

MUSEUM AKTUELL

Die aktuelle Fachzeitschrift für die deutschsprachige Museumswelt
B11684 ISSN 1433-3848 Nr. 246



Anzeige

Zeutschel ScanStudio – Das All-in-One-System für die Digitalisierungsaufgaben in Museen, Bibliotheken und Archiven.

„Digitalisierung“, Folge 1



„I don't wanna be your friend on Facebook“ steht bei uns seit Jahren an eine Schulwand gesprüht.

Ob der Sprayer wohl das Geschäftsmodell von Facebook kannte? Es scheint mittlerweile, daß von einigen großen sozialen Netzwerken der Lack ab ist, man lese nur einmal die deutlichen Warnungen auf Wikipedia zu Instagram, Facebook oder LinkedIn. Facebook und Twitter sind die Hauptverbreitungsmedien für Fake News, und der Krieg der Sterne bricht jetzt erst richtig los („#Delete Facebook“), die europäischen Finanzpolitiker überlegen eine umsatzbasierte Quellensteuer auf die großen sozialen Netzwerke als Reaktion auf Trumps Steuerpläne. Wenn Fake News von diesen Medien weiter verbreitet werden, um die Menschen zu verwirren und Umstürze herbeizuführen, statt wichtiger Einsichten und Diskussionen Tweet-ups in Belanglosigkeit versenden, in Anonymität oder Aliassen alles erlaubt ist, die Follower abbröckeln und neue Netzwerke kaum mehr zu derartigen Datenkraken heranreifen wie Twitter oder Facebook, wenn die neue Staatsministerin „für Digitales“ als erstes mal Autozulassungen und Wohnsitzänderungen digital erledigt haben möchte, dann wird deutlich, daß nicht alles Digitale glänzt. Mehr und mehr Menschen erkennen jedenfalls, daß das übereifrige Digitalplappern sie daran hindert, den Kopf für die wirklich wichtigen Dinge des Lebens freizuhaben und gut gemachtes Gatekeeping eine echte Hilfe ist.

Dies ist jedoch nur ein Aspekt unter vielen, die unter dem Oberbegriff der sog. Digitalisierung „verhandelt werden“. Diese und weitere Ausgaben in diesem Jahr besonders dieses Themas annehmen. Ziel ist, Museen und ihre Mitarbeiter in selbstbestimmtem Handeln zu unterstützen, also ihnen die Entscheidung zu erleichtern, welche Digitalisierung sie eigentlich wollen.

Museen müssen jedenfalls außerdem endlich wieder mit soviel Geld ausgestattet werden, daß sie die Digitalisierung der Objektdaten abschließen und kritisch überarbeiten können, und auch in der Lage sind, zeitgemäß Wissen unterhaltsam digital zu vermitteln, ihre Objektdatenbanken übers Internet zu öffnen, digital forschen zu können (nicht nur in Provenienz- und Restitutionsfragen) und den Besuchern das Zurechtfinden in und um das Museum zu erleichtern.

Adelheid Straten

Inhalt

- 4 Nachrichten aus der Museumswelt
- 6 Literatur
- 7 Namen
- 33 AutorInnen; Impressum
- 34 Wichtige Ausstellungen

Digitalisierung die erste

- 9 **Lutz Boden**
Digitalisierung im Museum – Fluch oder Segen?
- 15 **Andreas Vogel**
Zur Zukunft der Vermittlungsarbeit von Museen
- 20 **Ronald Liebermann**
Ein Multimediaguide finanziert sich selbst
- 22 **Christian Müller-Straten**
Digitale Datenbanken in Museen und wissenschaftlicher Fortschritt

Museen der Zukunft

- 22 **Michael Stanic**
Future museums, Teil 3

Zum Titelbild:

Das Zeutschel ScanStudio vereint das Beste aus zwei Welten – die Welt der Studiofotografie mit der Welt professioneller Scanner.

Jedes perfekte Bild benötigt die richtige Beleuchtung. Das Zeutschel ScanStudio verwendet kein Blitzlicht, sondern das spezielle Beleuchtungssystem Zeutschel ErgoLED mit zwei LED-Lampen, die flexibel eingestellt und reguliert werden können. Die Ausleuchtung der Vorlage findet ‚über Kreuz‘ statt, wodurch sich zum Beispiel Schatten im Buchfalz oder Schlagschatten auf Münzprägungen verhindern lassen.

Das vorlagen-schonende ErgoLED-Beleuchtungssystem bietet eine blendfreie Lichtführung und damit ergonomische Bedienung für Ihre wertvollen Vorlagen. Für die Einstellarbeiten erfolgt der Betrieb mit gedimmtem Licht. Nur für die Belichtung der Vorlage wird die Beleuchtungsstärke kurz erhöht und sofort danach wieder auf die Einstellhelligkeit heruntergefahren.

Horst Schmeißing
Vertriebsleiter Zeutschel GmbH
Heerweg 2, 72070 Tübingen
T. 07071-970623, Fax. 07071-970644
horst.schmeissing@zeutschel.de

Anzeige



Michael Stanic

Future museums, Teil 3

Im ersten Beitrag zu „Future Museums“ ging es um die Idee, Roboter in Museen einzusetzen, vor allem in archäologischen Sammlungen. Dadurch könnten die kommenden oder zu renovierenden Museen und die Depotbestände immer wieder anders präsentiert werden. Für geplante Museumsbauten, insbesondere in den vorstädtischen und ländlichen Regionen, ergeben sich zusätzlich Möglichkeiten, Bauflächen zu reduzieren sowie Kosten zu sparen. Mithilfe speziell entwickelter Roboter, die Ausstellungsobjekte zwischen dem Museum und den Schaudspots transportieren, gelänge es schnell, themenbezogene Ausstellungen zu konzipieren, was heute kaum möglich ist.

Zeitgemäßere Dependancen der großen hauptstädtischen Museen und neue Museen in renovierten Stadtvierteln oder Neubaugebieten standen im Mittelpunkt des zweiten Beitrags. Nicht zu vergessen die für zukünftige Museen angedachten Crossover- und Interimslösungen, da mit ihnen zusätzliche interessante Museumskategorien für ein größeres Publikum bzw. neue Schichten möglich sind, die bisher eher selten in Museen gehen. Wir können beobachten, daß Museen, Theater, Bibliotheken, Auditorien mit Kinos immer mehr zu eigenen Kunstvierteln verschmelzen. Zukünftig wird das meist noch konservative, eher schulisch orientierte Museum des Bildungspublikums „breiter aufgestellt“ werden müssen, um in der größer werdenden multikulturellen Konsumgesellschaft zu überleben. Das bedeutet jedoch nicht, daß Museen ihre Qualität dieser Entwicklung opfern müssen, sondern sie sollten diese nur anders und besser verkaufen. Unumgänglich ist jedoch eine tiefgreifende Verbesserung der Infrastruktur und der Servicefreundlichkeit nahezu aller Museen.

„Wellness“, Komfort, Service und Dienstleistungen in heutigen und in zukünftigen Museen

Wenn sich Museen in einer Krise befinden, so einschlägige Berichte und Meinungen, mag dies verschiedene Gründe haben. Hier wollen wir weder die allgegenwärtigen finanziellen Nöte, baulichen Fragen, gesetzlichen Vorschriften, juristischen Problemeerwägen, sondern einmal fragen, wie es den Gästen in den verschiedenen Museen ergeht. Sich darüber Gedanken zu machen, ist eher ungewöhnlich und selten, vor allem, wenn Fachleute über die Zukunft der Museen nachdenken, um Konzepte oder Prognosen zu erarbeiten. Warum besucht der Gast sie überhaupt, bereitet sich mit Fachliteratur vor, studiert das Internet, wartet gelegentlich

einige Zeit bis zum Einlaß, zahlt nicht immer günstige Eintritte, konsumiert Speisen und Getränke in den dortigen Cafes, nimmt die Mühe der Anfahrt in Kauf, geht im Museum lange Wege, findet selten ansprechende und freie Sitzgelegenheiten, erlebt ungewöhnliche Licht-, und Klimaverhältnisse, und ist bisweilen mit lauten Gruppenführungen konfrontiert. Auch gut geschulte freundliche und mehrsprachliche Mitarbeiter sind eher die Ausnahme, nicht zu sprechen von ihrer zumindest minimalen Qualifikation für diese nicht immer einfache Arbeit. Ebenso rar sind professionelle Marketingagenturen, die sich schon in der Planungsphase gezielt mit derartigen Fragen auseinandersetzen und Antworten finden, die dann Architekten und Betreiber konsequent realisieren. Im Mittelpunkt aller Museen steht neben Exponaten, Kunstwerk und KünstlerIn der Museumsgast: „Der Gast ist König“, oder er könnte es zumindest sein. Zu ihm gehören sein Alter, sein sozialer Hintergrund, seine Wünsche, Erwartungen und insbesondere seine persönlichen Gefühle, um die es beim bei der Wahrnehmung und gedanklichen Verarbeitung des Ausgestellten geht. Dieses Ziel muß in der Zukunft im Fokus der Museumsarbeit stehen. Die weiteren Problemkreise und Fragen sind hier zunächst sekundär. Der Museumsbau selbst mag noch so teuer, exklusiv und kühn wirken. So lange jedoch die manchen trivial erscheinenden Fragen, wie oben angedeutet, nicht einvernehmlich geklärt und umgesetzt wurden, macht der wunderbarste Museumsbau großer Stararchitekten wenig Sinn.

Paradigmatische Erfahrungen, 1: das Café Klenze in der Alten Pinakothek

Nach zwei Stunden in den gut gefüllten Sälen der Münchner Pinakothek und aufgrund der wenigen Bänke schon etwas müde, betraten wir das kleine Cafe, um einen dort wartenden Freund zu treffen. Die am Eingang Wartenden blockierten wie eine Mauer mit ihren Mänteln und Taschen, die sie bereits aus der Garderobe geholt hatten, den Zutritt zum Café. All diese Menschen standen an, um eine Bestellung aufzugeben, denn das Café hat keine Bedienung. Der Tresen verengt den Eingangsbereich, und das gereizte Personal arbeitete gezielt langsam, da es überhaupt keine freien Plätze mehr gab. Zwischen den Tischen kamen sie auch nicht mehr zum Abräumen durch. Über sich verhakende Taschen strachelnd gelang uns schließlich der Durchbruch zu einem frei werdenden Tisch. Neben den glücklichen Gästen, die einen Platz erkämpft hatten, sahen wir auf einigen Stühlen, unter und auf den zu kleinen Tischchen jene Dinge, die sich zuvor noch im Garderobenraum oder im Museumsshop befunden



Trotz enorm viel Platz in der Eingangshalle nebenan herrscht hier befremdliche Enge und Gereiztheit bei Hochbetrieb: Das Café Klenze in der Alten Pinakothek München. Im Hintergrund die kleine Theke und Küche. Quelle: Wikimedia Commons/Mattes

hatten. Weiter hinten, umringt von zum Ausgang Drängelnden, erkannten wir unseren Freund, der, um auf sich aufmerksam zu machen, mit seiner zusammenge-rollten Zeitung winkte, was seinen Nachbarn anscheinend nicht gefiel. Der Weg zu ihm über am Boden liegende Taschen war nicht einfach. Wie ein Gladiator hatte er unsere Plätze freigehalten: um endlich Platz zu nehmen, mußten wir uns zwischen viel zu eng aufgestellten Möbeln hindurchzwängen. An eine Bestellung war aber ebenso wenig zu denken wie an einen Abstecher zum WC. Dort spielte sich Ähnliches ab wie vor dem Tresen, da sich auch vor diesen eine Warteschlange gebildet hatte. Da es schon dämmerte, wäre uns Männern der „Notausgang“ in die Büsche im matschigen Museumspark geblieben, oder die Neue Pinakothek, bei der es jedoch ähnlich zuging. Doch soweit mußte es nicht kommen, denn zum Glück sah es im nahen Lenbachhaus in jeder Beziehung besser aus: Freie Toiletten und Plätze mit einem schönen Blick auf die erleuchteten Propyläen. Die Frage, warum es in der Alten Pinakothek kein so ansprechendes Café wie hier gibt, konnte uns niemand beantworten. Dafür gibt es in der Alten Pinakothek eine riesige, in ihrer Kubatur ungenutzte Eingangshalle...

Eine Zielstellung zukünftiger Museen könnte besser beschrieben werden, wenn man sie mit historischen Luxushotels vergleicht. Sie wurden einst von renom-

mierte Architekten zunächst als noble Residenzen der Aristokratie errichtet, dann zu mondänen Hotels des Bürgertums umgebaut, weil sie der Lärm und die Beengtheit der wachsenden Städte störte. Sieht der Interessierte allerdings näher hin, so besitzen einige von ihnen in gewisser Hinsicht den Charakter eines kulturgeschichtlichen Museums, in dem die Architektur beeindruckt, und auch die reichen Innenausstattungen und wertvollen Kunst- und Bildersammlungen, die teilweise durchaus in Museen hängen könnten. In diesen Hotels ist es im Gegensatz zu Museen möglich, die vorhandene Kunst in Ruhe, bei einem Kaffee, im eleganten Foyer zu genießen, damit vergleichbar heutigen Großbuchhandlungen mit integrierten Cafés, wie es sie z.B. in Augsburg und Regensburg gibt. Die gepflegte, meist im Stil der Zeit erneuerte Infrastruktur, der höfliche Service sowie das gesamte Ambiente strahlen zudem etwas aus, was sich Museumsbesucher wünschen, wenn auch in reduzierter Form. Auch moderne Kreuzfahrtschiffe können viele Anregungen geben. Wie die besseren Hotels offerieren sie in den verschiedenen Klassen einen überragenden Service und unzählige perfekte Dienstleistungen, die in einigen Teilbereichen sicherlich ein guter Ansporn für Museen wären, damit sich deren Gäste wohlfühlen und vor allem, im Sinn einer effektiven Kundenbindung, auch wiederkommen. Daß Kreuzfahrtschiffe oder Luxushotels eine gelungene spektakuläre Architektur sowie eine gehobene zeitgemäße Inneneinrichtung besitzen, ist unstrittig; die Gäste erwarten dies. Daß viele Redereien qualitativ hochwertige Kunstobjekte und Bilder für ihre Schiffe bzw. für einige ausgesuchte Decks und Salons erwerben, versteht sich von selbst.



Schlichte Hängung, gefällige Werke: das Angebot in Kreuzfahrtschiffen (hier die AIDA) sollte Museen zu denken geben. Rechts der elegant geschwungene Verkaufstresen. © AIDA Cruises

Das Zukunftsmuseum steht vor der schwierigen Herausforderung, zwei Aufgaben, nämlich die einer zeitgemäßen Bildungseinrichtung mit den Vorzügen der modernen Dienstleistungsindustrie, ob im Hotel oder auf hoher See, gekonnt, effektiv und mit Gefühl miteinander zu verbinden. Ziel ist, eine unverwechselbare Marke „Museum“ zu schaffen, die nicht mehr den Geruch und die Aura des 19. oder 20. Jh. ausstrahlt. Ferner darf der klassische Bildungsgedanke nicht so offensichtlich herausgestellt werden wie bisher. Anderer-

seits darf es sich dem zunehmenden Bildungsverlust nicht zu sehr anpassen, sonst muß das Museum noch eines Tages lesen und schreiben beibringen. Sein Hauptziel sollte geschickter verpackt, vielleicht sogar etwas versteckt werden, sonst besteht die bekannte Gefahr des intellektuell verbrämten Wettbewerbs mit Schule oder Universität. Dadurch fühlten sich viele Menschen ausgegrenzt, was dem Museum sicherlich kaum dient. Vielleicht ist das ehrliche Stellen „naiver“ und kindlicher Fragen gerade in der modernen Kunst interessanter, als der für notwendig erachtete, alte Lernbalast, der kaum weiterhilft, Kunst wirklich zu verstehen.

Dadurch hielte sich zudem das bürgerlich-biedermeierliche Peinlichkeitsempfinden in Grenzen, das der Avantgarde ohnehin fremd ist. Sie benötigt keine Kompetenzmaske. Auch im Luxushotel und im Kreuzfahrtschiff verkehren bisweilen unterschiedliche Schichten zusammen oder in zwei Klassen aufgeteilt. Der dortige öffentliche Raum jedoch gehört wie in einer Stadt allen; Kleider machen hier Leute und der Wechsel von einer Seite zu anderen, bzw. von unten nach oben, bleibt offen. Diese Idee zumindest gedanklich zu begreifen und wo möglich umzusetzen, wäre eine essentielle Aufgabe zukünftiger Museen. Ihr Marketing müßte verbessert werden und heutigen Leitbildern subtiler folgen.

Daß das Museum wie Oper oder Theater bisweilen als elitäre Einrichtungen gelten, steht nicht an ihren Fassaden, sondern liegt an dem schweren unsichtbaren Gepäck, das ihre Besucher nicht an der Garderobe abgeben können. Elitäre teure Mode kann nahezu jeder

erwerben. Ob und wie er sie wo vorführt, bleibt ihm überlassen, auch die Reaktion der Anderen.

Bekannte Ausnahmen dieser bisweilen als elitär empfundenen Kunstmuseen und Galerien sind Automuseen oder vergleichbare technisch orientierte Sammlungen. Hier glauben viele, wie am Stammtisch, mitreden zu dürfen, und sie haben vor dem Museum kaum Hemmungen oder Angst, ihren wahren Status preiszugeben oder sogar zu verlieren. Wenn Automuseen mit Auslieferungszentren verbunden sind, schwinden alle Bedenken, weil der Gast, nun zum Kunden geworden, in einer anderen emotionalen Situation weilt und ihn zudem geschulte und freundliche Mitarbeiter umringen. Das Automuseum entwickelt sich zu einem positiven Erlebnisort, und viele Besucher kehren gerne, auch ohne die Übernahme eines Neuwagens, oft zurück. Zudem erfahren Kinder hier eine positive Prägung in Sachen Auto und Museum. Ähnliche Erlebnisse bieten private Sportmuseen (wie beim HSV, Schalke oder FC Bayern) oder das kleinere Rockmuseums im Münchner Olympiaturm. Dort genießt der Gast das zusätzliche Erlebnis eines Fernblicks in einer einzigartigen gastronomischen Umgebung.

Was könnten kommunale und staatliche Museen aus diesen Vergleichen lernen, um morgen für weitere Schichten oder Bürger attraktiver und beliebter zu sein als bisher? An erster Stelle stünde der klare Wille, emotionale Methoden zu finden, die das Museum eher unbewußt an den Gast binden, authentisch sind und eine gewisse Art von „Heimat“ suggerieren. Dafür gibt es in der Psychologie der modernen Werbeindustrie genügend Hilfsmittel oder raffinierte Tricks. Das Muse-



Dies ist nicht das Stadtmuseum von Brixen, sondern das gemütliche und wohnliche Hotel Elephant in Brixen, Südtirol. Foto: Hotel

um, das Haus selbst, sein Programm und insbesondere seine Mitarbeiter repräsentieren wie in Luxushotels oder Luxusliner eine unverwechselbare Marke, einen wieder erkennbaren Stil und eine bestimmte Haltung, vielleicht sympathische Eigenheiten des wichtigen Stammpersonals, das die Bindungen ans Haus stärkt.

Das zweite Heraus- oder Alleinstellungsmerkmal von Produkten liegt im weitesten Sinn auf der Ebene der gesamten „Verpackung“ sowie des CI, das Otto Wagner wegweisend für seine Gebäude in Wien begründete. Dazu gehören die Inneneinrichtungen, Möbel, Lampen, Materialien, Logos etc., wie sie bei gehobeneren Hotelketten, Reedereien, Airlines oder bei exklusiven Modelabels zu finden sind. Sie alle verkaufen und bewerben eigene Stile, Werte und Weltanschauungen, sind authentisch, so wie auch das Museum Werte, Schönheit, Exklusivität und Unverwechselbares anbietet. Der Gast „muß“ nur daran glauben und überzeugt werden, daß ihm seine Wahl Vorteile bringt. Früher sagte ein „Bonmot“: „mein Dorf, meine Kirche und mein Wirtshaus“; morgen könnte es lauten: „mein Museum, mein Museumscafé, mein Museumsstammtisch, unsere öffentliche Museumspiazza“. Museal weiterentwickelt, hieße die Zielidentifikation dann folglich: „mein Bild, meine Skulptur und unsere Installation“. Schließlich verdankt die Institution Museum ihre Existenz auch unser aller Steuern, Abgaben und Eintrittseinnahmen.

Eines darf das morgige Museum allerdings nicht mehr sein: Eine Art „Bilderfestung“ mit den eitlen Direktoren, mächtigen Staatsbeamten und mitwirkenden Hausmeistern, die über das „Wohl und Wehe“ ihrer Residenz entscheiden und bestimmen, was der zahlende Gast wann, wie und warum sehen darf oder nicht. Mäntel und Taschen lassen Besucher dieser Forts besser im Auto, gehen vor dem Besuch irgendwo gepflegt essen und vorsorglich auf die dortigen WCs, erwerben die Eintrittskarte schon zuvor im Internet, im Gasthaus, dem Touristenbüro am Dorfeingang oder am Automaten des Parkplatzes. Wenn sich Gäste alt oder behindert fühlen, sind solche „Panzerkreuzer“ nur unter Anstrengungen zu besuchen. Ähnliches gilt für Familien mit Kinderwagen und Gehbehinderte

An dritter Stelle einer angebrachten Modernisierung stehen die Museumsleitung, das Personal, die Partner-

firmen mit ihren Lobbyisten. Ein vergleichender Blick oder ein kurzer Besuch in einem nahen 4-5 Sternehotel bzw. die Erinnerung an eine Kreuzfahrt, geben Aufschluß über die erkennbaren Unterschiede im Personalverhalten beider Institutionen. Mit gutem Willen und geringen Investitionen, die sich sicherlich lohnen, böte jedes Museum ein erfreulicheres Bild und der Gast würde sich bestimmt freuen, nun so zuvorkommend behandelt zu werden. Die Aufsichts- und Betreuungspersonen mit ihrer, vom CI geprägten und gepflegten Kleidung fallen sofort auf, sind erkenntlicher und stets ansprechbar. Gelegentlich sieht der überraschte Gast wie am Schiff oder Hotel den Kapitän oder Geschäftsführer, der gerne auf Fragen antwortet, seine Gäste gelegentlich zum Kaffee einlädt oder aufmerksam Sonderwünsche zumindest zur Kenntnis nimmt. In Hotels oder in Kirchen undenkbar, leisten sich zahllose Museen immer noch den unerklärlichen Mangel ausreichender und vor allem gemütlicher Sitze. Vielleicht ist hier noch nicht vorgedrungen, daß die Bevölkerung altert.

Auch das nachgeordnete Personal durchläuft bei vorbildhaften Institutionen ähnliche Schulungen und Kontrollrhythmen. Große Aufmerksamkeit widmen die Mitarbeiter der perfekten Sauberkeit der schön gestalteten Waschräumen, der sicheren Garderoben und den Liften, die im „Raumgewirr“ alle gut und schnell erreichbar sind. Neben dem wichtigen persönlichen und emotionalen Genuß der zahlreichen Kunstwerke, darf die Erfüllung gastronomischer Wünsche nach längeren, vielleicht ermüdenden Spaziergängen im Museum nie zu kurz kommen. Mit dem Restaurantbesuch ist der Museumsbesuch meistens beendet, und er entscheidet, ob man wiederkommt, auch wenn es nur gelegentliche Besuche im musealen „Stammcafé“ sind.

In exklusiven älteren Hotels zieren wunderbare Kunstwerke die zentralen Räume. Wieso kann diese besondere Atmosphäre nicht in Museen organisiert werden, zumal man hier ja etliches an Dubletten, Kopien und Unsigniertem im Depot lagern hat? Daß Besucher im Museumsrestaurant auch mit kulinarisch Ungewöhnlichem verwöhnt werden und dieses auch am Abend geöffnet ist, sollte selbstverständlich sein.

Ob Hotel oder Museum: Beide bedürfen der gelegentlich erforderlichen Umbauten bei laufendem Betrieb,



Der Empfang auf dem Kreuzfahrtschiff MS Hamburg. Etwa so sollte der Empfangsbereich in größeren Museen aussehen. Foto: Plantours Kreuzfahrten

sonst bleiben die treuen Stammkunden und Einnahmen aus, mit unvermeidlichen Schäden für das Museum. Wie man bei laufendem Betrieb umbaut, dafür gibt es einige sehr schöne Beispiele aus letzter Zeit. So kann man Werke aus geschlossenen Abteilungen auf Reise schicken oder anderswo in der Nähe zeigen.

Paradigmatische Erfahrungen, 2: die Schack-Galerie

Nach seinem Tod 1894 vermachte Graf Schack seine „romantische“ Bildersammlung Kaiser Wilhelm II., der sich für ihren Verbleib in München im später von Max Littmann errichteten Galeriegebäude an der Prinzregentenstraße entschied. Mit seinem Giebel und der offenen, über zwei Geschosse hochgezogenen, von zwei Säulen gestützten Loggia und dem benachbarten Trakt erscheinen sie als selbstständige herrschaftliche Residenzen und nicht als von vornherein geplantes Museum. Dies verleiht ihnen im Gegensatz zu den großen Sammlungen einen auch im Inneren anzutreffenden sehr eleganten und wohnlichen Charakter. Nach dem Zweiten Weltkrieg befand sich hier bis zu ihrem Neubau deswegen auch die Bayerische Staatskanzlei. In den 2000er-Jahren wurde das Gebäude renoviert, 2008 wieder eröffnet und das Obergeschoß im Gegensatz zu den Pinakotheken u.a. für musikalische und literarische Veranstaltungen ausgelegt. Damit besteht „endlich“ die Gelegenheit, viele Bilder länger im gemütlichen Ambiente mit der sie umrahmenden Musik zu genießen; einem Zustand, der der Zeit entsprach, als Bilder zur üblichen Gestaltung selbst kleinerer Wohnräume gehörten.

Seit meiner Studienzeit fühle ich mich hier stets wie zuhause und gerade dieser Aspekt machte meine Besuche in dieser, für viele eher unbekannteren Galerie zu einem besonderen und intimen Erlebnis, vor allem dann, wenn ich an an die großen, vollen und bisweilen lauten Museen in München denke. Der gelungene farbige Wandanstrich der sich aneinanderreihenden Salons, die leise ächzenden Parkettböden, die vielen, mit hellen Vorhängen abgedeckten hölzernen Fenster und das milde Tageslicht erzeugen das wohlige Gefühl, hier einige besinnliche Stunden alleine oder mit einer Freundin verbringen zu können. Dieser, irgendwie auch „erotische“ Ort war nie überlaufen, sodaß es durchaus vorkommt, länger alleine oder mit Freunden mit den romantischen Bildern „sprechen“ und in sie eintauchen zu können. Gespräche über Aspekte dieser Kunst bekamen in dieser Atmosphäre fast schon elegische Züge, und ich fühlte mich wie ins Italien Goethes oder Winkelmanns versetzt. Gelegentlich wurde diese arkadische Ruhe nur von der leise und unaufdringlich vorbeigehenden Aufsicht oder einzelnen, meist älteren Gästen unterbrochen. Auch wenn mehrere Besucher in der Galerie waren, verteilten sie sich auf die zahlreichen Räume. Die Mauern, Böden und Vorhänge minderten den dabei auftretenden Schall. Die kleinen Sofas könnten allerdings etwas gemütlicher sein. Trotzdem sah ich die herrlichen Bilder aus einem geringen Abstand, und mein Blick wurde nicht durch völlig uninteressiert wirkende Gäste oder unruhige Führungen gestört. Man erkennt in Augenblicken wie diesen, welche Gefahren in den neuen, technisch überladenen Großmuseen lauern. Überaus erfreulich und beruhigend war, daß es hier kei-



Kopien- und Musiksaal saal der Schack-Galerie in München. Foto: Julia Schambeck, © BSGS

ne Monitore, Audioguides oder großformatige Saaltex-te existieren, die das Kommunizieren mit der und über die Kunst behindern oder von ihrem Studium unnötig ablenken. Alles Wissenswerte steht natürlich im haus-eigenen Katalog und kann dort nachgearbeitet werden, wenn es nicht ohnehin schon Teil der Allgemeinbildung ist. Diese ungewohnte Ruhe im Obergeschoß setzte sich für mich auch im Erdgeschoß und in der Würde aus-strahlendem Eingangshalle fort. Beide waren durch eine noch gut begehbbare schmale Treppe mit stabilen Hand-läufen verbunden, auf der der auch ältere Gäste schrei-ten und nicht hochstolpern müssen (geschweige denn hinunter). Natürlich steht auch ein Lift zur Verfügung; die leicht zu findenden gepflegten Waschräume verber-gen sich hinter Holztüren, die zum eleganten Ambien-te passen. Der von freundlichen Mitarbeitern besetzte Empfang und vor allem die Garderobe hielten noch die alten Versprechen: sie glich keinem unpersönlichen Aufbewahrungsort mit kleinen absperbaren, bisweilen feuchten Schränken oder Schließfächern. Hier hing der Mantel noch auf Bügeln und konnte bei Regenwetter trocknen.

Nachdem wir die Galerie durch das vielleicht doch et-was zu schwere Holztor verlassen hatten und uns der Lärm der Rennbahn Prinzregentenstraße wieder ein-holte, wurde mir erst bewußt, daß ich ein wunderbares Kleinod verließ, vielleicht ein in unserer modernen Museumswelt verloren gegangenes Arkadien. Ob der so „geläuterte“ Museumsgast jetzt noch in die Ferne – etwa nach Abu Dahbi – reisen will, wäre eine durchaus interessante Frage, die man in einem noch offenen und attraktiven Museumsrestaurant, etwa vom Bayerischen Nationalmuseum, besprechen könnte.

Solch positive Erinnerungen sollen natürlich nicht bedeu-ten, daß ich derartige Einrichtungen als ideales Zukun-ftsmuseum vorzuschlage. Es geht mir vielmehr darum aufzuzeigen, welche positiven Ansätze bzw. Angebote in der Gegenwart in nuce vorhanden sind, die wert sind, in zeitgemäßer Abwandlung weitertradiert zu werden.

Schädlich für die Museumswahrnehmung sind mühsame Anreisen, vor allem bei ungünstigem Wetter oder im Winter. Die meisten Hotels besitzen deshalb große und geschützte Vordächer, elegante Lobbies als Teil des Bau-werks oder Tiefgaragen. Museen kämen diese kleinen, aber wichtigen Baudetails gut zupaß, auch bei nachträg-lichem Einbau. Der höflich grübende Hotelportier ist na-türlich kein Muß für Museen, wäre jedoch gerade bei schlechtem Wetter eine großzügige und nicht sehr teure Geste im Rahmen eines modernen CIs. In UK waren sol-che Begrüßer gelegentlich auch bei Museen zu finden, allerdings sollten sie den Besuchern noch lange vor dem Betreten der Kasse schon etwas verkaufen. Begrüßer sind jedoch nichts anderes als das menschliche Gesicht eines Museums. Sie würden auch jene grüßen, die noch nicht ins Haus kommen wollen oder können, und erleich-tern partiell die Arbeit des Ticketpersonals.

Die Anfahrt zum Museum führt insbesondere in den überquellenden Städten zu größeren Anstrengungen, vor allem wenn der Gast nicht in unmittelbarer Nähe absteigt. Mühsamer gestaltet sich die schleichende An-fahrt im eigenen Wagen. Da viele Museen kaum Tiefga-ragen, auch in unmittelbarer Nachbarschaft nicht, be-sitzen, obschon ihr nachträglicher Bau, vielleicht im



Solch deutliche Ausschielderungen sind eher selten. Foto: Archiv MUSEUM AKTUELL, Quelle unbekannt.

Verbund, durchaus möglich wäre, sucht der ortsfremde Besucher ziemlich lange, bis er endlich eine passende freie Parklücke entdeckt. Wartende Touristenbusse be-hindern den ohnehin eingeschränkten Verkehr im Stadt-viertel. Nicht jedem liegt der öffentliche Personennah-verkehr. Wer es sich leisten kann oder will, ruft ein Taxi oder fährt als Kleingruppe mit dem größeren Gefährt, und diese Gruppe reist dann bisweilen günstiger als mit dem kommunalen Nahverkehr. Zugige, bisweilen unge-pflegte und beschmierte Wartehäuschen mit kalten, nassen und schmutzigen Bänken sind hinzunehmen. Manche der komplizierten Fahrpläne sind nur einspra-chig und gerade an Wochenenden verkehren Busse und Bahnen nur ausgedünnt: In diesem bedauerlichen Zu-stand betritt man dann das Museum, wird nicht begrüßt, findet im zugigen Foyer die ohnehin unbesetzte Garde-robe nicht sofort und wartet dann in einer Schlange am unterbesetzten und unpersönlichen Schalter auf die Tickets. Welcher Museumsdirektor vereinbart jedoch schon gerne Termine bei den Stadtwerken, der Bahn und bei anderen Institutionen, um sein Haus besser er-reichbar zu machen? Zudem gehen viele Museumsleite-rInnen davon aus, das ihr Museum erfolgreich funktio-niert und bei den Bürgern gut ankommt.

Leider findet der schon bei der Anfahrt gequälte Gast im Eingangsbereich vor den Kassen nur in wenigen Mu-seen ansprechende Sitzgelegenheiten, um auszuruhen und sich auf das kommende Kunsterlebnis vorzuberei-ten. So mancher Besucher bedauert dann nach einer solchen Anreise schon, sein gemütliches warmes Hotel verlassen zu haben und träumt davon, das Museum statt dessen auf seinem Tablet-PC bei Kaffee und Ku-chen, die ihm die nette Serviererin freundlich serviert, virtuell zu besuchen.

Zukünftig müßten ausgewiesene Fachleute all die hier ansatzweise geschilderten mißlichen Zustände untersuchen und nach einem finanzierbaren Stufenplan, wesentlich intelligenter als bisher geschehen, umorganisieren. Interessant hört sich die Idee an, ein renommiertes Hotelmanagement oder eine Reederei miteinzubeziehen.

Meist aber bleiben Vorschläge wie jene in diesem Beitrag im trägen Behörden-Dschungel hängen. Der eintrainierte Abwehrgestus ersetzt die engagierte Frage, wie man Anregungen vielleicht doch umsetzen könnte. Sicherlich bemühen sich zahlreiche Museumsmitarbeiter mit gelegentlichen Erfolgen um wenigstens graduelle Verbesserungen. Dennoch hakt es, weil die Ursachen weitgehend politischer Natur sind. Viele Trägervertreter haben ein Verständnis von Museum, das aus dem 19. Jahrhundert stammt. Museumspraktiker sehen oft viel klarer als Trägervertreter, daß sich das Museum sich ebenso wie Kirche ändern muß, wenn sich die Gesellschaft wandelt. Daran ändern bei Museen und Kirchen weder die schönsten und teuersten Schalen bekannter Stararchitekten, noch das aufwendigste Digitalangebot etwas.

Andererseits verhilft konsequente, geschickt und intelligent angewandte Beharrlichkeit dazu, in stürmischen Zeiten zu überleben. Erfolgversprechend scheint für die Museen eine sich allmählich anpassende, neue Formen und Funktionen entwickelnde Evolution zu sein, die ihr Pendant in der Kunst findet. Kleinere „Revolutionen“ beschleunigen dabei nur eine etwas ins Stocken geratene Evolution, nicht aber den notwendigen Fortschritt.

In den großen, allmählich und ohne interaktive Masterpläne entstandenen, insbesondere europäischen Mu-

seumsvierteln in ihren historischen Zentren brauchen Besucher schon jetzt einige Tage, um einen ersten Überblick über die verschiedenen Sammlungen zu erhalten, nicht zu sprechen von den geplanten asiatischen und arabischen „Mega“-Museen. Da die meisten Besucher hauptsächlich Touristen und eher seltener Wiederholungsbesucher sind, besteht für sie die leidliche Qual der Wahl, beim ersten Besuch gezielt das anzusehen, was ihnen Interessen entspricht. Sich einen vorbereitenden Weg durch Museen online selbst auszusuchen, ist noch viel zu schwierig, da die meisten Museen und privaten Anbieter kurzlebige unterschiedliche Plattformen und Betriebssysteme nutzen oder hierfür zu wenige informative Gliederungen programmiert wurden, oder dringend notwendige Updates nicht erfolgten. Hier fehlt den Apps ein mit den Museen abgestimmter übersichtlicher „e-masterplan“. Er könnte automatisch, je nach Öffnungszeiten, Tagen etc. und den wählbaren persönlichen Interessen der Gäste verschiedene Touren vorschlagen und online über die Zuschauerfrequenz berichten. Eine solche App zeigt zudem freie Parkplätze an, Bahn- und ÖPNV Pläne, und er verbindet den Nutzer mit den Taxizentralen. Wie in modernen Flughäfen üblich, werden auf den Raumplänen von Museen neben den Ein- und Ausgängen Lifte, WCs, Garderoben, Restaurants und Shops, Ruhe-zonen, nutzbare Außenbereiche sowie nahe Restaurants, Bars und Caféhäuser mit Öffnungszeiten etc. zur besseren Orientierung ausgewiesen und selektierte externe Ziele per GPS ansteuerbar. Träger solcherart nützlicher Apps sind in ihrem eigenem Interesse die Museen und Kommunen, bzw. der Staat, gefolgt von den Werbekunden. Wichtig wäre auch die Einbindung von TRIP-ADVISOR, dem „Besucherbuch“ von heute.

cultura
JUISSE

Fachmesse für Museen,
Denkmalpflege und Kulturgüter
Salon professionnel des musées,
préservation historique, objets culturels

24. - 26. JANUAR 2019 | BERNEXPO | Halle 2.2
www.cultura-suisse.ch

borowski.ch