

## Exkursionsbericht 2004

### “Geschichtsverliebte Briten? Modernes Museumsmanagement am Beispiel von Beamish”

Prof. Dr. Bernd Lenz  
Lehrstuhl für Anglistik/British Studies



<b>Autor:</b>	Marion Lischke, Annika Wingbermhühle
<b>Matrikelnummer:</b>	*****
<b>Studiengang:</b>	Diplom-Kulturwirt
<b>Semester:</b>	06
<b>Adresse:</b>	Passau Oldenburg
<b>E-mail:</b>	marion.lischke@web.de annika.wingbermuehle@web.de

# Inhaltsverzeichnis

A. Erlebte Tradition .....	2
B. Ein Freilichtmuseum für England .....	3
I. Beamish - Geschichte zum Anfassen.....	3
I.1 Eine Idee wird Wirklichkeit .....	3
I.2 Allgemeine Konzeption .....	4
I.3 Das Erbe von Frank Atkinson .....	6
II. Besucherstruktur .....	8
III. Lebendige Geschichtsvermittlung .....	12
III.1 Menschen statt Schilder.....	12
III.2 Ausbildung und Sicherheit .....	15
IV. Modernes Museumsmanagement.....	18
IV.1 Die Schatzkammer der Region .....	18
IV.2 Marketing und Events .....	22
IV.3 Finanzierung - unbezahlbare Freunde.....	25
IV.4 Das „junge“ Beamish .....	28
IV.5 Preise und Presse.....	32
V. Geschichte mit Zukunft.....	34
C. Beamish - ein außergewöhnliches Museum .....	36
D. Anhang .....	37
E. Literaturverzeichnis.....	38

## **A. Erlebte Tradition**

Beamish ist eines der bekanntesten Freilichtmuseen Europas. Erst im Jahr 1971 eröffnet, hatte es zunächst einen geringen Bekanntheitsgrad und die Besucher stammten vor allem aus der Region. Vor allem die prestigeträchtigen Titel „European Museum Of The Year“ und „Living Museum Of The Year“ verhalfen Beamish aber zu überregionaler Akzeptanz. Heute ist Beamish international renommiert für ausgezeichnete Ausstellungsobjekte, umfassende Sammlungen und die exakte Interpretation und Darstellung von Geschichte. Es hat sich zur „Schatzkammer der Region“ entwickelt, die das soziale, industrielle und landwirtschaftliche Erbe bewahrt und Interessenten zugänglich macht.

In Durham und Newcastle stößt man schon in Pubs, Restaurants und vor allem in der Touristeninformation auf Beamish. Verschiedene Flyer laden zum Besuch ein oder informieren über zahlreiche Gruppen, die Beamish zum Beispiel als Freundeskreis oder Club unterstützen. In lokalen Zeitschriften, im Fernsehen und im Radio ist Beamish immer wieder präsent. Neben dem Auftrag, die Geschichte der Region zu bewahren, wird hier auch die Bedeutung von Beamish als Arbeitgeber und Touristenattraktion deutlich.

Genau diese Mischung aus geschichtlicher, kultureller, wirtschaftlicher und touristischer Bedeutung hat uns neugierig gemacht und dazu geführt, dass wir mehr über Beamish in Erfahrung bringen wollten. In unserem Exkursionsbericht werden wir die Faktoren untersuchen, die Beamish in kurzer Zeit zu einem derart international geachteten, prämierten und anerkannten Museum machten. Nach einem Überblick über Entstehung, Art und Philosophie von Beamish werden wir die Besucher- und Mitarbeiterstruktur von Beamish analysieren und dabei insbesondere auf das Museumsmanagement eingehen. Hier finden sich einige langjährige Mitarbeiter, die uns neben laufenden Projekten auch die anfänglichen Probleme des Museums sowie zukünftige Projekte näher bringen können.

## **B. Ein Freilichtmuseum für England**

### **I. Beamish - Geschichte zum Anfassen**

#### **I.1 Eine Idee wird Wirklichkeit**

Die Mission von Beamish ist, als dynamisches Museum die Geschichte der Bevölkerung im Nordosten Englands darzustellen. Das Personal ist sich einig, dass die Besucher informiert, weitergebildet, gefesselt und unterhalten werden sollen, um zu begeisterten Fürsprechern von Beamish zu werden. Daneben zählt aber auch die Ernsthaftigkeit der Lehre zu den führenden Prinzipien des Freilichtmuseums. Als Museum von Weltrang stellt Beamish die Sozialgeschichte der Region vor allem in den 1820ern und im Jahr 1913 durch international wichtige und ernsthaft interpretierte Sammlungen dar. Mitarbeiter betonen immer wieder, dass beide Aspekte gleich wichtig für ihre Arbeit sind und dass sich Ernsthaftigkeit und Unterhaltung nicht widersprechen müssen.

Mit seiner regionalen Orientierung folgte Beamish bei seiner Eröffnung im Jahre 1971 zugleich den Zeichen der Zeit. In dieser Phase entstanden die meisten Museen in Großbritannien. Moderne Erziehungsmethoden und der immer größer werdende Einfluss der Medien führten zu einer vermehrten Verbreitung der nationalen Kultur und einem Rückgang lokaler Eigenheiten. Daher wurde das Aussterben der regionalen Bräuche, Traditionen und Sprachen befürchtet.

Frank Atkinson, der Begründer von Beamish, wollte diese regionalen Eigenheiten sichern und an das Leben der einfachen Leute erinnern. Der Gedanke des Wechsels und des schnellen Verlustes von Gegenständen und Informationen waren zentral in seinen anfänglichen Plänen, die Ende der 1950er entstanden. Für ihn war es folglich wichtig, den Aufbau einer umfangreichen Kollektion energisch voranzutreiben, da es zu seiner Zeit schon fast zu spät war, viktorianische Kostbarkeiten vor der Vernichtung zu retten. Die Verschrottung von Objekten und das Abreißen ganzer Gebäude waren für ihn eng mit dem Verlust regionaler Identität verbunden.

Die Entscheidung, kein Museum im herkömmlichen Sinne zu errichten, unterstreicht die Dualität von Ernsthaftigkeit und Lebendigkeit. Beamish wurde im Stil eines „open air“ oder „folk“ Museum errichtet. Diese Art der Darstellung war in Skandinavien weit verbreitet. Ganze Gebäudekomplexe wurden hier in passender Umgebung wieder aufgebaut, restauriert und möbliert, damit Museen nicht länger im herkömmlichen Sinne als „Lagerhäuser“ für historische Objekte angesehen werden, sondern eine zusammenhängende und klar verständliche Geschichte erzählen.

In Beamish gibt es nur wenige Glaskästen und Informationstafeln. Die Ausstellungsstücke werden in ihrem natürlichen Umfeld in authentischen Gebäuden gezeigt, um sie nicht aus ihrem sozialen Kontext zu isolieren. Bei der Durchführung dieses Prinzips zeigt das Beamish Museum jedoch eine ungewohnte Radikalität. So wurden ganze Landschaften sowie umfangreiche Strukturen von sozialer und industrieller Bedeutung rekonstruiert, wie zum Beispiel typische Kohlegruben mit dazugehöriger Siedlungsstruktur (s. Anlage A1b). Beamish zeichnet sich zusätzlich dadurch aus, dass Laiendarsteller das Museum bevölkern und Besuchern die nötigen Informationen vermitteln. Dieses Konzept reflektiert wohl am Treffendsten die Idee von Lebendigkeit und war den meisten Museen bis zu jenem Zeitpunkt völlig unbekannt.

## **1.2 Allgemeine Konzeption**

Circa neun Meilen südwestlich von Newcastle upon Tyne befindet sich die über 300 Hektar große Museumsanlage. Orte wie Aydon Castle, Ravensworth oder Waldrige Fell wären mögliche, alternative Standorte gewesen. Die Wahl fiel schließlich jedoch auf das Beamish Valley, da es in idealer Weise die verschiedenen Komponenten der regionalen Landschaft vereinigt: Der Fluss „Beamish Burn“ fließt durch die sanfte Hügellandschaft und kleine Wälder sowie die talartige Struktur grenzen die Ebene auf natürliche Weise von äußeren Einflüssen ab. Moderne Straßen und Verkehrslärm können daher die anvisierte Atmosphäre nicht stören. Gleichzeitig befindet sich Beamish in der Nähe verschiedener Dörfer und ist somit leicht

mit dem Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Zusätzlich war das Grundstück damals schon weitläufig genug, um spätere Expansionen zu ermöglichen. Auch heute noch könnten weitere vier angrenzende Gebiete zusätzliche Ausstellungsbereiche im Einklang mit dem Naturschutz beherbergen, der für Beamish nicht weniger wichtig ist: Innerhalb des Museumsgelände gibt es zwei Teiche, die als „Sites of Special Scientific Interest“ gelten und von den Besuchern abgeschirmt sind (s. Anlage A1i).

Die meisten Häuser, Geschäfte und Gebäude der Museumsanlage wurden an anderen Orten der Region abgebaut und in Beamish wieder aufgebaut, manche, wie die „Drift Mine“, die „Home Farm“ und das „Pockerley Manor“ standen allerdings schon dort. Wichtig war für die Wahl des Standorts auch eine Residenzhalle, die erste Ausstellungen aufnahm. Alle Gebäude sind authentisch und detailgetreu ausgestattet (s. Anlage A1a, s). Ein Glücksfall war „Pockerley Manor“, das erst im Zuge einer späteren Erweiterung vor zwanzig Jahren übernommen wurde. Wie uns Rosemary Allen, die Lagermanagerin, erzählt, wurde erst nach dem Erwerb des Gebäudes festgestellt, dass ein Teil davon aus dem Mittelalter stammt. Bei einer Besichtigung dieses Teiles kann man noch das originale Dachgebälk aus dem Jahr 1440 bewundern.

Thematisch konzentriert sich Beamish vor allem auf die regionale Geschichte der Bezirke Cleveland, Durham, Northumberland und Tyne & Wear. Zeitlich repräsentieren die verschiedenen Anlagen auf dem Gelände das Leben am Anfang des neunzehnten und zwanzigsten Jahrhunderts. Anfang des neunzehnten Jahrhunderts war die Region noch bäuerlich und wenig besiedelt. In der Landwirtschaft war der Nordosten Englands in dieser Phase führend in der Zucht der „Shorthorn Cow“ und der „Cheviot Sheep“. Der Reichtum der Region basierte jedoch auf Blei-, Eisen- und Kohleabbau, der zur Produktion von Schiffen und Eisenbahnschienen benötigt wurde. Die Industrielle Revolution, vor allem die Entstehung der Eisenbahn, beschleunigte den Wandel. Im Jahr 1825 wurde die weltweit erste Dampflokomotive zur

Personenbeförderung zwischen Stockton und Darlington eingesetzt. Außerdem führte der Kohlehandel zum Wachstum anderer Industriezweige, wie Chemie, Glasbläsereien und Töpfereien.

Dies führte im Laufe des neunzehnten Jahrhunderts zu einem Zustrom von Arbeitern, die in den Minen und Fabriken arbeiteten. Zu dieser Zeit wurde der Nordosten Englands zu einer der wirtschaftlich bedeutendsten Regionen Großbritanniens. Nach dem Spitzenjahr 1913 nahm die Kohleproduktion rapide ab und auch die Schwerindustrie, vor allem der Schiffsbau, ist heutzutage zum größten Teil aus der Region verschwunden.

Beamish versucht, diese verschiedenen Aspekte der regionalen Geschichte in einem Museum zu vereinigen. In dem Marktstädtchen von 1913 befindet sich zum Beispiel eine typische Straße mit einem Co-op Laden, einer Zahnarztpraxis, einer Druckerei und einer Anwaltskanzlei (s. Anlage A1 c, d, f, g, p). Außerdem gibt es ein Herrenhaus aus dem Jahr 1825, das „Pockerley Manor“, und einen Bauernhof von 1913, die „Home Farm“. Auf dieser werden heute noch vom Aussterben bedrohte Arten nordenglischer Nutztiere gezüchtet. Neben der historischen Kohlemine aus dem Jahre 1913 sind die Wohnungen der Minenarbeiter im „Colliery Village“ zu sehen. Die einzelnen Sehenswürdigkeiten sind durch traditionelle Verkehrsmittel wie Kutschen, alte Straßenbahnen und Busse miteinander verbunden (s. Anlage A1h). Zur umfangreichen Sammlung gehören auch Lokomotiven wie der „Steam Elephant“ von 1825, der auf dem „Pockerley Waggonway“ verkehrt (s. Anlage A3, Innenseite). Besucher bekommen am Eingang einen Lageplan, um sich im weitläufigen Gelände besser zurechtzufinden. (s. Anlage A4).

### **I.3 Das Erbe von Frank Atkinson**

Beamish ist das erste regionale Freilichtmuseum in England. Die Gründungsidee hatte der aus Yorkshire stammende Frank Atkinson Anfang der fünfziger Jahre (s. Anlage A2). Als Außenstehender sah er die Bedeutung der Region und den schnellen Verfall des kulturellen Erbes. Er erkannte die Gefahr, dass Gebäude, Maschinen

und Objekte, die die Identität des Norden Englands geprägt hatten, für immer verschwinden würden.

Im Jahr 1958 gelang es ihm daher, Politiker im Landkreis Durham von seiner Vision eines „Open Air“ Museums zu überzeugen. Eine entsprechend umfangreiche Sammlung hätte das von ihm seit 1958 geleitete Bowes Museum im Barnard Castle nicht aufnehmen können. Trish Hall, Marketingmanagerin von Beamish, verrät uns, dass Frank Atkinson stur und wild entschlossen war, seine Pläne zu verwirklichen. Gleichzeitig zeichnete er sich aber durch eine sehr inspirierende und mitreißende Art aus, die viele Leute dazu bewog, ihn und sein Projekt zu unterstützen. Rosemary Allan beschreibt uns die starken Widerstände, mit denen Frank Atkinson anfangs konfrontiert wurde. Einige Gegner hielten seine Vision für eine verrückte Idee. Ein derartiges Projekt konnte in ihren Augen nur zu einer „Müllsammlung“ führen, die dann in einem weiteren langweiligen Industriemuseum ausgestellt würde (s. Anlage A1r).

Zum Aufbau des Museums verfolgte Atkinson eine Strategie des „unselective collecting.“ Einerseits wurde die Bevölkerung aufgerufen, kleinere Alltagsgegenstände zu stiften (s. Anlage A5), andererseits schickte er seine Mitarbeiter mit dem Motto „Sie bieten es an und wir holen es ab“ in die Region, um zum Beispiel Dampfmaschinen oder ganze Gebäude abzumontieren und später wieder aufzubauen. Bald konnte ein ganzes Armeelager in der Nähe von Barford gefüllt werden.

In Brancepeth wurden erste Hütten errichtet, um der Öffentlichkeit zu zeigen, wie ein mögliches Freilichtmuseum aussehen könnte. Frank Atkinson rührte die Werbetrommel, gab Diavorträge und Pressekonferenzen und hatte die Öffentlichkeit schnell auf seiner Seite. Der Durham City Council lud andere Gemeinden ein, sich im Rahmen eines „Joint Committee“ an dem Projekt zu beteiligen. Erst 1970 kamen Frank Atkinson und seine Kollegen erstmals zur „Beamish Hall“, wo der Prozess der Errichtung eines Museums begann. Auch die ersten Mitarbeiter wurden 1970 angestellt und Frank Atkinson wurde offiziell zum Museumsmanager ernannt. Somit

trat das Projekt Beamish von der Planung in die zweite Phase eines zaghaften Anfanges ein. 1971 wurden erstmals an zwanzig Wochenenden Besucher in der „Beamish Hall“ zu einer Ausstellung empfangen, wobei das so genannte „Museum in the Making“ zu dieser Zeit größtenteils noch immer einer Baustelle entsprach. Erst 1972 konnte ein Teil der Gesamtanlage besichtigt werden. Über die Jahre wuchs die Ausstellungsfläche und wird bis heute kontinuierlich um zusätzliche Themenkomplexe erweitert. Seit 2000 ist, nach den Direktoren Frank Atkinson und Peter Lewis, Miriam Harte mit der Leitung von Beamish betraut.

## II. Besucherstruktur

Im Jahr 1976 wurde erstmals eine Zahl von 200.000 Besuchern erreicht, wobei dazu im Vorjahr sogar Persönlichkeiten wie Königin Elizabeth Mutter zählten. Heute kommen jährlich ungefähr 350.000 Besucher nach Beamish. Selbst in der Nebensaison werden am Tag rund 200 Besucher gezählt, wobei hierunter vor allem Schulklassen fallen. Im Sommer dagegen bilden sich nicht nur am Haupteingang längere Warteschlangen, so dass inzwischen kostümierte Mitarbeiter eingesetzt werden, um die Besucher bei Laune zu halten und bei großer Hitze Wasser unter den Gästen zu verteilen.

Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Entwicklung der Besucherzahlen innerhalb der letzten zehn Jahre.

**TAB 1: Besucher des Beamish Museums pro Jahr, 1993-2002**

<b>Jahr</b>	<b>Besucher</b>	<b>Jahr</b>	<b>Besucher</b>
1994	350.255	1999	319.210
1995	364.816	2000	326.820
1996	383.676	2001	323.308
1997	342.449	2002	304.270
1998	326.497	2003	335.000

In den letzten zehn Jahren schwankten die Besucherzahlen zwischen gut 300.000 und circa 380.000. Trish Hall zufolge kann das Museum besonders viele Besucher zu Zeiten von Neueröffnungen in

Beamish selbst oder bei touristischen Aktionen in der gesamten Region anziehen. So konnten beispielsweise 1985 mit der Eröffnung der Stadt als auch 1990, als das „National Garden Festival“ stattfand, derartige Besucheranstiege verzeichnet werden. Im Rahmen des Festivals gab es einen speziellen Werbepost und Preisnachlässe für Besucher. Im Jahre 1990 wurden einmalig fast 525.000 Besucher gezählt. Die hohe Besucherzahl in 2003 erklärt sich dagegen durch das gute Wetter. Der Rückgang nach 1997 ist bedingt durch höhere Eintrittspreise. Obwohl der Eintrittspreis dreimal höher als der Preis der nächst beliebtesten Attraktion war, wurde Beamish 2002 Frau Hall zufolge trotzdem meistbesuchte Attraktion der Region.

Die Besucher erreichen das Museum zu einem großen Teil als Gruppen oder Familien. Im Jahr kommen ungefähr 50.000 Erwachsene, vor allem Senioren im Rahmen von Busreisen und 50.000 Schulkindergruppen nach Beamish. Dazu besuchen außerhalb der Gruppenreisen circa weitere 160.000 Erwachsene und 90.000 Kinder Beamish. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt im Sommer fünf, im Winter zwei Stunden.

Interessant für das Museumsmanagement ist, aus welchen Gegenden sich die Besucher rekrutieren. Fast siebenzig Prozent der Erwachsenen und der Familien reisen von außerhalb der Region an und dreißig Prozent kommen aus der unmittelbaren Gegend, also aus den Bezirken Cleveland, Durham, Northumberland und Tyne & Wear. Unter den Besuchern aus der Nachbarschaft befinden sich sehr viele regelmäßige Gäste, die die weitläufige Anlage zum Spazieren gehen nutzen und den Aufbau von Beamish damals selber beobachtet haben. Als „Friends of Beamish“ genießen sie oftmals freien Eintritt (s. Anlage A6).

Der Großteil der Besucher kommt aber aus dem gesamten Königreich und auch ausländische Touristen findet man zahlreich. Letztere reisen aus allen Erdteilen an, um Beamish zu besichtigen. Aus Europa trifft man vor allem Deutsche, Franzosen und in jüngerer Zeit vermehrt Russen, aber auch einige Italiener und Spanier. Skandinavische Landsleute nutzen häufig die günstigen

Fährverbindungen. Die Marketingabteilung arbeitet deswegen auch mit „DFDS Ferries“ zusammen, um diese Gruppe durch Auslage ihrer Werbematerialien gezielt ansprechen zu können. Gerade Norweger aber haben viele eigene Freilichtmuseen, so dass Beamish keine Besonderheit für sie darstellt. Reisende aus Übersee stammen aus Kanada, Brasilien, Australien und Asien. Vom afrikanischen Kontinent dagegen machen sich bisher nur wenige Besucher auf den Weg. Die Anzahl amerikanischer Touristen hat sich seit den Vorfällen des 11. Septembers ebenfalls deutlich verringert. Dennoch bleiben internationale Besucher weiterhin wichtig für Beamish und einmal soll sogar ein arabischer Scheich mit seinen acht verschleierten Haremsdamen beim Rundgang durch das Museum beobachtet worden sein.

Was zieht all diese Menschen nach Beamish? Typische Besucherfragen geben hier Aufschluss. Zunächst interessieren sich die Besucher vor allem für technische Details. So wird in der Textilabteilung des „Co-operative Store“ nach üblichen Preisen und alten Maßeinheiten wie dem imperialen anstatt dem metrischen System gefragt, während sich „Bankkunden“ für alte Münzen und Währungen interessieren. Geduldig erklärt der „Barclays Bank Employee“ die Voraussetzungen für die Kreditvergabe oder erzählt, dass eine Kontoeröffnung für ein Pfund möglich war, wobei das reguläre Einkommen eines Arbeiters bei zwanzig Schillingen lag.

In der Lebensmittelabteilung des Co-op beschreibt der Verkäufer die angebotenen Artikel und ihre Funktion. Produkte wie „water glass“, die zur Konservierung von Eiern über den Winter genutzt wurden, sind den Besuchern nicht mehr bekannt. Darüber hinaus wird gerade in diesem Geschäft wieder die Detailtreue von Beamish deutlich (s. Anlagen A1c und A1s). Die Etiketten auf den Artikeln sind Kopien von Originalbänderolen aus dem Viktorianischen Zeitalter. Der „Co-op grocery salesman“ gibt uns eine Dose in die Hand, um zu demonstrieren, dass sämtliche Verpackungen mit Inhalt gefüllt sind, wenn auch nicht exakt mit den bezeichneten Lebensmitteln. Unzählige Besucher gaben an, dass sie diese Detailtreue im

Museum besonders schätzen und immer wieder von der Fülle der Ausstellungsgegenstände überwältigt sind.

Daneben werden die Darsteller natürlich auch mit allerlei kuriosen Fragen konfrontiert. Die „Co-op drapery saleswoman“ erzählt uns, dass die Frage nach ihrer Unterwäsche keinesfalls indiskret gemeint ist, sondern auf die Konsequenz in ihrer Kostümierung zielt, da Mieder und Unterbekleidung zu dieser Zeit doch erheblich unbequemer zu tragen waren als heutzutage. Kinder können häufig die Unmenge an neuen Eindrücken nicht sofort verarbeiten, nutzen aber selbstverständlich sehr gerne die Möglichkeit, die Darsteller zu befragen, so dass sie sich schon mal leicht verwirrt nach der Echtheit falscher Zähne erkundigen.

Das Schlimmste für die Darsteller ist allerdings das blanke Unverständnis einiger weniger Besucher über das Konzept an sich, die fragen, wo denn nun eigentlich das Museum sei. Andere Damen in Stöckelschuhen beschwerten sich über das Kopfsteinpflaster, ohne darüber nachzudenken, dass die Straßen am Anfang des zwanzigsten Jahrhunderts nur selten von besserer Qualität waren, so die „Co-op drapery saleswoman.“

Ist die These, dass gerade die Briten eine besondere Affinität zu ihrer Geschichte aufweisen, vor diesem Hintergrund überhaupt haltbar? Der „Co-op grocery salesman“ weist darauf hin, dass jüngere Besucher zumeist wenig Kenntnisse und Vorstellungsvermögen über die Zeit Königin Viktorias besitzen, da sie im technologischen Fortschritt der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts aufgewachsen sind. Ältere Besucher weisen dagegen ein umfangreiches Vorwissen auf und Mitarbeiter lernen sogar von den persönlichen Erinnerungen der Gäste. So erzählte eine Dame im Gespräch über den Kinderreichtum früherer Familien von ihren einundzwanzig Geschwistern, während eine andere alte Lebensmittelverpackungen wieder erkannte. Generell verkehrt in Beamish aber ein besonders geschichtsinteressiertes Publikum, unabhängig davon, aus welchem Land es stammt, so der „Barclays Bank employee.“ Er genießt die Tatsache, dass er freiwilligen

Zuhörern individuell zugeschnitten genau das vermitteln kann, was sie persönlich interessiert.

### **III. Lebendige Geschichtsvermittlung**

#### **III.1 Menschen statt Schilder**

In Beamish sind circa fünfzig Angestellte Vollzeit beschäftigt. In der Hochsaison im Sommer kann die Zahl der Angestellten auf bis zu 150 ansteigen. Beamish ist stolz auf sein kulturelles Erbe und unterscheidet sich von anderen Museen im Glauben an persönliche Geschichtsvermittlung. Der Einsatz von Laiendarstellern wird daher konsequenterweise einer technologischen Scheinwelt vorgezogen. Die engagierten Darsteller tragen historische Kostüme und werden dazu ausgebildet, verschiedenste Besucherfragen zu beantworten. Somit kann auf andere Informationsmedien im Museum verzichtet werden und es entsteht der Eindruck einer authentischen Präsentation (s. Anlagen A1d und q). Die Rollen, in die die Darsteller schlüpfen, sind auf die einzelnen Themenbereiche zugeschnitten. In der „Colliery“ führen Minenarbeiter die Besucher unter Tage, während sich auf der „Home Farm“ Hausfrauen beim Brot backen über die Schulter schauen lassen. In der Stadt von 1913 trifft man dagegen eine ganze Reihe von Verkäufern, eine Barbesitzerin und einen Rechtsanwalt. Selbst der Straßenbahnschaffner trägt eine alte Uniform und weiß über die Umstände seiner Arbeit genau Bescheid. Im Winter sind alle Darsteller Vollzeit beschäftigt, während in der Hochsaison die Stammbesellschaft mit Teilzeitkräften aufgefüllt wird. Daneben berichtet das „Co-op drapery girl“, dass sie als Schülerin im Rahmen eines zweiwöchigen Praktikums in Beamish arbeitet.

Die Darsteller werden überwiegend aufgrund ihrer regionalen Herkunft ausgewählt, da dieser Hintergrund bei der Präsentation selbstverständlich von großem Nutzen sein kann. Mitarbeiter stammen somit aus Sunderland, Stanley oder Cobbett und die Wirtin des „Star Inn pub“ wohnt sogar wenige Gehminuten entfernt im „Beamish Village“. Der „Barclays Bank Employee“ beispielsweise lebt dagegen seit zweiundzwanzig Jahren in der Region, kommt aber aus

Südwaales. Eine andere Darstellerin ist sogar gebürtige Amerikanerin und selbst als Ausländer kann man sich in Beamish als Darsteller bewerben und ebenso den Besuchern die Geschichte der Region näher bringen. Bei dieser Arbeit kann man immer auf die Unterstützung der langjährigen Mitarbeiter zählen. Geschichtliches Vorwissen ist deswegen ebenfalls nicht erforderlich, lediglich Interesse an der regionalen Vergangenheit.

Viele Laienschauspieler sind schon seit Jahren in Beamish, wie der „Co-op grocery salesman“, andere wie Stuart Davison, „Mister Smith“ oder das „Co-op drapery girl“ haben erst vor wenigen Tagen mit der Arbeit begonnen (s. Anlage A7). Sie alle kennen Beamish von Klassenfahrten oder anderen Besuchen vor ihrer Zeit als Angestellte des Museums. Die meisten bewerben sich zunächst im Sommer als Teilzeitkräfte, um dann schließlich eine Vollstelle anzustreben. Beamish schaltet regelmäßig Stellenanzeigen, um „seasonal staff“ zu rekrutieren, somit ist eine Bewerbung relativ unkompliziert. In einigen Fällen kann der Prozess aber auch recht langwierig sein: So versuchte der „Barclays Bank employee“ über sechs Monate, ein Darsteller in Beamish zu werden, wurde aber immer wieder als überqualifiziert abgewiesen. Vor seiner Arbeit für das Museum war er Personalmanager in der Textilbranche und wollte bewusst einen Karrierewechsel. Er genießt es, mit den unterschiedlichsten Besuchern zu kommunizieren und sagt, er gehe abends glücklich und entspannt nach Hause. Diese Zufriedenheit hatte er in seinem vorigen Job immer vermisst. Auch die „Co-op drapery saleswoman“ war in ihrem „vorigen Leben“ Kinderkrankenschwester in Deutschland und träumte seit längerem von einer Beschäftigung im Museum. Gleichzeitig gehen die Mitarbeiter voll in ihren Rollen auf und so spricht „Mister Smith“ von „Misses Smith“ so, als ob er sie persönlich gekannt hätte.

Es gibt aber in Beamish auch Mitarbeiter, die ihren gelernten Beruf ausüben. So besaß die Wirtin des „Star Inn pub“ vorher eine Kneipe im Beamish Village und gibt zu, dass die Arbeit im Museum um einiges netter sei. Stuart Davison ist ebenso einer von zwei

ehemaligen Minenarbeiter, die Besucher demnächst durch die Schächte der Kohlengrube führen (s. Anlage A7). Aufgrund der strengen Sicherheitsbestimmungen suchte Beamish Leute mit seinen Qualifikationen für diese besondere Aufgabe.

Weiterhin fanden Opfer von Personalkürzungen in der Region eine neue Heimat im Museum. Die wirtschaftliche Bedeutung von Beamish als starker Arbeitgeber im Nordosten Englands ist daher nicht zu unterschätzen. So erzählt uns „Mister Smith“, dass er für ein halbes Jahr im Rahmen von Blairs „Welfare to Work“ Programm als Darsteller eingesetzt wird.

Einen normalen Arbeitstag gibt es für die Mitarbeiter nicht, aber nach dem Umkleiden im „Costume Department“ begeben sich die Darsteller für gewöhnlich in den ihnen zugeteilten Bereich und erwarten die Besucher. Abends sorgt das Aufräumen des Arbeitsplatzes dafür, dass die empfindlichen Antiquitäten keiner unnötigen Belastungen ausgesetzt werden. Die Kleidung aus dem „Costume Department“ wird übrigens komplett nach Originaldesigns und Schnittmustern angefertigt und besteht aus den entsprechenden Materialien. Originalkostüme werden in einer separaten Sammlung geschützt. Jeder Darsteller besitzt drei eigene Kostüme, die während der Einführungswoche für neue Mitarbeiter maßgeschneidert werden.

Interessant ist zusätzlich, welches Ansehen die Arbeit im Museum im Freundeskreis der Darsteller genießt. Die Klassenkameraden des fünfzehnjährigen „Co-op drapery girl“ sind begeistert, weil Beamish etwas völlig anderes sei als ein normaler Job. Der „Barclays Bank employee“ berichtet, dass ihn die jüngeren seiner ehemaligen Kollegen belächeln, da das gezahlte Gehalt keineswegs reiche, um eine Familie zu ernähren. Zur Arbeit in Beamish gehöre daher jede Menge Idealismus. Die älteren seien aber alle sehr neidisch auf die ungewöhnliche Beschäftigung ihres früheren Kollegen, da sie sich selber teilweise auf eine Stelle in Beamish beworben hätten.

Unter den Darstellern selbst trifft man ebenfalls auf gemischte Ansichten über ihre Tätigkeit: Während der „Barclays Bank

Employee“ mit leuchtenden Augen von seinem Traumjob erzählt, gesteht „Mister Smith“ ein, dass es im Winter bei geringer Besucherzahl oftmals sehr langweilig sein könne und er einmal fast vor seinem Kamin eingeschlafen wäre.

### **III.2 Ausbildung und Sicherheit**

Wie werden die Darsteller nun auf ihre Arbeit vorbereitet? Die eigentliche Ausbildung ist ungewöhnlich kurz, so Megan Hiles, Assistentin des Personaltrainers und Praktikumsbeauftragte. Der allgemeine Einführungskurs („Induction week“) dauert vier Tage. Im Rahmen eines eng gefassten Stundenplans erhalten die Darsteller zum einen Theoriestunden über die Geschichte Englands, über den Zusammenhang der einzelnen Ausstellungsgebiete sowie über die Entstehungsgeschichte und die Interpretationsmethoden des Museums. Zum anderen können sie im Rahmen von Führungen über das Gesamtgelände die einzelnen Teile kennen lernen. Diese beinhalten sogar das aus dem Ausstellungsgelände ausgelagerte Resourcecenter, obwohl die Darsteller dort nicht arbeiten werden (s. Anlage A1h). Die Darsteller sollen das Konzept von Beamish in allen seinen Ausprägungen verstehen, berichtet Rhiannon Hiles, die Ausbildungsbeauftragte in Beamish. Des Weiteren erhalten sie bei den Führungen Informationen über ihre spätere Tätigkeit, über das Verhalten bei Gefahrensituationen und über Gesundheits- und Sicherheitsbestimmungen.

Nachdem die neuen Mitarbeiter die Grundlagen kennen gelernt haben, begleiten sie als so genannter „shadow“ erfahrene Kollegen bei der Arbeit. Sobald sie sich selbstbewusst genug fühlen, sprechen sie selbst mit den Besuchern, allerdings zunächst noch unter Anwesenheit anderer Darsteller. „Mister Smith“ oder Stuart Davison als Zahnarzt agierten bereits nach anderthalb Wochen alleine mit den Besuchern. Die Einarbeitungsphase ist insgesamt recht kompakt und gerade deswegen ist es umso erstaunlicher, wie schnell die Darsteller souverän und mit fundierten Kenntnissen auf die Besucher zugehen.

Neben dem praktischen Training müssen sich die angehenden Schauspieler aber auch durch 500 Seiten starke Handbücher arbeiten, die nicht nur die Geschichte des jeweiligen Gebäudes beinhalten, sondern fast jeden einzelnen Gegenstand und seine Funktion beschreiben. Zuletzt lernen die Darsteller auch von den Besuchern selbst, wenn beispielsweise ein heutiger Druckfachmann in die Druckerei kommt und sein Wissen über die verschiedenen Maschinen beisteuern kann.

Durch diese Methode entwickeln die Darsteller ein unglaubliches Wissen über die Epoche an sich und die Sozialgeschichte, gleichzeitig aber vor allem über kleinste Details. Die Wirtin im „Star Inn pub“ beschreibt uns die Zubereitung traditioneller Getränke, wie dem „Sheffield stout“, das eine Mischung aus Starkbier und Limonade ist. Der Zahnarzt kann dagegen stundenlang mit grausamen Geschichten aus dem vorletzten Jahrhundert unterhalten (s. Anlage A1d). So lag die Überlebensrate der Patienten bei 97 Prozent, die Arbeiter hätten sich jedoch sowieso für das kostengünstige Zähneziehen durch den Hufschmied entschieden. Zahnpasta war zu dieser Zeit ebenfalls ein echter Luxusartikel, so Stuart Davison, und reiche Töchter bekamen zu ihrem einundzwanzigsten Geburtstag häufig einen Komplettsatz falscher Zähne geschenkt, um ihre Chancen auf dem Heiratsmarkt zu steigern.

Auch die Weiterbildung von erfahrenen Mitarbeitern kommt im Museum nicht zu kurz. Diese bekommen in der „Induction Week“ vor der neuen Saison Wiederholungskurse angeboten und gewinnen durch Interaktion mit Kollegen und Besuchern weitere Kenntnisse.

Neben der Ausbildung wird Flexibilität in Beamish groß geschrieben, da den Darstellern kein fester Platz zugeteilt wird. Die „Co-op drapery saleswoman“ ist normalerweise auf dem Bauernhof beschäftigt, der im Winter aber geschlossen ist. Auch der „Barclays Bank employee“ ist aus diesem Grunde vom „Pockerley waggonway“ kurzfristig in die Stadt von 1913 umgezogen und der Minenarbeiter Stuart Davison hilft derzeit als Zahnarzt aus (s. Anlage A7). Der „Co-

op grocery salesman“ ist eigentlich Assistent in der Druckerei („deputy of the senior demonstrator“). Er verrät uns, dass lediglich bestimmte Aufgaben fest zugeteilt sind, da man für das Führen der Straßenbahnen eine Fahrprüfung der Bahngesellschaft in Blackpool ablegen müsse und die weiblichen Darsteller normalerweise eher im Süßwarenladen als der Autowerkstatt zu finden sind, allein schon aus Authentizitätsgründen.

Besondere Vorkenntnisse brauchen die Mitarbeiter durch diese Komplett Einführung nicht, eine alternative Karriere kann sogar in manchen Fällen von Vorteil sein. Als gelernte Floristin kann die „Co-op drapery saleswoman“ bei Hochzeiten auf „Pockerley Manor“ die Dekoration übernehmen. Auch Piercings sind kein Ausschlusskriterium, müssen aber während der Arbeitszeit entfernt oder kaschiert werden. Das „recruitment team“ des Museums, das in der Regel aus der Personalchefin Ann Latimer und zwei weiteren Mitarbeitern aus dem Bereich der zu besetzenden Stelle besteht, achtet bei potentiellen Darstellern eher auf gute Kommunikationsfähigkeiten. Verhaltensregeln für Darsteller umfassen generell eine freundliche Begrüßung und das direkte Ansprechen von Besuchern, um sie zum Dialog zu motivieren. Außerdem werden Besucher eingeladen, Gegenstände zu berühren, um die Vergangenheit mit allen Sinnen zu erfassen.

Zu guter Letzt spielt die Sicherheit der Besucher in Beamish eine wichtige Rolle. Ein weiterer Programmpunkt in der Einführungswoche ist daher eine Evakuierungsübung in der Mine. Die Darsteller werden außerdem dazu angehalten, Besuchern das Vorführen von solchen Maschinen zu verweigern, für deren Bedienung sie keine Ausbildung erhalten haben, anstatt unbedarft gefährliche Experimente durchzuführen, die die Sicherheit der Zuschauer beeinträchtigen könnten.

Generell ist jede Woche ein anderer Darsteller per Walkie-Talkie mit dem Management verbunden und kümmert sich um Vorfälle aller Art, sei es das Auffinden verlorener Gegenstände oder das Rufen von Krankenwagen. Generell kennzeichnen weiße Linien die

Bordsteinkanten, die Straßenbahn ist mit einer Warnglocke ausgestattet und sämtliche Mitarbeiter sind angewiesen, unachtsame Besucher auf mögliche Gefahren hinzuweisen. So musste „Mister Smith“ des Öfteren Kinder vom Rutschen auf den Treppengeländern oder dem Werfen mit Ausstellungsstücken abhalten. Ein Trainingshandbuch von circa fünfzig Seiten für die Evakuierung bei Bränden oder zur Vorgehensweise bei Diebstählen liegt für jeden Mitarbeiter zugänglich im Aufenthaltsraum aus. Im Rahmen zusätzlicher Gesundheitsbestimmungen sind die Tapeten in sämtlichen Gebäuden auch Replika, da Originalfarben wie Grasgrün im Viktorianischen Zeitalter mit Arsenmischungen hergestellt wurden. Darüber hinaus beeinflussen die Hygienevorschriften der Europäischen Union Beamish. So dürfen in der Stadt von 1913 nur noch Schreibwaren herausgegeben werden, aber keine Kostproben von selbst gemachten Süßigkeiten, Käse oder Brot mehr, wie es früher üblich war. Diese Hygienevorschriften hindern Beamish auch daran, ein authentisches Krankenhaus oder typisch viktorianische „workhouses“ nachzubilden, die normalerweise in einer vollständigen Darstellung der damaligen Verhältnisse nicht fehlen dürften. Da Beamish außerdem Wert darauf legt, behindertenfreundlich zu sein, umfasst das detaillierte Training sogar die Zeichensprache.

## **IV.Modernes Museumsmanagement**

### **IV.1 Die Schatzkammer der Region**

Der vielleicht wichtigste Teil von Beamish sind seine enormen Sammlungen, die durch das „Curatorial Department“ unter Rosemary Allan verwaltet werden. Die heutige Lagermanagerin wurde im Jahr 1970 als erste Mitarbeiterin in Beamish angestellt. Zuvor arbeitete sie achtzehn Monate lang als „Assistant Keeper of Social History“ mit Frank Atkinson im Bowes Museum zusammen. Als „Senior Keeper“ ist sie zusammen mit einer weiteren festen Angestellten für die Verwaltung und Betreuung aller Lager und Kollektionen zuständig. Ohne die Unterstützung zahlreicher freiwilliger Helfer wäre der Umfang dieser Arbeit nicht zu bewältigen. Freiwillige Gruppen,

Studenten, angehende Museumsverwalter und „Friends of Beamish“ helfen bei erneuter Verpackung oder genauerer Archivierung der Stücke mit.

Rosemary Allan persönlich ist von Beamish begeistert und kennt alle Details. Den besonderen Reiz an ihrer Arbeit sieht sie in der Möglichkeit, mehr über das Alltagsleben der Menschen ihrer Region herauszufinden. Das wichtigste und bedeutendste Projekt von Beamish war ihr zufolge „Pockerley Manor“ aufgrund seines Alters und seiner Geschichte. Hier sah sie eine besondere Herausforderung in der Aufgabe, es wieder zum Leben zu erwecken. Die Entstehungsgeschichte von Beamish hat Frau Allan wie kein anderer Mitarbeiter verfolgt. Sie erzählt uns von den Anfängen des Museums: Am Anfang habe das totale Chaos geherrscht. Sie sei vor einem großen Sammelsurium gestanden und habe gar nicht gewusst, wo sie mit der Arbeit anfangen sollte. Trotzdem sei es fantastisch gewesen, das Museum bei seiner Entwicklung zu begleiten. Wie auch heute noch wurden bei neuen Projekten immer wieder Suchanzeigen nach fehlenden Objekten oder Spendenaufrufen in der Lokalpresse geschaltet (s. Anlage A5). Denn trotz der weitläufigen Sammlungen kommt es durchaus vor, dass auch bei neueren Ausstellungen noch Gegenstände fehlen. Vor der Eröffnung der Zahnarztpraxis mussten beispielsweise die verschiedenen Geräte und Werkzeuge, die ein Zahnarzt früher für eine Behandlung brauchte, extra gesammelt werden.

Heutzutage trifft Rosemary Allan auf einen großen Rückhalt in der Bevölkerung. Einige Leute rufen sogar an und fragen, ob sie dem Museum bestimmte Gegenstände schenken könnten. Es kommt aber auch vor, dass besonders gutwillige Schenker unangekündigt mit einem Kofferraum voller Erbstücke vor dem Museum vorfahren.

Wie aber verwaltet man abertausende Objekte verschiedenster Art und Größe? Gestiftete Objekte werden in der Regel vor der Lagerung restauriert, spätestens allerdings bei ihrer Aufnahme in die laufenden Ausstellungen. Das Lagermanagement prüft zudem die Hintergrundgeschichte des jeweiligen Gegenstandes und datiert ihn,

um ihn im Museum in einer authentischen Umgebung einsetzen zu können. Bei der Datierung helfen Handelskataloge aus der Referenzbibliothek, die beispielsweise auch Bücher mit sämtlichen gängigen Tapetenmustern des letzten Jahrhunderts enthält.

Gleichzeitig muss der Bestand aus Übersichtsgründen katalogisiert werden. Objekte, die zeitlich nicht in die dargestellten Szenen passen, werden trotzdem im Lager aufgehoben für einen eventuellen Einsatz bei Erweiterung des Museums. Die Gesamtkollektion umfasst die Zeitspanne vom Anfang des siebzehnten Jahrhunderts bis heute. Damit entscheidet Frau Allan auch, welche Objekte ausgestellt werden. Wichtig dabei ist die Unterscheidung zwischen der so genannten „accession collection“ und der „greenspot collection“. „Greenspots“ sind doppelt oder häufig vorhandene Objekte der Kollektion, die im Museum verwendet werden können, ohne dass bei ihrer Abnutzung großer Schaden entsteht, während die „accession collection“ als Bestand geschützt wird.

Rosemary Allen führt uns durch das „Regional Resource Centre“, das erst im Jahre 2001 eröffnet wurde (s. Anlage A1h). Wirklich beeindruckend ist der „Cold Store“, in dem Antiquitäten bei zehn Grad Celsius aufbewahrt werden. Wir kommen in eine gigantische Lagerhalle, in deren Regalen wir zum Beispiel allein 800 „knitting sheaths“ finden, die früher beim Nähen den Stoff beschwerten. Auf die über 300 Quilts weist Frau Allan uns hin, wobei jeder einzelne Quilt genau nach Herkunft, Hersteller und Zeitraum ausgezeichnet ist.

Die hier gelagerten Objekte sind auch Außenstehenden zugänglich. Zu Forschungszwecken können Studenten beispielsweise die Gegenstände des „Cold Store“ heranziehen. Verschiedene Gegenstände werden auch verliehen. So haben einige Quilts schon den weiten Weg nach Japan oder den USA hinter sich gebracht. Unter Führung können außerdem Gruppen den „Cold Store“ besichtigen, weshalb nicht alle Stücke in Boxen oder Schachteln gepackt sind. Eine Reihe alter Standuhren sind beispielsweise

absichtlich unverpackt auf Augenhöhe gelagert, um die Sammlung für Besucher interessanter zu machen.

Das „Regional Resource Centre“, enthält neben der Hauptkollektion außerdem eine Referenzbibliothek mit insgesamt circa 64.000 Büchern. Diese enthält sowohl kürzlich veröffentlichte Bücher über die Regionalgeschichte und das Museum selbst, als auch Originaldokumente aus dem späten achtzehnten, neunzehnten und zwanzigsten Jahrhundert. Diese Kollektion umfasst unter anderem über 5.000 alte Handelskataloge und unzählige viktorianische Werbeschilder (s. Anlage A8). Ursprünglich dienten die Informationen der Bibliothek den Gründern von Beamish beim Aufbau des Museums. Gerade die Handelskataloge erweisen sich immer noch als große Hilfe bei der Identifizierung und Datierung gestifteter Objekte. Heute können Studenten, Wissenschaftler und andere Geschichtsinteressierte nach Anmeldung die Bibliothek für ihre Forschungen nutzen.

Fotografien aus der Zeit König Edwards stellen eine weitere unschätzbare Quelle für Historiker dar. Beamish verfügt über ein riesiges Fotoarchiv von über 250.000 Abbildungen, das die Referenzbibliothek ergänzt. Dieses Archiv ist genau wie die Bibliothek öffentlich zugänglich und wird teilweise sogar von Presse und Fernsehredaktionen genutzt. Die Motive reichen von ländlichen Szenen über Impressionen viktorianischer Städte bis zur Darstellung des Lebens englischer Minenarbeiter. Im Gegensatz zu anderen Museumskollektionen entstand dieses Fotoarchiv aus Stiftungen der Bevölkerung und ist nicht das Werk eines einzelnen Fotografen. Einige Fotos zeigen auch heutige Gebäude außerhalb des Museums, die von Interesse sein könnten. Der Zugriff auf das Archiv erfolgt über eine Computer gestützte Datenbank, die auch den Ausdruck diverser Repliken ermöglicht (s. Anlage A9). Die Originaldokumente sind ebenfalls im „Cold Store“ vor der Witterung geschützt.

Die „Oral History Collection“ schließlich rundet die Sammlungen von Beamish ab. Kassettenaufnahmen dokumentieren die Erinnerungen

von Zeitzeugen aus der Region. 1970 begann man in aller Eile, ehemalige Minenarbeiter, Bauern oder Lehrer zu interviewen, um ihre Erfahrungen für die Nachwelt festzuhalten. Das Tonarchiv beinhaltet unter anderem persönliche Geschichten, Dialekte, historische Gegebenheit sowie Musik und unterstreicht nochmals die Intention von Beamish, das alltägliche Leben der Menschen im Nordosten Englands möglichst originalgetreu wiederzugeben. Diese Sammlung wird häufig auch vom Museumsmanagement bei der Planung von Erweiterungen in den einzelnen Ausstellungsbereichen konsultiert. Die Öffentlichkeit darf die Aufnahmen unter Berücksichtigung der üblichen Copyrightbestimmungen selbstverständlich ebenfalls für ihre Zwecke nutzen.

Somit wurde Beamish schnell zu einer der größten Bildungseinrichtungen in der Gegend und zu einer einzigartigen Quelle bezüglich regionaler Geschichte. Gerade das „Regional Resource Centre“ spielt hier eine besondere Rolle: Es wurde extra so gebaut, dass sowohl optimale Bedingungen zur Aufbewahrung der Sammlungen als auch ein leichter Zugriff auf die einzelnen Objekte durch Verwendung moderner rollengelagerter Regalsysteme und Computerarchivierung gewährleistet sind.

#### **IV.2 Marketing und Events**

Trish Hall war ab dem Jahr 1974 der erste „Marketing Publicity Officer“ von Beamish. Wie viele andere Mitarbeiter stammt auch sie aus der Region, war aber vor ihrem Einstieg in Beamish weder Historikerin noch Marketingexpertin. Die gelernte Sekretärin begann ihre Arbeit für das Museum zunächst als persönliche Assistentin von Frank Atkinson und übernahm in diesem Zuge auch die Zuständigkeit für die Öffentlichkeitsarbeit. Von Trish Hall erfahren wir, dass erstmals 1981 ein Projektteam von sechs Leuten gegründet wurde, das für die Distribution von Werbematerialien zuständig war. Zusätzlich dazu sollte dieses Team umfangreiche Besucherbefragungen durchführen, um das wahrgenommene Preis-Leistungs-Verhältnis zu ermitteln und Besucherprofile zu erstellen. Erst 1985 wurden entsprechende Stellen institutionalisiert und 1989

leitete Frau Hall, nach einem Betriebswirtschaftsstudium am College, als Marketingmanagerin das entsprechende Department, dem nun die Verantwortung für sämtliche Kommunikations- und Verkaufsförderungsmaßnahmen, sprich Eintrittsgebühren, Catering und Shops, übertragen wurde. Heute ist sie als Marketingmanagerin ausschließlich für die Vermarktung von Beamish zuständig. Ein weiterer Mitarbeiter, der „customer service manager“, übernahm in der Zwischenzeit die Bereiche Catering und Shops.

In der Kommunikationspolitik betont das hauseigene Marketing den einzigartigen Wettbewerbsvorteil von Beamish: Seine einmalige Präsentation hebt es aus der Menge sozialgeschichtlicher Museen deutlich heraus. In Struktur, Finanzierung und Philosophie unterscheidet sich Beamish ebenfalls deutlich von seinen Konkurrenten. Der größte Teil der Marketingausgaben fließt in die Werbung, also vor allem in die Produktion und Distribution von Postern, Prospekten, Flyern und Foldern, um die anvisierte Zielgruppe zu erreichen (s. Anlage A10). Insgesamt steht der Marketingabteilung ein Gesamtbudget von 200.000 Pfund zur Verfügung, das jährlich von der Museumsmanagerin Miriam Harte und von der Finanzabteilung beschlossen wird.

Jackie Winstanley ist als „Publicity Officer“ für die Verteilung dieser Werbematerialien zuständig. Jährlich werden an die 400.000 Folder und Broschüren aufgelegt, deren Druck und Gestaltung eine unabhängige Werbeagentur übernimmt. Die Texte selber werden jedoch von Beamish entworfen.

Die größte Auflage erzielt der Folder „Beamish. Living Museum of the Year. The Experience of a Lifetime.“, der allgemeine Informationen über das Museum, über Eintrittspreise, Anreise und Öffnungszeiten enthält (s. Anlage A3). Von den jährlich 300.000 gedruckten Exemplaren werden 200.000 durch eine Distributionsfirma an häufig frequentierten Orten wie Tourismuszentralen, Hotels, Pubs und Souvenirshops verteilt. Die entsprechenden Stände werden von dieser Firma kontrolliert und bei Bedarf wieder aufgefüllt. Dies, so Trish Hall, sei ein exzellenter Service, der rund 3.500 Pfund im Jahr

koste. Während in der Region und in Großbritannien stark für Beamish geworben wird, findet im Ausland keine Promotion statt. Da Frau Hall zufolge nur vier bis fünf Prozent der Besucher von außerhalb Großbritanniens anreisen würden, lohne sich der Aufwand einer kostenintensiven Werbung im Ausland nicht.

Mit weiteren Aufgaben der Marketingabteilung sind der „Marketing Assistant“ sowie der „Bookings Officer“ betraut. So ist beispielsweise letzterer für alle Arten von Buchungen zuständig, besonders auch für die Organisation von Schulklassen und Gruppenbesuchen. Außerdem betreibt Beamish auch Marktforschung durch jährliche Besucherbefragungen im Sommer. Im „General Survey“ werden Gäste über die Gründe ihres Besuches und über etwaige Zusammenhänge mit anderen regionalen Attraktionen oder touristischen Veranstaltungen befragt. Auf dieser Grundlage werden dann Besucherprofile erstellt. Im Rahmen des „Exit Survey“ dagegen stehen die Ermittlung der Kundenzufriedenheit mit dem Preis-Leistungsverhältnis sowie die Entgegennahme von Beschwerden im Vordergrund. Diese Daten sind von besonderer Wichtigkeit für das Qualitätsmanagement in Beamish, da sie deutlich machen, in welchen Bereichen noch Verbesserungsbedarf bestehen könnte. Während Beschwerden über lange Wartezeiten am Eingang sehr selten seien, hätten einige Leute Frau Hall zufolge vor Ausbau der Hygieneeinrichtungen den Mangel an Toiletten beklagt.

Darüber hinaus versucht Beamish, den Besuchern auf verschiedene Weise ihren Aufenthalt im Museum noch angenehmer zu gestalten, beziehungsweise neue Besucher durch Sonderaktionen anzulocken. So finden hauptsächlich im Sommer zahlreiche Veranstaltungen statt, die sich an geschichtliche Feste oder Gegebenheiten anlehnen. Am ersten Mai wird beispielsweise im traditionellen Stil das Maifest gefeiert, mit einer „May Queen“ und einem Tanzwettbewerb. An einem „Empire Weekend“ findet jedes Jahr am Geburtstag von Queen Victoria eine „British Imperial Celebration“ zum Ende der Burenkriege statt. Auch Autoliebhaber kommen nicht zu kurz. Am

„Classic car day“ werden ungefähr 200 prächtige Autos aus den Jahren 1920 bis 1970 ausgestellt.

Zudem werden traditionelle Fertigkeiten gezeigt. Im Sommer kann der Besucher regelmäßig das Weben von Spitze bestaunen sowie exquisite Spitzenware bewundern. Außerdem kann man die Herstellung von traditionellen Körben und ledernem Pferdegeschirr verfolgen. Auch im musikalischen Sinn kann man sich in Beamish fortbilden. Neben verschiedenen Konzerten findet an einem Sonntag im Jahr ein traditionelles Musik-, Gesangs- und Tanzfestival statt, das vor allem Familien anzieht (s. Anlage A11).

Die Räumlichkeiten des Museums sind aber nicht nur für Besucher, sondern auch für Geschäftsleute interessant. Über die Marketingabteilung kann ein Konferenzraum in der Stadt von 1913 für Tagungen von bis zu siebenzig Personen gebucht werden. Pro Jahr wird dieser Raum bis zu sechzig Mal für Veranstaltungen wie Seminare, Sitzungen und Team-building - Maßnahmen von Externen gebucht. Beamish bietet zudem die Vermietung der historischen Gebäude für Abendveranstaltungen an. Dieses Angebot wird vor allem für Hochzeiten genutzt, die ungefähr zwölf Mal jährlich mit maximal sechzig Leuten im „Pockerley Manor“ in einer einzigartigen Atmosphäre stattfinden. Für Preisverleihungen oder andere Festlichkeiten bietet sich außerdem das Pub „Sun Inn“ mit dem dazugehörenden „Carriage House“ an. Es ist auch möglich, für größere Veranstaltungen das ganze Gelände inklusive einer eigenen Tram oder eines speziellen Busses zu buchen. Ein neuer „Customer Services Manager“ soll die Buchung der Konferenzräume betreuen und weiterentwickeln. Darüber hinaus wird das Freilichtmuseum oft als Filmschauplatz genutzt. Die detaillierte Ausstattung verleiht Historiendramen wie den berühmten Verfilmungen der Catherine Cookson Romane die gewünschte Authentizität und historische Akkuratheit.

### **IV.3 Finanzierung – unbezahlbare Freunde**

Zunächst wurde Beamish als erstes englisches Museum von einem Konsortium von verschiedenen „County Councils“ verwaltet und

finanziert. Drei Phasen prägen die Entwicklung von Beamish. In der ersten Phase zwischen 1958 und 1970 wurde die Idee von Beamish geboren und deren Ausführung geplant. Zwischen 1970 und 1974 finanzierte in der zweiten Phase ein „Joint Committee“ aus neun verschiedenen lokalen Autoritäten den Beginn des Projekts. In der dritten Phase ab 1974 wurde Beamish schließlich formell von einem neuen „Joint Committee“ übernommen, das sich zunächst aus vier „County Councils“ zusammensetzte. Heute wird Beamish von den Gemeinden Cleveland, Durham, Northumberland, Gateshead, South und North Tyneside, Sunderland sowie der Stadt Newcastle upon Tyne verwaltet. Die Errichtung von Beamish wurde mit Hilfe des „European Regional Development Fund“, der beispielsweise 1981 das Museum mit 200.000 Pfund förderte, des „English Tourist Board“, der „Countryside Commission“, des „National Heritage Memorial Fund“ sowie des „Heritage Lottery Fund“ finanziert.

Die Unterhaltskosten von Beamish belaufen sich auf circa drei Millionen Pfund im Jahr. Das Museum erhält hierfür keine nationalen oder internationalen Fördergelder. Rund 95 Prozent der laufenden Kosten werden durch Eintrittsgelder, Verkauf von Waren und Lebensmitteln, Vermietung an Unternehmen, durch Sponsoren und spezielle Veranstaltungen gedeckt. Finanzdirektorin und Personalchefin Ann Latimer verrät uns, dass Gäste pro Besuch im Schnitt sieben Pfund ausgeben. Diese Summe umfasst den durchschnittlichen Eintrittspreis, sowie alle weiteren Ausgaben für Souvenirs oder Verpflegung.

Vier bis fünf Prozent der laufenden Kosten tragen die regionalen Gemeinden. So gibt die Gemeinde Durham bis zu 35.000 Pfund für das Museum aus, zeitweise aber auch deutlich weniger.

Sponsoren sind besonders an den „Special Events“ interessiert. So unterstützte die Firma „Northumbrian Water“ eine Georgianische Messe, während der Co-op neben der Errichtung des gleichnamigen Ladens auch die „Music Days“ 2002 und 2004 sowie einen „Family Learning Day“ mit jeweils 1.000 Pfund für das Engagieren von Jongleuren oder einer „Punching Judy“ bezuschusste. Andere

Sponsoren interessieren sich eher für die Unterstützung von Einzelprojekten, wie dem derzeitigen Aufbau des Freimaurertempels, der rund eine Millionen Pfund kosten wird. Darüber hinaus trifft man häufig auf Sachspenden von Unternehmen wie dem Co-op, der bei Filialschließungen regelmäßig das Museum kontaktiert.

Zur Deckung der Reparaturkosten und der Kosten für Neuanschaffungen ist Beamish auf Unterstützung aus der Bevölkerung durch Spenden, Schenkungen und Erbschaften angewiesen (s. Anlage A5). Zu diesem Zweck wurde bereits 1968 der Förderverein „Friends of Beamish“ gegründet. Mit Hilfe seiner Mitgliedsbeiträge konnte das heutige Grundstück im Beamish Valley sowie unter anderem das „Armstrong Whitworth car“ erworben werden. Der eingetragene Verein gehört der „British Association of Friends of Museums“ an (s. Anlage A6). Den Mitgliedern, die aus allen Bevölkerungsschichten und Regionen stammen, werden regelmäßig Zeitschriften zugesendet, sie können sich spezielle Gastvorträge anhören und erhalten freien Eintritt in das Museum.

John Gall, einer der ersten Mitglieder, berichtet, dass der Förderverein nicht nur zur finanziellen Unterstützung diene. Die Mitglieder packten beispielsweise auch bei der Errichtung der Anlagen unentgeltlich mit an. Daneben übernehmen auch heute noch viele der „Friends of Beamish“ unentgeltlich Reparaturarbeiten, Verwaltungsaufgaben, unterstützen die Darsteller oder werben in Kostümen für Beamish. So fand in der Vorweihnachtszeit vergangenen Jahres in der Stadt Durham ein historischer Markt statt, der potentiellen Besuchern einen Vorgeschmack auf Beamish geben sollte (s. Anlagen A2k, A2l und A2m).

Ähnliche Unterstützung erfährt Beamish darüber hinaus durch weitere freiwillige Gruppen. Ortsansässige Interessenten können zudem dem „Beamish Club“ beitreten. Gegen eine einmalige Jahresgebühr erhalten sie freien Eintritt in das Museum und ermäßigten Eintritt für Besucher, die sie begleiten (s. Anlage A12). Außerdem sucht der 1979 gegründete „Beamish Development Trust“ als eingetragener Verein neben privaten Spendern auch

Unterstützung bei lokaler Industrie, beim Handel sowie bei Stiftungen (s. Anlage A13). Der Erwerb der Barclays Bank in der Stadt, des Pockerley Manor und des „Steam Elephant“ konnte durch diesen Trust ermöglicht werden. Darüber hinaus bezuschusst er auch die Eintrittspreise lokaler Schulklassen und Behindertengruppen.

#### **IV.4 Das „junge“ Beamish**

Obwohl die lebhafteste Art des Museums zahlreiche Besucher anlockt, ist Beamish kein Vergnügungspark, sondern sieht seine Aufgaben in erster Linie in der Bewahrung des kulturellen Erbes sowie der Vermittlung von geschichtlichem Wissen. Beamish besitzt ein eigenes „Education Department“ unter der Leitung von Simon Woolley.

Karen Teasdale, seine Assistentin, gibt uns Einblicke in ihre tägliche Arbeit (s. Anlage A10). Das „Education Department“ ist vor allem mit der Betreuung externer Gruppen vertraut. Besucher interessieren sich nicht nur für geschichtliche, sondern auch für geographische, architektonische oder technologische Aspekte des Museums. Über 50.000 Kinder besuchen Beamish in gebuchten Schulveranstaltungen. So gibt Karen Teasdale im Winter im Schnitt zwölf Führungen pro Woche, im Sommer steigt diese Zahl sogar auf fünfzehn. Schulklassen aus ganz Großbritannien und teilweise auch aus Europa besuchen Beamish, um mehr über die Sozialgeschichte Englands zu erfahren. Einige Schulen, wie zum Beispiel aus Sheffield, Kent oder Glasgow, buchen jährlich als so genannte „regulars“ Veranstaltungen im Museum.

Verschiedenste Materialien helfen den Kindern, Beamish auf spielerische Art kennen zu lernen. Kindgerechte Fragebögen und Suchspiele schicken Schulklassen auf eine Entdeckungsreise durch die Häuser des Museums (s. Anlagen A14 und A15). Etwas umfangreicher sind im Gegensatz dazu die Folder „A Day in the Life of [...]“, in denen die Alltagsgeschichte von Gesellschaftsmitgliedern verschiedener Schichten in ansprechender Form aufbereitet wird. Diese Folder setzen die Ausstellungsstücke erneut in ihren sozialen

Kontext und unterstützen die Bemühungen des Museums, ein vollständiges Bild zu vermitteln (s. Anlagen A16-A18).

Gleichzeitig werden jüngere Besucher aber auch interaktiv ins Geschehen eingebunden. So kann der historische Alltag hautnah beim Backen eines „Stottie Cakes“ nachempfunden werden (s. Anlage A19). Auch bei Handarbeiten kann assistiert werden. Die Herstellung von Quilts reicht in Großbritannien bis ins Mittelalter zurück und war im neunzehnten und frühen zwanzigsten Jahrhundert besonders populär. Daneben wurden im Nordosten Englands besondere Matten, die so genannten „Proggies and Hookies“ gewoben (s. Anlage A20).

Für Schulklassen werden besondere Attraktionen das ganze Jahr über geboten. Das „Education Department“ arbeitet dabei eng mit den so genannten LEAs, den „Local Educational Authorities“ zusammen. Englische Grundschulklassen mit Kindern im Alter von zehn bis elf Jahren sind daher in Beamish besonders häufig anzutreffen, da für diese Altersgruppe im Fach Geschichte üblicherweise Viktorianismus auf dem nationalen Lehrplan steht.

In einer „Victorian lesson“ an der „Beamish board school“ nehmen Kinder an einer Schulstunde aus dieser Epoche teil. Dabei erfahren sie auch mehr über die Disziplin, die damals im Klassenraum herrschte. Ein Kind, gekleidet in ein viktorianisches Kostüm, erzählte ganz aufgeregt, dass früher Schulkinder während der Stunde geschlagen wurde. Dabei waren alle Kinder fröhlich und aufgedreht durch die neuen Erfahrungen (s. Anlage A2e). Die Schule und der Bauernhof können auch im Winter gegen Anmeldung besucht werden, da in der Nebensaison normalerweise nur die Stadt von 1913 geöffnet ist. Ganzjährig können Kinder weiterhin an einem „murder mystery“ teilnehmen. Dabei finden sie eine Leiche auf dem Gelände und haben dann eine Stunde Zeit, den historischen Mord durch logisches Denken zu lösen. Die „Leiche“ ist eine Puppe, die extra für diesen Zweck für 1.500 Pfund angefertigt wurde. Das tatsächliche Mordopfer damals wurde erschossen, aber die Darstellung der Wunde wurde von den Mitarbeitern als zu grausam

für jüngere Kinder erachtet. Die Puppe hat dennoch so ein realistisches Gesicht, dass sich sogar die erwachsenen Mitarbeiter erschreckt haben. Im Sommer können Kinder zuletzt im Rahmen einer „pit cottage activity“ erfahren, wie unangenehm und anstrengend die alltäglichen Aufgaben der Frauen vor hundert Jahren waren (s. Anlage A21).

Dabei wird auch hier die Sicherheit gerade der jüngeren Besucher groß geschrieben. Das Personal wird konkret auf Risiken in seinen jeweiligen Aufgabenbereichen hingewiesen. Die Einschätzung dieser Risiken wird regelmäßig aktualisiert. Lehrer, die mit ihrer Klasse einen Besuch in Beamish planen, können mit speziellen Eintrittskarten vor dem Klassenausflug das Museum besuchen, um potentielle Risiken einschätzen und den Besuch planen zu können. Die meisten Vorfälle ereignen sich durch Ausrutschen, Stolpern oder Hinfallen und sind schwer vermeidbar, doch die Kohlefeuer in den Gebäuden und die Trambahnen sowie Busse sind Gefahrenquellen, auf die speziell aufmerksam gemacht wird. Die Kinder werden auch angewiesen, sich nach dem Streicheln von Tieren die Hände zu waschen. Einer Begleitperson wird für fünf Schüler unter zwölf Jahren oder für zehn Schüler ab zwölf Jahren freier Eintritt gewährt (s. Anlage A22).

Wofür interessieren sich die jungen Besucher nun am meisten? Kinder wissen vor allem um die harte Realität des früheren Schulalltages und fragen jedes Mal nach der Rute, die über der Tür zum Klassenzimmer hängt. Zusätzlich wundern sie sich häufig darüber, was Kinder wohl früher ohne Unterhaltungselektronik den ganzen Tag gemacht haben und fragen schon mal nach dem Fernseher in den „cottages“. Besonders genießen die Kinder, dass sie in Beamish fast alle Ausstellungsstücke anfassen dürfen. So können sie beispielsweise selbst das damalige Spielzeug testen.

Touren für Universitätsstudenten werden durch organisierte Studientage für Doktoranten ergänzt. Karen Teasdale ließ uns in diesem Rahmen an einer Power Point Präsentation für französische Austauschstudenten der Universität Durham teilnehmen. Beamish

besucht auch lokale Krankenhäuser und Altenheime und bietet spezielle Einführungen in die Geschichte für Menschen mit geistiger Behinderung an. Durch all diese spannenden Angebote vereinigt Beamish souverän die beiden Aufgaben Bildung und Unterhaltung. Evaluationsbögen sichern das Qualitätsmanagement.

Ist Beamish aber deswegen ein typisch britisches Phänomen? Die Fülle geschichtswissenschaftlicher Literatur und Zeitschriften und die starke Präsenz des kulturellen Erbes in vielen britischen Städten legen die Vermutung nah, dass die Briten eine besondere Affinität zu ihrer Geschichte aufweisen. Einige britische Kulturhistoriker vertreten die These, dass das gegenwärtige Gesellschaftsinteresse an der Geschichte ein Symptom sozialen und wirtschaftlichen Überdrusses sei und einen Mangel an Zukunftsvertrauen reflektiere. In der Tat spricht einiges dafür, dass die dominante Stimmung des komparativen Wirtschaftsabstieges die Briten dazu anhält, auf die glorreichen Tage des Empire und der nationalen Blütezeit zurückzublicken. Andererseits vertritt Peter Lewis, ehemaliger Direktor von Beamish, die Auffassung, dass weltweit selbst ärmste Nationen überzeugt sind, dass Museen zur nationalen Kultur und zum Selbstrespekt gehören. Es scheint, dass bei schnellem Wechsel des Weltgeschehens Geschichtsbewusstsein einen wichtigen Ankerpunkt darstellt. Rosemary Allen sieht das Interesse an der Vergangenheit ebenfalls als ganz natürliches Phänomen. Als Gesellschaftsmitglieder müssen wir die Vergangenheit schätzen, um uns in unserer eigenen Zeit zu verstehen. Trish Hall glaubt, dass eher die jüngere Vergangenheit für die Briten von besonderem Interesse ist, dabei nimmt die eigene Nationalgeschichte den höchsten Stellenwert ein. Insbesondere der Viktorianismus sowie die beiden Weltkriege würden daher auch immer wieder durch Dokumentationen oder Filme im Fernsehen thematisiert.

Besonders ausgeprägte Geschichtskennntnisse haben die britischen Schüler laut Karen Teasdale nicht. Vorkenntnisse sind nur vorhanden, wenn das Thema schon im Unterricht behandelt wurde. Allerdings kennen die Kinder viele Details von ihren Großeltern. In

dieser Hinsicht wäre ein ausgeprägtes Geschichtsinteresse kein typisch britisches Phänomen. Es bleibt allerdings weiter auffällig, dass das Wissen über die nationale Vergangenheit selbst in unteren Bevölkerungsschichten nach wie vor stärker ausgeprägt ist als beispielsweise in Deutschland.

#### **IV.5 Preise und Presse**

Der Erfolg bestätigt das Konzept des Freilichtmuseums, denn inzwischen hat Beamish viele Preise gewonnen. Beamish versteht es anscheinend, geschichtliches Wissen unterhaltsam, aber gleichzeitig ernsthaft zu vermitteln. Es soll nicht nur akademische Historiker ansprechen, sondern ein breites Publikum begeistern. Bereits 1986 wurde Beamish "British Museum Of The Year" und im Folgejahr "European Museum Of The Year". Außerdem wurde Frank Atkinson 1987 Ehrendoktor an der Universität Durham. Seit 1997 gewann Beamish jährlich unzählige weitere Preise, unter anderem als „Living Museum Of The Year“ in den Jahren 2000, 2002 und 2004. Die meisten dieser Auszeichnungen sind aber leider undotiert und tragen lediglich zum Prestige des Museums bei.

Jackie Winstanley ist als „Publicity Officer“ für das Schreiben von Pressemitteilungen zuständig. In einem eigens dafür angelegten Archiv werden sämtliche „press cuttings“ aufbewahrt. Entweder finden Mitarbeiter der Marketingabteilung Artikel in einem der drei abonnierten Lokaljournale, „The Journal“, „The Northern Echo“ oder „The Chronicle“, oder Journalisten schicken Ansichtsexemplare. Teilweise kommen sogar Besucher mit Meldungen über Beamish auf das Museum zu.

Die lokale Presse berichtet häufiger im Sommer, vor allem bei Eröffnungen neuer Gebäude, Gastrednervorträgen anlässlich neuer Sammlungen oder anderen Veranstaltungen besonderer Art. Beamish unterhält gute Beziehungen zu lokalen Radiosendern und Fernsehanstalten der Region und selbst die BBC und die Times äußern sich überwiegend positiv über Beamish. Außerdem veröffentlicht Beamish in regelmäßigen Abständen Stellenanzeigen in der Lokalpresse. Während unseres Projektes fanden wir einen

Artikel über die Einstellung zweier ehemaliger Minenarbeiter in Beamish. Einen von ihnen, Herrn Stuart Davison, trafen wir als Zahnarzt im Museum wieder. Gerade dieser Artikel stieß auf große Resonanz in der Bevölkerung. Die Neuanstellung war dermaßen populär, dass sogar Anrufe englischer Expatriates in Beamish eingingen, die jene Meldung in einem australischen Blatt gelesen hatten (s. Anlage A7).

Einige Artikel sind auch im Internet auf der eigenen Website zu finden. Hier stößt man unter anderem auf Presseinterviews von Museumsangestellten, auf Spendenaufrufe sowie auf eigene Presseberichte oder Veröffentlichungen. Letztes Jahr wurde zum Beispiel der Neuerwerb des einzigartigen „Wearside Car“ aus dem Jahr 1906 verkündet. Es fällt auf, dass sowohl die regionale Herkunft und Bedeutung als auch die ausführliche Geschichte der erworbenen Gegenstände immer wieder betont werden. Die im Jahr 2003 eröffnete Tram musste in ihrer mehr als hundertjährigen Vergangenheit unter anderem auch als Umkleidekabine für Fußballspieler und als Apfellager erhalten. Außerdem werden häufig regionale Größen oder britische Berühmtheiten namentlich erwähnt, die bei Feierlichkeiten als Ehrengäste fungierten. Zudem werden alle Geldgeber und Unterstützer genannt, die maßgeblich an neuen Projekten beteiligt waren. Einen substantiellen Zuschuss erhielt Beamish beispielsweise im Rahmen des Baus des „Beamish Regional Resource Centre“ von dem „Heritage Lottery Fund“, der dem Museum mit 2,1 Millionen Pfund unter die Arme griff. Dabei spielte das Ziel dieses Projekts, exzellente Lagerbedingungen für die historischen Gegenstände zu schaffen sowie Besuchern den Zugang zu ermöglichen, eine maßgebliche Rolle bei dem Zuschlag. Schließlich stößt man auch auf Auszüge aus externen Veröffentlichungen. Darunter fallen unter anderem Zitate aus dem „Good Britain Guide“, der anlässlich der Verleihung des Preises „Living Museum of the Year 2004“ an Beamish äußerst positiv über das Museum berichtete.

## V. Geschichte mit Zukunft

Die ständige Erweiterung des Museums macht den Besucher gespannt auf die weitere Entwicklung von Beamish. Zahlreiche Objekte warten noch in den weitläufigen Lagern auf spätere Ausstellungen. Weiterhin vergrößert sich die Sammlung durch ständige Privatspenden laufend. Die Verwalter der Kollektionen stehen damit auch in Zukunft vor der Mammutaufgabe, die vielen gestifteten Objekte zu lagern, ihren Hintergrund zu erforschen und sie zu katalogisieren, bis sie in der laufenden Ausstellung sinnvoll eingesetzt werden können. Die umfangreichen Sammlungen sollen demnächst ebenfalls durch weitere Bildungseinrichtungen besser zugänglich gemacht werden. Außerdem wünscht sich Rosemary Allan mehr Veröffentlichungen des Museums nach Vorbild deutscher Freilichtmuseen.

Das Museumsmanagement hat zahlreiche weitere ehrgeizige Pläne. So soll in der Stadt in einem Raum über der Barclays Bank ein „Board Room“ entstehen. Dieser stilechte Sitzungssaal wird einen „Jacobian overmantle“ ausstellen, der zu den besten Beispielen der Schnitzkunst Newcastles aus dem siebzehnten Jahrhundert zählt. In Aussicht steht zudem die Errichtung eines Freimaurertempels. Auch der Georgianische Norden von Beamish soll ausgebaut werden. Die Restaurierung und Inbetriebnahme einer alten Mühle sowie der Erwerb einer Kopie des berühmten „Puffing Billy Engine“ stehen hier auf dem Plan. Zusätzlich soll eine Busstation in die Stadt von 1913 eingefügt werden.

All diese Projekte dienen dem Ziel, dem Besucher weitere Attraktionen bieten zu können sowie einen umfassenderen Einblick in die Geschichte und Traditionen der Gegend zu vermitteln. Zu keiner Zeit gab es einen Stillstand in der Planung des Museums und oftmals ist es lediglich der Finanzhaushalt, der angestrebte Erweiterungen einschränkt. Diese Komponente der ständigen Fortentwicklung belastet die Finanzierung in besonderem Maße. Ann Latimer gibt allerdings zu verstehen, dass es oftmals einfacher ist, Sponsoren für die Finanzierung eines neuen Ausstellungsobjektes zu

begeistern als für die Erweiterung des Cateringangebotes oder gar für den Ausbau sanitärer Anlagen.

Bei Befragungen der Mitarbeiter stellten wir fest, dass die Meinungen über zukünftige Erweiterungen des Museums innerhalb des Teams nicht unbedingt übereinstimmen müssen. Trish Hall zum Beispiel würde den Beginn einer Sammlung über die sechziger Jahre begrüßen, gibt uns aber zu verstehen, dass sie ihre Kollegin Rosemary Allan bisher noch nicht davon überzeugen konnte. Als Marketingmanagerin wird Frau Hall im kommenden Jahr aber erstmals versuchen, weitere Touristen der Region durch einen Citysightseeingbus anzulocken, der von Juni bis August von Newcastle aus pendeln und den Besuch in Beamish samt Busfahrt als Komplettpaket anbieten soll.

Im Qualitätsmanagement schließlich wird der Bereich Catering weiter fokussiert. Bislang waren Angebote dieser Art eher mangelhaft, da für Museumsbegründer Frank Atkinson die Ausstellung an sich immer mehr im Vordergrund stand als beispielsweise die Bereitstellung von Teestuben. Der kürzlich eingestellte „Catering Manager“ Don Hall, der über langjährige Erfahrung im Management einer großen Kaufhauskette in Newcastle verfügt, konnte schon erste Erfolge bei der Verbesserung dieses Services verbuchen. Auf die weiteren Entwicklungen in Beamish darf man also in jedem Falle gespannt sein.

## **C. Beamish - ein außergewöhnliches Museum**

Unser Ziel bei dieser Exkursion war, die Erfolgsfaktoren von Beamish zu ermitteln. Die Besonderheiten dieses Museums sind dabei zugleich seine Stärken. Den Besuchern gefällt die Vielseitigkeit und die Mischung von Aspekten wie Industrie-, Landwirtschafts- und Alltagsgeschichte. Zudem fasziniert sie die historische Präzision, die sich in der Detailgenauigkeit der Ausstellung widerspiegelt, und die unglaubliche Harmonie, die die idyllische Lage des Museums ausstrahlt.

Die Sorgfalt der Interpretation und Restauration und das Engagement der wenigen Angestellten sind herausragend und weisen darauf hin, dass das Geschichtsinteresse der Briten größer ist als in anderen europäischen Nationen. Beamish inspiriert Besucher zur Nachahmung von Dekorationen im eigenen Zuhause und bringt jährlich Hunderten von Schulklassen die Nationalgeschichte näher. Der starke Bevölkerungsrückhalt und die Überzahl begeisterter Besucher aus dem Vereinigten Königreich bestätigen dies zusätzlich. Beamish nimmt allerdings immer noch eine Sonderrolle ein, da eine derartige Begeisterung und Exaktheit in den meisten anderen britischen Museen nicht zu finden sind. Es bedarf daher noch weiterer Studien, um diese These abschließend beurteilen zu können.

Die offene, familiäre Art sämtlicher Beteiligten erleichterte die Durchführung der Exkursion. Wir konnten uns uneingeschränkt auf dem Gelände bewegen und Karen Teasdale arrangierte zudem Managementinterviews und machte Materialien zugänglich. Die Mitarbeiter verhielten sich uns gegenüber äußerst interessiert und hilfsbereit, so dass beispielsweise Stuart Davison uns sogar ausnahmsweise auf dem Zahnarztstuhl Platz nehmen ließ. Erschwert wurde die Exkursion nur durch die langen Wege und den Mangel an öffentlichen Verkehrsmitteln, insgesamt war der Zeitrahmen der Exkursion allerdings ideal. Abschließend können wir einen Besuch in Beamish wärmstens empfehlen.

## D. Anhang

- A1. Fotos vom 09, 10 und 13 März 2004
- A2. "Beamish Beginnings", Foto von Frank Atkinson und Geschichte
- A3. Übersichtsfolder Beamish, Touristische Informationen
- A4. Informationsblatt für Museumsbesucher
- A5. Spendenaufruf vor Eröffnung des Museums
- A6. Folder "An Offer of Friendship – Friends of Beamish Museum"
- A7. "Miners Back Together [...]", *The Journal* vom 03 März 2004
- A8. Viktorianische Werbetafeln, Referenzbibliothekssammlung
- A9. Repliken des Fotoarchives, Regional Resource Centre
- A10. DIN A4 Poster "Beamish", Marketing
- A11. Folder "Special Events 2004"
- A12. Folder "Free for a Year – With the Beamish Club"
- A13. Folder "Give our Past a Future", Spendenaufruf
- A14. Fragebogenausschnitt "Co-op Store", Education Department
- A15. Fragebogenausschnitt "Home Farm", Education Department
- A16. Cover des Folders "A Day in the Life of a Domestic Servant"
- A17. Ausschnitt aus Folder "A Day in the Life of a Pitman's Wife"
- A18. Ausschnitt aus Folder "Washing Day"
- A19. Infofolderausschnitt "Beamish Recipes", Education Department
- A20. Infofolderausschnitt "Matmaking", Education Department
- A21. Infofolder "History & More", Education Department
- A22. Newsletter des Education Departments vom Dezember 2003

## E. Literaturverzeichnis

### B I. Beamish – Geschichte zum Anfassen

- Allan, Rosemary, Interview vom 12 März 2004
- Allan, Rosemary E., Hrsg, (1993): *Beamish. The Great Northern Experience. Souvenir Guide Book*, Newcastle: Hindson & Company Ltd
- Allan, Rosemary E. (1991): "History", in Lewis, Peter, Hrsg., *Beamish. The North of England Open Air Museum. The Making of a Museum*, Newcastle: Hindson & Company Ltd
- Hall, Trish, Interview vom 12 März 2004
- Lewis, Peter (1991): "Welcome to Beamish", in Lewis, Peter, Hrsg., *Beamish. The North of England Open Air Museum. A Brief Guide*, England: Smith Print Group Ltd
- Muirhead, George and Allan, Rosemary E. (2003): *Beamish. The North of England Open Air Museum. The Experience of a Lifetime*, Newcastle: Jarrold Publishing
- Teasdale, Karen, Interviews vom 10 Februar und 08 März 2004
- What is Beamish, 04 März 2004,  
<<http://www.beamish.co.uk/about.html>>
- Woolley, Simon, Student Information vom 14 März 2004

### B II. Besucherstruktur

- Allan, Rosemary E. (1991): "History", in Lewis, Peter, Hrsg., *Beamish. The North of England Open Air Museum. The Making of a Museum*, Newcastle: Hindson & Company Ltd
- „Barclays Bank employee", Interview vom 09 März 2004
- Besucherinterviews vom 10 März 2004
- „Co-op drapery girl", Interview vom 09 März 2004
- „Co-op drapery saleswoman", Interview vom 09 März 2004
- „Co-op grocery salesman", Interview vom 09 März 2004
- Davison, Stuart, Interview vom 09 März 2004
- Hall, Trish, Interview vom 12 März 2004
- „Mister Smith", Interview vom 09 März 2004

- „Star Inn pub owner“, Interview vom 09 März 2004
- „Sweet shop saleswomen“, Interviews vom 09 März 2004
- Teasdale, Karen, Interviews vom 10 Februar, 08 und 13 März 2004
- „Tram conductors“, Interviews vom 09 März 2004
- What is Beamish, 04 März 2004,  
<<http://www.beamish.co.uk/about.html>>

### **B III. Lebendige Geschichtsvermittlung**

- „Barclays Bank employee“, Interview vom 09 März 2004
- „Co-op drapery girl“, Interview vom 09 März 2004
- „Co-op drapery saleswoman“, Interview vom 09 März 2004
- „Co-op grocery salesman“, Interview vom 09 März 2004
- Davison, Stuart, Interview vom 09 März 2004
- Hiles, Megan, Interview vom 12 März 2004
- Hiles, Rhiannon, Interview vom 13 März 2004
- „Mister Smith“, Interview vom 09 März 2004
- „Star Inn pub owner“, Interview vom 09 März 2004
- „Sweet shop saleswomen“, Interviews vom 09 März 2004
- Teasdale, Karen, Interviews vom 10 Februar, 08 und 13 März 2004
- „Tram conductors“, Interviews vom 09 März 2004
- What is Beamish, 04 März 2004,  
<<http://www.beamish.co.uk/about.html>>

### **B IV. Modernes Museumsmanagement**

- Allan, Rosemary, Interview vom 12 März 2004
- Allan, Rosemary E. (1991): „History“, in Lewis, Peter, Hrsg.,  
Beamish. The North of England Open Air Museum. The Making of  
a Museum, Newcastle: Hindson & Company Ltd
- Hall, Trish, Interview vom 12 März 2004
- Latimer, Ann, Interview vom 12 März 2004
- Media Information, 07 März 2004,  
<<http://www.beamish.co.uk/media.html>>

- Muirhead, George and Allan, Rosemary E. (2003): *Beamish. The North of England Open Air Museum. The Experience of a Lifetime*, Newcastle: Jarrold Publishing
- Special Events, 07 März 2004,  
<<http://www.beamish.co.uk/special.html>>
- Teasdale, Karen, Interview vom 13 März 2004
- What is Beamish, 04 März 2004,  
<<http://www.beamish.co.uk/about.html>>

#### **B V. Geschichte mit Zukunft**

- Allan, Rosemary, Interview vom 12 März 2004
- Hall, Trish, Interview vom 12 März 2004
- Muirhead, George and Allan, Rosemary E. (2003): *Beamish. The North of England Open Air Museum. The Experience of a Lifetime*, Newcastle: Jarrold Publishing
- Teasdale, Karen, Interviews vom 10 Februar, 08 und 13 März 2004
- What is Beamish, 04 März 2004,  
<<http://www.beamish.co.uk/about.html>>