

Zum *Corporate Design* des Niedersächsischen Landesmuseums Hannover

von Thomas Hirthe

Das Niedersächsische Landesmuseum Hannover (NLM) befindet sich in einer Phase der Modernisierung: Umfangreiche Baumaßnahmen werden das Innere des Museumsgebäudes am Maschpark in diesem Sinne verändern, das in der Verwirklichung begriffene *Corporate Design* (CD) hat das Erscheinungsbild der Institution bereits verändert und wird dies noch nachhaltiger tun.

Beide Bereiche haben ursächlich nichts miteinander zu tun – die Baumaßnahmen wurden begonnen, weil technische Einrichtungen auf zeitgemäßen Stand zu bringen waren, und werden nun auf wesentliche infrastrukturelle Verbesserungen des Hauses ausgedehnt, wogegen die Einführung des CD Folge eines Kabinettsbeschlusses der Niedersächsischen Landesregierung ist. Doch sind sowohl die im kommenden Jahr beginnende nächste Bauphase als auch das neue CD im Zusammenhang mit den veränderten Ansprüchen der Bevölkerung an das Museum zu sehen, die für das NLM mit der 1994 durchgeführten Besucherbefragung festgestellt wurden.¹ Entsprechend sind die Zielsetzungen von Baumaßnahmen und der visuellen Selbstdarstellung eng miteinander verwandt: Beide wollen sicherstellen, daß das NLM für Menschen aus Hannover, aus der näheren und weiteren Region, aber auch bundesweit und international in Zukunft attraktiver Anziehungspunkt bleibt, und zugleich dazu dienen, ein neues, vor allem junges und jüngeres Publikum für das Museum zu interessieren und an das Haus mit seinen hervorragenden Sammlungen und vielfältigen Angeboten zu binden. Die hierzu erforderlichen erheblichen Anstrengungen – erheblich nicht nur in finanzieller Hinsicht – sind notwendige Investitionen, die zukunftsorientiert die »Wettbewerbsfähigkeit« des NLM sichern.

Das NLM hatte in den letzten Jahren einen deutlichen Besucherrückgang in den ständigen Schausammlungen zu verzeichnen.² Diese Entwicklung ist bundesweit bei den meisten Museen festzustellen – hiervon ausgenommen sind weltberühmte Häuser, deren Besuch zum »Pflichtprogramm« gehört, anscheinend aber auch solche, die auf ihr Publikum »zugehen«, ihm eine angenehm gestaltete Umgebung, Erlebnis und »Unterhaltung« bieten.³ Der ungebremste *run* auf spektakuläre Sonderausstellungen gründet ebenfalls auf dem »Erlebniswert« des Besuchs. Museen werden also nicht mehr nur wegen ihrer Sammlungen besucht.⁴ Eine wachsende Zahl von Menschen scheint den Museumsbesuch als Teil ihrer Freizeitgestaltung zu betrachten und damit legitimerweise entsprechende Erwartungen zu verbinden. Damit tritt die Institution Museum – und mit ihr das NLM – in Konkurrenz zu den vielfältigen anderweitigen Freizeitangeboten. Die Museen können sich also nicht mehr nur mit ihrer hergebrachten Rolle der Institution begnügen, die Bildung vermittelt, wenn sie den Zuspruch des Publikums halten oder verstärken möchten. Vielmehr müssen es Orte sein, wo Menschen auch mitein-



Niedersächsisches
Landesmuseum
Hannover

1 Das Zeichen des Niedersächsischen Landesmuseums Hannover.

ander kommunizieren, sich auf unterschiedliche Weise unterhalten, entspannen und wohl fühlen können. Und: Museen müssen Imagepflege betreiben, um den ihren Sammlungen entsprechenden, spezifischen Platz im Bewußtsein der Menschen zu etablieren und zu halten.

Die Anfang 1997 beginnenden baulichen Veränderungen werden das Innere des NLM und die Erwartungen des modernen Publikums einander näherbringen, so daß die Maßnahmen hier wenigstens gestreift werden müssen: Neben dem längst überfälligen, behindertengerechten Lift werden sie einen vergrößerten und neugestalteten Eingangsbereich mit Kassen- und Informationscountern sowie Garderoben und Gruppenaufenthaltsräumen, mit neuen Toiletten, die dem Besucheraufkommen angemessen sind, mit Museums-Shop und -Café bringen. Die Schausammlungen von Naturkunde-Abteilung und Landesgalerie werden räumlich erweitert, großteils völlig neu konzipiert und gestaltet. Darüber hinaus können das Kupferstichkabinett in vergrößerter Form und mit zugehörigem Sonderausstellungsraum sowie museumspädagogische Räume für Naturkunde-Abteilung, Landesgalerie und Völkerkunde-Abteilung eingerichtet werden.

Die genannten räumlichen Erweiterungen sind nur möglich, weil Büros, Bibliotheken, Depots und Werkstätten aus dem historischen Museumsgebäude in das »neue« Haus Fössestraße 99 umziehen. Aufgrund des Umfangs der anstehenden Maßnahmen wird eine völlige Schließung des Museums ab 2. Januar 1997 für mindestens ein Jahr unumgänglich sein. Gemäß derzeitigem Kenntnisstand können nach dieser Frist die – dann renovierten – Räume der in Teilen neugestalteten urgeschichtlichen Schausammlung und die fertig eingerichtete Völkerkunde-Abteilung sowie das Aquarium wiedereröffnen, während die Ausstellungsräume von Naturkunde und Landesgalerie wegen der wesentlich umfangreicheren Arbeiten noch darüber hinaus geschlossen bleiben. Ziel ist es, das NLM als Ganzes zur EXPO 2000 wiedereröffnen zu können. Spätestens im Jahre 2000 also wird sich das Haus durch den Zugewinn an Besucherfläche großzügiger, durch die Einrichtung von Personenaufzug, Gruppenräumen mit unterschiedlichen Nutzungen, Toiletten, Shop und Café komfortabler und angenehmer sowie durch die Neukonzeption großer Teile der Schausammlungen, ja ganzer Abteilungen, den Einbau moderner Technologie und die umfassende Auffrischung der Räumlichkeiten ungleich zeitgemäßer und ansprechender präsentieren, als es jetzt der Fall ist.

Bevor die Grundzüge des CD, seine Entstehung und der Stand der Entwicklung geschildert werden, muß das Ziel formuliert sein: Das CD, von dem zu hoffen ist, daß es zu einer *Corporate Identity* (CI) des NLM werden wird, will dieses Museum im Bewußtsein der Menschen als Institution mit unverwechselbarem Profil etablieren, modern und qualitativvoll in Bezug auf die Schausammlungen der vier Abteilungen, die Dienstleistungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie das angenehme Haus, das man wegen seiner Sammlungen und wegen seiner Atmosphäre gerne und wiederholt aufsucht.⁵ Hierzu sind in der überwiegend visuell geprägten Gegenwart ein unverwechselbares Zeichen von hohem Wiedererkennungswert und ein ebensolches Design unverzichtbare Voraussetzungen.

Wichtiger Bestandteil des CD bildet das Zeichen des Museums (Abb. 1): Es besteht aus einer feststehenden Wort-Bildmarken-Konstellation. Die Bildmarke setzt sich aus vier gleichgeformten Elementen zusammen, die konzentrisch um eine gemeinsame Mitte angeordnet sind und an unterschiedli-

Frutiger und das Landes-Logo festgeschrieben. So hatte das Museum die Möglichkeit, am 27.4.1994 vier freie Graphikateliers – zwei aus Hannover und je einen aus Bremen und Berlin – zu einem Wettbewerb einzuladen. Die Kernaufgaben bestanden in der Entwicklung eines Zeichens für das Museum, einer Ideenskizze für das Orientierungssystem innerhalb des



3 Die Titelseite des Programmheftes Nr. 2/1996.

Museums am Maschpark sowie in einem Gestaltungsvorschlag für das Programmheft. Drei der vier Eingeladenen präsentierten ihre Entwürfe am 12.7.1994 einer zwölfköpfigen, aus Vertreterinnen und Vertretern der Niedersächsischen Staatskanzlei, des MWK, der Bezirksregierung Hannover und des NLM bestehenden Jury. Aufgrund seiner überzeugenden Lösungen ging das aus drei jungen Graphikern bestehende »Atelier für Visuelle Kommunikation Homann/Güner/Blum« aus Hannover (AfVK) als Gewinner aus dem Wettbewerb hervor. Im Anschluß an den Wettbewerb wurde das AfVK formell mit der Entwicklung des CD beauftragt, inzwischen regelt ein Rahmenvertrag zwischen AfVK und NLM Aufgaben, Rechte und Pflichten beider Partner.

Aus Kostengründen vergibt das NLM, das selbst über drei Graphiker verfügt, nicht alle mit dem CD zusammenhängenden Gestaltungsaufträge an das AfVK. Das Atelier ist vielmehr beauftragt worden, die zentralen Elemente des CD zu entwerfen: das Museumszeichen (Abb. 1), Eintrittskarten (Abb. 2), Stempel sowie die gesamte Geschäftspapierausstattung einschließlich Rechnungsformularen u. dgl. Aus demselben Grund werden nur solche Geschäftspapiere gedruckt, die zwingend in dieser Form vorliegen müssen, z.B. Briefbogen (erste und zweite Seite), sog. Kopfbogen (für Mitteilungen verschiedener Art), Kurzbrief, Visitenkarten usw. Die anderen durch das AfVK gestalteten Geschäftspapiere, etwa Telefax-Bogen, Rechnungs- und Leihvertragsformulare, werden von diesem auf allen Computern des NLM als Formatvorlagen eingerichtet, so daß sie – praxisnah – jederzeit bequem zur Verfügung stehen und »ausgefüllt« werden können.

Bei den strukturell komplexen und inhaltlich umfangreichen, rund 70 Seiten starken Programmheften (vgl. Abb. 3) erhielt das AfVK den Auftrag, die erste Nummer zu gestalten und damit zugleich die verbindlichen Gestaltungsrichtlinien für dieses Produkt zu liefern. Seit der zweiten Ausgabe werden die Programmhefte gemäß diesen Richtlinien durch die Graphiker des NLM gestaltet. Eine ähnliche Aufgabenteilung besteht auch bei den übrigen Teilen des CD, z.B. bei Plakaten für das NLM, für seine einzelnen Abteilungen sowie für Sonderausstellungen, bei Anzeigen und bei Publikationen unterschiedlicher Art: Das AfVK erarbeitet die verbindlichen Gestaltungsrichtlinien als Grundlage für den Entwurf konkreter Produkte, also etwa für das Plakat einer aktuellen Sonderausstellung. Die Richtlinien für die einzelnen Produkte werden vom AfVK nach und nach in einem Heft zusammengestellt. Am Ende der Umsetzungsperiode wird dieses Heft die vollständigen Vorgaben des CD enthalten und damit die Arbeitsgrundlage für die Graphiker des NLM bilden. Diese »Gestaltungsrichtlinien« stellen

darüber hinaus sicher, daß das CD des NLM künftig nicht aus Unkenntnis oder Willkür verändert wird.

Ein umfangreiches Unternehmen, wie es die Einführung des CD für das NLM darstellt, kann – auch aus Kostengründen – nur schrittweise verwirklicht werden. Die konkrete Umsetzung begann 1995 mit den zentralen Elementen und wird im Bereich der Drucksachen wohl 1997 abgeschlossen werden können. Gegenwärtig gibt es das Museumszeichen (Abb. 1) sowie die Haus- und Abteilungsfarben, das Programmheft (Abb. 3) mit den entsprechenden Gestaltungsrichtlinien, die Eintrittskarte (Abb. 2), den Stempel, große Teile der Geschäftspapierausstattung sowie Richtlinien für Plakat- und Anzeigengestaltung.

Das neue CD wird in einem weiteren Schritt das Innere des Museumsgebäudes am Maschpark (und natürlich auch die Ausstellungshalle des NLM, das »Forum des Landesmuseums«) mitprägen. Es wäre zum gegenwärtigen Zeitpunkt allerdings verfrüht, hier ebenso konkret zu werden wie oben, zumal die Meinungsbildung innerhalb des NLM und zwischen Museum und AfVK noch nicht abgeschlossen ist. Die Ausarbeitung dieses Sektors des CD, zu dem es erste Ideenskizzen gibt, erfolgt während der Phase der infrastrukturellen Modernisierung des Museumsgebäudes. Es wird angestrebt, bei der Wiedereröffnung des ganzen Hauses vor der EXPO 2000 auch das »ortsfeste« CD verwirklicht zu haben. Folgende Elemente soll es nach heutigem Stand in jedem Fall umfassen: eine einheitliche besucherfreundliche Beschriftung in den Verteilerbereichen des Hauses sowie ein Orientierungs- und Informationssystem u. a. mit Hilfe der fünf Farben und – wenn möglich – unter Nutzung EDV-gestützter Technologie.

Das Niedersächsische Landesmuseum Hannover kommt mit den begonnenen Neuerungen seinem angestammten Publikum entgegen und strebt danach, neue Besucher zu gewinnen, indem es unter Beibehaltung seines unverwechselbaren Profils als Vierspartenhaus die Attraktivität des Gebäudes steigert, so daß Menschen es gerne und wiederholt besuchen – nicht nur weil »Bildungshunger« sie treibt, sondern weil sie den Museumsbesuch als Teil von Lebensqualität empfinden. Das neue prägnante Erscheinungsbild, das im Entstehen begriffen ist, leistet das Seine, um das Profil des Hauses zeitgemäß und zukunftsweisend darzustellen.

Anmerkungen

¹ Hans Joachim Klein, Moorleichen, Dinosaurier und Caspar David Friedrich – die Attraktivität des Niedersächsischen Landesmuseums Hannover aus Besuchersicht. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, 2. Aufl. Karlsruhe 1994.

² Vgl. Hans Lochmann, Besuchszahlen 1994 in den Museen Niedersachsens und Bremens, in: Mitt.bl. Museumsverb. Nieders. Bremen 50, 1995, S. 103-106. Der Trend setzte sich unabhängig von der baumaßnahmenbedingten teilweisen Schließung des NLM 1995 fort.

Forum des Landesmuseums
 Am Markte 8
 (gegenüber der Marktkirche)
 D-30159 Hannover
 Telefon (05 11) 98 07-725

5. November 1995 bis 14. Juli 1996

geöffnet:
 Dienstag bis Sonntag 10–17 Uhr
 Donnerstag 10–19 Uhr
 Neujahr, Ostermontag, Pfingstmontag

geschlossen:
 Montags, Heiliger Abend, 1. Weihnachtstag, Silvester, 2. Januar, Ostersonntag, 9. April, 1. Mai, Pfingstsonntag, 28. Mai

Eintritt DM 6,00
 Ermäßigungen DM 3,00
 Jahreskarte DM 30,00
 Freier Eintritt: Kinder unter 6 Jahren, Schulklassen in Begleitung einer Lehrkraft, Mitglieder von

Fördervereinen der Niedersächsischen Landesgalerie sowie Begleiterinnen und Begleiter von Schwerbehinderten.
 Ab 1.3.96 berechtigt die gelöste Eintrittskarte am selben Tag auch zum Besuch des Landesmuseums, Am Maschpark 5. Entsprechendes gilt auch für die Jahreskarte.

Informationen
 (05 11) 98 07-725, -620 oder -621

Verkehrsverbindungen
 Stadtbahnlinien 3, 7, 9 (Markthalle)
 Stadtbahnlinien 1, 2, 4, 5, 6, 8, 11 (Kröpcke)
 Bus 22, 23 (Friedrichswall/Culemannstraße)

Zur Ausstellung erscheinen eine Postkartenbox und ein Plakat. Am Verkaufstand sind sämtliche Publikationen zum Bestand der Niedersächsischen Landesgalerie erhältlich.

Veranstaltungen siehe Programmhefte des Landesmuseums

Niedersachsen

4 Die Rückseite des Faltblattes zur Sonderausstellung »Zum Zeigen gegeben«. Überschriften und Laufzeit sind im Blauton der Landesgalerie hervorgehoben.

³ Vgl. auch die Auswertungen in: Materialien aus dem Institut für Museumskunde Berlin 43, 1995. Zu Londoner Museen vgl. Regine Nahrwold, Angebote für Besucher in Londoner Museen, in: Mitt.bl. Museumsverb. Nieders. Bremen 51, 1996, S. 39-54. Auch die großen Museen in Washington sind deutlich an den Bedürfnissen ihrer Besucher orientiert, ohne der Gefahr zu erliegen, »disneylandartig« zu werden, wie der Verf. unlängst durch eigene Anschauung feststellen konnte.

⁴ Hiervon ausgenommen sind natürlich Fachpublikum (einschließlich Studierende), passionierte Museumsgänger/innen sowie Schulklassen, für die der Museumsbesuch zum Unterrichtscurriculum gehört.

⁵ Vgl. mit anderem Ansatz, aber vergleichbaren Ergebnissen Joachim Lück und Werner Hülsmann, Museum als Produkt?! Das Museum in der Reorganisation der öffentlichen Verwaltung, in: Mitt.bl. Museumsverb. Niedersachs. Bremen 51, 1996, S. 15-20.

⁶ Die Gestaltungsrichtlinien des Niedersachsen-Stils, des CD des Landes Niedersachsen, sind in einem auf 8 Hefte angelegten Regelwerk festgeschrieben. Bisher sind die Bände 1 »Grundelemente«, 2 »Druckschriften«, 4 »Geschäftsdrucksachen« und 5 »Stellenanzeigen« erschienen.

Anschrift des Verfassers:

Dr. Thomas Hirthe
Niedersächsisches Landesmuseum Hannover
Willy-Brandt-Allee 5
D-30169 Hannover