

Cultural Research Policy Lab

Online-Veröffentlichung auf ART-Dok (2022), DOI: <https://doi.org/10.11588/artdok.00007804>

•Shaping Post-Covid Culture•Pioneering Research Transfer•Creating Research Alliances

Das Cultural Policy Lab ist ein interdisziplinäres Reflexions-Format, das ausgehend von dem theaterwissenschaftlichen Master- Forschungsseminar „Institutionelle Ästhetik“ an der LMU München entwickelt wird. Projektleitung: Christian Steinau.

Mit der Nutzung des Cultural Policy Lab Archivs erklären Sie sich mit unseren Nutzungsbedingungen einverstanden, die Sie unter www.culturalpolicylab.com finden.

Alle Rechte vorbehalten. Kontakt: info@culturalpolicylab.com

Quellenmaterial

Von: **Sophie Bauer**

Keywords: #Recherche #Covid-19
#Museen #Befragung

Zitation: Sophie Bauer: „Quellenmaterial“, in: Birte Kleine-Benne (Hg.): Everything is live now. Das Kunstsystem im Ausnahmezustand, 2021.

Verfasst: Juni 2020

Veröffentlicht im **August 2021** via
[http://culturalpolicylab.com/
publications/everything-is-live-now/
inhaltsverzeichnis/quellenmaterial](http://culturalpolicylab.com/publications/everything-is-live-now/inhaltsverzeichnis/quellenmaterial)

**Fragen von Sophie Bauer an das Deutsche
Museum – beantwortet von Gerrit Faust
(Leitung der Presse- und Öffentlichkeitarbeit),
16.06.2020:**

Allgemeine Fragen

Was bedeutet die aktuelle Ausnahmesituation des Kultursystems für Sie und das Deutsche Museum?

Es gibt ganz vielfältige Auswirkungen. An erster Stelle steht natürlich, dass das Deutsche Museum rund zwei Monate lang geschlossen war und wir keinen persönlichen, direkten Kontakt mit unseren Besuchern hatten. Wir haben stattdessen unsere digitalen Formate erheblich ausgebaut. Momentan setzen wir viele Maßnahmen im Museum um, die dem gesundheitlichen Schutz der Besucher und Beschäftigten dienen.

Welche Problematiken ergeben sich durch COVID-19 für das Museum?

Ebenso vielfältige: Neben dem Ausbleiben der Besucher hat sich natürlich auch die Arbeitssituation für viele Beschäftigte geändert. Zudem haben wir durch die Einnahmeausfälle in Höhe von mehreren Millionen Euro auch ein massives finanzielles Problem zumindest im laufenden Jahr. Und wir glauben nicht, dass das Deutsche Museum bald wieder ähnlich hohe Besucherzahlen hat wie vor der Pandemie.

Wie wird die Arbeitssituation der akuten Ausnahmesituation angepasst?

Große Teile der Beschäftigten sind zwischenzeitlich in Home-Office gegangen. Auch der Schutz der Beschäftigten hatte und hat für uns eine sehr hohe Priorität.

Wie haben sich Ihre Erwartungen in Bezug auf die Wiedereröffnung des Museums bestätigt und in welchen Bereichen gibt es noch Verbesserungsbedarf?

Wir hätten damit gerechnet, dass sofort nach der Wiedereröffnung des Museums die zulässigen Besucherzahlen erreicht werden. Das war zunächst nicht der Fall: Wir sind in den ersten Wochen zum Teil erheblich unter den Höchstgrenzen geblieben und haben erst in den Pfingstferien wieder die Besucherzahlen erreicht, mit denen wir gerechnet hätten.

Wie haben sich Sie und Ihre Kolleg*innen in den Sammlungen auf die Wiedereröffnung vorbereitet?

Es wurden Schutz- und Hygienekonzepte für alle Standorte entwickelt, zum Beispiel Einbahnstraßen im Museum eingerichtet und Plexiglaswände aufgestellt. Außerdem haben wir problematische Demonstrationen stillgelegt und neue Führungskonzepte entwickelt. Das Ticketing musste komplett auf ein Onlinesystem umgestellt werden. Außerdem haben wir die Zeit der Schließung für Grundreinigungen und Reparaturen in den Ausstellungen genutzt.

Welche Chancen sehen Sie durch diese Ausnahmesituation für die Museen?(Beispielsweise hinsichtlich der Digitalisierung, oder der Rolle der Museen.)

Wir haben noch einmal gemerkt, wie wichtig digitale Formate sind – und haben unsere digitale Reichweite in der Zeit der Schließung erheblich erhöhen können. Gleichzeitig wurde uns aber wiederum schmerzlich bewusst, dass wir mit digitalen Besuchen kein Geld verdienen.

Können Museen auch Chancen für die Ausnahmesituation bieten? Welche Einwirkungsmöglichkeiten sehen Sie?

Ich befürchte, ich verstehe die Frage nicht ganz – aber ich versuche, die Frage so zu beantworten, wie ich sie verstehe: Natürlich tragen wir als wissenschaftliche Institution

auch zur Information der Öffentlichkeit über die Pandemie bei.

Haben Sie aufgrund der aktuellen Ausnahmesituation ein erhöhtes Interesse der Öffentlichkeit an Ihrem Museum feststellen können?

Wir haben bemerkt, dass die Öffentlichkeit ein verstärktes Informationsbedürfnis hat. Wir haben mit digitalen Vorträgen deutlich mehr Menschen erreicht als vor der Pandemie.

Kuration

Wie hat sich Ihre Arbeit bei der Kuration und Planung zukünftiger Ausstellungen verändert? Hat beispielsweise die Arbeit im Home Office einen großen Einfluss auf die Planung?

Die Planung der künftigen Ausstellungen hat sich natürlich stark verändert. Persönliche Treffen und Vor-Ort-Termine konnten kaum stattfinden; fast die gesamte Besprechungskultur hat sich in den digitalen Raum verlagert.

Gibt es organisatorische Möglichkeiten „entfallene“, oder verkürzte Ausstellungen zu verlängern, beziehungsweise zu verschieben?

Wir haben Ausstellungen zum Teil verlängert oder Ausstellungseröffnungen verschoben, ja.

Haben Sie vor, COVID-19 bzw. die aktuelle Situation in einer zukünftigen Ausstellung zu thematisieren?

Ich glaube, Corona könnte auch ein Thema für die künftige Dauerausstellung „Gesundheit“ sein. Allerdings sind wir kein zeitgeschichtliches Museum.

Personal

Wie viele Personen sind am Deutschen Museum insgesamt beschäftigt, und wie können diese ihre Tätigkeiten aktuell weiterverfolgen?

Rund 615. Wir haben keine Mitarbeiter wegen Corona entlassen müssen.

Wie werden Mitarbeiter*innen, die nicht im Home Office arbeiten können (Sicherheitspersonal, Kassenpersonal u.a.) finanziell entlastet, beziehungsweise wie konnten diese ihre Tätigkeiten während der Schließung fortführen?

Sicherheits- und Kassenpersonal kommen von Fremdfirmen. Unsere eigenen Mitarbeiter in den Ausstellungen konnten wir während der Schließung mit der Grundreinigung der Ausstellungen, der Instandsetzungen von Demonstrationen und die Entwicklung von digitalen Formaten weiter beschäftigen.

Wie viele freie Mitarbeiter*innen werden am Deutschen Museum beschäftigt, und wie werden diese in der aktuellen Ausnahmesituation bestmöglich unterstützt?

Eine Zahl kann ich Ihnen nicht nennen, aber wir haben spezielle Privatführungen eingeführt, die von den freien Mitarbeitern übernommen werden. Dadurch werden die Einnahmeverluste der freien Mitarbeiter zumindest zum Teil kompensiert.

Besucherservice

Was sind die essentiellen Vorkehrungen (Schutz von Personal und Besuchenden, Hygienemaßnahmen), welche bei einer Wiedereröffnung des Museums beachtet werden müssen?

Unser Schutz- und Hygienekonzept ist sehr umfangreich. Zu den wesentlichen Punkten gehört die Begrenzung der Besucherzahl, die Umstellung auf einen reinen Online-Ticketverkauf, die Maskenpflicht, die üblichen Mindestabstandsregeln, der Verzicht auf Veranstaltungen und Gruppenführungen, das Besuchsverbot für bestimmte Besucher (zum Beispiel Menschen, die Kontakt zu Covid-19-Fällen hatten), die Einrichtung von Einbahnstraßen im Museum, das Aufstellen von Desinfektionsstationen und eine erheblich erhöhte Reinigungsfrequenz.

Ist es denkbar, zur besseren Koordinierung der Besucher*innenmengen und zur Einschränkung des direkten Kontaktes online Tickets einzuführen?

Ja. Ohne ein Online-Ticketing hätten wir die Besucherzahlen nicht steuern können.

In der nahen Zukunft, wird sich das Museumspublikum vermutlich dahingehend verändern, dass weniger Tourist*innen das Deutsche Museum aufgrund der Einreisebeschränkungen besuchen werden.

Ja, natürlich.

Können Sie eine Aussage darüber tätigen, welchen prozentuale Anteil die Tourist*innen bei den Besucherinnenzahlen im Normalbetrieb ausmachen?

Wir haben rund 30 Prozent Besucher aus dem Ausland, von 70 Prozent deutschen Besuchern sind wiederum rund 75 Prozent überregionale Besucher.

Wie wird sich das Ausbleiben dieser Besucher*innengruppe finanziell niederschlagen?

Das lässt sich momentan noch nicht präzise beurteilen.

Können Sie die Besucher*innen des Deutschen Museums hinsichtlich ihrer demographischen Daten charakterisieren?

Das Durchschnittsalter beträgt rund 40 Jahre; die zahlenmäßig größte Besuchergruppe sind die 40- bis 49-Jährigen. Rund 50 Prozent haben einen Hochschulabschluss, rund 70 Prozent Abitur. Rund 53 Prozent sind männlich.

Welches Alter macht die Hauptzielgruppe der einzelnen Häuser aus?

Siehe oben. Wir haben normalerweise überdurchschnittlich viele Schüler und Familien mit Kindern als Besucher bei uns.

Sind Sie der Meinung, dass sich die Zielgruppe des Deutschen Museums in ihren demographischen Daten verändern wird?

Das kann ich nicht vorhersagen.

Wie sind die Besucher*innenzahlen nach Ihrer Wiedereröffnung bisher?

Bis zum 15. Juni einschließlich rund 40.000 Besucher an den Standorten Museumsinsel, Verkehrszentrum und Flugwerft Schleißheim.

Digitale Kommunikation

Momentan versuchen viele Kultureinrichtungen ihre Online-Präsenz verstärkt auszubauen, um auch Menschen zuhause mit ihren Angeboten zu erreichen. Wie machen Sie ihre Sammlungen online zugänglich und erlebbar, beziehungsweise welche Möglichkeiten hat eine online Besucherin hier?

Wir haben eine ganze Reihe von digitalen Angeboten – einen kurzen Überblick finden Sie hier: [www.deutsches-museum.de/angebote/digitale-angebote/](www.deutsches-museum.de/angebote/digitale-angebote/) Das Angebot reicht von unserer digitalen Sammlung und unserer App über verschiedene digitale Führungsformate (auch 360-Grad-Führungen), speziell produzierte Videos, virtuelle Museumsrundgänge, Experimentiervideos für Kinder und unsere Social-Media-Accounts bis hin zu unserem „Google Arts & Culture“-Angebot, Podcasts und Onlinevorträgen.

Wie werden Ihre online Angebote bisher angenommen und werden diese auch bei Ihrem Normalbetrieb weiter fortgeführt und entwickelt werden?

Sehr gut: Gerade unser Youtube-Kanal hat sich in der Zeit der Schließung ausgezeichnet entwickelt, die Zahl der Abonnenten und der Views ist rapide angestiegen. Wir werden die digitalen Angebote natürlich auch in der Zukunft ausbauen.

Erfährt ein online angebotenes Format mehr Teilnahme als sein Pendant im Normalbetrieb? (Wird beispielsweise eine online Dialogführung von einem größeren Publikum wahrgenommen, als eine herkömmliche Dialogführung im Museum?)

Ja. Bei Vorträgen auf Youtube waren zum Teil mehr als 800 Menschen live dabei; insgesamt haben sich einzelne Vorträge bis zu 5000 Menschen angeschaut. Normalerweise hätte ein solcher Vortrag höchstens 200 Teilnehmer. Bei den Führungen ist es ähnlich: An den digitalen Führungen durch einzelne Ausstellungen haben tausende Menschen teilgenommen – eine normale Führung hat vielleicht 25 Teilnehmer. Und schon normalerweise haben wir mehr digitale Museumsbesucher als solche, die persönlich herkommen.

Können Sie eine Aussage darüber tätigen, wie sich Ihre Followerzahlen auf Instagram seit der vorübergehenden Schließung entwickelt haben?

Vor der Schließung waren es 6991, jetzt sind es 8363. Das ist ein Plus von 20 Prozent binnen drei Monaten - eine weit überdurchschnittliche Steigerung.

Mit wie vielen Mitarbeiterinnen ist der Bereich der digitalen Kommunikation des Deutschen Museums aktuell besetzt? Wurde dieser Bereich aufgrund der Schließung ausgebaut?

Vier Mitarbeiterinnen sind für Webseite und App verantwortlich; drei weitere Mitarbeiterinnen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kümmern sich auch, aber bei weitem nicht ausschließlich um die Social-Media-Accounts. Eine wissenschaftliche Hilfskraft für diesen Bereich (10 Wochenstunden) ist seit Corona zu Verstärkung dazugekommen.

Finanzielle Situation

War das Deutsche Museum bereits aufgrund der finanziellen Lage gezwungen Mitarbeiter zu entlassen?

Nein.

Können Sie bereits Aussagen über finanzielle Einbußen treffen, und haben diese Auswirkungen auf geplante Projekte?

Wir rechnen momentan mit einem Einnahmeausfall von rund vier Millionen Euro im laufenden Jahr. Da sich die Situation aber laufend ändert, ist diese Prognose nicht besonders valide.

Wird das Deutsche Museum während und nach der Ausnahmesituation finanziell unterstützt?

Von staatlicher Seite bisher nicht. Wir haben aber eine Spendenaktion begonnen.

**Fragen von Sophie Bauer an das Museum
Brandhorst – beantwortet von Patrizia Dander
(Leitende Kuratorin), 26.06.2020:**

Rolle des Museums in der Krise

Haben Sie aufgrund der aktuellen Ausnahmesituation ein erhöhtes Interesse der Öffentlichkeit am Museum Brandhorst feststellen können?

*Ja, unsere Follower*innenzahlen sind beispielsweise sehr gestiegen und unsere Social-Media-Kanäle erfahren mehr Resonanz. Der Umstieg auf digitale Veranstaltungsformate etc. hat zwar etwas gedauert, diese funktionieren jetzt aber sehr gut.*

Welche Chancen sehen Sie durch diese Ausnahmesituation für die Museen?(Beispielsweise hinsichtlich der Digitalisierung, oder der Rolle der Museen.)

Ich habe erstens festgestellt, dass das Umsteigen auf digitale Programme erlaubt, weit jenseits lokaler Grenzen und eines lokalen Publikums zu denken. Die Programme stehen nun Menschen in den USA und Asien gleichermaßen zur Verfügung wie uns hier vor Ort.

Zweitens stellte sich heraus, dass die Leute Lust haben, auch anspruchsvolle und längere Formate über die digitalen Kanäle zu rezipieren. Das hatten wir zu Beginn etwas anders eingeschätzt und freuen uns über die Möglichkeit, engagiertes Programm auch zukünftig im digitalen Raum organisieren zu können. Dennoch muss man einräumen, dass nicht jede Veranstaltung digital funktioniert.

Können Museen bzw. das Museum Brandhorst auch Chancen für die Ausnahmesituation bieten? Welche Einwirkungsmöglichkeiten sehen Sie?

Angesichts der existenziellen Auswirkungen der Corona-Pandemie für viele Menschen, bin ich zögerlich, was unsere Einwirkungsmöglichkeiten anbelangt. Was wir aber anbieten, ist eine Reflektion und Kontextualisierung der Situation. Ein Beispiel hierfür wäre das Vermittlungsprogramm der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen (BStGS), für das spezifisch Werke ausgewählt wurden, die mit der aktuellen Situation in Zusammenhang stehen.

Haben Sie vor, COVID-19 bzw. die aktuelle Situation in einer zukünftigen Ausstellung oder einem Angebot zu thematisieren?

Wir haben Corona als Teil einer größeren digitalen Vermittlungsreihe der BStGS thematisiert, bei uns im Haus gab es eine spezielle Führung zu Damien Hirsts „Pillenregal“ und seinen Containern mit medizinischen Abfällen. Eine Ausstellung werden wir dazu aber nicht machen.

Digitale Kommunikation

Mit wie vielen Mitarbeiter*innen ist der Bereich der digitalen Kommunikation des Museums Brandhorst aktuell besetzt? Wurde dieser Bereich aufgrund der Schließung ausgebaut bzw. gibt es Ausbaumöglichkeiten?

Die Anzahl verfügbarer Stellen für unsere Häuser ist durch einem Stellenplan geregelt. Da haben wir kein kurzfristigen Ausbaumöglichkeiten. Bei uns im Haus besteht die Kommunikationsabteilung aus einer Leitung sowie einer Assistenz und wir sind gerade dabei, eine dauerhafte Praktikantinnenstelle einzuräumen.

Durch die Digitalisierung ergeben sich neue Ausstellungsmöglichkeiten. Inwiefern werden diese von Ihnen genutzt oder in Erwägung gezogen?

Ich glaube sehr daran, dass Konstellationen von Kunstwerken im physischen Raum Dinge sichtbar machen, die sich nicht wirklich in den digitalen Raum übersetzen lassen. Dennoch ermöglicht das Digitale, anders über die Vermittlung von Werken und deren Zusammenhängen nachzudenken. Zudem muss man erwähnen, dass es Digitalisierungskonzepte und digitale Projekte schon seit Jahren gibt, sie sind jetzt nur mehr in den Fokus gerückt.

Erfährt ein online angebotenes Format mehr Teilnahme als sein Pendant im Normalbetrieb? (Wird beispielsweise eine online Dialogführung von einem größeren Publikum wahrgenommen, als eine herkömmliche Dialogführung im Museum?)

*Ja zwangsläufig, da unsere Führungen eine Besucher*innenbeschränkung von 25 Personen haben, was mit den Raumgrößen im Museum zu tun hat. Diese Limitierung gibt es im digitalen Raum natürlich nicht mehr. Wir hatten bei digitalen Führungen schon bis zu 70 bis 100 Teilnehmerinnen. Zudem können sich die Besucherinnen im Digitalen ortsunabhängig von der ganzen Welt aus zuschalten, was auch genutzt wurde.*

Halten Sie eine Digitalisierung der Werke im Rahmen von Google Arts and Culture für Betrachter*innen und die Aura der Gemälde sinnvoller als eine online Sammlung? (Aufgrund der Möglichkeiten, sich durch den Raum bewegen und verschiedene Werke in Gegenüberstellung zueinander sehen zu können.)

Die BStGS haben alle Werke in ihrer Onlinesammlung zugänglich gemacht und einige ausgewählte Werke auch auf Google Arts and Culture digitalisiert. Weil unsere Ausstellungsstücke meist jüngeren Datums und damit noch nicht rechtfrei verfügbar sind, sind die Werke des Museums Brandhorst auf der Website der Pinakotheken ohne Abbildungen hinterlegt. Auf unserer eigenen Webseite können aber alle Werke, die aktuell gezeigt werden, mit Abbildungen eingesehen werden. Dies ist durch den Museumsvertrag mit der VG Bild-Kunst gedeckt. Eine dauerhafte Onlinestellung aller Werke mit Abbildungen wäre sehr teuer.

Ich finde, dass weder das eine noch das andere den Kunstwerken etwas wegnimmt.

Digitale und analoge Formate bieten unterschiedliche Möglichkeiten, sich mit Kunst zu beschäftigen und zu informieren. So können die Informationen online auch zur Vorbereitung oder Vertiefung eines Museumsbesuches verwendet werden.

Arbeitssituation

Wie wird die Arbeitssituation der akuten Ausnahmesituation angepasst?

*Wir haben ziemlich schnell die Möglichkeit eröffnet, auf Homeoffice umzusteigen. Zudem hatten wir die Regelung, dass in pro Büro nur eine Person arbeiten sollte. Mir fehlte mein Arbeitsplatz, dessen technische Ausstattung viel besser als ist die meines „Homeoffices“, sowie die Möglichkeit des direkten Austauschs mit Kolleg*innen. Der informelle Teil der Kommunikation und des Austausches – beispielsweise etwas ohne Verabredung schnell auf dem Gang zu klären – fiel weg. Daher bot das Homeoffice für mich sowohl inhaltlich als auch sozial keine richtige, permanente Alternative.*

*Dennoch gehen wir schon seit einigen Jahren auf die Homeoffice-Wünsche unserer Kolleg*innen ein, werden hier noch flexibler werden und rechnen durchaus mit einem Anstieg der Homeoffice-Zeit, jedoch nicht mit einem vollständigen Ersatz der Arbeit im Büro.*

Bei uns gab es zudem einen richtigen Digitalisierungsschub. Wir sind bereits 2019 auf Cloudbasierte Server umgestiegen, hatten diese jedoch noch nicht wirklich intensiv genutzt. Durch die Krise sind wir da einen großen Schritt vorangekommen.

Wie hat sich Ihre Arbeit bei der Kuration und Planung zukünftiger Ausstellungen verändert?

Zum Glück nicht so sehr. Wir hatten während dieser Zeit nur eine hausinterne Umhängung geplant, welche in der Schließzeit unter Einhaltung der Abstands- und Hygienevorschriften stattfinden konnte. Unsere nächste große Wechsausstellung zu Lucy McKenzie – mit vielen externen Leihgaben – ist erst im September angesetzt und es sieht so aus, als könnten wir sie wie geplant durchführen. Daher ergibt sich für uns keine Verschiebung in der Programmierung unserer Ausstellungen.

Schwierig waren jedoch die Bibliotheksschließungen für uns, da uns diese in der Recherche für eine große Überblicksausstellung zur Skulptur seit den 50ern, die für Ende nächsten Jahres geplant ist, ausgebremst haben. Diese setzen wir nun mit den Öffnungen aber wieder fort.

Wie werden Mitarbeiter*innen, die nicht im Home Office arbeiten können (darunter Sicherheitspersonal, Kassenpersonal und freie Mitarbeiter*innen) finanziell entlastet, beziehungsweise wie konnten diese ihre Tätigkeiten während der Schließung fortführen?

*Festangestelltes Personal befand sich entweder Zuhause oder im Museum (Sicherheitspersonal) und wurde weiterbezahlt. Die freien Mitarbeiter*innen versuchten wir in die digitalen Programme einzubinden.*

Wie haben Sie und Ihre Kolleg*innen sich in den Sammlungen auf die Wiedereröffnung vorbereitet?

Die Vorbereitung war relativ aufwändig, insbesondere weil die Architektur unseres Foyers so offen ist. Wir mussten uns erst einmal mit den Regelungen auseinandersetzen, um diese dann auf unsere Räumlichkeiten anwenden zu können. Hierbei haben wir uns klare Wegführungen überlegt und die Einhaltung der Sicherheitsabstände ermöglicht.

*Eine Kollegin hat zusammen mit den Grafiker*innen das Design für die Wegführung entwickelt. Wir wollten, dass die Atmosphäre trotz der Einschränkungen sympathisch und positiv bleibt. Die Besucher*innen sollen sich wohlfühlen beim Museumsbesuch. Seitdem sich eine Person pro zehn Quadratmeter im Museum aufhalten darf, konnten wir fast schon wieder zum Normalzustand übergehen. Natürlich kontrollieren und regulieren wir weiterhin die Besucherzahlen am Eingang.*

Besucherservice

Sind Sie der Meinung, dass sich die Zielgruppe des Museums Brandhorst in ihren demographischen Daten verändern wird? Bzw. konnten Sie eine Veränderung beobachten?

Unsere empirischen Besucherumfragen werden einmal pro Jahr ausgewertet, deshalb kann ich jetzt noch nicht sagen, ob sich darin irgendwelche Veränderungen niederschlagen werden.

**Fragen von Sophie Bauer an die Berlinische
Galerie – beantwortet von Ulrike Andres
(Leitung für Kommunikation und Bildung),
13.07.2020:**

Allgemeine Fragen

Was bedeutet die aktuelle Ausnahmesituation des Kunstsystems für Sie und die Berlinische Galerie? Welche Problematiken ergeben sich durch COVID-19 für das Museum?

*Die Corona-Pandemie hat vielfältige Folgen für unser Museum; am gravierendsten dürften die Schließzeit, die mäßigen Besucher*innenzahlen nach Wiedereröffnung und die damit einhergehenden wirtschaftlichen Folgen sein. Die Pandemie hat einen Verschiebung der Ausstellungslaufzeiten und – planung und einen hohen Verwaltungsaufwand (u.a. Kurzarbeit, Hygienepläne, Umplanungen, Notfallszenarien) mit sich gebracht.*

Wie wird die Arbeitssituation der akuten Ausnahmesituation angepasst?

Für einen Teil der Schließzeit wurde Kurzarbeit beantragt und bewilligt.

Wie haben sich Ihre Erwartungen in Bezug auf die Wiedereröffnung des Museums bestätigt und in welchen Bereichen gibt es noch Verbesserungsbedarf?

*Unterschätzt wurde die schleppende Zunahme der Besucher*innenzahlen nach Wiedereröffnung des Museums. Mit den sich regelmäßig ändernden Infektionsschutzverordnungen müssen die Abläufe im Museumsbetrieb und die Hygienepläne ständig angepasst werden.*

Wie haben sich Sie und Ihre Kolleg*innen in den Sammlungen auf die Wiedereröffnung vorbereitet?

*V.a. mit der Erstellung eines Hygieneplans, baulichen (z.B. Plexiglasscheiben) und organisatorischen Veränderungen; Einweisung aller Mitarbeiter*innen, auch der Fremdfirmen, in die neuen Abläufe.*

Welche Chancen sehen Sie durch diese Ausnahmesituation für die Museen?(Beispielsweise hinsichtlich der Digitalisierung, oder der Rolle der Museen.)

Die Krise hat einen Innovationsschub im Hinblick auf die digitalen Formate mit sich gebracht (s.u.) - Veränderung der Arbeitsorganisation (Ermöglichen von mobilem Arbeiten) wurde durch die Krisensituation wesentlich beschleunigt.

Können Museen auch Chancen für die Ausnahmesituation bieten? Welche Einwirkungsmöglichkeiten sehen Sie?

Mehr Chancen als die eben beschriebenen können wir nicht sehen.

Haben Sie aufgrund der aktuellen Ausnahmesituation ein erhöhtes Interesse der Öffentlichkeit an Ihrem Museum feststellen können?

*Erhöhtes Interesse an den digitalen Formaten, leider noch nicht bei der Anzahl der Besucher*innen.*

Kuration

Wie hat sich Ihre Arbeit bei der Kuration und Planung zukünftiger Ausstellungen verändert? Hat beispielsweise die Arbeit im Home Office einen großen Einfluss auf die Planung?

Mobiles Arbeiten verändert die Arbeitsweise, der wichtige kollegiale Austausch fehlt. Das mobile Arbeiten selbst verändert die Ausstellungsplanung weniger als die schwierige Ansprechbarkeit anderer Institutionen, die die Vorbereitung der folgenden Ausstellungen erschwert.

Gibt es organisatorische Möglichkeiten „entfallene“, oder verkürzte Ausstellungen zu verlängern beziehungsweise zu verschieben?

Die während der Schließzeit laufenden Ausstellungen konnten verlängert werden, der vorgesehene Ablauf der Folgeausstellungen wurde verändert.

Haben Sie vor, COVID-19 beziehungsweise die aktuelle Situation in einer zukünftigen Ausstellung zu thematisieren?

Derzeit nein.

Personal

Wie viele Personen sind an der Berlinischen Galerie insgesamt beschäftigt, und wie können diese ihre Tätigkeiten aktuell weiterverfolgen?

Die Stiftung Berlinische Galerie beschäftigt 84 Personen (Stand: 30.06.2020) die zum heutigen Zeitpunkt alle ihre Tätigkeiten weiterverfolgen können, da wir fast flächendeckend mobiles Arbeiten möglich machen konnten.

Wie werden Mitarbeiter*innen, die nicht im Home Office arbeiten können (Sicherheitspersonal, Kassenpersonal u.a.) finanziell entlastet, beziehungsweise wie konnten diese ihre Tätigkeiten während der Schließung fortführen?

Es wurde Kurzarbeit für diejenigen Beschäftigten eingeführt, für die es keine Möglichkeit für mobiles Arbeiten gab.

Die von KUG betroffenen Beschäftigten der Stiftung erhalten auf Grundlage des erst im April zwischen den Tarifparteien abgeschlossenen TV-Covid KUG mit einer Aufstockung auf über 90 % bzw. 95 % des regulären KUG, wodurch die finanziellen Einbußen äußerst gering blieben. Das Service- und Sicherheitspersonal wurde für die Dauer der Schließung zunächst dienstbefreit, da einerseits eine normale Beschäftigung ausgeschlossen war, andererseits Kurzarbeit aufgrund fehlender tariflicher Voraussetzungen zunächst nicht möglich war.

Wie viele freie Mitarbeiter*innen werden an der Berlinischen Galerie beschäftigt, und wie werden diese in der aktuellen Ausnahmesituation bestmöglich unterstützt?

*Die Stiftung Berlinische Galerie beschäftigt keine freien Mitarbeiter*innen.*

Besucherservice

Was sind die essentiellen Vorkehrungen (Schutz von Personal und Besuchenden, Hygienemaßnahmen), welche bei einer Wiedereröffnung des Museums beachtet werden müssen?

*Bauliche Maßnahmen (Plexiglas-Schutzeinrichtungen), organisatorische Maßnahmen (neue Durchwegungen, Reinigung und Desinfektion, Abstandmarkierungen etc.), Aufstellen von Regeln (Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes, Begrenzung Besucher*innenzahl).*

Wurden durch die aktuellen Hygiene- und Kontaktbeschränkungen die Möglichkeiten der Barrierefreiheit und Inklusivität der Berlinischen Galerie eingeschränkt? Wenn ja, mit welchen Maßnahmen versuchen Sie dies zu kompensieren?

Die vorhandenen Tastmodelle wurden vorübergehend entfernt, dafür ist derzeit keine Kompensation möglich.

Ist es denkbar, zur besseren Koordinierung der Besucher*innenmengen und zur Einschränkung des direkten Kontaktes online Tickets einzuführen?

Die Möglichkeit ist bereits vorhanden.

In der nahen Zukunft, wird sich das Museumspublikum vermutlich dahingehend verändern, dass weniger Tourist*innen die Berlinische Galerie aufgrund der Einreisebeschränkungen besuchen werden. Können Sie eine Aussage darüber tätigen, welchen prozentuale Anteil die Tourist*innen bei den Besucherinnenzahlen im Normalbetrieb ausmachen?

40% ausländische Touristen; 15% inländische Touristen.

Wie wird sich das Ausbleiben dieser Besucherinnengruppe finanziell niederschlagen?

Im Juni 2020 wurden nur 35% der geplanten Einnahmen erzielt.

Können Sie die Besucher*innen der Berlinischen Galerie hinsichtlich ihrer demographischen Daten charakterisieren? Welches Alter macht Ihre Hauptzielgruppe aus?

8% unter 18 Jahre, 42% zwischen 18 und 40 Jahren, 30% zwischen 40 und 60 Jahren; 20% über 60 Jahre.

Sind Sie der Meinung, dass sich die Zielgruppe der Berlinischen Galerie in ihren demographischen Daten verändern wird?

Keine größeren Veränderungen.

Wie sind die Besucher*innenzahlen nach Ihrer Wiedereröffnung bisher?

*Nur 30% der Besucher*innen zum Vergleich zur Zeit vor Corona.*

Digitale Kommunikation

Momentan versuchen viele Kultureinrichtungen ihre Online-Präsenz verstärkt auszubauen, um auch Menschen zuhause mit ihren Angeboten zu erreichen. Wie machen Sie ihre Sammlungen online zugänglich und erlebbar, beziehungsweise welche Möglichkeiten hat eine online Besucherin hier?

*Die Berlinische Galerie macht ihre Sammlung über die Plattform Sammlung Online digital zugänglich. Von einem Großteil der Sammlungsbestände sind Digitalisate (Abbildungen und Scans) abrufbar. Dieser Online-Bestand wird stetig erweitert. Innerhalb der Sammlung Online können Besucher*innen auf die einzelnen Sammlungsbereiche (Architektur, Bildende Kunst, Grafik, Fotografie, Künstler*innen-Archive), auf aktuelle Ausstellungen, ausgewählte Werkgruppen und Highlights der Sammlung zugreifen. Über eine Suchfunktion kann innerhalb der Sammlung nach Werken, Künstler*innen und Nachlässen gesucht und gefiltert werden. Zudem ist es möglich, eigene Favoriten aus der Sammlung auszuwählen und in Listen zusammenzufassen. Über die Website der Berlinischen Galerie wird auf 15 Themenseiten anhand von Texten und Werkabbildungen über die Schwerpunkte der Sammlung informiert. Zu jedem der fünf Sammlungsbereiche wurden außerdem jeweils 10-12 Highlight-Werke definiert, über die ebenfalls tiefgehende Informationen und Abbildungen aufzufinden sind.*

*Der Podcast „Kunst in Berlin“ gibt einen Einblick in die Sammlungsarbeit der Berlinischen Galerie. Der Direktor Dr. Thomas Köhler spricht mit Kurator*innen und Künstler*innen über Themen der Sammlung und aktuelle Ausstellungen. Die Instagram Live Führungen sind ein Angebot, über das interessierte Besucher*innen auf dem Social Media Kanal einer gefilmten Führung durch das Museum live folgen*

können.

*Verschiedene andere Videoformate wie Virtuelle Rundgänge und Videoclip-Serien bieten Besucher*innen außerdem die Möglichkeit, einen Teil des regulären Rahmenprogramms digital von zuhause aus zu erleben.*

Einen Überblick über die Online-Angebote der Berlinischen Galerie findet sich auf dieser Seite: <https://berlinischegalerie.de/berlinische-galerie/digitale-angebote/>

Wie werden Ihre online Angebote bisher angenommen und werden diese auch bei Ihrem Normalbetrieb weiter fortgeführt und entwickelt werden?

*Gerade zu Beginn der Schließzeit wurden die neu entwickelten Formate wie der Podcast und die Instagram Live Führungen sehr gut beim Publikum aufgenommen. Wie erhielten viel qualitatives und positives Feedback und große Abrufzahlen der Formate (Podcast: ca. 1000 Abrufe pro Folge / Instagram Live Führungen: bis zu 300 Zuschauer*innen je Führung).*

Erfährt ein online angebotenes Format mehr Teilnahme als sein Pendant im Normalbetrieb? (Wird beispielsweise eine online Dialogführung von einem größeren Publikum wahrgenommen, als eine herkömmliche Dialogführung im Museum?)

*Die Teilnehmer*innenzahlen unserer online angebotenen Führungen sind deutlich höher als im regulären „analogen“ Betrieb. Durchschnittlich nehmen viermal mehr Besucher*innen an einer Online- Führung teil oder sehen sie sich im Nachhinein an. Dabei ist zu beachten, dass nicht alle Besucher*innen dem Format von Anfang bis Ende folgen. Ein weiterer Unterschied liegt darin, dass auch internationale Besucher*innen an den Online-Führungen teilnehmen können, was wiederum die Reichweite und Sichtbarkeit im Ausland erhöht.*

Können Sie eine Aussage darüber tätigen, wie sich Ihre Follower*innenzahlen auf Instagram seit der vorübergehenden Schließung entwickelt haben?

*Die Anzahl der Follower*innen hat sich seit der vorübergehenden Schließung im etwa gleichen Ausmaß vergrößert wie zu regulären Öffnungszeiten. D.h. ein Zugewinn von ca. 300 Followerinnen pro Monat.*

Mit wie vielen Mitarbeiter*innen ist der Bereich der digitalen Kommunikation der Berlinischen Galerie aktuell besetzt? Wurde dieser Bereich aufgrund der Schließung ausgebaut?

Der Arbeitsbereich wird von einem Mitarbeiter wahrgenommen.

Finanzielle Situation

War die Berlinische Galerie bereits aufgrund der finanziellen Lage gezwungen Mitarbeiter zu entlassen?

Nein.

Können Sie bereits Aussagen über finanzielle Einbußen treffen, und haben diese Auswirkungen auf geplante Projekte?

Im Juni wurden nur 35% der geplanten Einnahmen erzielt.

Wird die Berlinische Galerie während und nach der Ausnahmesituation finanziell unterstützt?

Die Berlinische Galerie wird durch das Land Berlin auskömmlich gefördert; unklar ist, wie die seit Mitte März anhaltenden Einnahmeausfälle kompensiert werden können. Im Mai wurde für einige Arbeitsbereiche bei der Bundesagentur Kurzarbeitergeld beantragt und bewilligt. Darüber hinaus gibt es bislang keine finanzielle Unterstützung.