



MUSEALOG 2024 II

## Schiffahrtsmuseum Unterweser

### PROJEKTENTWÜRFE

---

#### Schiffahrtsmuseum Unterweser

- Museumsleiterin  
Dr. Christine Keitsch
- Betreuerin MUSEALOG:  
Dr. Christine Keitsch
- Kontakt:  
Schiffahrtsmuseum der oldenburgischen Unterweser e.V.  
Breite Straße 9  
26919 Brake  
Telefon: 04401 67 91  
E-Mail: keitsch@schiffahrtsmuseum-unterweser.de

#### Auszeichnungen:

- Museumsgütesiegel 2011-2018 und 2020-2026
- Förderpreis der VGH-Stiftung Museumspädagogik 2015

#### Sammlungsschwerpunkte:

- Schifffahrtsgeschichte
- Schifffahrt unter der Handelsflagge Oldenburgs
- Maritime Ausbildung
- Handels-, Kolonial- und Wirtschaftsgeschichte
- Maritime Sozialgeschichte
- Stadt- und Hafengeschichte

#### Dokumentationsprogramm:

- FirstRumos

#### Verkehrstechnische Anbindung:

- Über die A7 von Bremen, den Wesertunnel und die B212 per PKW
- Anbindungen per Bus über Bremerhaven und Oldenburg, jeweils ca. 35 km
- Gute Zuganbindung über Bremen, ca. 50 km

#### Wohnraumsituation / Vermieteradressen

- Wohnungen sind auf dem Wohnungsmarkt verfügbar, u. a. Direktanfrage über die „Wohnungsbau-Gesellschaft Wesermarsch“. Gern unterstützt das Museum bei der Wohnungssuche.

## **Sonderausstellung: Mythos Meer – Von Seeungeheuern und Fabelwesen**

Die Seefahrt vergangener Zeiten war stets auch von Ungewissheiten und Mythen begleitet. Zahlreiche Illustrationen von Karten und Atlanten bilden das ab: Dekorativ zieren unterschiedlichste Ungeheuer und Fabelwesen die Drucke und zeugen damit nicht nur von der regen Phantasie ihrer Produzenten, sondern auch von Ängsten und Mythen, die mit solchen Seereisen verbunden waren. Bis heute werden die Weltmeere mit ihren blauen, unwägbar und größtenteils noch unerforschten Tiefen auch mit Grusel vor dem Unbekannten verbunden. Bilder und Filme von vermeintlichen „Seemonstern“ gehen bis heute in den sozialen Medien viral. Die Sonderausstellung will sich auf spielerische Weise diesen Mythen und „Monstern“ nähern und sich mit ihnen beschäftigen. Ein umfangreiches Rahmenprogramm soll das Projekt abrunden.

### **Arbeitsaufgaben:**

- Gemeinsam mit der Projektleitung soll die Ausstellung organisatorisch und inhaltlich mit vorbereitet werden. Dabei liegt der Fokus auf der Erarbeitung begleitender, museumspädagogischer Aktionen.
- Darüber hinaus soll das Projekt im Rahmen einer Social-Media-Kampagne schon während der Vorbereitungen aktiv medial in Szene gesetzt werden.

### **Projektergebnis:**

- Fertigstellung der Sonderausstellung
- Erarbeitung mindestens einer museumspädagogischen Aktion zum Thema
- Entwicklung und Durchführung der Social-Media-Kampagne

### **Gewünschte Studienfächer, bzw. Praxiserfahrungen:**

- Erfahrungen in den Bereichen wissenschaftliche Recherche, Texterstellung, Social Media und Museumspädagogik erwünscht.

### **Sonstiges:**

- Das Projekt ist für zwei Musealog\*innen geeignet.

### **Laufzeit des Projektes:**

- 6. 2024 bis 1. 3. 2025

### **Projektbetreuer\*in:**

- Dr. Christine Keitsch, Ulrich Thul

## Fokus Industrial Maritime Heritage

Die Wesermarsch verfügt traditionell über ein umfassendes maritimes und industrielles Kulturerbe. Häfen, Industrie- und Schiffbaubetriebe aber auch Schifffahrt und nicht zuletzt die maritime Ausbildung als nicht materielles Kulturerbe spielen seit dem ausgehenden 18. Jahrhundert eine bedeutende Rolle. Auch heute noch ist beispielsweise der Standort Brake der zweitgrößte niedersächsische Seehafen. Der Standort Elsfleth heute einer der größten maritimen Ausbildungsplätze Europas mit eigenem Schulschiff. Das reiche Kulturerbe spiegelt sich jedoch in der gesamten Region in erhaltenen Profanbauten, Industrie- und Hafenanlagen wider. Viele davon sind heute als „Lost Places“ zu bezeichnen und drohen aus der Erinnerungskultur der Region zu verschwinden. Mit dem Projekt soll Aufmerksamkeit für diese Zeugnisse der wirtschaftlichen Vergangenheit erzeugt und zugleich Strategien entwickelt werden, attraktive touristische Angebote zu formulieren.

### Arbeitsaufgaben:

- Beispiele des regionalen maritim-industriellen Kulturerbes definieren, die für die interessierte Öffentlichkeit als Leitobjekte für das Projekt kommuniziert werden können.
- Zu diesen Objekten eine Vermittlungsstrategie entwickeln und umsetzen, die für weitere Projekte als maßgeblich gelten kann.

### Projektergebnis:

- Entwicklung einer Projektstruktur für die Vermittlung und touristische Vermarktung von Industrial Maritime Heritage, einschließlich Social Media, Flyer/Broschüre, touristisches Gesamtangebot mit enger Anbindung an das Museum und die touristischen Einrichtungen vor Ort.

### Gewünschte Studienfächer, bzw. Praxiserfahrungen:

- Erfahrungen in den Bereichen wissenschaftliche Recherche, Texterstellung, Social Media und Vermittlung sowie Gästeführungen und industrielles Kulturerbe.

### Sonstiges:

- Das Projekt kann als Pilot für ein geplantes EU-Projekt genutzt werden

### Laufzeit des Projektes:

- 1. Juni 2024-1. März 2025

### Projektbetreuer\*in:

- Christine Keitsch