

## → EINLEITUNG

HARTMUT JOHN, ANJA DAUSCHEK

»Museen neu denken! Tragfähige Ansätze & perspektivische Konzepte« war der Titel einer international besetzten Tagung Ende 2004 in Köln – veranstaltet vom Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler des Rheinischen Archiv- und Museumsamtes in Kooperation mit dem Museumsdienst Köln. Bei der Detailierung des Konzeptes, der Planung, Organisation und Durchführung des Programmangebots wurden die Veranstalter wesentlich von Anja Dauschek unterstützt, zu dieser Zeit Leiterin des deutschen Büros der Museumsberatung LORD Cultural Resources, Toronto, heute Leiterin des Planungsstabs für das neue Stadtmuseum Stuttgart.

Für den hier vorgelegten Band wurden eine Reihe der seinerzeit gehaltenen Vorträge in aktualisierter – z.T. auch modifizierter – Form übernommen. Andere Beiträge wurden neu aufgenommen. Sie sollen das Leitthema des Buches – Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit wirkungsvoll neu gewendet – noch deutlicher akzentuieren und stärker fundieren.

### **MUSEEN NEU DENKEN**

Der vorliegende Band mit der programmatischen Aufforderung, »Museen neu (zu) denken«, kann weder alle aufgeworfenen Fragen breit diskutieren noch kann er sie beantworten. Aufgezeigt werden jedoch neben theoretischen Betrachtungsansätzen v.a. Projekte, Programme und Erfahrungen aus der Museumspraxis, die eben jenes neue Denken veranschaulichen und dokumentieren.

Einige Beiträge kommen aus Großbritannien, wo sich Museen – mit staatlicher Forderung und Förderung zugleich – bereits in verschiedenen, auch traditionell museumsfernen Milieus erfolgreich als gesellschaftlich relevante Einrichtungen verankern konnten.

Drei Themenkomplexe werden stellvertretend diskutiert: Museen als Einrichtungen Lebenslangen Lernens, die Frage von Inhalten und deren Kommunikation und schließlich der mögliche Beitrag von Museen zur gesellschaftlichen Entwicklung. Einen weiten Bogen spannen einleitend Hartmut John, Leiter des Fortbildungszentrums Abtei Brauweiler und der Museumsberatung im Rheinland, und Gail Lord, international tätige Museumsberaterin, sowie – den Band abschließend – Harald Siebenmorgen, Direktor des Badischen Landesmuseums: Sie bestätigen und unterstreichen nachdrücklich das Erfolgsmodell des »Kommunikationsmediums Museum«. Gail Lord ist überzeugt, dass Museen, indem sie einen Beitrag zum Kreativitätspotenzial einer Gesellschaft leisten, gleichzeitig das Selbstbewusstsein, die Fähigkeiten und das bürgerchaftliche Engagement des Einzelnen stärken können. Fähigkeiten, die heu-

te immer wichtiger werden. Harald Siebenmorgen bestätigt dies und empfiehlt statt langer Worte: Just do it.

### **LERNORT MUSEUM: VERMITTLUNG ALS STRATEGISCHES ZIEL**

Bildung und Vermittlung sind zentrale Aspekte, wenn Museen zum gesellschaftlichen Ziel des lebensbegleitenden Lernens beitragen wollen. Ellinor Haase, Geschäftsführerin der European Association for Education of Adults (EAEA), stellt den Begriff des »Lebenslangen Lernens« vor, wie er 2000 vom Europäischen Rat in der Lissabon-Strategie beschlossen wurde, um die Europäische Union zu einer dynamischen und wettbewerbsfähigen Wissensgesellschaft zu entwickeln. Dazu können, so Haase, Museen eine Menge beitragen.

In Großbritannien wird Vermittlung als strategisches Ziel von Museen bereits seit Ende der 1990er Jahre intensiv und auf nationaler Ebene diskutiert, wie David Anderson, Director of Learning and Education des Victoria & Albert Museums, London, aufzeigt. Als Autor der Studie »A Common Wealth. Education in Museums« prägte er diese Entwicklung entscheidend mit und schuf die Grundlage für Regierungsprogramme wie *Renaissance in the Regions*, das Sue Wilkinson im dritten Abschnitt des Bandes vorstellt. Wilkinson, Director of Policy & Advocacy der MLA-Museums, Libraries and Archives Council, beschreibt nicht nur, wie mit einer regionalen Struktur und einer entsprechenden Unterstützung im Vermittlungsbereich nachhaltig positive Ergebnisse im Rahmen einer übergeordneten Bildungs- und Sozialpolitik erzielt werden konnten, sondern auch, welchen Beitrag die Museen zur Lebensqualität Einzelner leisten. Entscheidend für den Erfolg von *Renaissance in the Regions* war und ist, dass sich Museen als gegenwartsbezogene Bildungseinrichtungen verstehen, die in ihren Aktivitäten weit über die Bewahrung des historischen Erbes hinausgehen.

Für eine nachhaltige Museumsarbeit gilt deshalb, was Roger Münch, Leiter des Deutschen Zeitungsmuseums, in Abwandlung des Titels fordert, nämlich den Besucher neu zu denken – also das Publikum in den Mittelpunkt der konzeptionellen Überlegungen eines Museums zu stellen. Darüber hinaus muss sich die Museumsbranche mit der Tatsache auseinandersetzen, dass Museen – trotz vielfältiger Bemühungen – nur bestimmte Bevölkerungsgruppen ansprechen. Birgit Mandel, Kulturwissenschaftlerin am Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim, führt dies anhand der neuesten Ergebnisse der Besucherforschung aus. Sie plädiert gleichzeitig für ein strategisches Audience Development Programm nach britischem Vorbild, um Museen für breitere Besucherschichten zu öffnen. Wie die Ansprache museumsferner Milieus erfolgreich funktionieren kann, zeigen Susanne Kudorfer und Ute Marxreiter am Beispiel des Projektes »PINK« an der Pinakothek der Mo-

derne in München, das u.a. Jugendliche aus sozialen Brennpunkten anspricht. Lern-Erlebnisse mit moderner Kunst, wie sie bei »PINK« mit nachweisbaren Erfolgen entwickelt wurden, sind auch in anderen Zusammenhängen möglich. Kurt Grötsch diskutiert dies am Beispiel von didaktisch angelegten Erlebnissen in Freizeitparks, die Emotionen, Geschichten und Bilder im Kopf ihrer Besucher entstehen lassen – eine Option für Lern-Erlebnisse in Museen.

## **CONTENT UND KOMMUNIKATION**

Michael Fehr leitet mit seinen Überlegungen zur Zukunft des Museums unter dem Titel »Wider die Gegenwartsschrumpfung« den zweiten Abschnitt des Bandes ein. Für Fehr sind Museen gleichermaßen bedroht von digitalen Technologien, steigenden Sammlungskosten, schrumpfenden Haushalten und Events. Auf die Frage, was die Museen in Zukunft angesichts der von Hermann Lübbe postulierten Gegenwartsschrumpfung noch anbieten können, antwortet Fehr mit H.G. Wells: Museen haben das Potenzial einer Zeitmaschine. Sie können ihre Besucher mit unterschiedlichen Zeiten und Räumen in Beziehung setzen und es ihnen so ermöglichen, sich selbst als historische und autonome Subjekte zu verstehen.

Wie dies in der zukünftigen Praxis aussehen kann, beantworten die Vertreter von drei Institutionen, die aktuell umfassende Museumsprojekte planen.

Im Mittelpunkt des Projekts »Neues Landesmuseum Zürich« stehen die Besucher, und der Ausgangspunkt der Planung ist eine entsprechend differenzierte Definition der zukünftigen Zielgruppen, wie Andres Furger und Thomas Sieber berichten. Statt wie bislang eine teleologisch geprägte Erzählung der Schweiz anzubieten, wird das neue Landesmuseum vielmehr Schlaglichter auf wichtige Themenbereiche der Schweizer Geschichte werfen. Ganz anders die Planung des Rijksmuseums in Amsterdam, das 2008 wiedereröffnet werden soll: Hier steht die Sammlung im Zentrum des Konzepts. Anders als zuvor sollen im neuen Rijksmuseum, so Peter Sigmond, Kunst und Geschichte, also Bildwerke, Kunstgewerbe und historische Objekte nicht mehr wie bisher nach Gattungen getrennt gezeigt werden. Stattdessen werden in einer chronologisch gegliederten Ausstellung niederländische Kunst und Geschichte in einen internationalen Kontext eingebettet, der den Besucher bis ins 20. Jahrhundert und die Gegenwart führt. Der immense Erfolg der Pilotausstellung, die als Interimsangebot während der Bauzeit gezeigt wird, bestätigt dieses Konzept schon vor der Neueröffnung des Museums. Auch das LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte in Münster durchläuft aktuell einen Prozess der Neupositionierung, der in einem Neubau Gestalt annehmen wird. Hermann Arnhold, der Leiter des Museums, argumentiert vor

dem Hintergrund von vier Entwicklungssträngen – der Veränderung des Museumsprofils, neuen Vermittlungsformen, der Öffnung des Museums und der inneren Erneuerung von Museen –, dass sich Museen immer wieder neu erfinden müssen, um ihre kulturelle Relevanz für die breite Öffentlichkeit zu bewahren.

Ständige Veränderungen als Konstante – auf diese Herausforderung müssen Museen intern mit Organisationsstrukturen und Arbeitsweisen reagieren. Die Zukunftswerkstatt als ein Instrument der Organisationsentwicklung, von Josef Grün und Anja Dauschek beschrieben, eignet sich dabei als Initialzündung für Veränderungen oder auch als Ausgangspunkt für ein Qualitätsmanagement in Museen.

### **MUSEEN IM GESELLSCHAFTLICHEN WANDEL**

Museen sind Orte der gesellschaftlichen Wertediskussion und sollten, so Bernd Meyer und Iris Magdowski, sich den Fragen des gesellschaftlichen Wandels stellen und einen aktiven Beitrag zur öffentlichen Diskussion leisten. Wie dies in der Praxis umgesetzt werden kann, beschreibt David Fleming, Direktor der National Museums of Liverpool – dem einzigen britischen Nationalmuseum außerhalb Londons – am Beispiel Liverpools. Hier waren die Museen eingebunden in einen umfassenden Stadterneuerungsprozess. Vor allem der aktive Kontakt zur Bevölkerung und die stimmigen Angebote können eine *social regeneration* initiieren und so die urbane Revitalisierung einer Stadt mit voranbringen. Museen können ein solches Ergebnis, so Fleming, jedoch nicht isoliert, sondern nur zusammen mit anderen Einrichtungen erzielen. Das International Slavery Museum, das im August 2007 als Teil der National Museums Liverpool eröffnete, ist ein gelungenes Beispiel dafür, wie globale historische Prozesse lokal-relevant und aktuell umgesetzt werden können und so zu einer internationalen Diskussion ebenso beitragen wie zur gesellschaftlichen Entwicklung einer Stadt.

Eine Hülle mit gesellschaftlich relevanter Fülle zu schaffen, ist – wie einige der Beispiele in diesem Band zeigen – keine unerreichbare Zielsetzung. Entscheidend ist, um mit Harald Siebenmorgen zu schließen, Museen nicht nur neu zu denken, sondern das Gedachte möglichst rasch im Tun zu realisieren.

Die Herausgeber danken an dieser Stelle nochmals den Autorinnen und Autoren des vorliegenden Bandes für ihre Beiträge. Dieser Dank ist insbesondere auch an jene Beiträgerinnen und Beiträger adressiert, die unserer Einladung, sich an diesem Buchprojekt zu beteiligen, ohne Zögern gern gefolgt sind. Dank gebührt nicht nur ihren Arbeitsleistungen; er schließt auch die Geduld und Nachsicht der Autorinnen und Autoren ein, die sie – wegen der besonderen Entstehungsbedingungen dieses Buchprojekts – aufbringen mussten.

Nicht zuletzt deshalb auch sind die Herausgeber dem transcript Verlag zu besonderem Dank verpflichtet – über das hinaus, was sie dem Verlag für die große verlegerische Umsicht und das besondere Engagement bei der Begleitung und Umsetzung des Projekts zu verdanken haben.

Dem Saarländischen Museumsverband e.V. und dem Saarländischen Ministerium für Bildung, Familie, Frauen und Kultur danken wir für die freundliche Gewährung eines Zuschusses zu den Druckkosten.