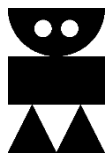


Pressemitteilung Deutsches Technikmuseum

Lokomotiven rattern und Flugzeuge vrrrrmen: Die neue Imagekampagne des Deutschen Technikmuseums



19.11.2025

→ **Das Deutsche Technikmuseum stellt sein neues Corporate Design vor und macht es erstmals großflächig im Berliner Stadtraum sichtbar. Das neue Erscheinungsbild rückt die Beziehung zwischen Mensch und Technik in den Mittelpunkt und zeigt das Museum als modernen, zugänglichen und erlebnisorientierten Ort für alle Generationen.**

Das Museum stärkt damit seine Position im Berliner Kulturkontext und setzt ein deutliches Zeichen für eine zeitgemäße Vermittlung technikhistorischer Themen, die heute relevanter denn je sind.

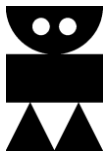
Joachim Breuninger, Direktor des Deutschen Technikmuseums, freut sich über die Möglichkeiten, die das neue Design bietet:

„Das neue Corporate Design zeigt, wofür das Deutsche Technikmuseum steht. Technik ist Teil unseres Alltags und immer mit Menschen verbunden. Diese Perspektive soll auch im Stadtraum sichtbar werden. Mit dem neuen Auftritt stärken wir die Präsenz des Museums und öffnen es noch stärker für ein breites Publikum.“

Ein neues Gesicht für das Deutsche Technikmuseum

Das neue Corporate Design verleiht dem Museum eine prägnante visuelle Identität. Im Zentrum steht ein modularer Roboter aus Kreis, Rechteck und Dreieck, der Vielfalt, Bewegung und die Verbindung zwischen Mensch und Technik symbolisiert. Seine flexible Formensprache prägt Plakate, digitale Anwendungen, Fahnen und Merchandise. Auch das 43 Meter hohe Rotorblatt auf dem Vorplatz des Museums zeigt nun eine überdimensionale Robotergrafik als weithin sichtbaren Blickfang.

Das Erscheinungsbild wirkt modern und nahbar. Klare Farben, geometrische Formen



und eine barrierefreie Typografie sorgen für gute Orientierung und Lesbarkeit. Entwickelt wurde das Design gemeinsam mit der Berliner Agentur Neue Gestaltung.

Aline End, Leitung Kommunikation und Marketing des Deutschen Technikmuseums, erklärt es so:

„Das neue Design macht die Marke des Deutschen Technikmuseums klarer erkennbar. Der Roboter gibt dem Museum ein prägnantes und zugängliches Gesicht. Mit der Imagekampagne bringen wir diesen Auftritt in den Stadtraum und zeigen, wie lebendig und einladend Technik vermittelt werden kann.“

Neues Design, klarer Fokus

Das bisherige Erscheinungsbild begleitete das Museum über viele Jahre. Mit dem neuen Corporate Design richtet es sich visuell neu aus und schärft seine strategische Positionierung. Ziel ist ein prägnanter Markenauftritt, der die Vielfalt der Zielgruppen anspricht und die Sichtbarkeit des Museums als eine der führenden technikhistorischen Institutionen Europas stärkt.

Die Imagekampagne im Berliner Stadtraum

Parallel dazu startet das Deutsche Technikmuseum eine stadtweite Imagekampagne. Zwei Wochen lang sind die Motive auf rund 95 Flächen an großen und kleinen S- und U-Bahnhöfen in Berlin zu sehen, darunter am Alexanderplatz, am Ostbahnhof, an der Yorckstraße oder in Zehlendorf.

Großobjekte der Sammlung wie Lokomotiven, Flugzeuge oder Schiffe

wurden in die neue Formensprache übertragen und erscheinen als farbenfrohe, freundliche Charaktere. Ergänzt durch typische Geräusche wie „tsch tsch, ratter ratter“ einer Lok oder „vrrrrm, wrrrr“ eines Flugzeugs erhalten sie Persönlichkeit und wirken unmittelbar nahbar. Auch der neue Roboter stellt sich mit „beep beep“ und „brmm brmm“ vor.

Die Kampagne richtet sich an familiäre Kleingruppen und Menschen, die gemeinsam etwas erleben möchten. Sie lädt schon die Jüngsten zu einem Besuch ein, baut mögliche Zugangshürden ab und räumt mit dem überholten Bild eines verstaubten Technikmuseums auf. Starke Farben, reduzierte Formen und kurze, klare Botschaften sorgen für Aufmerksamkeit im Stadtraum. Da die Motive weitgehend ohne Sprache auskommen, sind sie für viele Menschen unmittelbar verständlich.

Durch die Verbindung der technischen Großobjekte mit der neuen Formensprache und ihren charakteristischen Geräuschen entstehen lebendige Figuren. Die Technik beginnt zu sprechen und lädt dazu ein, das Museum neu zu entdecken.

Fotomaterial und Pressematerial zum Download finden Sie im Pressebereich unserer Website:

<https://technikmuseum.berlin/presse>