

Dr. Katrin Janis

Museen im Zeitalter der Globalisierung

Die Institution zwischen Musentempel und partizipativer Erlebniswelt



Präsentation des russischen Pavillons auf der 13. Architekturbiennale 2012 in Venedig

Foto © Katrin Janis

Masterarbeit

Philosophie – Politik – Wirtschaft (PPW)

Ludwig – Maximilians – Universität

München

August 2013

Betreuer / Gutachter: Prof. Dr. Marcus Llanque

0. Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Die Institution Museum - Entwicklungslinien von der Antike bis heute	10
Antike Ursprünge und Sammelleidenschaft in vormusealer Phase	10
Öffentliche Museen seit der Aufklärung	16
Museum in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts	19
Ökonomisierung des Museumswesens	23
3. Globalisierung – unscharfer Begriff mit konkreter Ausprägung	30
Anfänge der Globalisierung	31
Technischer Fortschritt und Welthandel	32
Internet, digitale Medien und Social Networks	34
4. Museum im Internetzeitalter	39
Besucherorientierung und kultureller Bildungsauftrag	40
Medieneinsatz in Ausstellungen – Hinführung zur Partizipation	42
Das partizipative Museum	49
Beispiele für partizipative Museumsarbeit	53
Kritische Würdigung	57
5. Zusammenfassung	63
6. Literatur / Quellen	71

1. Einleitung

Sieht so das Museum der Zukunft aus? Jugendliche Besucher durchqueren den Eingang mit Kasse und Servicebereich und steuern auf wandhohe, mit Tablet's gefüllte Regale zu. Jeder nimmt einen PC heraus und geht weiter in eine nach Themen geordnete Raumfolge, deren Wände und Decken mit QR-Codes belegt sind. Selbst der reflektierende Boden spiegelt die Wandgliederung wider. Mit der Kamera im Tablet kann nun jeder nach Belieben die erleuchteten Wandfelder ansteuern, so virtuelle Räume öffnen und die dort hinterlegten digitalen Informationen herunter laden. Mit den Augen auf den Bildschirm gebannt lassen sich auf diese Weise thematisch aufbereitete Präsentationen betrachten und es sind Ansichten der gesamten Sammlung des Museums möglich, nicht nur von einem geringen Teil wie sonst in Ausstellungen üblich. Das Kulturgut könnte virtuell in 3D-Qualität aus allen nur erdenklichen Perspektiven betrachtet werden, zahllose Informationen illustrieren die Bedeutung und den Kontext des jeweiligen Objektes. Eine Melange aus Stand- und Bewegtbildern (Filme, Animationen), ergänzt mit allerlei Texten und Erläuterungen, akustisch untermalt und didaktisch aufbereitet mit interaktiven Spielen würde das Museum in all seinen Dimensionen und Facetten auf den Tablet's sichtbar machen, gewissermaßen das Innerste nach außen kehren. Die Nutzer könnten sich „ihre“ Ausstellung individuell, je nach Kenntnissen und Interessenlage und im Austausch mit anderen und/oder mit Professionals selbst kreieren. Das Publikum ist aufgerufen, Fragen zu stellen und Ideen in „sein“ Museum einzubringen. Die Ergebnisse lassen sich in (selbst) organisierten Workshops und Blogs über Facebook oder auf einer digitalen Museumsplattform diskutieren und weiter entwickeln.

Für manchen Museumsmacher mag diese Beschreibung eines künftigen Museums zu weit hergeholt und unrealistisch erscheinen. Für andere ist eine weitgehende Öffnung zur digitalen Welt mit ihrer ganz eigenen Logik und dem Konzept der teilhabenden Gestaltung durch interessierte Laien eine notwendige Bewegung hin zur Behauptung der Institution unter den Bedingungen von Globalisierung und der damit einhergehenden weltweiten Verbreitung von Internet und sozialen Netzwerken. Die bisherige Präsentationsweise von Kulturgut dient in erster Linie der Darstellung eines von Eliten bestimmten Welt- und Geschichtsbildes. Dies wird nicht mehr der Differenziertheit heutiger Gesellschaften in Lebensstil, kulturellen Prägungen, Generationenunterschieden und religiösen Bekenntnissen gerecht. Im Hinblick auf eine zu stärkende Besucherorientierung meint die ehemalige Bundestagsabgeordnete und Vorsitzende des Ausschusses für Kultur und Medien, Monika Griefahn, sind die Besucher

selbst an der Themenauswahl zu beteiligen und Museen müssen „...im Prozeß des Zusammenwachsens supranationaler Gemeinschaften dazu beitragen, das Bewusstsein für die Tatsachen und den Wert der kulturellen Diversität zu wecken und zu stärken.“¹

Vernetzung mit Gleichgesinnten, selbstbestimmte Teilhabe und gleichberechtigte Mitwirkung spielen eine immer größere Rolle im Leben der Menschen, die Zugang zu modernen Medien und sozialen Netzwerken haben. An diese Lebenswirklichkeit anzuknüpfen und diesen Faktoren mehr Raum und Bedeutung in der Museumsarbeit zu geben kann helfen, die Institution für ein breites Publikum (wieder) interessant zu machen. Bislang ist das Museum weitgehend von einer hierarchischen Beziehung zwischen Museumsprofessionals und Besuchern geprägt, bei der dem musealen Laien Kulturgut pur oder mit Expertenwissen erläutert, gegebenenfalls eingebettet in kulturhistorische Kontexte, in jüngerer Vergangenheit auch audiovisuell didaktisch aufbereitet, abschließend präsentiert wird. Trotz zaghafter Ansätze wie Tagen der offenen Tür, öffentlich zu besichtigende Restaurierungen und Einladungen zu interaktiven Spielen wurden bislang Mitgestaltung des Museums durch die Besucher und echter Dialog nur sehr vereinzelt angeregt, die Welt hinter der Schauseite Ausstellung bleibt für das breite Publikum meist verborgen.

Globalisierung bedeutet grob umrissen weltweites agieren, weltweite Verflechtung und tiefgreifender Wandel. Unter ihrem Einfluss findet eine ungeahnte Entgrenzung von Verkehr, Kommunikation und Warenströmen statt, Wirtschaft, Medien und kulturelle Diversität spielen eine immer bedeutendere Rolle. Verteilungsgerechtigkeit und Chancen nehmen ab, ökonomische wie ökologische Herausforderungen, neuartige Konflikte durch die Instrumentalisierung kultureller Unterschiede und Terrorismus beherrschen den Globus. Im Zentrum aller Entwicklungen steht nicht mehr unangefochten der europäisch-atlantische Raum.² Bezogen auf die kulturelle Globalisierung werden vor allem drei zentrale gesellschaftliche Veränderungen betont, „...die alle Länder, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß prägen: die Herausforderungen einer Weltgesellschaft durch die ökonomische Globalisierung, die weltweiten Migrationsprozesse und die Medienentwicklung.“³ Diese Phänomene führten in den letzten Jahrzehnten zu einem extrem starken Wandel der Rahmenbedingungen auch für Museen und zwingen die Institution zur kritischen Reflexion und Neuorientierung in eigener Sache.

¹ Griefahn 2001, 9

² Vgl. Kramer 2005, 19

³ Wagner 2002, 13

In erster Linie strahlt eine stetig um sich greifende Weltsicht durch die Brille der Ökonomie als einem der markantesten Globalisierungsphänomene seit geraumer Zeit deutlich spürbar auf die Museumswelt aus. Folglich zieht sich die Diskussion und nicht selten Klage über schwindende Mittel bei der Finanzierung von Museen seit Langem durch die Literatur und Praxis. Dazu stellte der Kunsthistoriker Helmut Börsch-Supan bereits 1993 pointiert fest: „Die fetten Jahre sind vorbei. ... Museen müssen jetzt wie Theater ein Programm bieten, Ausstellungen folgen einander in kurzen Abständen. ... Inszenierung wird allerorten verlangt und ins Werk gesetzt – oder über das Werk hinweg. Nichts kann einfach mehr da sein. Das alles ist mit einem großen Aufwand an Werbung verbunden. So sind die Museen präsent, ihre Kunstwerke sind es nicht mehr.“⁴ Ein Versuch gegenzusteuern war im Jahr 1995 der Beschluss der Kultusministerkonferenz in Deutschland. Er verfolgte das Ziel, mit der Einführung „neuer Organisations- und Steuerungsstrukturen“ sowie mit der „flexiblen Gestaltung und Anwendung des Haushaltsrechtes“, die Wirtschaftlichkeit von Museen zu verbessern.⁵ Auf internationaler Ebene wurde aktuell in diesem Jahr in Lissabon vom International Council of Museums (ICOM)⁶ ein bemerkenswerter Appell an die Politik formuliert, die Museen in Zeiten der ökonomischen Krise und bei der Bewältigung der Auswirkungen der Globalisierung zu unterstützen und sie bei der Gestaltung der Zukunft zu fördern. Hinsichtlich der enormen Bedeutung des kulturellen Erbes werden die Regierungen aufgefordert, ihre Pflichten gegenüber dem Kulturerbe zu erfüllen und die finanziellen Anstrengungen dafür zu verstärken.⁷ Offenbar werden die globalen Bedingungen für Museen als so negativ angesehen, dass sich die internationale Museumsorganisation aufgerufen sah, ihre Stimme mahnend zu erheben und Missstände wie Pflichten deutlich zu machen.

Der US-amerikanische Kunsthistoriker Roger Mandle, Direktor der Museumsbehörde von Katar, sieht im weltweiten Maßstab weitere Probleme auf Museen zukommen. Vor allem aufgrund der Globalisierung solle man sich mehr an den „... Bedürfnissen, Ansprüchen, Interessen und Wünschen der Besucher orientieren ...“. Mit Blick auf die Vorzüge und Möglichkeiten des Internets mahnt er allerdings auch an, dass es für das „globale Publikum“ Gründe geben müsse, Kulturgut im Original anzuschauen, wenn sie die Objekte im Prinzip

⁴ Börsch-Supan 1993, 8

⁵ http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/1995/1995_03_31-Wirtschaftlichkeit-Museen.pdf (17.5.2013)

⁶ Ausführlich zu ICOM im Kapitel: Museen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts

⁷ Sogenannte „Lissabonner Erklärung“ abrufbar unter:

http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Statements/ENG/Lisbon_Declaration_ENG.pdf (26.7.2013)

auch an hochauflösenden TV-Bildschirmen sehen, vom Computer, Laptop und iPhone heruntergeladen können, wo immer sie auch sind.⁸ Neuartige mediale Anforderungen an Museen macht ebenfalls Griefahn aus und sieht die künftige Bedeutung der Institution von der Beantwortung der Frage abhängig, „...welchen Ort Museen und Ausstellungen insgesamt unter den Bedingungen der Informationsgesellschaft und Globalisierung haben oder jedenfalls haben können.“⁹ Sie sah eine Möglichkeit der Verortung für Museen, sich in den Strudel der medialen Entwicklungen zu begeben und damit Gefahr zu laufen, die charakteristischen Unterschiede zu anderen erlebnisorientierten Freizeiteinrichtungen zu verwischen und dem Publikum damit Gründe für weitere Besuche zu nehmen. Ähnlich argumentiert Michael Dauskardt, der den wissenschaftlichen Anspruch der Institution betont. Wenngleich in Konkurrenz zu weiteren Anforderungen müsse Forschung eine unverzichtbare Grundlage der Museumsarbeit bleiben. Nicht zuletzt auch in Abgrenzung zu anderen Einrichtungen ist es wichtig, „...daß alle Äußerungen dieser Institution, sei es in Form von Dauerausstellungen, Sonderausstellungen oder Publikationen auf einer wissenschaftlichen Grundlage basieren und überprüfbar sind. Das unterscheidet Museen grundsätzlich von anderen freizeitorientierten Veranstaltungen. Geben wir aber diesen Grundsatz auf, verlieren wir unsere Legitimation.“¹⁰ Aus der Perspektive zunehmender Mobilität fragt der Kulturwissenschaftler Hans Belting nach dem Sinn eines globalisierten Museums, wenn man heute zu jedem Museum der Welt reisen könne.¹¹ Martin Roth, ehemaliger Generaldirektor der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden, schreibt Museen wiederum die Rolle als Orientierungsgeber in einer zunehmend unübersichtlich werdenden Welt zu: „Um die Dimensionen der Globalisierung ebenso in ihrer religiösen und philosophischen, wie auch in ihrer ökonomischen und sozialen Ausprägung verstehen zu können, sollte man sich vielmehr auf die Museen und ihre Schätze, die in vielen Fällen eben diese ‚Weltkultur‘ repräsentieren, besinnen.“¹²

Die Statements beschreiben treffend unterschiedliche Facetten der Problematiken und Dilemmata in denen Museen sich heute behaupten müssen. Der schleichende Rückzug des Staates aus der Kulturfinanzierung und daraus resultierende ökonomische Zwänge, die Einflüsse der Globalisierung insbesondere von Internet und sozialen Medien, nahezu völlig aufgehobene Kommunikations- und Verkehrsgrenzen, seit Jahrzehnten anhaltende Migration

⁸ Online-Ausgabe der Sächsischen Zeitung vom 2.6.2010 über die künftige Kooperation zwischen den Staatlichen Kunstsammlungen in Dresden und dem Museum für Islamische Kunst in Doha (arabisches Emirat Katar): <http://www.sz-online.de/nachrichten/artikel.asp?id=2476442> (27.7.2013)

⁹ Griefahn 2001, 9

¹⁰ Dauskardt 1995, 105

¹¹ Belting 2001, 36

¹² Roth 2002, 12

nicht nur von Ost nach West, verändertes Konsumverhalten und hochgesteckte Ansprüche der Besucher wirken sich unweigerlich auf die Welt der Museen aus. Ohne Zweifel sind die Erwartungen an die Institution heute so hoch wie nie. Sie sieht sich enorm gestiegenen Anforderungen im Hinblick auf Wirtschaftlichkeit, Attraktivität und Besucherservice sowie allerlei Wünschen nach Fremdnutzung ausgesetzt, ohne dabei ihre zentralen Aufgaben – Sammeln, Bewahren, Erforschen und Vermitteln – vernachlässigen zu sollen. Letztlich steht die auf eine jahrhundertelange Tradition blickende Institution vor der Herausforderung, auf einem immer schneller rotierenden Globus, sich den an den Rand drängenden Fliehkräften entgegen zu stellen und ihre Relevanz für die Gesellschaft und den Platz in ihr zu behaupten. Möglicherweise wird sogar darin eine Hauptaufgabe für die Zukunft liegen, nach Wegen zu suchen, ihre Unverzichtbarkeit für die Gesellschaft zu veranschaulichen.

Legitimations- und Transformationsdruck führen zu Unsicherheit im Selbstverständnis der Institution. Es fragt sich, wie Museen heute darauf reagieren, welche Strategien sie zur Lösung der Probleme wählen und welche Wirkung sie damit erzielen. Wie können Museen neue und vor allem junge Besucher gewinnen und wie gelingt es ihnen, trotz knapper Kassen und in Konkurrenz zu anderen Freizeiteinrichtungen als unverzichtbare Kultureinrichtung einer Kommune, einer Region oder eines Landes wahrgenommen zu werden. Halten sie an jenem Teil ihres Markenkerns der wissenschaftlich aufbereiteten Ausstellung von originalen Sachzeugen fest oder suchen sie nach neuen Formen der Museumsarbeit. Ein möglicher Weg, der von zahlreichen Institutionen bereits beschritten wird, ist die aktive Beteiligung der Besucher an der professionellen Museumsarbeit. Hier ist zu fragen, welchen Nutzen dieser neuartige partizipative Ansatz für die Institution hat, welche Auswirkungen auf das Selbstverständnis zu verzeichnen und wie diese Erfahrungen zu werten sind. Berechtigt ist zudem die Frage, welchen Stellenwert künftig die Balance zwischen den Kernaufgaben von Museen – Sammeln, Forschen, Bewahren, Vermitteln – noch hat oder ob diese möglicherweise zu Gunsten einer Aufgabe aufgegeben werden kann oder sogar muss.

Um diese Fragen zu erhellen wird zunächst in aller Kürze die Geschichte der Museen mit ihren Traditionslinien skizziert. Im Abschnitt zum 20. Jahrhundert soll ein Exkurs zur Ökonomisierung des Museumswesens den enormen Anpassungsdruck verdeutlichen, dem die Institution seither ausgesetzt ist. Die Darstellung der Grundzüge und wesentlichen Charakteristika der Globalisierung mit einer historischen Einordnung dient dazu, die Rahmenbedingungen in denen sich heute Museen bewähren müssen aufzuzeigen.

Anschließend wird die Institution im Internetzeitalter beleuchtet. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf Bildungsauftrag und Besucherorientierung. Dazu wird das Konzept des partizipativen Museums vorgestellt und mit Beispielen illustriert. Schließlich gilt es, eine Einordnung und Bewertung vorzunehmen und dabei Chancen und Risiken dieses neuen Trends der Partizipation wie für die Institution Museum insgesamt aufzuzeigen. Die Bearbeitung des Themas wird, abgesehen von einem Beispiel aus China, vorwiegend die Situation in Deutschland und Europa in den Blick nehmen. Grund dafür ist, dass hier neben Nordamerika die Museumstradition sehr ausgeprägt ist und darüber hinaus der vorliegenden Arbeit ein entsprechender Rahmen gegeben werden kann wohl wissend, dass Internet und soziale Medien ein weltweites Phänomen darstellen.

Die *Literatur* zu Museen ganz allgemein, zu ihrer Geschichte und auch zu speziellen Themen wie Besucherorientierung, Vermittlung, Sammlungs- und Ausstellungswesen usw. ist vielfältig und kaum überschaubar. Ein Grundlagenwerk in diesem Kontext ist Friedrich Waidachers Handbuch der Allgemeinen Museologie. Eine wichtige Quelle ist weiter das Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin mit seinen Schriftenreihen und Berichten.¹³ Herauszuheben sind in jüngster Vergangenheit erschienene Publikationen, die sich intensiv mit den Austauschbeziehungen zwischen der Institution und dem Publikum und mit dem Thema Dauerausstellung auseinandersetzen.¹⁴ Die Globalisierung als Inbegriff eines weltweiten, komplexen gesellschaftlichen Wandels ist ebenfalls Gegenstand sehr vieler Abhandlungen, hauptsächlich aus politikwissenschaftlicher, soziologischer und wirtschaftswissenschaftlicher Sicht, mitunter auch in Engführung auf ökonomische Aspekte. Für die Überblicksdarstellung in der vorliegenden Arbeit wurden in erster Linie die Informationen der Bundeszentrale für Politische Bildung sowie die Schriften der Soziologen Ulrich Beck und Armin Nassehi sowie des Historikers Jürgen Osterhammel herangezogen.

Die Betrachtung des Museumswesens speziell unter den Bedingungen der Globalisierung ist bislang eher verhalten. Beispiele für die Auseinandersetzung mit dem Thema sind die ICOM-Publikation „Das Museum als Global Village“ und weitere Beiträge von Museumskundlern.¹⁵ Obgleich in den letzten Jahren die Diskussion der Verbindung dieser zwei sehr verschiedenen Welten zugenommen hat, stehen weitere systematische Abhandlungen noch aus. Der Anthropologe und Museologe Martin Prösler sieht diese Zurückhaltung möglicherweise in

¹³ Jüngste Publikation des Instituts mit einem Überblick zur Lage der Museen: Graf/Rodekamp 2012

¹⁴ Z.B. Gesser 2012, Habsburg-Lothringen 2012

¹⁵ Z.B. Hinz 2001, Prösler 2000, Dorgerloh 2002

einem Missverständnis begründet, nämlich in der Vorstellung, dass Museen in ihren Ausstellungen lediglich weltweiten Entwicklungen folgen und diese veranschaulichen, wo hingegen der prinzipielle und aktive Zusammenhang zwischen Museen und Globalisierung, beispielsweise im Kontext des Kolonialismus, nicht gesehen wird.¹⁶ Angesichts der Unschärfe des Begriffes Globalisierung kann es nicht verwundern, wenn hauptsächlich Einzelaspekte angesprochen werden. Beispiele sind das auf die Bedeutung ethnologischer Museen konzentrierte Buch von Dieter Kramer zu „Museen als Orientierungshilfe in der Globalisierung“¹⁷ sowie Tagungen wie die des schweizerischen Museologenverbandes, der 2011 die Auseinandersetzung mit den neuen Medien auf einer eher praktischen Ebene suchte. Es wurde gefragt, welche Risiken eine Nutzung von Facebook, Twitter, Youtube und Co. bergen und welche Möglichkeiten sich auf der anderen Seite für die traditionelle Museumsarbeit jenseits von Marketing und Publik Relation ergeben können.¹⁸ Überhaupt wird den digitalen Medien im Museumswesen viel Aufmerksamkeit gewidmet, sei es bei der Vermittlung von Ausstellungsinhalten insbesondere an junges Publikum, bei der Sammlungserschließung oder in der Öffentlichkeitsarbeit und im Marketing. Eine wichtige Quelle sind hier die Veröffentlichungen des Deutschen Museumsbundes, der seine Halbjahresschrift 2012 gezielt den Medien im Museum widmete.¹⁹

¹⁶ Prösler 2000, 325

¹⁷ Kramer 2005

¹⁸ Tagung des Vereins Museologinnen und Museologen der Schweiz zum Thema „Unbegrenzte Möglichkeiten! – Museum, Web 2.0 und die Grenzen der Realität“: <http://www.museologie.ch/tagungweb.html> (17.6.2013)

¹⁹ Deutsche Museumsbund 1/2012

2. Die Institution Museum - Entwicklungslinien von der Antike bis heute

Der Terminus technicus *Museum* leitet sich vom griechischen Wort *museion* = „Heiligtum bzw. Tempel der Musen“ her, den Schutzgöttinnen der Künste und der Wissenschaften. Die Geschichte der Museen lässt sich an Hand von Entwicklungslinien verfolgen, die Ausdruck ausgeprägter Sammelleidenschaft und wissenschaftlicher Gelehrsamkeit, landesherrlichen Stolzes und selbstbewussten Bürgertums sind. Heute findet der Begriff Museum sowohl für die Institution als auch für Gebäude Anwendung, die die Institution beherbergt. Es handelt sich um öffentlich zugängliche Sammlungen, in denen Zeugnisse sowohl menschlicher Tätigkeit (Kulturentwicklung) als auch der Natur aufbewahrt, unter verschiedenen Gesichtspunkten geordnet, wissenschaftlich bearbeitet und präsentiert werden.

Antike Ursprünge und Sammelleidenschaft in vormusealer Phase

Bereits in der Antike und im frühen Christentum entstanden museale Vorformen. Dabei handelt es sich nicht um Einrichtungen, wie wir sie heute kennen. Dennoch kann insbesondere das sehr früh praktizierte Sammeln von (Kunst-)Gegenständen als Ausgangspunkt und zugleich Basis einer noch heute anerkannten Museumsidee gelten. In den Heiligtümern der Hera in Olympia und des Apollon in Delphi befanden sich große Ansammlungen von Kunstwerken, Beutestücken und kleinen heiligen Funden, die bestimmten kultischen Funktionen dienten. Für die Aufbewahrung waren der materielle Wert und die kulturelle Bedeutung ausschlaggebend nicht jedoch ästhetische oder historische Interessen. Die Gegenstände wurden aus dem profanen Gebrauch herausgelöst und von so genannten Opfervorstehern verwaltet. Bereits seit dem 5. Jahrhundert v. Chr. entstanden Bildergalerien, die als „Pinakothek“ bezeichnet wurden. Ein Beispiel dafür ist die Pinakothek auf der Akropolis in Athen, in der sich die wichtigsten Heiligtümer der Stadt befanden. Diese Einrichtung kam dem heutigen Museumsbegriff schon näher.²⁰

Im Hellenismus (323-30 v. Chr.) wurden wissenschaftliche Forschungsinstitute (Gelehrtenstuben) als *Museion* bezeichnet. Das berühmteste war das von Alexandria. Es diente den Königen von Pergamon und den Ptolemäern in erster Linie zur Legitimation eigener politischer und kultureller Ansprüche und galt zu seiner Zeit als Zentrum der Forschung und Lehre. Dort lebten und arbeiteten Gelehrte und Künstler zusammen, es beherbergte Wohn- und Arbeitsräume, ein Observatorium, ein anatomisches Institut,

²⁰ Vgl. Waidacher 1999, 76

Skulpturensammlungen und einen Botanischen Garten. Bis heute berühmt ist die Bibliothek mit 700 000 Schriftrollen, die im Jahr 47 v. Chr. in Teilen niederbrannte. Die Sammlung des Museion war erstmals „... ausdrücklich künstlerischen und wissenschaftlichen Zwecken gewidmet...“.²¹ Es wurde im Jahr 391 als letzter Sitz antiker Wissenschaft zerstört.

Seit der Spätantike gewann langsam das Christentum an Bedeutung und mit ihm verlagerten sich Sammelaktivitäten auf Zeugnisse christlicher Kultur wie Reliquien, Kultgegenständen und verschiedenartiges, teils kostbares Kunsthandwerk aus Gold, Silber und Edelsteinen. Die kirchlichen Schatzkammern füllten sich, waren jedoch nur sehr eingeschränkt bzw. zu besonderen kirchlichen Anlässen öffentlich zugänglich. Diese Einrichtungen sind trotz teils großer und wertvoller Kollektionen einer vormusealen Phase der Museumsentwicklung zuzurechnen.²² Auf ihnen gründen später nach der Säkularisation Diözesanmuseen oder die Sammlungen werden Teil großer kulturhistorischer Museen.

In der feudal-absolutistischen Epoche wurden *fürstliche Schatzkammern* auf mehr oder weniger systematischer Sammelgrundlage eingerichtet. Kriterien für die Aufnahme in die Kabinette waren Seltenheit und religiöse Bedeutung der Stücke aber nun auch der ästhetische Wert, der immer wichtiger wurde. Eine der ersten Sammlerpersönlichkeiten fürstlicher Abstammung mit ausgewiesenem Kunstinteresse war um 1400 der französische Herzog Jean de Berry aus dem Haus Valois. Er sammelte Malerei, Kunsthandwerk und Raritäten aller Art und tat sich als Auftraggeber für Künstler hervor. Von Frankreich ausgehend nahmen die fürstlichen Sammlungen ihren ersten Aufschwung ab dem 14. Jahrhundert in der italienischen Renaissance, die zugleich den Beginn der modernen Kunstsammlung markiert. Zunächst gab es besonderes Interesse für Werke des Altertums später auch für zeitgenössische Kunst an den Höfen und in den Städten. In Bologna, Verona und Mailand entstanden große Kunstkammern, wie auch in Spanien, Frankreich, England und Österreich. Initiiert von den jeweiligen Herrschern wuchsen sie über Generationen und demonstrierten auf diese Weise nicht nur Kunstsinn sondern ebenso dynastische Kontinuität.²³

Zu den herausragenden Sammlungen zählt die der Medici, dessen Konzept des Mikrokosmos im geografischen wie kosmologischen Sinn eine globale Perspektive beinhaltete.²⁴ In den von

²¹ Waidacher 1999, 76f

²² Waidacher 1999, 79

²³ Vgl. Waidacher 1999, 80-82

²⁴ Prösler 2000, 331

Giorgio Vasari von 1559 bis ca. 1581 erbauten Uffizien richtete die Florentiner Fürstendynastie eine Kunstsammlung ein und präsentierte ihre bisher auf verschiedene Residenzen verteilten Kunstwerke in völlig neuer Form. Im Zentrum stand ein achteckiger Kuppelbau, die so genannte Tribuna²⁵, die als Typus einer Universalsammlung mit seinem enzyklopädischen Bestand möglichst umfassendes Abbild der Welt sein wollte. Zur Entstehungszeit kam es nicht so sehr auf die Klassifizierung und Differenzierung der gezeigten Objekte an, vielmehr sollten die Durchdringung einzelner Bereiche der Welt gezeigt werden und so Vergleiche möglich sein. Nicht umsonst gilt Florenz im 16. Jahrhundert als eines der berühmtesten Kunstzentren. Die Uffizien zogen damals die Aufmerksamkeit ganz Europas auf sich und waren bis ins 18. Jahrhundert vorbildhaft für fürstliche und später bürgerliche Sammlungen.²⁶

Im 16. Jahrhundert begann zugleich eine Spezialisierung der Sammeltätigkeit. Berühmt wurde die des Bischofs von Como, Paolo Giovio (1453-1552), dessen Sammlung hauptsächlich geistes- und kulturgeschichtliche Bedeutung erlangte. Er nannte seine Kollektion *Musaeum*. Damit tauchte der Begriff erstmals in Verbindung mit einer Kunstsammlung auf. Im 17. Jahrhundert erfolgte dann die Trennung der Gemäldegalerie von allen übrigen Abteilungen der Kunstkammern. Aus dieser Entwicklung resultieren bauliche Anpassungen der Palastarchitektur. Es wurden Loggien zum Schutz der Kunstwerke verglast wodurch der Raumtypus der Galerie entstand, der sich später als Fachbegriff für Gemäldesammlungen Verwendung etablierte.²⁷

Im Zuge der beginnenden Kolonialisierung seit dem 16. Jahrhundert wurden die großen Weltmeere zunehmend für Waren- und Personenverkehr genutzt. Es entstand ein globales Verkehrssystem, das fremdartige Tiere und Pflanzen sowie viele exotische Güter fremder Kulturen aus der ganzen Welt nach Europa brachte. Sie fanden Eingang in Raritätenkabinette der Fürsten und in Naturaliensammlungen, deren Zahl stark anstieg. So gab es bereits im 16. Jahrhundert allein in Italien rund 250 naturhistorische Kuriositäten- und Naturalienkammern, die als *museo naturale* bezeichnet wurden. Zeitgleich gewann der Bergbau an Bedeutung. In der Folge fanden vermehrt Mineralen- und Fossilienfunde neben Kunsthandwerk, Mirabilien,

²⁵ Gezeigt wurden 30 Gemälde der italienischen Renaissance (Raffael, Tizian, Leonardo), Kleinplastiken und Kunstgewerbe, eine Münzsammlung und 8 Marmorstatuen. In der Mitte stand ein achteckiger Schrank mit Kleinkunst, Raritäten und naturwissenschaftlichen Gegenständen. In der Kuppel war eine Art Planetarium abgebildet (Sternenhimmel).

²⁶ Kemp 1997, 190-192 und 194-195

²⁷ Lexikon der Kunst 1993, Band V, 52 (Stichwort: Museum)

Exotica und Scientifica Aufnahme in den Kabinetten. Dieser Typus einer Universalsammlung mit enzyklopädischem Charakter, in dem alle Bereiche der Natur und Kunst vertreten sein sollten, bildete später den Grundstock bedeutender National- und Völkerkundemuseen im 19. Jahrhundert.²⁸ Die Kolonialisierung als Großereignis europäischer Geschichte hatte einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf das Museumswesen, das in der Folge regelrecht aufblühte. Mit Blick auf aktuelle Phänomene meint Martin Roth dazu: „Für Museen ist Globalisierung nicht ein Terminus des e-Business-Zeitalters und der fortschreitenden weltweiten Kommerzialisierung, sondern ein integraler Bestandteil der Depots, Magazine und Tresore. So entstand Kunst in Europa vielfach erst im Zusammenwirken mit den Einflüssen der Kolonisierung – man denke nur an die exotischen Szenarien in den Kunstkammern.“²⁹

Im deutschsprachigen Raum kamen erste *Kunst- und Wunderkammern* zwischen dem 16. und 18. Jahrhundert auf. Sie bildeten eine Mischform aus naturkundlich-technischer und historisch-kulturgeschichtlicher Sammlung, in der auch Bücher und Kuriositäten vorhanden waren. Der Mikrokosmos der Kunstkammer sollte die eingehende Untersuchung der göttlichen Schöpfung wie auch den Makrokosmos der Welt und das Reich des Herrschers darstellen. Kunstkammern waren nur den Besitzern und Freunden mit besonderer Erlaubnis zugänglich. Ein frühes Beispiel für eine Kunst- und Wunderkammer ist die reichhaltige Sammlung auf Schloss Ambras bei Innsbruck. Dessen Gründer, Erzherzog Ferdinand II. von Tirol (1529-1595) aus dem Hause Habsburg, präsentierte neben einer Ahnengalerie kostbare Kristall, Gold- und Silberarbeiten, Musikinstrumente und optische Geräte, eine bedeutende Münz- und Waffensammlungen sowie Naturalien, die noch heute in beinahe unveränderter Form zu besichtigen sind. Seit dem 17. Jahrhundert gab es regelmäßig Führungen. Später entstanden berühmte Kunstkammern an den Höfen von Wien, München, Dresden und Prag sowie in nahezu allen europäischen Staaten.³⁰ Schon im 16. Jahrhundert publiziert Samuel von Quiccheberg als einer der Ersten Inventare von Sammlungen, die er zuvor akribisch dokumentierte. Einher damit ging eine breite Diskussion über die Ordnung solcher Sammlungen bzw. allgemein über die Methodologie des Sammelns. Quiccheberg gilt daher als Begründer der Museumslehre in Deutschland.³¹

²⁸ Waidacher 1999, 82-84

²⁹ Roth 2002, 12

³⁰ Lexikon der Kunst 1992, Band IV, 157 (Stichwort: Kunst- und Wunderkammern)

³¹ Müller-Straten 2011, 44

Der Aufbau von sogenannten *Gelehrten Sammlungen* im 17. Jahrhundert geht auf die Gründung von Akademien mit teils sehr umfangreichen Kollektionen zurück. Beispiele sind die Academia Naturae Curiosorum (1652, spätere Leopoldina in Halle), die Königliche Gesellschaft in London (1662 Royal Society), die Akademie der Wissenschaften in Paris (1666) sowie um 1700 die Akademie der Wissenschaften in Berlin.³² Vor dem Hintergrund, die Welt mehr und mehr durch Beobachtung und Experiment zu erklären werden die Sammlungen als Lernmittel bezeichnet, die es mit neuen Konservierungsmethoden zu bewahren galt. Die Gelehrten Sammlungen wurden als „Wissensspeicher“ verstanden, sie dienten Anschauungszwecken und Experimenten und sie verfolgten das Ziel, moderne Wissenschaft und neuzeitliche Pädagogik durchzusetzen. Verknüpft mit der Idee der enzyklopädischen Sammlung war zu jener Zeit ein aufkeimendes Nationalbewusstsein, indem beispielsweise „...die Nation und das staatliche Territorium stärker als Bezugspunkte und als strukturierende Elemente des Sammelwesens...“ hervorzutreten beginnen.³³ Die Sammlungen von Akademien und Universitäten bilden eine weitere Quelle für spätere Museen, die sich zunehmend als Institutionen der Forschung, Lehre und Bildung verstanden. Aus ihnen sind beispielsweise Naturkunde- und Technikmuseen hervorgegangen, deren Hauptaugenmerk auf die Bewahrung und Präsentation von Neuerungen im Zeitalter der wissenschaftlichen Entdeckungen und des technischen Fortschritts gerichtet war.

Zunehmend selbstbewusst traten wohlhabende *Bürger als Sammler* seit dem 17. Jahrhundert in Erscheinung.³⁴ Eine der bedeutendsten bürgerlichen Kunst- und Wunderkammern geht auf Pieter Teyler van der Hulst (1702-1778) in Harlem bei Amsterdam zurück. Er war als Tuchfabrikant und Finanzier zugleich dem Geist der Aufklärung verpflichtet. Die Sammlung umfasste Mineralien und Fossilien, wissenschaftliche Instrumente sowie Gemälde, Zeichnungen und Drucke (z.B. Michelangelo und Rembrandt) und folgte augenscheinlich dem Vorbild fürstlicher Kunstkammern. Teyler schenkte seine Sammlung einschließlich Gebäude der Stadt Harlem, die es nach seinem Tod bis heute in nahezu unveränderter

³² Gründer ist Gottfried Wilhelm Leibniz (1646-1716), der größte deutsche Universalgenie (Mathematik, Physik, Logik, Psychologie, Sprachwissenschaft) galt. Er sammelte Fossilien und Bodentalerstücke und erkannte als erster die Bedeutung einer Sammlung für die Forschung („Schatzkammer des Wissens“).

³³ Prösler 2000, 332

³⁴ Ein anschaulicher Beleg bürgerlicher Sammelleidenschaft ist das Gemälde von Willem van Haecht. Es zeigt die Sammlung des Antwerpener Gewürzhändlers Cornelius van der Geest um 1628 mit mehr als 30 Porträts und weiteren Kunstgegenständen (antike Plastiken, Büsten, Zeichnungen, Stiche, Bücher, Gefäße). Die Bilder bedecken lückenlos die gesamte Wand und wurden dafür sogar teils beschnitten damit sie noch in eine Lücke passen. Weitere Kunstgegenstände befinden sich in Truhen und Schränken. Die Präsentation und Akkumulation von Kunstwerken entsprach der Auffassung der Zeit, möglichst viel und vielfältiges zu zeigen. Abbildung abrufbar unter: http://www.vn.nl/upload/5abb1d60-864f-4617-9fa9-8f91a7507feb_10_476.jpg (18.3.2013)

Präsentation als Museum betreibt. Es gilt als ältestes öffentliches Museum der Niederlande.³⁵ In der zweiten Hälfte des 17. und im 18. Jahrhundert wuchs die Zahl der bürgerlichen Kunstsammlungen insbesondere in den Handelszentren Deutschlands beträchtlich an. So kann beispielsweise die Stadt Köln auf eine ausgeprägte Tradition verweisen. Bis 1800 waren etwa 12 bedeutende Sammler in Köln ansässig (z.B. Abraham J. A. Schaffhausen, Jakob J. N. Lyversberg, Ferdinand F. Wallraf, Sulpiz und Melchior Boisserée, Baron von Hüpsch). Bei ihnen stand, wie schon bei den fürstlichen Pendants, der enzyklopädische Gedanke im Vordergrund und sie sahen sich in ihrem Sammeleifer als Konkurrenten der Fürsten.³⁶ Die Sammlungen waren für Interessierte zugänglich, sie bildeten später den Fundus vieler Museen und waren gleichzeitig Vorläufer der Kunst- und Museumsvereine des 19. Jahrhunderts.³⁷

Die geschilderte Sammelleidenschaft folgte bislang verschiedenen Motiven und Zielen. In erster Linie sind es (a) ein ausgeprägtes Repräsentationsbedürfnis führender Fürstenhäuser Europas und der damit zum Ausdruck kommende Anspruch universellen Herrschertums. Auch sollten (b) die Zeugnisse weltweiter Reise- und Eroberungsaktivitäten im Zuge der Kolonialisierung in ihrer zur Schaustellung dieses Selbstverständnis stützen. Weiter bildeten steigende Wirtschaftskraft und daraus resultierend (c) bürgerliches Selbstbewusstsein einen Hintergrund für das Entstehen von Sammlungen aller Art. Dazu tritt (d) die Absicht von Gelehrten, nunmehr die Welt in all ihren Facetten enzyklopädisch zu erfassen und die Errungenschaften moderner Wissenschaft zu erklären. Mit Blick auf die neuzeitliche Erosion der christlich katholischen Weltanschauung, die Erkenntnisse der *scientia nova* und die Rehabilitation des selbständig denkenden Individuums wandeln sich die Sammlungen langsam zu Bildungsinstituten für eine zunehmend aufgeklärte Gesellschaft und läuteten so eine neue Ära im Museumswesen ein. Die Zeiten neigten sich dem Ende zu als die in Kuriositätenkabinetten bewahrten Objekte Auslöser eines gleichberechtigten Gedankenaustausches der jeweiligen Betrachter wurden. Die vormusealen Einrichtungen avancierten zu Erziehungsinstrumenten für die breite Öffentlichkeit, die sich fortan nicht selten in hierarchisch untergeordneter Rolle zu den Gründern und Mitarbeitern wiederfanden.³⁸ Sie galten jedoch noch nicht als Museum im heutigen Sinne, sie waren vielmehr „... ein konzeptionelles System, durch das Sammler die Welt erklärten und erforschten, in der sie lebten. Der Begriff war nicht nur auf das Materielle beschränkt;

³⁵ Waidacher 1999, 87

³⁶ Kemp 1997, 217

³⁷ Ausführlich dazu der Katalog zur Ausstellung „Lust und Verlust“, Kier/Zehnder 1995

³⁸ Habsburg-Lothringen 2012, 11

Museum war vor allem eine geistige Kategorie, und das Sammeln war eine kognitive Tätigkeit“.³⁹ Erst die Ausrichtung auf ein breites Publikum und die öffentliche Zugänglichkeit als wesentliche Kriterien macht die Einrichtung zum Museum, wie wir es heute kennen.

„Ein wesentliches Merkmal für die Bestimmung des Musealphänomens ist das Maß, in dem Sammlungen für die Öffentlichkeit geschaffen sind. Wir sprechen daher von einem Museum an sich erst dann, wenn über die Funktion des gezielten (musealen) Sammelns, Erhaltens und Erforschens von Objekten besonderer gesellschaftlicher Relevanz hinaus auch die Vermittlung, d.h. ihre Präsentation für jedermann, ohne Ansehen des Standes, der Bildung oder Herkunft, beabsichtigt ist.“⁴⁰

Öffentliche Museen seit der Aufklärung

Der Übergang zur modernen Museumsidee und zur Wahrnehmung des Museums als öffentliche Institution ist fließend und verläuft in den europäischen Staaten nicht einheitlich. Die beginnende Epoche der Museen ist in Abgrenzung zur Feudalgesellschaft vor allem das Ergebnis bürgerlicher Emanzipation.⁴¹ Unter dem Einfluss der Ideen der Aufklärung und eines gestiegenen Bildungsdranges sollte die Betrachtung von Kunst das Volk dazu bringen, eine höhere Stufe kultureller Bildung zu erlangen.⁴² Spätestens seit dem 18. Jahrhundert werden in erster Linie öffentlich zugängliche Sammlungen, im Unterschied zu privaten, nicht zugänglichen Einrichtungen, als Museum bezeichnet.⁴³ Das erste öffentliche Museum der Welt in Staatsbesitz ist das British Museum in London. Es geht auf die Initiative des irischen Arztes Sir Hans Sloane (1660-1753) zurück, der seine private collection im Jahr 1753 dem Staat mit der Vorgabe vermachte, daraus ein Museum zu bilden. Es zählt mit seinen vielfältigen Sammlungen heute zu den weltweit bedeutendsten kulturgeschichtlichen Institutionen ihrer Art und kann gewissermaßen als erstes Nationalmuseum gelten.⁴⁴

In der Folge entstand eine breite Bewegung zur Gründung öffentlicher Museen, die aufs Engste mit der französischen Revolution verbunden war. Eine entscheidende Wende im Museumswesen markiert das Dekret über die Verstaatlichung des Kunstbesitzes der französischen Könige von 1791. Mit diesem Akt wurde erstmals die Verantwortung eines Staates für Museen fest verankert und zugleich die rechtliche Grundlage für eine einheitliche funktions- und sachgerechte Verwaltung, für Sammel- und Ausstellungsprinzipien in Frankreich gelegt. Die Berufung von Direktoren und eine geordnete Verwaltung dienten

³⁹ Waidacher 1999, 85

⁴⁰ Waidacher 1999, 73

⁴¹ Kemp 1997, 187

⁴² Vgl. Börsch-Supan 1993, 20

⁴³ Waidacher 1999, 86

⁴⁴ Waidacher 1999, 91

ebenso dazu wie die systematische Aufstellung der Exponate und deren Beschriftungen im Sinne der Volksbildung bzw. als öffentliche Erziehungsanstalt. Die Sammlungen wurden mit festen Besuchszeiten öffentlich zugänglich gemacht. Die neue kunsthistorische und didaktische Aufgabenstellung spiegelte sich in der Herausgabe von gedruckten Katalogen wider. Zunächst wurde kein Eintrittsgeld verlangt, zur Vermittlung wurden öffentliche Führungen angeboten. Im Jahr 1793 fiel der Beschluss, in der großen Galerie des Louvre ein Museum einzurichten, das heutige Musée du Louvre Paris, mit der Absicht, das künstlerische Potenzial der Grande Nation zu zeigen und die Kunstschatze explizit für die Bürger zugänglich zu machen.⁴⁵ Parallel und später entstanden öffentliche Museen in Stockholm (Nationalmuseum 1772), Wien (Schloss Belvedere 1784), Madrid (Prado 1819), London (National Gallery 1824), Deutschland (Bayerisches Nationalmuseum München 1854) und so weiter. Die Gründung großer Nationalmuseen verfolgte den Zweck, die Geschichte der eigenen Nation mit den Sammlungen zu veranschaulichen bzw. ein Bewusstsein über das Konzept der Nation zu entwickeln und in breite Bevölkerungsschichten zu tragen. In globaler Perspektive fällt den Museen gerade in Abgrenzung zu anderen Zivilisationen eine wichtige Rolle zu, denn unter anderem dort „... wird das ‚Wesen der Nation‘ bestimmt. Es ist ein Ort der Konstruktion nationaler Kultur und Geschichte, die die Differenz der eigenen Nation im Vergleich zu anderen ... zum Ausdruck bringt.“⁴⁶

Für das Museumswesen in Deutschland wurden im 19. Jahrhundert *Vereine* immens wichtig. Dazu zählen einmal die im Zuge patriotischer Begeisterung und nationalen Einigungsstrebens seit 1815 gegründeten Geschichtsvereine, die Stifter vaterländisch-kulturgeschichtlicher Museen waren. Eines der frühesten Beispiele ist das 1820 gegründete Altertumsmuseum für die rheinisch-westfälischen Provinzen in Bonn.⁴⁷ Zum anderen wurde die Entstehung von Kunsthallen und städtischen Kunstsammlungen durch Kunst- und Museumsvereine gefördert. Sie bewirkten die Entstehung von Sammlungen zeitgenössischer Kunst als Ausdruck des kulturellen Führungsanspruches des Bürgertums.⁴⁸ Eines der frühesten Beispiele ist der bereits im späten 18. Jahrhundert gegründete Albrecht Dürer Verein Nürnberg (1792). In

⁴⁵ Lexikon der Kunst 1993, Band V, 53 (Stichwort: Museum)

⁴⁶ Prösler 2000, 335 auch Kramer 2005, 39

⁴⁷ Das heutige LVR-LandesMuseum Bonn verdankt sein Bestehen einer Anordnung des Preußischen Staatskanzlers Karl August Fürst von Hardenberg. Am 4. Januar 1820 wurde es als Museum Rheinisch-Westfälischer Alterthümer in Bonn gegründet. Als Leiter bestimmte Hardenberg den preußischen Hofrat Wilhelm Dorow. Der Verein der Freunde und Förderer des Rheinischen Landesmuseums – Wilhelm Dorow-Gesellschaft - trägt seinen Namen, und hält so die Erinnerung an diesen bedeutenden Archäologen wach. In: <http://www.rlmb.lvr.de/museum/geschichte/> (24.7.2013)

⁴⁸ Beispiel: Nationalgalerie Berlin 1861 (basiert auf der bedeutenden Sammlung des Bankiers J.H.W. Wagner, der sie dem preußischen König per Testament vererbte)

Deutschland gab es rund 140 Vereine, deren Mitglied man durch den Erwerb von Aktien werden konnte.⁴⁹ Die Vereine propagierten bürgerlich-demokratische Kunstvorstellungen, übernahmen die Aufgaben der kommunalen Kunstpflege und wurden zu entscheidenden Trägern des Kunstmarktes.⁵⁰ Ab der Mitte des Jahrhunderts führte die Befürchtung, die Qualität handwerklicher Produkte lasse durch die Industrialisierung nach, zur Einrichtung von *Kunstgewerbemuseen*.⁵¹ Dieser neuartige Museumstyp hatte den Charakter einer Vorbildsammlung, an Hand derer Handwerkstechniken und vor allem Qualitätsstandards nachvollziehbar bleiben sollten. Ihnen waren nicht selten auch Kunstgewerbeschulen angeschlossen, die sich mit vergleichbarer Motivation wie die Museen der Bildung des handwerklichen und künstlerischen Nachwuchses annahmen. Aus diesen Institutionen gehen später bedeutende Museen für angewandte Kunst mit ihren Design-Sammlungen hervor.⁵²

Eine weltweite Ausbreitungswelle von Museen war seit der Mitte des 18. Jahrhunderts von Europa ausgehend nach Nordamerika, Lateinamerika, Australien und Afrika zu beobachten, die in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auch auf den asiatischen Raum ausgreift.⁵³ Gleichwohl lag bis zum Ende des Jahrhunderts der Schwerpunkt der Museumsgründungen in Europa und den USA. Dies änderte sich auch im 20. Jahrhundert nicht wesentlich. Gründe dafür sind einmal die Jahrhunderte andauernde Sammlertradition in Europa und zum anderen die seit der Mitte des 19. Jahrhunderts enorm gestiegene Finanzkraft Amerikas, wodurch der Ankauf zahlloser Kunstgüter möglich wurde. Nach 1918 ergab sich in der Folge des Ersten Weltkriegs nochmals eine völlig neue Situation für das Museumswesen in Europa. Mit der Entmachtung der meisten Fürstenhäuser gelangten wertvollste Kunstsammlungen, Schlösser und andere Vermögenswerte in Staatsbesitz, die in bestehende Museen integriert wurden oder die Basis neuer Einrichtungen bildeten.⁵⁴ Im Dritten Reich folgte vielfach die Schließung oder Umorganisation von Museen, fortschrittliche Direktoren wurden entlassen, jedoch gelang die totale Gleichschaltung unter der faschistischen Kulturpolitik nicht vollständig.⁵⁵ Während des Zweiten Weltkriegs erlitten viele Museen schwere Kriegsschäden und unbeschreibliche Verluste. Es folgte die teils lange Zeit des Wiederaufbaus und der Rückführung ausgelagerter Kunstwerke in die Einrichtungen mit einer Phase der Museumskonsolidierung.

⁴⁹ Entstehung von Kunstvereinen: 1818 Karlsruhe, 1822 Hamburg, 1823 Bremen, 1824 München, 1825 Berlin, 1826 Bamberg, 1828 Dresden und Halberstadt, 1829 Düsseldorf, 1880 Köln

⁵⁰ Lexikon der Kunst 1992, Band IV, 159 (Stichwort: Kunstvereine) und 1993 Band V, 54 (Stichwort: Museum)

⁵¹ 1852 South Kensington Museum für Kunst und Industrie London (nach der Weltausstellung 1851), 1867 Kunstgewerbemuseum Berlin, 1873 Leipzig, 1877 Hamburg

⁵² Lexikon der Kunst 1993, Band V, 54 (Stichwort: Museum)

⁵³ Detaillierte Auflistung der Museumsgründungen in: Prösler 2000, 328

⁵⁴ Vgl. Waidacher 1999, 105

⁵⁵ Lexikon der Kunst 1993, Band V, 54 (Stichwort: Museum)

Museum in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts

Wie gezeigt wurde gründen Museen auf vielfältigen Ursprüngen wie kirchlichen Schatz- und fürstlichen Kunstkammern, Gelehrtenkollektionen, sowie Sammlungen von Bürgern, Geschichts- und Kunstvereinen und Gewerbeschulen. Mit verschiedenen Wirkungsabsichten und in einem steten Differenzierungsprozess entstand eine Institution, die mit der Vielfalt ihrer Ausprägungen die Museumslandschaft mehr oder weniger zergliedert. Heute lassen sich Museen auch international nur grob nach dem Inhalt ihrer Sammlungen wie auch nach ihrem Träger bzw. Eigentümer unterscheiden wobei die Übergänge fließend sind und thematische Überschneidungen keine Ausnahme bilden. Hinsichtlich der Sammlungen sind, bedingt durch die jeweilige Geschichte, häufig Mischformen vorhanden. So gibt es reine Kunstmuseen bzw. Gemäldegalerien, Museen für Kulturgeschichte, Kunstgewerbemuseen, Volks- und Völkerkunde, Museen für Natur und Technik sowie Sonderformen, die auf einen fachlichen, zeitlichen oder örtlichen Bereich begrenzt sind. Dazu zählen beispielsweise Stadt- und Heimatmuseen, Gedenkstätten, Schloss-, Freilicht-, Blinden- und Firmenmuseen und vieles mehr. Hinsichtlich der Besitzverhältnisse bestehen staatliche (z.B. National-, Bundes-, Landes- und Universitätsmuseen), kommunale (z.B. Stadt- und Gemeindemuseen), kirchliche (Diözesanmuseen) und private (z.B. Genossenschafts-, Innungs-, Firmen-, Vereins- und Parteimuseen) Trägerschaften sowie öffentliche und private Stiftungen.⁵⁶ In den letzten Jahrzehnten gewann nicht nur in Deutschland das sogenannte Sammlermuseum an Bedeutung. Dabei handelt es sich um Einrichtungen in privater Trägerschaft, indem die Gründer ihr Museum nach eigenen Vorstellungen einrichten und den Betrieb entsprechend organisieren.⁵⁷ Allerdings gibt es Museen für große Privatsammlungen ebenfalls in staatlicher und kommunaler Trägerschaft. Hier haben die Mäzene in der Regel keinen Einfluss mehr auf die Museumsarbeit und –politik.⁵⁸

Integrierendes Element dieser musealen Vielfalt ist das *International Council of Museums (ICOM)*. Die 1946 ins Leben gerufene Dachorganisation und Interessenvertretung für alle Museen weltweit kann ohne Übertreibung als Global Player im Kulturbereich bezeichnet

⁵⁶ Museumsarten in der BRD vgl. Institut für Museumsforschung 2010, S. 18-20 und detailliert zu den Museumsarten weltweit mit zahlreichen Beispielen: Waidacher 1999, 93-99

⁵⁷ Beispiele aus Deutschland sind: Das Museum der Phantasie in Bernried von Lothar Günther Buchheim mit einer hochkarätigen Sammlung von Expressionisten und verschiedenen volks- und völkerkundliche Exponaten. Die Sammlung Goetz (zeitgenössische Kunst) in München, dessen Leiterin, Ingvild Goetz, zugleich die Eigentümerin ist, das Museum Frieder Burda in Baden Baden, das von der gleichnamigen Stiftung betrieben wird, und das von der Dieter Roth Foundation in Hamburg betriebene Museum ausschließlich zu Werken des Künstlers. Ein außereuropäisches Beispiel ist das Museo Soumaya des mexikanischen Unternehmers Carlos Slim, das 1994 in Mexiko-Stadt gegründet wurde. In: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20102506/Carlos-Slim-eroeffnet-Kunstmuseum-in-Mexiko.html> (24.7.2013)

⁵⁸ Beispiele: Museum Ludwig in Köln und die Sammlung Berggruen in Berlin

werden. ICOM vereinigt rund 30.000 Mitglieder (Museumsmitarbeiter und Institutionen) aus allen Fachgebieten in 137 Ländern und ist dem Erhalt, der Pflege und der Vermittlung des kulturellen und natürlichen Welterbes verpflichtet. Das Sekretariat der Organisation befindet sich in Paris von wo aus Museen und ähnliche Institutionen durch fachliche und politische Arbeit unterstützt werden. ICOM sieht seinen Auftrag darin, in Zusammenarbeit mit der UNESCO⁵⁹ die in den Museen verwahrten Kulturgüter zu schützen und sie in den Dienst der Gesellschaft zu stellen. Damit soll zugleich ein Verständnis der eigenen wie auch der jeweils fremden Geschichte und Kultur gefördert werden. Von zentraler Bedeutung ist dabei die nachhaltige Bewahrung des kulturellen und natürlichen Erbes, was weltweit als die wichtigste Aufgabe der Museen betrachtet wird.⁶⁰ Neben den von ICOM entwickelten und weltweit anerkannten Ethischen Richtlinien bildet die seit der ICOM-Gründung über Jahrzehnte regelmäßig aktualisierte Museumsdefinition die Grundlage der professionellen Arbeit der Institution und deren Mitarbeiter:

„Ein Museum ist eine gemeinnützige, auf Dauer angelegte, der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die zum Zwecke des Studiums, der Bildung und des Erlebens materielle und immaterielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt.“ (ICOM 2006)⁶¹

Die ICOM-Definition beschreibt eine gemeinsame Museumsidee und verfolgt damit zugleich die Absicht, einen weltweit gültigen Standard für die museale Arbeit zu etablieren. Gleichwohl erscheint diese Definition wie der kleinste gemeinsame Nenner angesichts der vielfältigen Erscheinungsformen von Museen. Dieser Versuch einer Museumsdefinition entspricht eher einer „... Funktionsbeschreibung, die jedoch keine Definition im wissenschaftlichen Sinne darstellt – mit der Konsequenz, daß die Museumsfunktionen auch weitgehend auf andere Institutionen zutreffen und diese hierdurch zu Museen erklärt werden können...“.⁶² Noch einen Schritt weiter in ihrer Skepsis gehen Forscher des Zentrums für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe. Das dort angesiedelte Kompetenzzentrum für Global Studies kommt zu dem Schluss, dass lediglich der Name *Museum* noch das verbindende Element sei und kaum vergleichbar ist, was sich dahinter verbirgt.⁶³ Eine klare

⁵⁹ UNESCO = United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Deutsch: Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur)

⁶⁰ Detaillierte Informationen zu ICOM abrufbar unter: <http://icom.museum/> (1.3.2013)

⁶¹ <http://www.icom-deutschland.de/schwerpunkte-museumsdefinition.php> (1.3.2013)

⁶² Müller-Straten 2011, 43

⁶³ *monopol* Magazin für Kunst und Leben vom 29.1.2012 in: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20105017/Global-Studies-Karlsruhe-peter-weibel-Andrea-Buddensieg-Hans-Belting.html> (8.6.2013)

Abgrenzung zu anderen Bildungs- und Freizeiteinrichtungen wird damit nicht gerade erleichtert. Andererseits werden die wesentlichen Funktionen klar benannt und die Weite der Beschreibung eröffnet Spielräume gegenüber veränderten Rahmenbedingungen.

Aus der ICOM-Museumsdefinition lassen sich ganz allgemein *Aufgaben* ableiten, die in unterschiedlicher Gewichtung den Alltag der meisten Museen bestimmen. Die Sammlung bzw. die Sammeltätigkeit steht am Anfang jedes Museums, sie bildet dessen Kern. Museen ohne Sammlung verlören ihre Geschäftsgrundlage und letztlich ihren Sinn. Die Anhäufung von Kulturgut ist jedoch noch kein musealer Sammlungsfundus. Museen sammeln in bewusster Selektion ausgewählte Objekte als Nachweis einer bestimmten Realität, die nicht isoliert betrachtet sondern in einen bestimmten Zusammenhang gestellt werden. Die Institutionen verfolgen ein Sammlungskonzept, das sich nach der Art des Museums oder nach einem speziellen Auftrag richtet. Der Museumsträger ist für die Erhaltung der Sammlung verantwortlich, sie ist in der Regel unveräußerlich.⁶⁴ Wegen fehlender Ankaufsetats bei vielen Museen kommt es mehr und mehr zum Erliegen der Sammeltätigkeit, viele Kollektionen können lediglich durch Schenkungen oder Dauerleihgaben erweitert werden.

Von zentraler Bedeutung für die Museumsarbeit ist die Forschung, sie bildet deren unverzichtbare wissenschaftliche Basis. Forschungsgegenstände sind die Sammlungen insgesamt, die einzelne Museale, deren Kontext und Gebrauch, ihre Bedeutung für die Gesellschaft einschließlich Provenienzen, Rezeption und Wirkung, Konservierung und Restaurierung, die Institution selbst und seine Besucher. Trotz deren Wichtigkeit ist Forschung im musealen Kontext nicht unangefochten. Eine Überfülle von anderen Aufgaben für Museumsmitarbeiter führt nicht selten zum Zurückdrängen der wissenschaftlichen Arbeit. Die Fokussierung auf Ausstellungen und öffentlichkeitswirksame Aktionen birgt die Gefahr, dass die Wissenschaft das Museum verlässt und damit ginge „... die fruchtbare Spannung verloren und mit ihr ein Ethos. An die Stelle der Erkenntnisarbeit tritt das bequeme Akzeptieren. Damit wird das Museum nur noch Andachtstätte, in der der Wissenschaftler als eine Art Priester fungiert, also nicht mehr Wissenschaftler ist. Forschung reduziert sich auf das simpelste Feststellen.“⁶⁵

⁶⁴ Eine seltene Ausnahme war der Verkauf eines Gemäldes des Kunstmuseums Bonn im Jahr 2000 um eine defizitäre Ausstellung zu finanzieren. Der Fall wurde sowohl in der Presse als auch in Fachkreisen kontrovers diskutiert. Z.B. in der Onlineausgabe des Bonner General-Anzeigers vom 22.12.2000, in: <http://www.general-anzeiger-bonn.de/lokales/kultur/Bilderverkauf-durch-die-Hintertuer-article110508.html?&i=1> (29.6.2013)

⁶⁵ Börsch-Supan 1993, 67-68

Die Sammlungspflege einschließlich der konservatorischen Betreuung von Ausstellungen dient der Erhaltung des materiellen Vermögens der Museen. Sie liegt in der Regel in der Zuständigkeit von Restauratoren, in naturkundlichen Sammlungen mitunter von Präparatoren. Die Bewältigung der Aufgaben in der Konservierung und Restaurierung erfordert mehr denn je ein methodisches und systematisches Abwägen von Entscheidungen gepaart mit ausgeprägt kritisch-praktischer Urteilskraft, nicht selten abseits von Erfahrungswissen und routiniertem Handeln. Besondere Herausforderungen für die Konservierung liegen neuerdings in der Erhaltung zeitgenössischer Kunst mit Werken aus ephemeren Materialien, komplizierten technischen Installationen und von Medienkunst. In einem deutlichen Spannungsverhältnis zur Erhaltung steht die Präsentation von Kunst- und Kulturgut. Die öffentliche Zugänglichkeit der Sammlung in Ausstellungen und deren Vermittlung avancierte zur bestimmenden Aufgabe von Museen. Sichtbares Zeichen ist das stete Anwachsen eines global agierenden Ausstellungswesens (siehe auch folgender Abschnitt). Eng mit dem Ausstellungswesen verknüpft ist die Bildungsaufgabe der Museen. In den letzten Jahrzehnten ist daher die Museumspädagogik zu einem wichtigen Faktor der Museumsarbeit geworden. Die Aktivitäten der Kulturvermittlung wie Führungen, Kurse, Sonderprogramme usw. werden zunehmend als selbstverständliche „Dienstleistungen“ für die Öffentlichkeit betrachtet.

Die Anforderungen an *Museumsbeschäftigte* haben sich im Laufe der Zeit grundlegend gewandelt. Während über Jahrhunderte Eigentümer, Künstlern, gebildete Liebhabern und Gelehrte die Geschicke der Institution lenkten wurde im Zuge der Spezialisierung der Museen seit Mitte des 19. Jahrhunderts zunehmend Wert darauf gelegt, die Sammlungen von Wissenschaftlern und Spezialisten betreuen zu lassen. Im 20. Jahrhundert setzte sich der akademisch gebildete Museumsmitarbeiter zumindest unter den Kuratoren weitgehend durch. Entsprechend der Aufgabenvielfalt sind Vertreter verschiedener Berufsgruppen im Museum tätig, die interdisziplinär zusammen arbeiten. Dazu zählen u.a. Kunstwissenschaftler, Ethnologen, Historiker, Restauratoren, Bibliothekare, Archivare, Marketingmitarbeiter, Haushälter, und jüngst auch IT-Spezialisten. In letzter Zeit werden Direktorenposten in Museen international besetzt ganz ähnlich der Berufungen von Chefs internationaler Großkonzerne oder von international renommierten Orchestern.⁶⁶ Mitunter werden erfolgreiche Ausstellungsmacher als Direktoren ins Amt gehoben mit der Begründung, nur

⁶⁶ Nur zwei von zahlreichen Beispielen sind der Deutsche Martin Roth, vormalig Direktor der Staatlichen Kunstsammlungen in Dresden, der im Jahr 2011 zum Direktor des Victoria & Albert Museums in London berufen wurde, und der Belgier Chris Dercon, der zunächst Museumsdirektor in Rotterdam war, dann an die Spitze des Hauses der Kunst in München wechselte und seit 2012 die Tate Modern in London leitet.

spektakuläre Großprojekte bringen genügend Besucher ins Museum. Diese verfügen über das Gespür und die Managementfähigkeiten, attraktive Themen publikumswirksam aufzubereiten und so die nötige Aufmerksamkeit in den Medien und der Öffentlichkeit zu erzeugen.⁶⁷ Weit überwiegend werden jedoch Experten für die jeweiligen Fachgebiete der Museen verpflichtet. Bei großen Museen kommt es gerade in der Führung auf Fähigkeiten an, die fachspezifische Anforderungen mit den Erkenntnissen moderner Organisationsstruktur und Medienkompetenz verbindet. Jean-Christoph Ammann formuliert dazu eine äußerst treffende Charakterstudie über den Museumsmitarbeiter neuen Typs, wie er angesichts der Herausforderungen der Zukunft erforderlich erscheint. „Aufgeschlossene, neugierige und weltoffene Menschen sind gefragt, Männer und Frauen, die bereit sind, Verantwortung zu tragen, die bereit sind, partiübergreifend zu denken, die intellektuell und *intuitiv* befähigt sind, die Zukunft aus der Gegenwart heraus zu denken, die souverän zu delegieren wissen, die keine Berührungängste haben, auch dann nicht, wenn es ans Eingemachte geht.“⁶⁸

Ökonomisierung des Museumswesens

Ohne hier einen Schwerpunkt der Arbeit setzen zu wollen soll doch der Einfluss ökonomischer Faktoren verdeutlicht werden, denen sich Kulturinstitutionen, insbesondere auch Museen, heute stellen müssen. Die ökonomische Perspektive ist nicht nur eine bestimmende Sichtweise heutiger Gesellschaften, sie durchdringt alle Arbeitsbereiche der Institution nachhaltig und bildet gleichsam die mausgraue Folie, vor dessen Hintergrund viele Museumsaktivitäten zu betrachten und erst erklärlich sind. Aus dem mehr oder weniger schleichenden Rückzug des Staates aus der Kulturfinanzierung⁶⁹, nicht nur in Deutschland, resultieren ökonomische Zwänge deren Wirkungen ebenso vielfältig sind wie die Suche nach Lösungen. Beides kann hier nur beispielhaft angerissen werden. So sehen Museen wegen drastisch heruntergefahrener Etats auf der fachlichen Ebene ihre Spielräume hinsichtlich der Profilierung ihrer Sammlungen z.B. durch fehlende Ankaufmöglichkeiten, deren Erforschung sowie bei der Neugestaltung von Dauerausstellungen wie für die Kreation von Sonderschauen stark beschnitten. Zudem wird das Personal mehr und mehr ausgedünnt und das verbleibende

⁶⁷ Börsch-Supan 1993, 60

⁶⁸ Ammann 1999, 40-41

⁶⁹ Ein aktuelles Beispiel aus Bayern: Im Zusammenhang mit einem Sonderinvestitionsprogramm in Höhe von 50 Mio. Euro, die in kulturelle Leuchtturmprojekte und auch in Museen fließen sollen, wurde von der Staatsregierung eingestanden, dass die Kulturausgaben des Freistaats in den letzten Jahren stetig sanken und inzwischen ein Gebäudesanierungsbedarf von 700 Mio. Euro für Museen, Theater und Archive besteht. (Vgl. Online-Ausgabe der Süddeutschen Zeitung vom 27. August 2012: <http://www.sueddeutsche.de/bayern/csu-plant-millionenschwere-projekte-kulturgut-giesskanne-1.1451682> (4.4.2013))

überlastet, Serviceleistungen und Öffnungszeiten müssen eingeschränkt werden, nicht zuletzt entstehen erhebliche Sanierungsstaus an Gebäuden und viele Probleme mehr.

Um die finanzielle Basis zu verbessern, verfolgen viele Institutionen eine breite Palette an Strategien auch in Kombination. Eine naheliegende Lösung für mehr Wirtschaftlichkeit bietet Michael Dauskardt an: „Öffentliches Haushaltsrecht kann ... kreativ bis an die Grenzen des Möglichen für die Museen genutzt werden. Das könnten etwa folgende Aspekte sein: Aufgabe der Jährlichkeit der Haushalte ... zugunsten von Doppelhaushalten. Gegenseitige Deckungsfähigkeit von Haushaltstiteln, Mehreinnahmen berechtigen zu Mehrausgaben, bis hin zur Budgetierung, das heißt zur weitgehenden Verselbständigung des Museums. Bevor wir also nach anderen Ordnungsstrukturen Ausschau halten, sollte erst einmal geprüft werden, was im Rahmen des geltenden Rechts möglich ist.“⁷⁰ Dieses Statement deckt sich mit dem Vorstoß der Kultusministerkonferenz (KMK) aus demselben Jahr, distanziert sich allerdings von etwaigen grundlegenden Strukturänderungen wie sie die KMK vorschlägt.

Spätestens seit den 1970er Jahren erfolgte eine intensive Beschäftigung mit der Rolle der Öffentlichkeit bezogen auf das Museum. Im Mittelpunkt aller Bemühungen steht nun die allgemeine Forderung nach mehr Besucherorientierung, die insbesondere das Ziel der Steigerung der Attraktivität der jeweiligen Institution und damit einhergehend vor allem die Verbesserung der Kosten-Einnahmen-Bilanz fest in den Blick nimmt. Neben der Suche nach neuen Vermittlungsmethoden für museale Inhalte rücken die Außendarstellung der Museen und ihre Wahrnehmung durch das Publikum wie auch strikte Marktorientierung spürbar in den Fokus. „Die Ausrichtung der Museen auf die Öffentlichkeit machte Marketing zu einem zentralen Aspekt des Museumsmanagements. Damit verbunden sind die Begriffe *Corporate Identity* und *Branding* bzw. Markenbildung in Museen.“⁷¹ Ein Ziel der Neuausrichtung ist die Entwicklung einer Marke mit möglichst weltweitem Wiedererkennungswert, wobei besonders international agierende Museen das Markenmanagement als übergeordnete Strategie nutzen. Ausgangspunkt sind Überlegungen zur Identifikation eines Alleinstellungsmerkmals der jeweiligen Organisation. „Ein Museum als Marke bekennt sich zu einer Kernaussage, zu einer *big idea*, die seine Identität, seine Relevanz und sein Versprechen gegenüber der Gesellschaft klar kommuniziert.“⁷² Einen hohen Anteil am Erfolg haben sicher die Führungskräfte auf allen Ebenen im Unternehmen, die top down die Markenidee nach innen und außen vertreten.

⁷⁰ Dauskardt 1995, 108

⁷¹ Dauschek 2007, 24

⁷² Dauschek 2007, 25

Beispiele von Museen mit Markencharakter sind MoMA New York, Getty Museum als Teil der Getty Foundation in Los Angeles, Louvre Paris, Eremitage St. Petersburg sowie Tate Gallery und Tate Modern London.

Ausgesprochen zielstrebig hat der frühere Direktor, Thomas Krens, die globale Etablierung der Marke *Guggenheim* vorangetrieben. Er nutzte dazu konsequent das Prestige des Namens wie der Sammlung und richtete alle Aktivitäten nach kommerziellen Gesichtspunkten aus. Mit der Parole: „die wertloseste Kunst ist die im Depot“⁷³ schrieb Krens Kunstwerken nicht nur einen ideellen Wert zu sondern definierte sie auf diese Weise als ökonomische Aktivposten, mit denen sich Gewinne erzielen bzw. Sponsoren finden lassen. Ein Beispiel ist das erfolgreiche Joint Venture mit der Deutschen Bank beim Ausbau der Grundkreditbank zur Berliner Zweigstelle des Museums. Die Bank übernahm sowohl Umbaukosten in Höhe von einhundert Millionen Dollar sowie die laufenden Unterhaltskosten.⁷⁴ Die Finanzierung der geplanten Erweiterung des Museums in New York City basiert ebenfalls weitgehend auf privatem Kapital von Unternehmen, die breiten Raum für Produktpräsentationen erhalten sollen. Diese ungewöhnliche Art der Zusammenarbeit stößt auf Kritik. „Eine solche Verquickung der musealen Aufgabenstellung mit kommerziellen Zwecken geht weit über die bisherigen Usancen von Sponsorenschaft merklich – und bedenklich – hinaus.“⁷⁵ Inzwischen existieren neben dem Stammhaus in New York City (seit 1959) Dependancen in SoHo (1992-2002), Venedig (Peggy Guggenheim Collection seit 1976), Berlin (1997-2012), Bilbao (seit 1997) und Guggenheim Hermitage in Las Vegas (seit 2000). Geplante weitere Standorte sind Dubai, Abu Dhabi und Vilnius. Die Guggenheim-Foundation nimmt bislang sicher eine Sonderstellung in dem Versuch ein, die Vorherrschaft mit Definitionsmonopol universeller Geltung in ihrem Bereich zu erlangen.⁷⁶

Um auch nach außen sichtbare Zeichen für die spezifische Marke zu setzen wurden von Anfang an jeweils namhafte Architekten für die Entwürfe der Guggenheim-Museumsgebäude beauftragt. Die weltweit Aufmerksamkeit erregenden *Museumsbauten* stützen die Ideen der Markenbildung und als durchaus erwünschten Nebeneffekt nicht unerheblich den Tourismus und die Wirtschaftskraft einer Region.⁷⁷ Der Museumsbau war ursprünglich ein den Museen

⁷³ Hoffmann 1999, 15

⁷⁴ Hoffmann 1999, 17

⁷⁵ Schulz 2001, 144

⁷⁶ Hoffmann 1999, 11

⁷⁷ Ein Bericht der Onlineausgabe der Süddeutschen Zeitung vom 1.8.2012 verweist darauf, dass nach Angaben der Museumsleitung etwa 5000 Arbeitsplätze in der Region direkt oder indirekt vom großen Besucherstrom zum

gewidmeter Raum (Tempel, Hain), im übertragenen Sinn eine den Künsten oder der Wissenschaft zugeordnete Anstalt. Bereits im 19. Jahrhundert führte der enorme Aufschwung im Museumswesen zur Notwendigkeit, die wachsenden Sammlungsbestände angemessen unterzubringen. Es entstanden spezielle Gebäudetypen mit einer repräsentativen Außen- und Innengestaltung, die den Museumsbetrieb mit einer funktionsgerechten Raumgliederung sicherten und der Vermittlung von Kunst dienten. Nach außen gaben sich die Museen mitunter selbstbewusst durch eine die Funktion unterstützende Architektursprache.

Beispielhaft sei auf Leo von Klenzes Alte Pinakothek in München und das Alte Museum Karl Friedrich Schinkels in Berlin verwiesen.⁷⁸ Bei Letzterem ist das Vorbild der Antike mit der gewaltigen Säulenfront an der Eingangseite und in der Rotunde im Innern nicht zu übersehen. Diese dient der Einstimmung auf den Besuch kostbarer Kunstwerke und vermittelt zugleich ein Gefühl der Erhabenheit. In einer Art Kunstfrömmigkeit sind Museen „... nicht die Kathedralen, sondern die Tempel der bürgerlichen Epoche“, wie Wolfgang Kemp ausführte.⁷⁹

Im 20. Jahrhundert kamen nicht nur weitere Anforderungen hinzu, es ist nun ein regelrechtes „Feuerwerk“ (Beier-de Haan) an Museumsarchitektur zu bestaunen. Jetzt sollen die Gebäude nicht nur optimal funktionieren sondern schon in ihrer äußeren Gestalt, in der Materialwahl und städtebaulichen Platzierung maximale Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Vor dem Hintergrund einer Liberalisierung des Verkehrs und anwachsender Tourismuszahlen geht es auch darum, mit dem Bauwerk eine weitere Attraktion, quasi einen Sehnsuchtsort für kulturaffine Besucher zu bieten. Diese Entwicklung ist nach dem Zweiten Weltkrieg weltweit zu beobachten. Zu den spektakulärsten Bauten zählen sicher Frank Lloyd Wrights Guggenheim Museum in New York, die Dependance Frank O. Gehrys in Bilbao, das Jüdische Museum in Berlin von Daniel Libeskind und das Kunsthaus Graz der Architekten Peter Cook und Colin Fournier.⁸⁰ Diese Reihe ließe sich beliebig fortsetzen. Zwar besteht wie bei zeitgenössischer Architektur generell auch hier die Gefahr einer schnellen Abnutzung der einstmalig glänzenden Fassade, allerdings ist der Wiedererkennungswert oftmals derart ausgeprägt, dass bereits von Markenarchitektur gesprochen wird, bei der der Bauherr „... mit der Architektur die vertrauten Attribute einer universellen Marke ...“ erwirbt.⁸¹ Ausgewiesene und weniger bekannte Architekten setzen sich selbst und einer Stadt oder Region ein

Guggenheim-Museum abhängen. <http://www.sueddeutsche.de/reise/bilbao-jenseits-von-guggenheim-1.830256> (25.7.2013)

⁷⁸ Vgl. Waidacher 1999, 103-104

⁷⁹ Kemp 1997, 220

⁸⁰ Beispielhaft zwei Publikationen zu diesem Thema, die viele Architekturbeispiele vorstellen und diskutieren: Zeiger 2006 und Maier-Soljk 2008

⁸¹ Maier-Soljk 2008, 11

Denkmal. Das Gebäude ist nicht mehr nur Hülle für eine Sammlung, es wird selbst zum begehbaren Kunstwerk und die Tourismusbranche gewinnt neue, sehr gut vermarktbar Zielorte. Auf diese Weise wird spektakuläre Museumsarchitektur zu einem weltweit funktionierenden Markenzeichen und leistet darüber hinaus einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur Popularitätssteigerung der Institution. Kehrseite dieses Booms ist ein gewisser Zwang zur Nachfolge auch für kleine Museen, sich mit einem spektakulären Bau von der Umgebung abzusetzen, und es werden Erwartungen genährt, die Einmaligkeit der Sammlung durch die „... Einmaligkeit der Gebäudehülle...“ zu bestätigen.⁸²

Der Zwang zur Publikumsbindung basiert auf der Erkenntnis, dass ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen der Anzahl der Museumsbesucher und dem „Profit“ besteht, den ein Museum daraus gegebenenfalls ziehen kann.⁸³ Bei geglücktem Branding ist die Vermarktung der Museumsangebote, seien sie kultureller oder kommerzieller Natur, deutlich erleichtert. Der Schluss liegt nahe, dass es heute nicht aus der Perspektive des Museumsauftrags – Sammeln, Erhalten, Forschen, Vermitteln – Konzept zu entwickeln gilt sondern explizit ausgerichtet an den Erwartungen der Besucher. „Leitbilder und Kennzahlen rücken Besucher und Nichtbesucher wieder stärker in das Blickfeld der Museen. ...Eine der ersten Fragen war, wie mit mehr und professionellem Marketing mehr Besucher ins Haus gelockt werden können. Der Grundgedanke hat sich jedoch verändert – es geht nicht mehr um die Quantität der zahlenden Gäste zur Deckung von Finanzlücken, sondern vielmehr um die Qualität der Vermittlung und die Beziehung zwischen Besucher und Museum.“⁸⁴ Auf letztgenannten Aspekt geht das letzte Kapitel der vorliegenden Arbeit ausführlich ein.

In der Hoffnung, möglichst viele Besucher ins Museum zu locken und so die Einnahmen zu steigern hat sich zum Ende des 20. Jahrhunderts ein über alle Kontinente agierendes, strategisches Ausstellungswesen entfaltet. Gerade im Hinblick auf die Globalisierung wird das Potenzial von Museen und Ausstellungen aus politischer Sicht positiv gesehen. „In einem solchen Kontext können Museen, können Ausstellungen als Medien der Reflexion und des Dialogs auch in der auswärtigen Kulturpolitik dazu beitragen, Selbstbilder zu vermitteln und zur Diskussion zu stellen, das gegenseitige Lernen und Verstehen zu fördern und einen umfassenden Austausch zu ermöglichen.“⁸⁵ Der staunenden Öffentlichkeit wird im globalen

⁸² Schulz 2001, 150

⁸³ Wittgens 2005, 11-12

⁸⁴ Dauschek 2007, 24

⁸⁵ Griefahn 2001, 12

Ausstellungskarussell ein Höhepunkt nach dem anderen präsentiert, in der Hoffnung auf Zugkraft vornehmlich mit Werken berühmter Meister und klingenden Namen. So reisen Kunstwerke mit großem Aufwand um die Welt auch in entlegene Winkel. Präsentationen werden von Anfang an für mehrere Standorte konzipiert und verschiedene Partner daran beteiligt, nicht zuletzt um Kosten zu senken. Dabei werden den Kunstwerken nicht selten riskante Transporte und schädigende Präsentationsbedingungen zugemutet. Im Bemühen, hohe Ausstellungskosten weiter abzusichern springen Sponsoren in Finanzierungslücken. Zahlungskräftige Unternehmen machen Werbung mit einer Ausstellung oder verbinden ihre Produkte geschickt mit dem positiven Image von Kunst und Kultur. Sie nehmen dabei die Rolle der Förderer der Kunst ein und manifestieren so ihren Führungsanspruch auch im Bereich der Kultur. Die daraus resultierenden vielfältigen Abhängigkeiten stellen ein gewichtiges Problem dar und sind Folge des sukzessiven Rückzugs des Staates aus der Kulturfinanzierung. Auf diese Weise „...wird jedoch mit der Verantwortlichkeit des Staates für die unabhängige Pflege der Kultur ein Stück Demokratie verscherbelt“.⁸⁶

Museen scheinen in einer Zeit der Reizüberflutung und ausgefallener Medienangeboten gezwungen, attraktive Programme für den Besucher bereit zu halten. Dazu zählen Führungen mit Brunch oder Dinner, Museumsbälle, Firmenpräsentationen, private Feiern, für die Museumsräume vermietet werden. Ein Blick auf die Homepages großer wie kleiner Museen zeigt, Events jeder Art sind gängige Praxis, der Phantasie bei den Inszenierungen sind keine Grenzen gesetzt. Wie lukrativ diese Angebote letztlich in finanzieller Hinsicht sind, bleibt oftmals wegen fehlender Bilanzen nicht nur für die breite Öffentlichkeit im Dunkeln.⁸⁷ Zugespitzt formuliert werden Ausstellungen kreiert, die ergänzt durch effektvolle Begleitveranstaltungen und garniert mit Party-Glamour, möglichst viele Besucher anziehen sollen. Die Museen wandeln sich zu interaktiven Zentren des modernen Kulturbetriebs, in denen sich eine Eventkultur breitmacht, die den Besucher nur noch als Konsumenten und ökonomische Größe wahrnimmt.⁸⁸ Trotz weitgehender Ökonomisierung der Kultur und all dieser Aktivitäten im Museumswesen wird es nicht gelingen, ein rentables, sich wirtschaftlich selbst tragendes Museum zu organisieren. Gleichwohl ist die Wahrnehmung und Respektierung wirtschaftlicher Zusammenhänge eine wichtige Form der Verantwortung für den Umgang mit öffentlichen Geldern.⁸⁹ Abgesehen davon birgt die Anpassungsfähigkeit der

⁸⁶ Börsch-Supan 1993, 74

⁸⁷ Ausführlich zur kommerziellen Nutzung am Beispiel der Bayerischen Schlösserverwaltung in: Janis 2005

⁸⁸ Janis 1999, 34

⁸⁹ Schulz 2001, 147

Museen die Gefahr, sich nichtmusealen Räumen anzunähern, sich „... selbst überflüssig zu machen und sich seiner Sonderrolle zu berauben. Es adoptiert den sensationellen Charakter der Medien und verschreibt sich dem schnellen Rhythmus der Eventkultur.“⁹⁰

Die Betrachtung des Museumswesens von seinen Anfängen bis heute konnte an dieser Stelle über einen skizzenhaften Abriss nicht hinausgehen. Dennoch erschien dieser Schritt notwendig um mit Blick auf die unterschiedlichen Entwicklungslinien die Tiefe des Anpassungsprozesses, in den sich die Institution begeben hat, zu verdeutlichen. Das folgende Kapitel soll nun die Rahmenbedingungen näher beleuchten, in denen sich Museen heute behaupten müssen und der Frage nachgehen, was unter Globalisierung verstanden wird. Diese Darstellung kann ebenfalls nicht den Anspruch einer breiten Auseinandersetzung mit dem Thema erheben. Vielmehr sollen charakteristische Grundzüge und deren Ausprägungen holzschnittartig dargelegt werden, die auch für das Museumswesen bedeutsam sind.

⁹⁰ Belting 2001, 26-27

3. Globalisierung – unscharfer Begriff mit konkreter Ausprägung

Obgleich weder einheitlich definiert noch verwendet zählt der Terminus *Globalisierung* spätestens seit der letzten Jahrtausendwende zu den meist gebrauchten Schlagworten. Ein Sammelbegriff, der in seiner Unschärfe prädestiniert erscheint, verschiedenartige Phänomene unter ein Dach zu zwingen, steht er gleichsam synonym für den mehrdimensionalen Prozess eines tiefgreifenden gesellschaftlichen Wandels, an dem viele Akteure mitwirken. Dazu zählen in erster Linie internationale Wirtschaftsunternehmen (sog. Global Player), Regierungen und international agierende Institutionen (z.B. UNO, ICOMOS, Weltbank, IWF, WTO usw.) wie auch Nichtregierungsorganisationen (z.B. Greenpeace). Unter dem Begriff Globalisierung lässt sich ein wirtschaftliches, politisches und kulturelles Handeln fassen, das über Staatsgrenzen hinweg weltweit organisiert ist.

„Im Kern besagt er die rapide Vermehrung und Verdichtung grenzüberschreitender gesellschaftlicher Interaktionen, die in räumlicher und zeitlicher Hinsicht die nationalen Gesellschaften immer stärker miteinander verkoppeln.“⁹¹

Vielfältige Quervernetzungen führen zum Aufbrechen der bislang nahezu deckungsgleichen Umrisse von Gesellschaft und Nationalstaat, „... es bilden sich neuartige Macht- und Konkurrenzverhältnisse, Konflikte und Überschneidungen zwischen nationalstaatlichen Einheiten und Akteuren einerseits, transnationalen Akteuren, Identitäten, sozialen Räumen, Lagern, Prozessen andererseits“.⁹² Eine zunehmende Dominanz der Ökonomie und ein Ausgreifen marktkonformer Werte auf alle Lebensbereiche⁹³ geht einher mit einer bisher nicht gekannten weltweiten Verflechtung von Wirtschaft, Politik und Kultur wie auch mit einer nahezu vollständigen Entgrenzung vieler Bereiche. So ist die Liberalisierung von Personen- und Warenverkehr wie vor allem von Kommunikation Basis eines regelmäßig stattfindenden Austausches über große Entfernungen hinweg und gleichsam ein wesentliches Charakteristikum der Globalisierung. Aus soziologischer Perspektive beschreibt Ulrich Beck Globalisierung als „... das erfahrbare Grenzenlos werden alltäglichen Handelns in den verschiedenen Dimensionen der Wirtschaft, der Information, der Ökologie, der Technik, der transkulturellen Konflikte und Zivilgesellschaft ...“⁹⁴ Verbunden damit ist die Relativierung von Zeit und Raum. Dank moderner Kommunikationsmittel und Internet sind nun extrem

⁹¹ Nohlen 2001, 181

⁹² Beck 1997, 47

⁹³ In seinem aktuell erschienenen Buch „*Was man für Geld nicht kaufen kann*“ diskutiert der amerikanische Philosoph Michael Sandel kritisch und illustriert mit zahlreichen Beispielen die Folgen eines unerschütterlichen Glaubens an die positiven Kräfte des Marktes (Ullstein 2012).

⁹⁴ Beck 1997, 44

schnelle und massenwirksame Datenübertragungen in „Echtzeit“ und in jüngster Zeit in nahezu alle Teile der Welt möglich. Der Philosoph Peter Sloterdijk sieht sehr pointiert die Auswirkungen der Globalisierung in der Teilhabe an einem „...großen Experiment zur Verdampfung bzw. Annullierung des Raumes.... Am Ende ist Raum das Nichts zwischen zwei elektronischen Arbeitsplätzen.“⁹⁵

Anfänge der Globalisierung

Die Frage nach den Anfängen der Globalisierung ist nicht leicht zu beantworten. Eine Datierung des Ausgangspunktes ist je nach Autor und Sichtweise sehr unterschiedlich.⁹⁶ Der Grund dafür liegt in der mangelnden Anschaulichkeit von Globalisierung und deren Prägung durch Beziehungen etwa im Gegensatz zur „Industrialisierung“, die mit allerlei Sachzeugnissen und konkreten historischen Bezügen leichter greifbar gemacht werden kann.⁹⁷ Jürgen Osterhammel benennt zur Einordnung aus historischer Perspektive zwei zeitlich weit auseinander liegende Grenzlinien wobei für ihn wesentliche Voraussetzung für Globalisierung die Möglichkeit zum regelmäßigen Austausch von Waren und Informationen über große Distanzen ist. Erste Formen von Globalisierung sind demnach im mongolischen Weltreich des frühen 13. Jahrhunderts auszumachen, als sich in einem zusammenhängenden Reichsgebiet Warenverkehr und Ideen leicht ausbreiten konnten. Die andere Linie bildet die weltweite Verbreitung des Internets seit Ende des 20. Jahrhunderts, da erst ab dieser Zeit eine weitgehende Entgrenzung der Kommunikation stattgefunden hat. Zeitlich etwa in der Mitte bietet Osterhammel eine dritte Interpretation für den Beginn der Globalisierung an. Seit dem 16. Jahrhundert wurden mit beginnender Kolonialisierung die Ozeane zunehmend für Waren- und Personenverkehr genutzt. Es entstand gewissermaßen ein „globales Verkehrssystem“, das „... Asien, Europa und Amerika durch Welthandel und Edelmetallströme...“ miteinander verknüpfte.⁹⁸ Wie schon im Abschnitt zur Museumsgeschichte erwähnt, führt diese Entwicklung nicht nur zu einem immensen Aufschwung im Museumswesen, Museen haben selbst einen Beitrag zur Begegnung und Auseinandersetzung mit exotischen Kulturen aus verschiedenen Teilen der Welt geleistet. Mit dem Aufkommen von Völkerkundemuseen, die umfangreiche Sammlungen mit Zeugnissen des Kolonialismus beherbergen, wurden plötzlich Kulturen aus Asien, Afrika und Amerika sichtbar, die in der Folge beispielsweise viele Künstler in ihrem Werk und auch zu Reisen in bislang fremde Regionen inspirierte.⁹⁹

⁹⁵ Sloterdijk 2005, 7

⁹⁶ Vgl. Beck 1997, 44

⁹⁷ Osterhammel 2007, 18-19

⁹⁸ Osterhammel 2007, 20-21

⁹⁹ Z.B. Klee, Nolde, Picasso, Gauguin, Macke, in: Wagner 2002, 12-13

Wesentlicher Unterschied der Globalisierungstendenzen im 16. Jahrhundert zu heute ist die Geschwindigkeit des Verkehrs wobei sich damals Nachrichten im selben Tempo wie Waren ans jeweilige Ziel bewegten. Dies änderte sich erst mit der Erfindung der optischen Telegrafie Ende des 18. Jahrhunderts, als erstmals eine Entkoppelung von Nachrichten- und Warenverkehr möglich wurde. Nach der Erfindung der elektrischen Telegrafie durch Samuel Morse 1837, mit der Schaffung von Landkabelverbindungen und der Verlegung des ersten Tiefseekabels 1843 war die relativ schnelle Nachrichtenübertragung in weit entfernte Gegenden nicht mehr aufzuhalten. Mit dem Aufbau einer stabilen transatlantischen Kabelverbindung und der Einbeziehung Asiens, Australiens, Afrikas sowie der Karibik und mit dem 1902 verlegten Pazifikkabels ging eine rasante Verdichtung von Informationen einher.¹⁰⁰ Unter Nutzung der Telegrafienverbindungen globalisierte sich zunehmend das Nachrichtenwesen. Auslandskorrespondenten großer Zeitungen berichteten hauptsächlich von Kriegsschauplätzen aus aller Welt und es gründeten sich Nachrichtenagenturen. Zentrum des Nachrichtenmarktes war London von wo die Interessen des British Empire gesteuert wurden. Mit der neuen Verfügbarkeit von Informationen wurde die Presse eine Kraft, die breitere Bevölkerungsschichten erreichte und „... ein weiteres Medium gesellschaftlicher Selbstbeobachtung unter Bedingungen einer dramatischen Ausweitung der Reichweite medial gestützter Kommunikation“¹⁰¹, ohne jedoch mit der Bedeutsamkeit von Computertechnologie und Internet für die Globalisierung heute vergleichbar zu sein.

Technischer Fortschritt und Welthandel

Die kapitalistische Produktionsweise mit ihrem Innovationsstreben und dem daraus resultierenden technischen Fortschritt prägen seit dem Beginn des 19. Jahrhunderts zunehmend alle Lebensbereiche der Menschen. Entsprechend hat sich seit dieser Zeit der Begriff der Industriellen Revolution etabliert. Er umschreibt die wirtschaftlichen Veränderungsprozesse von der agrarisch geprägten Gesellschaft hin zu innovativen, gewerblich tätigen sowie dienstleistungsorientierten Unternehmen in West- und Mitteleuropa. Einher damit ging ein bisher nicht gekanntes Wirtschaftswachstum wie auch soziale Umstrukturierungen, die hauptsächlich im starken Anwachsen der Stadtbevölkerung und einem breiten Auffächern des Bürgertums von ungelerten Arbeitern, kleinen Beamten, Existenzgründern hin zu erfolgreichen (Groß-)Unternehmern sichtbar wurden.¹⁰² Es wird eine

¹⁰⁰ Osterhammel 2007, 24

¹⁰¹ Osterhammel 2011, 75-76

¹⁰² Vgl. Gall 1997, S. 6-8

neue Stufe der Globalisierung erreicht, ökonomische Aspekte treten in den Vordergrund und es findet eine weltweite Verbindung materieller und geistiger Produktion statt. Karl Marx liefert in seinem kommunistischen Manifest eine treffende Beschreibung des neuen, globalen Wirtschaftens:

„Die Bourgeoisie hat durch ihre Exploitation des Weltmarkts die Produktion und Konsumtion aller Länder kosmopolitisch gestaltet. Sie hat zum großen Bedauern der Reaktionäre den nationalen Boden der Industrie unter den Füßen weggezogen. Die uralten nationalen Industrien sind vernichtet worden und werden noch täglich vernichtet. Sie werden verdrängt durch neue Industrien, deren Einführung eine Lebensfrage für alle zivilisierten Nationen wird, durch Industrien, die nicht mehr einheimische Rohstoffe, sondern den entlegensten Zonen angehörige Rohstoffe verarbeiten und deren Fabrikate nicht nur im Lande selbst, sondern in allen Weltteilen zugleich verbraucht werden. An die Stelle der alten, durch Landeserzeugnisse befriedigten Bedürfnisse treten neue, welche die Produkte der entferntesten Länder und Klimate zu ihrer Befriedigung erheischen. An die Stelle der alten lokalen und nationalen Selbstgenügsamkeit und Abgeschlossenheit tritt ein allseitiger Verkehr, eine allseitige Abhängigkeit der Nationen voneinander. Und wie in der materiellen, so auch in der geistigen Produktion. Die geistigen Erzeugnisse der einzelnen Nationen werden Gemeingut.“¹⁰³

Das bisherige europäische Zentrum des Welthandels wurde durch ein zweites, amerikanisches ergänzt wobei Ende des 19. Jahrhunderts der asiatische Raum mit Japan dazu kam. Auf Betreiben Großbritanniens setzte sich zunächst das Prinzip des Freihandels durch, das „... auch heute noch die Grundlage der wirtschaftlichen Globalisierung...“ bildet.¹⁰⁴ Einher mit den ökonomischen Entwicklungen geht eine kulturelle Globalisierung, die sich aufgrund widersprüchlicher Formen, Reichweiten und Ausdrucksweisen wie ihrer Komplexität einer eindeutigen Kennzeichnung entzieht.¹⁰⁵ Bernd Wagner plädiert in der Auseinandersetzung mit kultureller Globalisierung für einen möglichst weit gefassten Begriff von Kultur, der Alltagsleben, Unterhaltung, Massenmedien, Konsum usw. ebenso einbezieht wie Werte und Normen, Bräuche und Rituale, die schönen Künste und das hohe Geistige.¹⁰⁶ Kulturelle Globalisierung kann ganz allgemein als die Verbreitung westlicher Werte und ihre Aufnahme in Verfassungen und gelebte Praxis auf der einen Seite verstanden werden und auf der anderen Seite als Öffnung des Westens gegenüber nicht westlichen Kulturen und asiatischen Religionen.¹⁰⁷ Westliche Werte und Kultur breiten sich aus, weil sie entweder von anderen Ländern als Erfolgsrezepte verstanden und kopiert oder über Missionare verbreitet wurden.

¹⁰³ Marx 1848, 66

¹⁰⁴ Osterhammel 2007, 23

¹⁰⁵ Wagner 2002, 10

¹⁰⁶ Wagner 2004, 189-190

¹⁰⁷ Preyer 2007, 1

Kein Gegensatz sind dabei Globalität und Lokalität, die sich vielmehr gegenseitig bedingen, denn Globalität „... benötigt ... einen konkreten Ort der Produktion, der Konsumtion und des Austausches“. Ronald Robertson hat dafür den Begriff „Glokalisierung“ geprägt.¹⁰⁸ Der Begriff beschreibt „... mehr als die Betonung des Lokalen und Einheimischen gegenüber dem Anderen, Fremden und zielt auf die Verankerung des Globalen im Lokalen wie des Lokalen im Globalen.“¹⁰⁹

Die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts führt mit den beiden Weltkriegen zur Unterbrechung von Handelsströmen sowie zur Reduzierung von Migration und so zu einer deutlichen Verlangsamung der internationalen Verflechtungen. Nach dem Zweiten Weltkrieg beschleunigte sich die wissenschaftlich-technische Entwicklung auf vielen Gebieten wiederum rasant. In den 1960er Jahren etablierte sich die interkontinentale Luftfahrt und es kam zum Durchbruch einer weiteren wichtigen Globalisierungstechnologie. Fortan war der Transport von Menschen und Waren in nahezu alle Winkel der Erde keine Frage von Tagen oder Wochen sondern nur noch von Stunden. Hinzu kommt, dass die Kosten für Transport von Mensch und Waren seit den 1930er Jahren und die Kosten für Informationsübermittlung seit den 1950er Jahren drastisch gesunken sind. Folglich konnte der grenzüberschreitende Handel deutlich ausgeweitet werden. Zumindest in den westlichen Industriestaaten kann fast jedermann global agieren, sei es am Computer via Internet oder durch reale Reisetätigkeit.¹¹⁰ Sichtbares Zeichen dieser Entwicklung ist die Ausbreitung des Massentourismus in den letzten 60 Jahren. Während 1950 lediglich 25 Mio. Touristen unterwegs waren belief sich die Zahl im Jahr 2008 auf rund 922 Mio.¹¹¹

Internet, digitale Medien und Social Networks

Ein wichtiges globalisierungsrelevantes Innovationsfeld stellen Internet, digitale Medien und Social Networks dar. Zum Ende des 20. Jahrhunderts haben sich Informations- und Kommunikationstechnologien extrem schnell entwickelt und deren weltweite Nutzung hat explosionsartig zugenommen. Während 1988 erst acht Staaten per Internet verbunden waren, sind es zur Jahrtausendwende bereits alle Staaten der Erde. Die Ausstattung mit Computern und Mobiltelefonen sowie Festnetz- und Internetverbindungen ist jedoch nach wie vor sehr

¹⁰⁸ Wagner 2004, 179

¹⁰⁹ Wagner 2002, 17

¹¹⁰ Vgl. Information zur Globalisierung der Bundeszentrale für politische Bildung: <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/52499/transport-und-kommunikation> (7.5.2013)

¹¹¹ Vgl. Information zur Globalisierung der Bundeszentrale für politische Bildung: <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/52511/tourismus> (7.5.2013)

ungleichmäßig wobei die Einwohner entwickelter Industriestaaten deutlich besser ausgestattet sind.¹¹² Allein in Deutschland hat sich in den letzten 12 Jahren die Zahl der Internetnutzer verdreifacht. Maßgeblich befördert haben diesen Trend seit drei bis vier Jahren die sprunghaft steigende Verbreitung mobiler internetfähiger Endgeräte wie Tablets und Smartphones.¹¹³ Die elektronische Vernetzung im World Wide Web bietet die Möglichkeit, mit Menschen aus aller Welt kommunizieren zu können ohne dabei seinen Standort verändern zu müssen. Der daraus resultierende Effekt verkleinert die Welt dramatisch zum globalen Dorf (*Global Village*). Dieser Trend kann kaum überschätzt werden und ihm kommt „... auch bei der gegenwärtigen kulturellen Globalisierung die entscheidende Bedeutung zu.“¹¹⁴

Mit der Bezeichnung *digitale Medien* (auch *elektronische* oder *neue Medien*) sind hier ganz allgemein Verfahren auf Basis neuer Kommunikationstechnologien gemeint, mit deren Hilfe Informationen erfasst, bearbeitet, gespeichert und übermittelt werden können. Dazu zählen in erster Linie das Internet und Anwendungen wie E-Books, digitales Radio und Fernsehen, Mobiltelefone sowie alle Arten von Computeranwendungen. Der Begriff *Social Media* bzw. *Social Networks* lässt sich am besten mit einer Funktionsbeschreibung und in Abgrenzung zu anderen Medien sprachlich fassen. Die Definition des Bundesverbands der Digitalen Wirtschaft soll hier herangezogen werden:

„Social Media ist eine Vielfalt digitaler Medien und Technologien, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten. Die Interaktion umfasst den gegenseitigen Austausch von Informationen, Meinungen, Eindrücken und Erfahrung sowie das Mitwirken an der Erstellung von Inhalten. Die Nutzer nehmen durch Kommentare, Bewertungen und Empfehlungen aktiv auf die Inhalte Bezug und bauen auf diese Weise eine soziale Beziehung untereinander auf. Die Grenze zwischen Produzent und Konsument verschwimmt. Diese Faktoren unterscheiden Social Media von den traditionellen Massenmedien. Als Kommunikationsmittel setzt Social Media einzeln oder in Kombination auf Text, Bild, Audio oder Video und kann plattformunabhängig stattfinden“¹¹⁵

Vielfältige Interaktion zwischen Individuen und Informationsaustausch auf Basis verschiedener Technologien mit dem Ziel, eine soziale Beziehung aufzubauen zählen demnach zu den wesentlichen Charakteristika dieser partizipativen Medien. Die synonym

¹¹² Vgl. Information zur Globalisierung der Bundeszentrale für politische Bildung: <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/52518/information-und-kommunikation> (7.5.2013)

¹¹³ Ausführlich dazu ARD-ZDF-Onlinestudie: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=388> (4.3.2013)

¹¹⁴ Wagner 2002, 14

¹¹⁵ Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.: <http://www.bvdw.org/fachgruppen/social-media.html> (11.5.2013)

gebräuchliche Bezeichnung Web 2.0 hat sich hingegen bis heute im Sprachgebrauch nicht durchgesetzt. Zu den Internet-Plattformen neuen Typs zählen Interaktionsmöglichkeit über Facebook, Twitter, You Tube, Flickr und auch Wikipedia sowie diverse Blogs und Apps, die je unterschiedliche Aktivitäten ermöglichen.¹¹⁶

Das Leben in den westlichen Industrieländern wird ganz allgemein zunehmend durch Medien geprägt und von deren Nutzung durchdrungen. Dazu zählen abgesehen von Printprodukten nahezu aus aller Welt zu empfangende Rundfunk- und Fernsehprogramme, eine überall und zu jeder Zeit präsente Werbung mit ihrer ganz eigenen Ästhetik und suggestiven Kraft wie auch die unbegrenzten und Aufmerksamkeit heischenden Kommunikationsmöglichkeiten durch Internet, neue Medien und Social Networks. Damit sind Informationen in nahezu Echtzeit, territorial und zeitlich unabhängig verfügbar. Unbestrittene Folgen sind, dass Medieneinsatz und Mediennutzung zu extremer Beschleunigung in allen Lebensbereichen und gleichzeitig zum Abflachen der Inhalte führen. Zeichen dieser kulturellen Veränderungen sind beispielsweise die zunehmende Wahrnehmung von Kurzreisen, eine Ausprägung von Eventkultur mit schneller Unterhaltung und ein Anstieg von Fastfood Konsum nicht nur bei der Nahrungsaufnahme. Menschen in hochzivilisierten Industriestaaten sind nahezu immer online, um permanent mit anderen Menschen zu kommunizieren. Dadurch nimmt die Aufmerksamkeit für ihre analoge Gegenwart spürbar ab, die Sprache wird flacher, Selbstdarstellung und Selbstreflexion verdrängen Nachrichten und Meinungen im Netz.¹¹⁷

Das Internet mit seiner transkulturellen Qualität fördert die Tendenz einer neuen globalen Zivilgesellschaft, „... in der die Bürger zunehmend ihr Schicksal selbst in die Hand nehmen. ... Mit dem verstärkten Engagement im Internet wirkt sich die dialogische Logik der digitalen Netze aus, die Nutzungsbedingungen machen aus dem passiven Zuschauer einen aktiven Zu'clicker', der unabhängig von den raumzeitlichen Vorgaben des Senders individuell mit den im Netz vorgehaltenen Nachrichten umzugehen vermag, selektiv auswählen, in Datenbanken nachsuchen und interessierende Passagen herunterladen kann.“¹¹⁸ Teilhabe, Mitwirkung und Mitbestimmung erfüllen nicht nur den Alltag, sie halten als Ideale der Partizipation Einzug ins politische Geschäft. In Deutschland versucht beispielsweise die Partei der Piraten seit geraumer Zeit, mit kompletter Transparenz und ausgeprägter

¹¹⁶ Nutzerverhalten und Entwicklung beispielhaft in Deutschland siehe ARD-ZDF-Onlinestudie: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=388> (4.3.2013)

¹¹⁷ Graff 2012, 2

¹¹⁸ Kleinsteuber 2004, 81

Basisdemokratie eine neue Beteiligungs- und Konsenskultur über Internet und soziale Netzwerke in die Politik zu tragen und stößt dabei auch an Grenzen. Hiervon fühlen sich besonders junge Leute angesprochen, die die Möglichkeiten des Internets mit seinen Informations- und Diskussionsplattformen beherrschen. Zugleich bleibt die Qualität der Kommunikation und Debattenkultur nicht unberührt. So geht es mitunter weniger um den Austausch wohldurchdachter Argumente sondern um Performanz, bei der „...der Sinn des Redens das Reden selbst ist. Und das gilt nicht nur für die Unterhaltungsformate Talks, Soaps, Shows – auf jeglichem sprachlichen und sachlichen Niveau, in pandemischer Breite und seichter Tiefe“. ¹¹⁹ Der formende Einfluss der neuen Medien auf die Gesellschaft ist daher nicht zu überschätzen und es kann nicht verwundern, dass die Authentizität von Rednern zum bestimmenden Faktor in der Mediengesellschaft wird, in Interviews, bei Statements usw. Es geht um Unterscheidbarkeit der Sprecher, der Inhalt des Gesagten wird zur Nebensache. ¹²⁰

Rückblickend zeigt sich, dass die Globalisierung keineswegs eine lineare Entwicklung darstellt sondern „... sich auf unterschiedlichen Feldern der Wirklichkeit mit einer jeweils ein wenig anderen Logik und auch einem anderen Tempo entwickelt; Globalisierung des Reisens und der Migration, des Handels und des Finanzverkehrs, der Weltpolitik, der Normen und Werte. All dies ist nicht eisern miteinander verklammert“. ¹²¹ Das Leben heute, zumindest in entwickelten und aufstrebenden Industriestaaten, ist gekennzeichnet durch Pluralität der Weltanschauungen, Lebensformen und Haltungen, es ist geprägt von weltumspannenden Informationstechnologien, die nahezu jederzeit und an jedem Ort jede Information und Meinung verfügbar machen. Auf der anderen Seite finden sich Orientierungslosigkeit und Identitätsprobleme, Individualisierung und extreme Vereinzelung sowie eine wachsende Skepsis gegenüber politischen Systemen und Angst vor Überfremdung, um nur einige Aspekte zu nennen. Zudem zählen Herausforderungen wie beispielsweise Nachhaltigkeit der Energiegewinnung, Beherrschung der Atomkraft, Risiken weltweit agierender Wirtschafts- und Finanzmärkte, ethisch vertretbare Nutzung des medizinischen Fortschritts, Zunahme kriegerischer Auseinandersetzungen, Gefahren der Medienvielfalt mit superschnellen Informationsflüssen und die Folgen des demografischen Wandels zu den problemträchtigen Begleiterscheinung globaler Entwicklungen, die auf Lösungen warten. Aus soziologischer Perspektive resümiert Armin Nassehi, dass die Erfahrung der Globalisierung uns nötigt, „... die gewohnten nationalstaatlichen Erfahrungs- und Erklärungsräume zu verlassen –

¹¹⁹ Nassehi 2010, 209

¹²⁰ Nassehi 2010, 211

¹²¹ Osterhammel 2007, 25

ökonomisch, politisch, religiös und kulturell. Auch das ist ... Anlass für Unbehagen, weil gewonnene Kategorien auf einmal nicht mehr gelten. Märkte werden größer, politische Einflussräume kleiner, religiöse Erfahrungen weit weniger exklusiv als vorher und kulturelle Selbstverständlichkeiten durcheinandergewirbelt¹²². Angesichts dieser Probleme steigt seit Ende der 1990er Jahre die Zahl von Globalisierungskritikern weiter an, deren wichtigster Akteur das sogenannte Netzwerk Attac¹²³ ist.

Museen stehen nicht abseits des Globalisierungsprozesses sondern sind vielmehr an diesem aktiv beteiligt. Nach Auffassung von Martin Prösler tragen sie in ihrer Präsentation „... implizite Konzeptionen von Individualität und Menschheit, von Nationalgesellschaft und internationalem Staatensystem – und sind schon allein dadurch mit zentralen Fragen der Ordnung der Welt im politischen wie kulturellen Sinne verbunden.“¹²⁴ Mit Blick auf die Geschichte und konkreten Ausprägungen der Globalisierung werden Dimension und Dynamik der gesellschaftlichen Veränderungen und von Rahmenbedingungen deutlich. Daher stehen auch Museen heute unter einem enormen Transformationsdruck, dem sie sich auf Dauer nicht entziehen können. Zwar sind Museen heute eine etablierte Größe in den Kulturlandschaften weltweit. Sie haben wichtige Funktionen in der Gesellschaft als Identität stiftende Institution, als kultureller Bildungsträger wie auch als Vergnügen versprechende Freizeiteinrichtung. Und Museen feiern Erfolge mit publikumswirksamen Ausstellungen und spektakulären Bauten mit Millionenbudgets, die in der Presse gefeiert werden. Dennoch stehen diese glanzvollen Nachrichten in auffälligem Kontrast zur innermusealen Befindlichkeit, wie der Journalist Bernhard Schulz anmerkt und spricht in diesem Zusammenhang von „... einer zunehmenden Infragestellung der institutionellen ‚Identität‘“.¹²⁵ Später formuliert die Historikerin Bettina Habsburg-Lothringen ähnlich, „...dass sich die Institution Museum in einer Phase der Unsicherheit befindet, was die institutionelle Identität, die gesellschaftliche Funktion und das Selbstverständnis der Verantwortlichen angeht“.¹²⁶ Daher soll im nächsten Kapitel ein möglicher Weg aus der Verunsicherung, den Museen heute beschreiten, beleuchtet werden.

¹²² Nassehi 2010, 191

¹²³ Attac: Association pour une Taxation des Transactions financières pour l'Aide aux Citoyens = Vereinigung zur Besteuerung von Finanztransaktionen im Interesse der BürgerInnen. Die in Frankreich gegründete Nichtregierungsorganisation agiert weltweit und hat besonders unter Jugendlichen großen Zulauf. Mit dem Slogan "Globalisierung geht ganz anders – Menschen und Natur vor Profit!" ruft Attac dazu auf, sich aktiv für die Verbesserung der Lebensverhältnisse und eine ökologische, solidarische und friedliche Weltwirtschaftsordnung einzusetzen. Vgl. Homepage von Attac Deutschen: <http://www.attac.de/was-ist-attac/> (26.7.2013)

¹²⁴ Prösler 2000, 341-342

¹²⁵ Schulz 2001, 146

¹²⁶ Habsburg-Lothringen 2012, 12

4. Museum im Internetzeitalter

Das seit Mitte der 1990er Jahre global zur Verfügung stehende Internet entwickelt sich seither explosionsartig zu einem weltumspannenden Informations- und Kommunikationsmedium. Es prägt nicht nur die Lebenswirklichkeit der Nutzer und Gesellschaften gravierend, wie im Kapitel zur Globalisierung umrissen wurde, es verändert auch die Museumsarbeit nachhaltig. Weltweit greifen Museen sehr unterschiedlich auf Internet und digitale Medien zurück. Es lässt sich konstatieren, dass europäische, insbesondere auch deutsche Museen im Hinblick auf die Ausstattung eigener Websites mit Social-Media-Instrumenten hinter den Aktivitäten in Großbritannien und Amerika deutlich zurückbleiben.¹²⁷ Nichtsdestotrotz gestaltete das Reiff Museum in Aachen als Pionier bereits 1994 einen Webauftritt, das wesentlich bekanntere Deutsche Historische Museum in Berlin folgte sehr schnell ein Jahr später.¹²⁸ Im weiteren Verlauf nahm der Prozess eine ungeheure Dynamik an und es kann vermutet werden, dass es kaum mehr ein Museum geben wird, das nicht mindestens über einen Internetauftritt verfügt, um Basisinformationen zur Sammlung und Serviceleistungen zur Verfügung zu stellen und dies gilt auch für kleinere Regional- und Heimatmuseen.

Elektronische Informations- und Kommunikationsmedien sind zu unverzichtbaren Arbeitsinstrumenten von Museumsmitarbeitern geworden. Fachliche Kontakte können unkompliziert weltweit per Email gepflegt werden und die Realisierung von Ausstellungen ohne digitale Medien, sowohl in der Konzeption als auch bei Inszenierung und Umsetzung, ist heute nicht mehr denkbar. Die digitale Erfassung der Sammlungsbestände und die Erstellung von Datenbanken mit allen Informationen zur Objekterschließung erleichtert die Arbeit erheblich. Ganze Sammlungen werden mit unterschiedlichen Zielrichtungen und Absichten digitalisiert und als Datensätze im Internet zur Verfügung gestellt. Diese Arbeitsweise verbessert den Austausch mit anderen Museen beispielsweise beim Abgleich von Sammlungsstrategien. Insgesamt werden viele Arbeitsvorgänge der Verwaltung und der fachlichen Kommunikation deutlich vereinfacht.¹²⁹ Eine zunehmend wichtige Rolle spielen digitale Medien als Vermittlungs- und Gestaltungsinstrumente für Öffentlichkeitsarbeit und Service (z.B. Homepage, virtuelle Rundgänge), Marketing (z.B. Onlineshop, Events, Vermietungen), Besucherforschung (Statistik, Nutzungsfrequenzen, Befragungen) und nicht zuletzt in der Vermittlung (z.B. als didaktisches Mittel in Ausstellungen). Hintergrund ist die

¹²⁷ Vogelsang 2012, 33-34

¹²⁸ Blank 2001, 128

¹²⁹ Vgl. Blank 2001, 132

Einsicht, auch mit Blick auf schwindende Finanzmittel, sich mehr auf die Bedürfnisse der Besucher einzustellen und sich gleichzeitig deren Lebenswirklichkeit zu öffnen bzw. ein Abkoppeln der Institution von dieser entgegen zu wirken. Auf den Aspekt der verstärkten Besucherorientierung, insbesondere in Ausstellungen, soll daher im Folgenden näher eingegangen werden.

Besucherorientierung und kultureller Bildungsauftrag

Spätestens im 19. Jahrhundert begreifen sich Museen als Bildungsstätten, die bestimmte Inhalte absichtsvoll an ein Publikum vermitteln wollen. Ein bedeutender Vertreter dieser Auffassung war Alfred Lichtwark, seit 1886 Direktor der Hamburger Kunsthalle. Er gilt als Museumsreformer, teilte die Bestände in Schau- und Studiensammlung, ordnete die Ausstellung neu und bot spezielle Führungen für Arbeiter an. Das Museum war für ihn der Ort für Wahrnehmungsschulung an Hand authentischer Objekte und nahm eine aktive Rolle in der Volksbildung und Kunstpädagogik ein. Im Vordergrund stand die Geschmacksbildung mit dem Ziel der Fähigkeit zur Einschätzung von Qualität.¹³⁰ Die museale Bildungsarbeit ist nach dem Zweiten Weltkrieg und besonders im Zuge des Museumsbooms der 1980er Jahre immer weiter in den Fokus gerückt. Doch bereits in den 1970er Jahren wurde die Diskussion zum Thema Bildung und Didaktik in Fachkreisen bei zahlreichen Tagungen entfacht. Hintergrund war die Vorstellung, Museen nunmehr als Lernorte zu begreifen und ihren Status als Musentempel in den Hintergrund zu drängen. Annette Noschka-Ross sieht in dieser Hinwendung zur Besucherorientierung einen sich abzeichnender Paradigmenwechsel in der Museumsarbeit, der sich auch auf internationaler Ebene greifen lässt.¹³¹ Dies belegt die aktuelle Ausgabe der Ethischen Richtlinien für Museen von ICOM aus dem Jahr 2004, in deren Grundsatz des 4. Artikels zudem die Beziehung der Institution zur Gesellschaft angesprochen wird:

„Museen haben die wichtige Aufgabe, ihre bildungspolitische Funktion weiterzuentwickeln und ein immer breiteres Publikum aus der Gesellschaft, der örtlichen Gemeinschaft oder der Zielgruppe, für die sie eingerichtet sind, anzuziehen. Die Wechselbeziehung des Museums mit der Gesellschaft und die Förderung ihres Erbes sind unmittelbare Bestandteile des Bildungsauftrages eines Museums.“¹³²

Eine Anfrage der Fraktion der GRÜNEN an die deutsche Bundesregierung zum „Bildungsauftrag von Museen“ erbrachte bereits 1988 auch auf politischer Ebene ein

¹³⁰ Bäumler 2004, 18-19

¹³¹ Noschka-Ross 2012, 164-165

¹³² http://www.icom-deutschland.de/client/media/359/icom_ethische_richtlinien_d_2010.pdf (24.6.2013)

deutliches Votum für die Notwendigkeit musealer Bildungsarbeit. Defiziten in diesem Bereich sollte mit der Förderung entsprechender Forschungs- und Entwicklungsvorhaben begegnet werden. Dabei wurde der Besucherforschung zur Ermittlung der Motivation, von Erwartungen und der tatsächlichen Bildungsinteressen wie der Entwicklung pädagogischer Schulungsmaterialien besondere Bedeutung beigemessen. „Die Bundesregierung ist grundsätzlich der Auffassung, daß dem Bildungsauftrag der Museen und damit vor allem der Museumspädagogik ... ein großer Stellenwert neben den Aufgaben Sammeln, Bewahren und Forschen zukommt.“¹³³ Für Helmut Börsch-Supan liegt die Bildungsarbeit in gemeinsamer Verantwortung von Fachwissenschaftlern und Museumspädagogen. Beide haben die Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, die Museumsinhalte dem Besucher nahe zu bringen und dabei insbesondere die Hauptzielgruppe – Jugendliche – im Blick zu behalten.¹³⁴ Eine explizit bildungspolitische Aufgabe der Institution sieht er zudem hinsichtlich der ästhetischen Erziehung der Bürger: „Im Organismus einer Stadt oder eines Landes müßte das Museum als ein Organ begriffen werden, das eine für das geistige Leben unentbehrliche Aufgabe wahrnimmt, nämlich im Verein mit den lebenden Künstlern für die Ausbildung der optischen Kultur zu sorgen. Das bedeutet, Maßstäbe zu setzen und sich Defizite einzugestehen. Ein so arbeitendes Museum würde ... zum Beispiel dazu beitragen, daß eine gute Architektur entsteht. Bürger, die sehen gelernt haben, würden sich Bausünden nicht mehr gefallen lassen und auch nicht mehr manche Unsäglichkeiten des modernen Designs.“¹³⁵

Bildungsarbeit in Museen war einer steten Entwicklung ausgesetzt. Zunächst wurden Objekte und interpretierende Inhalte mit didaktischen Hilfsmitteln aufbereitet, beispielsweise durch Raumtexte und Beschriftungen. Museumsmitarbeiter laden zu verschiedenartigen Führungen ein oder halten Vorträge zu speziellen Themen. Die Angebote verstanden sich mehr oder weniger in Ergänzung zum Schulunterricht mit der eindeutigen Zielgruppe: Kinder und Jugendliche.¹³⁶ Der Museumsgast nimmt in der Regel die Rolle des sprachlosen Zuhörers ein, nur ausnahmsweise wird er seine Meinung im Besucherbuch einer Ausstellung kundtun oder aktiv versuchen, in Dialog mit dem Museum zu treten. Folgerichtig und nicht zuletzt vor dem Hintergrund zunehmender ökonomischer Zwänge rücken in einem nächsten Schritt die „... Austauschbeziehungen zwischen den Museen und den Besuchern...“ stärker ins Blickfeld und

¹³³ Anfrage der GRÜNEN und Antwort der Bundesregierung (Drucksache 1/2356 vom 24. 05. 88) unter: http://www.edumagazin.de/51100/Der_Bundesregierung_sind_die_Ergebnisse_des_vom_Bundesminister_fuer_Bildung_und_Wissenschaft_vergebenen_Forschungsvorhabens_Der_Bildungsauftrag_von_Museen.html (31.3.2013)

¹³⁴ Börsch-Supan 1993, 21

¹³⁵ Börsch-Supan 1993, 97

¹³⁶ Noschka-Roos 2012, 165

führen so zu einer Hinwendung zu Erlebnisorientierung und Interaktion.¹³⁷ In diesem Zusammenhang kommt Christine Bäumler in ihrer Dissertation zu dem Schluss, dass eine Verschiebung von ehemals objekt- hin zu besucherzentrierten Ausstellungskonzepten zu verzeichnen ist und sich die Akteure ausdrücklich bemühen, „... die Auswahl der Objekte sorgsam auf die (vermuteten) Wünschen der Besucher abzustimmen und die Gegenstände so zu präsentieren, dass sie das Interesse der Betrachter wecken“.¹³⁸ Von Museen wird nun erwartet, sich stärker an den Erwartungen ihres Publikums auszurichten, nicht auf das eigene Fachgebiet fokussiert zu bleiben und vor allem Barrieren vor Museumsbesuchen zu senken. Die Rolle der Museen in der Gesellschaft und ihr Nutzen für die Gesellschaft werden hinterfragt mit dem Ziel, deren Relevanz zu verdeutlichen und die ihnen zugeschriebene Bildungsaufgabe und soziale Verantwortung besser wahrzunehmen.

Medieneinsatz in Ausstellungen – Hinführung zur Partizipation

Wie funktioniert eine Ausstellung? Vereinfacht ausgedrückt identifizieren Wissenschaftler eines Museums ein Thema, konzipieren je nach Vermögen und zeitlichen wie finanziellen Ressourcen eine Präsentation einschließlich Katalog, an deren Realisierung verschiedene Berufsgruppen wie Architekten, Gestalter, Registrare, Restauratoren, Marketingspezialisten u.a. mitwirken. Die Eröffnung wird zum Event und die Vermittlung unterstützt durch ein nicht selten phantasievolles Begleitprogramm. Den Besuchern wird ein Angebot gemacht und sie können dessen thematische Ausrichtung sowie dessen Aufbereitung in der Regel nicht beeinflussen. Einträge ins Besucherbuch und Leserbriefe in Regionalzeitungen bieten lediglich die Möglichkeit der nachträglichen Meinungsäußerung, meist ohne Reaktion.

Mit dem Ziel, die Ausstellung interessant zu machen und das Publikum besser zu erreichen werden für Präsentation und Vermittlung zunehmend verschiedenartige Medien in das Ausstellungskonzept, sowohl bei Dauer- wie bei Sonderpräsentationen, eingebunden. Bei aller Unschärfe des Begriffs *Medien* (allg.: Mittler in der Kommunikation mehrerer Partner) sind die Funktionen von Medien im musealen Kontext, „... die Unterstützung einer inhaltlich bestimmten, objektbezogenen Vermittlung, die Bereicherung der inszenatorisch-ästhetischen Ebene einer Ausstellung, das Einbinden der Besucherorientierung durch den Einsatz unterhaltungsorientierter Medien und die Kommunikation symbolischer Modernität“.¹³⁹ Vor gut zwei Jahrzehnten brach nun gewissermaßen ein neues Medienzeitalter auch in deutschen

¹³⁷ Noschka-Roos 2012, 166

¹³⁸ Bäumler 2004, 153

¹³⁹ Bäumler 2004, 143-144

Museen an als neben den schon lange üblichen Ausstellungstexten mit Schrift, Bild und Graphik nun vermehrt Hörstationen für Wort- und Musikbeiträge, (Groß)Bildschirmen und Leinwänden für Filmeinspielungen und schließlich soziale Medien mit Touchscreens und PCs Einzug halten. Mit ihnen können nicht nur Informationen abgerufen werden, sie dienen der Interaktion und öffnen damit den Weg hin zur Partizipation. Vorläufer dieser neuen elektronischen Möglichkeiten waren Darstellungen und Modelle, bei denen Besucher per Knopfdruck mit Lichtsignalen gezielt, von ihnen ausgewählte Informationen erlebbar machen konnten. Insbesondere in Bezug zu den digitalen Medien lässt sich nunmehr der Unterhaltungsaspekt nicht von der Intention der Vermittlung trennen, beide Aspekte „... greifen vielmehr ineinander, da mit diesen Medien in der Regel Inhalte in einer auf aktuelle Sehgewohnheiten abgestimmten und oftmals unterhaltsam gerahmten Form transportiert werden“.¹⁴⁰ Obgleich dieser Effekt durchaus wünschenswert ist gab es schon sehr früh erste kritische Stimmen zum Medieneinsatz wie die von Hans-Joachim Klein:

„Medien absorbieren in Ausstellungen Zeit von Besuchern, und zwar Zeit, die möglicherweise für die Rezeption von Originalen und anderen wichtigen Informationen verloren geht. Es ist also in der Regel auch nicht so, daß die mit den Medien verbrachte Zeit sich als Verlängerung der geplanten oder zustande kommenden Gesamtaufenthaltszeit auswirkt. Vielmehr können diese Installationen eine Eigendynamik entwickeln.“¹⁴¹

Auch Hans Belting sieht hinsichtlich neuer Medientechnologien in Museen ganz klar Probleme. Diese könnten zwar als nützliche Arbeitsinstrumente dienlich sein, dürften seiner Meinung nach aber nicht zum bestimmenden Element werden, um dem Museum seine Identität nicht zu rauben.¹⁴² Allerdings werden von Museumsmachern auch Chancen gesehen. Neue Medien und Filme können der Profilierung traditionsreicher Museen dienen, denn das „Haus muß ein eigenes Gesicht bekommen ...“¹⁴³. So das Argument von Chris Dercon zum Medieneinsatz anlässlich seines Amtsantritts als Direktor des Hauses der Kunst 2003 in München. Zudem besteht in Museumskreisen die ausgesprochene Hoffnung, dass digitale Medien Sehgewohnheiten und Vorlieben eines jungen Publikums treffen und daher der Museumsbesuch für diese Zielgruppe wieder interessant wird.¹⁴⁴ Inzwischen ist eine gewisse Ernüchterung hinsichtlich des Einsatzes elektronischer Medien zu verzeichnen, wie Christine Bäumler in ihrer Untersuchung ganz klar feststellt. Experten verschiedener Museen

¹⁴⁰ Bäumler 2004, 128-129

¹⁴¹ Klein 1995, 116; zit. nach: Rodekamp 2012, 5

¹⁴² Belting 2001, 35

¹⁴³ Gliewe 2002, 19

¹⁴⁴ Bäumler 2004, 144

konstatieren in Befragungen, dass die Neuartigkeit dieses Vermittlungsinstruments verfliegen und die anfängliche Begeisterung einer Ernüchterung gewichen ist. Ein übermäßiger Medieneinsatz könne zu enormen Kostensteigerungen führen und „... die Institution Museum in Disharmonie zu ihrem Selbstbild bringen ...“. Es erscheint nunmehr geboten, einen unreflektierten Einsatz zu vermeiden und verstärkt nach dem Nutzen dieser Instrumente zu fragen.¹⁴⁵ Dieser kann sehr deutlich werden wenn Medien wie Filme den verständigen Zugang zu einem Exponat sichern, wie etwa bei einer Spieldose, die erst in Funktion gezeigt ihre Wirkung entfalten kann. Oder wenn sich ein Ausstellungsthema erst mit der Darstellung langwieriger Prozesse veranschaulichen lässt und diese in einen zeitlich überschaubaren Rundgang eingebunden werden sollen. Ein weiterer Vorteil bewegter Bilder ist die damit zu erzielende Anschaulichkeit praktischer Tätigkeiten und deren Realitätsnähe, die eine statische Didaktik mit Texten und Bildern nie erreichen würde.¹⁴⁶

Das Haus der Geschichte in Bonn setzt in seiner neu gestalteten Dauerausstellung ganz gezielt moderne Medien auf drei Vermittlungsebenen ein und nähert sich damit bereits Ideen zur Partizipation, auf die später näher eingegangen wird. Im Verbund mit Objekten und Originaldokumenten werden zur Erklärung auf einer ersten Ebene permanent verfügbare, audiovisuelle Informationen angeboten. Die zweite und dritte Ebene gewährt je nach Interesse den selektiven Zugriff auf vertiefende Informationen mit ansteigender Komplexität. Letztere Ebene ermöglicht sogar in Interaktion mit anderen Museumsbesuchern in Teilbereichen die Modifizierung der Ausstellung und einen individuellen Zuschnitt des Angebots. Das Museum nimmt zudem Rücksicht auf die von Fernsehen und Internet beeinflussten Sehgewohnheiten seiner Besucher und verkürzt die einzelnen thematischen Präsentationen deutlich.¹⁴⁷

Kontinuierliche Besucherbefragungen belegen, dass die Handhabung des Medienangebots als unkompliziert wahrgenommen und intensiv genutzt wird. Zudem fanden die Museumsmacher ihr Konzept sehr gut angenommen, wonach Besucher je nach individuellen Interessen Informationen und Angebote auswählen können. Auf Grund der positiven Erfahrungen wurde das interaktive Angebot (Spiele, Quiz, Multiple-Choice, Verbindung zu Online-Datendiensten) erweitert insbesondere auch mit dem Ziel, jugendliche Nutzer anzusprechen.

¹⁴⁵ Bäumler 2004, 134-139 (Zitat: 137)

¹⁴⁶ Beispiel Ausstellung *Kaiserräume – Kaiserträume* 2007 in der Neuen Residenz Bamberg: Gegenstand der Schau war das restauratorische Vorgehen bei der Erhaltung von Raumensembles in einem bedeutenden Baudenkmal und zwar mit dem Anspruch, „work in progress“ zu zeigen. Dazu konnten Restauratoren in den Räumen an Gemälden, Textilien und Wandmalereien unmittelbar bei Ihrer Arbeit beobachtet werden. Da diese jedoch im Verhältnis zu einem Ausstellungsbesuch zu langsam abläuft wurden teils monatelang dauernde Restaurierungen in einer Art Zeitraffer in 4minütigen Kurzfilmen dargestellt und in die Ausstellungsdidaktik integriert. Ausführliche Informationen zum Ausstellungsprojekt in: Erichsen et al. 2007

¹⁴⁷ Thiesen 2012, 8-10

Ein großer Vorteil des Medieneinsatzes ist die Möglichkeit eines persönlichen und auch emotionalen Zugangs zur dargestellten Geschichte mit Hilfe von Zeitzeugenstatements, die an zahlreichen Medienstationen in Form von Interviews abrufbar sind, wie es Objekte oder Dokumente allein nicht ermöglicht hätten.¹⁴⁸

Ein anderes Beispiel ist das 2010 neu eröffnete Rautenstrauch-Joest-Völkerkundemuseum in Köln, das 2012 den Museumspreis des Europarats für sein innovatives Ausstellungskonzept erhielt.¹⁴⁹ Auch hier galt es, die Sammlungsbestände des Museum wirkungsvoll und entsprechend des Ausstellungskonzeptes „Vergleich der Kulturen“ in Szene zu setzen. Neben der klassischen Ausstellungsdidaktik mit Texttafeln und Exponatbeschriftungen kamen moderne Medien in vielfältiger Form zum Einsatz: Leinwände und Monitore mit Filmsequenzen und Videos, Touchscreens, elektronische Bücher zum Umblättern, semitransparente Spiegelprojektionen, Displays mit Animationen und Hörstationen. Großer Wert wird auf die Veranschaulichung von Globalisierungsphänomenen gelegt. So wird weltweite Vernetzung in einer aufwändigen Medieninstallation verdeutlicht, bei der Projektionen mit verschiedenen Aspekten der Globalisierung durch den Besucher aktiviert und teils übereinander gelagert dargestellt werden können. Ziel der Ausstellungsgestaltung ist, dass die Exponate ihre Aura bestmöglich entfalten und die Medien die Erzählung ihrer Geschichte unterstützen sollen.¹⁵⁰ Ergänzt wird das Angebot durch Audio- und Videoguides durch die Ausstellung mit unterschiedlichen Schwerpunkten einschließlich eines Führers mit Gebärdensprache. Ebenfalls neu gestaltet wurde die Homepage des Museums. Als Service stehen dort u. a. alle Inhalte der Audio- und Videoguides kostenlos zum Herunterladen bereit und sie können auch per Mobiltelefon, iPhone und MP3-Player abgespielt werden. Weiter ermöglicht der Internetauftritt einen differenzierten Zugang zu den Inhalten je nach Interessenlage. Unterschieden wird zwischen „Besuchern“, „Wissenschaftlern“ und „Förderern“. Der neu installierte Panoramarundgang ermöglicht den virtuellen Besuch des Museums im Internet. Dies konnte in Kooperation mit dem Westdeutschen Rundfunk realisiert werden. Damit ist das Kölner Museum Vorreiter dieser Präsentationsart.¹⁵¹

¹⁴⁸ Thiesen 2012, 11-13

¹⁴⁹ Rodekamp 2012, 5

¹⁵⁰ Kaebelmann 2012, 14

¹⁵¹ Kaebelmann 2012, 17-18

Die Besucher des Museums reagieren sehr positiv auf das mediengestützte Angebot. Als Grund dafür werden gesellschaftliche Veränderungen genannt, die „...den Einsatz von neuen Medien im Museum erforderlich [machen]. Die Besucher des 21. Jahrhunderts sind medienaffin, möchten sich Inhalte individuell erarbeiten und unterhalten werden.“¹⁵² Von Museumsseite wird die Notwendigkeit der steten Aktualisierung des Medieneinsatzes und der Außendarstellung betont um gerade auch jüngeres Publikum nachhaltig an das Haus zu binden. Voraussetzung dafür ist die Bereitstellung ausreichender Kapazitäten und speziell geschultes Personal zur Entwicklung des Medieneinsatzes in allen öffentlichkeitswirksamen Bereichen des Museums.¹⁵³

Eine ganz andere Dimension eröffnet das virtuelle Museum im Internet. Das World Wide Web stellt einen gänzlich neuen Ort für Museen dar, „... computergestützte Animationen ermöglichen Ausstellungsbesuche im virtuellen Raum im Internet. Es gibt Museen, die gar nicht mehr real gebaut werden, sondern nur im digitalen Raum gebildet werden ...“¹⁵⁴ Das Kölner Rautenstrauch-Joest-Museum verweist mit seinem virtuellen Museumsrundgang bereits in diese Richtung. Die Kunstsammlungen Dresden richteten vier Jahre lang in der Parallelwelt von Second Life eine Dependance ein. In einem maßstabsgetreuen virtuellen Nachbau des Zwingers konnten im Internet die komplette Gemäldegalerie Alter Meister besucht und mit anderen Besuchern in Echtzeit kommuniziert werden. Das Angebot wurde 2011 wegen mangelnder Nachfrage des Publikums eingestellt.¹⁵⁵ Gleichzeitig eröffnete das Museum seine Online Collection, mit deren Hilfe im Internet wichtige Informationen zur Dresdener Sammlung abrufbar sind. Ziel ist es, alle insgesamt 1,2 Millionen Kunstwerke wissenschaftlich zu erfassen und auf diese Weise weltweit zugänglich zu machen.¹⁵⁶ Geschichte von 1900 bis heute macht im Internet das Lebendige virtuelle Museum (LeMO) erlebbar. Es wird als Gemeinschaftsprojekt des Deutsche Historischen Museums und des Hauses der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland betrieben.¹⁵⁷ Auch ein in der Realität verlorenes Museum lebt virtuell weiter. Das wegen Baufälligkeit 2003 abgerissene Schimmelmuseum Dieter Roths in Hamburg kann weiterhin im Internet mit einem Rundgang durch alle Räume besucht werden.¹⁵⁸

¹⁵² Kaebelmann 2012, 18

¹⁵³ Kaebelmann 2012, 18

¹⁵⁴ Beier-de Haan, 2001, 47

¹⁵⁵ Vgl. Blog von Christian Gries: <http://blog.iliou-melathron.de/index.php/2011/08/vom-reproduktionsmedium-zur-online-strategie-die-staatlichen-kunstsammlungen-dresden/> (31.5.2013)

¹⁵⁶ Startseite unter: <http://skd-online-collection.skd.museum/> (31.5.2013)

¹⁵⁷ Startseite des virtuellen Museums unter: <http://www.dhm.de/lemo/> (31.5.2013)

¹⁵⁸ Virtueller Rundgang unter: <http://www.dieter-roth-museum.de/schimmelmuseum/> (24.7.2013)

Der Blick über die deutschen Landesgrenzen hinaus bestätigt diesen Trend sehr deutlich. So sieht das Technische Museum Helsinki es als seine Aufgabe an, nicht nur über neueste technische Entwicklungen sowie deren Auswirkungen auf die Gesellschaft und das Leben der Menschen zu informieren. Vielmehr ist es ein Ziel der Institution, mit der Vermittlung von Wissen den neuesten technischen Stand zu repräsentieren. Zu diesem Zweck wurde eigens ein Spiel (*TekGame*¹⁵⁹) konzipiert, das mit digitaler Technik den Zugang zur Präsentation erleichtert und interessanter gestaltet. Trotz Schwierigkeiten wie etwa eine unzureichende Budgetplanung in der Entwicklungsphase kommt die Innovation gut beim Publikum an. „Das Spiel ist ein wichtiger Teil der technologischen Erlebnis- und Vermittlungsstrategie des Technischen Museums geworden. Es hat neuartige Instrumente für die Publikumsbeteiligung ins Museum gebracht und gleichzeitig die Einstellung zu den vom Museum angebotenen Dienstleistungen verändert.“¹⁶⁰

Die Volksrepublik China zählt auf Grund seines enormen Wachstums in vielen Bereichen nicht nur aus wirtschaftspolitischer Sicht zu den interessantesten Regionen dieser Erde. Auch im Museumswesen lassen sich Neuheiten beobachten, die verdeutlichen, wie sich Museen in einer besonders medienaffinen Umgebung hinsichtlich ihres Medieneinsatzes positionieren. Das sich wirtschaftlich rasant entwickelnde Land hat eine vergleichsweise kurze Museumsgeschichte. Zu wichtigen Museumsgründungen kam es erst im 20. Jahrhundert. Ausnahmen sind naturkundliche Sammlungen des 19. Jahrhundert. Das bereits 1868 gegründete Naturkundemuseum von Shanghai bildete die Keimzelle des erst 2001 eröffneten Shanghai Science & Technology Museum (SSTM).¹⁶¹ Museen werden in China in erster Linie als Lernorte verstanden und es wird viel Wert auf Wissensvermittlung gelegt. Der Einsatz von Medien richtet sich daher nach der Nützlichkeit für die Vermittlung mit den angestrebten Lernzielen und nimmt insbesondere die Bedürfnisse der anvisierten Zielgruppen in den Blick. In der ersten Phase der Planung ab den 1990er Jahren bediente sich das Museum neben klassischer Objektpräsentation mit Beschriftung in Vitrinen entsprechend des damaligen Entwicklungsstands der Technik eher eines traditionellen Medieneinsatzes. Dazu zählten Dioramen mit simulierten virtuellen Erdbeben und Vulkanausbruch, analoge Projektionen und interaktive Spiele zum besseren Lernen. Viel Wert wurde von Beginn an auf Angebote für Blinde und Sehgeschädigte gelegt, die PC's mit Sprachausgabe bedienen konnten.¹⁶²

¹⁵⁹ Ausführliche Beschreibung des Spiels und seiner Anwendung im Museum in: Juurola 2012, 19-24

¹⁶⁰ Juurola 2012, 24

¹⁶¹ Jieyan/Römer/Ge 2012, 25

¹⁶² Jieyan/Römer/Ge 2012, 27-28

In der zweiten Phase ab 2001 wurde das Repertoire erweitert und vor allem den neuen technischen Möglichkeiten angepasst. Vorbild waren die in Europa und Nordamerika entstandenen Science Center sowie Freizeitparks (z.B. Disneyland und Filmstudios). In einer Kombination aus multimedialen Dioramen mit 3-D-Modellen und Filmen sowie Licht- und Soundeffekten sollen komplexe Themen wie beispielsweise Umweltzerstörung anschaulich werden. Ergänzt wird das Angebot durch Live-Schaltungen zu realen Lebensräumen (Tier- und Pflanzenwelt), die in der musealen Präsentation im Mittelpunkt stehen. Die aktive Publikumsbeteiligung nutzt neben den herkömmlichen elektronischen Steuerungselementen biometrische Identifikationssysteme sowie Sensor-, Automations- und Simulationstechnik.¹⁶³ Das derzeit in Planung befindliche neue Naturkundemuseum Shanghai wird in der Präsentation etwa 40% Objekte der eigenen Sammlung, 40 % verschiedenartige interaktive Multimediationen und 20% multimediale Dioramen miteinander verknüpfen. Neu ist die Bereitstellung wesentlicher Inhalte im Internet.¹⁶⁴ Die Kritik an dieser Vermittlung entzündete sich zuerst an der mangelnden Grenzziehung zu eventbetonten Freizeiteinrichtungen und an den horrenden Entwicklungs- und Unterhaltskosten. Die Sorge richtete sich zudem darauf, dass die Museumsobjekte durch den überbordenden Medieneinsatz zu stark in den Hintergrund gedrängt werden. Trotz der Einwände eifern viele chinesische Institutionen aufgrund der hohen Besucherakzeptanz des SSTM diesem Museumskonzept nach.¹⁶⁵

Vergleichbare Ausstattungen zur technischen Vermittlung von Museumsinhalten finden sich in vielen Museen. Heute ist kaum noch eine Ausstellung denkbar die ohne audiovisuelle Technik und digitale Medien auskommt. Zahlreiche Berichte in der Fachliteratur zeugen davon. Die o. g. Beispiele aus Bonn (HdGB) und Köln (Rautenstrauch-Joest-Museum) wie aus dem Ausland (z.B. *TakGame*) unterstreichen die Erkenntnis von Christine Bäumler wonach vermittelnde und unterhaltende bzw. spielerische Elemente in einer Ausstellung zusammenfließen und diese Angebote offenbar von den Besuchern gut angenommen werden. Nichtsdestotrotz kommt Habsburg-Lothringen wie zuvor schon Bäumler zu dem Schluss, dass die Hoffnung, Ausstellungen durch den Medieneinsatz moderner erscheinen und sich so vor allem junges Publikum angesprochen fühlt, enttäuscht wurde. Vielmehr hat sich diese Annahme „...in Anbetracht einer Allgegenwart medialer Angebote, ihrer geringen ästhetischen Halbwertzeit und hoher Folgekosten mittlerweile wieder relativiert“.¹⁶⁶

¹⁶³ Jieyan/Römer/Ge 2012, 28-29

¹⁶⁴ Jieyan/Römer/Ge 2012, 30

¹⁶⁵ Jieyan/Römer/Ge 2012, 29-30

¹⁶⁶ Habsburg-Lothringen 2012, 12 und vgl. Bäumler 2004, 137

Das partizipative Museum

Museen bieten ihren Besuchern viel zu oft Ausstellungen mit schnelllebigem Eventprogramm, in dem sie lediglich die Rolle des passiven Konsumenten einnehmen können. Es wird viel zu wenig als ein Forum verstanden, auf dem gesellschaftlich relevante Themen diskutiert werden könnten, als ein Raum, in dem sich Personen noch real begegnen können. Für Hans Belting stellt sich daher die Frage, wie das Museum vor dem Hintergrund der in der Informationsgesellschaft schwindenden Aufmerksamkeit für dreidimensionale Objekte mit ihrer Aura und Geschichte wieder als Ort der Begegnung genutzt werden könne.¹⁶⁷ Im Mittelpunkt eines vollkommen neuen Trends kultureller Bildungsarbeit steht Partizipation, bei der unter Beteiligung des Publikums „Inhalte nicht ... vermittelt, sondern gemeinsam ermittelt“ werden.¹⁶⁸ Voraussetzung dafür sind die mit der Globalisierung einhergehenden technischen Möglichkeiten des Web 2.0., ohne die eine derartige Besuchermitwirkung nicht realisierbar wäre. Es geht nicht darum, als Besucher aus einem breiten und digitalen Angebot je nach individuellen Interessen auswählen zu können. Vielmehr gestalten interessierte Laien die Museumsarbeit aktiv mit, wählen beispielsweise aus, was in die Sammlungen aufgenommen und ausgestellt werden soll, erarbeiten mit Gleichgesinnten neue museale Inhalte und entscheiden über die Perspektive „ihres“ Museums mit. Diese Entwicklung markiert den Einstieg in eine neue Ära der Museumsarbeit „... die sich unter dem Oberbegriff *Neue Museologie* zusammenfassen lässt“.¹⁶⁹ Verknüpft mit Partizipation ist ein bedeutender zweiter Trend hin zu mehr Gegenwartsbezug, speziell in kulturhistorischen Museen, der sich mehr und mehr durchsetzt.¹⁷⁰

Die schon länger etablierte Praxis, museale Laien als Ausstellungskuratoren zu beschäftigen, stellt gewissermaßen eine Vorform derartiger Beteiligung dar. In der Vergangenheit wurden dazu mehr oder weniger bedeutende Künstler eingeladen, in Museen für zeitgenössische Kunst ausgewählten Räumen ihre ganz eigene Prägung zu verleihen. Diese Gestaltungen sind Teil von Sonderschauen oder finden langfristig ihren Platz im Museum.¹⁷¹ Ein jüngeres Beispiel ist die vom erst 10jährigen Cato J. Dibelius kuratierte Kunstaussstellung im *Grimmuseum* in Berlin-Kreuzberg, die ein breites Medienecho fand.¹⁷² Zwar folgt die

¹⁶⁷ Belting 2001, 33-34

¹⁶⁸ Noschka-Roos 2012, 167

¹⁶⁹ Meijer-van Mensch 2012, 86

¹⁷⁰ Gesser et al. 2012, 12

¹⁷¹ Ein Beispiel ist die Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, in deren Ausstellungshaus K21 regelmäßig zeitgenössische Künstler als Kuratoren tätig sind. Informationen dazu unter: <http://www.kunstsammlung.de/entdecken/ausstellungsarchiv.html> (3.5.2013)

¹⁷² Weitere Informationen zur Ausstellung vom 18.1. bis 17.2.2013: <http://www.grimmuseum.com/> (3.2.2013)

Ausstellung keinem inhaltlichen Leitfaden, wie Co-Kuratorin Amelie Wedel anmerkt, aber sie macht Spaß. „Da passiert was! Da geht was kaputt! Da entsteht was!“¹⁷³ Trotz Beteiligung von Laien handelte es sich noch nicht um die Form von Partizipation, die Nina Simon mit Vernetzung und aktiver Mitgestaltung im Blick hat, denn die Rahmenbedingungen wie Zeitdauer und Teilnehmerkreis werden relativ strikt vom ausrichtenden Museum vorgegeben.

Eine Spielart auf der Suche nach einer Neuausrichtung der Institution liefert Peter Weibel, der Direktor des Zentrums für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe. Auf die Frage, was die Aufgaben eines modernen Museums sind, antwortet er mit seinem ambitionierten Konzept: „Mein Ziel ist es, das Zentrum für Kunst und Medien in Karlsruhe zu einem museologischen Leitmodell zu machen. In Deutschland hat noch keiner begriffen, dass die Aufgabe eines modernen Museums darin besteht, Partner bei der Produktion von Kunst zu sein. Außerdem muss es Sparten übergreifend arbeiten: nicht nur Malerei und Skulptur, sondern auch Fotografie, Film, Video, Computer, Aktion, Performance, Installation, Architektur, Design. Nur so kann das Museum den künstlerischen Praktiken seiner Zeit folgen.“¹⁷⁴ Dieser Gedanke der Partnerschaft bei der Entstehung von Kunst ist jedoch nicht ganz neu. Vergleichbar sind die Aktivitäten der Kunstvereine des 19. Jahrhunderts, die insbesondere zeitgenössische Künstler förderten und ihnen den Weg in die Museen ebneten. Auch das 20. Jahrhundert kennt dazu Beispiele, wie Wolfgang Kemp mit den „shaped canvas“-Künstlern der 1960er Jahre verdeutlicht. Diese amerikanische Künstlergruppe verließ damals das rechteckige Bildformat und gestaltete ihre Bilder in mehreckigen oder runden Formen, oft mit einer großen Öffnung in der Mitte. Diese Gestaltung würde sich nicht mit einem farbigen oder belebten Hintergrund vertragen, wie er damals in Form von gemusterten Wandbespannungen in Galerien anzutreffen war. Die Künstler setzten den neutralen Hintergrund vieler moderner Museumsräume voraus. Kemps Resümee lautet daher: „Das Museum ist eine mächtige und produktive Instanz. Es tut nur so, als diene es vorgeordneten Zwecken, als wolle es nur konservieren und gar sachgerecht präsentieren. Tatsächlich produziert es Kunst, den Begriff und die Sache Kunst.“¹⁷⁵

Ganz allgemein ist mit *Partizipation* Beteiligung, Teilhabe, Teilnahme, Mitwirkung, Mitbestimmung, Einbeziehung gemeint. Neben der Soziologie und Pädagogik ist die

¹⁷³ Cara Wuchold, *Kleiner König Cato* in: Der Tagesspiegel (Online-Ausgabe) vom 26.1.2013; <http://www.tagesspiegel.de/kleiner-koenig-cato/7690326.html> (3.2.2013)

¹⁷⁴ Interview mit Peter Weibel über die Rolle des Museums im 21. Jahrhundert, in: Der Tagesspiegel (Online-Ausgabe) vom 12.1.2000: <http://on1.zkm.de/zkm/personen/weibel> (8.6.2013)

¹⁷⁵ Kemp 1997, 228

Politikwissenschaft ein vorrangiges Anwendungsgebiet für den Begriff. Auf das Museumswesen gewendet bedeutet Partizipation, dass der Museumsbesucher nicht mehr nur als passiver Konsument sondern vielmehr als aktiver Partner wahrgenommen und in die Museumsarbeit bewusst einbezogen wird. Möglich wird dies durch soziale Netzwerke, mit deren Nutzung sich die Erwartungen des Publikums generell gravierend geändert haben. Sie wollen vor allem selbst mitgestalten, Themen setzen, Ziele und Werte beeinflussen. Institutionen, die dies bieten, werden zu Treffpunkten mit vielfältigen thematischen Austauschmöglichkeiten und so zu Zentren des kulturellen und gesellschaftlichen Lebens.¹⁷⁶ Die US-amerikanische Museumsdirektorin Nina Simon gilt neben Nora Steinfeld als vehemente Verfechterin der partizipatorischen Idee, die sie sehr anschaulich so beschreibt:

„Eine partizipative Kulturinstitution definiere ich als einen Ort, an dem Besucher Inhalte miteinander schaffen, teilen und sich darüber miteinander vernetzen können. Mit ‚Schaffen‘ meine ich, dass Besucher ihre eigenen Ideen, Objekte und kreativen Äußerungen einbringen können. ‚Teilen‘ bedeutet, dass die Leute das, was sie während ihres Besuchs sehen und machen, auch diskutieren, neu definieren, anderen zugänglich machen oder mit nach Hause nehmen können. ‚Sich vernetzen‘ bedeutet, dass Besucher mit anderen Menschen, die ihre besonderen Interessen teilen (Mitarbeiter wie Besucher), in Kontakt treten können. ‚Inhalte‘ bedeutet, dass sich die Diskussionen der Besucher und die von ihnen erstellten ‚Werke‘ auf die Aussagen, Objekte oder Ideen beziehen, die für die Institution von größter Bedeutung sind.“¹⁷⁷

Das Museum dient bei Partizipationsprojekten als Plattform, auf der mehrdimensionale Angebote rund um Themen bereitgestellt werden und diese möglichst allen Interessierten offen stehen. Die Nutzer kreieren ihre ganz eigenen Inhalte und tauschen sich mit anderen Nutzern aus mit dem Effekt, dass „... die Beziehungen zwischen den Mitarbeitern der Institution, den Besuchern, der Gemeinschaft der Teilnehmer und anderer Interessengruppen durchlässiger und gleichberechtigter“ werden.¹⁷⁸ Ein wichtiger Vorteil und gewissermaßen das Alleinstellungsmerkmal für Museen ist, dass sie über wirkliche Orte, echte Objekte und Fachpersonal verfügen. Im Zusammenklang mit den Möglichkeiten der sozialen Medien seit Beginn des 21. Jahrhunderts bietet sich Kulturinstitutionen die Chance, zu herausragenden Orten der Partizipation zu werden.¹⁷⁹

Wie sollte Partizipation idealerweise in der Praxis funktionieren? Im Wesentlichen muß es darum gehen, den Partizipierenden die Möglichkeit zur Erfüllung eigener Bedürfnisse und das

¹⁷⁶ Vgl. Simon 2012, 95-96

¹⁷⁷ Simon 2012, 96

¹⁷⁸ Simon 2012, 97

¹⁷⁹ Vgl. Simon 2012, 98

Gefühl zu geben, wesentlich zu einer übergreifenden Idee beizutragen. Die zur Verfügung gestellten Arbeitsmittel müssen geeignet sein, diesen Beitrag auch leisten zu können. Dazu zählen klare Rollenverteilungen und Vereinbarungen über gegenseitige Erwartungen an das Projekt sowie volle Transparenz des Procedere und Fairness im Umgang mit Privatsphäre und geistigem Eigentum. Das beinhaltet auch, die größtmögliche Flexibilität für die Teilnehmer sicher zu stellen, damit unterschiedlich ausgeprägte Engagements zum Tragen kommen können. Die Ergebnisse wie auch den Gewinn, den das Museum von den Beiträgen hat, sollten möglichst schnell und wertschätzend, beispielsweise durch Rückmeldung und Dank für die Mitwirkung, an alle Beteiligten adressiert werden. Ziel ist es das Gefühl zu vermitteln, dass die Mitwirkenden Teilhaber des Museums sind.¹⁸⁰ Zudem sollte auch das nicht teilnehmende Publikum nicht außer Acht gelassen werden, das mit Ergebnissen auf hohem Niveau überzeugt werden will. Denn idealerweise „haben partizipatorische Projekte einen Mehrwert, der nicht durch traditionelle Arbeitsweisen erzielt werden kann“.¹⁸¹ Immens wichtig ist dabei die sinn- und qualitätsvolle Gestaltung des Angebotes. Das Publikum sollte nicht nur zum Spaß und ohne tieferen Sinn zum Mitmachen eingeladen werden sondern nur dann, wenn die Ergebnisse des Besucherengagements gleichermaßen nützlich für die Teilnehmer wie für die Institution sind. Ansonsten würden partizipative Projekte trivialisiert, die Nutzer werden lediglich beschäftigt und weder ihnen noch dem Museum wäre gedient.¹⁸²

Nina Simon beschäftigte sich auch mit der Frage, wie Menschen überhaupt zur Teilnahme an partizipatorischen Projekten motiviert werden können. Sie schlägt ein Fünf-Stufen Modell vor, im so genannten „me-to-we-Design“ (Simon). Das bedeutet, zunächst wird dem Einzelbesucher die Möglichkeit gegeben, sich Inhalte z.B. in einer Ausstellung zu erschließen (Stufe 1). Danach kann er beispielsweise mit der Beantwortung von Fragen aktiv darauf reagieren (Stufe 2) und das Museum ermöglicht den Vergleich der eigenen Meinung mit Äußerungen der Gemeinschaft (Stufe 3). Im nächsten Schritt werden Gleichgesinnte mit Hilfe der Institution vernetzt (Stufe 4) um dann in der letzten Stufe 5 in einem geschützten sozialen Raum gezielt miteinander interagieren und gemeinsame Herausforderungen bestehen zu können.¹⁸³ In der Praxis finden sich viele verschiedene partizipatorische Angebote, die in unterschiedlicher Weise diese 5 Stufen berücksichtigen. Dabei können die Besucher zwischen einfachen Mitmachangeboten ohne Interaktion mit anderen und moderierten Projekten, die

¹⁸⁰ Vgl. Simon 2012, 102-104

¹⁸¹ Simon 2012, 104

¹⁸² Vgl. Simon 2012, 99-101

¹⁸³ Vgl. Simon 2012, 106-107

alle 5 Stufen beinhalten, entscheiden. Die Museumsmitarbeiter haben dabei die wichtige Aufgabe, die soziale Interaktion immer wieder anzuregen und zu begleiten. Bevor jedoch derartige Programme im Museum entwickelt werden können gilt es, sich ein möglichst umfassendes Bild vom Publikum zu machen. „Um Besucher und Mitarbeiter mit Leuten in Verbindung bringen zu können, mit denen sie die meisten Interessen teilen und deren Bekanntschaft für sie am wertvollsten ist, muss man sie nicht nur persönlich ansprechen und willkommen heißen, sondern auch ihre individuellen Interessen und Begabungen kennenlernen und wahrnehmen.“¹⁸⁴

Gerade aber nicht nur für Stadtmuseen stellt diese neue Offenheit und neuartige Kooperationsform mit dem Publikum ein attraktives Instrument der Einbindung der Bewohner dar. Dies kann besonders interessant sein für Städte mit hohem Ausländeranteil um Integrationsabsichten zu realisieren oder um für Umweltthemen zu sensibilisieren. Das Museum wird zur Plattform für Diskussionsrunden mit Bürgerbeteiligung in denen gemeinsam mit den Museumsprofessionals aktuelle Themen oder ggf. über eine Neuausrichtung des Museums beraten wird. Im Sinne der antiken Agora versteht sich die Institution im 21. Jahrhundert als aktive Kontaktzone für alle Interessierten, in der beispielsweise die Einflussmöglichkeiten von Museen auf aktuelle gesellschaftliche Fragen wie Gerechtigkeit untersucht werden.¹⁸⁵

Beispiele für partizipative Museumsarbeit

Ein sehr frühes Beispiel lässt sich am *historischen museum frankfurt* festmachen. Es wurde bereits im Jahr 1877 von Frankfurter Bürgern zunächst als Verein mit dem Ziel gegründet, an die einstmals freie Reichsstadt nach der Besetzung durch Preußen zu erinnern. Der Sammlungsbestand reicht bis ins 15. Jahrhundert zurück und erfuhr in der neuen Vereinsgemeinschaft stete Erweiterung. Das gemeinsame Interesse, einen identitätsstiftenden Gedenkort zu schaffen, führte die interessierten Bürger zu einer Museums-Community, gewissermaßen im „partizipatorischen Geiste“ zusammen.¹⁸⁶ In den 1970er Jahren wurde das Museum neu gestaltet, Aspekte der Vermittlung und des Lernens sowie ein konsequenter Gegenwartsbezug standen im Vordergrund. Schon zu dieser Zeit wurden erste positive Erfahrungen mit Bürgerbeteiligung beispielsweise mit der Methode der Oral-History bei der Erarbeitung von Ausstellungsinhalten gemacht. In die Ausstellungskonzeption wurden sowohl

¹⁸⁴ Simon 2012, 108

¹⁸⁵ Meijer-van Mensch 2012, 87

¹⁸⁶ Gerchow/Gesser/Jannelli 2012, 23

externe Fachleute als auch breite Bevölkerungsschichten mit Hilfe von Diskussionsrunden und Seminaren einbezogen. Diese Herangehensweise prägte bis heute die Arbeit des Hauses und ist Grundlage der bis 2015 vorgesehenen Erneuerung des Historischen Museums.¹⁸⁷ Wegweisend für die Neukonzeption soll sein, den im Laufe der jüngeren Geschichte vollzogenen Wandel der Stadtkultur abzubilden und dafür einen „Diskussions- und Referenzort“ zu schaffen, „... der als dezidiert gegenwartsorientiertes und partizipatives Format konzipiert ist“.¹⁸⁸ Das Museum fungiert als Reflexionsraum, in dem neuere Veränderungen wie die zunehmende Diversifizierung der Lebenswelten der Bürger in den Blick genommen werden können.¹⁸⁹

Der holländische Museologe Arnoud Odding sieht einen intensiven Zusammenhang zwischen Museum und Gesellschaft. Diese ist selbst im Wandel begriffen und „... Einrichtungen wie Museen haben keine andere Wahl, als mit diesem Wandel Schritt zu halten“.¹⁹⁰ Dies kann funktionieren, wenn eine deutliche Verbindung zwischen Institution und urbaner Umgebung geschaffen wird indem beispielsweise Museumsrundgänge über die Grenzen des Gebäudes hinaus in die Stadt erweitert werden. Diese Idee lässt sich unter dem Slogan „Das Museum in der Stadt, die Stadt im Museum“ zusammenfassen.¹⁹¹ Nach vergleichbarer Nähe zum Publikum sucht ebenfalls das Museum Rotterdam, das für das städtische Kulturerbe gemeinsam mit Bewohnern der Stadtviertel neue Präsentationsformen entwickelt. Dabei werden im intensiven Austausch mit den Nachbarn verschiedene Veranstaltungen außerhalb der Museumsmauern organisiert und eine Zeitschrift herausgegeben.¹⁹²

Dieser schon länger geübten Praxis fügt Charles Esche, Museumsdirektor in Eindhoven, eine weitere Idee hinzu. Er sieht mit den Emanzipationsbewegungen in vielen Ländern, dem Fall der Berliner Mauer, der weltweiten Verbreitung des Internet und der damit verbundenen zunehmenden Netzwerkbildung vor allem das Jahr 1989 als Wendepunkt im Leben vieler Menschen. Vor diesem Hintergrund entmaterialisiert Esche in gewisser Weise die Institution und plädiert für ein sog. „verstreutes Museum“ (dispersed museum), das weniger als Gebäude wahrgenommen werden sollte, „... sondern vielmehr als ein Gedankenkonstrukt, eine

¹⁸⁷ Vgl. Gerchow/Gesser/Jannelli 2012, 24

¹⁸⁸ Gerchow/Gesser/Jannelli 2012, 25

¹⁸⁹ Vgl. Gerchow/Gesser/Jannelli 2012, 26

¹⁹⁰ Odding 2012, 74

¹⁹¹ Kustos René van Mierlo zur Idee einer Neukonzeption für das Stadtmuseum in Kampen (Niederlande), in: Odding 2012, 75

¹⁹² Odding 2012, 76

Möglichkeit, das Verhältnis zwischen Kunst und Gesellschaft auszuloten“.¹⁹³ Mit der Absicht, eine Brücke zwischen Museum und globaler Welt zu schlagen wurden u. a. Gesprächsrunden zum Verhältnis zwischen Ost und West organisiert. Am Ende einer Diskussion stand z. B. der Entschluss, ein Gemälde Picassos von Eindhoven nach Ramallah zu schicken und die Reise einschließlich aller Grenzkontrollen filmisch zu dokumentieren. Dieses Vorhaben erregte Kritik weil befürchtet wurde, die Filmdokumentation könne ein schlechtes Licht auf Israel werfen.¹⁹⁴ Das Beispiel verdeutlicht, wie schnell die gewöhnliche Arbeit eines Museums (Ausleihe eines Kunstwerks) Wirkung entfaltet, die Grenze hin zum Politischen überschritten und Diskussionen in Gang gesetzt werden können. Abgesehen davon wurde ein Kunstwerk hier für politische Zwecke genutzt und damit seiner eigentlichen Zweckbestimmung, wohlwollend betrachtet, eine neue Facette hinzugefügt. Die Zuspitzung auf das Museum als Ort des Nachdenkens über die Gesellschaft in dieser Form führt weiter zur berechtigten Frage, wozu das Museumsgebäude selbst noch notwendig ist, wenn die meisten musealen Aktivitäten außerhalb stattfinden. Esche vertritt in dieser Frage einen radikalen Standpunkt. Er sieht das Museum nicht als Gebäude vielmehr ist es „...aktiver Bestandteil der Gesellschaft ...“, das Museum wird zur Gesellschaft und diese zum Museum.¹⁹⁵

Angesichts nahezu unbegrenzter Möglichkeiten in der realen wie Internetwelt und zunehmender Fragmentierung von Gesellschaften, wird es eine immer wichtigere Aufgabe von Institutionen, der schwieriger werdenden Identitätsfindung des Einzelnen Struktur und Wegweisung zu bieten. Odding ergänzt die Idee des verstreuten Museums mit der des „Netzwerk-Museums“. Er knüpft dabei an die Möglichkeiten des Internets und der weltweiten Vernetzung von Menschen auch in sozialen Medien (z.B. Facebook) an. Der Vorteil ist die schnelle Vernetzung von Interessierten zu ganz speziellen Themen, die dann gemeinsam betrachtet bzw. bearbeitet werden. Netzwerk-Museen könnten dafür ein organisatorischer und institutioneller Mittelpunkt sein. Es würde gewissermaßen als Antwort auf die komplexe Welt „...den Menschen dabei behilflich sein, sich in der Gemeinschaft zu orientieren und ihre eigene Identität herauszubilden“.¹⁹⁶ Die Beziehung von Museum und Gesellschaft betrachtet Odding noch aus einem anderen Blickwinkel. Seiner Meinung nach werden Museen mehr und mehr aus der Perspektive des Marktes betrachtet. Besucherzahlen und Kostendeckungsquote werden die maßgeblichen Bezugsgrößen, an denen sich die vermeintliche Relevanz eines

¹⁹³ Odding 2012, 77

¹⁹⁴ Odding 2012,78

¹⁹⁵ Odding 2012, 79

¹⁹⁶ Odding 2012, 81

Museums ablesen lässt. Zu Recht weist er kritisch darauf hin, dass so der Wert des kulturellen Erbes an sich infrage gestellt wird. Einzig kommt es darauf an, mehr zahlende Besucher ins Museum zu locken und es gehe „... immer weniger darum, in welchem Ausmaß sie die Menschen ins Staunen versetzen können“. ¹⁹⁷ Diese Entwicklung scheint sich als Irrweg zu erweisen. Vielmehr ist Flexibilität in den Strategien gefragt, die Bedeutung der Museen für die Gesellschaft anschaulich zu machen. Die herkömmlich als Zielgruppe betrachteten Besucher stellen dabei Gemeinschaften dar, die sich je nach Thema neu zusammensetzen und mit den Museen verstärkt zusammenarbeiten. „Netzwerk-Museen sind Museen für Menschen, die das Staunen nicht verlernt haben. Solche Museen richten sich ... an Menschen und Einrichtungen, mit denen man eine Beziehung eingehen kann.“ ¹⁹⁸

Die Idee von Communities spielt auch in den Ausführungen von Léontine Meijer-van Mensch eine wichtige Rolle. Sie verweist auf eine Diskussion der ICOM Generalkonferenz 2010 in Shanghai sowie auf die ICOM-Ethikrichtlinien von 2006. Demnach wird zwischen sog. *Source Communities* (Ursprungsgemeinschaften, aus denen Sammlungen stammen) und *Constituent Communities* unterschieden. Während bislang vorwiegend erstere in die Museumsarbeit einbezogen worden sind ist ein Trend hin zur mittragenden Gemeinschaft zu verzeichnen, was durch zwei Beispiele illustriert wird. ¹⁹⁹ Ein herausragendes Projekt des Amsterdamer Stadtmuseums begann mit einer Website im Jahr 2003. Unter die Überschrift „Gedächtnis von Amsterdam-Ost“ wurde vom Museum eine Art Einlieferungsstation für die virtuelle Sammlung von Geschichtszeugnissen zur Verfügung gestellt. Der Einladung zum „Sammeln“ und zum Meinungsaustausch folgte ein ganzes Stadtviertel mit sehr heterogener Bevölkerungsstruktur. Das Museum mit der von ihm initiierten Plattform fungierte so gewissermaßen als Bindeglied zwischen verschiedenen Ursprungsgemeinschaften (-kulturen). Während zu Beginn die Museumsfachleute noch korrigierend in die Gestaltung der Webseite und die Aktivitäten der Ko-Kuratoren eingriffen existiert diese seit 2010 unabhängig von der Institution. Es gelang, die Verbindung zwischen Museum und Ursprungsgemeinschaften zu verstetigen und dauerhaft abzusichern, was sich auch auf spätere partizipative Projekte positiv auswirkte. Mit Hilfe des Web-2.0-Modelles entwickelte sich die Ursprungs- zunehmend zur mitwirkenden Gemeinschaft. Voraussetzung dafür ist, dass Partizipation nicht auf

¹⁹⁷ Odding 2012, 83

¹⁹⁸ Odding 2012, 84

¹⁹⁹ Vgl. Meijer-van Mensch 2012, 88-89

Einzelprojekte beschränkt bleibt sondern „... als integriertes und internalisiertes Paradigma im Selbstverständnis des Museums verankert ...“ ist.²⁰⁰

Das zweite Beispiel veranschaulicht Irritationen, die Partizipation mit sich bringen kann. Mit dem Projekt „Give & Take“ des Stadtmuseums Zoetermeer wurden die Bürger aufgerufen Gegenstände zu spenden, die für sie Heimatgefühle symbolisieren. Trotz uneinheitlicher Einwohnerstruktur mit vielfältigen kulturellen Hintergründen beteiligten sich an der Aktion nahezu ausschließlich Bürger mit holländischen Wurzeln, fremde Kulturen blieben außen vor. Offenbar fühlten sich Bürger mit Migrationshintergrund nicht ausreichend zur Teilnahme motiviert, möglicherweise weil Gefühle wie Heimatverbundenheit und Zugehörigkeit mehrdimensional angelegt und nicht immer an materielle Güter gebunden sind sondern u. a. auch durch Rituale verkörpert werden können. Nichtsdestotrotz gelang es dem Museum mit Hilfe von Workshops und unter Beteiligung von verschiedenen Fachleuten in einen Dialog mit den Bürgern über wesentliche Funktionsweisen und mögliche Ziele der Museumsarbeit zu treten und damit weitgehende Transparenz herzustellen. Wenn jedoch künftig alle Bevölkerungsgruppen von der Museumsarbeit angesprochen werden sollen gilt es, einmal die längst hinterfragte „... Dominanz des westlichen Weltbildes und seiner kulturellen Repräsentation...“ auch in der Praxis zu überwinden. Zum anderen haben Museen im Zeitalter der Globalisierung die Aufgabe, „... das gegenseitige Verhältnis zwischen Erinnerung, Ort, Identität und Kulturerbe neu zu reflektieren, um der heutigen pluriformen Gesellschaft gerecht zu werden“.²⁰¹

Kritische Würdigung

Die geschilderten Beispiele zeigen wesentliche Facetten einer neuartigen partizipativen Museumsarbeit. Das Konzept der Partizipation beinhaltet die aktive Teilhabe und Mitwirkung des Publikums an der professionellen Museumsarbeit. Gemeinsam mit anderen Interessierten können die Ausrichtung des Museums und seine Sammlungsstrategien sowie die Themenwahl für Präsentationen beeinflusst werden. Die Teilhaber sind aufgerufen, ihre ganz persönliche Sicht der Dinge und Erfahrungen einzubringen. Damit besteht zugleich die Möglichkeit, an aktuelle gesellschaftliche und politische Themen anzuschließen und eine ausgesprochen gegenwartsorientierte Arbeit mit der Zielrichtung Besucherbindung zu leisten. Mit der Idee des „verstreuten Museums“ (Esche) kann zugespitzt formuliert sogar in gewisser Weise eine Verschmelzung von Museum und Gesellschaft stattfinden. Gerade dem partizipativen

²⁰⁰ Meijer-van Mensch 2012, 90

²⁰¹ Meijer-van Mensch 2012, 92

Museum wird die Aufgabe zugeschrieben, Menschen in einer komplexer werdenden Welt leichter Orientierung in Gemeinschaften zu geben und Identität zu stiften (Odding) und so wieder Interesse für die Institution zu wecken. Nicht zuletzt wird hier auch eine Antwort der Museumswelt gesehen, der immer wieder geforderten Marktkonformität und Hinwendung zum Besucher zu entsprechen. Indes, den Anspruch echter partizipativer Museumsarbeit einzulösen, wie Nina Simon ihn formuliert, bedeutet eine weitgehende Öffnung der professionellen und ansonsten nicht öffentlich stattfindenden Arbeit in Museen. Dies entfaltet Wirkung in verschiedene Richtungen und beinhaltet zugleich vielfältige Herausforderungen.

Das Konzept des partizipativen Museums stützt sich ganz wesentlich auf Internet und soziale Medien bzw. den darin etablierten Verhaltensweisen der Nutzer. Hierin liegt einmal die große Chance, verstärkt junges Publikum anzusprechen und ggf. zu interessieren, da diese Zielgruppe sich ausgesprochen affin zu den neuen Medien verhält. Allerdings, soziale Medien erfüllen nur dann ihren Sinn, wenn sie in zwei Richtungen funktionieren. Es geht nicht einfach um Informationsverteilung sondern um Austausch und Interaktion zwischen Menschen oder zwischen Menschen und Institutionen, die von Menschen gesteuert werden. Die Institution steht vor der nicht zu unterschätzenden Herausforderung, mehr oder weniger Kontrolle abzugeben und grundsätzlich umzudenken²⁰² Die partizipative Arbeit bietet eine ideale Möglichkeit, das breite Publikum in die Museumsarbeit einzubinden, über die Institution zu informieren, Meinungen einzuholen und eine neue Form der intensiven Auseinandersetzung zu pflegen, die sonst nur im persönlichen Kontakt möglich ist.²⁰³ Dies erfordert in erster Linie die Bereitschaft der Museumsprofessionals, sich mit den Möglichkeiten und Grenzen dieses Ansatzes auseinanderzusetzen und sich vor allem in dieser Weise auf den musealen Laien einzulassen und in Dialog zu treten. Zudem ist für den Museumsmitarbeiter in der Rolle eines Moderators und Coaches ausgereifte kommunikative Kompetenz gefragt. Dabei gilt es auch, mit schwierigen Situationen zurechtzukommen, mit Provokationen umzugehen und für die Museumsleitung bedeutet es, angesichts der Schnelligkeit der Kommunikation nicht jede Äußerung von Mitarbeitern beispielsweise in Blogs zuvor genehmigen zu können. Übliche Geschäftsabläufe einer ansonsten hierarchischen Organisation können hier nicht mehr funktionieren.

Um für alle Beteiligten gewinnbringende Inhalte zu erarbeiten ist auf jeden Fall ausreichend Zeit und in gewissem Maße tiefgründige Beschäftigung mit dem gewählten Thema sowie

²⁰² Vogelsang 2012, 34

²⁰³ Vogelsang 2012, 36

gegebenenfalls mit der Institution einschließlich seiner Sammlung erforderlich. Das steht durchaus in Widerspruch zu einer von Schnellebigkeit, Oberflächlichkeit und Performanz geprägten Zeit, wie sie gerade aus der Nutzung von Internet und sozialen Medien resultieren kann. Zudem fragt sich, wie es konkret gelingen kann, den interessierten Laien, wie intensiv auch immer, in die museale Welt einzuführen und bei grundlegenden Museumsthemen mitreden zu lassen. Eventuell fällt es manchen Professionals schwer, jemandem an seinem Wissen teilhaben zu lassen insbesondere wenn es darum geht, den wissenschaftlichen Anspruch des Museums aufrecht zu erhalten. Das würde sicher zuerst ein großes Stück Abkehr vom Elitedenken im Hinblick auf Fach- und Entscheidungskompetenz der Museumsmitarbeiter erfordern, die aufgrund ihrer spezifischen Ausbildung und Qualifikation bislang weitgehend allein dafür zuständig sind, alle Museumsangelegenheiten fachgerecht zu bearbeiten. Die über lange Zeit ausgeprägte Macht des Expertentums würde spürbar in Frage gestellt. Laienbeteiligung könnten aber auch als geeignetes Mittel angesehen werden, Verantwortung zu übernehmen und in einer radikalen Offenheit Ideen von außen anzunehmen und so einen hohen Standard kultureller Prägung zu demonstrieren.²⁰⁴

Die Akzeptanz für eine stärkere Beteiligung des Publikums ließe sich eventuell dadurch erhöhen, dass sie als echte und gleichberechtigte Kooperation an einem gemeinsamen Projekt verstanden wird. In diesem Kontext ist es bedeutsam, den multidisziplinären Ansatz in der Museumsarbeit hervorzuheben und den Blick über die klassischen Fächergrenzen hinweg zu lenken. Konkret bedeutet dies, alle involvierten wissenschaftlichen Disziplinen zu berücksichtigen und „die Bedeutung gesellschaftlicher und kultureller Faktoren für Erkenntnisfragen ebenso (...), wie die biologischer oder psychologischer“ in Rechnung zu stellen.²⁰⁵ Ergänzt werden könnte diese Herangehensweise durch die Berücksichtigung explizit nichtwissenschaftlicher Erfahrungen und weiterer Kompetenzen. Wenigstens in einem kleinen Bereich würde damit die Möglichkeit geschaffen, der Versäulung moderner Gesellschaften (Nassehi) mit ihrer Kombination verschiedener Logiken entgegenzuwirken.

Die Erschließung der Sammlungen eines Museum und deren Vermittlung in Ausstellungen als Hauptarbeitsgebiet erfordert zunächst einmal Expertise von Fachkräften, die die Objekte im Einzelnen und in ihrem Kontext richtig einordnen können. In der Regel verfügt der interessierte Laie nicht über das erforderliche Wissen und Knowhow, beispielsweise Rechercheerfahrung, um komplexe Themen angemessen bearbeiten zu können. Sicher ist es

²⁰⁴ Ammann 1999, 35

²⁰⁵ Ambrus 2002, 177

möglich, interessierte Laien mehr oder weniger intuitiv das Kulturgut betrachten zu lassen und individuelle Erkenntnisse, die daraus gezogen werden, jedem selbst zu überlassen. Auch ist es denkbar, die Sammlungen für bestimmte Projekte ganz unbeachtet zu lassen. Allerdings würden dann die bisherigen Ideale speziell der kulturellen Bildung durch Museen empfindlich beeinträchtigt wo es gerade darum geht, anhand authentischer Objekte daraus gewonnenes Wissen und Zusammenhänge in die breite Öffentlichkeit zu tragen. Es gleicht einem Balanceakt, zwischen der notwendigen Ernsthaftigkeit und den ggf. flüchtigen Interessen der Mitmacher, einen zielführenden Mittelweg zu finden. Möglicherweise ist es eher sinnvoll, thematische Anregungen aus dem Publikum zu erfragen und auch Hinweise zur Aufbereitung sehr ernst zu nehmen, die wissenschaftliche Erarbeitung der Themen allerdings den Experten zu überlassen. In jedem Fall ist und bleibt das Museum für die Ergebnisse der partizipativen Arbeit verantwortlich.

Ein nicht zu unterschätzender Vorteil partizipativer Museumsarbeit ist die Einbindung der Bevölkerung der Region. Rosmarie Beier-de Haan sieht hier Potenzial für die künftige Entwicklung von Museen danach zu schauen, was jeweils lokal, regional und auch national mit einem globalen Thema verbunden werden kann. „Das bedeutet, ein komplexes Miteinander von Globalem und Lokalem herzustellen – wie es sehr anschaulich in dem Begriff der ... ‚Glokalisierung‘ zum Ausdruck kommt ...“.²⁰⁶ Besonders in Regionen mit vielfältigen kulturellen Identitäten (z.B. Einwanderungsländer) böte sich damit die Möglichkeit des echten Austauschs und nicht nur eines kulturellen Nebeneinanders. Am Beispiel der Transcultural Galleries in Bradford macht Beier-de Haan deutlich, wie ein „globales“ Museum Spannungen unter den in der Stadt lebende Ethnien und deren kulturelle Verschränkung offensiv zum Gegenstand ihrer Ausstellung macht.²⁰⁷ Bei entsprechender Themenwahl können Anwohner der näheren und fernerer Umgebung in ihrer Welt abgeholt werden. Das Museum würde generell stärker in den Alltag der Anwohner rücken weil es ganz selbstverständlich zu einem Teil ihrer Lebenswirklichkeit geworden ist. Das funktioniert bei Museen mit ausgesprochen regionalen Bezügen sicher am besten. Insgesamt ist für den Bereich Kunst und Kultur wichtig, dass das Publikum sich mit seinen eigenen Erfahrungen und Bedürfnissen in den angesprochenen Themen wiederfindet und das Angebot neben Anregung und Unterhaltung auch die Möglichkeit zur Reflexion bietet.²⁰⁸

²⁰⁶ Beier-de Haan 2001, 58

²⁰⁷ Beier-de Haan 2001, 58

²⁰⁸ Wagner 2002, 18

Die dargestellten Beispiele verweisen auf eine generelle Wirkung der partizipativen Museumsarbeit. Je weitgehender die Bürgerbeteiligung ist, umso mehr tritt die Expertise der Museumsfachleute zu Gunsten der Vorstellungen und des auf Museen bezogenen unspezifischen Wissens des interessierten Laien in den Hintergrund. Museumsaufgaben werden beeinflusst und modifiziert und zwar nicht von einer dafür speziell geschulten Elite sondern von jedermann, der sich beteiligen möchte. Und ob die Akkumulation breit gefächerten Laienwissens und Erfahrungen eine Qualitätssteigerung bedeutet ist nicht einfach zu beantworten. Allerdings können die Ergebnisse einer solchen Zusammenarbeit auch nicht ohne weiteres unbeachtet bleiben, denn sonst gewinnen die Teilnehmer möglicherweise den Eindruck, sie würden nicht ernst genommen. Das bedeutet, die Museumsmitarbeiter müssen sich mit den Wellen eines einmal ins Wasser geworfene Steins auseinandersetzen, mögen sie aus professioneller Sicht auch noch so unsinnig erscheinen.

Die partizipative Museumsarbeit hätte, wenn sie ernsthaft betrieben wird, erhebliche Auswirkungen auf Personalressourcen und Personalstruktur von Museen. Wie oben schon angedeutet bindet die intensive Zwiesprache mit dem Publikum bzw. mit den Bewohnern einer Stadt sehr viel Arbeitszeit der Museumsmitarbeiter, sei es in Internetforen, bei der Bearbeitung von Blogs oder im Face-to-Face-Dialog. Die so gebundenen Kapazitäten gehen anderen Arbeitsbereichen im Museum verloren. Neben den bisher üblichen Berufsgruppen wie Fachwissenschaftlern, Haushältern, Verwaltungsfachleuten, Restauratoren usw. gewinnt eine neue Gruppe von Spezialisten an Bedeutung. Informationstechnologie-Fachleute verfügen über das notwendige Knowhow um Websites breitenwirksam zu gestalten und weitere neue Medien für das Museum nutzbar zu machen. Es bedarf z.B. spezieller Kenntnisse um einen Fachbeitrag nicht wie üblich in einem Buch zu publizieren sondern diesen für das Internet aufzubereiten und für diese Anwendung attraktiv zu machen. Auch müssen dialogfähige Museumsplattformen und andere Instrumente der aktiven Laienbeteiligung mit Bedacht und vor allem mit Spezialwissen kreiert und betreut werden. Um eine reibungslose Zusammenarbeit mit den Museumsfachleuten zu garantieren wäre eine Doppelqualifikation der betreffenden Mitarbeiter sicher sinnvoll.²⁰⁹

Simon befasst sich ausführlich mit den Möglichkeiten und Voraussetzungen für die Idee eines partizipativen Museums. Sie betont, dass derartige Angebote lediglich ein Element der Museumsarbeit und eine Ergänzung darstellen. Diese Maßgabe ist sehr zu unterstreichen.

²⁰⁹ Vgl. Blank 2001, 129

Ebenso wichtig ist es anzunehmen, dass angesichts von Missbrauchsmöglichkeiten, die beispielsweise anonyme Beiträge im Netz ermöglichen, dass alle Aktivitäten auf der Museumsplattform und damit in Zusammenhang stehende Aktionen durch Professionals kritisch begleitet werden müssen. Dabei geht es nicht so sehr darum, die zu erarbeitenden Inhalte auf einem möglichst hohen Niveau zu erhalten, sondern Beiträge mit sexistischem, extremistischem und terroristischem Hintergrund frühzeitig zu erkennen und auszuschließen. Museen sind überwiegend staatliche bzw. semistaatliche Institutionen, die eine große Verantwortung dafür haben, keine Plattform für derartige Aktivitäten zu bieten.

Der von Odding und Esche vorgeschlagene Ansatz des verstreuten Museums, das unabhängig von einem Gebäude existiert, ist in einer Zeit des massenhaften Gebrauchs sozialer Medien, schier unbegrenzt erscheinender Handlungsoptionen und technischer Möglichkeiten sowie damit einhergehender zunehmender Individualisierung von Menschen durchaus nachvollziehbar. Jedoch scheint dieser Vorschlag beinahe unmerklich an den Grundfesten des Museumswesens zu rütteln. Denn die mehr oder weniger anspruchsvollen Gebäudehüllen der Institution existieren nicht zum Selbstzweck sondern erfüllen eine wesentliche Aufgabe. Und hier sind keineswegs die Aufmerksamkeit heischenden Architekturtempel der letzten Jahrzehnte gemeint. Die Museumsgebäude beherbergen verschiedenartige Sammlungen, Kunst- und Kulturgut, das darin in vielfältiger Weise zur Schau gestellt wird. Woran soll sich künftig die museale Erzählung entspinnen, wenn nicht am Objekt, am Original, das in seiner Zeugenschaft vergangener Zeiten einzigartig ist. Erst dieser Dokumentcharakter macht es letztlich zum bewahrenswerten Kulturgut. Der Museumsbau bildet den angemessenen schützenden Rahmen für Aufbewahrung und museale Inszenierung, ihn dauerhaft zu verlassen würde die Abkehr von der bisherigen Museumsidee bedeuten.

Für die Zukunft bleibt es eine wichtige Aufgabe, nicht nur die konkrete Ausgestaltung einer solchen Publikumsbeteiligung nach gemachten Erfahrungen genau zu betrachten sondern zudem die Wirkungen hinsichtlich Personaleinsatz, Kosten, möglicher Probleme und Resonanz der Öffentlichkeit im Einzelnen zu bilanzieren. Besonderes Augenmerk sollte auf die erwünschte langfristige Besucherbindung gelegt werden. Es wäre zu prüfen, ob Museen speziell unter Einbeziehung partizipativer Elemente in ihre Arbeit tatsächlich mehr Publikum finden und wie sich dieses zusammensetzt.

5. Zusammenfassung

Museen, wie wir sie heute kennen, blicken auf ganz verschiedene Entwicklungslinien zurück, denen ein Kern ausgeprägter Sammelleidenschaft gemeinsam ist. Sie dienen im Laufe ihrer bewegten Geschichte verschiedenen Zwecken. Der Bogen lässt sich vom antiken Tempel für die Musen über fürstliche Prachtentfaltung und Machtillustration, der Zurschaustellung wissenschaftlicher Gelehrsamkeit bis hin zur Demonstration bürgerlichen Selbstbewusstseins und später Nationalstolzes spannen. Seit der Aufklärung werden Museen zunehmend als Bildungsstätten mit Bildungsauftrag verstanden, im 20. Jahrhundert wandelt sich das Bild nochmals hin zu einer erlebnisorientierten Freizeiteinrichtung. In jüngerer Vergangenheit tragen die Ökonomisierung des Museumswesens, die Forderung nach mehr Besucher- und somit Marktorientierung und aktuelle gesellschaftliche Trends vor dem Hintergrund der Globalisierung dazu bei, das Selbstverständnis der Institution und ihrer Mitarbeiter kritisch zu hinterfragen. Dem daraus resultierenden Anpassungsdruck und Legitimationszwang suchen die Museen mit sehr unterschiedlichen Strategien zu begegnen.

Welche vielgestaltigen Ausprägungen Museen heute auch haben, das einigende Merkmal sind nach wie vor die Sammlungen mit ihren einzigartigen originalen Sachzeugen des kulturellen und natürlichen Erbes. Dabei kann gerade „...die ‚Objektbindung‘ als Charakteristikum und Definitionsmerkmal aller Museen“ gelten.²¹⁰ Die *Tradition des Sammelns* war Ausgangspunkt und über Jahrhunderte Basis der Museumsidee, sie bildet gewissermaßen ihren Markenkern. Kunst- und Kulturgut (wie auch Naturgut im kulturellen Kontext) sind einzigartige Zeugnisse der Menschheitsgeschichte und –entwicklung von oftmals großem künstlerischem, religiösem, wissenschaftlichem, kulturellem, sozialem und ökonomischem Wert. Die Gesellschaft misst den unersetzlichen Originalen jene Bedeutung bei, die sie erst zu schützenswertem Kulturgut macht und die es rechtfertigt, sie für spätere Generationen zu bewahren. Museen wären ohne Sammlung nicht existent, denn sie „... gehen unter allen Kultureinrichtungen als einzige vom Grundsatz aus, dass die Auswahl und Erhaltung von authentischen Objekten und Materialien der gesamten Wirklichkeit für die Menschen der Gegenwart und Zukunft von Bedeutung ist“.²¹¹

²¹⁰ Kramer 2005, 24

²¹¹ Waidacher 1999, 190

Umso mehr verwundert es, wenn die Sammlungen bzw. ihre einzigartigen Objekte, die das authentische Erleben von Vergangenheit und Gegenwart möglich machen, nicht konsequent im Mittelpunkt jeglicher Museumsaktivitäten stehen. Gleichwohl existieren Sammlungen nicht zum Selbstzweck, sie werden mit einer bestimmten Absicht/Zielrichtung angelegt, sie dienen der Veranschaulichung von Realitäten, sie ermöglichen Vergleiche sowie die Darstellung von Entwicklungen und Zusammenhängen. Museen können mit ihren Exponaten sehr überzeugend Aufklärungs- und Bildungsarbeit leisten. Sie haben deshalb nicht nur die Aufgabe, diesen Schatz zu mehren, zu erforschen und für die Nachwelt zu erhalten. Es ist ebenso wichtig, das in den Sammlungen kulminierte Wissen zu erschließen und zu vermitteln. Deshalb treten *Belehrung und Vermittlung* seit der Aufklärung in den Vordergrund, werden Museen damals wie heute als Lernorte verstanden, die nicht nur informieren sondern auch Bewusstsein für die eigene Identität und Kultur wie Respekt vor fremden Kulturen stiften sollen. Hierin liegen sowohl ihre unverwechselbare Eigentümlichkeit wie auch die wesentliche gesellschaftliche Zweckbestimmung von Museen.

Seit den 1970er Jahren rückte nun verstärkt das Diktat der Ökonomie mit vielfältigen Folgen ins Zentrum der Museumsarbeit. In diesem Perspektivenwechsel sollten Museen insgesamt attraktiver werden und eine verstärkte *Hinwendung zu den Besuchern* mit der Absicht der Besucherbindung gewann immens an Bedeutung. Neben Besucherforschung, professioneller Öffentlichkeitsarbeit, verbessertem Service, Marketing und Branding wird seither viel Wert auf eine zeitgemäße Didaktik und bessere Wissensvermittlung gelegt, auch um beispielsweise mit interaktiven Ausstellungselementen vermehrt junges Publikum spielerisch anzusprechen. Insgesamt hat in den letzten Jahrzehnten der enorm angewachsene Ausstellungssektor mit teils spektakulären Sonderschauen zur Attraktivitätssteigerung von Museen beigetragen. Dabei ist oftmals schon die Themenwahl daran orientiert, möglichst große Aufmerksamkeit zu erzielen. Museen sind hier in besonderer Weise auf die Medien angewiesen, die ihrer eigenen Logik folgend nach Sensationen suchen, um damit Geld zu verdienen.²¹²

Die Gewichtung der Museumsarbeit in Richtung Öffentlichkeit führt einmal dazu, dass Mitarbeiter so auf diesen Bereich fokussiert sind, dass sie ihrer eigentlichen Aufgabe beispielsweise der Sammlungspflege nur mehr ungenügend nachkommen können.²¹³ Zum anderen besteht die Gefahr, dass die Institution mit ihren Sammlungen zur Verfügungsmasse für einen zweifelhaften Zweck wird. Die Kollektionen geraten zum Warenlager zur

²¹² Weibel 2007, 4

²¹³ Ausführlich dazu: Janis 1999

Bestückung von Ausstellungen und Befriedigung von Leihanfragen. Das bereits erwähnte Paradigma Thomas Krens, „die wertlose Kunst ist die im Depot“²¹⁴, demaskiert nicht nur die dahinter stehende Haltung, es verleiht dieser Entwicklung eine deutlich merkantile Note. Die mit der Ausrichtung auf das Publikum implizierte Marktorientierung hat mitunter zu steigenden Besucherzahlen und mehr Einnahmen geführt. Die Kehrseite der Erfolge ist, dass sich „... die Museen – wie auch andere Sparten kultureller Einrichtungen – als respektable Teilnehmer am Marktsegment der Freizeit- und Kultureinrichtungen auswiesen...“ um nun wiederum „... unter dem Druck der öffentlichen Finanznot als Damoklesschwert des Erfolgswanges ...“ zu leiden.²¹⁵ Diese Einschätzung ist mehr als ernüchternd und klingt wie die Beschreibung eines Teufelskreises. Es erfordert daher weitere Anstrengungen für die Zukunft, sich dieser Wirkung bewusst zu werden und den Trägern und Zuwendungsgebern wie auch der Gesellschaft insgesamt den Nutzen „ihres“ Museums jenseits von zählbaren Einnahmesteigerungen zu verdeutlichen.

Selbstverständlich macht es keinen Sinn, Kunst- und Kulturgut in Depots zu verbannen und ein Schattendasein fristen zu lassen. Es muss daher eine stete Aufgabe sein, die angemessene Balance in diesem Zielkonflikt zwischen nachhaltigem Kulturgutschutz und öffentlicher Präsentation zu finden. Die Ausstellung sollte in jedem Fall zuerst einem maximalen Erkenntnisgewinn dienen, den es in populärer Form zu vermitteln gilt. Nicht zuletzt zählt es zu den Aufgaben von Museen, Sensibilität und Wertschätzung im Umgang mit dem kulturellen Erbe aktiv zu fördern. Konservatorisch intakte Sammlungen, optimal ausgestattete Depots und sehr gute Präsentationsbedingungen stellen eine eigene Qualität dar, die zwar normalerweise nicht nach außen sichtbar wird, die dennoch nicht hoch genug geschätzt werden kann. Eine Vernachlässigung der Sammlungen hat langfristige Folgen und kann das Vermögen eines Museums bzw. seines Trägers empfindlich schmälern und gefährdet damit letztlich dessen Geschäftsgrundlage. Zudem ist zu hinterfragen, ob mit Sonderschauen und Events tatsächlich mehr Publikum an ein Museum gebunden werden kann. Aufschluss darüber könnte eine qualifizierte Bilanz geben, in der alle Aspekte der auf die Öffentlichkeit gerichteten Aktivitäten und ihres Erfolgs insbesondere hinsichtlich von Besucherbindung und -zufriedenheit aber auch in Bezug auf die Kosten und möglichen Wertverlust erfasst würden. Es lohnt sich, zur Entwicklung von Messpunkten und Definition von Kennzahlen einigen Aufwand zu treiben. Ein interessanter Punkt wäre in diesem Zusammenhang die Ermittlung der Umwegrentabilität. Die hier gewonnen Erkenntnisse sichern nicht nur Transparenz

²¹⁴ Hoffmann 1999, 15

²¹⁵ Schulz 2001, 147

gegenüber den eigenen Mitarbeitern und der Öffentlichkeit, sie könnten möglicherweise als Argumente gegen Etat Kürzungen dienen.

Unter den Bedingungen der Globalisierung mit ihren weltumspannenden wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Aktivitäten verändert sich auch für Kultureinrichtungen die Welt ungebremst schnell. Zu den damit verbundenen neuen Herausforderungen stellt Bernd Wagner fest: „In einer Zeit zunehmender Mobilitäten, von Enttraditionalisierungsprozessen und des Verschwindens räumlicher Distanzen durch die modernen Informations- und Kommunikationstechnologien wird die Anschlussfähigkeit von kulturellen Angeboten zum zentralen Kriterium und nicht die Bindung an generationsübergreifende Tradition, nationale Sprache und lokale Geschichte.“²¹⁶ Auf das Museumswesen bezogen geht Beltings kritische Analyse in eine vergleichbare Richtung und trifft damit einen neuralgischen Punkt des bisherigen musealen Selbstverständnisses: „Das Museum schützt nicht nur seine Schätze, sondern sich selbst vor dem Einfluß von Laien, welche seine Autorität untergraben könnten. ... Darin liegt eine strukturelle Schwäche, welche die kulturelle Bedeutung des Museums einschränkt. Niemand denkt heute daran, ins Museum zu gehen, um gerade aktuelle Fragen der Gesellschaft zu diskutieren. Man geht immer noch alleine dorthin, um Kunst zu bewundern oder zu schmähen.“²¹⁷

Gewissermaßen als Antwort auf Wagner und Belting kann der Übergang in eine vollkommen neue Dimension des Museumswesens verstanden werden, die sich mit dem Schlagwort *Partizipation* umreißen lässt. Seit einiger Zeit werden verstärkt partizipative oder semipartizipative Konzepte als ein mögliches Element in einer breiten Palette von Instrumenten zur Steigerung der Anziehungskraft der Institution in die museale Arbeit einbezogen. Sicher fühlen sich nicht alle Bevölkerungsgruppen von diesem Angebot angesprochen und es gibt jene, die Museen generell wenig Aufmerksamkeit widmen. Dennoch besteht nach Auffassung von Nina Simon hier die Möglichkeit, neue Zielgruppen zu erschließen und vor allem die Verbindung zu jenen Besuchergruppen nicht zu verlieren, für die Partizipation mit sozialer Interaktion zur selbstverständlichen Lebensgestaltung gehören und die sich allein auf dieser Basis kulturell engagieren.²¹⁸ Wie gezeigt wurde, hält die partizipative Museumsarbeit viele Fallstricke bereit. Trotzdem sind die Chancen nicht zu übersehen wenn man sich beispielsweise die vielen öffentlichkeitswirksamen

²¹⁶ Wagner 2002, 18

²¹⁷ Belting 2001, 35

²¹⁸ Vgl. Simon 2012, 98

Internetaktivitäten der letzten Jahre vor Augen führt. Seien es die Aufdeckung von Plagiaten in Doktorarbeiten, eiligst organisierte Proteste und politische Willensbildungen breiter Bevölkerungsteile. Die Initiativen finden in kurzer Zeit viele Anhänger, die sich zunächst im Internet versammeln und mitunter den Schritt aus der virtuellen Welt in die Realität der Straße nicht scheuen. Voraussetzung für den nötigen Mobilisierungseffekt zum Mitmachen der Bevölkerung wäre jedoch, dass die musealen Angebote explizit an den Bedürfnissen und Erfahrungen des Publikums anknüpfen, die zuvor konkret zu ermitteln sind.

In dem neuartigen Trend zur Partizipation erhält das Verhältnis zwischen Besuchern, Objekten und Vermittlung eine neue Dynamik, „...die allerdings noch zu neu ist, um sie einschätzen zu können. Fest steht, dass der Vermittlungsmodus zum Austauschmodus wird, da jedes Wissen, das des Museumswissenschaftlers wie des Besuchers, hinterfragbar ist...“ und sich der Blick noch stärker auf die veränderliche Bedeutung der Objekte richtet.²¹⁹ Über den Sinn und den Nutzen der partizipativen Museumsarbeit lässt sich streiten, sicher müssen noch mehr Erfahrungen damit gesammelt werden. Allerdings hätte sie den Vorzug, auch im Sinne von Wagner (s.o.), an aktuelle Trends anknüpfen zu können bzw. sich diese zu Nutzen zu machen. Künftig werden das Internet und der Gebrauch sozialer Medien eher an Bedeutung gewinnen. Als Realisierungsinstrumente der aktiven Teilhabe und gegebenenfalls Mitgestaltung der Museumsarbeit spricht diese Form der Besucherorientierung besonders jenes medienaffine Publikum an, das im Museum so vermisst wie ersehnt wird: Schüler und Jugendliche. Das Foto im Titelblatt stammt zwar nicht aus einem Museum und zeigt nur eine Momentaufnahme der Architekturbiennale 2012 in Venedig. Es macht aber deutlich, wie gebannt die Jugendlichen dieses ungewöhnliche Angebot annehmen obgleich (oder möglicherweise weil) kein Original seine Aura entfaltet und viel Textinformation auf den Bildschirmen abrufbar war. Anscheinend hat der gerade für Jugendliche gewohnte, spielerische Zugang mit einem coolen Tablet-PC die Bereitschaft erhöht, die Welt hinter den QR-Codes zu entdecken ohne hier beurteilen zu können, wie tiefgründig im Einzelnen die Auseinandersetzung mit den angebotenen Themen war. Die Technik wird gleichsam zum Transporteur von Inhalten und hilft, Interesse zu wecken und Barrieren zu senken.

Bei allen positiven Aspekten, die Arbeitsweise mit elektronischen Medien und Internet verändert die Sicht auf die Institution. Im Ringen um Aufmerksamkeit auf einem ausdifferenzierten Freizeitmarkt mit bestens organisierter Wirtschaft befinden sich Museen

²¹⁹ Noschka-Roos 2012, 167

zunehmend in einer harten *Konkurrenz zu anderen Freizeitangeboten*. Ein Beispiel für den Umgang mit dieser Herausforderung liefert das Shanghai Science Museum, dessen Konzeption zur Vermittlung sich explizit an Freizeitparks wie Disneyland und Universal Studios orientiert.²²⁰ Es erscheint wie eine Flucht nach vorn, offenbar wird in dieser Vorgehensweise das Museum zuvorderst als Erlebniswelt verstanden, die dem Publikum neben Wissen auch Unterhaltung und Spaß bieten möchte. Diese Zielrichtung kann den Vermittlungserfolg möglicherweise positiv beeinflussen und ein Museum ist sicher gut beraten, wenn es auch der Entspannung und Erholung dienen möchte. Jedoch können die Grenzen zu Attraktion und Spektakel leicht verschwimmen und das Publikum strömt womöglich ohne Umweg direkt zum Erlebnispark. „Denn ohne die gezielte Rückbesinnung und Betonung des eigenen und überaus spezifischen Potenzials läuft die Institution Museum Gefahr, sich selbst überflüssig zu machen. Museen brauchen ihre bildenden Inhalte, sie brauchen ihre Objekte und deren komplexe Geschichte. Das objektzentrierte Bildungspotenzial der Museen ist letztlich die entscheidende Ressource, die sie aus den Freizeitangeboten hervorhebt und die sie auch ein Stück weit vor nicht zu gewinnenden Konkurrenzkämpfen im kommerzialisierten Freizeitsektor bewahren kann.“²²¹ Diese Einschätzung von Bäumler ist vollkommen zu unterstreichen. Der Grat ist sehr schmal auf den sich Museen mit ihren marktkonformen Angeboten an Mitmach-Aktionen und historischen Inszenierungen, nicht selten in empfindlicher Nähe zu Themen- und Freizeitparks, begeben und so riskieren, den Bereich der Hochkultur zu verlassen. In der Folge „... wird die Öffentlichkeit keine Notwendigkeit zur umfassenden staatlichen Alimentierung mehr erkennen wollen“.²²²

Mit Blick auf die Kollektionen kritisiert Christian Feest, Direktor des Völkerkundemuseums in Wien, Museen dürfen „... die zentrale Rolle ihrer Sammlungen als strategische Ressource nicht aus den Augen verlieren. Das bedeutet einerseits, dass man nicht aus modischen Gründen durch eine Überdosis der ohnehin allgegenwärtigen und beliebig vervielfältigbaren ‚neuen Medien‘ die Wirkung auf ihrer Einzigartigkeit beruhenden dokumentarischen Sammlungsstücke gefährden sollte. Es bedeutet auch, dass man bei der Auswahl der zu behandelnden Themen an den Sammlungsbestand gebunden ist, der seiner Natur nach historisch und materiell ist.“²²³ Diese Auffassung steht nicht allein und ist in ihrer Haltung nur

²²⁰ Jieyan/Römer/Ge 2012, 28

²²¹ Bäumler 2004, 158

²²² Schulz 2001, 148

²²³ Feest 2005, 12, siehe dazu auch Korff 1998, 74

zu verständlich, den Wesenskern des Museums bewahren zu wollen. Die Sammlungen mit ihren gewachsenen Eigenheiten haben herausragende Bedeutung für die museale Arbeit, die angesichts der Nutzung neuer Medien nicht in den Hintergrund gedrängt werden darf. Zudem droht in der digitalen Bilderflut die *Aura des Originals* ins Abseits zu geraten, denn eine Abbildung kann niemals die Aussagekraft haben und alle Dimensionen eines originalen Sachzeugen erfahrbar machen. Die Aura ist nicht nur an die geschichtliche Zeugenschaft des Objektes gebunden, sie entzieht sich vollständig einer technischen Reproduzierbarkeit, da sie explizit auf dessen materiellem Dasein beruht.²²⁴ Dieser Effekt mag im Hinblick auf die Seh- und Wahrnehmungsgewohnheiten des medienaffinen Publikums weniger bedeutsam erschienen. Um jedoch die Spezifik von Museen in ihrer Rolle als Bewahrer des kulturellen Erbes stärker ins Bewusstsein zu rücken, ist es geboten, das Kulturgut selbst wieder in den Mittelpunkt zu stellen und konsequent aus dessen Perspektive zu denken und zu handeln.

An diese Sichtweise anknüpfend schlägt Belting vor, gerade die Andersartigkeit von Museen zu betonen und sie im Widerspruch zur heutigen Welt als einen Ort zu beschreiben, der den Sinn von Orten in bildhafter Weise rekonstruiert und neu begründet. Das Museum „... gleicht damit den allgemeinen Verlust von realen und körperlich erfahrbaren Orten aus, den wir in der Medienwelt und im *World Wide Web* erleiden.“²²⁵ Ähnlich argumentiert Günher Dembski, ehemaliger Präsident von ICOM-Österreich. Er sieht die einmalige Chance, der einer extremen Beschleunigung aller Lebensbereiche ausgesetzten Menschheit mit dem Museum den Mittelpunkt und ruhenden Pol zu zeigen und so zur Identitätsbewahrung beizutragen.²²⁶ Vielerorts ist es gelebte Praxis, dass Museen ihren Besuchern die Gelegenheit bieten, mit einzigartigen Kunstwerken und geschichtsträchtigen Kulturgütern unmittelbar, nicht virtuell, in Dialog zu treten, darüber zu reflektieren oder einfach zu genießen. Von stark frequentierten Blockbuster-Ausstellungen abgesehen besteht so die Möglichkeit, der Schnellebigkeit und Reizüberflutung der modernen Welt wenigstens zeitweise entfliehen zu können. Ob dieses Gegenmodell zur erlebnisorientierten Freizeiteinrichtung langfristig tragfähig ist und die Institution rechtfertigen hilft wird sich in der Zukunft erweisen.

Museen und vor allem die in ihnen aufbewahrte materialisierte Geschichte stellen einen Wert an sich dar und ihre Existenzberechtigung lässt sich keinesfalls auf Besucherzahlen und ökonomische Erfolge einengen. Vielmehr speist sich ihre Bedeutung für die Gesellschaft aus

²²⁴ Benjamin 1977, 13

²²⁵ Belting 2001, 31

²²⁶ Dembski 2001, 13

ihrer Tradition, aus den authentischen Musealien und der Breite der Aufgaben, die sie zu erfüllen haben. Auch künftig wird die Institution mit Kreativität und Engagement nach Wegen suchen, ihre Relevanz zu klären, die Attraktivität zu steigern und so ihren Platz in der Gesellschaft zu sichern. Die Nutzung vielfältiger Strategien mit individuell auf die jeweiligen Museen zugeschnittenen Konzepten weist hier in die richtige Richtung. Einen Königsweg kann es hier nicht geben. Offenheit, Beweglichkeit und Phantasie der Mitarbeiter in den Museen und letztlich auch Neugierde auf das Publikum sind dabei unverzichtbar. Wie erfolgreich die Einbeziehung partizipativer Elemente in die museale Arbeit trotz der geschilderten Gefahren und Risiken sein wird, muss sich erst noch beweisen. Bei allen Vorteilen, die zweifelsohne dieser neuartige Trend hinsichtlich der Anschlussfähigkeit an aktuelle Themen und Entwicklungen in der Gesellschaft hat, so warnen doch namhafte Museumskenner davor, dass die Institutionen mit ihrer deutlichen Ausrichtung hin zu mehr Marktorientierung mit all ihren Begleiterscheinungen in empfindliche Schiefelage geraten könne. Die eingangs geschilderten Herausforderungen wie veränderte Besuchererwartungen, mediale Anforderungen, Ökonomisierung und Globalisierung können nur dann befriedigend beantwortet werden, wenn bei aller Anpassung an neue Rahmenbedingungen die Gewichtung des Aufgabenspektrums von Museen – Sammeln, Forschen, Bewahren, Vermitteln – gleichmäßig ausbalanciert bleibt. Sicher können hier immer wieder Schwerpunkte gesetzt werden, aber um eine tragfähige Brücke in die Zukunft zu schlagen darf die Institution in ihrem Wesen nicht entkernt werden und ihre Identität nicht verlieren.

Schließen möchte ich mit einem Zitat von Bernd Wagner zur kulturellen Globalisierung, das sinngemäß übertragen auch auf das Museum heute zutreffend ist.

„Global – lokal, national – multikulturell, indigen – auswärtig sind nicht die zentralen Fragen für Kunst und Kultur, sondern inwiefern in ihnen Zuschauer und Zuhörer, Rezipienten und Akteure Anknüpfungspunkte für eigene Erfahrungen und Bedürfnisse finden, ob Themen angesprochen werden, die berühren und anregen und ob kulturelle Angebote neben Unterhaltung auch Nachdenklichkeit und Reflexion ermöglichen oder verhindern.“²²⁷

²²⁷ Wagner 2004, 191

6. Literatur und Quellen

AMBRUS 2002

Valer Ambrus, *Vom Neopositivismus zur nachanalytischen Philosophie. Die Entwicklung von Putnams Erkenntnistheorie*, Frankfurt/M. 2002

AMMANN 1999

Jean-Christoph Ammann, *Das „Guggenheim-Syndrom“*, in: Hilmar Hoffmann (Hrsg.), *Das Guggenheim Prinzip*, Köln 1999, S. 32-41

Auswärtiges Amt 2005

Vielfalt statt Einfalt – Muss die Kultur vor der Globalisierung geschützt werden?, in: Viertes Forum Globale Fragen vom 16.2.2005, in: <http://www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/385084/publicationFile/4364/ForumKompakt4-Vielfalt.pdf> (29.8.2012)

BÄUMLER 2004

Christine Bäuml, *Bildung und Unterhaltung im Museum. Das museale Selbstbild im Wandel*, Münster 2004

BECK 1997

Ulrich Beck, *Was ist Globalisierung?: Irrtümer des Globalismus - Antworten auf Globalisierung*, Frankfurt am Main 1997

BEIER-DE HAAN 2001

Rosmarie Beier-de Haan, *Post-national, trans-national, global? Zu Gegenwart und Perspektiven historischer Museen*, in: Hans-Martin Hinz (Hrsg.), *Das Museum als Global Village. Versuch einer Standortbestimmung am Beginn des 21. Jahrhunderts*, Frankfurt/M. 2001, S. 43-59

BELTING 2001

Hans Belting, *Das Museum als Medium*, in: Hans-Martin Hinz (Hrsg.), *Das Museum als Global Village. Versuch einer Standortbestimmung am Beginn des 21. Jahrhunderts*, Frankfurt/M. 2001, S. 25-37

BELTING / BUDDENSIEG 2009

Hans Belting und Andrea Buddensieg (Hrsg.), *The Global Art World. Audiences, Markets, and Museums*, in: ZKM | Karlsruhe, Ostfildern 2009

BELTING et al. 2011

Hans Belting, Jacob Birken, Andrea Buddensieg und Peter Weibel (Hrsg.), *Global Studies. Mapping Contemporary Art and Culture*, in: ZKM | Karlsruhe, Ostfildern 2011

BENJAMIN 1977

Walter Benjamin, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Frankfurt/M. 1977

BLANK 2001

Ralf Blank, *Professionelle Museumsarbeit und Internet. Zukunftsperspektiven und Standortfragen*, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Szenographie – Zur Zukunft der gestalteten Ausstellung*, Museumskunde Band 66 1/2001, S. 128-135

BÖRSCH-SUPAN 1993

Helmut Börsch-Supan, *Kunstmuseen in der Krise. Chancen, Gefährdungen, Aufgaben in den mageren Jahren*, München 1993

Bundeszentrale für politische Bildung 2012

Materialien zur Globalisierung, in: <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/> (7.9.2012)

DAUSKARDT 1995

Michael Dauskardt, *Haben unsere Museen noch eine Zukunft?*, in: AdR-Arbeitshefte, Heft 1/1995, S. 102-110

DAUSCHECK 2007

Anja Dauscheck, *Management als Museumsaufgabe*, in: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), Beilage zur Wochenzeitung "Das Parlament", Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), Berlin 49/2007, S. 20-26: <http://www.bpb.de/apuz/30067/management-als-museumsaufgabe?p=all> (19.12.2012)

DEMBSKI 2001

Günther Dembski, *Statement zur Eröffnung der ICOM-Tagung 2000 in Lindau*, in: Hans-Martin Hinz (Hrsg.), *Das Museum als Global Village. Versuch einer Standortbestimmung am Beginn des 21. Jahrhunderts*, Frankfurt/M. 2001, S. 12-14

Deutscher Museumsbund 2012

Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Medien für Museen – Mittel der Kommunikation und Vermittlung*, Museumskunde Band 77 1/2012

DORGERLOH et al. 2002

Annette Dorgerloh, Annelie Lütgens, Bernd Nicolai und Tilmann von Stockhausen (Hrsg.), *Museen im Zeitalter der Globalisierung*, in: Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaft. Mitteilungsorgan des Ulmer Vereins – Verband für Kunst und Kulturwissenschaft e.V., Heft 3/2002, Bochum 2002

DOLAK / MÜLLER-STRATEN 2009

Jan Dolak und Christian Müller-Straten, *The museum term: The long way from pretty adjusted description of unspecific function towards a scientific definition*, in: *Museum aktuell*, München Oktober 2009, Nr. 163, S. 24-28

ERICHSEN / HEINEMANN / JANIS 2007

Johannes Erichsen, Katharina Heinemann und Katrin Janis (Hrsg.), *Kaiserräume - Kaiserträume. Forschen und Restaurieren in der Bamberger Residenz*, Katalog zur Ausstellung vom 21.7. bis 14.10.2007 in der Neuen Residenz Bamberg, München 2007

FEEST 2005

Christian F. Feest, *Museen in der Krise? Wir wollen es hoffen!*, Geleitwort in: Dieter Kramer, *Alte Schätze und neue Weltansichten. Museen als Orientierungshilfe in der Globalisierung*, Frankfurt/M. 2005, S. 11-13

FÖESTER 2002

Kurt W. Förster, „*Alle Dinge auf Erden wahrzunehmen wie nie zuvor*“, in: Annette Dorgerloh et al. (Hrsg.), *Museen im Zeitalter der Globalisierung*, in: *Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaft. Mitteilungsorgan des Ulmer Vereins – Verband für Kunst und Kulturwissenschaft e.V.*, Heft 3/2002, Bochum 2002, S. 5-8

GALL 1997

Lothar Gall, *Europa auf dem Weg in die Moderne 1850-1890*, in der Reihe: Oldenbourg Grundriss der Geschichte, hrsg. von Joachim Bleicken, Lothar Gall und Hermann Jakobs, Bd. 14, München 1997

GERCHOW / GESSER / JANELLI 2012

Jan Gerchow, Susanne Gesser und Angela Jannelli, *Nicht von gestern! Das historische Museum frankfurt wird zum Stadtmuseum für das 21. Jahrhundert*, in: Susanne Gesser et al. (Hrsg.), *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content*, Bielefeld 2012, 22-32

GERLACH-MARCH 2010

Rita Gerlach-March, *Kulturfinanzierung*, Wiesbaden 2010

GESSER et al. 2012

Susanne Gesser, Martin Handschin, Angela Jannelli und Sibylle Lichtensteiger (Hrsg.), *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content*, Bielefeld 2012

GLIEWE 2002

Gert Gliewe, *Facelifting mit Tradition. Chris Dercon: Das sind seine Pläne für das Haus der Kunst*, in: *Abendzeitung München* vom 26.9.2002

GOLD et al. 2007

Helmut Gold, Gundula Bavendamm und Benedikt Burkard, *Globalisierung 2.0*, Ausstellungskatalog der Museumsstiftung Post und Telekommunikation, Frankfurt 2007

GRAF / RODEKAMP 2012

Bernhard Graf und Volker Rodekamp (Hrsg.), *Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen*, Berlin 2012

GRAFF 2012

Bernd Graff, *Das Echo der Geschwätzigkeit. Die Aufmerksamkeit für die analoge Gegenwart lässt immer mehr nach, weil der Mensch nur noch digital um sich kreist*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 22./23. Dezember 2012

GRIEFAHN 2001

Monika Griefahn, *Anmerkungen zur Szenographie. Zur Rolle von Ausstellungen und Museen im 21. Jahrhundert*, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Szenographie – Zur Zukunft der gestalteten Ausstellung*, *Museumskunde* Band 66 1/2001, S. 9-12

HABSBURG-LOTHRINGEN 2012

Bettina Habsburg-Lothringen (Hrsg.), *Dauerausstellungen. Schlaglichter auf ein Format*, Bielefeld 2012

HANIK / WAGNER 2004

Karin Hanika und Bernd Wagner (Hrsg.), *Kulturelle Globalisierung und regionale Identität. Beiträge zum kulturpolitischen Diskurs*, Dokumentation des Kulturpolitischen Kongresses vom 5. bis 7. September 2002 in Ludwigsburg, Bonn 2004

HINZ 2001

Hans-Martin Hinz (Hrsg.), *Das Museum als Global Village. Versuch einer Standortbestimmung am Beginn des 21. Jahrhunderts*, Frankfurt/M. 2001

HOFFMANN 1999

Hilmar Hoffmann (Hrsg.), *Das Guggenheim Prinzip*, Köln 1999

Institut für Museumsforschung 2010

Institut für Museumsforschung, *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2009*, Heft 64, Berlin 2010

JANIS 1999

Katrin Janis, *Das internationale Ausstellungskarussell und die Erhaltung von Kunst- und Kulturgütern. Eine Bestandsaufnahme aus restauratorischer Perspektive*, in: Kölner Museumsbulletin. Berichte und Forschungen aus den Museen der Stadt Köln, Heft 2, Köln 1999, S. 34-43

JANIS 2005

Katrin Janis, *Die Gratwanderung zwischen der Bewahrung denkmalgeschützter Schlösser und ihrer Nutzung für kommerzielle Zwecke*, in: Zeitschrift für Kunsttechnologie und Konservierung, Heft 1/2005, Worms 2005, S. 49-58.

JIEYAN / RÖMER / GE 2012

Gu Jieyan, Daniel Römer und Xin Ge, *Medieneinsatz in chinesischen Technik und Naturkundemuseen*, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Medien für Museen – Mittel der Kommunikation und Vermittlung*, Museumskunde Band 77 1/2012, S. 25-32

JUROLA 2012

Leenu Juurola, *Das Mobilspiel TekGame als Teil des Lern- und Erlebnisorts Museum*, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Medien für Museen – Mittel der Kommunikation und Vermittlung*, Museumskunde Band 77 1/2012, S. 19-24

KAEBELMANN 2012

Iris Kaebelmann, *Installation, Interaktion und Information: Neue Medien im Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt*, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Medien für Museen – Mittel der Kommunikation und Vermittlung*, Museumskunde Band 77 1/2012, S. 14-18

KEMP 1997

Wolfgang Kemp, *Kunst wird gesammelt*, in: Werner Busch (Hrsg.), *Funkkolleg Kunst. Eine Geschichte der Kunst im Wandel ihrer Funktionen*, München 1997, S. 185-204

KIER / ZEHNDER 1995

Hiltrud Kier und Frank Günter Zehnder (Hrsg.), *Lust und Verlust. Kölner Sammler zwischen Trikolore und Preußenadler* [Ausstellungskatalog], Köln 1995

KLEIN 1995

Hans-Joachim Klein, *Die Rolle der Besucherforschung beim Medieneinsatz und interaktiven Ausstellungen*, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Museumskunde* Band 60 1995, S. 116

KLEINSTEUBER 2004

Hans J. Kleinsteuber, *Weltkulturen zwischen Glokalität und Transkulturalität*, in: Karin Hanika und Bernd Wagner (Hrsg.), *Kulturelle Globalisierung und regionale Identität. Beiträge zum kulturpolitischen Diskurs, Dokumentation des Kulturpolitischen Kongresses vom 5. bis 7. September 2002 in Ludwigsburg*, Bonn 2004, S. 64-84

Kölnmesse 2007

Kölnmesse (Hrsg.), *Museen und Kulturerbe in einer globalisierten Welt*, München 2007

KÖCHER / BRUTTEL 2011

Renate Köcher und Oliver Bruttel, *Social Media, IT & Society 2011*, 1. Infosys-Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach, abzurufen unter: <http://www.infosys.com/german/newsroom/press-releases/documents/social-media-it-society2011.pdf> (20.6.2012)

KORFF 1993

Gottfried Korff, *Paradigmenwechsel im Museum? Überlegungen aus Anlass des 20jährigen Bestehens des Werkbund-Archivs*, Vortrag gehalten am 27. Mai 1993 im Martin-Gropius-Bau, in: http://www.museumderdinge.de/institution/selbstbild_fremdbild/g_korff.php (12.8.2013)

KORFF 1998

Gottfried Korff, *Die Sicht der kulturhistorischen Ausstellung*, in: *Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz* (Hrsg.), *Deutsche Museen im Internet. Explorative Studie und Tagungsbericht anlässlich des Workshops „Museumsbesuch im Multimedia-Zeitalter im Auftrag der Stiftung Volkswagenwerk*, Nr. 13, Oktober 1998, S. 72-75

KRAMER 2005

Dieter Kramer, *Alte Schätze und neue Weltsichten. Museen als Orientierungshilfe in der Globalisierung*, Frankfurt/M. 2005

Lexikon der Kunst in 7 Bänden, Leipzig 1987 bis 1994

MAERZ 2002

Aislinn Maerz, *Das Phänomen Guggenheim – eine Einführung*, in: Annette Dorgerloh et al. (Hrsg.), *Museen im Zeitalter der Globalisierung*, in: *Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaft. Mitteilungsorgan des Ulmer Vereins – Verband für Kunst und Kulturwissenschaft e.V.*, Heft 3/2002, Bochum 2002, S. 14-23

MAIER-SOLGK 2008

Frank Maier-Solgk, *Neue Museen in Europa. Kultorte für das 21. Jahrhundert*, München 2008

MARX 1848

Karl Marx, *Manifest der kommunistischen Partei*, 1848, MEW 4, in: http://www.mlwerke.de/me/me04/me04_459.htm (31.6.2013)

MEIJER-VAN MENSCH 2012

Léontine Meijer-van Mensch, *Von Zielgruppen zu Communities. Ein Plädoyer für das Museum als Agora einer vielschichtigen Constituent Community*, in: Susanne Gesser et al. (Hrsg.), *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content*, Bielefeld 2012, S. 86-94

MÜLLER-STRATEN 2011

Christian Müller-Straten, *Botanische Gärten aus Sicht der Museologie*, in: *Museum aktuell*, München Juni 2011 Nr. 181, S. 43-47

Museum aktuell

Zeitschrift für Ausstellungspraxis und Museologie im deutschsprachigen Raum, München, diverse Jahrgänge

NASSEHI 2010

Armin Nassehi, *Mit dem Taxi durch die Gesellschaft. Soziologische Storys*, Hamburg 2010

NOHLEN 2001

Dieter Nohlen, *Globalisierung*, in: *Kleines Lexikon der Politik*, München 2001, S.181

NOSCHKA-ROSS 2012

Annette Noschka-Ross, *Vermitteln. Bildung als Auftrag*, in: Bernhard Graf und Volker Rodekamp (Hrsg.), *Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen*, Berlin 2012, S. 163-182

ODDING 2012

Arnoud Oding, *Das disruptive Museum als Netzwerk-Museum*, in: Susanne Gesser et al. (Hrsg.), *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content*, Bielefeld 2012, S. 74-85

OSTERHAMMEL / PETERSSON 2007

Jürgen Osterhammel und Niels Petersson, *Geschichte der Globalisierung: Dimensionen, Prozesse, Epochen*, München 2003

OSTERHAMMEL 2007

Jürgen Osterhammel, *Wann fing die Globalisierung an?*, in: Helmut Gold et al. (Hrsg.), *Globalisierung 2.0*, Frankfurt a. M.: Museumstiftung Post und Telekommunikation [Ausstellungskatalog] 2007, S. 18-26

OSTERHAMMEL 2009

Jürgen Osterhammel, *Kolonialismus. Geschichte, Formen, Folgen*, München 2009

OSTERHAMMEL 2011

Jürgen Osterhammel, *Die Verwandlung der Welt. Eine Geschichte des 19. Jahrhunderts*, München 2009 (Sonderausgabe 2011)

PREYER 2007

Gerhard Preyer, *Kulturelle Globalisierung und die europäische Identität und Kultur* (Vortrag bei philoSOPHIA-Marburg, gehalten am 15.2.2007), abzurufen unter: http://www.philosophia-online.de/mafo/heft2007-2/Prey_GloK.pdf (15.6.2012)

PRÖSEL 2000

Martin Prösel, *Museen: Akteure im Globalisierungsprozess*, in: Rosmarie Beier (Hrsg.), *Geschichtskultur in der Zweiten Moderne*, Frankfurt am Main 2000, S. 325-343

RODEKAMP 2012

Volker Rodekamp, *Vorwort*, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Medien für Museen – Mittel der Kommunikation und Vermittlung*, *Museumskunde* Band 77 1/2012, S. 5-6

RÖSSLER 2004

Martin Rössler, *Völkerkunde und völkerkundliches Museum: Neue Herausforderungen im Zeitalter der Globalisierung*, in: *Kölner Museumsbulletin, Berichte und Forschungen aus den Museen der Stadt Köln*, Heft 3, Köln 2004, S. 25-30

ROTH 2002

Martin Roth, *Vier Eckpunkte der Kultur- und Museumspolitik: eine Quadratur des Kreises*, in: Annette Dorgerloh et al. (Hrsg.), *Museen im Zeitalter der Globalisierung*, in: *Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaft. Mitteilungsorgan des Ulmer Vereins – Verband für Kunst und Kulturwissenschaft e.V.*, Heft 3/2002, Bochum 2002, S. 9-13

SANDEL 2012

Michael J. Sandel, *Was man für Geld nicht kaufen kann. Die moralischen Grenzen des Marktes*, Berlin 2012

SCHMIDT 2006

Helmut Schmidt, *Globalisierung: Politische, ökonomische und kulturelle Herausforderungen*, Stuttgart 2006

SCHULZ 2001

Bernhard Schulz, *Das Museum in der Zeitenwende: Eine Standortbestimmung*, in: Hans-Martin Hinz (Hrsg.), *Das Museum als Global Village. Versuch einer Standortbestimmung am Beginn des 21. Jahrhunderts*, Frankfurt/M. 2001, S. 143-155

SIMON 2012

Nina Simon, *Das partizipative Museum*, in: Susanne Gesser et al. (Hrsg.), *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content*, Bielefeld 2012, S. 95-108

SLOTERDIJK 2005

Peter Sloterdijk, *Vielfalt statt Einfalt – Muss die Kultur vor der Globalisierung geschützt werden?*, in: *Viertes Forum Globale Fragen vom 16.2.2005 (Eröffnungsvortrag)*, in: <http://www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/385084/publicationFile/4364/ForumKompakt4-Vielfalt.pdf> (29.8.2012)

THIESEN 2012

Helene Thiesen, *Unsere Geschichte reloaded. Medieneinsatz in der neu gestalteten Ausstellung im Haus der Geschichte*, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Medien für Museen – Mittel der Kommunikation und Vermittlung*, *Museumskunde* Band 77 1/2012, S. 8-13

VOGELSANG 2012

Axel Vogelsang, *The Revolution Will Be Televised: Social Media und das partizipative Museum*, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), *Medien für Museen – Mittel der Kommunikation und Vermittlung*, Museumskunde Band 77 1/2012, S. 33-38

WAGNER 2002

Bernd Wagner, *Kulturelle Globalisierung. Von Goethes „Weltliteratur“ zu den weltweiten Teletubbies*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ)*, Beilage zur Wochenzeitung "Das Parlament", Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), Berlin 12/2002, S. 10-18

WAGNER 2004

Bernd Wagner, *Globalisierung und Kultur – globale Kultur*, in: Karin Hanika und Bernd Wagner (Hrsg.), *Kulturelle Globalisierung und regionale Identität. Beiträge zum kulturpolitischen Diskurs*, Dokumentation des Kulturpolitischen Kongresses vom 5. bis 7. September 2002 in Ludwigsburg, Bonn 2004, S. 179-192

WAIDACHER 1999

Friedrich Waidacher, *Handbuch der Allgemeinen Museologie*, Wien, Köln, Weimar 1999

WEIBEL 2007

Peter Weibel, *Das Museum im Zeitalter von Web 2.0*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ)*, Beilage zur Wochenzeitung "Das Parlament", Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), Berlin 49/2007, S. 3-6: <http://www.bpb.de/apuz/30067/management-als-museumsaufgabe?p=all> (19.12.2012)

WINTZERITH 2006

Stephanie Wintzerith, *Interkulturalität als Institutionalisierungsprozess dargestellt am Beispiel internationaler Kooperation und interkultureller Verflechtungen der Museen in Mitteleuropa*, Dissertation an der Universität Karlsruhe (TH), 2006, Internetveröffentlichung: <http://d-nb.info/1002401062/34> (25.5.2012)

WITTGENS 2005

Laura Wittgens, *Besucherorientierung und Besucherbindung in Museen. Eine empirische Untersuchung am Fallbeispiel der Akademie der Staatlichen Museen zu Berlin*, in: *Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde der Staatlichen Museen zu Berlin*, Nr. 33, Berlin 2005

ZEIGER 2006

Mimi Zeiger, *MUSEEN HEUTE. Neue Häuser für die Kunst*, München 2006

