

MASTERPLAN

zur Neuaufstellung und Professionalisierung des DWM. Deutsches Windkraftmuseum in Stemwede

Version v. 3. Mai 2021

Dr. Petra Spona

Dr. Petra Spona
Historikerin für Unternehmensgeschichte,
Kuratorin und Wirtschaftsarchivarin

SGK. Servicebüro Geschichte & Kommunikation
Historische Recherchen . Archivaufbau .
Publikationen . Ausstellungen
In der Landwehr 1, 32312 Lübbecke
Telefon: 05741.2398268
Mobil: 0176-82170457

www.geschichte-und-kommunikation.de
spona@geschichte-und-kommunikation.de



Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	3
1. Ziel: Das Museum als Marke	4
2. Äußeres Erscheinungsbild	7
2.1 Gebäude und Umgebung / Leitsystem.....	7
2.2 Corporate Design	8
2.3 Ausstellungshaus	8
2.4 Website / E-Mail	8
2.5 Social Media und das Internet.....	9
2.6 Sonstige Werbematerialien	9
3. Sammlung, Archiv, Bibliothek	10
3.1 Sammlung	10
3.2 Archiv und Bibliothek	11
4. Vernetzung und Tourismus	12
4.1 Anbindung/Anreise und Zielgruppen	12
4.2 DWM als Location des Nahtourismus'	13
4.2.1 Umgebung des DWM	13
4.2.2 Gemeinde Stemwede	13
4.2.3 Kreis Minden-Lübbecke.....	14
4.3 DWM als Museumsstandort.....	14
4.4 Energieautarker Mikrokosmos. Das DWM als Klimaschutzeinrichtung.....	15
4.5 Aufenthaltsqualität. Das DWM als Freizeiteinrichtung.....	16
4.6 Museumsshop und Gastronomie	17
5. Vermittlung. Ausstellungen, Führungen, Veranstaltungen	18
5.1 Dauerausstellung	18
5.2 Sonderausstellungen, Wanderausstellungen.....	19
5.3 Führungen und Workshops	19
5.4 Öffentliche Veranstaltungen	20
5.5 Sonderveranstaltungen	21
5.6 Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche	21
5.7 Kooperationsveranstaltungen / Ferienfreizeiten	22
5.8 DWM Energie-Kongress / Energiekongress der Energiemuseen	22
6. Langfristige Perspektive und Finanzierung	23
6.1 Finanzielle Ausstattung.....	23
6.2 Personelle Ausstattung.....	24

Einleitung

Das Deutsche Windkraftmuseum (DWM) in Stewede ging 2018 aus seinem Vorläufer „Mühlenheider Windkraftmuseum“ hervor, das 1998 im Kontext einer Projektbewerbung für die Expo 2000 gegründet worden war. Das vereinsgeführte DWM verfügt über eine in Deutschland und sogar in Europa einmalige Sammlung von Windkraftanlagen bzw. Teilen von Anlagen. Neben regionalen Provenienzen stammen einige aus dem europäischen und US-amerikanischen Ausland. Der Verein setzt sich vor allem aus Liebhaber*innen und Kenner*innen der Windenergie zusammen, so dass ein enormes historisch-technisches Know-how rund um die Windenergie vorhanden ist. Das Gelände bietet Platz, um zu expandieren und weitere Exponate auszustellen. Die Zahl der Besucher*innen wurde bislang nicht erfasst.

Das Museum hat sich mit der Umbenennung in „Deutsches Windkraftmuseum“ das Ziel gesetzt, sich zu erneuern, zu professionalisieren, öffentlich präserter zu sein und seine Bekanntheit zu steigern. Es möchte sich thematisch öffnen und damit seine Zielgruppe erweitern, indem es neben der Windkraft die Themen grüne Energie, ihre Geschichte und Gegenwart sowie den Klimawandel und seine Folgen stärker und für einen größeren Einzugsbereich als bisher vermittelt. Zugleich soll es weiterhin in die Landschaft und Kultur Ostwestfalens passen.

Der Masterplan legt den Schwerpunkt darauf, die Einrichtung stärker als Museum und damit Kultureinrichtung auszuprägen, da hierin ein nahezu brach liegendes Potential des Museums liegt. Dies betrifft sowohl die Außendarstellung, die Vernetzung als auch die mögliche Förderung. Es soll sich in eine regionale und langfristig möglichst auch bundesweite Museumslandschaft einbinden, seinen Platz im Bereich der Industriemuseen finden und auch partizipative Ansätze integrieren. Dabei sollen die bestehenden Ressourcen und Fachkenntnisse eingebunden und zielgerichtet entfaltet werden.

Der Masterplan versteht sich nicht als fertiges Machwerk, das einen strikten Fahrplan für die nächsten zehn oder 20 Jahre vorgibt. Es geht von der bestehenden Sachlage aus und versucht, positive Ansätze zu fördern, fehlgeleitete Praktiken abzustellen und relevante aber nicht genutzte Möglichkeiten aufzugreifen. Viele Maßnahmen sollen dabei weiterhin ehrenamtlich vom Verein geleistet werden. Dort, wo sie die zeitlichen und/oder fachlichen Möglichkeiten des Vereins übersteigen, sollen externe Dienstleister hinzugezogen werden und eine professionelle Ausarbeitung gewährleisten. Durch eine sukzessive Umsetzung verschiedener Maßnahmen sollen Förderträger und Spender vom Museum überzeugt und dadurch auch weitere, größere Maßnahmen umgesetzt werden können. Aber auch innerhalb des Vereins sollen die anlaufenden Aktivitäten für neuen Schwung sorgen, der eine größere Anzahl von Vereinsmitgliedern motiviert, an einzelnen Maßnahmen aktiv mitzuwirken und weitere Menschen, besonders auch jüngere, für den Verein zu gewinnen.

1. Ziel: Das Museum als Marke

Ist-Zustand

Das DWM ist in der Windkraftbranche vielen ein Begriff. Darüber hinaus jedoch ist es nur sehr wenigen bekannt, selbst in der Region und selbst bei Personen, die sich für das Thema Klimaschutz engagieren.

Soll-Zustand

Das Museum muss aus seinem lokalen Nischendasein herausgeführt werden und regional, überregional und langfristig auch deutschlandweit, bekannt werden. Der Name „DWM. Deutsches Windkraftmuseum“ muss zu einer Marke, einer „Persönlichkeit“ entwickelt werden.

Für was soll das DWM stehen?



Windkraft

Sie ist das Hauptthema des Museums und steht mit ihrem technischen, ökologischen und politischen Hintergrund im Zentrum der Vermittlung. Jeder Person, die mit dem Thema Windkraft zu tun hat, muss das DWM ein Begriff sein.



Rundum klimafreundlich.

Das Museum für Umweltbildung und grüne Energie

Das Museum versteht sich als Einrichtung der Technik- und Umweltbildung und vermittelt neben Windkraft die Themen (grüne) Energien, Klimawandel und Klimaschutz in seinen technischen, historischen, geografischen und politischen Kontexten. Es ist ein nachhaltiges Energiemuseum, nicht nur in der Vermittlung, sondern durch und durch. Es steht für klimafreundliche Ausrichtung von Kopf bis Fuß, von der technischen Ermöglichung bis zum Lebensstil. Alles, was hier geschieht, ist auf Klimaneutralität ausgerichtet, so dass man mit dem Besuch des Museums in einen eigenen grünen Kosmos eintritt. Das betrifft den Betrieb des Museums und seine Energieverwaltung aber auch seine Beteiligung an klimafreundlichen Aktionen in der Region. Gibt es z.B. einen „Klimaschutztag“ des Kreises, sollte für alle Menschen selbstverständlich sein, dass das DWM dabei ist.



Innovativ

Das DWM steht Pate für eine klimaneutrale Welt und nimmt damit die Zukunft ein Stück weit vorweg. Es lebt vor, was jeder Haushalt, jedes Unternehmen, jede Einrichtung schon heute für eine Energie- und Verkehrswende tun kann. Es ist dabei innovativ und nach allen Seiten hin offen gegenüber Neuem. Indem es z.B. Energiepflanzen oder Bauformen der Windkraft aus verschiedenen Jahrzehnten und Ländern vorstellt, regt es an, weiterzudenken und neue Ideen zu entwickeln. Es fördert mit Aktionen und Veranstaltungen den Ideenreichtum Dritter.



Regional

Erneuerbare Energien liefern vorzugsweise dezentrale Energie direkt dort, wo sie gebraucht wird. Der Bürgerwindpark fördert Energie für Stemwede, die PV auf dem DWM-Dach speist die Elektroladestationen auf dem Hof. Regional ist das DWM aber auch, weil es mit einer Region verbunden sein soll: der Gemeinde Stemwede und dem Kreis Minden-Lübbecke, der sich selbst als „Mühlenkreis“ präsentiert und damit auf Windkraft beruft. Das DWM bildet nun neben den vor allem historisch relevanten Windmühlen die moderne Variante der Windkraft und entstand genau dort, wo eine auffallende Häufung von Pioniergeist in Sachen Windkraft in der Bevölkerung vorherrschte. Die Marke DWM soll dazu beitragen, den Tourismus in der Region anzukurbeln und sich längerfristig zu einem wichtigen Zugpferd für die Außendarstellung der Gemeinde Stemwede und den Kreis Minden-Lübbecke sowie ganz OWL mausern. Mehr noch: In der Region soll zukünftig ein Stolz darauf entstehen, ein solch besonderes und relevantes Museum zu beherbergen.



Modern und positiv

Windenergie und erneuerbare Energien sind die Welt der Gegenwart und weisen in die Zukunft. Verstaubte Bilder von Verzicht und Rückwärtsgewandtheit sind fehl am Platz. Das Museum soll auch auf junge Leute ansprechend wirken, sowohl hinsichtlich des äußeren Auftritts, als auch inhaltlich. Im Vordergrund stehen trotz des ernsten Anliegens Bilder von einer positiven Zukunft im Einklang mit der Erde, Optimismus und Lebensfreude. Junge Leute sollen die Chancen sehen, die auch ihre Generation trotz Klimawandel hat, indem die technischen Möglichkeiten und die Entscheidungsfähigkeit der Menschen vorgestellt und Mut zu klaren Entscheidungen entlang wissenschaftlicher Ergebnisse vermittelt wird.

Die Festlegung der Markeninhalte dient dazu, alle anstehenden Maßnahmen darauf auszurichten. Je stärker die Markeninhalte des DWM sich in allen Maßnahmen wiederfindet, vom Gelände, über die Ausstellungen, die Veranstaltungen bis hin zum Marketingauftritt, desto eher wird das Persönlichkeitsprofil des DWM den Besucher*innen und Partner*innen zeigen und einprägen.

Um dieses Bild nach Außen zu präsentieren zeigt sich das Museum mit einem neuen Logo, das freundlich, modern, ästhetisch und farblich ansprechend ist. Die Entwürfe (hier Logo und als Anwendungsbeispiel ein Plakattentwurf) stammen von der Grafikerin Gerlinde Domininghaus aus Oldenburg.



**Deutsches
Windkraftmuseum
Stemwede**



Deutsches Windkraftmuseum Stemwede

2. Äußeres Erscheinungsbild

2.1 Gebäude und Umgebung / Leitsystem

Ist-Zustand

Das Museum besteht aus einem Außengelände mit Dauerausstellung und nutzt einen rd. 140 m² großes „Energieforum“, einem großen Raum mit eingebauter Theke, als Tagungs- und Veranstaltungsraum. Ein Gebäude für inhäusige oder Sonderausstellungen fehlt.

Das Museum ist trotz der hohen Exponate recht unauffällig. Von der Oppendorfer Straße aus ist ein Hinweisschild erkennbar aber nicht ausreichend lesbar und es fehlt ein Hinweisschild an oder vor der Kreuzung zur Mühlheide. Kommt man aus Richtung Norden auf der Mühlheide zum Gelände, fehlt eine Beschriftung gänzlich. Am Gelände angekommen besteht die erste Frage darin, wo der Eingang ist, wo Parkflächen sind und was zum Museumsgelände eigentlich dazugehört. Wo darf man entlang, wo ist es privat?

Das Wohnhaus wirkt freundlich, aber nicht alle Gebäude und Außenanlagen machen einen konsequent gepflegten Eindruck. Die Wege zu den einzelnen Exponaten sind nicht klar gegliedert und nicht immer barrierefrei. Es fehlt an Übersicht über das Gelände, seine Teile und teilweise die Exponate. Auf Google sind zwei Museumsstandorte eingetragen, so dass unklar ist, welcher der richtige ist.

Soll-Zustand

Das Museum benötigt ein Besucher-Leitsystem. Es selbst bzw. ein großes gut lesbares Schild muss von der Oppendorfer Straße gut zu erkennen sein und einladend wirken. Ein Geländeplan sollte einen Überblick über das Gelände und seine Teilbereiche bieten und auch interessante, nicht zugehörige Bereiche (Bürgerwindpark, Testfeld) vorstellen. Die einzelnen Bereiche des Museums benötigen kurze und präzise Namen, die per Hinweisschildern zu erreichen sind, ggfls. mit einem Nummernsystem, so dass ein gezieltes Ansteuern oder ein Rundgang möglich sind. Jeder Bereich soll mit einer Schrifttafel vorgestellt werden. Eine Tafel an der Straße soll mit wechselnden Informationen bestückbar sein, so dass dort Veranstaltungseinladungen ausgehängt werden können.



Es braucht klare Hinweise auf Eingänge, Wege und Art der Gebäude, Rad- und Autoparkflächen, Termin und Treffpunkt auf öffentliche Führungen, ggfls. Anstellbügel für Radfahrer, ggfls. eine Fläche für Radfahrgruppen.

Gehwege und begehbare Flächen sollen deutlicher markiert und barrierefrei sein und sich von privaten Flächen abgrenzen, die außen vor bleiben sollten. Die Fläche mit den Exponaten in einer Reihe soll verbreitert und begradigt werden. Die Sammlung von Objekten links am Eingang (mit dem Trecker) muss bereinigt werden, also entweder entfernt oder als Ex-

ponate behandelt und auf ein Podest gesetzt werden. Eine Dachreinigung gegen Grünspan unterstützt einen guten Eindruck.

Das vom Museum genutzte Energieforum ist mit den weißen Fliesen sehr sachlich gehalten. Durch dekorative Maßnahmen sollten Wärme und Wohnlichkeit einziehen, die einladend wirken.

2.2 Corporate Design

Ist-Zustand

Neben der bereits thematisierten Geländebeschriftung ist auch das Informationsmaterial zu optimieren. Broschüren und die Website bedienen sich unterschiedlicher Layouts und Farbgestaltungen, was eine Wiedererkennung verhindert. Erfreulicherweise hat das DWM das Problem bereits vom Grundsatz erkannt und Entwürfe für ein Logo eingeholt.

Soll-Zustand

Nach Beschluss über ein Logo und seine Varianten soll daraus ein kleines Corporate Design entwickelt werden, d.h. Schrifttypen und Größen sowie Farben sollen festgelegt werden und für die vor allem in den nächsten Monaten folgenden Präsentationen des Konzepts wird eine Powerpoint-Vorlage benötigt. Auch da Kürzel „DWM“ muss Berücksichtigung finden. Das CD muss Grundlage für alle zukünftig gestalteten Außenauftritte werden d.h. für die Außenanlage, die Deko in den Räumen, Druckschriften, die Website etc. Es soll zukünftig in Fragen der Gestaltung von Informationsmaterial dauerhaft mit einem/einer Grafik-Designer*in kooperiert werden.

2.3 Ausstellungshaus

Ist-Zustand

Derzeit verfügt das DWM nicht über Räumlichkeiten, um Ausstellungen inhäusig zu gestalten. Damit Nimmt sich das Museum die Chance, durch Sonderausstellungen wechselnde Themen zu vermitteln und damit vor allem unterschiedliche Interessengruppen als mögliche Besucher*innen anzusprechen.

Soll-Zustand

Um hier abzuhelpfen soll das Informationsgebäude des Jade-Windparks Wilhelmshaven abgebaut und am Museumsgelände aufgebaut werden. Das Gebäude hat einen Entstehungskontext, der gut zum DWM passt. Es ist modern und zeitlos und würde sich gut in die Landschaft integrieren. Es hat eine Elektroheizung, die sich gut aus Windkraft speisen ließe.

2.4 Website / E-Mail

Ist-Zustand

Websites sind wichtige, überregionale Aushängeschilder ihrer Einrichtung. Die Website des DWM ist über Google gut zu finden und macht einen modernen, freundlichen Eindruck. Sie ist aktuell, sowohl was Presseartikel als auch was die Datenschutzbestimmung betrifft, sie ist auch in englischer Sprache lesbar und sie wird durch ein Vereinsmitglied gepflegt.

Die E-Mail-Adresse des DWM ist identisch zur Kontaktadresse der Firma „Mühlenheider Energieanlagen Wilfried Winkelmann“.

Soll-Zustand

Die einzige nötige Anpassung der Website besteht im Austausch des Logos und ggfls. einer geringfügigen Anpassung der Farbgestaltung. Da bereits mit mittelblau gearbeitet wird, könnte die grüne Farbe ergänzend genutzt werden, sofern sie als alleinstehende Farbe ausreichen kontrastreich ist. Sinnvoll wäre es, die Mitglieder der Arbeitskreise anzugeben, wobei dies mit allen Betroffenen abzuklären ist. Schön wäre, die Möglichkeit, einen mitgliedschaft-unabhängigen Newsletters per Website anfordern zu können. Geprüft werden sollte, ob ausreichend Schlagworte eingebaut sind, die Suchmaschinen auf das DWM als Freizeiteinrichtung, Kultureinrichtung und Museum aufmerksam machen, wenn nicht direkt „Windkraftmuseum“ gesucht wird.

Es sollte eine eigene, nur für das DWM genutzte E-Mail-Adresse installiert werden.

2.5 Social Media und das Internet

Ist-Zustand

Das DWM nutzt derzeit keinerlei Social-Media-Plattformen, um sich und seine Angebote öffentlich bekannt zu machen.

Soll-Zustand

Es wäre begrüßenswert, Social-Media-Kanäle zu bedienen, um weitere Zielgruppe zu erreichen. Da es sich zumindest kurz- und mittelfristig nicht lohnt, jemanden für den Bereich anzustellen, kann dies nur aus den Reihen des Vereins geschehen. Nötig wäre eine regelmäßige Bedienung von Social-Media-Kanälen durch Posts, was jedoch einen persönlichen Zugang des Bedieners bzw. der Bedienerin zum Medium erfordert, um nicht zur Belastung zu werden. Dabei kann dies sowohl über ein eigenes Profil direkt erfolgen, als auch durch Posts auf öffentlich zugänglichen Gruppen, wie z.B. die Facebook-Gruppen „Was läuft in Stemwede oder „Was läuft rund um den Stemweder Berg?“. Es sollte also geprüft werden, inwiefern es Personen im Verein gibt, die privat gerne auf Facebook oder Instagram oder gar Youtube unterwegs sind und Lust hätten, ein Profil für das DWM zu betreuen. Zudem wäre es möglich, allerdings deutlich aufwändiger, eine Facebook-Gruppe selbst zu gründen, z.B. „Energiekreis Minden-Lübbecke“, vielleicht gemeinsam mit dem Klimabündnis Mühlenkreis und/oder anderen Kooperationspartnern.

Der Wikipedia-Eintrag zum DWM sollte regelmäßig geprüft und ggfls. korrigiert werden.

2.6 Sonstige Werbematerialien

Ist-Zustand

Das DWM verfügt nur sporadisch über grundlegende Werbematerialien, die nicht einheitlich gestaltet sind.

Soll-Zustand

Es sollte ein nach CD gestalteter Flyer erstellt werden. Zudem gibt es derzeit Abstimmungen mit dem Regionalverband des BWE, ein Roll-Up des BWE zu erstellen, das auf der zweiten Seite das Museum vorstellt. Welche Materialien benötigt werden muss noch im Detail untersucht werden, auch im Zusammenhang mit Werbematerialien vom Kreis.

3. Sammlung, Archiv, Bibliothek

3.1 Sammlung

Ist-Zustand

Das Museums verfügt über eine Vielzahl an technischen Objekten, von denen einige im Außen Gelände und damit offen zugänglich in der Dauerausstellung aufbewahrt sind und einige sich im Lager, direkt an der Oppenweher Straße befinden bzw. auf der Wiese davor liegen. Für einen Teil der Sammlung gibt es eine Bestandsbeschreibung, ein weiterer Teil befindet sich in der Bestandsaufnahme.

Die Exponate werden jährlich gereinigt, bedürfen jedoch überwiegend einer Restaurierung, um bestehende Schäden zu reparieren und dafür zu sorgen, dass Witterungsspuren keine nachhaltigen Neuschädigungen nach sich ziehen. Hier ist der Verein bereits aktiv geworden und hat ein Unternehmen ausfindig gemacht, das auf die Restaurierung von Außenexponaten spezialisiert ist und bereits ein Angebot abgegeben hat, um ein Restaurierungsausschreibung vorzunehmen.

Soll-Zustand

Die Restaurierung der Exponate und weiterer zentraler Objekte soll weiterverfolgt und umgesetzt werden und Maßnahmen zum Schutz vor Verwitterung ergriffen werden. Hierzu gehören überdachte oder gar inhäusige Flächen, um Sammlungsobjekte geschützt zu lagern. Ggf. müssen diese außerhalb des Museums gesucht werden. Wünschenswert ist eine „Begehbare Sammlung“ auf dem Gelände (vgl. z.B. <https://www.afc-fliegermuseum.ch/de/bildergalerien/halle-8-begehbare-sammlung/>), um Objekte platzsparend und geschützt zu lagern und zugleich einem Publikum zugänglich zu machen. Hierfür kann ggf. die dem Museum aktuell angebotene Halle nahe dem Gelände genutzt werden. Für die frei zugänglichen Exponate, die nicht zu hoch sind, wäre eine Überdachung wünschenswert. Über Objektschutz gegen Vandalismus und Witterungsschäden sollte die Beratung des LWL-Museumsamtes genutzt werden.

Sobald das Museum sich neu aufgestellt hat und in der Region offensiv für sich werben kann, sollte überlegt werden, Firmen und Privatpersonen Patenschaften für Objekte anzubieten. Hierzu benötigt es ebenfalls einer genaueren Bewertung der notwendigen Pflege- und Bestandserhaltungsmaßnahmen sowie der laufenden Kosten.

Es muss ein Sammlungskonzept entwickelt werden, das neben Objektschutzmaßnahmen auch zu den Schwerpunkten und Zielen der Sammlung Auskunft gibt und Restaurierungsschwerpunkte benennt. Zudem soll die Verzeichnung der Objekte über <https://owl.museum-digital.de/> (LWL-Museumsamt) vorgenommen werden, so dass die Objekte online für alle Interessierten einsehbar sind. Für die Objekte aus dem Bestandskatalog 2019 ist dies bereits in Arbeit und damit der erste sichtbare Schritt des Erneuerungsprozesses.

3.2 Archiv und Bibliothek

Ist-Zustand

Das Museum verfügt über ungezählte laufende Meter Akten zu Firmen und Verbänden, darunter:

- DGW. Deutsche Gesellschaft für Windenergie e.V. (1978-1996)
- IWB. Interessenverband Windkraft Binnenland e.V. (1985-1996)
- BWE. Bundesverband Windenergie e.V. (1996-2005).

Hinzu kommen diverse Bücher und Zeitschriften.

Die Unterlagen sind geschützt gelagert, jedoch nicht erfasst und damit nur schwer zugänglich.

Soll-Zustand

Für das Museum soll ein Archiv aufgebaut werden, um Unterlagen geschützt und platzsparend zu lagern und einer Nutzung und Erforschung zugänglich zu machen. Dafür müssen die Lagerstätten ausgeräumt und vorzugsweise mit Regalen versehen werden. Es soll Software genutzt werden, die bereits von anderen Museen oder Archiven genutzt wird, und über die der Zugang online über ein Verbundsystem erfolgt – hierfür wird das LWL-Archivamt zuerst angefragt. Das personalintensive Umpacken und Verzeichnen kann ggfls. nach Anleitung durch Ehrenamtler erfolgen oder komplett an einen Dienstleister vergeben werden. Eine Archivordnung legt nicht nur die Sammlungsschwerpunkte fest, sondern auch die Nutzungsmöglichkeiten unter Berücksichtigung von Datenschutzvorschriften.

Im Rahmen des Archivaufbaus sollen Zeitzeugeninterviews Informationen und Perspektiven aus der Geschichte der Windkraft und des Klimaschutzes besonders der Region geführt und gesichert werden (z.B. mit Frau Gansefort, Pionieren der Bewegung u.ä.).

4. Vernetzung und Tourismus

4.1 Anbindung/Anreise und Zielgruppen

Ist-Zustand

Das Museum liegt sehr ländlich etwa 35 km östlich der A1 und etwa 70 km nördlich der A33. Die nächsten beiden Bahnhöfe sind Lemförde (11 km) und Rahden (11 km), etwas weiter entfernt sind Osnabrück (43 km zum Hauptbahnhof) und die Kreishauptstadt Minden (43 km zum Bahnhof). Busverbindungen in Stemwede sind nicht existent, einzig Rufbusse können geordert werden. Fernreisende müssen zum Besuch des Museums also schon gezielt die Region oder das Museum selbst ansteuern, „Laufkundschaft“ durch erkennbare Ausschilde- rung an Autobahnen und die Möglichkeit kurzer Abstecher fallen aus.

Besser sieht es mit dem DWM als Naherholungsziel aus. Das Gelände befindet sich direkt an der Mühlenstraße, die an Wochenenden gerne von Radfahrenden genutzt wird und die dar- über das DWM teilweise entdecken. Auch mit dem Auto, das hier auf dem Land weite Ver- breitung hat, ist es gut erreichbar. Für Elektroautofahrende ist das DMW schnell zu finden, da seine Ladesäule in einschlägigen Apps gelistet ist.

Die Hauptklientel liegt also bei Menschen der Region, die das Umland und ihre Sehenswür- digkeiten per Rad oder per Auto erkunden. Vor Ort sind ausreichende Parkplätze und kos- tenlose Ladesäulen mit grünem Strom für Pedelecs, E-Bikes und E-Autos vorhanden. Derzeit läuft ein Antrag auf Finanzierung einer Schnelladesäule.

Soll-Zustand

Das Museum wünscht sich E-Räder (gebraucht), die an den Bahnhöfen Lemförde und Rahden aufgestellt werden, um von Gästen, besonders Schulklassen, für die Anreise genutzt zu werden. Von Minden oder Osnabrück könnte ein DWM-E-Bus Gäste abholen. Sofern das Museum auf längere Sicht mehr Besucherströme generiert hat, sollte über eine Buslinie an gut besuchten Wochentagen nachgedacht werde.

Bei der Anlage des Parkplatzes sollte auch berücksichtigt werden, dass es ggfls. Gruppen gibt, die mit Bussen anreisen. Zudem ist ggfls. an weitere Ladesäulen zu denken.

4.2 DWM als Location des Nahtourismus'

Ist-Zustand

Wie bereits eingangs festgestellt, ist das Museum kaum bekannt. Gezielt aufgesucht wird das Museum fast ausschließlich von Besuchergruppen, die sich aus dem Kontext Windkraft / Energiegewinnung rekrutieren. Einzelbesucher betreten das Gelände meist zufällig, da sie es z.B. als Radfahrende auf der Mühlenstraße entdecken.

Soll-Zustand

In einem ersten Schritt soll das Museum besser an den regionalen Tourismus angebunden werden und diesem mittelfristig ein Highlight ergänzen und ihn damit stärken. Für diese Klientel ist es sinnvoll, auf das DWM und zugleich weitere attraktive Einrichtungen in erreichbarer Nähe (Raum Stemwede, Kreis Minden Lübbecke und OWL, auch abhängig von der Verkehrsmittelnutzung der Besucher*innen) aufmerksam zu machen, so dass sie sich gemeinsam als Besuchstour eignen bzw. insgesamt Attraktivität auslösen. Auch muss sich das Museum besser in die Öffentlichkeitsarbeit von Tourismus Anbietern und Verbänden integrieren.

4.2.1 Umgebung des DWM

Das DWM soll Teil von regionalen Tourismusrouten bzw. Tourismusverbänden werden. Dabei richtet sich der Blick einerseits in Richtung Südwesten, auf den Kreis Minden-Lübbecke, dem Stemwede angehört, andererseits auf das unmittelbare Umfeld und damit auch nach Niedersachsen hinein. Das Deutsche Windkraftmuseum befindet sich am nord-östlichen Zipfel des Kreises Minden-Lübbecke, kurz vor der Grenze zu Niedersachsen. Neben einer kreisweiten Vernetzung kommt also auch eine Kooperation mit Tourismuszielen in der nahen Umgebung, unabhängig von den Landesgrenzen in Frage. In unmittelbarer Nähe (Entfernung mit Fahrrad bzw. Pedelec bis 20 km) befinden sich u.a. folgende, touristisch attraktive Einrichtungen:

- Dümmer See, Naturpark Dümmer (15 km)
- Rila. Erlebnisgastronomie und internationale Feinkost in Levern (12 km)
- Luftkurort Levern (in Planung)
- Museumshof Rahden (10 km)
- Gauselmann-Museum/Schloss Benkhausen (18 km)
- Life House (5 km)

Wünschenswert wäre ein Flyer und/oder eine Komoot-Reiseroute, federführend durch das Museum erstellt, entlang der dargestellten Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen, mit dem Museum als geografischem Zentrum. Es soll sich besonders an Radfahrende und Familien mit Kindern wenden.

4.2.2 Gemeinde Stemwede

Intensiviert werden muss der Kontakt zur Gemeinde Stemwede. Die Gemeinde muss Partnerin des Museums werden und aktiv ihren Beitrag zur Erreichung der Museumsziele leisten – im eigenen Interesse. Langfristig sollen die Worte Deutsches Windkraftmuseum und „Stemwede“ assoziativ verknüpft sein. Das DWM sollte einen eigenen Eintrag im Menü „Tourismus. Sehenswertes“ der Website der Gemeinde erhalten. Sinnvoll wäre es auch, enger mit dem Life-House zu kooperieren.

4.2.3 Kreis Minden-Lübbecke

Trotz bestehender Kontakte zur Kreisverwaltung, ist das DWM in keinem der Tourismusdruckschriften des Kreises vorgestellt, weder in der Ausflugskarte Teutoburger Wald (auch online), dem Radtourenplaner „Radfahren im Teutoburger Wald“, den Faltblättern „Mühlenkreis Minden-Lübbecke. Unsere schönsten Ausflugsziele“ und „44 Mühlen an der Westfälischen Mühlenstraße. Die Mühlenroute erleben“ oder der überregionalen Broschüre „Hallo Tourist – Osnabrücker Land, Weser & Schaumburger Land“. Selbst die Land-Art-Route 5 mit 25 Stationen im Raum Stemwede/Rahden bzw. aktualisiert im Magazin „Milla“ mit 32 Stationen führt nicht zum DWM. Das Magazin „Glück auf“ stellt Stemwede mit zehn sehenswerten Orten vor – ohne DWM. Ziel müsste es sein, hierin mit einer Titelstory zu erscheinen, sobald das DWM sichtbare Schritte im Erneuerungsprozess vollbracht hat, z.B. anlässlich der neuen Dauer Ausstellung. Die für Tourismus zuständige Mitarbeiterin im Kreis stet dem DWM durch seinen geplanten Erneuerungsprozess sehr offen gegenüber. Hier muss der Verein zukünftig aktiv werden und seine (Zwischen-) Ergebnisse vorstellen. Bzgl. der Einbindung in die Mühlenroute gibt es mittlerweile ausbaufähige Kontakte zum Mühlenverein bzw. der Deutschen Gesellschaft für Mühlenkunde und Mühlen-erhaltung e. V. (DGM) mit Sitz in Petershagen. Langfristig wäre es begrüßenswert, die 45. Station der Mühlenstraße zu werden. Ebenfalls Kontakt aufgenommen wurde zu Marketing-Verein „Die Sieben e.V.“ der westlichen Kommunen im Kreis (sog. Altkreis Lübbecke) inklusive Hille. Auch hier ist man dem DWM gegenüber sehr offen eingestellt. Vernetzung im Kreis findet jedoch nicht allein im Kontext Tourismus statt. Das Museum möchte sich als Kompetenzzentrum Energie auch in Projekte im Kreis einbringen und hier fachliche Impulse setzen. Derzeit wird der Kontakt zum Wasserstoff-Projekt „High Drive“ aufgenommen.

Vertreterinnen und Vertreter der genannten Einrichtungen und Kommunen sollen – sofern es die pandemische Lage erlaubt – im Sommer, spätestens Herbst 2021 zu einer Präsentation des Konzepts und des Museums nach Stemwede eingeladen werden. Bei einem Wiederholungstermin ein Jahr später sollen die Veränderungen vorgestellt werden. Auf längere Sicht und in Abhängigkeit von der in den nächsten Jahren getätigten Entwicklung des DWM ist eine Einbindung in die Tourismuslandschaft in OWL zu prüfen.

4.3 DWM als Museumsstandort

Ist-Zustand

Das DWM ist aktuell in der Kultur- und Museumszene nicht präsent. Wer gezielt Museen in der Region sucht, wird über einschlägige Seiten im Internet nicht auf das Museum stoßen. Ausnahme: Auf Wikipedia ist es gelistet, inkl. eigenen Eintrags:

https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_Museen_im_Kreis_Minden-L%C3%BCbbecke

https://de.wikipedia.org/wiki/Deutsches_Windkraftmuseum

Die eigene Seite ist nicht ausreichend frequentiert, um über Suchmaschinen hoch genug gelistet zu sein, um dieses Manko auszugleichen. Hiermit wird auf eine wichtige und gut frequentierte Informationsquelle für Interessierte von Freizeittouren verzichtet und zudem eine wichtige Klientel für den Tourismus nicht erreicht: die traditionellen Besucher*innen von Museen und Kultureinrichtungen.

Soll-Zustand

Das Museum muss intensiv vernetzt werden, d.h. in einschlägigen Webseiten, Apps und Publikationen gelistet sein, z.B.

http://www.museumsinitiative-owl.de/?page_id=20

<https://www.kulturfuehrer-owl.de/museen>

Überlegt werden sollte mittel- bis langfristig, ob an einem gemeinsamen Flyer aller eher technisch und/oder ökologisch ausgerichteten Museen im nord-östlichen Westfalen und nordwestlichen Niedersachsen (Museum für Energiegeschichten in Hannover, Heinz-Nixdorf-Museumsforum in Paderborn, Automaten-Museum u.a.) Interesse besteht. Ergänzend oder alternativ könnte das DWM versuchen, ein Netzwerk mit eigener Online-Präsenz von Energiemuseen zu schaffen (Museum für Energiegeschichten in Hannover, Windmühlenmuseum Gifhorn, Deutsches Erdölmuseum in Wietze/Celle, Braunkohlemuseum in Borken/Hessen, Energeticon Alsdorf, ggfls. Moorhus). Beides kann allerdings erst geschehen, wenn das DWM einen deutlich professionelleren Eindruck macht, denn Technikmuseen sind zumeist Unternehmensmuseen oder vom LWL betrieben und haben daher sehr hohe Standards. Als Marke DWM könnte es jedoch zukünftig durchaus durch seine Besonderheit punkten und damit als Partner attraktiv werden.

Der bislang zum LWL-Museumsamt aufgenommene Kontakt soll intensiviert und verstetigt werden. Für spezifische Fragen des Museums, vom Marketing über die Sicherung von Exponaten bis hin zu Maßnahmen zur Generierung von Einnahmen ist es hilfreich, mit Fachleuten der Branche zu besprechen, die einen guten Überblick und Detailsichten in die Organisation von Museen haben. Auch Fortbildungen des LWL können ggfls. von Vereinsmitgliedern besucht werden. Hierdurch soll neben der fachlichen Expertise auch das Know-how in Sachen Museumsbetrieb gestärkt werden. Denn es geht nicht allein darum, eine attraktive Freizeiteinrichtung mit umweltpädagogischem Anspruch zu sein, sondern die Kernaufgaben von Museen mit Leben zu füllen: Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln. Hierfür ist das LWL-Museumsamt der richtige Ansprechpartner und hat sich dem DWM gegenüber als sehr aufgeschlossen gezeigt.

4.4 Energieautarker Mikrokosmos. Das DWM als Klimaschutzeinrichtung

Ist-Zustand

Das Museum ist bereits jetzt energieautark und speist sich aus Photovoltaik und Windenergie. Kostenlose Ladestationen, gespeist aus grüner Energie, bieten auch Besucherinnen und Besuchern praktisch nutzbare Klimafreundlichkeit. Eine Schnelladestation ist derzeit in Planung, ebenso ein Energiezaun im Osten aus Photovoltaik. Darüber hinaus präsentiert das Museum Energiepflanzen wie den Miscanthus (Elefantengras) oder die Durchwachsene Silphie und damit eine Form nachwachsender Rohstoffe zur Energiegewinnung.

Soll-Zustand

Die klima- und umweltfreundliche Ausrichtung soll weitergeführt und intensiviert werden. Der Ansatz, als Windkraftmuseum neben Windkraft und weiteren grünen Energien auch botanisches Energieneuland zu betreten soll dafür Pate stehen. Das Museum soll in jedem Detail die möglichst energieeffizienteste Variante wählen und darüber aufklären. Ob dies nun für die Pflasterung der Wege gilt, den Druck von Werbematerialien oder die Gestaltung einer Sitzcke. Diese Selbstverpflichtung muss für Besucher erkennbar dargestellt sein, z.B. durch

einen Objekttext. In Ausschreibungen an Drittanbieter muss auf den Vorzug klimaschonender Materialien und Verfahren ebenso hingewiesen werden wie auf die vorzugsweise Nutzung regionaler Anbieter und Zulieferer.

Darüber hinaus soll sich das DWM an nachhaltigen Projekten beteiligen, wie z.B. den Wandeltagen in der Region v. 27.08.-05.09.2021 (<https://wandel.17plus.org>).

4.5 Aufenthaltsqualität. Das DWM als Freizeiteinrichtung

Ist-Zustand

Als Kultur- und Freizeiteinrichtung betrachtet fehlt es dem Museum an Rückzugs- und Nutzungsräumen für verschiedene Zwecke.

Soll-Zustand

Das Anliegen des DWM ist Ernst, aber es sollte mit Leichtigkeit vermittelt werden. Das Gelände soll auch Besucherinnen und Besucher ansprechen, die keine Liebhaber der Windenergie sind, dennoch aber etwas inhaltlich mitnehmen sollen und sich damit eingeladen fühlen sollen. Auf die Klarheit bei der Aufteilung des Geländes durch eine besseren Informationsstruktur per Leitsystem wurden bereits eingegangen. Wünschenswert wären folgende Nutzungsmöglichkeiten auf dem Gelände:

- Öffentliche Toiletten. *Eine Biokompost-Toilette als Alternative wäre eigentlich sehr passend, wirkt aber leider eher rückwärtsgewandt. Oder gibt es moderne Formen davon?*
- Eine wettergeschützte Picknick-Ecke bzw. ein Biergarten (vgl. Abschnitt Gastronomie) ermöglichen es insbesondere Radfahrenden, Pause zu machen und ihr mitgebrachtes Essen oder im Museum bezogene Snacks einzunehmen. Ein selbst betriebener Getränkeautomat sorgt für kalte Getränke per grünem Strom auch im Sommer.
- Eine Spielecke bzw. ein kleiner Spielplatz, vorzugsweise mit Windkraftelementen, ermöglicht es jungen Familien, Museumsbesuch und Kinderunterhaltung zu kombinieren. Ggfls. kann langfristig an gut besuchten Tagen oder parallel zu Besuchsgruppen oder öffentlichen Führungen (s.u.) eine Kinderbetreuung eingerichtet werden.
- *Glasdach?*
- An der Straße Mühlheide sollte ein Parkplatz für Pkw erstellt werden, der auch Möglichkeiten für Busse bietet, damit der Platz auf dem Hof für Radfahrende und Nutzer*innen der Ladesäulen reserviert werden kann. Ggfls. sollten auch auf dem Parkplatz weitere Ladesäulen angebracht werden, so dass die Parkplätze auf dem Hof für Mitarbeitende und Schwerbehinderte frei bleibt. Ansonsten soll der Hof den Radfahrenden dienen mit Anlehnbügel und zumindest einige überdachten Radstellplätze. Auf längere Sicht wäre es wünschenswert, eine Radservicestation am Gelände und damit direkt an der Mühlenroute zu installieren.
- Überlegt werden sollte, ggfls. einen Wohnmobilstellplatz oder gar einen kleinen Campingplatz bereit zu stellen. Duschen könnten zusammen mit den öffentlichen Toiletten in Holzbauweise aus regionalem Borkenkäferschadholz errichtet werden.

4.6 Museumsshop und Gastronomie

Ist-Zustand

Das Museum verfügt derzeit weder über einen Empfang, noch über einen Shop, noch über die Möglichkeit, Getränke oder Essen zu sich zu nehmen.

Soll-Zustand

Sowohl für die Einnahmenseite, als auch für die Aufenthaltsqualität für die Besucher*innen wäre es wünschenswert, mit einer kleinen Restauration sowie einem Shop attraktive Ergänzungen zur Dauerausstellung zu schaffen. Aufgrund des dann nötigen Personals sollten beide Bereiche gemeinsam gedacht werden, da der Personalaufwand für lediglich ein Angebot vermutlich zu hoch wäre, um mindestens kostendeckend zu wirtschaften.

Das Angebot von Snacks bietet für Gäste die Möglichkeit, eine gezielte Rast vor Ort im Picknickbereich zu machen und frische Nahrungsmittel zu erhalten. Dabei sollte ein kleines, aber gut gemischtes Angebot von regionalen (klimafreundlichen) Nahrungsmitteln geboten werden, neben Kuchen, belegte Brote (an Backtagen von in Mühle gebackenem Brot) und auch gesunde Nahrungsmittel wie Salat von einer Salatbar. Die Gastronomie könnte mindestens in der Saison am Wochenende und je nach Bedarf später auch an einzelnen Tagen in der Woche geöffnet sein.

Auch der Shop sollte sich auf Windkraft-Produkte und regionale Produkte verschiedener Art konzentrieren. Wünschenswert wäre, an den Objekten des Museums ein Windkraft-Quartett¹ zu entwickeln, ggfls. in Zusammenarbeit mit der Firma Ravensburger. Im Programm enthalten sein könnten auch Windspiele, insbesondere ein an das Logo angelehnte, Modelle von Mühlen und Windrädern, Kühlschrankschrankmagnete mit Sprüchen gegen den Klimawandel, Fachbücher und Kinderbücher zur Wissensvermittlung. Hinzu kommen regionale Produkte wie ausgewählte touristische Objekte oder besondere Produkte wie Wollprodukte aus dem kleinen Wollladen in Rahden oder von der Schäferei Stücke in Löhne. Wünschenswert wäre, dass der Shop auch im Umland auf Interesse stößt und damit möglichst ein weiteres Publikum mit dem Museum vertraut macht.

¹ Vgl. <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.kartenspiele-warum-spielt-niemand-mehr-autoquartett.011ba369-725e-40ac-9df1-9d21b7946d5f.html>.

5. Vermittlung. Ausstellungen, Führungen, Veranstaltungen

5.1 Dauerausstellung

Ist-Zustand

Die einzige Ausstellung bisher ist die frei zugängliche Dauerausstellung auf dem Freigelände. Für inhäusige Ausstellungen und Sonderausstellungen fehlt, wie oben dargestellt wird, derzeit ein Gebäude.

Die Dauerausstellung spricht von ihrer Konzeption her ausschließlich Menschen an, die an Windenergie-technik interessiert sind. Es gibt keine räumliche oder thematische Untergliederung und keine Breite in den Vermittlungsthemen. Zudem ist sie mit zehn Exponaten (korrekt?) recht überschaubar, auch wenn diese dank ihrer Größe und technischen Differenzierung durchaus beeindruckend sind.

Soll-Zustand

Die Dauerausstellung soll erweitert werden und zwar hinsichtlich der Anzahl der Objekte, vor allem aber auch hinsichtlich der Vermittlungsthemen, um die Zielgruppe deutlich zu erweitern. Sie soll ein Fundus für Windkraftliebhaber bleiben, zugleich aber politische, ökologische oder regionale Aspekte rund um Windkraft, grüne Energien, Klimawandel und Klimaschutz. Die Dauerausstellung muss sich also inhaltlich und ggfls. räumlich breiter aufstellen.

Eine überarbeitete Dauerausstellung sollte das Gelände in differenzierte Themenräume untergliedern und auch landschaftsplanerisch gut durchdacht sein. Eine genauere Konzeption muss in den nächsten Monaten erstellt werden und könnte folgende Themenräume enthalten:

- Kurzüberblick Geschichte der Windkraft, ihre Rolle im Energiemix, grobe Zahlen und Daten, ggfls. Verweise auf die Themen der Ausstellung; Vorstellung zentraler Techniken von Windkraftanlagen
- Windkraftanlagen und ihre Techniken (Großexponate, auf dem Gelände verteilt)
- Verfahren der Energiegewinnung und ihre Vor- und Nachteile (Öl, Steinkohle, Braunkohle, Torf, Atomenergie, Photovoltaik, Windenergie, Wasserstoff etc. im Vergleich)
- Pioniere der Windkraft in der Region, vorzugsweise mit einige Beispielanlagen, ggfls. auch als Modelle oder über Fotos repräsentiert (biografischer Ansatz für Interessierte an der Region)
- Der Klimawandel und die Klimawende: Einige weniger schöne Szenarien über die Entwicklung des Klimawandels und einige schöne Erfindungen und Best Practice-Beispiele, diesen aufzuhalten (nur fragmentarisch, ohne Anspruch auf Vollständigkeit)
- Für und Wider Windkraft – Ergebnisse wissenschaftlicher Untersuchungen über das Sterben von Vögeln, die Folgen von Schattenwürfen u.ä. Kritikpunkten vs. ihrem Nutzen und den technischen Verbesserungen
- Flügelausstellung: Flügel von Windkraftanlagen sprechen Bände über die Geschichte und Weiterentwicklung moderner Windkraftanlagen
- der Energiegarten (Energiepflanzen verschiedener Art, entweder als geschlossener Garten oder verstreute Pflanzen, Abgrenzung zwischen Bereich der Dauerausstellung. Schön wären solche Pflanzen am Rand des Biergartens/Picknickbereichs)
- Blick über den Tellerrand: Regelungen und Umgang mit EE in anderen Ländern

- Praktischer Klimaschutz: Maßnahmen in Haus und Garten zum Schutz des Klimas (Mietersolar, Energiezaun, Holzbauweise, Niedrigenergiebauweise ..., auch Lösungen, die nicht von der Stange kommen)
- Entstehung des EEG und politische Themen (Braunkohlekumpel, Atomausstieg usw.)

Die Großexponate können aufgrund ihrer Größe und des nötigen Abstands nicht als Gruppe auftreten, fallen aber auch als Einzelstücke im Raum verteilt ausreichend auf. Dabei sollten die Tafeln so gestaltet werden, dass Besucher*innen leicht zwischen zentralen Grundlageninformationen für Laien und vertiefenden technischen Angaben für Technikliebhaber unterscheiden können.

5.2 Sonderausstellungen, Wanderausstellungen

Ist-Zustand

Derzeit sind Sonderausstellungen nicht möglich.

Soll-Zustand

Sofern noch kein Ausstellungsgebäude existiert, kann das Museum ggfls. überlegen, mit kleinen Wanderausstellungen bereits auf bestimmte Themen und auf das Museum aufmerksam zu machen. Diese sollten aber wohl überlegt und ansprechend gestaltet sein und sind entsprechend aufwendig.

Sobald das Gebäude wie oben dargestellt errichtet ist, können zwei bis drei Sonderausstellungen je Jahr zu unterschiedlichen Schwerpunktthemen sowie aktuellen Debatten durchgeführt werden. Von Fotoausstellungen über partizipative Ausstellungen über Windenergieanlagen und ihre Diskussionen darum in der Region bis hin zu historischen Ausstellungen zu Ideen der Energiegewinnung in den 1950er Jahren, dem Jahrzehnt der Automatisierung. Partizipativen Ausstellungen, Ausstellungsbereichen oder ausstellungsbegleitenden Veranstaltungen soll dabei ein großer Stellenwert eingeräumt werden, um die Bevölkerung zu involvieren und einen demokratischen Meinungsaustausch zu fördern. Das Museum möchte hier seinem Anspruch als Umweltbildungseinrichtung gerecht werden.

5.3 Führungen und Workshops

Ist-Zustand

Das DWM bietet (bis zu den Corona-Einschränkungen) vor allem Gruppenführungen für Schüler*innen und Studierende oder andere geschlossene Gruppen an. Öffentliche Führungen wurden nicht angeboten. Die Führungen waren kostenfrei und wurden meist von einer Person vorgenommen.

Soll-Zustand

Gruppenführungen sollen weiterhin stattfinden und ausgeweitet werden. Ergänzend sollte einmal je Woche, vorzugsweise sonntags gegen 11:00 Uhr, eine öffentliche Führung angeboten werden, die sich an unterschiedliche Einwohner und Besucher, vor allem an „Laufkundschaft“ richtet. Ein fester Termin ohne Anmeldung ist für Besucher*innen einfach, unkompliziert und ohne Hemmschwellen einzurichten. Ein Schild am Straßenrand soll auf dieses Angebot hinweisen. Entsprechend verlässlich muss der Termin aber auch organisiert sein und sollte von mehreren Personen im Wechsel durchgeführt werden. Die Führung sollte kosten-

los sein, auf eine freiwillige Spende darf hingewiesen werden. Je nach Entwicklung der Einnahmensituation kann langfristig auch ein Guide bezahlt werden. Nach der Erweiterung der Dauerausstellung, insbesondere nach dem Aufbau des Ausstellungshauses, sollten auch Themenführungen stattfinden, die jeweils per Presse² und Newsletter und ggfls. Social Media angekündigt werden.

5.4 Öffentliche Veranstaltungen

Ist-Zustand

Das DWM führt (Stand vor den Corona-Einschränkungen) wöchentlich sonntags 10:15 bis 12:00 Uhr ein „Energiefrühstück“ durch. An diesem nehmen etwa 6-7 Personen regelmäßig teil. Von etwa 20-30 Personen besucht werden die monatlichen Fachvorträge im Energieforum. Sie drehten sich bereits jetzt nicht nur um das Thema Windkraft, sondern auch grüne Energie und Umweltthemen.

Soll-Zustand

Die Veranstaltungen sollen wieder aufgenommen und weitergeführt werden, Fachvorträge sollten mindestens monatlich auch in Pandemie-Zeiten online durchgeführt werden. Auch nach der Pandemie wäre es sinnvoll, eine Veranstaltung je Monat online durchzuführen. Hierfür bieten sich v.a. Formate wie Interviews an, weil keine Vortragsmanuskripte gezeigt werden müssen und sie auch als reine Audio-Versionen gut funktionieren für Menschen, mit schlechter Internet-Verbindung. Mitgeschnitten kann man sie später als Podcasts auf die Website nehmen und als Tondokument, ggfls. transkribiert, ins Archiv übernehmen. Das Museum sollte sich für die Online-Formate einen eigenen Zoom-Zugang zulegen.

Verbessert werden muss die Werbung, um größere Bekanntheit und Besucherzahlen zu entwickeln: Jede Veranstaltung muss mindestens in die Rubrik „Veranstaltungen“ in der lokalen Presse, aber auch in verschiedene Online-Veranstaltungskalender aufgenommen werden. Es sollte ein Newsletter über die Website des DWM und per Formular bei Präsenzveranstaltungen bestellbar sein, der mit kurzen Infos und Veranstaltungsankündigungen bestückt wird. Eine Übersicht über die Veranstaltungen sollte an der Straße ausgehängt werden, damit insbesondere Radfahrende erkennen können, dass das DWM lebendig ist.

Bei den Fachforen sollten immer mal wieder bekanntere Personen oder überregionale Gäste (z.B. Lesung mit Dirk Rossmann zu seinem Buch „Der neunte Arm des Oktopus“) geladen werden, um diese in der Presse per Artikel ankündigen und danach darüber berichten zu können. Durch Einzelberichte wie diese wird auch die gesamte Veranstaltungsreihe bekannter. Dabei sollte ein fester Name wie z.B. „Forum grüne Energie im DWM“ oder „Forum Energie-Dialog“ genutzt werden. Das Forum muss in Kreisen Energieinteressierter als relevante Größe bekannt werden und sollte damit auch für Studierende ein Ort werden, ihre Forschungen und Arbeiten zu präsentieren, so dass neue Ideen und Forschungsergebnisse aus den universitären Kontexten in Stewede landen. Dies bringt ggfls. Nachwuchs an Engagierten für das Museum und den wissenschaftlich-technischen Beirat. Zugleich sollten die Veranstaltungen so vielfältig bleiben wie sie sind, Umweltthemen und gesellschaftspolitische Fragen mit einbeziehen und auch Tüftlern und Nischenthemen ein Forum bieten, so dass ein breites Publikum angesprochen wird.

² NW, WB, Diepholzer Kreisblatt, div. Online-Magazine.

5.5 Sonderveranstaltungen

Ist-Zustand

Das Museum hat bis 2013 zwei Vereinsfeste je Jahr durchgeführt, die vor allem zum Ziel hatten, Einnahmen zu generieren. Solange eine als „Tanz in den Mai“ in Kombination mit der „Energiesmesse“ durchgeführt wurde, war dies auch recht erfolgreich, musste dann jedoch eingestellt werden, weil der Aufwand den Ertrag bei weitem nicht mehr deckte.

Einmal jährlich wird gemeinsam mit dem Solarenergieverein Osnabrück und dem Windenergieverband eine Busfahrt organisiert, z.B. zur Ausstellung „Energiewenden“ in Bochum oder zum Erdölmuseum in Wietze (letztere musste wegen Corona abgesagt werden).

Soll-Zustand

Die Busfahrten sollen so weiterbetrieben werden wie vor den Corona-Beschränkungen, auch als Weiterbildung für die eigenen Mitglieder. Die Vereinsfeste bedürfen einer Neuaufgabe: Es sollte geprüft werden, inwiefern es nicht gemeinsam mit dem Life House eine „Stemweder Sommerparty“ geben könnte. Sie sollte alle Einwohner*innen ansprechen und als Gemeindefest begriffen werden, das vom DWM und Life House und damit den beiden zentralen Kultureinrichtungen vor Ort für die Gemeinde organisiert wird. Sie muss nicht spektakulär, aber gesellig sein und sollte möglichst Samstag bis Sonntag stattfinden. Hier kann auch um weitere ehrenamtliche Mitarbeit geworben werden, spezifisch für bestimmte Aufgaben durch beide Einrichtungen. Sie könnte abwechselnd am Life House und am DWM stattfinden, vor allem, wenn am DWM der Biergarten/die Picknickecke eingerichtet ist.

Alternativ oder ergänzend könnte das Museum überlegen, einmal im Jahr einen „Regionalmarkt“ zu veranstalten. Hier können ökologisch und biologisch arbeitende Landwirte und Handwerksbetriebe sich präsentieren und ihre Produkte anbieten, ebenso wie Künstler*innen oder Vereine sich bekannt machen. Infostände der Verbraucherzentrale oder weitere Fachleute klären über praktische Fragen der Energienutzung auf und natürlich gibt es Führungen durch die Ausstellung.

Ggf. kann auch die Idee einer Energiesmesse wieder aufgenommen werden. Hier sollte jedoch die Kooperation mit dem Kreis und dem Klimabündnis Mühlenkreis gesucht werden.

5.6 Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche

Ist-Zustand

Das DWM hat einen pädagogischen Arbeitskreis, der gerade ein Konzept für Führungen und Workshops mit Kindern entwickelt. Zudem gibt es Pläne, mit Kindern gemeinsam eine funktionierende Windmühle zu bauen und es wurde bereits ein Experimentiertisch konzipiert, für den derzeit nach Fördergeldern für die Umsetzung gesucht wird.

Soll-Zustand

Die Entwicklung soll fortgeführt werden. Die Angebote für Kinder und Jugendliche sollen die technischen, historischen und gesellschaftspolitischen Kontexte rund um Windkraft und Energiegewinnung sowie Umweltthemen (Umweltbildung) abdecken. Dazu gehört auch eine Förderung von Interesse an MINT-Fächern, wobei im Vordergrund stehen soll, den Kindern und Jugendlichen Spaß, Neugier und das Bewusstsein praktischer Relevanz an diesen Themen zu vermitteln.

5.7 Kooperationsveranstaltungen / Ferienfreizeiten

Ist-Zustand

Das DWM hat in den letzten Jahren zunehmend Kontakt mit anderen Vereinen und Einrichtungen im Kreis bzw. der regionalen Umgebung aufgenommen. Diese Vernetzung soll intensiviert werden.

Soll-Zustand

Mit folgenden Einrichtungen und Projekten strebt das DWM aufgrund inhaltlicher Nähe eine langfristige Zusammenarbeit, vor allem in pädagogischen Fragen, an:

- Moorhus (NABU)
- Pohlsche Heide
- Mühlenverein
- Solarenergieverein Osnabrück
- High Drive
- Wald und Holz
- Biostationen
- usw.

Wünschenswert wäre es, mit verschiedenen Trägern gemeinsam „Kinderfreizeiten“ durchzuführen, die an verschiedenen Orten zu verschiedenen, aufeinander abgestimmten Themen (Moor/Torf, Müll/Recycling, Windenergie/Backen, Windenergie/Klimawandel, Wald/treibhausgase, Biotope/Renaturierung...) gantztägig unter Einbeziehung von Bewegung durchgeführt werden. Solche Veranstaltungsreihen in kürzerer Form könnten auch für Schulklassen und vor allem für Kinder benachteiligter Bevölkerungsschichten angeboten werden. Es wäre schön, wenn das DWM hier federführend aktiv würde.

5.8 DWM Energie-Kongress / Energiekongress der Energiemuseen

Ist-Zustand

Das Museum hat bereits viele Kontakte in die Windenergieszene und genießt in diesen Kreisen ausreichend Aufmerksamkeit, um wöchentliche Veranstaltungen zu füllen. Was fehlt sind überregional beachtete Veranstaltungen, die dem Namen „Deutsches Windkraftmuseum“ gerecht werden.

Soll-Zustand

Das DWM, ggfls. in Kooperation mit anderen Einrichtungen oder als Teil eines Verbundes (z.B. „Netzwerk Energiemuseen“) sollte längerfristig einen jährlich stattfindenden „Energiekongress“ durchführen. Startjahr könnte das Jahr nach der Eröffnung des Ausstellungshauses sein. Bis dahin muss außerdem der Kontakt in die Wissenschaft intensiviert worden sein.

6. Langfristige Perspektive und Finanzierung

6.1 Finanzielle Ausstattung

Ist-Zustand

Das Museum führt derzeit alle Veranstaltungen und Führungen ohne die Einnahme von Entgelten durch. Auch der Besuch der Dauerausstellung ist kostenlos. Der Mitgliedsbeitrag der Vereinsmitglieder in Höhe von 12 € je Jahr ist zu gering, um zu einer stabilen Einnahmestruktur beizutragen. Es gibt einige regelmäßige Spenden, ansonsten lebt das Museum durch unregelmäßige und vor allem projektbezogene Spenden, die dank der guten Vernetzung in der Windkraftbranche nicht unerheblich sind.

Wie die Einnahmen sind auch die Ausgaben überschaubar: Miete für das Energieforum oder den Aufstellungsplatz der Dauerausstellung entsteht nicht, da das Museum die Räume und Flächen der Firma Winkelmann kostenlos nutzt, die damit der größte Förderer des Museums ist. Es gibt kein Personal; der Verein bestreitet seine Tätigkeiten auf rein ehrenamtlicher Basis, wobei seit der Gründung eine merkliche Alterung der Mitglieder eingetreten ist.

Soll-Zustand

Das DWM benötigt längerfristig eine gesicherte Basisfinanzierung, um ein grundlegendes Angebot mit fachlich qualifiziertem Personal bereitstellen zu können. So ist eine öffentliche Führung derzeit nicht umsetzbar, da nicht ausreichend ehrenamtliche Personen zur Verfügung stehen, um diese zuverlässig einmal wöchentlich (in der Saison) durchzuführen. Das Museum will sich in die Lage versetzen, durch regelmäßige Spenden und/oder Entgelte bei Führungen ausreichend Einnahmen zu erzielen, um für die Durchführung von Veranstaltungen (Führungen, Vorbereitung der Forumsveranstaltungen, ggfls. Werbung) Personal rekrutieren zu können, das sich möglichst auch gegenseitig vertreten kann. Zudem sollen diese in Zusammenarbeit mit ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen die Vermittlungsaktivitäten ausbauen.

Eine genauere Preiskalkulation ist noch vorzunehmen: Da die Dauerausstellung keinen Eingang hat, wäre zu überlegen, nur Führungen entgeltpflichtig zu machen und das Gelände ggfls. mit einer gut gesicherten Spendendose zu versehen. Auch Veranstaltungen sollten gegen kleines Entgelt stattfinden, zumal zukünftig auch Honorare für einige prominentere Referent*innen einkalkuliert werden sollten. Auch über den Getränkeverkauf/freiwillige Spende für Getränke können Einnahmen generiert werden.

Eintrittsgelder bzw. Entgelte für Vermittlungsangebote sorgen auch dafür, dass man Besucherstatistiken führen kann, was für jedes Museum als Erfolgskontrolle und gegenüber Geldgebern langfristig unerlässlich ist. Inwiefern auch auf einem Freigelände eine Besucherzählung eingerichtet werden kann, sollte mit dem LWL-Museumsamt besprochen werden, ebenso wie die gesamte Thematik der Entgelte für Angebote.

Das DWM kann sich zudem vorstellen, eine Gliederung des Kreises oder des LWL zu werden und sich damit organisatorisch ganz neu aufzustellen.

6.2 Personelle Ausstattung

Ist-Zustand

Der Verein zählt über 100 Mitgliedern, die Zahl der Aktiven liegt etwa bei zehn. Derzeit läuft eine Ausschreibung im Rahmen des Bundesfreiwilligenprogramms. Gemäß Bewerberlage ist davon auszugehen, dass ab Sommer 2021 ein „Bufti“ ein Jahr in der allgemeinen Verwaltung des Museums tätig wird.

Soll-Zustand

Je stärker sich das DWM als Museum in der Region etablieren wird, je mehr also angeboten wird und damit organisiert werden muss, desto schwieriger wird es, das Museum lediglich über ehrenamtliche Kräfte zu betreiben, da diese auch nicht über Gebühr belastet werden sollen. Personal wäre bereits kurzfristig (je nach Entwicklung der Corona-Situation) schon ab Sommer 2020 im Bereich Führungen sinnvoll, hier wäre an den Bufti gemeinsam mit einer Honorarkraft zu denken. Mittelfristig ist auch an die Bereiche Shop, Restaurant, Einlass für das Ausstellungshaus und Reinigung zu denken. Eine professionelle Leitung des Museums wäre wünschenswert, wird aber zum jetzigen Zeitpunkt als nicht realistisch eingeschätzt.

Wo steht das DWM 2027? Ein Ausblick mit Augenzwinkern

Ein Blick in die Zukunft im Jahr 2027: Das DWM ist ein regional bekanntes Museum und zieht regelmäßig vor allem Familien und Radtouristen aus NRW und Niedersachsen an. Aber auch aus dem Bundesgebiet kommen Gäste und immer mal wieder Reisebusse mit Gruppen. Neben den 30 ausgestellten Objekten im Rahmen einer erweiterten Dauerausstellung mit historischen und politischen Aspekten zum Thema Energie und Klimawandel begeistert die Besucherinnen und Besucher auch das begehbare Magazin und die Restaurierungswerkstatt in einer großen mehrteiligen Halle. Für wiederkehrende Besucher*innen sorgen die zwei Wechsausstellungen in der Ausstellungshalle, die 2023 von Wilhelmshaven nach Stemwede zog. Der Parkplatz ist meist voll, ebenso der Wohnmobilstellplatz und bei gutem Wetter auch der Biergarten.

Es gibt zwei Honorarkräfte, die zusammen mit dem pädagogischen Arbeitskreis die Vermittlung organisieren. Der technische Beirat kümmert sich gemeinsam mit einem 450 €-Mitarbeiter um die Veranstaltungen – eine online- und eine Präsenzveranstaltung je Monat – und den Austausch mit der Wissenschaft. Zudem gibt es vier Mitarbeiter*innen, die sich um den Shop, den Einlass und die kleine Restauration kümmern. Letztere liefert Salat, kleine Snacks und Kuchen, die durch regionale ökologisch wirtschaftende Gasthäuser und Bäckereien geliefert und von Vereinsmitgliedern für den Verkauf im Museum zubereitet werden. Der Shop ist Samstags, Sonntags und Mittwochs nachmittags geöffnet. Hier kann man regionale Nahrungsmittel und Non-Food-Produkte kaufen, ebenso wie Bücher und Objekte rund um das Thema Klimawandel und Windkraft.

Im Hintergrund ist eine große Baustelle erkennbar: Hier wird das neue Windrad mit begehbare Aussichtsplattform in 110 Meter Höhe mit Fahrstuhl gebaut. Ab 2028 wird die Schlange davor zum gewohnten Bild in Stemwede.

