

# „Wie der Frosch im Butterfass ...“ Wege fürs „surviving and thriving“ von Kunst- und Museumsbibliotheken

Bericht über die Herbstfortbildung der AKMB in Köln, am 17. und 18. November 2011<sup>1</sup>

Birgit Fernengel – (Die Neue Sammlung München, Bibliothek)

Kunst- und Museumsbibliotheken wollen, wie andere Bibliotheken auch, den Ansprüchen ihrer Nutzer auf schnellen und möglichst uneingeschränkten Zugang zu den Beständen und Informationsquellen gerecht werden. Dieses unter sich ständig wandelnden Bedingungen und Sparzwängen zu leisten, erfordert Innovationsgeist und Einfallsreichtum. Positionierung der eigenen Einrichtung, Kundenzufriedenheit, Erwartungen der Nutzer, sind nur einige Stichworte, zu denen die Herbstfortbildung Vorträge geboten hat: Handreichungen für methodisches Vorgehen und Beispiele gelungener Projekte wurden vorgestellt.

Nach den Begrüßungsworten des Bürgermeisters der Stadt Köln und der Leiterin der Kunst- und Museumsbibliothek Köln, *Elke Purpus*, sprach *Deborah Shorley*, Imperial College, London, in ihrem Beitrag „Bibliotheca agilis: survival of the fittest in libraryland“ darüber, welcher Maßstab für eine gute Bibliothek gelte: Nicht die Anzahl der Bücher und der elektronischen Angebote, sondern deren Qualität ist entscheidend. Ein effizienter Wissenstransfer und Kooperationen mit anderen Bibliotheken sichern das Überleben der Bibliotheken. So z.B. das Kooperationsprojekt UKRR (UK Research Reserve: <http://www.ukrr.ac.uk/>), in dem acht Universitätsbibliotheken wenig genutzte wissenschaftliche Zeitschriften aussondern, wobei sichergestellt wird, dass eine der teilnehmenden Bibliotheken und die British Library die Zeitschrift vorhalten. Die Bibliotheken werden bei der Entsorgung der Zeitschriftenbände und der Einrichtung von Speicherbibliotheken mit Steuermitteln finanziell unterstützt. So sind bislang 11.000 laufende Meter Stellfläche in den Bibliotheken frei geworden für neue Bücher, aber auch für Einzel- und Gruppenarbeitsplätze – und geplant ist, dass bis Ende 2013 weitere 100 km Regal hinzukommen.

## Wer sind unsere Nutzer und wie machen wir auf uns aufmerksam?

*Sebastian Nix*, Bibliothek des WZB – Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, stellte

die Frage „Wer sind unsere Kunden – und was wollen sie?“ und gab eine Kurzeinführung zum Thema Markt- und Nutzerforschung, die auch für kleinere und mittlere Bibliotheken nützlich sein kann.

Die Leiterin der Kölner Kunst- und Museumsbibliothek, *Elke Purpus*, sprach über die Geschichte und die Bedeutung ihrer Bibliothek für die Museumslandschaft der Stadt Köln und ging auf die Beschlüsse des Kölner Stadtrates ein, die seit Ende der 1990er-Jahre immer wieder die Dezentralisierung und damit Auflösung der Bibliothek vorsahen. Auch der letzte Vorstoß konnte 2011 vorläufig abgewendet werden, dank vieler Aktionen, wie z.B. dem Sammeln von Unterschriften oder Flashmobs<sup>2</sup>. Dabei setzt die Bibliothek in den letzten Jahren verstärkt auf Öffentlichkeitsarbeit und damit auf eine größere Außenwirkung: Führungen, Vorträge, Ausstellungen, Künstlergespräche. Auch Nutzerbefragungen wurden durchgeführt, die Öffnungszeiten verlängert, der Lesesaal mit schalldämpfenden Materialien ausgestattet u. v. m. Die Bibliothek soll nun nach dem Willen des Rates der Stadt Köln zusammen mit dem Rheinischen Archivs einziehen. Mit dem Neubau am Eifelwall soll 2015 begonnen werden, das Darmstädter Architektenbüro Waechter + Waechter hat den Wettbewerb dafür gewonnen.

Profilieren und positionieren, neu wahrnehmen und begehren – erste Schritte zur Neuausrichtung von Museumsbibliotheken, dies sieht *Hartmut John*, Berater für Museen und Kultur, Pulheim, als eine zwingende Notwendigkeit an. Aus Sicht des Kulturmarketings wollte er Hinweise für eine Neuausrichtung der Kunst- und Museumsbibliotheken geben: So sei hier die Analyse des Umfeldes, des Fremd- und Selbstbildes eines Museums der erste Schritt, um das Museumsprofil zu schärfen und um schließlich „Aufenthaltslebnisse“ in Museen und deren Bibliotheken gestalten zu können.

Den Umgang mit der Presse als Teil der Öffentlichkeitsarbeit für Bibliotheken, diese Auf-

gabe behandelte *Ilona Munique* vom Wega-Team in Bamberg und freie Beraterin für Bibliotheken, in Form eines kurzen Workshops. Sie bot praktische Tipps zum Thema, gab Anregungen für die Auswahl von medientauglichen Themen für Pressemitteilungen und eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie man solche am besten verfasst.

Auch das Medium Werbefilm kann auf die Bibliothek aufmerksam machen, gerade wenn sie Besuchern noch nicht so bekannt ist. Was man alles beachten muss, um einen solchen Film selbst zu erstellen, lieferte *Luka Peters* aus Düsseldorf unter dem Titel „Viel Film für wenig Geld – Imagefilme für Kunst- und Museumsbibliotheken“. Beispiele für gute und weniger gelungene Filme findet man auf seiner Webseite: <http://www.edaktik.de/bibliovideo/>.

Zwei Beispiele aus der Praxis rundeten die Vorträge des ersten Tages ab: *Andrea Joosten*, Bibliothek der Hamburger Kunsthalle, stellte ihre monatlich erscheinende elektronische Publikation „WissensWert“ vor, die als Newsletter an die Abonnenten versandt wird. Deren Untertitel lautet: „Ihre Bibliothek – qualifiziert, kooperativ, zuverlässig“ – in diesem Fall keine Selbstdarstellung, denn so wurde die Bibliothek in einer Nutzerumfrage beschrieben.<sup>3</sup>

Ein weiteres eindrucksvolles Beispiel, wie eine Bibliothek unter denkbar schwierigen und unsicheren Bedingungen aufgebaut und betrieben werden kann, beschrieb *Monique Erlitz* von der Bibliothek HALLE 14, untergebracht in der ehemaligen Leipziger Baumwollspinnerei, heute ein Kulturzentrum.<sup>4</sup>

Anschließend hatten die Teilnehmer/innen der Tagung die Möglichkeit, sich für eine von zwei Führungen vor Ort zu entscheiden: entweder einen Blick hinter die Kulissen der Kunst- und Museumsbibliothek bzw. des im gleichen Haus untergebrachten Rheinischen Bildarchivs zu werfen oder die in historischen Mauern eingerichtete Bibliothek und Mediathek der Kunsthochschule für Medien Köln zu besuchen.

### Neue Wege der Kommunikation und Präsentation

Eine informative Webseite einer Institution, der damit verlinkte Opac der Bibliothek sind heute nicht mehr wegzudenken. Aber auch Anwendungen im Bereich Social Media (oder Web 2.0) könnten in Kunst- und Museumsbibliotheken sinnvoll eingesetzt werden, so *Andreas Klisch*, selbstständiger Dipl.-Kulturarbeiter und Dozent an der FH Potsdam. Er erläuterte, wie ein Webauftritt für Besucher und Nutzer ansprechend gestaltet wird und welches die gängigen Begriffe im Bereich des Web 2.0 sind, was davon wichtig, also „must have“, und was „nice to have“ ist.

Das Praxisbeispiel dazu lieferte *Katharina Koop*, Leiterin der Bibliothek des Instituts für Kunstgeschichte in Aachen. Als ihre Bibliothek mit einem Bestand von rund 70.000 Bänden wegen Renovierungsarbeiten ein Jahr lang geschlossen werden musste, beschloss sie, mit den Benutzern über Facebook in Kontakt zu bleiben und sie über die Umbaumaßnahmen aktuell zu informieren. Was zunächst als „Bericht von der Baustelle“ gedacht war, entwickelte sich zu einer Kommunikationsplattform mit den Nutzern, zu einer Art „Bibliotheksarchiv“.

Als ein weiteres Beispiel für die Nutzung der neuen Informationstechnologien kann das Projekt der gemeinsamen Informationsvermittlung der Stiftung Historische Museen Hamburg angesehen werden: *Astrid Schulte-Zweckel* vom Museum der Arbeit schilderte die Ausgangssituation: Vier Museen mit elf Standorten wurden 2008 in einer Stiftung zusammengefasst, um durch Synergieeffekte die Unterfinanzierung auszugleichen. Die Projektleitung und Anlaufstelle für Anfragen wurde bei den Bibliotheken angesiedelt, Anfragen nach historischen Informationen, zu den Sammlungsbeständen und Sammlungsangeboten können von qualifizierten Mitarbeitern beantwortet oder an zuständige Kollegen weitergeleitet werden. Doppelbearbeitung von Anfragen wird so vermieden, Anfragen können zeitnah und umfassend bearbeitet werden. Geplant ist, die Software „Infodesk“ und „Sharepoint“ einzusetzen, außerdem Webformulare einzurichten und Bedienungs- und Arbeitsanweisungen, E-Mail-Vorlagen, Linklisten und Checklisten zu erarbeiten.

Wege aus der Krise mithilfe digitaler Präsenz am Beispiel des Brooklyn Museum in New York stellte *Prof. Hubertus Kohle*, Leiter des Lehrstuhls für Kunstgeschichte der Ludwig-Maximilians-Universität München, in einem spannenden und anregenden Vortrag vor. Das Brooklyn Museum liegt abseits der großen Besucherströme, die Bewohner des Stadtteils sind in der Mehrheit Afro-Amerikaner oder Hispanics. *Arnold Lehmann*, Museumsleiter seit 1996, geht neue Wege, um das Museum auch für andere Bevölkerungsschichten, nicht nur die des klassischen Bildungsbürgertums, attraktiv zu gestalten, z. B. mit experimentellen Ausstellungen oder Street-Events. Auch der Webauftritt ist bunt und phantasievoll, lädt zum Mitmachen ein und hat sich der Transparenz und Besucherbeteiligung verschrieben – Themen, die in deutschen Museen, so Kohle, noch in weiter Ferne liegen. Ein Großteil der Museumsbestände kann in digitaler Reproduktion auf der Webseite angesehen und in verschiedener Auflösung heruntergeladen werden, Verknüpfungen zu anderen Internetseiten sind möglich. Auch gab es eine

Ausstellung, die von Besuchern per Internet mit kuratiert werden konnte. Das reale Museum solle nicht durch die Reproduktion im Internet abgelöst werden, Kohle plädierte für ein Miteinander von realem Museum und virtuellen sozialen Räumen, um die Aufmerksamkeit und das Interesse am Museum weiter aufrechtzuerhalten. (<http://aufbruch2null.blogspot.com/p/profdr-hubertus-kohle-das-brooklyn.html>)

Wie gewinne ich neue Besuchergruppen? Diese Frage stellt sich das Liechtensteiner Kunstmuseum, bedingt durch seine besondere Lage mit Besuchern aus drei umliegenden Ländern, fortwährend. *Christina Jacoby* sprach über ein mehrtägiges Projekt der Museumspädagogen, die anlässlich einer Sonderausstellung mit einer Schulklasse neue Methoden zur Kunstvermittlung von Schülern für Museumsbesucher ausprobiert haben.

Das Institut für moderne Kunst Nürnberg und das Kulturreferat der Stadt Nürnberg haben bereits 2009 anlässlich des Dürer-Jahres mit der Konzeption einer regionalen Künstlerdatenbank begonnen, um Künstler, die in Nürnberg leben und arbeiten, mit ihren Werken und Ausstellungen vorzustellen. Die Bibliothek des Instituts besitzt eine umfangreiche Sammlung von Literatur sowie Presseauschnitten über zeitgenössische Künstler, die in einer hauseigenen Datenbank erschlossen werden – eine wichtige Basis, um eine regionale Künstlerdatenbank für den Nürnberger Raum aufzubauen. *Kathrin Mayer*, Leiterin der Bibliothek, die dieses Projekt mit betreut, sprach über die Idee und deren gelungene Umsetzung. Letztes Jahr konnte die Datenbank auf die umliegenden Orte des Großraums Nürnberg: Erlangen, Fürth und Schwabach erweitert werden. (<http://www.kuenstler.nuernberg.de>)<sup>5</sup>

### Die mühsame Suche nach Unterstützung durch Dritte

Aber nicht nur Schüler können für die Museumsarbeit begeistert werden, auch Angehörige der älteren Generation arbeiten als „Ehrenamtliche“ gerne in der Kunstvermittlung mit. Wie der Alltag mit „Keyworkern“ als Modell für ein bürgerschaftliches Engagement im Museum aussehen kann, darüber berichtete *Birgit van de Water*, Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf. Es geht hier um partizipatives und projektbezogenes Arbeiten mit älteren Menschen; die unterschiedlichen Potenziale und Möglichkeiten der Keyworker können zusammengeführt, neue Formen der Kulturvermittlung ausprobiert werden, um auch für diese Altersgruppe spannende

Veranstaltungen anbieten zu können. Nach einem ersten Aufruf hat sich in Düsseldorf eine Gruppe freiwilliger Mitarbeiter zusammengefunden, die nun schon über einen längeren Zeitraum mit Begeisterung an der Museumsarbeit beteiligt ist.

Die Leipziger Kulturpaten (<http://www.leipzigerkulturpaten.de>) wurden 2008 nach dem Modell der Kölner bzw. Hamburger Kulturpaten gegründet. Engagierte Leipziger Unternehmer und Fachkräfte aus der Wirtschaft fördern die kulturelle und künstlerische Arbeit von Institutionen und Künstlern. Paten engagieren sich überwiegend durch Know-how, Förderer beteiligen sich mit finanziellen Spenden an Projekten: Monique Erlitz (Bibliothek HALLE 14, Leipzig) berichtete über die nicht ganz so einfache Arbeit der Einwerbung von Drittmitteln, um z.B. ihre Bibliothek und viele andere Kulturprojekte am Leben zu erhalten.

Die Bibliothek des Museums für angewandte Kunst Wien (MAK) verfügt neben einem Bestand von über 200.000 Büchern über eine umfangreiche Sammlung von 400.000 Kunstblättern. *Kathrin Pokorny-Nagel*, Leiterin der Bibliothek, berichtete über ihre erfolgreichen Bemühungen um Stiftungs- und Fördergelder, um diese Schätze zu dokumentieren und zu digitalisieren. Ein aktuelles Projekt, die Ausstellung „ABoT – Artists' Books on Tour“, war als Ausstellung für das MAK konzipiert und wird als Wanderausstellung weiter touren.<sup>6</sup>

Auch dieses Mal galt der Dank aller Teilnehmer Frau Evelin Morgenstern von der Initiative Fortbildung e. V. und dem Vorstand der AKMB für die Organisation und die Moderation der Tagung und nicht zuletzt Frau Elke Purpus stellvertretend für die Kölner KollegInnen, für das Rahmenprogramm und die Betreuung.

1. Redemanuskripte und Präsentationen der Vorträge der Herbstfortbildung finden Sie auf den Seiten der AKMB unter: <http://www.akmb.de/web/html/fortbildung/herbst2011.html> [letzter Zugriff: 17.02.2012].
2. Vgl. den Beitrag *Kölner Mut zum Buch! Zur Formierung des Kölner Bücherschwarms und zur Rettung der KMB*, in: AKMB-news 17 (2011), 1, S. 30.
3. Siehe den Beitrag von Andrea Joosten in diesem Heft auf S. 42.
4. Siehe den Beitrag von Monique Erlitz über die Bibliothek der HALLE 14 Leipzig in diesem Heft auf S. 35.
5. Siehe den Beitrag von Kathrin Mayer in diesem Heft auf S. 45.
6. Siehe den Beitrag von Kathrin Pokorny-Nagel in diesem Heft auf S. 3.