Kulturama – Museum des Menschen

Im «Kulturama Museum des Menschen» stehen in den Ausstellungsbereichen die Besucher im Mittelpunkt – mit ihrer Biologie und Geschichte. Besonderen Wert legt das Kulturama auf seine persönliche und qualifizierte Vermittlungstätigkeit in öffentlichen und privaten Führungen und Workshops, Veranstaltungen und Exkursionen. In der Pandemiezeit entstanden einzigartige Onlineangebote.

von
Claudia Rütsche
Direktorin
Kulturama-Stiftung
claudia.ruetsche@kulturama.ch

Ein «lebendiges» Museum, bei dem die Besucherinnen und Besucher im Mittelpunkt stehen? Das ist im «Kulturama Museum des Menschen» in Zürich gelebtes Leitbild und keine leere PR-Hülse. In mehrfacher Hinsicht: Bei der Gründung 1978 stand das verständliche und dadurch niederschwellige Vermitteln wissenschaftlicher Erkenntnisse über den Menschen an ein breites Publikum im Fokus, nicht wie bei vielen Museumsgründungen die Präsentation einer Sammlung. Die Sammlung des Kulturama wurde erst auf das Vermittlungsziel hin aufgebaut und präsentiert. Der Zweck bestimmte die Mittel und dazu gehörte der Wille, mit dem neuen Museum einen Beitrag zu leisten an die Bildung der Bevölkerung – im formalen Bereich der Aus- und Weiterbildung ebenso wie im informellen Bereich der Freizeitgestaltung.

Blick in die Ausstellungen «Woher wir kommen» und «Wer wird sind».
Bild: Kulturama, Joanna Lesniewska

Fünf Ausstellungsbereiche

Das Kulturama will ein Museum für alle sein und wird von Besuchern jeden Alters frequentiert, von vielen Familien und Schulklassen. Die Besuchenden werden in Führungen und Workshops aktiv involviert, erfahren Inhalte sinnlich an Hands-on-Stationen und können eigene Gedanken zum Thema hinterlassen. Auch inhaltlich steht der Mensch mit seiner Biologie und Geschichte im Mittelpunkt der insgesamt fünf Ausstellungsbereiche.

Die Ausstellung «Woher wir kommen» thematisiert die Evolution des Lebens und des Menschen mit zahlreichen Fossilien und Skeletten. «Wer wir sind» zeigt den Lebensverlauf des Menschen von der Zeugung bis zum Lebensende mit originalen Präparaten und erklärenden Modellen. In der Ausstellung «Wie wir lernen» können die Besucher die Funktionsweisen von Lernen und Gedächtnis an sich selbst erfahren. Im «Erlebnispfad» ist Anfassen und Ausprobieren erwünscht und eine jährlich wechselnde Sonderausstellung macht Besuche immer wieder von Neuem attraktiv.

Bis Ende April 2022 ist dies die Sonderausstellung «Gesundheit – 7000 Jahre Heilkunst», die neben einem Blick auf archäologische Belege aus der Medizingeschichte aktuelle Fragestellungen interaktiv aufnimmt.

Das Kulturama zeigt Ausstellungen anderer Institutionen, oft mit eigenen Erweiterungen oder eigene Produktionen. Die eigenen Sonderausstellungen gehen auch auf Wanderschaft: Bis 3. April 2022 ist unsere Produktion «Wie viel Urzeit steckt in dir?» im Naturama in Aarau zu sehen.

Besondere Vermittlungstätigkeit

Hervorgegangen aus der Privatinitiative des Zürchers Paul Muggler, der seine Vision eines im Dialog mit dem Publikum arbeitenden Museums in die Tat umsetzte, ist das Kulturama seit 1987 eine gemeinnützige Stiftung und seit 2020 eine vom Kanton Zürich anerkannte Institution für Aus- und Weiterbildung. 2019 war das bisherige Rekordjahr mit über 26'000 Besuchenden

Kulturama
Museum des Menschen
Englischviertelstrasse 9
8032 Zürich
Telefon 044 260 60 44
www.kulturama.ch
mail@kulturama.ch

und über 600 durchgeführten Veranstaltungen, was dem Kulturama unter den zahlreichen Museen in der Stadt Zürich seinen Platz unter den Top Ten der Meistbesuchten sicherte.

Besonderen Wert legt das Kulturama auf seine persönliche und qualifizierte Vermittlungstätigkeit in öffentlichen und privaten Führungen und Workshops, Veranstaltungen und Exkursionen. Im Rahmen der schulischen Ausbildung, beziehungsweise der beruflichen oder privaten Weiterbildung sowie auch in der Aus- und Weiterbildung von Lehrpersonen, ist das Kulturama ausgesprochen aktiv. Unter den verschiedenen Aufgaben, die ein Museum gemäss internationaler Definition hat (Sammeln, Bewahren, Ausstellen, Erforschen, Vermitteln) widmet sich das Kulturama prioritär dem Vermitteln und sucht dazu immer wieder neue Formate, Elemente und Medien.

Verstärkte digitale Aktivitäten

Gross war natürlich die Differenz zwischen dem Rekordjahr und dem darauffolgenden Corona-Jahr, mit zeitweiser Betriebsschliessung und Umsetzung wechselnder Schutzkonzepte. Das Kulturama nutzte die Zeit, um für sein Publikum ein unentgeltliches Angebot an Erklärvideos und thematisch passenden Basteltipps zu produzieren, die auf unserer Website verfügbar sind. Zudem wurde ein einzigartiges, buchbares Onlineangebot lanciert unter dem Namen «Frag das Kulturama». In diesem individuellen und im direkten Dialog mit einer Schulklasse stattfindenden Angebot bringen unsere Fachpersonen Museumsinhalte massgeschneidert und auf die konkreten Fragen der Schüler ausgerichtet via Zoom ins Schulzimmer. Dieses Angebot wird über die Pandemie hinaus Bestand haben und so auch Gruppen einen persönlichen Museumszugang ermöglichen, die nicht physisch anreisen können oder wollen.

Die Digitalstrategie fokussiert damit auf den Outreach, nicht aber auf das Erlebnis im Museum selbst. Hier stehen sinnliche Erlebnisse und analoge Entdeckungen ganz bewusst im Mittelpunkt, wie auch der Dialog und der soziale Austausch beim Museumsbesuch. In den Ausstellungen werden digitale Medien überall dort gezielt eingesetzt, wo sie die klar beste Vermittlungsform für einen bestimmten Inhalt darstellen. Wo immer möglich wird aber auf andere Formen der Visualisierung oder Veranschaulichung gesetzt. Solche Erlebnisse, verbunden mit der sozialen Interaktion, bleiben dem Publikum nachhaltig in Erinnerung und machen unserer Meinung nach die Qualität eines Museums wie dem Kulturama aus.

Sponsoring- und Spendenbedarf

Finanziert wird das Museum in Form eines Public-private-Partnership. Ein Teil des Jahresbudgets wird gedeckt durch Beiträge von Kanton und Stadt Zürich (Bildungswesen). Den anderen Teil erwirtschaftet die Stiftung jährlich selbst durch Einnahmen aus Eintritten und Veranstaltungen, Museumsshop und Cafeteria.

Für Sonderausstellungen, Umbauten und Erweiterungen wie auch für Anschaffungen ist das Kulturama auf Sponsoring- und Spendenbeiträge angewiesen. Auch der Verein der «Freunde des Kulturama» trägt dazu bei. Eine grosse Spendensammlung steht dem Kulturama unmittelbar bevor: In den kommenden drei Jahren werden die Dauerausstellungen «Woher wir kommen» und «Wer wir sind» komplett überarbeitet und neu gestaltet, damit das Kulturama auch in Zukunft sein vielfältiges Publikum aus allen Generationen ansprechen und Wissenschaft über den Menschen anschaulich und interaktiv vermitteln kann.

Damit solche grösseren Investitionen realisiert werden können, sind Sponsoring- und Spendenbeiträge nötig. Möglichkeiten für Partnerschaften und Firmenengagements gibt es diverse, und gerne macht das Kulturama publik, wer mit einem finanziellen Beitrag zur Attraktivität des Museums beiträgt.

Starke Empfehlungswerbung

Für die Bewerbung des Museums sind die Website und Aktivitäten auf sozialen Medien von grosser Bedeutung. Sie ermöglichen Präsenz und Originalität auch bei verhältnismässig kleinen Werbebudgets. Die je nach Sonderausstellung sehr unterschiedlichen Zielgruppen werden nach Möglichkeit direkt angesprochen. Die allerbeste Werbung ist und bleibt jedoch die Empfehlung von Besuchern an ihr Umfeld: Unsere Umfragen zeigen, dass sehr viele unserer Besuche darauf zurückzuführen sind.

Das Kulturama ist ein Museum für alle und freut sich über die Heterogenität seines Publikums. So interdisziplinär unsere Museumsinhalte sind, so divers sind auch unsere Besucherinnen und Besucher. Mit den in den kommenden Jahren neu gestalteten Ausstellungsbereichen möchten wir noch mehr Menschen ansprechen und ihnen bleibende Erlebnisse, Erfahrungen und Erkenntnisse in einem lebendigen Museum ermöglichen.

Bild links: Sonderausstellung «Gesundheit – 7000 Jahre Heilkunst». Bild Mitte: Öffentliche Führung mit Claudia Rütsche. Bild rechts: Junge Besucherinnen in der Ausstellung «Wie wir lernen». Bild: Kulturama, Joanna Lesniewska und Josef Stücker