

# „Wir sind durchweg zufrieden“

Organisatoren bilanzieren Urzeit-Ausstellung – Auf der Suche nach nächstem Thema

GIESSEN (fod). Anfangs musste man sich erst einmal daran gewöhnen, beim Gang durch die Innenstadt nahezu überall von prähistorischen Urzeit-Wesen umgeben zu sein. Jetzt ist es genau umgekehrt: Nachdem die Ausstellung „Urzeit in Gießen entdecken – Was nach den Dinosauriern kam“ am vergangenen Wochenende nach über acht Wochen zu Ende gegangen ist, werden die lieb gewonnenen, rund 60 lebensgroßen Modelle von Tieren und Frühmenschen vermisst. Auch von den Organisatoren, die ein überaus positives Fazit ziehen.

Wir sind durchweg zufrieden“, sprach Sadullah Güleç, Geschäftsführer der Gießen Marketing GmbH, von einem „großen Erfolg“, der dem der Dinosaurier-Ausstellung von 2010 in keiner Weise nachstehe und sogar in manchen Punkten übertreffe. Zum zweiten Mal wäre es gelungen, etwas zu schaffen, „was relativ einzigartig ist“ und wofür andere Städte viel Geld ausgeben müssten, nämlich „eine Art Senckenberg-Museum unter freiem Himmel“, sagte Prof. Hans-Peter Ziemek. Das große Interesse der Besucher, die das gesamte Altersspektrum abbildeten und aus allen Bildungsschichten kamen, habe wiederum gezeigt, dass „Gießen eine Wissenschaftsstadt“ sei, stellte der Leiter des Instituts für Biologie didaktik der Justus-Liebig-Universität (JLU) fest. Zusammen mit Mitarbeitern und rund 100 Studierenden hatte er das wissenschaftliche Konzept umgesetzt.

Dazu gehörte auch die didaktische Aufbereitung mit Texttafeln und Führungen, den „Urzeit-Patrouillen“, die Güleç als weiteren Grund für den Erfolg sah, zumal dies in anderen Städten, in der die Ausstellung ebenfalls zu sehen war, nicht in dieser Form geschah. Ein anderer Erfolgsfaktor sei die breite Unterstützung



Freuen sich über den Erfolg der Urzeit-Ausstellung: Von links Daniela Ruth, Marko Fuhr, Silja Papenguth, Sadullah Güleç, Julia Bäuml, Prof. Hans-Peter Ziemek, Anne Spitzner. Foto: fod

durch Stadt, Universität und die gesamte Gießener Wirtschaftswelt, ging sein Dank an alle Sponsoren. Von den knapp 190 000 Euro Kosten der Ausstellung hätten Letztere 155 000 getragen, die Differenz habe die Gießen Marketing GmbH finanziert. „Die Stadt hat uns kein gesondertes Budget zur Verfügung gestellt“, hob er hervor, dass der Haushalt dadurch nicht belastet werde.

Der Erfolg zeigt sich ebenso in Zahlen: 350 Führungen hatte es gegeben, „100 mehr als 2010 bei den Dinosauriern“, berichtete Julia Bäuml, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut. Man habe über 10 000 Teilnehmer gezählt, sowie weitere rund 6000 Personen, die im Wallenfels'schen Haus in der Frühmenschen-Ausstellung „Durch Steppe und Eiszeit – Wie wir wurden, was wir sind“ waren. Zu einer Schätzung der Gesamtzahl aller Besucher in der Innenstadt sah sich Güleç wie schon 2010 nicht imstande, wäre es doch unmöglich sicher zu sagen, welche Menschen nur für die Ausstellung gekommen waren und welche diese neben ihrem Einkauf besichtigten. Doch Besucher und Gruppen bis aus Neuseeland, Wisconsin (USA) oder Spanien, ein wesentlich größeres Einzugsgebiet als 2010

und ein „überragendes Medienecho“ mit Berichten bis hin zur „Bild“-Zeitung seien Beleg, dass es gelang, „Wissenschaft zu vermitteln, die richtig Spaß macht“. Trotz des Ansturms hätten die Beschädigungen an Modellen, wie herausgebrochene Zähne, laut der vermietenden Firma „im Bereich des Normalen“ gelegen, berichtete er. Zusätzlich zur Versicherung muss man 1000 Euro Schaden-

ersatz zahlen. Wenngleich die vier „Einführungen“ von Objekten, wie die erst nach zwei Tagen wieder aufgetauchte Säbelzahnkatze, den Veranstaltern einen gehörigen Schrecken einjagten. 2014 möchte man, parallel zur Landesgartenschau, eine weitere Ausstellung präsentieren. Ein Thema werde aber noch gesucht, sagten Güleç und Ziemek. Die ursprüngliche Idee, die Welt der Insekten mit Großmodellen erlebbar zu machen, kann nicht mehr realisiert werden, denn der Vermieter der Modelle hat diese verkauft.

Für den Handel war die jetzige Ausstellung laut Marko Fuhr vom BID Marktquartier „kein kurzfristig spürbarer Erfolg“, nur die Gastronomie vermeldete höhere Gästezahlen. Reißenden Absatz fanden in der zum „Urzeit-Treff“ umfunktionierten Tourist-Information am Berliner Platz und anderen Stellen die Alben mit Sammelbildern, von denen laut Silja Papenguth rund 27 000 verkauft wurden. Und die sogar zu Tauschbörsen führten. Noch seien einige Alben mit kompletten Bildersätzen und weitere Artikel wie das Stoff-Mammut erhältlich, vermeldete Daniela Ruth, Leiterin der Tourist-Information.