

Zwischen Boom und Krise

Ein Lagebericht über die Museen

| **STEPHAN BERG** | **Unter dem Druck sinkender öffentlicher Förderung sollen sich Museen heute wie Marktunternehmen verhalten, die ihr Angebot rein auf die entsprechende Nachfrage ausrichten. Das hat Folgen für Museen als unser kulturelles Gedächtnis.**

Rein statistisch ist die deutsche Museumswelt in bester Ordnung. Mit schöner Regelmäßigkeit steigen Jahr für Jahr die Besucherzahlen: Waren es 2009 107 Millionen, konnte der Deutsche Museumsbund bereits ein Jahr später 109 Millionen und damit einen neuen Rekord melden. 2013 verzeichnete man 110,5 Millionen Besucher, übrigens – rein statistisch – die achtfache Menge des Besucheraufkommens in den beiden deutschen Bundesligen zusammen. Die Erfolgsstory setzt sich nahtlos fort, wenn man die großen internationalen Museen wie das Museum of Modern Art (MoMa) in New York, die Tate Modern in London, das Rijksmuseum in Amsterdam oder den Louvre in Paris betrachtet: Als globale Brands und touristische „Must Sees“ generieren sie, einzeln genommen, jeweils bis zu 10 Millionen Besucher pro Jahr, ohne das bis jetzt ein Ende dieses Trends in Sicht wäre.

Gründe für den Boom

Wenn man nach Gründen für diesen Boom sucht, wäre es naheliegend, diese zunächst in der Kernidentität der Museen – ihren Sammlungen – zu suchen. Vor diesem Hintergrund ließe sich das

Publikumsinteresse damit erklären, dass die Besucher in den kollektiven Wissensarchiven der Museen genau die Orientierung finden, die ihnen eine enorm beschleunigte und partiell immer undurchschaubarer werdende Gegenwart zunehmend verweigert.

Museen wären so gesehen so beliebt, weil sie als unser kulturelles Gedächtnis eine Aktualisierung der Vergangenheit betreiben, die auch gesellschaftlich nutzbare Potenziale für die Zukunft freisetzt. Aus Sicht eines Museumsmanagers wäre das natürlich die ideale Motivation für einen Museumsbesuch.

»Wo heute Museum draufsteht, ist nicht mehr unbedingt (nur) Museum drin.«

Wenn man sich allerdings die Zahlen genauer anschaut, drängt sich ein anderer Eindruck auf. Da wird nämlich deutlich, dass, zumindest bezogen auf den hier besonders in den Fokus genommenen Bereich der Kunstmuseen, ein Großteil der Besucher überwiegend nicht in die Sammlungen geht, also in den Bereich, woraus Museen ihre spezifische Identität beziehen, sondern allein in die Wechselausstellungen, die wiederum oft gar nichts mit den Sammlungsschwerpunkten der Häuser zu tun haben (2013: 8 942 Sonderausstellungen, davon 38 Prozent Kunstausstellungen).

Dazu kommt: Es gibt inzwischen einfach immer mehr Museen in Deutschland: 1990 waren es bereits

4 500, heute, fünfundzwanzig Jahre später, schon rund 6 700, darunter mehr als 700 Kunstmuseen. Wenn man alle Museumsbesucher des Jahres 2013 durch die Menge der Museen teilt, wären das pro Museum nur mehr rund 16 400 Besucher. Das liest sich schon nicht mehr ganz so eindrucksvoll. Ohnehin findet der Boom der Museen im Wesentlichen in den Metropolstädten statt, die mit den großen Museumskomplexen in Berlin, München und Dresden sowie der starken musealen Infrastruktur in Frankfurt, Hamburg und im Rheinland den größten Teil des Kuchens unter sich aufteilen.

Und nicht vergessen werden darf dabei, dass die Besucherrekorde sich zum Teil auch (unternehmensgesteuerten) Institutionen außerhalb der klassischen Museums-Disziplinen verdanken: Seit Jahren rangieren Häuser wie das Modelleisenbahnmuseum in Hamburg (rund eine Million Besucher pro Jahr), das Schokoladenmuseum in Köln oder das Mercedes Benz-Museum in Stuttgart mit an der Spitze der Zuschauergunst.

Grundsätzlich gilt also: Der Erfolg der Museen ist sehr differenziert zu betrachten, hat aber offensichtlich immer weniger mit Sammeln, Forschen und Bewahren, also mit den Gründen zu tun, warum man im 18. und 19. Jahrhundert die Museen ursprünglich gegründet hatte. Etwas überspitzt formuliert kann man durchaus sagen: Wo heute Museum draufsteht, ist nicht mehr unbedingt (nur) Museum drin. Das beschert den Museen ein gewaltiges Identitätsproblem: Einerseits müssen sie auf die Sammlung als Identitätskern setzen, wenn sie sich nicht selbst untreu werden wollen, andererseits lässt sich damit nicht mehr das Interesse generieren, aus dem sich gegenüber Po-

AUTOR

Professor Dr. **Stephan Berg** ist Intendant des Kunstmuseums Bonn.



litik und Öffentlichkeit eine druckvolle Legitimation des eigenen Handelns herleiten ließe.

Identitätswandel der Museen

Dieser Identitätswandel der Museen ist zudem auch durch gesellschaftliche und politische Veränderungen mit verursacht und beschleunigt: Während bis in die 70er Jahre des letzten Jahrhunderts hinein die Förderung der Kultur als Bildungsaufgabe verstanden wurde mit dem Ziel, möglichst breiten Bevölkerungsschichten einen demokratischen, schwellenarmen Zugang zu ästhetischen Wissensinhalten zu ermöglichen, sollen sich Museen unter dem Druck sinkender öffentlicher Förderung heute im Prinzip wie Marktunternehmen verhalten, die ihr Angebot rein auf die entsprechende Nachfrage ausrichten. Im Vordergrund steht dann selbstverständlich nicht mehr so sehr die Idee, ob die gezeigte Kunst inhaltlich und langfristig gesehen wichtig ist, sondern ob sie momentan ankommt. Als Folge dieser Entwicklung

sind Museen heute weniger Bildungseinrichtungen, sondern vielmehr ein ganz selbstverständlicher Teil der Tourismusindustrie, die im Kampf um die immer weiter schrumpfenden Aufmerksamkeitsspannen ihres Publikums die „Eventisierung“ der eigenen Inhalte betreiben (müssen).

Eben diese Fokussierung auf glamouröse Publikumsereignisse hat mitt-

»Museen sind heute weniger Bildungseinrichtungen, sondern vielmehr Teil der Tourismusindustrie.«

lerweile zu einem durchaus zwiespältigen Primat der Wechselausstellung geführt. Damit soll ausdrücklich nicht einer Rückorientierung des Museums zur früheren Idee einer reinen Forschungs-, Sammlungs- und Bewahrungsinstitution das Wort geredet werden. Es ist ganz sicher gut, dass sich die Häuser weit geöffnet haben und Vermittlung, Service und Publikumsorientierung zur eigenen Kern-Agenda gemacht haben. Aber es

muss doch sehr nachdenklich machen, in welchem Maße Museen heute bei der Programmierung ihrer Ausstellungsinhalte oft komplett von ihren Sammlungen und den darin formulierten inhaltlichen Schwerpunkten absehen, um beim Publikum und an den Kassen zu punkten. Die aktuelle Ausstellung der isländischen Sängerin Björk im New Yorker Museum of Modern Art (MoMa) bildet da nur die Spitze des Eisbergs.

Sammlungen im Abseits

Dass die Sammlungen langsam aber sicher ins Abseits geraten, hat aber natürlich auch damit zu tun, dass von Seiten der öffentlichen Hand immer weniger Geld für ihre Pflege und den Ausbau investiert wird. Wenn man sich die diesbezügliche Entwicklung der letzten 40 Jahre anschaut, kommt man nicht umhin, hier eine bestimmte Systematik am Werk zu sehen. Wenn selbst große, landesweit wichtige Häuser nur noch über niedrige fünfstelligen Summen verfügen, viele Museen gar mit Nulletats umgehen müssen, ergibt sich als logische Konsequenz, dass Kommunen und Län-

Anzeige



Ausschreibung zum Preis der GEERS-Stiftung 2016

GEERS-Stiftung zeichnet wissenschaftliche Arbeit aus der Hörforschung mit 15.000 Euro aus.

Auch in diesem Jahr ruft die GEERS-Stiftung Wissenschaftler, Ärzte, Pädagogen und Hörgeräteakustiker auf, sich um den Stiftungspreis 2016 zu bewerben. Gesucht werden herausragende Forschungs- und Entwicklungsarbeiten aus dem Bereich der Ursachenforschung, der Früherkennung und der Therapie von Hörschäden sowie zur Versorgung mit Hörgeräten – insbesondere bei Kindern. Der Stiftungspreis 2016 ist mit 15.000 Euro dotiert und wird auf dem 18. Multidisziplinären Kolloquium im Februar 2016 in Berlin verliehen. Bewerbungen sind bis zum 1. November 2015 möglich.

Die gemeinnützige GEERS-Stiftung fördert wissenschaftliche Vorhaben zum Wohle hörbehinderter Menschen. Mit dem Stiftungspreis, der alle zwei Jahre verliehen wird, werden heraus-

ragende Arbeiten der Hörforschung ausgezeichnet und auf dem Kolloquium 2016 einem breiten Fachpublikum vorgestellt. Für die Fachjury unter Vorsitz von Professor Dr. Gottfried Diller, Vorstandsvorsitzender der GEERS-Stiftung, sind besonders die Relevanz, Breitenwirkung und Aktualität der Forschungsarbeit wichtige Kriterien bei der Bewertung der Bewerbungen. Im Jahr 2014 ging der Preis an Wissenschaftler der Medizinischen Hochschule Hannover und der Universität Tübingen.

Bewerber finden alle Informationen zum Stiftungspreis auf der Website der GEERS-Stiftung (www.geers-stiftung.de). Bis zum 1. November 2015 können dort auch alle Bewerbungsunterlagen über ein Online-Formular hochgeladen werden. Bewerbungen per E-Mail sind alternativ möglich. Unterlagen können an die Adresse info@geers-stiftung.de gesendet werden.

der offensichtlich dieses Feld ganz bewusst und gezielt privaten Initiativen überlassen wollen.

Wie die zum Teil sehr erfolgreichen Freundeskreise der Museen eindrucksvoll zeigen, kann dieses „Modell“ durchaus erfolgreich sein, zumal damit auch die Einbindung bürgerschaftlichen Engagements in öffentliche Aufgaben gestärkt wird. Auch die durch mangelnde eigene Museums-Etats massiv gewachsene Zusammenarbeit mit Privatsammlern hat durchaus sehr viele positive Seiten. Übersehen werden darf aber nicht die dadurch auch explizit größer werdende Abhängigkeit der Museen von Privatinteressen.

Das Phänomen der Dauerleihgabe

Eine wichtige Rolle spielt dabei das Phänomen der Dauerleihgabe, das schon terminologisch paradoxe Züge aufweist. Dauerleihgaben können nämlich nach deutschem Verständnis auch Leihgaben sein, die nur für einige wenige Jahre an den jeweiligen Häusern verbleiben und dann ohne weitere Verpflichtung wieder abgezogen werden können, während beispielsweise in den USA kein Museum von Rang eine Leihgabe ohne späteres Schenkungsversprechen annehmen würde. Ganz eindeutig muss man konstatieren, dass die Mehrheit der deutschen (Kunst)Museen heute weder im Bereich der Sammlung noch bezogen auf ihre Wechsausstellungen auch nur ansatzweise über die ökonomischen Möglichkeiten verfügen, diesem Auftrag aus eigener Kraft und finanzieller Souveränität heraus gerecht werden zu können. Ähnlich wie im Fall der Sammlungen ist damit auch die museale Wechsausstellungspolitik strukturell anfällig für die Art von Sponsor-

»Museen gehen selbst auch teilweise zu bereitwillig den Weg hin zu einer reinen Eventlogik.«

finanzierten Projekten, bei denen es im Wesentlichen darum geht, die Exponate über den Umweg des Museums für den Markt zu nobilitieren. Dabei gehen Museen selbst auch teilweise zu bereitwillig den Weg hin zu einer reinen Eventlogik, welche die Institution zum Durchlauf-erhitzer für private Partikularinteressen macht und damit im Grunde selbst die Grundlage ihrer öffentlichen Finanzierung in Frage stellt.

Der Economic turn

Ganz sicher verschärft worden ist dieses Problem durch den sogenannten *Economic turn*: Gemeint ist damit, dass unter den Bedingungen eines extrem spekulativ gewordenen Kunstmarktes die Bedeutung eines Kunstwerks sich zunehmend allein nach seinem Preis bemisst und damit inhaltliche Wichtigkeit und ökonomischer Wert eines Werks potenziell deckungsgleich werden. Dadurch wird eine Spirale in Gang gesetzt, der zufolge Kunstwerke schon deshalb immer teurer werden, weil durch den erzielten Verkaufspreis auch gleichzeitig der symbolische Wert des Werks mit bestimmt werden soll: Ein Ökonomisierungsspiel, bei dem die Museen mit ihrer Minimalausstattung nicht mehr mithalten können.

»Wenn Museen nur noch markt-konforme Abspielstätten sind, können sie privatisiert werden.«

Jenseits dieser von außen angeheizten Verwertungsspirale machen sich Museen aber auch selbst das Leben unnötig schwer, indem sie selbst kräftig dazu beitragen, dass die Kosten für Leihverkehr, Versicherung, Transport und allgemeines Handling aufgrund der stetig steigenden eigenen professionellen Ansprüche und Standards inzwischen so explodiert sind, dass bereits die Transportkosten einer mittelgroßen Ausstellung eines aufstrebenden Gegenwartskünstlers die Möglichkeiten der Institution überfordern. Man kann und muss hier durchaus von einer Professionalitätsfalle sprechen, die der Kunst-Betrieb in den letzten Jahrzehnten selbst erzeugt hat und die nach der paradoxen Logik funktioniert, dass die Standards, die man von anderen verlangt, selbst eigentlich nicht mehr erbracht werden können.

Bezogen auf den Kernbereich jeder Museumsarbeit, den Umgang mit dem Kunstwerk selbst, stellt sich ein weiteres partiell selbstverschuldetes Problem, das man die Angst vor dem selbstständigen Kunstwerk oder Vermittlung als Selbstzweck nennen könnte. Natürlich geht es auch hier nicht darum, die Sinnhaftigkeit einer intelligenten Vermittlungspolitik für ästhetische Inhalte in Frage zu stellen. Aber es ist auffällig

zu sehen, wie häufig es in Ausstellungen und Sammlungspräsentationen inzwischen gar nicht mehr so sehr darum geht, wie man einen Inhalt gut vermittelt, sondern eher darum, wie sich die Vermittlung ihre eigene Inhaltlichkeit schafft. Dies trifft sich in fataler Weise mit einem in der gesamten Museumswelt ebenfalls verbreiteten Hang zum professionellen Mainstream, der vor allem das reproduziert, was innerhalb der inneren Systemlogik des Kunstbetriebs bereits sanktioniert wurde.

Ort produktiven Fremd-werdens

Diesen Zirkel können wir nur durchbrechen, indem wir wieder spezifischer, inhaltlicher werden und dabei durchaus auch kritisch unsere eigenen Professionalitätsstandards bedenken. Wenn Museen nur noch markt-konforme Abspielstätten sind, können sie in der Tat privatisiert werden. Die Legitima-

tion einer zukünftigen nachhaltigen öffentlichen Förderung kann nur darin bestehen, dass die Häuser sich schwerpunktmäßig mit dem beschäftigen, was sich in dieser markt- und privatwirtschaftlichen Logik nicht abbilden lässt. Daraus folgt für den Museumsbetrieb, er muss sich wieder trauen zu zeigen, was ein Museum sein kann: Ein Ort des produktiven Fremd-Werdens, statt ein Ort, an dem sich das bereits Bekannte im wohligen Einverständnis wiederholt.

Dieses Fremdwerden ist geradezu die Bedingung dafür, dass die Kunst in den Museen ihre Aufgabe erfüllen kann. Denn erst im Fremden wird eine Entfernung hergestellt, die im Sinne der heideggerischen Ent-Fernung gleichzeitig eine Nähe bedeutet: Sie rückt etwas weg, um es uns in neuer Ansicht gleichzeitig verfügbar zu machen, als neue Option zur Verfügung zu stellen. Erst aus diesen Optionen entsteht das, was wir Fortschritt nennen.