

EIN VERPACKTES MUSEUM UND EIN ERDZEITFAHRSTUHL

Aktionen der Fundraising-Kampagne für das „Projekt Senckenberg 2020 – Neues Museum“

von Stefanie Klein & Andrea Preis

Es ist Anfang 2016. Nach sechs Monaten, vielen internen Sitzungen, Austausch mit Mediapartnern und noch mehr Kopfzerbrechen steht sie: die Fundraising-Kampagne zum Projekt „Neues Museum“. Doch damit fängt die Arbeit eigentlich erst an: die Umsetzung. Aktionen müssen geplant und durchgeführt, Plakate gedruckt und Werbeartikel produziert werden – damit die Senckenberg-Fangemeinde wächst. Mittendrin im Geschehen: Stefanie Klein vom Stab Zentrale Museumsentwicklung und Andrea Preis aus dem Bereich Marketing des Stabs Kommunikation, die das Projekt von Anfang an begleitet haben und hier über die Aktivitäten aus dem Jahr 2016 berichten.

Wer in den letzten Monaten das Senckenberg Naturmuseum in Frankfurt besucht hat, kam an dem bunten Bauband nicht vorbei. Mal kletterte der Senckenberg-Botschafter Stefan Glowacz an der Museumsfassade hoch und umwickelte das Haus mit dem Band. Zu einem anderen Anlass

geleitete ein buntes Netz – gesponnen aus Bauband – die Besucher vom Museumseingang bis in die Sonderausstellung „Spinnen“.

Mit diesen und anderen Aktionen wird die Fundraising-Kampagne, die Senckenberg gemeinsam mit der Werbeagentur Ogilvy & Mather entwickelt hat (s. Beitrag auf den Seiten 44–45), mit Leben gefüllt. Ziel ist es, noch rund 42 Millionen Euro für



Eyecatcher der Fundraising-Kampagne: das mit bunt gestreiftem Bauband umhüllte Museum.

Reise in die Erdgeschichte gefällig? Vergangene Welten etwa im Jura oder Karbon erkunden? Das soll im Neuen Museum mit dem Erdzeitfahrstuhl Wirklichkeit werden.



schon heute – wenn auch nur als Schaubild – im Fahrstuhl des Dinosaals.

In der ganzen Welt haben Menschen über das begehbare Gehirn abgestimmt, ob Albert Einstein, Jane Goodall, Charly Körbel oder ein namenloser Senckenberg-Fan in der zukünftigen Ausstellung als Vorlage dienen soll. Charly Körbel, ehemaliger Spieler von Eintracht Frankfurt, hat die Wahl gewonnen und wird sein Gehirn scannen lassen.

Überall buntes Bauband

Dass sich das bunte Bauband der Kampagne nicht nur zum Einpacken des Museums eignet, bewiesen Senckenberg-Freunde, die bei der „Bauband-Verpackungsaktion“ dabei waren: Einer der Akteure umwickelte kurzerhand sein Fahrrad und fährt damit seit September durch die Frankfurter Innenstadt. Der Museumsshop hat – für eigene Projekte etwa in Haus und Garten – unser Bauband als Klebeband oder Zollstöcke im Angebot. Mit dem Kauf unterstützen Sie das Neue Museum.

Die Welt baut ihr Museum – Bauen Sie mit!

Dem Aufruf „Bauen Sie mit!“ sind schon zahlreiche Frankfurter Bürgerinnen und Bürger gefolgt, so auch die hiesige Schillerschule, die bei ihrem Schulbasar selbstgefertigten Dinoschmuck für den Weihnachtsbaum, Stoffdinos und viele andere Produkte verkaufte und ihre Ideen für das Neue Museum vorstellte. Das Geld kommt dem Museumsumbau zugute.

Wir informieren im Internet über die Umbaupläne und über die Kampagne unter www.Die-Welt-baut-ihr-Museum.de mit wöchentlichen Neuigkeiten, außerdem direkt im Senckenberg Naturmuseum und an wechselnden Infoständen in der Stadt. Unter neuesmuseum@senckenberg.de stehen wir Ihnen gerne für Rückfragen zur Verfügung.

Wenn auch Sie das Projekt finanziell unterstützen möchten, können Sie online spenden auf „Die-Welt-baut-ihr-Museum.de“ oder per Überweisung, per SMS oder in einer Spendenbox im Museum Ihren Beitrag zum Neuen Museum leisten. [↪](#)

den Museumsumbau und die Erweiterung der Ausstellungsfläche auf 10 000 Quadratmeter zu sammeln.

Tiere melden sich selbst zu Wort

Damit das gelingt, haben im Rahmen der ersten Plakatierungskampagne unsere Ausstellungsobjekte sozusagen selbst die Initiative ergriffen und fordern den Umbau und die Erweiterung des Museums. Einige der rund 40 Millionen Sammlungsstücke, die noch in den Archiven schlummern, wollen endlich ausgestellt werden („194 Jahre im Keller sind genug!“). Der Langhalsdinosaurier, der sich auf den Plakaten beklagt („Erst ausgestorben und jetzt aus-

quartiert!“), hat schon mal zeitweise ein neues Zuhause gefunden. Mit seiner Reise durch Deutschland ist er sogar zum Botschafter der Fundraising-Kampagne geworden (s. Beiträge auf den Seiten 48–50).

Preview auf neue Ausstellungshighlights

Aber auch zukünftige Exponate sind bei der Kampagne vertreten. Bei der zweiten Plakatierungswelle haben wir je ein Objekt aus den neuen Ausstellungsbereichen Mensch – Erde – Kosmos – Zukunft angekündigt. Der Globus wurde bereits auf einer Pressekonferenz vorgestellt. Der Erdzeitfahrstuhl ist ein weiteres Highlight und findet sich