

Protokoll des Fachgruppentages 6. Juni 2007 in Frankfurt*Podiumsdiskussion zum Tagungsthema „Was macht ein Geschichtsmuseum erfolgreich?“*

Zunächst trafen sich die ca. 50 Teilnehmer im Historischen Museum Frankfurt/Main und wurden durch Dr. Jan Gerchow (Historisches Museum Frankfurt/Main) mit einigen einführenden Informationen zur Geschichte des Museums und seiner Sammlungen und zur geplanten weiteren Entwicklung des Hauses vertraut gemacht. In diesem Sinne war die Einführung in die Geschichte und die Perspektiven des Historischen Museums Frankfurt zugleich auch ein Diskussionsbeitrag zum Tagungsthema. Dr. Gerchow leitet seit 2005 das historische Museum Frankfurt, es ist das älteste Frankfurter Museum und wurde bereits 1878 begründet. Die Sammlungen umfassen ca. eine Millionen Objekte und es ist notwendig, das „historische Museum“ innerhalb des historischen Gebäudekomplexes Saalhof neu zu konstruieren“. Der Gebäudekomplex wurde 1954/55 zum Museum hergerichtet und erfuhr zwischen 1968 und 1972 eine Erweiterung durch den Anbau. Damals bildeten Ansätze der „Demokratisierung des Museums“ und die Ausbildung des Museums als „Lernort contra Musentempel“ den Rahmen für die Gestaltung des Historischen Museums Frankfurt/Main. Der gegenwärtige Ansatz verfolgt das Ziel, das Museum stärker im Zusammenwirken in eine städtebauliche Entwicklungskonzeption des Umfeldes zu integrieren. Inwieweit diese Konzepte auch politisch durchsetzbar sind, musste Dr. Gerchow offen lassen, lediglich die Sanierung des Altbaus zwischen 2008 und 2012 scheint als erster Schritt realisierbar. Wesentliche Bestandteile des Historischen Museums Frankfurt sind das Kindermuseum und das Karikaturenmuseum. Letzteres wird 2008 im Leinwandhaus etabliert, jenem Ort, in dem die Bürger Frankfurts im 19. Jahrhundert die Grundlagen für das städtische Museum legten. Darüber hinaus wird die Porzellan- und Keramiksammlung zukünftig in Höchst präsentiert. Nach diesen allgemeinen Einführungen stellte Dr. Gerchow einige Projekte vor, mit denen das Frankfurter Museum versuchen will, eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Dabei ist der Schwerpunkt auf Sonderausstellungen gelegt, die ausgehend von den eigenen Sammlungen Brücken schlagen zu wichtigen historischen Ereignissen und Epochen. Insgesamt werden jährlich ca. zehn Sonderausstellungen erarbeitet, eine davon steht jedoch im zentralen Fokus der Arbeit. Mit dieser Ausstellung soll versucht werden, Frankfurt in größere historische Zusammenhänge einzuordnen. Dabei ist es notwendig, dass das Museum mit entsprechenden Partnern zusammenarbeitet. So wird die Ausstellung „Blickwechsel. Frankfurter Frauen um 1800“ 2007 sowohl das künstlerische Schaffen der letzten zweihundert Jahre vorstellen, aber auch Handel und Handwerk beleuchten und den Blick auf herausragende Stifterinnen lenken: Mit der für 2007/2008 geplanten Ausstellung „Frankfurt und der Nordpol“ wird ein Thema aufgegriffen, daß in der Öffentlichkeit wenig bekannt ist, aber für die Wissenschaftsgeschichte besonders bedeutsam. Untersucht werden die direkten und indirekten Beziehungen, die Frankfurter zur Entdeckungsgeschichte des Nordpols haben. Für 2008 wird die Ausstellung „Die 68er – kurzer Sommer – lange Wirkung“ vorbereitet und für 2010 steht mit dem Projekt „Stiftungen – Gaben für die Ewigkeit“ erneut ein Thema zur Diskussion, dessen Spuren noch in der Gegenwart wirksam sind. Damit deutete Dr. Gerchow an, daß die Akzeptanz des Museums in der Gegenwart sehr wohl davon abhängt, ob die Themen der Ausstellungen auch heute noch von Interesse und in der Öffentlichkeit der Stadt präsent sind.

Anschließend führte Dr. Gerchow gemeinsam mit einigen Fachkollegen durch die Ausstellungen des Stadtmuseums. Auf Grund der Kürze der Zeit war es den Teilnehmern nicht möglich, alle Ausstellungsbereiche ausführlich kennenzulernen. Jedoch wurde am Beispiel des Abschnittes 1933 bis 1945 intensiv die präsentierte Ausstellung diskutiert. Ausgangspunkt

bildet die Geschichte eines Frankfurter Hitlerjungen, der 1944 an der Ostfront starb. Ausgehend von seiner Biographie und persönlichen Objekten wird hier die Zeit des Nationalsozialismus vorgestellt. Ein langfristiges Projekt ist auf die Mitwirkung der Frankfurter angelegt. Dabei werden Persönlichkeiten und Arbeitsgruppen gebeten, den Spuren der Opfer des Nationalsozialismus zu folgen, deren Leben und Wirken zu erforschen. Die Ergebnisse werden über einen Zeitraum von 50 Jahren gesammelt, um so auch eine spezifische Rezeptionsgeschichte aufzuzeichnen. Zum Abschluss des Rundgangs konnten die Teilnehmer noch das Kindermuseum kennenlernen, das mit ganz eigenen Ausstellungen und Projekten Kinder an die Geschichte der Stadt heranführt.

In die nun folgende Podiumsdiskussion führte Frau Dr. Hufschmidt (LWL Freilichtmuseum Hagen) ein. Die Frage nach der Stellung des Museums in der Stadt/Region ist abhängig, ob das Museum mit seiner Arbeit erfolgreich ist. Museen erweisen sich zunehmend als repräsentative Orte, die von der politischen Öffentlichkeit wahrgenommen und genutzt werden. Darüber hinaus muß sich das Museum aber auch in die aktuellen Entwicklungen einer Stadt/Region einordnen. Dabei stellt sich die Frage nach dem Erfolg zumindest in zweifacher Hinsicht: Zum einen fragt der Träger des Museums nach dem Erfolg, zum anderen sind wir selbst diejenigen, die den Erfolg messen wollen. Dabei sind diese beiden Fragestellungen durchaus nicht immer identisch und zielen auf unterschiedliche Schwerpunkte. Während die Träger den Erfolg häufig an solchen Richtwerten wie Besucherzahlen, Öffentlichkeitswirksamkeit und Medienresonanz bemessen, gehen wir selbst von den gestellten Aufgaben, dem wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn oder gelungener Vermittlung als Gradmesser für den Erfolg aus.

In seinem Diskussionsbeitrag verwies Dr. Jan Gerchow darauf, dass Besucherzahlen und Medienresonanz durchaus Gradmesser für den Erfolg eines Museumsprojektes sind. Allerdings ergibt sich daraus eine Diskrepanz zwischen den klassischen Aufgaben des Museums und seiner Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. Besucherzahlen und Ausstellungen sind eben nur ein Teil des musealen Alltags. Will man also der Öffentlichkeit die museale Arbeit vermitteln, so gilt es, ähnlich wie dies in Bibliotheken und Archiven bereits der Fall ist, auch die Sammlungen öffentlicher zu machen. Versucht das Museum, Themen aufzugreifen, die in den aktuellen Diskussionen der Stadt eine Rolle spielen, so kann das Museum dadurch in der Öffentlichkeit ebenfalls besser wahrgenommen werden. Versucht man dabei noch über die Stadt hinaus zu wirken, so ist auch eine überregionale Wahrnehmung denkbar und wenn Projekte in Kooperation mit andern Partnern realisiert werden, so ergibt sich auch hierdurch eine breitere Medienwirksamkeit. Für Geschichtsmuseen ist die Einbindung in einen lokalen Kontext wichtig. Die Stadt als „begehbare Erfahrungsraum“ und als „Geschichtsort“ bietet dazu die besten Möglichkeiten. Außerdem sollten Geschichtsmuseen bzw. Stadtmuseen eine zentrale Rolle im Bereich der Identitätsfindung einer Stadt/Region übernehmen, diese quasi als „Markenzeichen“ mit entwickeln. Letztlich besitzt der verengte Blick eines lokal orientierten Geschichtsmuseums das Potential, möglichst alle Bewohner eines Stadtraumes anzusprechen. Ganz in diesem Sinne soll die Diskussion in Frankfurt zur Umbenennung vom Historischen Museum zum Frankfurt-Museum erfolgen. Dabei werden für zukünftige Ausstellungen drei wesentliche Ansätze gesucht: Das Thema „Verdichtung“ als Leitsystem für die Stadt, die Menschen in der Stadt unter dem Aspekt der Migration und die Kommunikation als Prinzip der städtischen Struktur.

Im nachfolgenden Beitrag stellte Prof. Dr. Matthias Puhle (Kulturhistorisches Museum Magdeburg) seine Überlegungen zum Thema Erfolg im Museum vor. Zunächst beschrieb Dr. Puhle die scheinbaren Rahmenbedingungen für den Erfolg des Museums und den daraus resultierenden Widerspruch: Es sind eben nicht nur die Ausstellungen und Veranstaltungen – und die damit verbundene Besucherzahlen, die die Arbeit des Museums und den scheinbaren

Erfolg bestimmen. Jedoch erweisen sich die Dauerausstellungen als Problem, fordern nicht nur Politiker, sondern auch die Besucher zunehmend Sonderausstellungen. Demgegenüber ist das historische Wissen in der Bevölkerung wesentlich geringer ausgeprägt als noch vor einigen Jahren und so muß sowohl das allgemeine Interesse für das Museum als auch für eine fachlich fundierte Vermittlung immer wieder neu geweckt werden. Im Folgenden führte Dr. Puhle drei Aspekte für den Erfolg eines Museums an. 1. Die historischen Themen für Ausstellungen müssen aus den eigenen Sammlungen heraus entwickelt werden. Dazu ist es notwendig, verschiedene Aspekte zu verknüpfen und die allgemeine Geschichte mit der eigenen regionalen Entwicklung zu verknüpfen. Ausdrücklich unterstreicht Dr. Puhle, daß die historischen Museen nicht als Kunstmuseum auftreten sollen, im Mittelpunkt ihrer Ausstellungen sollte das Leben der Menschen und die Darstellung von historischen Prozessen stehen. 2. Unabdingbar für den Erfolg eines Geschichtsmuseums ist eine fachlich fundierte wissenschaftliche Arbeit als Grundlage für Ausstellungen, Publikationen, Sammlungsbetreuung und Vermittlung. In diesem Zusammenhang verwies er auch aus eigener Erfahrung im Magdeburger Museum auf die enge Kooperation mit Universitäten, Hochschulen und andere Bildungs- und Forschungseinrichtungen. 3. Dr. Puhle forderte dazu auf, daß die Museen aus ihrer Vereinzelung heraustreten müssen. Kooperationen bei Ausstellungen und Publikationen sind wesentliche günstige Möglichkeiten, das eigene Museum einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich und bekannt zu machen.

Eine weitere Sichtweise auf die Fragestellung formulierte Prof. Dr. Dr. Markus Walz (Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur, Fachbereich Buch und Museum), indem er den Fokus auf die wirtschaftlichen Aspekte der Museumsarbeit lenkte. Ausgehend von der These: „Erfolg ist eine Formel aus der Betriebswirtschaft“ erinnerte er daran, dass die aktuellen Diskussionen um neue Steuerungsmodelle und Kennzahlen seitens der Politik und der Träger für die museale Arbeit Erfolgskriterien definiert, die sich eher nicht an inhaltlichen Aspekten orientieren. Träger und Verantwortliche jedoch fordern messbare Erfolgskriterien. Dabei sind drei Aspekte besonders zu untersuchen: 1. Die Frage nach den benötigten finanziellen Mitteln stellt sich in Anlehnung an das „Chemnitzer Model“ in der Form der Analyse der wirtschaftlichen Unterdeckung. 2. Die Forderung, Besucherzahlen als konkrete Kennziffer zu nutzen, ist verbunden mit dem Problem, dass die Mehrzahl der Geschichtsmuseen nur über ein begrenztes Potential an Besuchern für die Ausstellungen und Veranstaltungen verfügt und dieses sich kaum steigern läßt. 3. Mit der Ausweitung der Angebote der Museen im Bereich des Veranstaltungswesens und der Sonderausstellungen sind kaum zusätzliche Potentiale zu erwirtschaften, zumal diese auch erhöhte Aufwendungen in finanzieller und personeller Hinsicht erfordern. Auch Prof. Walz warnte an dieser Stelle die Geschichtsmuseen davor, sich übermäßig als Kunstmuseum darzustellen. Stellen wir die Frage, warum die Menschen in die Geschichtsmuseen kommen, so bleibt letztlich als Antwort nur, daß die Besucher selbst in erster Linie qualitative Kriterien an die Ausstellungen anlegen. Geschichtsmuseen sind in diesem Sinne Dienstleister für die Gesellschaft, wobei der Schwerpunkt für Geschichtsmuseen auch zukünftig das Bildungsangebot ist. Ganz wie bereits Dr. Gerchow und Prof. Puhle forderte auch Prof. Walz die zunehmende Vernetzung der Geschichtsmuseen mit anderen wissenschaftlichen Einrichtungen und die Kooperation bei Projekten. Dies führt letztlich zu einer höheren Qualität der Angebote und ermöglicht die Entwicklung neuer inhaltlicher Konzepte für Ausstellungen, Publikationen und Sammlungen.

Das letzte Statement gab Markus Möhring (Museum am Burghof in Lörach). Nach seiner Auffassung gibt es eine Vielzahl von möglichen Erfolgskriterien. Grundsätzlich ist eine betriebswirtschaftlich diskutierter Ansatz für das Museum wenig tragfähig, auch erscheint ihm eine Prioritätenliste als sehr problematisch. Ausgangspunkt für die Diskussion um Erfolg des Museums sollten die konkreten Arbeitsbereiche der regionalen Museen sein: 1. In den Samm-

lungen der Geschichtsmuseen werden die Originale zur regionalen Geschichte bewahrt. Dies ist ein zentrales Argument gegenüber der Politik, die entsprechenden Sammlungen zu schützen und zu bewahren. Daraus ergibt sich zudem auch die Bedeutung der zahlreichen regionalen Sammlungen und die Notwendigkeit, diese für die Zukunft zu sichern. 2. Vor Ort sind die Mitarbeiter der Geschichts- und Lokalmuseen diejenigen, die über die Kompetenzen verfügen, zur historischen Entwicklung der Stadt und Region fundierte Aussagen zumachen, Insofern sind die Museen immer auch Kooperationspartner für Heimatforscher, Denkmalpfleger und andere Partner, Am Beispiel Lörrach schilderte Markus Möhring die intensive Zusammenarbeit des Museums mit der neu gegründeten Jüdischen Gemeinde. Zudem sollten die Museen prüfen, inwieweit sie durch Kooperationen ihren eigenen Wirkungsraum erweitern können. 3. Das Geschichtsmuseum stellt eine Einrichtung dar, die verstärkt auf ihr „Alleinstellungsmerkmal“ abheben muß. Die häufig sehr universellen Sammlungen sind einerseits regional ausgerichtet, andererseits bieten sie gerade deshalb auch die Chancen für eine überregionale Wahrnehmung. 4. Zukünftig müssen auch die kleineren Museen versuchen, ihre Ausstellungen an den gegenwärtigen Rezeptionsgewohnheiten der Besucher zu entwickeln. Erlebnisorientierte Vermittlung, Emotionalität der Ausstellungen, Ausstellen der Originale und eine fachlich fundierte didaktische Vertiefung sollen sich ergänzen mit Möglichkeiten der Interaktivität, „Mitmachstationen“ bereichern die traditionelle Ausstellung und bieten den Besuchern zahlreiche Möglichkeiten, sich die Ausstellungen zu erschließen. 5. Letztlich bleibt für da Museum immer die Frage aktuell, wie auf die Einflüsse von Außen reagiert werden kann und wie mit Vernetzungen und Kooperationen die Stellung des eigenen Hauses gefestigt werden kann.

In der nachfolgenden Diskussion wurden die Aspekte aus den vier Einführungsreferaten aufgegriffen bzw. hinterfragt. Ausgangspunkt ist die Feststellung, dass die Frage des Erfolgs zurzeit überwiegend von Außen an die Museen herangetragen wird, es aber notwendig ist, diese selbst zu formulieren und Antworten zu gegeben. Dabei ist zu berücksichtigen, daß es keine allgemeine Antwort für Geschichtsmuseen gibt, sondern sich Erfolgskriterien nur im konkreten Umfeld eines Museums beschreiben lassen. Museen genießen nicht mehr, wie früher noch, a priori Bedeutung als Bildungseinrichtung. Zudem müssen die Museen heute auch einen aktiven Beitrag zur regionalen Gesamtentwicklung leisten. Insofern ist die Einbindung in die jeweilige Stadtpolitik notwendig. Außerdem sollen die Museen dann auch eine intensive Lobbyarbeit betreiben und die eigenen Sammlungen als wesentlichen Bestandteil der regionalen Identität definieren. Damit erweist sich das Museum als zentraler Ort für die regionale Identitätsstiftung – diese wird somit zu einer zentralen Aufgabe der musealen Arbeit. Die Arbeit in den Geschichtsmuseen steht gegenwärtig somit im Gegensatz zum allgemeine gesellschaftlichen Prozess der Enthistorisierung. Gerade die Regional- und Landesgeschichte wird zunehmend außer Acht gelassen – diese Lücke könne zwar nicht die Museen ausfüllen, jedoch vermögen sie mit ihren Sammlungen, Ausstellungen und Publikationen dem entgegenzuwirken. Insofern sind die Geschichts- und Regionalmuseen eben auch „Orte des Wissens“, mit ihrem häufig interdisziplinären Arbeiten und mit Ihren Kooperationen bieten sie auch zukünftig die Möglichkeiten für eine breite Öffentlichkeit, sich mit der Geschichte ihrer Stadt und Region auseinanderzusetzen.

Fachgruppenangelegenheiten

Mit einem Rückblick auf die Fachgruppentagung in Korbach eröffnete Dr. Markus Möhring den zweiten Teil der Tagung. Die Zusammenkunft im Herbst 2006 war für die ca. 70 Teilnehmer ein großer Gewinn. Sowohl die Tagung in Korbach als auch die anschließende Exkursion nach Bad Arolsen ermöglichten Einblicke in die Museumslandschaft einer Region.

Anschließend stellte Frau Dr. Anke Hufschmidt das Programm der diesjährigen Herbsttagung der Fachgruppe vor. Die Veranstaltung wird vom 10. bis zum 12. November 2007 in Saalfeld stattfinden. Beginnend auf dem 14. Fachgruppentag soll der Begriff der Qualität in den Mittelpunkt gestellt werden und dabei werden die Standards für Museen als zentrale Punkte der Museumsarbeit in den Mittelpunkt gestellt. In Saalfeld soll der Schwerpunkt auf das Thema Sammeln gelegt werden. Auf den folgenden Fachgruppentagungen können dann weitere Aspekte der musealen Arbeit (z. B. Bewahren, Erforschen und Vermitteln) untersucht und damit die Möglichkeit eröffnet werden, Fragen zur Qualität unsere Arbeit zu beantworten.

Im zweiten Teil der Beratung berichtete Volker Rodekamp über die Arbeit des Vorstandes des Deutschen Museumsbundes und die Schwerpunkte für die nächsten Jahre. Er verwies noch einmal ausdrücklich darauf, daß das Heft zu den Standards nun schon in zweiter Auflage erschienen ist und vor Ort für die aktuelle politische Diskussion genutzt werden soll. Das Thema „Sammeln und Entsammeln“ wird seitens des Deutschen Museumsbundes im europäischen Kontext betrachtet. Die zunehmende Diskussion um das „Ehrenamt“ erweist sich in den Neuen Bundesländern als problematisch, da in vielen Bereichen hier eine traditionelle Kultur des Ehrenamtes nicht vorhanden ist und somit erst aufgebaut werden muß. Seitens des Vorstandes des Deutschen Museumsbundes ist dabei klar zu trennen zwischen dem „Ehrenamt im Museum“ und den ehrenamtlich geführten Museen“. Die „Denkschrift zur Lage der Museen“ erschien 1974 in der BRD, seitens des Deutschen Museumsbundes soll eine neue Denkschrift für das Jahr 2009 vorbereitet werden. Problematisch entwickelt sich der Einsatz der Volontäre sowohl im Hinblick auf die spezifische Ausbildung als auch mit Blick auf die Entlohnung. Der in den Museen existierende Mittelbau wird zunehmend abgebaut. Abschließend schilderte Dr. Rodekamp noch einmal, daß die Arbeit der Fach- und Arbeitsgruppen sich zu einem wichtigen Bestandteil der Arbeit des DMB entwickelt haben. In diesen Fachbereichen erfolgt eine ausgeprägte und spezifische Kommunikation zwischen den Kolleginnen und Kollegen. Zukünftig erhalten die Fachgruppen jährlich ein Budget in Höhe von 800 Euro vom Vorstand des DMB für Ihre Arbeit erhalten

F. d. R. Steffen Krestin