



## ÖFFNET DIE MUSEEN

### Das Anker-Projekt für Postcorona

Ein Essay von Helmut M. Bien

Es gibt eine Reihe von reichlich unbequemen Wahrheiten, die die Corona-Katastrophe zu Tage fördert. Dazu gehört die Frage nach der Rolle bzw. Bedeutungslosigkeit von Kulturinstitutionen im Ernstfall. Bis in die Kulturszene hinein scheint die Meinung verbreitet zu sein, dass Kultur auf der Sonnenseite der Gesellschaft stattfindet und im Ernstfall eben keine Rolle hat – außer vielleicht Duldungsstarre. Sonntagsreden über ihre fundamentale Bedeutung haben sich mit dem Weihrauch zusammen rasch in heiße Luft aufgelöst. Ist das jetzt das, was wir gerade miterleben, eine Stunde Null? Kultur, oder kann das weg?

In den USA wird damit gerechnet, dass ein Drittel der Museen, die im Shutdown geschlossen wurden, gar nicht wieder aufmachen (Klaus Biesenbach). Da können wir mit unseren öffentlich finanzierten Museen froh sein. Es braucht nicht allzu viel Phantasie, um nach dem großen Kassensturz (Frankfurt erwartet schon heute Steuermindereinnahmen von 700 Mio. Euro, Köln 430 Mio. Euro) einen Klimawandel in den Budgetverhandlungen vorauszusehen. Aus Bauprogrammen dürften hoffentlich Mitarbeiter-Finanzierungen werden. Aber auch das ist nicht wirklich sicher, weil die Baukosten immerhin Vermögen darstellen, die Personalkosten aber durch die Lebensführung der Menschen aufgebraucht werden. Unser System der Kreditabsicherung bevorzugt totes Kapital.

Die Museen sind neben den Bibliotheken die ersten Kulturinstitutionen, die jetzt geöffnet werden können. Unser Appell (siehe unten) hat vielleicht einen kleinen Beitrag dazu geleistet, diese Öffnung zu forcieren. Jedenfalls in Berlin geht es schon am 4. Mai wieder los. NRW folgt in Kürze. Über dem Re-Opening und den ganz praktischen Fragen hängt ab sofort ein Damoklesschwert: die Frage nach der Relevanz und der Leistungsfähigkeit. In den künftigen Verteilungskämpfen wird sie so stark hinterfragt werden wie noch nie zuvor. Die fetten Jahre sind vorbei.

#### Die fetten Jahre sind vorbei

In den USA stellen sich solch komplizierte Fragen gar nicht erst, weil dort die Quote alles entscheidet. Wer viele Eintrittskarten verkauft, der findet auch Sponsoren, die es gut finden, mit vielen Leuten in Kontakt zu kommen. Die Quote als Kriterium hat auch bei uns eine alles beherrschende Rolle eingenommen, und die Orientierung an der Besucherzahl führt zu Verwerfungen. In dem Augenblick, in dem beispielsweise in Berlin das Humboldt-Forum im Stadtschloß eröffnet wird, saugt die neue Attraktion den anderen Museen die Besucherschaft ab. Quoten lassen sich am besten mit Touristen erfüllen, die in ihrem kleinen

Besuchszeitfenster unter einem gewissen Erlebnisdruck stehen und deshalb in die jeweils aktuellen Block-Buster drängen. In den kommenden Monaten werden die Touristenzahlen einbrechen und die Abstandsregeln werden die Kapazitäten extrem reduzieren. Da auf absehbare Zeit nicht mit der Rückkehr zur alten Sorglosigkeit zu rechnen ist, braucht es jede Menge neuer/alter Ideen, die mit Qualitäten zu tun haben und die wieder die Bedürfnisse einer lokalen Bürgerschaft ins Zentrum rücken. Es sollte wieder mehr um Einzelne und deren Bildungserlebnis gehen. Das wäre sinnvoll für den Wandel von einer Erlebnisgesellschaft zur Wissensgesellschaft. Gut, dass die Besucher dank der Abstandsregeln schon mal mehr physischen Raum und Bewegungsfreiheit in den Häusern bekommen.

Aus einer fernen Zukunft auf das Heute zurückgeblickt, könnte sich gerade eine kopernikanische Wende im Museumswesen abzeichnen. Nicht mehr das Exponat, sondern der Mensch mit seinen Bildungsinteressen steht im Zentrum der Institution. Museen werden nicht länger vor allem Initiationsorte sein, an denen man irgendwann in seiner Biographie einmal in die Codes der Gesellschaft eingeweiht wird, sondern sie werden sich in Orte wandeln, die das Leben begleiten, die man häufig und vielleicht routinemäßig besucht, um sich auf den Stand der Künste, der Naturwissenschaften, der Technologie, der Lokalgeschichte, der vielen Fachdisziplinen zu bringen und den sozialen Kontakt zu einer Community zu genießen, mit der man Interessen, Vorlieben und Neigungen teilt.

Schon heute arbeiten manche Museen nach diesem Prinzip. Sie greifen beispielsweise die Flüchtlingsthematik auf und erzählen von der dramatischen Aktualität ausgehend die Geschichte von Flucht und Vertreibung bis hin zu den Mythen des Odysseus und der Vertreibung aus Troja. Diese Anknüpfungstechnik und Relevanz-Orientierung stellt die Museen, die sich im Sammeln und Bewahren erschöpften, vor große Personalprobleme. Wer soll das machen, höre ich schon die Profis die Augen rollend gen Himmel wenden.

### **Public Art Programm mit den Museen als Ankerplätzen**

Gerade jetzt gibt es ein riesiges Heer an Kreativen, Künstler und Wissenschaftler, die aktuell und in Zukunft nach einer Institution suchen, an der sie andocken können. Das ist die Aufgabe für ein Public Art Programm mit den Museen als Ankerplätzen. Hier sollte die Kulturpolitik viel Geld in die Hand nehmen und richtige Arbeit schaffen. In Großbritannien hat Hans Ulrich Obrist (Serpentine Gallery) ein Programm gefordert, das an die Tradition der Public Works of Art Project von Franklin D. Roosevelt in den 1930er Jahren der Großen Depression anknüpft. Schickt die Künstler nicht in die Charity-Falle von bemitleidenswerten Kreaturen, denen gönnerhaft geholfen wird.

Museen müssen zu Produktionsstätten werden, die Menschen und Kompetenzen »versammeln«, die nicht nur Schätze, Preziosen oder Kunstmarkt-Ikonen einem staunenden Publikum präsentieren. Peter Weibel geht mit seinem ZKM in Karlsruhe diesen Weg. In Museen sollten die Bürger und Kompetenten den Mund aufmachen, um zu fragen und zu diskutieren, Antworten zu bekommen oder selbst an Ausstellungen und öffentlichen Projekten mitzuarbeiten.

Museen müssen neue Verhaltensmodelle entwickeln, die das Window-Shopping entlang von Vitrinen-Galerien ergänzen um tätiges Aneignen, Forschen und Kommunizieren. Die digitalen Medien stellen dafür inzwischen viele Mittel zur Verfügung. Noch sind die Anwendungen im Museum kaum mehr als die vertraute Diashow, Bildungsfernsehen, Technologie-Gimmicks oder Social Media-Narzissmus. Aber immerhin ist ein Anfang

gemacht, den analogen Besuch mit einem digitalen Schatten zu vertiefen. Dadurch wird der Besuch weniger flach und oberflächlich. Der Besuch in der Ausstellung kann besser vorbereitet, begleitet und nachbereitet werden. Und damit wächst die Wahrscheinlichkeit, am Thema zu bleiben und das Museum nicht als »gesehen« abzuhaken, sondern kontinuierlich das Programm zu verfolgen.

Die aktuellen Notmaßnahmen, die Wahrnehmung von den physischen Bedingungen in Raum und Zeit zu entkoppeln, bleiben notgedrungen verdienstvolle Improvisationen, aber auch nur halbe Sachen. Menschliche Kommunikation braucht mehr sinnliche Ebenen als allein die Sprache und das Auge. Die Floskel von der Face-to-Face-Kommunikation trifft das Kommunikationsverhalten nur näherungsweise. 65 Prozent der Verständigung und Vertrauensbildung zwischen Menschen laufen über Berührung, Geruch, Körpersprache, Raumsituationen etc. ab. Bilder repräsentieren diese Vorgänge – nur ersetzen können sie diese nicht. Deshalb braucht es eine kluge Kombination von digitalen und analogen Ebenen, die die jeweiligen Stärken zusammenführen und sich in einem »Analogoklasmus« ersetzen wollen.

### **Umsonst-Kultur aus den Internet-Flegeljahren**

Die Museums- und Kulturangebote brauchen Plattformen des Austausches und der Präsentation. Sie müssen zugleich das Thema der Re-Finanzierung lösen. Weil Geld der Applaus unserer Zeit ist. Es braucht einen Bruch mit der Umsonst-Mentalität der Internet-Flegeljahre.

Das Umsonst-Konzept geht auf ein Künstlerkonzept zurück, dem zufolge es Menschen gibt, deren Expressions-Drang so groß ist, dass sie ihre Ideen und Fähigkeiten beinahe zwanghaft zeigen müssen. Selbst schuld. Und Aufmerksamkeit ist der einzige Lohn dafür, den das Publikum gönnerhaft spendet. Einer professionellen Künstler-Existenz entzieht eine solche Sichtweise die Grundlage. Unter solchen Bedingungen können nur blutige Anfänger oder bereits gut Abgesicherte längerfristig existieren. Für alle anderen wirkt dieses Konzept existenzvernichtend.

Auch hier braucht es einen Kulturbruch, der den reinen Überbietungswettbewerb einhegt und digitale Bezahlmöglichkeiten verknüpft mit freien und kuratierten Zonen für Hobby-Künstler und Talente. Die rasant entstehenden Streaming-Plattformen brauchen eine Kuratierung, die immer auch eine Beratung der Absender darstellt, damit die Aufmerksamkeit der Nutzer nicht ermüdet und das Interesse an allem Selbstgemachten und Hochgeladenem nicht ebenso rasant nachlässt wie es als Neuheit gehypt wurde. Die überwiegend amerikanischen Plattformen der Umsonst-Kultur, auf denen alle mit Daten, Zugriffs- und Verfügungsrechten bezahlen, müssen dringend ergänzt werden um Plattformen der lokalen oder regionalen Kulturszenen, die sich den lokalen Öffentlichkeiten verpflichtet fühlen und so schnell wie möglich auch wieder analoge Begegnungsmöglichkeiten schaffen.

### **Helmut Bien**

Ausstellungsmacher, Festival-Kurator, Museumsberater, westermann kulturprojekte, Ingelheim