

ICOM Deutschland in Washington DC – 12.-16. November 2003

Tagungsbericht von Dr. Bettina Bouresh

„The Americans love their country, not, indeed, as it is, but as it will be. They do not love the land of their fathers; but they are sincerely attached to that which their children are destined to inherit. They live in the future, and make their country as they go on.“ (Francis J. Grund, The Americans, 1837)

„Die Amerikaner lieben ihr Land eigentlich nicht, wie es ist, sondern wie es sein wird. Sie lieben nicht das Land ihrer Väter; aber sie sind aufrichtig verbunden mit dem, was ihre Kinder erben sollen. Sie leben in der Zukunft und gestalten ihr Land im Vorangehen.“ (gesehen im National Museum for American History)

Die Tagung „Amerikas Museen – Besucherorientiert!“ bot zu viele Anregungen, um sie kurz zusammenzufassen. Der Bericht ist also etwas länger geworden. Denen, die nicht dabei sein konnten, sollen wenigstens einige Informationen zukommen. Denen, die dabei waren, sollen Stichworte beim Erinnern und Weiterverarbeiten behilflich sein. Wir waren, so hörten wir, die erste internationale ICOM-Delegation in den USA – und viele Gastgeber boten uns gründlich Gelegenheit, amerikanische Museen kennen zu lernen und Informationen aus erster Hand zu erhalten. Das soll nicht verloren gehen. Auch hier sei für alle Interessierten empfohlen, mit Hilfe des www. weitere Informationen heranzuholen: jedes der genannten, von uns besuchten Museen ist anhand seines Namens zu finden. Nach den Tagen in Washington weiß man die Websites mit den Angeboten besser zu schätzen und zu verstehen: die Programme für Besucher sind noch viel reichhaltiger, als das, was wir kaum zu verarbeiten schafften.

Mittwoch, 12.11.2003

Austausch und internationale Verständigung

Institut für Deutsche Geschichte, German Historical Institute, Washington

Hans-Martin Hinz eröffnete als Präsident von ICOM-Deutschland die Fachtagung im Deutschen Historischen Institut (DHI) mit einer Einführung, die das deutsch-amerikanische Verhältnis vor dem Hintergrund des Fachaustausches von Museumsleuten beleuchtete. Mit Blick auf die etwa 100 Teilnehmer an dieser Tagung, 80% davon aus Europa, freute er sich, dass das Interesse daran so groß sei, dass auch die weite Reise offensichtlich kein Hindernis darstelle.

Die Museen in Europa stünden derzeit vor den größten Herausforderungen seit 1945. Angesichts der immer weiter abnehmenden öffentlichen Mittel gerieten sie zuweilen in große Bedrängnis – trotz vielfältiger Aktivitäten wie Lange Nächte, Tag des Museums etc. und über 100 Mio. Besucher in deutschen Museen jährlich, bestünde die eigentliche Herausforderung heute in der Finanzierbarkeit. Wie Museen unterhalten können (entertain), zugleich aber finanzierbar bleiben, das seien Fragen, an denen amerikanische Museumskollegen schon lange arbeiteten und hier erhoffte man sich einen fruchtbaren Austausch unter Freunden. Angesichts der jüngsten Irritationen im transatlantischen Verhältnis betonte H.-M. Hinz, dieses Verhältnis sei immer gut gewesen und gerade der

Dialog unter Fachleuten könne sich hier als wichtig erweisen. Wesentlich für das Gespräch unter Museumsleuten sei die Frage, welchen Beitrag Kultur zur internationalen Verständigung leisten könne.

Das Museum – ein „civic place“

W. Richard West, Vizepräsident der American Association of Museums (AAM) und Präsident von I-COM-USA und Direktor des National Museums of the American Indian, das im Laufe des Jahres 2004 an der Mall eröffnet wird, begrüßte die deutschen Kolleginnen und Kollegen herzlich und wies darauf hin, dass dieses die erste ICOM-Delegation sei, die Amerika besuche. Erste Hinweise auf das bevorstehende Programm versprachen uns einen reichen Austausch: Washingtons Museumswelt ist geprägt von den Sammlungen der Smithsonian Institutionen, mit 17 Einzelmuseen und einem dazugehörigen reichen wissenschaftlichen Apparat – führend in Washington, wenn nicht in den USA.

Die amerikanischen Museen, so Rick West, stehen vor einer fundamentalen Transformation ihrer Rolle: ihre Hauptaufgabe sei heute nicht mehr die Forschung, sondern ihre Teilnahme bzw. vermittelndes Eingreifen in die Dynamik der kulturellen Prozesse in den Gemeinden (communities), zu denen sie gehören. Amerikanische Museen würden sich immer bewusster, welche ein wichtiger öffentlicher Ort (civic place) sie sind.

An Unterschieden voneinander lernen

Der Direktor des Deutschen Historischen Institutes (DHI) Washington, Professor Christof Mauch, stellte uns das Haus vor, in dem wir an diesem Mittwoch tagten. Es ist ein ehemaliges Gästehaus des Weißen Hauses, 1911 erbaut und seit 1990 Domizil des DHI. 1987 gegründet, ist das Washingtoner DHI der jüngste Ableger dieser Institution, dessen ältestes in Rom bereits 1888 eröffnet wurde. Um historisch über die USA und das deutsch-amerikanische Verhältnis zu forschen, biete sich der Standort Washington an – wichtige Forschungsstätten wie die Library of Congress, die National Archives, das US Holocaust-Memorial-Museum und zehn Universitäten lägen in U-Bahn-Nähe. In den USA gilt das DHI als das größte nichtspezialisierte Forschungsinstitut, berichtete uns Herr Mauch. In der Öffentlichkeit werde es vor allem durch seine Veranstaltungen wahrgenommen. Besonders wichtig seien die Colloquien im Rahmen der Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses, die einen ständigen Austausch über Methoden, Richtungen und Forschungsschwerpunkte gewährleisten. Auch Herr Mauch kam noch einmal auf das deutsch-amerikanische Verhältnis zu sprechen. Er stellte uns einige Beispiele vor, die belegen, dass es auch zu früheren Zeiten durchaus Missverständnisse gegeben habe, die an Freundschaft und Verbundenheit beider Staaten nichts geändert hätten. Amerika sei seit 1920 für die Deutschen zum Modell – zuweilen auch zur Bedrohung – geworden, und man habe sich gegenseitig immer Vorbilder geliefert, insbesondere im Bereich der Kultur und Alltagskultur. Er empfahl eine insgesamt gelasseneren Betrachtungsweise des deutsch-amerikanischen Verhältnisses – interessanter sei es, Unterschiede zu vergleichen, statt nach Ähnlichkeiten zu suchen. Forschung und kollegialer Austausch könne zur Aufklärung beitragen, könne Sichtweisen differenzieren helfen und so Spannung nehmen und dies, das gab er auch den Tagungsteilnehmern mit auf den Weg, könne „very exciting“ (sehr aufregend, spannend) sein.

Museums, performing for audience

Steven E. Weil, Senior Scholar Emeritus beim Smithsonian Institute und dort für Bildungsprogramme zuständig, läutete den ersten Vormittag ein mit einem Vortrag zum Selbstverständnis amerikanischer Museen im 21. Jh. (American Museum Self-Conception in the 21st Century). Vier Punkte empfahl er grundlegend der Beachtung, um das Selbstverständnis amerikanischer Museen zu verstehen:

1. Museen in den USA seien jung, etwa fünf Generationen alt (seit 1870), und noch in der Entwicklung begriffen.
2. Museen in den USA hätten ihre Sammlungen selbst zusammengetragen (proceeded their collections) und hätten nicht Vorhandenes zu bewahren gehabt (wie in Europa).
3. Es gibt 12.000 Museen in den USA, meist autonome Institutionen (keine zentrale Organisation), oft privat finanziert, Non-Profit-Organisations, mit gewissen Verantwortlichkeiten gegenüber der Öffentlichkeit. Im Vergleich seien die Museen in Washington in gewisser Hinsicht nicht typisch für Museen in Amerika.
4. Museen in den USA hätten eine enorme Autonomie. Es gebe sehr wenig Gesetze und Regularien. Amerikanische Museen hätten die Freiheit des Experimentierens.

Es ist nicht mehr die Sammlung, die im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehe, sondern das Programm für das Publikum (performing for audience). Die für die Entwicklung notwendigen Veränderungen fasste Weil in vier Konsequenzen zusammen:

1. Die Museumsleitung muss die öffentliche Verantwortung heute stärker berücksichtigen.
2. Die Zusammenarbeit mit Kommunen und kommunalen Institutionen muss verstärkt werden.
3. Es müssen neue Ausstellungsmethoden entwickelt werden, die nicht unbedingt auf den Sammlungen gründen.
4. Neue Fähigkeiten, neue Qualifikationsprofile beim Fachpersonal der Museen sind gefordert.

Da es viele andere Institutionen mit ähnlichen Zielen gäbe – sei nötig die Analyse nötig, welche Arten der Kooperation eingegangen werden könnten, z.B. Projekte der Zusammenarbeit mit Universitäten, Schulen, mit anderen Museen, Bibliotheken, Archiven, Radio und TV-Anstalten etc.

Es seien öffentliche Zugänge (public gateways) zum Wissen für alle zu schaffen, dies sei als Grundlage für Erziehung und Bildung in einer Demokratie zu betrachten.

Gegenwärtig sei die Entwicklung vom Zusammenwachsen vieler Institutionen bestimmt. Es entstünden völlig neue Arten von Museen, z.B. solche, die Prozesse zeigen („News-eum“ – über das Entstehen und den Umgang mit Nachrichten) oder soziale Prozesse zum Thema haben (Philadelphia „Please touch! museum“, s.u.). Vernetzungsaspekte spielen eine wichtige Rolle in der Zukunft. Es müssten neue Formen des „Geschichten-Erzählens“ entworfen werden. Und schließlich: Das Digitalisieren sei „die Kultur der Zukunft“, warum also nicht Ausstellungen im Internet/ für das Internet machen?

Ganz Washington ein Memorial

Um uns auf die für den Nachmittag angekündigte Besichtigung der wichtigsten Denkmäler an Washingtons Mall vorzubereiten, hielt uns Professor Cynthia R. Field einen Vortrag über

„Öffentliches Erinnern in der Hauptstadt“. Frau Prof. Field war beteiligt am Aufbau des Architekturmuseums in Washington und ist mit der Baugeschichte der amerikanischen Hauptstadt bestens vertraut. Es ist hier leider nicht die Stelle, detailliert ihren stoffreichen Vortrag zur Stadtgeschichte von DC, illustriert mit Plänen und Denkmälerbeispielen, wiederzugeben: er war jedenfalls genau die richtige Vorbereitung für Nicht-Washingtonians - nicht nur für die Führung zu einigen ausgewählten Monumenten amerikanischer Nationalgeschichte, mit der das Besichtigungsprogramm eröffnet wurde, sondern auch für den Besuch des City-Museums of Washington zwei Tage später. Darauf wird noch zurückzukommen sein.

1791 vom Congress als komplettes Neubauprojekt im Sumpfgebiet kurz vor der Mündung des Potomac geplant, wurde Washington vom französischen Revolutionär und Architekten Pierre Charles L'Enfant auf dem Reißbrett erdacht: in den symbolträchtigen Visionen eines glühenden Freiheitskämpfers vom Werden und Wachsen der amerikanischen Nation, sollte die Hauptstadt eine Bühne täglichen Geschichtsunterrichtes für die amerikanische Jugend werden. Anspielungen auf jeder Straßenachse, so etwa, wenn die Pennsylvania Avenue (in Pennsylvania wurde die Unabhängigkeitserklärung verabschiedet) das Weiße Haus mit dem Capitol verbindet. Was für ein tiefer Sinn, wenn in solch einem Plan die nationale Bibliothek, das Nationalarchiv und eine Reihe großer Museen als Stätten von Wissenschaft, Bildung und Kultur ihren Platz im Zentrum, gleich neben den bedeutendsten politischen Gebäuden der Nation, zugewiesen bekommen! Interessant waren die Hinweise von Frau Prof. Field, wie die Stadt als Geschichtsmonument und Gedenkstätte der Nation beständige historische Veränderungen erfuhr. Die Mall, das erlebten wir später vor Ort, ist gleichsam das Forum Americanum, ein Platz für den Ausdruck öffentlicher Gefühle. Kundgebungen, die hier stattfinden, berühren das amerikanische Selbstbewusstsein und gehen in das nationale Gedächtnis ein.

Die Begehung der Mall am regnerischen Nachmittag führte uns die von Frau Prof. Field geschilderten Ansprüche der amerikanischen Hauptstadt vor Augen. Veterans Day (Tag der Veteranen) war gerade vorbei. Am Vietnam Memorial lagen Blumen, Fotos und zahlreiche Briefe, Zeugen einer sehr lebendigen Erinnerungskultur – die Dokumente ganz unterschiedlicher Blickwinkel werden gesammelt und aufbewahrt. Vom Memorial für Abraham Lincoln über Thomas Jefferson bis zu Teddy Roosevelt fanden sich hervorragende amerikanischer Präsidenten monumental in ihre jeweilige Zeit gestellt, ein Bilderbogen amerikanischer Hoffnungen und amerikanischen Selbstbewusstseins. So viele Träume von einer besseren Welt – das rührt und desillusioniert zugleich. Über all diesen steinernen Manifesten kreist heute ständig ein Sicherheitshubschrauber und über das Dach des Weißen Hauses sieht man die Silhouetten der Leibgarde des Präsidenten huschen.

Donnerstag, 13.11.

Der Museumsbesucher – ein intelligenter Mensch mit Eigenverantwortung

Der zweite Tag im DHI erwartete uns mit einem nicht minder gefüllten Programm. Thema Museumsbesucher: sind sie Fremde, Gäste oder Kunden? Rangieren sie an erster Stelle? Hierzu trug uns Za-hava Doering, Senior Social Scientist bei Smithsonian und seit Jahren mit der Besucheranalyse an amerikanischen Museen beschäftigt, Mitherausgeberin der Zeitschrift „The Curator“, in straffen Worten ihre gesammelten Erfahrungen vor. Auf die Frage, was zuerst komme, Objekte, Ideen oder das Publikum, antwortete Z. Doering mit folgenden Thesen:

I. Fakten über amerikanische Museumsbesucher:

- Amerikaner gehen ins Museum. Allein die Smithsonian-Museen verzeichnen 12 Mio. Besuche jährlich (wobei sie einen Unterschied machte zwischen Besuchen und Besuchern: das seien etwa 9 Mio.). Die meisten kämen in Gruppen oder mit der Familie, nur 2 Mio. von 10 Mio. Besuchern kommen allein.
- Kulturinstitutionen haben ein und dasselbe Publikum: Erwachsene (40 %), mit „einiger“ Ausbildung (some college). Die wirklich hoch Ausgebildeten bilden nicht die Mehrheit der Museumsbesucher; Einkommen, Alter, Beruf, Geschlecht und Erziehungsgrad wirken sich aus, wobei die Erziehung das wichtigste ist.
- Die Bevölkerung in Amerika hat sich in den letzten 40 Jahren verändert, heute gehen die Menschen mehr ins Museum.

II. Fremde, Gäste oder Kunden?

- Im Museumstyp, wo das Objekt im Vordergrund steht, seien die Museumsbesucher Fremde, ihr Zugang zum Museum begrenzt.
- Im Museumstyp mit museumspädagogischen Aktivitäten im Vordergrund seien die Museumsbesucher Gäste, die Angebote seien breiter, die Wichtigkeit des Menschen gegenüber dem Objekt größer.
- Im Museumstyp, wo der Besucher als Kunde behandelt wird, seien die Menschen das wichtigste, Ansprechpartner Nr. 1, ihnen stünde der Zugang zu allen Ressourcen des Museums offen. Das Publikum stehe im Vordergrund aller Bemühungen.

III. Besucher können unterteilt werden in:

- Unterstützer: Spender, Mäzene, Patrone, Sponsoren etc.;
- Teilhaber: Gäste, die an den Programmen teilnehmen;
- Nicht-Besucher: potentielle, zu gewinnende Besucher (z.B. Minderheiten, neue Emigranten etc.)

IV. Was wünschen sich Besucher?

- Möglichkeiten/ Räume zur Aneignung von Wissen (research): z.B. Lesecken, Angebote von ergänzenden Büchern, Zeitschriften, Karten und Übersichten, Stationen mit Internet-Zugang;
 - Ruheplätze, als Abwechslung zum Herumlaufen in der Ausstellung;
 - geeignete Orte zum Entspannen, um die eigene kostbare Zeit gut zu verbringen;
 - Orte, um Wissen zu vertiefen und dies mit Vergnügen und Spaß tun zu können.
- Museen böten ihrem Publikum nicht völlig neue Informationen, sondern bestätigten, verstärkten und erweiterten bereits vorhandenes Wissen. Museen sollten an vorhandenes Wissen anknüpfen, den Blick auf die Welt erweitern. Museumsbesucher haben laut Umfragen das Bedürfnis:
- nach Umgang mit dem Objekt: der Erfahrung mit dem Wert des Objektes, seiner Schönheit, Seltenheit und Authentizität;
 - nach einem Ort für Gefühle: der introspektiven Erfahrung, über Dinge und eigene Erfahrungen nachzudenken;
 - nach sozialer Erfahrung: dem gemeinsamen Museumsbesuch mit der Familie oder mit Freunden;
 - nach kognitiver Erfahrung: der Erwerbung neuen Wissens.

V. Für Museen in der Zukunft:

- spielen die museum boards (Vorstände) eine wichtige Rolle;
- ist die öffentliche Unterstützung eine wichtige Frage.
- Die ökonomische Grundlage heute setze sich in etwa zusammen aus 30% staatlichen, 25 % pri-vaten Mitteln und 50-60% selbst generiertem Einkommen.
- Die Zukunft läge in der Orientierung der Museen auf Besucher als Gäste – die man einlädt, um die man wirbt, denen man z.B. ausreichende Parkplätze anbietet usw.
- Der Museumsbesuch müsse als Freizeitaktivität eingestuft werden. „Gäste“ heute seien produktiv im aktuellen gesellschaftlichen Leben. Sie seien globale Weltbürger, wollten an der Welt teilhaben und täten es.
- Bildungsangebote, Bibliotheken etc. müssen als Service angeboten werden.
- Museen müssen nicht an „Lernzielen“ sondern benutzerorientiert an Bedürfnissen ausgerichtet werden. Diese Bedürfnisse seien nicht kontrollierbar und änderten sich.
- Museen müssen ihre Besucher als intelligente Menschen wahrnehmen.

VI. Die Folgen für die Museen aus den gesellschaftlichen Änderungen sind schwierig:

- Ausgabenkürzungen gegenüber steigenden Kosten erhöhen den Druck, Sponsoren zu finden, dies kann Konsequenzen auf die Museumsprogramme und -angebote haben.
- Die Unterstützung durch ehrenamtlich Tätige nimmt ab.
- Manche beeindruckende Architektur erweist sich als inhaltslos.
- Museen müssen mehr Einkommen generieren, d.h. sie müssen als marktorientierte Unternehmen arbeiten – dafür müssen sie lernen, neue Wege zu gehen (zu den vorgestellten Beispielen gehör-ten Museen an ungewöhnlichen Orten wie z.B. Alfredo Jaars Nachbarschaftsprojekt in Catia im venezolanischen Caracas; Tabu-Themen angehen; verschiedene Quellen für „funding“ auf-tun und das Publikum ins Ausstellen einbeziehen). Als ein Beispiel wurden Blockbuster Exhibitions ge-nannt wie in London, wo ein Thema in Verbindung von Geschichte und Naturwissenschaft aufbe-reitert wird, unter Einbeziehung der Fox Studio Films und geplant als „Hyper-Entertainment“.

Museen: Partner für Ausbildung

Um das Bild abzurunden, stellte Ildiko de Angelis, Dozentin am Museums Department der George Washington University (GWU) die Ausbildung für Museumsberufe in den USA vor. Museum Studies, seit den 1970er Jahren in den USA als akademische Disziplin etabliert, werden seit 1998 als standar-disierter Ausbildungsgang an 180 Universitäten und Ausbildungseinrichtungen angeboten, es gibt 50 akademische Programme für höhere Abschlüsse (graduate degree academic programs) mit dem Zer-tifikat „Museums Studies“. Die größte Universität, die ein solches Programm anbietet, ist mit 90 gradu-ierten Studierenden die George Washington University. Dort werden seit 1976 Erfahrungen gesam-melt. Seither kamen Historiker, Kunsthistoriker, Anthropologen und andere Fachrichtungen für ein berufsbildendes Aufbaustudium (career path graduate education) an die GWU.

Seit der 200-Jahr-Feier in den USA 1976 habe sich ein Wandel bemerkbar gemacht, der zu einer besseren Vorbereitung auf Museumsberufe geführt habe. Dazu gehöre, dass die Menschen in den USA inzwischen eine bessere Erziehung erhalten, über bessere Einkommen und mehr Zeit verfügen und das Interesse an lebenslangem Lernen gestiegen ist. In der Bildungstheorie habe es Fortschritte gegeben, ganz besonders was verschiedene Formen des individuellen Lernens angehe. Aber auch für das schulische Lernen seien die Museen inzwischen anerkannte Partner. Die Möglichkeiten der Mu-seen für Fundraising hätten sich

verbessert.

Um darauf zu reagieren, müssten die Museen der Öffentlichkeit gegenüber transparenter werden (greater accountability to the public), das Museumspersonal müsse sich mehr spezialisieren und vor allem auf neue Arbeitsfelder hin ausgebildet werden wie z.B. Management, Beherrschung neuer Technologien (digital imaging), Fundraising, Museumsmarketing. Dementsprechend habe sich auch an den Colleges und Universitäten einiges getan.

Bei der Ausbildung für Museumsberufe sei das praktische Lernen in Zusammenarbeit mit Museen wichtig. Integraler Bestandteil der Ausbildung sei daher die Durchführung von Kursen, die Museumsleute mit Studenten am Beispiel ihrer Institutionen und vor Ort machen. Es gehe darum, Problemlösungen in der Praxis in Erfahrung zu bringen, das Verhältnis von Theorie und Praxis kennenzulernen und berufsethische Grundsätze bei den Studenten zu verankern. Zurzeit studieren 520 Studenten diesen zweijährigen Studiengang. Die GWU bezahlt die Museen, die Praktikanten aufnehmen.

Einheitliche Curricula gibt es bisher nicht, in der AAM wird daran gearbeitet, genauso wie an der Entwicklung von Ausbildungsangeboten unterhalb der Universitäten.

Mit diesem Ausbildungsangebot, so Frau de Angelis, sei man noch nicht in einer Idealsituation, immerhin verfüge man damit jedoch über ein flexibles System, das reagieren könne.

Einen Wermutstropfen stellen allerdings die Kosten dieses Studiums dar. Die GWU kann Studenten allenfalls einen Kredit vorstrecken, der jedoch zurückgezahlt werden muss, weswegen sich viele diese Ausbildung nicht leisten können. Auch Studenten aus anderen Ländern sind an diesem Studiengang beteiligt. Das zweijährige Studium kostet insgesamt 8.000 \$ pro Semester.

Wo ist die Schlange in Ihrem Museum?

Einen etwas anderen Blickwinkel, den des Marketing-Strategen, trug uns Neil G. Kotler vor, einst Programm Direktor und Koordinator bei den Smithsonian-Instituten, und heute Präsident des Kotler Museum and Cultural Marketing und Mitautor eines bekannten Buches (Neil and Philip Kotler: „Museum Strategy and Marketing“). In seinen Ausführungen standen die Besucher als Konsumenten im Vordergrund.

In einer Zeit der Kürzungen, der „Kultur der Bürokratie“, benötigten wir alle dringend mehr Philantropie, mehr Privatsphäre und mehr Non-Profit-Organizations – und die Museumsleute bräuchten mehr Geld. Was also sei zu tun?

Marketing, so Kotler, bedeute mehr als die Organisation von Besucherzentren, so z.B.:

- die Berücksichtigung der Besonderheiten eines Museum - jedes Museum sei anders
- das Herausfinden der Erwartungen des Publikums
- die Abstimmung des Managements auf die Erwartungen und Erfahrungen der Besucher
- die Definition von Zielgruppen (Segmentierung) – wichtig sei es vor allem, mehr junge Leute in die Museen zu holen
- die Überwindung bürokratischer Hürden wie z.B. das Angebot ungewöhnlicher Öffnungszeiten

Für seine These, das Publikum erwarte vom Museum mehr als das „normale Leben“ zu bieten habe, führte er mehrere Beispiele an, wo es gelungen sei, solche Erwartungen zu bedienen:

- in Minneapolis, Centre of Arts, steht der Kurator einmal monatlich für Gespräche mit Besuchern zur Verfügung; es werden Kurse für Kalligraphie und Kunst, sowie Reisen zu

anderen Museen angeboten.

- in Chicago, Art Institute, gibt es Angebote wie z.B. „After Hours“ (Cocktails and Art after Work/ Kunst und Cocktail nach der Arbeit), oder „Liaisons“, beliebter Treff für Singles („gehobene Lebensart“). Zur Unterstützung solcher Programme sammeln junge Unternehmer – im eigenen Interesse – eifrig Geld für das Museum.
- Washington, Mount Vernon, veranstaltet einmal jährlich einen Jahrmarkt im Stil des 18. Jh., passend zum Veranstaltungsort.
- Fort Worth, Texas, Museum of Modern Arts bietet Ungewöhnliches wie z.B. Artcamp (moderne Kunst kennenlernen und selber machen).

Ein auf Marketing orientiertes Museum muss:

- einen Marketing-Direktor und Personal haben und mit einem Marketing-Budget ausgestattet sein.
- Marketing beinhaltet Forschung, Planung und die Festlegung von Preisen (pricing), dazu gehören Produktentwicklung, Produktvertrieb und Promoting (Werben). Zur Zusammenarbeit mit Film und Fernsehen ist zu raten.
- Für Management und Entscheidungsfindung (decision making) ist die Besucherforschung von fundamentaler Bedeutung, dort muss Geld investiert werden.
- Marketing im Museum stehe weder im Gegensatz zur Forschung noch richte es sich gegen die Kuratoren: Warum sollten intellektuelle Integrität und Vergnügen (intellectual integrity and enjoyment) ein Gegensatz sein?
- Effektives Marketing setzt das Verhalten der Besucher in Beziehung zum jeweiligen Museumsangebot, es bietet dem Konsumenten höhere Qualität und besseren Service.
- Marketing kann z.B. bedeuten: eine (weltweiten) „event“ zu organisieren
- Es muss für mehr Kommunikation gesorgt werden: Bilder-Botschaften, Logos, Websites – dazu gehört auch eine übersichtliche Information, wie man ein Museum findet.
- Museumsbesuche können systematisch organisiert werden: in Zusammenarbeit mit Hotels, durch Angebote für Gruppen, Transporte zu einer Ausstellung etc.

Das Publikum erwarte:

- Lernendes Erleben (learning experience), exquisite, aufregende, besondere und unverwechselbare Erlebnisse; Erfahrungen, an die man sich erinnert.
- Hohe Qualität der Angebote, nicht nur bei der Ausstellung, sondern beim Essen, im Shop ...
- Ruheplätze,
- professionelle Ansprechpartner, die für Auskunft zur Verfügung stehen.

Mit einem ihm unvergesslich gebliebenen Entrée in ein Museum schloss Kotler seine Thesen ab: so nachhaltig war die Wirkung der Idee auf ihn, dass er sich an den Typ des Museums nicht mehr erinnert. Auf dem Weg zu einer Ausstellung trat ihm ein junger Mann mit einer Schlange entgegen und forderte ihn auf, die Schlange zu berühren. Für die Tagungsteilnehmer Anlass, sich mehr Zeit zum Diskutieren und Fragen zu wünschen, was uns aber nur in knappem Maß vergönnt war. Die Aufforderung Kotlers blieb im Raum stehen: Finden Sie IHRE Schlange im Museum!

Eine Lektion über die menschliche Natur

Das United States Holocaust Memorial Museum, Washington

Der Besuch des US Holocaust Memorial Museums (USHMM) eröffnete uns nicht nur einen ungewöhnlichen Einblick in die Arbeit vor allem mit jungen Besuchern, sondern bot nach den Führungen ein wenig Raum für Gespräche mit den amerikanischen Kollegen. Im Hörsaal des Museums erläuterte Alice M. Greenwald, Associate Museum Director for Museum Programs, kurz die Geschichte des USHMM. 1978 auf Initiative von Jimmy Carter geplant und 1980 vom Congress beschlossen, wurde das USHMM 1993 eröffnet. In den zehn Jahren bis 2003 kamen 20 Mio. Besucher ins Haus. Das Museum erhält eine staatliche Grundfinanzierung und wird ansonsten privat finanziert. Das USHMM versteht sich als ein Ort der lebendigen Erinnerung an die Opfer des Nationalsozialismus in Deutschland. Die Hauptziele sind Erziehung/ Aufklärung (education), Erinnern/ Gedenken (remembrance) und moralische Erziehung/ Bewusstseins-schärfung (conscience). War dem Museumspersonal anfangs nicht genau klar, wen sie überhaupt erreichen, so steht heute fest, dass 80 % der amerikanischen Besucher nicht jüdisch sind. Das Publikum kommt aus aller Welt.

In einem umfangreichen Gebäude wird über drei Etagen der Holocaust in Einzelstationen erzählt. Die Dramaturgie wurde stark von Mitteln des Films beeinflusst, die Ausstellung zu großen Teilen von Filmmachern gestaltet. Zusammen mit der Architektur von James Ingo Freed sollte ein Gesamteindruck entstehen, der die Besucher auf vielfältige Weise informiert und beeinflusst. Wir hatten knapp Zeit, einen Blick in die Dauerausstellung und in die Memorial Hall zu werfen sowie Gelegenheit, in drei Wechsellausstellungen hineinzusehen: über Anne Frank; über das Schicksal versteckter Kinder, die den Holocaust überlebten und schließlich einer Ausstellung, die sich besonders an Kinder richtete: „Daniel’s Story“.

Das USHMM bietet ein breitgefächertes Angebot für unterschiedliche Zielgruppen an. Wir lernten ein Programm kennen, in dem Schüler ausgebildet werden, vor allem Gleichaltrige, aber auch z.B. Polizeigruppen durch die Dauerausstellung zu führen. Sie tun das nach der Schulzeit, ihr Engagement wird ihnen als Kurs angerechnet. Es sind viele schwarze Jugendliche, die in der Geschichte von rassistischer Diskriminierung und Verfolgung in der NS-Zeit „ihr“ Thema entdeckt haben und sich mit großem Interesse der Erarbeitung des komplexen Themas gewidmet haben. Unterteilt in mehrere Gruppen, wurden wir von so ausgebildeten jugendlichen Ausstellungsführern durch die Ausstellung geleitet. Alle Hochachtung: mit viel Wissen und glühendem Engagement nehmen sie die ihnen anvertrauten Besucher mit. Die anspruchsvolle Aufgabe, die sonst übliche 3-stündige Führungszeit auf eine 1-stündige Version extra für uns zu konzentrieren, löste die unserer Gruppe zugeordnete junge Frau hervorragend. Die Erfahrungen, Jugendliche in Begleitung von Jugendlichen durch die Thematik des Holocaust zu schicken, sind positiv: 90.000 Schüler haben das Holocaust Museum bisher besucht. Was manchem von uns vielleicht befremdlich erschien, wurde vom amerikanischen Publikum mit großer Selbstverständlichkeit aufgenommen: in allen Etagen der Ausstellung herrschte großer Andrang, Ruhe und Besinnung waren erst möglich in der Hall of Memorial.

Es hat seine besondere Bedeutung, als deutsche Museumsgruppe das Holocaust-Museum in Washington zu besuchen. So lag es nahe, während des Rundganges das Gespräch mit amerikanischen Museumsbesuchern zu suchen. Nicht vergessen werde ich die Begegnung mit einer Besucherin, die zu erkennen gab, dass sie das USHMM sehr gut kennt, und ihre eigene Familiengeschichte in das große Gedächtnis dieses Hauses eingegangen ist. Unsere Betrachtung über Unterschiede in der Auseinandersetzung mit dem Holocaust in den USA und in Deutschland brachte sie zum Erzählen: Eine Tante, die es in den späten 1930er Jahren gelang, Berlin zu verlassen, wurde in Palästina von ihren Verwandten empfangen. Als sie das Schiff verließ und ihre jugendliche Nichte in Khaki-Hosen auf sich zukommen sah, waren ihre ersten Worte: „Aber Kind, wo sind deine Handschuhe?“ Prägnanter lässt sich der

Kulturschock einer Berliner Großbürgerin beim Betreten Palästinas kaum fassen. – Das Museum legt beim „story-telling“ den Akzent stark auf die Opferperspektive. Wir stimmten über-ein: Tod und Vernichtung gleichzusetzen mit jüdischer Geschichte nimmt die Gelegenheit zu zeigen, was jüdisches Leben in Europa war und welchen Beitrag zur europäischen Kultur es geleistet hat. Dieser Aspekt gerät hier sehr kurz. Das würde sie sich wünschen, sagte meine Gesprächspartnerin, ein Museum neben diesem hier, in dem vom jüdischen Leben die Rede sei.

„Remember the Children, Daniel’s Story“ hatte insbesondere auf sehr junger Museumsbesucher eine große Wirkung, ihre große Anteilnahme konnte in der Sonderausstellung beobachtet werden. Aus kindlichem Blickwinkel wurde hier sehr ansprechend die Geschichte eines Jungen dargestellt, der als ein Kind unter Kindern in einer deutschen Kleinstadt aufwächst und plötzlich zum immer mehr Ausgestoßenen, Verfolgten, schließlich Deportierten wird. Nach dem höchst anschaulich gemachten Rundgang durch „Daniel’s story“ konnten die jungen Museumsbesucher ihren Gefühlen mit Papier und Stiften Ausdruck verschaffen. Die so entstandenen Briefe und Zeichnungen waren ebenfalls ausgestellt, lebhaft Zeugnisse des Mitgefühls bei der Zielgruppe.

Unsere Eindrücke konnten wir nach dem Ausstellungsbesuch bei Gesprächen mit den sehr bereitwilligen amerikanischen Kollegen bei einer vorweihnachtlichen Kaffeetafel vertiefen. Damit war die Überleitung gegeben zum abendlichen Empfang bei der Deutschen Botschaft. Einige Stunden Gelegenheit, sich mit amerikanischen Kollegen auszutauschen. Viel zu wenig Zeit für ein ausführliches Diskutieren. Der Wunsch, die Gespräche auch in Zukunft fortzusetzen und dafür Wege zu erschließen, war auf beiden Seiten unüberhörbar.

Abend in der Deutschen Botschaft. Begrüßung Rick West, Ed Abel und Attaché. Treffen mit amerikanischen Kollegen .

Freitag, 14.11.

Ein Museum des 21. Jahrhunderts

Das City Museum of Washington

Das City Museum of Washington, untergebracht im Gebäude der 1903 errichteten Carnegie Library, der ersten öffentlichen Bibliothek ohne Rassentrennung seit ihrer Gründung, ist ein ganz junger Spross der Washingtoner Museumsfamilie. Eröffnet im Mai 2003, versteht sich das Museum als zukunftsweisend, gab uns Barbara Franco, President and CEO des Museums und der Society of History of Washington bei der Begrüßung selbstbewusst zu verstehen. Das City Museum stehe über die Society of History in engem Zusammenhang mit der Gemeinde (community). Zwei Aspekte seien zentral für die neue Konzeption des Hauses:

- Dezentralisierung der Information über vielerlei Quellen einschließlich der Bibliothek im Hause und das Angebot der Internet-Nutzung.
- Veranschaulichung der Komplexität des Gemeinwesens Washington durch die Darstellung der Stadtgeschichte aus verschiedenen Blickwinkeln.

Eigentlich sei die ganze Stadt „das Museum“ und die Geschichte Washingtons beinhalte sowohl Stadtgeschichte als auch Nationalgeschichte als Hauptstadt der Vereinigten Staaten als auch internationale Geschichte - mit Blick auf die hier versammelten Botschaften und Internationalen Institute und Behörden. Im City Museum habe man sich für ein Konzept der ortsgebundenen Geschichtsdarstellung (place-based history) entschieden. Will heißen, Geschichte wird entwickelt aus Vierteln, Plätzen, Orten in der Stadt. „Wir wollen keine

Attraktion nach Disney-Art sein“, sagt B. Franco, einige solcher Elemente hätten jedoch angenommen werden müssen. Das Museum, so das Konzept, solle ein „Ein-tauch-Erlebnis“ bieten, die Einwohner der Stadt seien Subjekt und Objekt der Ausstellung. Der Gang durch die Dauerausstellung mit den vielen Angeboten, sich Informationen aus Schubläden, zu öffnen-den Klappen, Türen u.ä. herauszuziehen – kurz, seine Hände zu gebrauchen – , ein Blick auf die Son-derausstellung zur Geschichte des Football in Washington und auf die gut besuchte Bibliothek, weckte erneut die Diskussionslust. Wir sollten jedoch in den Vortragssaal des Hauses eilen, um die dort an-gekündigte, aufwendige „Multi-Media-Show“ nicht zu verpassen.

Die erste Überraschung dort waren mindestens zwei Klassen schwarzer Schulkinder, die erwartungs-voll auf die Gäste aus dem Ausland blickten. Leise aufkommende Unruhe, als die Museumspädagogin ihre kurze schwungvolle Einleitung beendet hatte und die Spannung vor den geschlossenen Theater-vorhängen stieg, legte sich auf ein leises „Schsch“ des Lehrers sofort. Ausgestattet mit einigen Aufga-ben, bestimmte Personen ausfindig zu machen etc., ging es dann los. Licht aus, Vorhang auf – auf die Bühne schwebte ein Rednerpult und dazu Miss Inkster, eine liebenswerte ältere Dame wie aus der Welt von Mary Poppins. Die Show begann. Kein Mensch erschien auf der Bühne, die Kulissen dienten lediglich als in die Tiefe dimensionierte Projektionsflächen. Und dennoch waren wir alle im Saal vom ersten bis zum letzten Moment gebannt. Washingtoner Geschichte, dargestellt anhand von Dokumen-ten, Quellen, Porträts berühmter Persönlichkeiten und den allfälligen Dias, mit denen man seine Stadt Fremden vorstellt. Vermittlung von Geschichte anhand der gewohnten Quellen, aber in ungewohntem Zusammenhang. Verschiedene Blickwinkel auf die gleiche Geschichte, je nachdem wer sie erzählt, nachvollziehbar präsentiert, dargestellt mit Humor und Knalleffekten. George Washington ermahnt die sich streitenden Stadtgründer, als es gar zu heftig hergeht, sich zu einigen: „The show must go on!“ Und so verfolgt man vergnügt und in höchster Spannung der Erzählung über die Geschichte der Stadt Washington, historische Persönlichkeiten agieren - nicht als Schauspieler, sondern als belebte Port-räts, die sich einem mit Leichtigkeit einprägen. Ein virtuoseres Spiel mit Projektionen, verschiedenen Ebenen, eine gelungene Mischung aus Theater, Kino und Geschichtslektion, ein Krimi, wie im richti-gen Leben. Das war ein Blick ins Museum des 21. Jahrhunderts, so empfanden es wohl viele von uns. So könnte es gehen: bilden und unterhalten, eine fröhliche Einheit. Leider konnten wir die Wirkung auf die Kinder nicht weiter verfolgen, sie verließen den Saal, während für uns das Programm weiterging mit der Vorstellung eines für uns ungewöhnlichen Museumsprojekts, ausnahmsweise aus Philadel-phia.

Ein Museum für Besucher, die nicht ins Museum gehen

Das Please Touch-Museum, Philadelphia

Das Museum, das seit 15 Jahren seine Besucher dazu auffordert, alles anzufassen, wendet sich an eine Zielgruppe, die bei uns bisher wenig im Fokus musealer Bemühungen steht: Kinder von 0 bis 7 Jahren, Eltern oder andere Begleitpersonen sind mit eingeladen. Die Handlungsmaxime: „Die Kinder sind Klienten, d.h. die eigentliche Zielgruppe (clients), die Erwachsenen sind Kunden, d.h. Mitläufer (customer)“. Nancy Kolb, seit 15 Jahren Direktorin „der einzigen Einrichtung in Philadelphia – neben dem Zoo – die für Kinder da ist“, ließ erkennen, dass die Museen in den USA keineswegs von allen Bevölkerungsschichten als Freizeitangebot wahrgenommen werden: für viele Familien mit Kindern stünden sie ganz am

Ende der Skala hinter Sport, Musik- und Ballettangeboten.

Das Please Touch in Philadelphia richtet sich ausdrücklich an sozial schwache Bevölkerungsgruppen. Die Zielgruppe seien nicht „wir untereinander“, sondern Familien, die nie von zu Hause weggehen, mit Kindern, die meist unter der Armutsgrenze leben. Dies gilt auch für die Schüler, die als Führungskräfte trainiert werden.

Das Philadelphia Please Touch-Museum ist ein Beispiel, das wurde im Laufe von Vortrag und Diskussion klar, für die „Unterschiede“ zwischen der amerikanischen und der deutschen Museumsszene. Seit den 1960er Jahren gibt es in den USA zahlreiche Sozialprogramme, um vor allem sozial benachteiligten Kindern zu helfen. Das Please Touch-Museum wurde 1976 von einem Lehrer (schoolteacher) gegründet. Es hat sich zur Aufgabe gemacht, Kindern Lernen zu ermöglichen und dies mit Spaß, mit Lust am Lernen zu verknüpfen. Was N. Kolb uns über das Please Touch-Museum berichtete, die Bilder, die sie uns zeigte, erinnerten viele von uns an gut ausgestattete Kindergärten bei uns zuhause. Die Ausstellungsfläche bietet Kindern Situationen zum Entdecken und Entwickeln der eigenen Fähigkeiten, ein Paradies von 11.000 m² für Kinder, um dort frei oder mit Hilfe von ausgebildetem Museumspersonal spielend die Welt zu erobern. Das ganze Museum ist behindertengerecht eingerichtet. Über das „Please Touch-Angebot“ hinaus verfügt das Museum mittlerweile über 8.000 Sammlungsobjekte im Zusammenhang mit Kindheit; nicht anzufassende Ausstellungsstücke im traditionellen Sinne (non-touchable). 180.000 Besucher kommen im Jahr, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Museum sind zweieinhalb Stunden. Das Ausstellungsvolumen des Philadelphia Please Touch sprengt inzwischen die vorhandenen Räumlichkeiten in der Stadt und soll in einen Palast am Stadtrand ziehen. Zur Zeit wird die „Memorial Hall“, berühmter Ort der Jahrhundert-Ausstellung von 1876 in Philadelphia, dafür umgebaut. Was wir zu sehen bekamen, war ein wahrhaft königliches Angebot an Ausstellungsfläche, plus Restaurants, Erholungsmöglichkeiten innen und außen und ausreichendem Parkplatzangebot. Der Eintritt ist für die Kinder frei. Finanziert wird das Please Touch-Museum ausschließlich durch Stiftungen von Persönlichkeiten aus der Stadt, das Museum steht ihnen gegenüber in der Verantwortung und Verpflichtung.

Zwei Aspekte spielten in den Ausführungen von N. Kolb eine besondere Rolle:

1:

Die Besonderheit der „Museen für Kinder“ (childrens museums) in den USA, die es in vergleichbarer Form in Deutschland (in Europa?) nicht gibt.

N. Kolb stellte fest, dass es eine internationale Explosion neuer Museen für Kinder gegeben habe. Sie seien sehr populär und einer der wichtigsten Exportartikel der USA. Derzeit befänden sich 356 solcher Museen in Planung. Childrens Museums seien eine der wichtigsten Entwicklungen in den letzten Jahren, mindestens so wichtig wie das Fernsehen, mit dem sie ernsthaft konkurrieren.

Ihre Besonderheit liegt darin, dass sie:

- publikumsorientiert sind, mit dem Schwerpunkt auf Familien;
- immer jüngere Kinder als Besucher bekommen;
- multi-disziplinär angelegt sind, mit Angeboten, in denen von Kunst über Naturwissenschaften (sciences) bis hin zu Geisteswissenschaften (humanities) alles thematisiert wird.

2:

Der Anspruch dieser Museen ist, bewusst zwischen Erziehen und Lernen zu unterscheiden.

„Erziehung“, so N. Kolb, finde in der Schule statt und sei gelenkt.

„Lernen“ beinhalte im Gegensatz dazu einen Prozess, der von selbst passiere. Dies zu ermöglichen, sei Sache des Please Touch. Erforschendes Lernen, das Spaß macht – das ist es, was das Museum anbieten will. Die wichtigsten Ziele für das Please Touch seien: Innovation, Kreativität, Lernen, Sorge um das Wohl der Kinder (caring) und Spaß (fun). Es werden

ständig neue Programme entwickelt und evaluiert.

- Dazu gehört Personal, das kompetent die weltweite Verschiedenheit (global diversity) reflektiert,

- dazu gehört die Berücksichtigung dessen, wie und wo Kinder heute lernen, vor allem Fernsehen und Computer. Kinder seien von sich aus auf Lernen durch Erfahrung gerichtet, planlos, mit offenem Ende – es seien die Erwachsenen, die mit ihren Grenzen Probleme brächten.

- Das Lernen beruht auf Aktion (action-based-learning), Lernen durch Spielen. 41 % der Besucher des Please Touch sind Kinder unter 3 Jahren, die also noch nicht lesen können. Wichtig sei es, Angebote zu konzipieren, anhand derer die kleinen Museumsbesucher heute nötige Fähigkeiten (skills) entwickeln können.

Das ganze Jahr über bietet das Museum Programme zum Mitmachen, Theater, Tanz- und Musikveranstaltungen an. Es gibt Programme für Kinder der ersten Schulklassen, Programme für den Nachmittag nach Schulschluss, Ferienprogramme und Programme, die auf Familien zugeschnitten sind. Das eigene Personal wird im Museum ausgebildet. Darüber hinaus werden hier Schüler als Führungs- und Betreuungskräfte ausgebildet, auch sie oft Kinder aus sozial benachteiligten Schichten. Dieses „mentoring-program“ für Schüler höherer Schulen (high school students) wurde soeben mit einem Preis ausgezeichnet, der ausgewählten Schülern im Weißen Haus überreicht wurde – ein unvergessliches Erlebnis für die Auserwählten, wie man sich leicht vorstellen kann.

Ein Museum in der Umwandlung

Das National Museum for American History, Washington

Das Museum für Amerikanische Geschichte gehört zu den großen der Smithsonian-Institutionen. 10 Mio. Besucher im Jahr für ein Museum klingen für deutsche Museumsohren vielleicht wie ein Traum, auch, wenn man die jeweilige Einwohnerzahl des Landes dazu ins Verhältnis setzt. Hier wurden seit den Siebziger Jahren des 20. Jh. Maßstäbe für große historische Ausstellungen gesetzt. James Gardner, Associate Director for Curatorial Affairs und Autor zahlreicher Publikationen, stellte uns das 1965 errichtete Museum als Museum in der „midlife-crisis“ vor. Entstanden in Zeiten des Kalten Krieges, ursprünglich als „Museum für Geschichte und Technologie“, sei es nun am Scheideweg angelangt. Das Museum stehe unmittelbar vor der vorübergehenden Schließung bis 2006. Die Konzeption, einmal bereits verändert mit der Akzentuierung auf „Museum für amerikanische Geschichte“, bedürfe erneut einer dringenden Sanierung, die mehr sein müsse als eine graduelle Transformation. Damit sind nicht nur das Gebäude und die teilweise 40 Jahre alten Ausstellungen gemeint, vor allem das Verhältnis zu den Besuchern müsse überdacht werden.

Der Prozess des Nachdenkens im Museum sei im Gange, so J. Gardner. Doch bei einem Personalstand, in dem manche Kollegen länger bei Smithsonian sind, als die Gebäude dieses Museums alt, gäbe es Kollegen, die die Suche nach dem Neuen mitmachten und andere, die das nicht täten.

Es gebe grundsätzliche Fragen, wie z.B. die, wie die Aufgaben eines Kurators – bisher hochspezialisierte Experten wie z.B. ein Kurator für moderne Physik – neu und bezogen auf die breiteren Anforderungen heute zu definieren seien.

Oder die Frage nach der Art des Sammelns: kann man aus dem eher chaotischen Prozess, der sich ergibt, eine Vision entwickeln und danach sammeln? Diese Frage beschäftigte die

Museumsleute intensiv nach den Terroranschlägen des 11. September 2002. Es brauchte Monate bis zu dem Entschluss, drei Mitarbeiter des Museums zu entsenden, um Material zur Dokumentation dieses Ereignisses für das Museum zu sammeln. Da die großen Ausstellungen zu 9/11 bereits auf Tournee ist, bekamen wir einige kleine Beispiele in einem etwas verloren wirkenden Schaukasten „Geschichte in den Nachrichten“ (History in the news) zu sehen. Sie stand vis-à-vis der Abteilung „Präsidentengattinnen“ mit Vitrinen voller First Ladies in großer Garderobe; dass da an der Konzeption noch gearbeitet wird, war unübersehbar.

J. Gardner konfrontierte uns mit einigen der Fragen, wie sie die Kuratoren derzeit beschäftigen:

- Wie soll man Geschichte zeigen/ interpretieren: am Beispiel von wirklichen Menschen, wirklichem Leben (real people, real life)?
- Wie den historischen Kontext darstellen? Wie die Auswahl treffen? Soll eine Geschichte erzählt werden, oder gibt es verschiedene Geschichten?
- Wie kommen unterschiedliche Perspektiven zu Wort, wie wird man der Komplexität und Reichhaltigkeit der amerikanischen Geschichte gerecht? Schlägt man ein Buch auf oder eine Zeitung?
- Was heißt und was hat es bedeutet, Amerikaner zu sein? Gibt es den Amerikaner oder viele Amerikaner? Wie berücksichtigen wir die neuen Emigranten, z.B. aus Südostasien?
- Wie sieht ein Museum aus, das sich als Anwalt der Geschichte versteht?
- Wie beteiligen wir die Besucher, so dass sie sich als aktive Teilhaber an der Geschichte begreifen?
- Wie lässt sich Geschichte reflexiv erfahrbar und zugleich unterhaltsam darstellen?

Eine wichtige Frage sei auch die Finanzierung. Bisher werde das Museum zu 70 % staatlich gefördert, alle Ausstellungen jedoch werden privat finanziert. Ausstellungen seien aber sehr teuer, und so müsse für jedes Ausstellungsprojekt ein Konzept erstellt und dann das Geld bei privaten Sponsoren eingetrieben werden. Als Beispiel nannte er eine Sonderausstellung zur Geschichte des amerikanischen Transportwesens, die 25 Mio.\$ gekostet hat. Neben einem Teilbetrag von der Regierung hätten Unternehmen wie General Motors (die Hälfte), die Asphalt-Industrie und die Automobilindustrie Gelder beigesteuert. Es stelle sich aber die Frage, wie man Fundraising betreiben könne, ohne seine Seele zu verkaufen. Gardner betonte, für das National Museum for American History, es sei wichtig, politische Einflussnahme auf die Ausstellungskonzeption zu vermeiden: „wir wollen keine politischen Reaktionen“.

Ein Museum, das die amerikanische Museumslandschaft verändern wird

Das National Museum for the American Indian, Washington

Hatten wir mit dem City Museum of Washington ein ganz neues Museum aus dem Jahr 2003 kennen gelernt, so wurde uns nun ein Haus vorgestellt, das erst im Laufe des Jahres 2004 (www: September) eröffnet werden soll. Richard West, nunmehr in der Rolle des Gründungsdirektors des Museums für die Indianer Amerikas (the native American, gemeint ist Nord- und Südamerika), das er seit 1990 aufbaut, erläuterte uns die Geschichte der Beziehungen zwischen der Museumswelt und „the native Americans“. Dies erhielt seine besondere Brisanz vor dem Hintergrund, dass Rick West, als Rechtsanwalt seit langem mit der Vertretung von Indianern befasst und vertraut, selber indianischer Abstammung und Cheyenne-Häuptling ist. Ein Indianer im 21. Jh., wie er selbst von sich sagt, ein ganz normaler Amerikaner; mit seinen und den indianischen Werten und der erklärten Absicht,

beides mit-einander zu vereinbaren.

Das Nationale Museum der amerikanischen Indianer in Washington werde die Indianer selbst zu Wort kommen lassen, versprach Rick West. 40 – 50 Mio. Indianer in Amerika würden eine Stimme und einen Ort der Repräsentanz erhalten. Es gebe nicht nur Experten im sondern auch außerhalb des Museums, beide sollten den gleichen Status haben. Das Museum solle ein Treffpunkt und Ort lebendigen Austausches und der Entwicklung neuer Konzepte werden, um das Wissen um die überlieferten Objekte zurückzugeben, um die Geschichten und die kulturelle Kontinuität der Indianervölker zum Ausdruck zu bringen. Die Idee solle den Ausschlag für die Ausstellungskonzeption geben, und die Objekte sollten der Idee folgen. Er prägte den Begriff der „collaborative curatorship“, der zusammenarbeitenden Kuratoren. Die Indianer seien einbezogen in den Aufbau des Museums und seine kulturellen Aktivitäten in der Zukunft. Dieses demnächst seine Tore öffnende Museum werde, indem es die Realität und kulturelle Vitalität der Indianer zeige, die kulturelle Realität Amerikas verändern.

Zur Geschichte der Darstellung der Indianer in Amerika führte er Beispiele an wie den deutschen Geograph Gustav Heye, der mit dem Zusammentragen von Objekten für ein Indianermuseum in New York die Reste einer sterbenden Kultur retten wollte (heute 800.000 Objekte) – für das Selbstverständnis der Indianer war dies der letzte Akt der Kolonisation. Nach dieser Darstellung seien die letzten Indianer 1849 in Nordkalifornien gestorben, so der kalifornische Cheyenne-Chief Rick West. – Woran zu erkennen sei, dass die Dynamik der Geschichte der Indianer nicht berücksichtigt wurde. Adaption sei nicht gleichzusetzen mit Assimilation.

Bisher seien die Indianer aus den Museen sowohl äußerlich als auch intellektuell ausgeschlossen gewesen, höchstens als Informanten gefragt. Von einer multiplen Weltansicht wäre bisher keine Rede gewesen. In den letzten zehn Jahren sei eine Wandlung zu beobachten, die Indianer hätten begonnen, sich selbst zu repräsentieren. Man brauche die Indianer zur Erklärung von Objekten ihrer Geschichte, die bis zu 10.000 Jahre alt sind, aber die wissenschaftliche Erklärung sei nur ein Teil des zu überliefernden Objektwertes – der andere Teil bestehe im „humanistischen“ Wert (human value). Beides gehöre zusammen und müsse gemeinsam zum Ausdruck gebracht werden.

Und wieder reichte die Zeit gerade einmal, um die Dimensionen des Vorgetragenen leicht zu streifen. Auf das neue Museum warten wir wohl alle mit Spannung. Der dann folgende Gang durch „die Geschichte Amerikas“ war dazu angetan, den Worten von J. Gardner beizupflichten: auf die Transformation in diesem Haus darf man gespannt sein.

Samstag, 15.11.

Das Museum, ein Universum...

Podiumsdiskussion im Gebäude des American Association of Museums, Washington

Nach drei Tagen intensiver Diskussionen und Eindrücke sollte der Samstag eine Verdichtung des bisher Erfahrenen bringen: Für Fragen der deutschen Besucher standen vier amerikanische Kollegen zur Verfügung: Martha Morris, Professor for Museum Management an der George Washington University, ehemals Smithsonian, Harold Closter, Senior Management Advisor, Office National Programs, Smithsonian, Chase Rynd, Director National Building Museum Washington und Claudia Polley, Managing Director USA der

LORD Cultural Resources in Washington, deren Kollegin Anja Dauschek von LORD, Berlin die Diskussion moderierte.

Den Fragenden war anzumerken, dass die letzten Tage reichlich Stoff für Anregungen zum Überdenken des eigenen Tuns geliefert hatten. Der Informationsbedarf war groß, und die Vertrautheit mit den jeweils anderen Kultursystemen ergänzungsbedürftig. Was bedeutet ein Wandel, wie er von den amerikanischen Kolleginnen und Kollegen in Theorie und Praxis vorgeführt worden war? Müssen wir also alles in Frage stellen: die Bedeutung des Originals, den Status der Kuratoren, die Rolle des Besuchers, die Definition von „Museum“ im 21. Jh.? Wie bei deutschen Voraussetzungen für mehr Eigenfinanzierung sorgen, wie die Öffnung nach außen, Lernen und Bilden ermöglichen in erheblich größerem Umfang als bisher gewohnt? Wie die Kooperation mit anderen Kulturinstitutionen wie Bibliotheken und Archiven verstärken, und: wie das dafür nötige Umdenken bewerkstelligen?

Martha Morris erstattete Antwort mit einem Blick auf die (amerikanische) Museumsgeschichte der letzten 35 Jahre, die sie aus eigener Berufserfahrung überblickt. Als die größte Herausforderung bezeichnete sie die Forderung nach der Orientierung auf den Besucher, denn hier würde sich sehr viel ändern.

H. Closter führte den Bogen weiter: Seit 1976 hätten sich neue Gruppen in der amerikanischen Gesellschaft zu Wort gemeldet wie z.B. Indianer und Afroamerikaner mit dem Anspruch, lebende Kulturen (living cultures) zu repräsentieren. 1983 habe dazu noch eine „Schlacht um die Art des Lernens“ eingesetzt. Museen verstünden sich als Bildungs- und Erziehungs-Einrichtungen (education) und hätten sich in die Diskussion um Erziehungstheorien mit eigenen Beiträgen wie z.B. Kindermuseen, eingebracht. Die Behinderten hätten sich zu Wort gemeldet und besseren Service als Besuchergruppe eingefordert. Seit einigen Jahren seien in den Museen ernsthafte Anstrengungen zu beobachten, um die Wirkung nach außen (outreach) zu verbessern. Zusammen mit Archiven und Bibliotheken seien die Museen Teil eines großen Netzwerks der Kultur- und Bildungsinstitutionen, sie alle „vermitteln Wissen“ (transmit knowledge) und trügen mit ihren Sammlungen und wissenschaftlichen Forschungen zur Wissenserweiterung der Besucher bei. Chase Rynd, der viele Erfahrungen in kleinen Museen gemacht hat und „ausprobierte, was Smithsonian untersucht hat“, ergänzte, dass Kultur im Schulunterricht kaum eine Rolle spiele und die Museen diese Lücke füllen müssten. Außerschulisches Lernen ist gefragt. Gerade für Schulkinder ist das Lernen an Objekten eine große Hilfe (In jedes amerikanische Museum heute gehört eine „hands-on“-Abteilung, d.i. ein separates Studio mit Objekten zum Anfassen, Bibliotheksangebot etc.). Die größte Herausforderung seien jedoch die Kommunikationsbarrieren zwischen den verschiedenen Berufsgruppen (als Beispiel wurde das National Museum for American History angeführt: 400 Mitarbeiter in 20 Abteilungen (curatorial divisions) mit je 3-4 Kuratoren. Hier sich darüber klar zu werden, was die Besucher erwarten, stelle hohe Anforderungen an die Fähigkeit und Bereitwilligkeit zu Team- und Zusammenarbeit aller). Alle Museumsleute müssten verstehen, dass die Erfahrung, das Erleben (experience) des Besuchers das Wichtigste sei – in dieser Hinsicht verändere sich derzeit viel.

Daran knüpfte Claudia Polley an, die nach eigenen Aussagen vor allem Erfahrungen sammelt im Zuhören, auf beiden Seiten: beim Museumspersonal und bei den Besuchern. Sie plädierte für die Aufhebung der Segmentierung/ Spezialisierung in den Museumsverwaltungen. Ein Museum sei ein Unicum. Dies zu begreifen und die Arbeitsweise entsprechend anzupassen, sei ihrer Meinung nach von großer Bedeutung für das Museum des 21. Jahrhunderts. Sie habe in einer e-mail-Liste des ICOM eine interessante Diskussion über die Definition von „Museum“ gefunden, besonderes gefiele ihr: Wir sind die Schutzhüter der Geschichte und auch der Zukunft (we are the holders of trust of history and also of the future). „Museum“ sei aber kein geschützter Titel. Um dem Besucher zu antworten, um ihm

„Geschichten zu erzählen“, müsse es im Museum einen interdisziplinären Austausch/ Strom (flow) geben. Sonst kämen die Besucher bald nicht mehr.

Wie die Museen ihrem Publikum nützlich sein können (to serve), wurde übereinstimmend von allen Diskutierenden ganz wesentlich in Abhängigkeit gesehen von Veränderungen beim Museumspersonal, sowohl in Hinblick auf dessen Ausbildung als auch dessen Bewusstsein. Die Kuratoren müssten ihren wissenschaftlichen Elfenbeinturm verlassen, ihr Wissen behalten und neue Fähigkeiten hinzu-erwerben. So sei es z.B. nötig, dass das Museumspersonal die Ausstellungen in seinem Haus gründ-lich kennt und den Besuchern antworten kann. Kuratoren müssten einmal im Monat und evt. auch mal am Wochenende zur Verfügung stehen. Um das Publikum zu erreichen, müssten z.B. Historische Museen auch Bewegungen wie „Geschichte von unten“ (public historical movement) einbeziehen.

Dazu komme die Fähigkeit, auf die finanziellen Erfordernisse reagieren zu können. Museen müssten Profite erwirtschaften, um bessere Dienstleistungen anbieten zu können. Kunst und Kultur, wie sie Museen betrieben, seien nicht rein altruistischer Natur, sondern als „business“ aufzufassen. Mit den Dollars in ihren Institutionen müssten die Museen verstehen, gut umzugehen. Historische Museen hätten einen schweren Stand, weil Geschichte wenig Gelegenheit zum „Unterhalten“ (entertaining) böte. Dafür könnten gerade historische Museen beispielsweise als Diskussionsforen für öffentliche Debatten genutzt werden. Neben Einkünften aus Shops und Cafeterias wurde empfohlen, Besucher als zahlende Mitglieder (z.B. mit freiem Eintritt) zu gewinnen und sich um Stifter und Sponsoren zu bemühen. Die Stifter seien im amerikanischen Museumswesen eine wichtige Komponente, für ihr Engagement würden sie mit substantiellen Steuervorteilen belohnt. Von der zur Zeit offenbar weit verbreiteten Methode, Räume eines Museums an fremde Nutzer zeitweilig zu vermieten, wurde abge-raten: es sei besser, die eigenen Räume für eigene Zwecke zu nutzen statt keine Verfügung mehr über Teile des eigenen Hauses zu haben.

Das Objekt stünde nach wie vor im Mittelpunkt, es sei der Ausgangspunkt für die Wirkung nach außen und der Anlass, Geschichten – des Objektes und seines Kontextes – zu erzählen. Bei den Naturwis-senschaften wären Objekte allerdings oft nicht wichtig, sie würden sogar zuweilen einschränkend wir-ken. Hier stehe die Darstellung des Zusammenhangs im Vordergrund. Der Besitz von Objekten sei jedoch nicht das Wichtigste, man könne auch Ausstellungen mit Objekten ausleihen.

Gute Leute, die bleiben

Die National Gallery of Art, Washington

Nach der Theorie gab es kurze Gelegenheit, die neusten Bucherscheinungen bei der AAM zur Besu-cherforschung zur Kenntnis zu nehmen und zu erwerben, dann war Eile angesagt, um rechtzeitig das praktische Programm des Tages mitzuerleben. Eine weitere Perle der Washingtoner Museumsland-schaft stellt die National Gallery of Art (NGA) an der Mall nahe beim Capitol dar, mit alten Meistern im „Westgebäude“ und „klassischer Moderne“ im „Ostgebäude“ – ein riesiges Ensemble, besucht wie ein Bienenhaus, nicht anders als alle anderen Museen, die wir erlebten. Die National Gallery in Washing-ton, so erklärte uns Direktor Alan Shestack zur Begrüßung, ist die jüngste der großen Nationalgalerien der Welt. 1930 stiftete Andrew Mellon eine Sammlung alter Meister, damit die Hauptstadt Washington eine Nationalgalerie aufbauen könne. Das Gebäude dazu stiftete er gleich mit. Alle in diesem

Haus befindlichen Werke: Gemälde, Skulpturen und Fotos, betonte A. Shestack, seien gestiftet – die NGA sei insofern Ausdruck für den „Erfolg des Kapitalismus“. 1978 ließ der Sohn Paul Mellon das Ostgebäude als Anbau für die moderne Kunst (nach den 60er Jahren des 20. Jh.) errichten – ein klassisch schönes Gebäude des Architekten I. M. Pei. Auch hier befinden sich ausschließlich gestiftete Werke. Das Geheimnis des Erfolgs amerikanischer Sammlungen und Museen, so A. Shestack, sei das amerikanische Stiftungssystem mit enormen Steuervorteilen für Spender und Stifter. 1983 übernahm die Regierung die Verantwortung für die Gebäude.

Das Sammlungskonzept folge bis heute dem Gründungstifter A. Mellon und sei höchst konservativ: In das Westbuilding sollten nur Werke von Künstlern, die mindestens 20 Jahre verstorben waren.

A. Shestack berichtete uns, dass er selbst, als er vor 35 Jahren in der NGA anfing, dieselbe Meinung hatte, wie sie unter den Kuratoren üblich war: „Unsere Meisterwerke sprechen für sich selbst. Wer sie nicht versteht, braucht auch nicht zu kommen.“ Diese Auffassung habe sich gründlich geändert. Inzwischen habe er selbst veranlasst, dass jedes Werk in der Ausstellung einen Text von 200 Worten erhielt – „einen Text, den ein intelligenter Mensch in 30 Sekunden erfassen kann“. Heute kämen 11 Mio. Besucher auf die Website der NGA, es gäbe zahlreiche Aktivitäten, die sich an die Besucher richten, darunter besondere Programme für Kinder. Das Publikum seien intelligente, aber ungebildete Leute, denen man helfen müsse, dass sie ihren Besuch genießen können und es auch für die Kinder interessant sei. Die meisten Besucher brauchten Hilfe und Informationen, die das Museum liefere.

Wilfried Scott, Leiter der Abteilung Besucherbetreuung, skizzierte in Grundzügen das „Educational Program“ der NGA, um uns anschließend ein faszinierendes Beispiel gelungener Zusammenarbeit mit Besuchern vorzustellen.

1941 habe man in der (alten) Galerie die Arbeit aufgenommen. In den 50er Jahren sei erstmalig ein Kinderprogramm durchgeführt worden von der „Junior League“: Frauen, die ihren Service angeboten und auch selbst gemanagt haben. Seit 1990 ein neues Gesetz (Federal Law) die Heranziehung von ehrenamtlichen Kräften erlaubt, endete die Kooperation mit der Junior League. Heute wendet sich ein breitgefächertes Angebot an verschiedene Zielgruppen. Malkurse gäbe es kaum, meist biete man Führungen an. Führungen sind kostenlos, ein Audio-guide wird gegen Entgelt ausgeliehen. Mit Öffnungszeiten wurde experimentiert, doch die Erfahrung zeigte, dass in der Regierungshauptstadt nach 17.00 Uhr kaum noch Besucher ins Museum kamen. Im Skulpturengarten werden allerdings von April bis September abends Konzerte angeboten.

Seit 1999 gibt es ein Extraprogramm zur Unterrichtung von Erwachsenen in Kunstgeschichte, um sie als ehrenamtliche Ausstellungsführer auszubilden. Heute kann die NGA Führungen anbieten in Englisch, Deutsch, Französisch, Spanisch, Russisch und Japanisch; pro Sprache zwei Führungen monatlich, Koreanisch und Chinesisch stünden ab Ende 2004 zur Verfügung, Holländisch und Ungarisch sind in der Planung. 100.000 Besucher nehmen jährlich dieses Führungsangebot wahr, das entweder „Höhepunkte der Dauerausstellung in der alten und der modernen Kunst“ anbietet oder Einblicke in einzelne Abteilungen, Frage- und Antwort-Touren usw. Ziel für die Führungskräfte ist es, die Besucher „sehen zu lassen und fragen zu lernen“.

Wie dieses ehrenamtliche Führungspersonal rekrutiert und wie die Ausbildung dieser „volunteers“ organisiert wird, bildete den zweiten Teil der Ausführungen, gefolgt von Gunter Koenig, einem ehrenamtlichen Ausstellungsführer, der aus seinen eigenen Erfahrungen berichtete.

„Unsere Dozenten (docent) sind sehr gut ausgebildet, hochmotiviert und gut organisiert“, berichtete uns W. Scott. 15 % von ihnen seien männlich, sie setzten sich sehr unterschiedlich nach Hautfarbe, Alter und beruflicher Vorbildung zusammen. Die Dozentenausbildung wird

öffentlich ausgeschrieben, Interessenten werden zu einem Interview eingeladen, damit man sich ein Bild voneinander machen kann. Dazuzugehören, wird als etwas Exklusives angesehen: die Ausbildung erfolgt durch Kunsthistoriker, 12 Monate wird „Geschichte der westlichen Kunst“ studiert, die Seminare werden begleitet von Diskussionen in der NGA. Die Regeln für den Werdegang des Dozenten sind anspruchsvoll und streng: Teilnahme an 12 bis 15 Sitzungen ist Pflicht, zu hauseigenen Vorträgen kommen Gastvorlesungen. Über das kunsthistorische Wissen hinaus wird über Bildung im Museum (education) und die Geschichte der NGA gelehrt. Die Ehrenamtlichen werden darauf vorbereitet, nach einem Jahr intensiver Vorbereitung in der Lage zu sein, Führungen von bis zu 50 Minuten Länge auf verschiedenste Anforderungen abzustimmen. Es gibt keine Bezahlung, dafür aber Sonderkonditionen, z.B. 20 % Ermäßigung bei Einkäufen im hauseigenen Buchladen, und 30 % Nachlass im hauseigenen Restaurant. Einmal jährlich lädt das Museum seine ehrenamtlichen Ausstellungsführer zu einem Empfang ein und verteilt kleine Geschenke. „Warum unsere Leute das machen?“ sagt W. Scott. „Unsere Dozenten sind persönlich zufrieden mit dem, was sie tun. Sie können sich einer intellektuellen Herausforderung stellen, es handelt sich um Leute, die gern lebenslang lernen und sie sind zufrieden, dass sie etwas mit anderen teilen können.“ Natürlich habe diese Haltung auch kulturelle Gründe, die in der Tradition ehrenamtlicher Tätigkeit in den USA lägen. „Wir finden gute Leute (suchen aus?), wir bilden sie gut aus – und sie bleiben“.

Die Verifikation folgte auf dem Fuße und in Gestalt eines sympathischen, weißhaarigen Herrn, der uns in akzentfreiem Deutsch begrüßte, dann aber rasch in ein Amerikanisch mit unverkennbarem deutschem Akzent wechselte. Gunter Koenig, geboren im chilenischen Valparaiso als Kind deutscher Emigranten, lebt nun schon seit vielen Jahren in den USA. Als studierter Ökonom habe er sich nach langen Berufsjahren in Washingtons Banken als Pensionär endlich seinen anderen Interessen widmen können. Eifriger Besucher des „Campus an der Mall“ (der Universität an der Mall, einer liebevollen Umschreibung der Bedeutung der Smithsonian Institution), wurde er eines Tages aufmerksam auf das „volunteers program“ bei der NGA, meldete sich, musste warten, vergaß es wieder. In der launigen Gelassenheit eines Seniors und mit der Leidenschaft eines Menschen, der begeistert und überzeugt seinen lang unterdrückten Wünschen folgt, schilderte er uns seine Ausbildung zum ehrenamtlichen Ausstellungsführer. – Nie in seinem Leben habe er ehrgeiziger gebüffelt, mehr vor dem Examen gezittert, sich angestrengt. Warum das alles? Begeistert für ihn sei der nicht endende Lern-Prozess, der ihn ganz und gar beschäftige. Er schätze die intellektuelle Befriedigung des Lernens und die Freude, seine Kenntnisse dem Publikum weitervermitteln zu können. Der Kontakt mit den Besuchern, sie abholen und ihr Bildungsniveau heben zu können, das sei wunderbar. Zur Wirkung bei den Besuchern nannte er ein Beispiel: Nach dem Besuch einer Käthe-Kollwitz-Ausstellung in der NGA sei eine Gruppe von amerikanischen Besuchern derart interessiert gewesen, dass sie gemeinsam nach Berlin gefahren sei, um sich dort das Käthe-Kollwitz-Museum anzuschauen. Einen überzeugenderen, charmanteren Beweis für die Wirkung des uns zuvor geschilderten Konzeptes hätte uns die Abteilung Besucherbetreuung bei der NGA kaum liefern können.

Sonntag, 16.11.

We are a sacred place

**Das Anacostia Museum and Center for African American History and Culture,
Washington**

Zum Abschluss des Tagungsprogramms hatten wir Gelegenheit, ein Museum kennen zu lernen, das wiederum eine ganz eigene Form von Museumsidentität vorstellte. Verabredet an der U-Bahn, wurde uns empfohlen, uns gemeinsam zum Ziel, dem Anacostia Museum im gleichnamigen Stadtteil von Washington, jenseits des Potomac River, zu begeben. Anacostia, so geben dem ungeübten Nicht-Washingtonian die einschlägigen Führer Auskunft, gehört zu jenen Vierteln, die man als Tourist „lieber meiden“ sollte. Es ist ein afroamerikanisches Viertel mit zahlreichen sozial benachteiligten Einwohnern, die Kriminalität gilt als hoch. Also fuhren wir zusammen zum Museum und schauten neugierig aus den Busfenstern auf Häuser und Gärten, die anders aussahen als die adretten Stadtvillen und Botschaftsgebäude mit gepflegten Anlagen um Dupont Circle, die Büroriesen in Downtown oder die Ministerienburgen und Kulturpaläste an der Mall. Wir fielen auf, schweigendes gegenseitiges Beäugen. Die Leute, die ein- und ausstiegen, waren anders gekleidet, waren mit großen Plastiktüten anders beladen als jenseits des Potomac. Es war Sonntag, wo man in Washington eigentlich keine Arbeitstreffen macht, trotzdem erwarteten uns die Museumskollegen im offenen Haus. Alles ein bisschen ungewöhnlich an diesem Morgen.

Das Anacostia Museum, erklärte uns Direktor Steven C. Newsome, liegt mitten im Viertel und ist mit dem Leben von Anacostia aufs engste verbunden. Es gibt zahlreiche Kontakte sowohl zur Stadt als auch zur baptistischen Gemeinde. So stellte sich heraus, dass es gerade am Freitag zuvor eine Veranstaltung des Anacostia Museum gegeben hatte zu Duke Ellingtons sakraler Musik, eine Zusammenarbeit mit der Kirchengemeinde und besucht von 1.500 Menschen. Das Anacostia Museum ist ein „neighbourhood museum“, ein Museum, das seine Wurzeln im umgebenden Viertel hat – „Heimatmuseum“ ist eine nicht ganz passende Übersetzung. 1967 nahm das Museum seine Tätigkeit mit einer Ausstellung von Stücken aus der Smithsonian Institution auf. Nach der Ermordung Martin Luther Kings 1968 zerbrach der „amerikanische Traum“ vom friedlichen Nebeneinander verschiedener Rassen und Völker in einem Amerika. Es folgten schwierige Jahre, sagt Newsome. Die neue amerikanische Realität forderte in kulturellen Kreisen eine Selbstreflexion über die Rolle der eigenen Institution. Es gibt 103 afroamerikanische Museen in USA, die meisten viel kleiner als das Anacostia Museum. Das Anacostia Museum wurde ein Museum von der Gemeinde für die Gemeinde, so der Direktor, der ungewöhnliche 15 Jahre diesen „Job“ schon macht. Vielleicht werde es in ungefähr 15 Jahren auch ein Museum der Afroamerikaner an der Mall geben – aber das, so Newsome lachend, werde er zwar mit Interesse, jedoch aus der Perspektive des Pensionärs verfolgen.

Das Museum sei nicht in eine Kategorie zu pressen: man sei weder ein Wissenschaftszentrum noch ein Kunstmuseum, bzw. keines von beiden ausschließlich, obwohl es hier mehr als alle anderen vergleichbaren Museen auf Forschung und Wissen ausgerichtet sind (research and scholarship). „Wir decken das ganze Spektrum der afrikanisch-amerikanischen Gesellschaft ab – alles, was unser Leben betrifft“, erfahren wir. Dazu gehören Umwelt, die Beziehungen der Bewohner von Anacostia untereinander und zu anderen usw. usw. Das nächste Ausstellungsprojekt z.B. habe den Titel: „Warum sammeln Museen?“. Hintergrund sei, dass viele Stücke, die eigentlich ins Anacostia-Museum gehörten, in den Händen von Privatbesitzern seien. Die Ausstellung solle dazu beitragen, den Leuten verständlich zu machen, dass es ihre eigene Geschichte ist, die im Museum dokumentiert wird. Und dass sie als Sammler ihren Beitrag leisten können. Teil der Arbeit des Museums ist es, Beziehungen im Viertel aufzubauen, die dann z.B. auch dazu führen, dass Nachlässe ins Museum abgegeben werden, dass man sich informiert, dass die Leute von selber kommen. Auf diese Weise trage das Museum auch seine Sammlung allmählich zusammen.

Das Anacostia Museum wird jährlich von etwa 65 – 80.000 Menschen besucht, neben Ausstellungsräumen für Wechselausstellungen gibt es ein Magazin, eine Bibliothek und ein Archiv. Ob dem Museum und seinen Besuchern nichts passieren würde, da das Viertel doch keinen so guten Ruf habe? Newsome antwortet darauf: „Wir sind ein heiliger Platz (sacred

place)“. Das Museum sei für Anacostia Treffpunkt, Versammlungsplatz für Gemeindeangelegenheiten, Tagungsort – z.B. für die Sommerakademie für Elementarschulen, die hier zusammen mit Schulen und Kirchen regelmäßig abgehalten wird – und vieles mehr. „Wir sind zwar in einem Haus, aber wir haben keine Grenzen“, ist der Grundsatz, nach dem hier gearbeitet und outreach, Wirkung nach außen, organisiert wird. Finanziert werde das Museum zum Teil vom Congress, zum Teil von Smithsonian und einen Teil trägt das Museum selbst.

Ob es Zusammenarbeit mit den anderen Museen in Washington gebe? Man stünde nicht im Wettbewerb, erklärt uns Newsome gelassen selbstbewusst, das Museum hier sei etwas Eigenes. Man sei auch kein Museum für Afroamerikaner, hier seien alle willkommen. Man kooperiere gern.

Die Besucher kommen zu 60 % in Gruppen, viele davon sind Schulklassen, ein ausdrückliches Ziel des Museums ist es dabei, langfristige Beziehungen zu denen zu knüpfen, die einmal gekommen sind, damit sie wiederkommen.

Man muss, so Newsome zur Arbeit seines Teams, erfolgreiche Projekte planen: inhaltsreich (meaningful) und einzigartig (unique). Das sei das Rezept des Anacostia Museums und offenbar ist es damit erfolgreich.

Der Rundgang durch die Ausstellung soll hier Erwähnung finden, weil er vielen von uns ungewöhnliche Werke junger afroamerikanischer Künstlerinnen und Künstler aus Anacostia vorführte. Eine Führung vertiefte unsere Eindrücke und erklärte einiges zu den Hintergründen. Einer der jungen Künstler, die hier ausstellen, war kürzlich in Berlin, erzählte man uns. – Kein Zweifel, Anacostia kann sich international präsentieren. Wir entdeckten vitale Ideen und mitreißende unverbrauchte Bilder, die hier von den Künstlern entwickelt und zur Diskussion gestellt wurden. Ein „think-tank“ afroamerikanischen Kulturbewusstseins. Die Nachfrage, ob und wie man in eine Kooperation mit dem Anacostia Museum und seinen Künstlern eintreten könne, war entsprechend groß.

Schlussbemerkung

Die Tagung war mit diesem eindrucksvollen Abschluss beendet, die Teilnehmer zerstreuten in alle Richtungen. Der Bericht soll damit auch beendet sein, auch wenn längst nicht alles gesagt ist. Wie sich unschwer erkennen lässt, war die Berichterstatterin zum ersten Mal in den USA, verfolgte das Geschehen mit Neugier, tastete manchmal nach Orientierung. Nachdem sich die ersten Eindrücke ein wenig gesetzt und beim Nacharbeiten sortiert haben, verstärkt sich, was sich schon beim Abschied von Washington abzuzeichnen begann. Der Wunsch nach mehr Kenntnis, mehr Beispielen, mehr Begegnungen, mehr Austausch. Für mich war diese Reise eine vollkommen neue, sehr aufschlussreiche Erfahrung. Mit einem enormen Angebot, museales Handeln vor einem verwandten und doch in vielem ganz unterschiedlichen Hintergrund kennen zu lernen. Ohne Zweifel ein sehr bereichernder Ausflug in fremde, nun nicht mehr ganz so fremde Gefilde. Ich wünschte uns neue Treffen, Wiedersehen, weitere Gespräche. Christof Mauch hat Recht: die Unterschiede sind es, die das Vergleichen interessant machen. In der Begegnung können wir viel voneinander lernen, die jungen Amerikaner mit ihrem oft viel unbekümmerteren Herangehen, weniger bürokratischen Hürden und mehr Seiltanz ohne Netz – und wir alten Europäer, die wir, gerade im Kulturbereich, auf einem so breiten geschichtlichen Fundament stehen, davon zehren und gleichzeitig auch manchmal eingeengt werden von allzu großer Erfahrungslast. Über die Besucherorientierung haben wir einiges erfahren, bei näherem Hinsehen ein besseres Gefühl dafür bekommen, was sich womöglich adaptieren ließe, was nicht. Zu beiden Seiten des

Atlantiks stecken wir mitten im Prozess – schön, wenn sich herausstellen sollte, dass diese ICOM-Reise ein Anfang war, dem weitere Begegnungen folgen.