

# TRAFO

## Ein Beteiligungsprozess mit der Bevölkerung

„Stollen im Stollen: Weihnachtsstollen im Bergwerksstollen anbieten“, „Mehrsprachigkeit der Hinweisschilder“, „Lust auf das Ehrenamt wecken“, „Die Bergwerksbahn öfters fahren lassen“, „Mehr Licht für eine bessere Beleuchtung der Exponate“...

Das ist nur ein Bruchteil der Ideen der ersten Workshopteilnehmer zur Zukunft des Oberharzer Bergwerksmuseums in Clausthal-Zellerfeld, des Besucherbergwerks Grube Samson in St. Andreasberg, des 19-Lachter-Stollen in Wildemann sowie des Bergbaumuseums Schachanlage Knesebeck in Bad Grund. Was am Ende in Schlagworten auf bunten Zetteln auf weißen Moderationswänden klebte, spiegelt die Erfahrungen und Erwartungen der Beteiligten wider.

Ob Mitarbeiterinnen der Museen und Besucherbergwerke, Mitglieder von Fördervereinen, ob Bürgermeister oder Bewohnerinnen vor Ort, sie alle nehmen sich seit zwei Jahren immer wieder Zeit, um über die Zukunft ihrer Kultureinrichtungen nachzudenken. Sie alle verbindet eines: Das Interesse, ihre Besucherbergwerke und Museen so zu verändern, dass sie sowohl für die Bewohner der Region als auch für Besucherinnen attraktiver werden. Das Motto für den Beteiligungsprozess lautete daher: „Gemeinsam Museum gestalten.“ Von Anfang an war allen Beteiligten klar: „Wir wollen den Wandel gemeinsam angehen. Wir wollen das Wissen und die Ideen der Leute vor Ort integrieren.“ Denn nur wenn sie sich mit den Ideen identifizieren können, kann der Wandel gelingen. Denn sie sind die Experten, wie beispielsweise der Vorsitzende der Schachanlage in Bad Grund, der bis zur Schließung des Bergwerks 1992 als Bergmann unter Tage gearbeitet hat. Niemand kann besser erklären, was im Stollen wichtig war und wie im Vortrieb malocht wurde. Mit diesen Expertinnen lässt sich die Frage beantworten, welchen Inhalten sich die vier Häuser widmen sollten.

### Ideen, Konzepte, Pläne

Nach den ersten Workshops, die wir zunächst in jeder einzelnen Einrichtung gemacht hatten, trafen sich alle Akteure bei museumsübergreifenden Veranstaltungen, um sich auch mit den anderen beteiligten Einrichtungen auszutauschen. Das dadurch entstandene Gemeinschaftsgefühl und das gegenseitige Verständnis waren die Initialzündung für die Arbeit. Über den ganzen Zeitraum brachten die Teilnehmerinnen immer konkretere Vorschläge zur Umgestaltung der Einrichtungen ein. Erst als klar war, welche Ideen den Beteiligten besonders wichtig sind, kamen die Museumsgestalter hinzu. Die Agentur EXPO 2508 sammelte schließlich sämtliche Vorschläge, sortierte sie und erstellte daraus ein Gestaltungskonzept für jedes Museum. Jedes Konzept zeigt nun mögliche Wege auf, wie Anlagen und Räume genutzt, wie die Ausstellungen geplant und gestaltet werden könnten: Wo steht welches Exponat? Was ist seine Geschichte? Welche Aussage hat es? Und welchen Gewinn haben die Gäste von ihrem Besuch in den Museen? Am Ende beinhaltet es einen Kostenplan, der auflistet, wie viel Geld für den Neustart gebraucht wird.

Veröffentlicht im Rahmen des Programms „TRAFO – Modelle für Kultur im Wandel“ auf [www.trafo-programm.de](http://www.trafo-programm.de)

## Der entscheidende Faktor: Offenheit

Es ist bezeichnend für den durch Offenheit geprägten Beteiligungsprozess, dass auch nach den Konzepten – oder wenn man so will: den Masterplänen für die einzelnen Museen – sich die Akteure weiter in die Veränderungsprozesse der Museen einbringen wollten. Was überzeugt an den Ausstellungsplanungen? Was nicht? Und was könnte an der Gestaltung noch geändert werden? Erst durch ihre Ideen füllten sich die Konzepte letztendlich mit Leben. Wir haben deshalb eine Bustour organisiert, um allen Beteiligten die Pläne für jede Einrichtung vorzustellen: Was ändert sich jetzt genau in Bad Grund? Wie kann die Ausstellung des Besucherbergwerks Grube Samson nun aussehen? Was passiert in Clausthal-Zellerfeld? Was im 19-Lachter-Stollen in Wildemann? Die Tour war so etwas wie ein Statement auf Rädern: Die vier Museen und Besucherbergwerke werden nun stärker zusammenarbeiten – im Verbund. Kann man zum Beispiel die Öffnungszeiten aufeinander abstimmen? Ist eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit sinnvoll? Kann das Marketing so koordiniert werden, dass sich alle Museen darin wiederfinden? Am Aufbau des Verbunds sollen sich auch Vertreterinnen der Kommunen beteiligen. Auch hier ist Offenheit der entscheidende Faktor. Denn nur mit der Unterstützung der Gemeinden und einer aufgeschlossenen Grundhaltung können neue Darstellungsformate und Elemente der Vermittlung an den Einrichtungen entstehen.

## Nordic Walking im Bergwerk

Solche Kooperationen aufzubauen, ist ein längerer Prozess, für den es wichtig ist, immer wieder Anlässe zur Zusammenarbeit zu schaffen. Daher haben wir uns ein Format ausgedacht, das wir „Sieben Tage, vier Museen“ nennen. Eine Woche lang sollen sich die vier Museen der Oberharzer Öffentlichkeit präsentieren: An einem Tag steht beispielsweise der 19-Lachter-Stollen in Wildemann im Mittelpunkt, dort wird ein Dinner unter Tage organisiert. Am nächsten Tag wird es in Bad Grund Nordic Walking im Bergwerk geben. „Sieben Tage, vier Museen“ soll ein regelmäßig stattfindendes Format werden. Damit haben wir einen Rahmen geschaffen, in dem sich Museen, Bürger sowie Kommunen über die Arbeit der Museen austauschen können. Zudem soll die Veranstaltungsreihe jedes Jahr neue Anstöße zur Zusammenarbeit geben und weitere Formate testen: Was erfolgreich funktioniert, wird zukünftig das Angebot des Museums bereichern. Was bleibt am Ende? „Gemeinsam Museum gestalten“ bedeutet für uns, dass der in den Museen angestoßene Beteiligungsprozess einen Anfang hat, aber noch lange kein Ende.