

Coca-Cola Blak, Google Glass und die Colgate Fleisch-Lasagne haben alle eins gemeinsam: Es sind Produkte, die auf dem Markt gescheitert sind.

Im schwedischen Helsingborg hat diesen Sommer ein Museum des Scheiterns eröffnet, wo missratene Produkte, Dienste und Projekte ein warmes Zuhause finden. Gegründet wurde das Museum vom Psychologen Dr. Samuel West.



Die Idee für das „Museum des Scheiterns“ kam ihm, als er vom „Museum der zerbrochenen Beziehungen“ in Zagreb hörte. „Ich konnte nicht glauben, dass es ein Museum der zerbrochenen Beziehungen gibt.“, sagte Dr. Samuel West gegenüber der New York Times. „Dann entschied ich mich dafür, ein Museum des Scheiterns zu eröffnen.“

In einem Bericht des WDR sagte er, er sei die Erfolgsgeschichten leid, die man ständig

präsentiert bekomme, er wolle nichts mehr von dem nächsten erfolgreichen Jungunternehmer mehr wissen.

Sein Museum enthält über 70 Ausstellungsstücke aus aller Welt, allesamt Beispiele für das risikoreiche Geschäft mit der Innovation. Gründer und Museumsdirektor West möchte dem Besucher durch die Ausstellung eine wertvolle Erfahrung vermitteln: Auch die Großen ihres Faches scheitern hin und wieder.

Das private Museum trägt sich hauptsächlich aus dem Verkauf der Eintrittskarten. Reisende nach Helsingborg sollten sich den Besuch dieser Attraktion nicht entgehen lassen, damit das Kuriosum seinerseits nicht scheitert.

Adresse:

Museum of Failure

Kulturhotellet

Södergatan 15

Helsingborg, Schweden

museumoffailure.se

ap