausstellungsbeleuchtung, Medienhardware und Medienproduktion. Die Verkabelung ist Teil der ELT Planung Hochbau, Schnittstelle ist die Klemme, die Steck- bzw. Datendose und die Stromschiene. Die Allgemeinbeleuchtung, Stromschienen sowie Putz- und Sicherheitsbeleuchtung sind in den Kosten der Lichtplanung Hochbau enthalten. Da die einzelnen Ausstellungsbereiche unterschiedlich dicht bespielt sind werden auch unterschiedliche Ansätze gewählt.

Hieraus ergeben sich folgende Herstellungskosten (brutto):

Eingangshalle Shop	1.000€/qm	x	150 qm	150.000 €
Dauerausstellung	2.800€/qm	x	1.255 qm	3.514.000 €
Wechselausstellung	900€/qm	x	145 qm	130.500 €
Sanierung Nebenflächen	1000€/qm	x	500 qm	500.000 €

GESAMT

4.294.000 €

VERGLEICHSPROJEKTE:

		Baupreisindexsteigerung*	
Museum der Bayerischen Geschichte (2019)	2.126€/qm	+ 5%	2.232€/qm
Heimatismuseum Wattens (2018)	2.037€/qm	+ 10%	2.240€/qm
Stadtmuseum Ludwigsburg (2013)	2.580€/qm	+ 24%	3.199€/qm
Ruhrmuseum Essen (2010)	2.083€/qm	+ 30 %	2.708€/qm

*Der Baupreisindex des BKI ist eine wichtige Kennzahl im Bereich der Baukostenplanung, die die zeitliche Entwicklung der Baupreise aufzeigt - immer gebunden an regelmäßige festgelegte Basisjahre.

GROBKOSTENSCHÄTZUNG - NEUBAU FORSCHUNGSZENTRUM DKM Flächen nach DIN 277-1:2016-1

Nutzungsfläche 1.000 qm

KG 100 Grundstück	0,00 €
KG 200 Vorbereitende Maßnahmen	171.666,00€
KG 300 Bauwerk - Baukonstruktion	3.657.714,00€
KG 400 Bauwerk - Technische Anlagen	1.431.062,00€
KG 500 Außenanlagen und Freiflächen	588.538,00€
KG 600 Ausstattung und Kunstwerke	442.295,00€
KG 700 Baunebenkosten	1.424.857,00€

GESAMTKOSTEN

7.716.133,00€

KOSTEN DES BAUWERKS

5.088.776,00€

*Die Kostenschätzung beinhaltet nicht die erforderlichen Abstimmungen mit der Denkmalschutzbehörde sowie die Kosten eines Verbindungsbaus.

GROBKOSTENSCHÄTZUNG - NEUBAU FORSCHUNGSZENTRUM DKM Flächen nach DIN 277-1:2016-1

Nutzungsfläche 1.500 qm

KG 100 Grundstück	0,00 €
KG 200 Vorbereitende Maßnahmen	314.450,00€
KG 300 Bauwerk - Baukonstruktion	6.741.200,00€
KG 400 Bauwerk - Technische Anlagen	2.580.000,00€
KG 500 Außenanlagen und Freiflächen	1.078.040,00€
KG 600 Ausstattung und Kunstwerke	810.170,00€
KG 700 Baunebenkosten	2.423.512,00€

GESAMTKOSTEN

13.947.372,00€

KOSTEN DES BAUWERKS

9.321.200,00€

*Die Kostenschätzung beinhaltet nicht die erforderlichen Abstimmungen mit der Denkmalschutzbehörde sowie die Kosten eines Verbindungsbaus.

ZUSAMMENFASSUNG VERMITTLUNGSZIELE | LEITGEDANKEN

Themen	Was ist die Kernaussage des Raumes?	Was sollen die Besucher:innen mindestens lernen?	Was soll der Raum emotional im Publikum auslösen
00 - Intro	Das Deutsche Klingenmuseum ist der Referenzort für die Geschichte der Klingenherstellung in Solingen und eine weltweite Klingenzyklopädie. Hier ist das DKM in nuce zu sehen, hier wird man auf den Rundgang durch das Haus eingestimmt.	Das DKM präsentiert die Klinge und das Schneiden in ganzer Breite. Die Welt der Klingen ist ein faszinierender Kosmos.	Neugier; Öffnung des Blickes; Lust auf den Rundgang
01 - Der Ort und seine Schätze	Dies ist seit jeher ein besonderer Ort mit internationaler Ausstrahlung, der immer ein Anker-, Ausgangspunkt- und Bezugspunkt im sozialen Geflecht des Stadtteils war.	Der Kirchenschatz ist in historischer, politischer und religiöser Hinsicht von herausragender Bedeutung. Das Kloster, in dem sich das Museum befindet, war ein Wallfahrtsort. Die Besucher:innen lernen, was eine Reliquie ist, wer die hl. Katharina war und welche Wunder hier vollbracht wurden.	Stille, Ruhe, Öffnung der Sinne; „ehrfürchtiges Staunen“ angesichts der wechselvollen Historie und der religiösen Bedeutung.
02 - Solingen	Solingen ist seit Jahrhunderten als Klingenstadt von herausragender Bedeutung – nicht nur in Deutschland, sondern weltweit.	Die Besucher:innen lernen, seit wann in Solingen Klingen produziert werden, von welchen geographischen und politischen Faktoren dies abhängig war und wie sehr das Leben der Einwohner:innen durch die Klingenherstellung geprägt wurde. Welche Wandlungen erfuhr das Klingengewerbe hinsichtlich technischem Wissen, Bruderschaften, Arbeitsteilung, Heimarbeit, Rüstung? Wie passte es sich neuen Gegebenheiten immer wieder an? Welche (internationale) Bedeutung hat es noch heute?	Auswärtige: Begeisterung/Faszination für die lange, durchgehende Geschichte; Solinger:innen: Stolz auf die Heimatstadt

ZUSAMMENFASSUNG VERMITTLUNGSZIELE | LEITGEDANKEN

Themen	Was ist die Kernaussage des Raumes?	Was sollen die Besucher:innen mindestens lernen?	Was soll der Raum emotional im Publikum auslösen
03 - Die Klinge an sich	Die Klinge ist, neben dem Feuer, das fundamentale Werkzeug, das menschliche Kultur überhaupt möglich macht. Sie ist für die Entwicklung menschlicher Kultur entscheidend.	Die Besucher:innen lernen, welche Bedeutung die Fähigkeit zu schneiden für die Entwicklung der Menschheitsgeschichte bis heute hat. Schneiden kann ein zerstörerischer oder schöpferischer Prozess sein. Die Ausdifferenzierung der Klingentypen und die unendlich vielseitigen Herstellungsmethoden sind jeweils auf der Höhe der technologischen Entwicklung. Die Besucher:innen wissen nach Besuch dieses Raums, was „scharf“ bedeutet.	Erkenntnis, Staunen über die Vielfalt und den menschlichen Erfindungsgeist; Gefühl der Sicherheit durch Rückbindung durch die Zeit: Jedes Messer, das man in die Hand nimmt, ist Produkt einer Jahrtausende währenden Entwicklungsgeschichte.
04 - Klingenkunst	Metallgestaltung ist faszinierend. Die Beschäftigung mit ihr war grundlegend für die Sammlung des DKM. Klingen und Besteck werden nicht nur durch ihre Funktion bestimmt, sondern durch ihre Gestaltung. Hier zeigt sich handwerkliches Können und künstlerische Kreativität.	Es gibt viele Materialien und Fertigungstechniken; sie stehen in Wechselwirkung mit der herrschenden Epoche und Kultur	Schaulust, ästhetischer Genuss, Vielfalt. Bestenfalls: Der Wunsch, selbst kreativ tätig zu werden.
05 - Vielfalt und Ästhetik	Das DKM verfügt über eine weltweit unvergleichliche Sammlung an Klingen jeglicher Zeiten, Länder und Macharten.	Klingen sind Objekte, die es zu sammeln lohnt, denn man kann an ihnen nicht nur die Geschichte von Technik und Kunsthandwerk, sondern große menschheitsgeschichtliche Zusammenhänge ablesen.	Staunen, Überwältigung, Bewunderung
06 - Essen und Tafelkultur	Essen hat eine kulturelle Bedeutung jenseits der bloßen Nahrungsaufnahme. Die Art und Weise, wie gegessen wird, ist dabei eine kulturelle Über-einkunft. Das Essgerät spiegelt unter anderem dies wider; im DKM durch die überbordende Fülle an historischem Besteck.	Dass wir mit Messer und Gabel essen, ist aus einer kulturellen und historischen Entwicklung hervorgegangen. In anderen Weltregionen und in anderen Zeiten wurde/wird anderes Besteck verwendet. Die Besucher:innen lernen, inwieweit Tischsitten und Besteck miteinander zusammenhängen..	Lust am Essen und der Gemeinschaft und der Benutzung von Essgeräten. Nachdenken über die kulturelle Bedingtheit der eigenen Art zu essen.

ZUSAMMENFASSUNG VERMITTLUNGSZIELE | LEITGEDANKEN

Themen	Was ist die Kernaussage des Raumes?	Was sollen die Besucher:innen mindestens lernen?	Was soll der Raum emotional im Publikum auslösen
07 - Jagd und Schlachtung	Jagd und Schlachtung sind Kernbestandteile menschlicher Kultur, in die sie auf unterschiedliche Art und Weise eingebunden sind; von der rituellen bis zur industriellen Tötung.	Jagd und Schlachtung sind universell. Die Besucher:innen lernen, welche Klingen für welche spezifischen Jagd- und Schlachtungspraxen entwickelt wurden.	Erschauern; Nachdenken über den eigenen Bezug zum Tier als Nahrung/Ressource.
08 - Fechten und Kampfkunst	Fechten ist eine jahrtausendalte komplexe Körpertechnik mit weltweiter Verbreitung. Sie schägt sich in Waffenentwicklungen und Fechtliteratur nieder.	Fechten ist eine Kunst. In vielen verschiedenen Kulturen hat sie eine große Blüte erreicht. Die europäische Fechtkunst früherer Jahrhunderte umfasste ein großes Repertoire an Waffen und Techniken.	Neugier, (positive) Faszination für die nötige Körperbeherrschung; Lust auf mehr eigene Bewegung.
09 - Gewalt und Krieg	Die Geschichte der Klinge ist auch eine Geschichte der Gewalt. Ob der Mensch inhärent gewalttätig ist oder durch äußere Zwänge wird, ist noch nicht geklärt.	Klinge und Gewalt stehen in Wechselwirkung.	Bekommenheit, Nachdenklichkeit, Unglauben (aber: muss einen positiven Twist/Hoffnungsschimmer beinhalten)
10 - Klinge und Körper	Die Klinge war und ist nicht nur Werkzeug des Menschen, um seine Umwelt zu gestalten, sondern auch, um seinen eigenen Körper nach seinem Wunsch zu formen. Dieses Handeln ist zum Teil kulturellen Zufälligkeiten (z. B. Schönheitsidealen), zum Teil Notwendigkeiten (z. B. Operationsmedizin) unterworfen.	Besucher:innen lernen, dass Klingen schon seit vorhistorischer Zeit Klingen zur Formung des Körpers genutzt wurden und werden. Sie lernen die Ausdifferenzierungen kennen: Es existieren hochspezialisierte Praktiken, wobei Klingenformen und Expertenwissen miteinander einhergehen.	Positives Erstaunen a) durch Anknüpfung an eigene (körperliche) Lebenswirklichkeit, b) durch Bewusstmachung historischer und ethnologischer Parallelen.
11 - Pott-Archiv	Die Solinger Firma Pott hat herausragende Leistungen auf dem Gebiet des Besteck-Designs vollbracht. Hier stellt sich ihre Geschichte anhand des ehemaligen Musterzimmers der Firma mit Besteck und Archivalien dar.	Die Besteckfirma Pott hat unter Carl Pott und Hannspeter Pott Designgeschichte geschrieben und gehört zu den bedeutendsten ihrer Art.	Staunen, Sättigung; Bewunderung für das Design; Lust, sich später noch näher mit ihm zu beschäftigen und ein gutes Besteck zu kaufen.
12 - Schaudepot	Hier gibt's die ganze Welt der Klinge, eine weltweit einzigartige, enzyklopädische Sammlung zum Thema Klingen.	Im DKM wird weiterhin geforscht. Das Depot und jedes seiner Objekte ist ein Wissensspeicher, mit dem man sich wissenschaftlich beschäftigen kann. Neue Erkenntnisse.	Staunen, Sättigung; Bewunderung für die Größe der Sammlung; Lust, sich später noch näher mit ihr zu beschäftigen.

