

Bleibt alles anders – das Museum und der digitale Lebensraum

Christoph Deeg – (Berlin)

Es ist noch gar nicht so lange her, da wurde ich in einem Interview gefragt, ob die christliche Religion durch das Web gefährdet sei. Schließlich basiere die christliche Religion ja auf einem Buch und nicht auf einem Blog oder einem Wiki. Ich war etwas verwundert und es brauchte etwas Zeit, bis ich verstand, dass diese Frage von großer Bedeutung ist. Die christliche Religion basiert nicht auf einem Buch, aber ihre Tradition und Identität ist eng mit dem Buch verbunden. Was bedeutet es für eine Religion, wenn ihre Tradition bzw. ihre Identität in diesem Punkt infrage gestellt wird? Ich habe auf diese Frage geantwortet, dass das Buch nur deshalb genutzt wurde, weil es das damals vorhandene und zudem modernste Medium war. Entscheidend war nicht die Plattform, sondern der Inhalt. Oder anders ausgedrückt: Hätte es damals Blogs, Games und Wikis gegeben, wäre die Bibel vielleicht ein interaktives Rollenspiel.

In den letzten Jahren hat sich die Welt der Museen nachhaltig verändert. Die digitale Revolution ändert auch hier alles. Man mag sich dagegen wehren. Man mag den Untergang des christlichen Abendlandes beschwören. Es ändert aber nichts an der Tatsache, dass wir uns immer wieder fragen müssen, was heute und in der Zukunft Museum ist bzw. Museum sein kann oder sollte. Ich möchte hier keine weitere Vision präsentieren. Es gibt schon genügend Ideen und Ansätze und die meisten dieser Ideen drehen sich zunehmend um sich selbst.

Man hat manchmal das Gefühl, als gehe es nicht um die Weiterentwicklung des Museums, sondern um ein kontinuierliches Rückzugsgefecht. Dabei hat es diesen vermeintlichen Konkurrenzkampf zwischen alt und neu, zwischen verstaubt und modern, zwischen analog und digital nie gegeben. Es gehört zu den großen Denkfehlern der Kritiker der digitalen Welt, einen künstlichen Gegensatz zwischen real und virtuell herbeizureden. Denn entgegen der landläufigen Meinung gibt es diesen Gegensatz nicht. Und es gibt auch keinen Konkurrenzkampf. Es gibt kulturell-individuelle Lebensrealitäten. Es gibt Museum und Facebook, nicht Museum oder Facebook. Das mag einfach klingen. Der Teufel steckt aber im Detail. So wie die christliche Religion bzw. ihre Tradition, ihre Bilder und ihre Identität

scheinbar auf dem damals aktuellen Medium basieren, sind auch Museen eng mit ihrer eigenen Tradition und der daraus entstandenen Museumskultur verbunden. Immer wieder wird z. B. über den Verlust der Deutungshoheit geklagt. Dabei hat es diese Deutungshoheit nie gegeben. Es ist ein Mythos, der aber in vielen Museen Teil der eigenen Identität geworden ist. Nein, es gab diese Deutungshoheit nie, und nein, die digitale Welt ist nicht schuld an der Misere. Im Gegenteil, der digitale Lebensraum macht das Nichtvorhandensein der Deutungshoheit nur sichtbar.

Nun ist dies alles an sich kein Problem. Es werden ja trotzdem Experten gebraucht, die ihr Wissen und ihre Sicht auf Kunst zur Diskussion stellen. Sie werden Teil von offenen und sich stetig verändernden Communitys. Sie beginnen einen Dialog auf Augenhöhe. Sie lehren nicht, sie begleiten und beraten und sie lernen von den Menschen, mit denen sie kommunizieren. Dieser Ansatz ist übrigens nicht neu. Neu sind die damit verbundenen digitalen Plattformen, denn sie ermöglichen erst diese Form der Erschließung, Wahrnehmung und Kommunikation kultureller Inhalte. Aber was ist wirklich neu an Facebook, Twitter, YouTube oder World of Warcraft? Der Erfolg hat nichts mit Geld, Marketing oder PR zu tun. Diese Plattformen stehen für eine neue und „menschlichere“ Form zu denken und zu arbeiten. Menschlich meint in diesem Kontext nicht „besser“ sondern „anders“. Die Gestaltung dieser Plattformen, ihre Inhalte werden von Menschen gemacht und nicht von den Unternehmen, die diese Plattformen betreiben. Es ist ungefilterte Kommunikation. Oder anders ausgedrückt: Das Internet ist menschlich.

Wenn wir also über das Verhältnis zwischen Museum und digitalem Lebensraum diskutieren, diskutieren wir eigentlich über das Verhältnis zwischen Museum und Menschen. Der digitale Lebensraum ist Lebensrealität. Der digitale Lebensraum ist Inhalt und Medium zugleich, er verändert sich und alles, was mit ihm in Berührung kommt. Müssen Museen nun Teil des digitalen Lebensraumes werden? Ja! Aber wir müssen uns überlegen, warum sie dies tun sollten. Mit dem Aufkommen von Social Media entstand eine pseudo-digitale Goldgräberstimmung. Nicht etwa die Kulturvermittlung, sondern das

Kulturmarketing sollte sich um dieses Thema kümmern. Man glaubte, mithilfe von Facebook und Co. könne man auf einfache und kostengünstige Weise neue Zielgruppen erreichen. Es ging um mehr Besucher, mehr Einnahmen und nicht um ein besseres Museum. Neue Technologien in Museen sind spannend, manchmal hip, ab und zu auch innovativ. Aber viel zu selten ist das Museum bereit, sich selbst infrage zu stellen. Dabei liegen hier die großen Chancen und Möglichkeiten, die sich für Museen durch den digitalen Lebensraum ergeben. Museen gestalten also nicht nur den digitalen Lebensraum. Sie werden in gleicher Weise von ihm gestaltet. Letzteres findet übrigens auch ohne Einverständnis und Zutun der Museen statt.

Aber es gibt noch einen weiteren Grund, warum Museen Teil des digitalen Lebensraumes werden müssen. Museen sind nicht nur kleine putzige Institutionen, die als Entertainment-Plattformen für das Bildungsbürgertum dienen. Die Zeiten der Trennung zwischen Hoch- und Trivialkultur sind zum Glück vorbei. Museen gestalten schon heute aktiv unsere Gesellschaft mit. Wenn es diesen Auftrag zur Gestaltung gibt, und wenn wir zudem akzeptieren, dass der digitale Lebensraum Teil unserer Gesellschaft ist, dann haben die Museen sogar eine gesellschaftliche Verpflichtung, diesen Lebensraum aktiv zu gestalten.

Geht es also um eine schöne neue digitale Museumswelt? Müssen Museen einfach eine Facebook-Seite mit Gamification-Elementen haben und das Problem ist damit gelöst? Nein! Denn so wie die Menschen eine analog-digitale Lebensrealität haben, muss auch das Museum eine solche Lebensrealität entwickeln. Wie schon gesagt geht es nicht darum, ein Werk entweder im Museum oder online zu erleben. Der digitale Lebensraum eines Museums ist nichts anders als

seine natürliche Erweiterung. Niemand würde auf die Idee kommen, man bräuhete keine Museen in der analogen Welt, da man ja alles im Netz finden könne. Was wir aber brauchen, sind Museen, die die digitale mit der analogen Welt vernetzen. Museen sind also Schnittstellen zwischen Künstler und Rezipienten, und es ist völlig egal, ob sie diese Schnittstellenfunktion in der digitalen oder in der analogen Welt wahrnehmen. Das bedeutet natürlich auch, dass die Museen über die dafür notwendige digitale Infrastruktur verfügen müssen, was in vielen Fällen noch immer nicht der Fall ist.

Wir brauchen vor allem eines: Normalität. Der US-amerikanische Bibliotheksvordenker Michael Stephens hat eine Vision entwickelt, die auch für Museen gelten sollte und die dann ungefähr so klingen würde: Die digitale Welt verändert alles – und wir Museen wollen das. Wir werden diesen digitalen Wandel unterstützen und gleichzeitig kritisch hinterfragen. Aber jedes Tool, jede Plattform werden wir ausprobieren und aktiv gestalten. Und dies tun wir mindestens so lange, bis wir erkennen müssen, dass sich die Plattform nicht eignet.

Natürlich kann man sich auch der digitalen Herausforderung widersetzen. Nur wird dies für die Museen Konsequenzen haben. Die Kunst und ihre Rezipienten sind längst in analog-digitalen Lebensräumen angekommen. Niemand wartet auf die Museen. Das ist hart. Aber es ist auch beruhigend. Denn es verschafft den Museen kreativen Raum und ein kleines bisschen mehr Zeit.

Der digitale Lebensraum steht nicht für neue Technologien, sondern für eine neue Kultur. Und es wird letztlich darauf ankommen, ob die Kultur der Museen mit der Kultur des digitalen Lebensraumes kompatibel ist – wenn nicht, kann keine Social-Media-Kampagne der Welt helfen ...