

1. Das Museum als Sehnsuchtsort

Es steht zu fürchten, dass der Beginn einer neuen Museumsdebatte 50 Jahre nach 1968, aufgrund einer erkennbar komplexer und unübersichtlicher gewordenen Welt, deutlich schwerer zu bündeln sein wird als zu Zeiten der von Ellen Spicker-nagel und Brigitte Walbe 1976 herausgegebenen Impulsschrift *Das Museum. Lernort contra Musentempel* des Ulmer Vereins.¹ In seiner kritischen Bestandsaufnahme des Kunstmuseums – «einer erfolgreichen Fehlkonstruktion» – skizziert Walter Grass-kamp 2016 einleitend allein acht historisch gewachsene Diskurslinien, um sich dann primär der kulturpolitischen zu widmen.² Erstaunlicherweise fehlt in dieser ansonsten brillanten Übersicht ausgerechnet der Diskurs, welcher am meisten Ver-wirrung, ja Beunruhigung stiftet: die Debatte um das Digitale. Folgerichtig ver-misst man umgekehrt im Literaturverzeichnis der jüngsten museumsrelevanten Buchpublikation zur Digitalen Kunstgeschichte im deutschen Sprachraum *Museen digital. Eine Gedächtnisinstitution sucht den Anschluss an die Zukunft* von Hubertus Kohle 2018 jene kulturpolitische Referenz.³

Vielelleicht trägt gleichwohl gerade die aufkeimende Debatte über das *Neue Mu-seum* dazu bei, die sich augenscheinlich am *Digitalen Museum* besonders entzündet, «den unsinnigen Manichäismus des Digital versus Analog zu überwinden», der un-ser Fach spätestens seit dem zurückliegenden Millennium zwischen einer Digitalen und digitalisierten Kunstgeschichte ausbremszt.⁴ In diesem Sinne wäre das Museum ein Sehnsuchtsort nicht nur der Kunsthissenschaft. Obwohl nicht einmal sicher zu sein scheint, ob es als realer Ort mit Objekten überleben wird, weil die Bilder nicht mehr zu bändigen sind und sich verselbständigen, ließe sich über ebendiesen Bildort auch eine semiotische Diskursklammer aufbauen, wobei es in erster Linie *Sprachbilder* sind, die diesen charakterisieren: Musentempel, Lernort, Erfahrungs- und Erlebnisort etc.⁵ Dabei wird die ‹Digitale Erweiterung› (Städel Museum Frankfurt) des umbauten in den virtuellen Raum die Schnittstelle der Auseinandersetzung bilden, denn hier trifft das gefestigte Museum auf die fluide Metaphorik digitaler Kulturen: Wir surfen im Internet, streamen die Videos von YouTube und übergeben unsere Daten dem vernebelten Nirwana der aus Dampfwolken gebildeten Cloud.⁶ Und doch keimt an diesem Brennpunkt die Zukunft des Neuen Museums:

Das Museum muss [...] in eine mediengeschichtliche Kontinuität mit der ‹Vernetzung› schlechthin gestellt werden. Obwohl es auf den ersten Blick einem monumentalen Speicherparadigma verhaftet zu sein scheint [...], ist es tatsächlich ein durch und durch pro-zedurales Mediendispositiv – eine regelrechte Sinnmaschine, die nicht nur Bedeutungen abspeichert und wiedergibt, sondern sie vielmehr laufend zur Disposition stellt. Dabei tut das Museum aber immer etwas, was digitale Medien in Zeiten ‹verdampfter› Medi-enkultur kaum mehr können: Es setzt dem Spiel der Möglichkeiten Grenzen, und diese

Grenzen sind nicht etwa metaphorischer Natur, sondern sie sind eben – Wände. (Dennis Niewerth 2013)⁷

2. Das Museum nach Aufgaben

Es gibt kaum eine zeit-, aber auch ideenlosere Floskel im Kontext der Gedächtnisinstitutionen als das gebetsmühlenartig vorgetragene knappe Mantra der ‹klassischen› Museumsaufgaben aus der Gründungsära derselben: Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln. Die Belebung dieser Institution – so sie denn eine bleiben möchte – wird kaum umhin kommen jene durch eine gleichsam kybernetische Endlosschleife laufender Hinterfragung und Aktualisierung zu substituieren. Man wünscht sich in dieser Hinsicht eine Kreativität, die gleich einer Linné'schen Blumenuhr am Pulsschlag der Zeit eine Blüte nach der anderen öffnet (Abb. 1)!

Die tradierten Museumsaufgaben werden indes über den Generationenvertrag begründet, dessen gebaute Verkörperung das Museum sei. Das wiegt schwer, obwohl das Austarieren der Geltungsschwankungen durchaus unterschiedlich gesehen wurde und wird.⁸ Angesichts des digitalen Diskurses agiert das Neue Museum jedenfalls unter einem Aktualisierungsdruck, der seinesgleichen sucht.⁹ Dieser Tempuswechsel, der zugleich ein Richtungswechsel ist, widerstrebt jener tradierten Vorstellung von den Aufgaben dieser Einrichtung ebenso wie tragfähigen Prognosen über die Zukunft der Museen generell: So stehe lediglich die Erfahrung fest, befindet Hubertus Kohle 2017, dass sich die Dinge immer schneller verändern werden, wodurch ein anthropologisches Problem erster Güte offenbart wird, neigen wir doch dazu, uns eher in verstetigten Verhältnissen wohl zu fühlen, als in permanent sich wandelnden.¹⁰

Kohle plädiert daher für «ein viel umfassenderes Wahrnehmen»: So gelte es im Analogen – über die *Atmosphäre*, also etwas ganz und gar vom Ort Abhängigem,



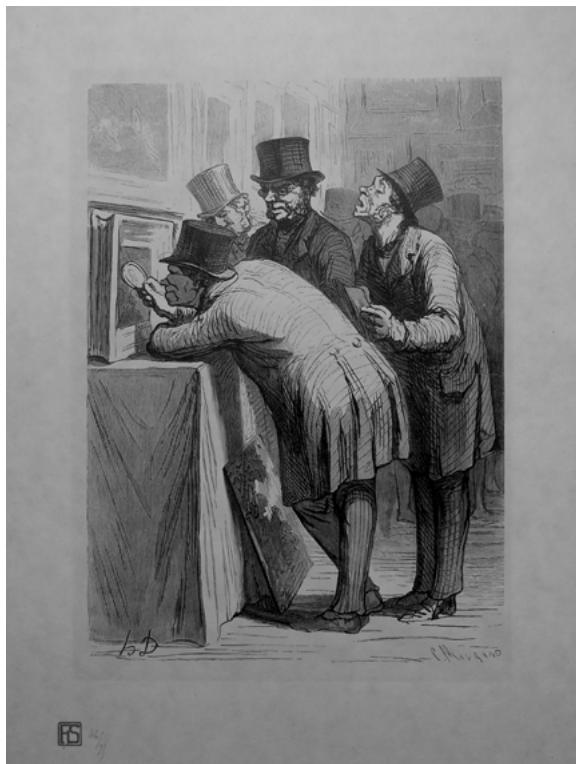
1 Ursula Schleicher-Benz nach Carl von Linné, *Blumenuhr*, 2009, Druckvorlage für diverse Printprodukte des Jan Thorbecke Verlags

grundätzlich nicht Substituierbarem – die Stärken des Museums als umbauter Raum zu entwickeln.¹¹ Die spezifischen Eigenheiten des Digitalen im Museumsrahmen könne man vielleicht mit den Begriffen des Kontextualisierens, Personalisierens und Vernetzens kennzeichnen.¹² Kohle schreibt: «Richtig betrieben, kann das Digitale zu einer in mehrfacher Hinsicht positiven Praxis werden. Als ein Medium der Aufmerksamkeitsgenerierung, als Bildungsinstrument, das die Erfahrung am Ort erweitert und vertieft. Als Maschine, die den Nutzer von einem rezipierenden in einen agierenden verwandelt.»¹³

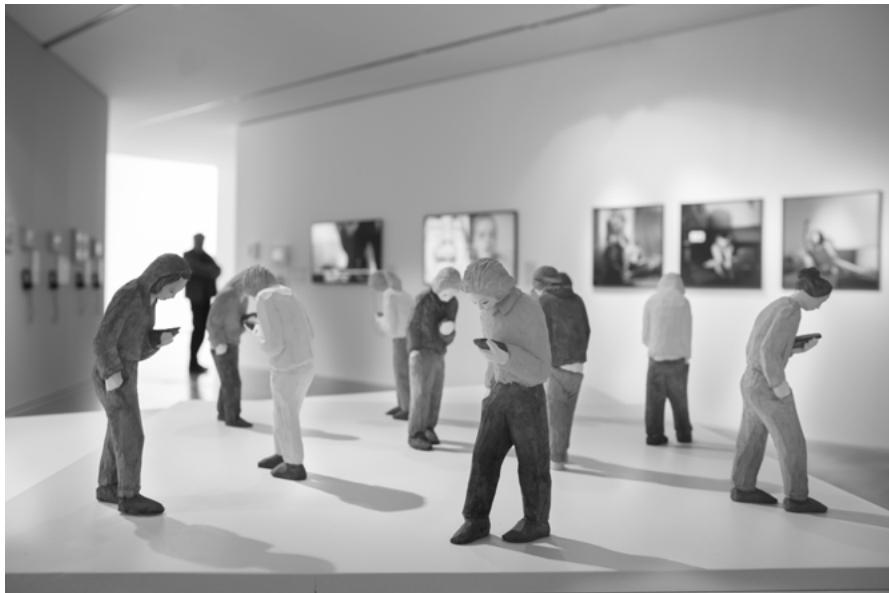
3. Neue Akteure

Damit wären wir an einem Punkt der Debatte angelangt, der sich erheblich vom Museumsdiskurs der 70er-Jahre des vorigen Jahrhunderts unterscheidet. Denn anders als damals, sind die mutmaßlichen Diskutanten keineswegs leicht zu bestimmen, weil man die beteiligten Akteure im Kontext des Neuen Museums häufig noch kaum kennt, geschweige denn eine Vorstellung davon hat, welche das in der Zukunft sein mögen. Wer etwa ist dieser *Nutzer*, der von einem rezipierenden in einen agierenden verwandelt werden soll und wo kommt er oder sie eigentlich her? Ist das der *Betrachter* von einst?

Folgt man Wolfgang Kemp, ist dieser nämlich mit der Entwicklung zur ‹sachgerechten› Präsentation im Laufe des 20. Jahrhunderts aus dem Bild verschwunden (Abb. 2).¹⁴ Indem ihm gegeben wurde, was er gefordert hatte, wird der Rezipient entweder zum Störfaktor oder – vom White Cube ergriffen – selbst zum Kunstwerk gemacht.¹⁵ Die indirekte und *asymmetrische Kommunikation* (Kemp) zwischen



2 Honoré Daumier, *Gemäldeliebhaber*, 1863, Holzschnitt, 22,5 x 16 cm, WVZ-Nr. DR 6019



3 Peter Picciani, *Social Network*, 2015, Kunst für die «Generation Kopf unten», Exponat der Ausstellung *Hamster Hipster Handy. Im Bann des Mobiltelefons*, Museum für Angewandte Kunst, Frankfurt am Main 25.4.–5.7.2015

Kunstwerk und Betrachter wurde dadurch nicht aufgehoben: Der Künstler ist nicht präsent, wenn er durch das Kunstwerk spricht, der Kritiker ist nicht präsent, wenn er durch das Buch spricht und der Kurator ist gewöhnlich nicht präsent, wenn er durch die Ausstellung spricht.¹⁶

Hier gebiert das Neue Museum über den *Digitalen Flaneur* eine bisher nur ansatzweise erforschte Spezies: den *Besucherkurator*.¹⁷ Ob die Sammlungen, die dieser zusammenstellt, allerdings echte Bildungspakete oder doch eher Warenkörbe zur Selbstinszenierung sind – wie schon Walter Benjamin geahnt hat –, bleibt abzuwarten.¹⁸ Der Rezipient ist jedenfalls via Smartphone und Selfie mit Macht wieder in das Bild zurückgekehrt (Abb. 3).¹⁹ Wenn der rehabilitierte Betrachter nun im digitalen Raum zum Kurator wird, indem dieser für sich und seine Online-Community eigene virtuelle Hängungen seiner Wahl – auch außerhalb des Museums – kreiert oder am Ende vielleicht sogar im Sinne von *Citizen Science* mit dem Museum in Dialog tritt, in direkter *symmetrischer Kommunikation* mit Künstlern und Wissenschaftlern, dann könnte sich der Konsument tatsächlich emanzipieren und zum Experten werden.²⁰

Die neue Selbstvergewisserung der Rezipienten sowie die räumliche Öffnung und Entgrenzung des Museums über das Digitale bis hinein ins Alltägliche verunsichern indes in erheblichem Maße die bisherigen Akteure in dieser Institution. «Jeder Mensch ist ein Künstler» hatte Joseph Beuys 1972 auf der *documenta 5* propagiert (Abb. 4).²¹ Inzwischen kann dieser Künstler zugleich auch Wissenschaftler und Kurator sein. Ist das Museum darauf vorbereitet? Ist die Kunstgeschichte darauf vorbereitet? Wer bereitet uns darauf vor?



4 Jeder Mensch ein Künstler? – Robert Voit, *Sakura (Kirschblüte)*, Japan, aus der Serie *Smile Japan*, 2004, C-Print, 120 x 100 cm

4. Genese des Digitalen Museums

So geht die Digitalisierung der Geisteswissenschaften nicht zuletzt mit einer Umverteilung von Arbeit einher. Ihrem Wesen nach grundsätzlich noch kunsthistorische Stellenbeschreibungen, verbergen sich neuerdings im Museum hinter Berufstiteln wie *Digitaler Kurator*, *Medienkurator* oder gleich in Englisch – der Lingua franca der Digital Humanities – *Curator of Outreach*.²² Diese Aushänge stehen allerdings (noch) in einem krassen Gegensatz zur kunstwissenschaftlichen Ausbildung an den Universitäten. Und in den Museen wird mit der mangelnden digitalen Kompetenz der übrigen Kuratorenschaft nach wie vor eher kokettiert, anstatt sie als das zu beschreiben was sie in Wahrheit ist: ein Ärgernis!

Zu den Paradoxien der Museen²³ gehört auch die öffentliche Erwartungshaltung, dass deren gewachsene Strukturen zeitnah modernisiert werden können. Eine Phase der Selbstbesinnung oder gar des Experimentierens wird ihnen im Grunde nicht zugestanden. Unsere Museen haben sich in wenigen Jahrzehnten von behördlichen ‹Anstalten des öffentlichen Rechts› zu betriebswirtschaftlich agierenden Hochleistungsbetrieben gewandelt. Als Teil unserer im rasanten Wandel begriffenen Gesellschaft sollen sie zugleich weitblickende Analysten derselben sein, epochentypische Objekte und Bilder für die Nachwelt auswählen und eine undefinierbare Anzahl unterschiedlicher Zielgruppen kulturell bilden und unterhalten. Und schließlich erwartet die Gesellschaft von den Museen eine moralische Haltung. Über den Restitutionsdiskurs hinaus wird ihm nun sogar die Aufgabe der Dekolonialisierung zugesprochen. Kurz: man könnte fragen, ob wir unsere Museen nicht überfordern.

Zudem muss man konstatieren, dass die akademische Kunsthistorik den Museen im Kontext des Digitalen nicht immer stützend zur Seite gesprungen ist. Statt sich mit ihnen im gesellschaftlichen Diskurs zu verbünden, wurden neue Visualisierungstechnologien in den Gedächtnisinstitutionen nicht selten begleitet von Anklagen und Forderungen von außen: ‹Gebt uns endlich die Bilder, die unseren Forschungen schon lange zustehen!› – Museen sollen zudem mutige Pioniere in Rechtsfragen sein. Wer hingegen einmal ein museales Bildarchiv von innen gesehen hat, wird wissen, wie leicht man dort mit einem Fuß in der Haftung stehen kann. Museen sind nicht zuletzt Vorbilder. Sie haben sich an vereinbarte gesellschaftliche Rahmenbedingungen zu halten. Und wenn uns die Gesetze nicht mehr passen, dann müssen wir sie eben ändern – und zwar gemeinsam!

Wie auch immer: Das Museum ist ganz sicher ein hervorragender Ort für gesellschaftliche Debatten; man hat nur den Eindruck, dass es strukturell immer noch weitgehend antipodisch gedacht wird, etwa kuratorisch – vermittelnd, belehrend – anregend oder digital – analog. Hubertus Kohle erinnert u. a. an Michel Foucaults *Heterotopie*, einen Alternativort zur wirklichen Welt.²⁴

Es gibt gleichfalls – und das wohl in jeder Kultur, in jeder Zivilisation – wirkliche Orte, wirksame Orte, die in die Einrichtung der Gesellschaft hineingezeichnet sind, sozusagen Gegenplazierungen [sic!] oder Widerlager, tatsächlich realisierte Utopien, in denen die wirklichen Plätze innerhalb der Kultur gleichzeitig repräsentiert, bestritten und gewendet sind, gewissermaßen Orte außerhalb aller Orte, wiewohl sie tatsächlich geortet werden können. Weil diese Orte ganz *andere* sind als alle Plätze, die sie reflektieren oder von denen sie sprechen, nenne ich sie im Gegensatz zu den Utopien die *Heterotopien*. (Michel Foucault 1967)²⁵

Der digitale Diskurs kommt jedenfalls nicht nur mit Verunsicherung daher, sondern bietet auch die Chance, diese offen zum Thema zu machen. Nur die wenigsten Museen können eine stringente digitale Strategie vorlegen. Zu den Pionierleistungen in dieser Hinsicht gehört die von Max Hollein anlässlich der 200-Jahr-Feier des Hauses initiierte *Digitale Erweiterung* des Städel Museums in Frankfurt.²⁶ Andere Museen beschränken sich noch darauf, die *inhaltliche* Steuerung digitaler Formate von der Marketingabteilung in die Kunstvermittlung zu verschieben oder umgekehrt. Für die Differenzierung dieser Modelle ist eine Methodendiskussion zur ‹Genese des Digitalen Museums› überfällig, die eingebettet sein muss in eine Theoriebildung zur Digitalen Kunstgeschichte.²⁷

Die scheinbare Perfektion digitaler Realitäten darf das Museum allerdings nicht verleiten auf die Gewährleistung der Darstellung von *wissenschaftlicher Unschärfe* zu verzichten. So verweist beispielsweise Barbara Porod vom Universalmuseum Joanneum in Graz hinsichtlich des Wunsches die Vergangenheit zu erleben auf die lange Tradition archäologischer Museen in der Vermittlung analoger virtueller Zeitreisen, die in vielen Fällen mit Kostümierung und Mitmachprogrammen einhergehen. Als «digitale Wiedergänger» würden diese nun zurückkehren, wobei Unbekanntes durch detailreiche Fiktion ersetzt würde.²⁸ Solche häufig als pädagogisch wertvoll beworbenen Lernorte agieren im Grunde bewusst gegenauklärerisch. Da die Besucher diesen Konflikt nicht auflösen können, müsse man spätestens beim Verlassen des Museums das Erlebte in irgendeiner Form dekonstruieren.²⁹

5. Neues Museum und gesellschaftliche Verantwortung

Die sich abzeichnende Entwicklung des Museums zum Erfahrungs- und Erlebnisort entbindet dieses keineswegs von einer gesellschaftlichen Stellungnahme! Gerade die Einbeziehung neuer Medien muss eine kritische Reflexion begleiten und deren inhärente Doppelnatur offenlegen: Wollen wir wirklich als «Generation Kopf unten» in die Geschichte eingehen?³⁰ Sollen wir zusehen wie die «Smartphone-induzierte Abwesenheit» einhergeht mit menschlicher Degeneration und Entdemokratisierung (Abb. 5)?³¹ Welche Rolle wird das ‹postdigitale› Museum also am Ende im politischen Diskurs einnehmen? – Quo vadis Neues Museum?



5 I ❤, *Nobody Likes Me*, 2014, Acryl auf Leinwand, 150 x 100 cm

Anmerkungen

- 1** Das Museum. Lernort contra Musentempel, hg. v. Ellen Spickernagel / Brigitte Walbe, Sonderband der Zeitschrift *kritische berichte*, Gießen 1976. – Für kritische Textlectüre sei erneut Lucia Klee-Beck, Wien, herzlich gedankt!
- 2** Walter Grasskamp, *Das Kunstmuseum. Eine erfolgreiche Fehlkonstruktion*, München 2016, S. 11–25.
- 3** Hubertus Kohle, *Museen digital. Eine Gedächtnisinstitution sucht den Anschluss an die Zukunft*, Heidelberg 2018.
- 4** Horst Bredekamp in einem Schreiben an den Verfasser vom 14. Juli 2017 zu dessen Vermittlungsversuch: Ralph Knickmeier, Tastendes Sehen und digitales Flanieren, in: *neues museum*, 2017, Heft 3: Museum im digitalen Raum, S. 40–45. – *Digitale und digitalisierte Kunstgeschichte. Perspektiven einer Geisteswissenschaft im Zeitalter der Virtualität*, hg. v. Katja Kwastek / Hubertus Kohle, in: *Zeitenblicke*, 2003, Jg. 2, Nr. 1, URL: <http://www.zeitenblicke.de/2003/01/index.html>, Zugriff am 8. Oktober 2019.
- 5** Zum Überleben der Museen Hubertus Kohle, Ein viel umfassenderes Wahrnehmen, in: *neues museum*, 2017, Heft 3: Museum im Digitalen Raum, S. 8–17, hier S. 9.
- 6** Dennis Niewerth, Heiße Töpfe. Digital Humanities und Museen am Siedepunkt, Vortrag auf der MAI-Tagung des Landschaftsverbands Rheinland am 23. Mai 2013 in der Bundeskunsthalle Bonn, S. 1–12, hier S. 1–3, URL: https://mai-tagung.lvr.de/media/mai_tagung/pdf/2013/Niewerth-DOC-MAI-2013.pdf, Zugriff am 8. Oktober 2019.
- 7** Ebd., S. 9.
- 8** Siehe etwa Grasskamp 2016 (wie Anm. 2), S. 69–98. Peter Weibel betont beispielweise die Perspektive der Künstler: «Es gibt einen Generationenvertrag zwischen toten und lebenden Künstlern, also zwischen Sammlung und Ausstellung.» Hervorhebung vom Verfasser; Peter Weibel, Das Museum im Zeitalter von Web 2.0, Essay, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 26. November 2007, URL: <http://www.bpb.de/apuz/30061/das-museum-im-zeitalter-von-web-2-0-essay>, Zugriff am 8. Oktober 2019.
- 9** Kohle 2018 (wie Anm. 3), S. 15.
- 10** Kohle 2017 (wie Anm. 5), S. 9.
- 11** Ebd., S. 11–12.
- 12** Ebd., S. 12.
- 13** Ebd., S. 15–16.
- 14** Wolfgang Kemp, Verstehen von Kunst im Zeitalter ihrer Institutionalisierung, in: *Das Bild der Ausstellung*, hg. v. Hochschule für angewandte Kunst Wien, Wien 1993, Ausst.-Kat. Wien, Hochschule für angewandte Kunst, S. 54–67, hier S. 65–66; vgl. dazu auch Karin Mihatsch, *Der Ausstellungskatalog 2.0. Vom Printmedium zur Online-Repräsentation von Kunstwerken* (= Edition Museum, Bd. 12), Bielefeld 2015, zugl. Diss., Universität für Angewandte Kunst Wien 2014, S. 109.
- 15** Kemp 1993 (wie Anm. 14), S. 65–66.
- 16** Erweiternd analog dems. 1993 (wie Anm. 14), S. 54, 63–64.
- 17** Knickmeier 2017 (wie Anm. 4), S. 40–45.
- 18** Mihatsch 2015 (wie Anm. 14), Appendix 16, S. 361.
- 19** Jelena Jazo / Birgit Richard, Hamster Hipster Handy. Gedanken zum Mobiltelefon, in: *Hamster Hipster Handy. Bilder-Geschichten zum Mobiltelefon*, hg. v. Birgit Richard / Eleni Blechinger / Katja Gunkel u. a., Bielefeld 2015, Ausst.-Kat. Frankfurt am Main, Museum für Angewandte Kunst, S. 9–17, hier S. 14.
- 20** Zur Wandlung der Konsumenten in Experten siehe Weibel 2007 (wie Anm. 8).
- 21** Joseph Beuys, *Jeder Mensch ein Künstler. Gespräche auf der documenta 5/ 1972*, hg. v. Clara Bodenmann-Ritter, Frankfurt am Main/Berlin/Wien 1975. – Im Kontext des Smartphones dagegen Jazo/Richard 2015 (wie Anm. 19), S. 13: «Nicht jeder Mensch ist eben ein Künstler, sondern folgt den wechselnden, sozial vorgegebenen visuellen Abbildungskonventionen und Moden. ‘Don’t think you are a photographer, just because you use Instagram’, lautet der Hinweis auf einem viral im Netz verbreiteten Bild-Mem.» – Den Betrachter als Künstler und Kurator beschreibt auch Weibel 26. November 2007 (wie Anm. 8).
- 22** Vgl. Maren Waffenschmid, Der Medien-Kurator – Eine Vision?, in: *neues museum*, 2017, Heft 3: Museum im digitalen Raum, S. 24–28; Kohle 2018 (wie Anm. 3), S. 143.
- 23** Fünfzehn Paradoxien des Kunstmuseums listet Grasskamp 2016 (wie Anm. 2), S. 29–40.
- 24** Kohle 2018 (wie Anm. 3), S. 76.
- 25** Michel Foucault, Andere Räume (aus dem Französischen von Walter Seitter, nach dem Typoskript eines Vortrages am Cercle d’Etudes Architecturales, Paris 14. März 1967), in: *Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik. Essais*, hg. v. Karlheinz Barck / Peter Gente / Heidi Paris u. a., 5. durchgesehene Aufl., Leipzig 1993, S. 34–46, hier S. 39.
- 26** Chantal Eschenfelder, Die digitale Strategie des Städels Museums – Konzepte, Praxisbeispiele, Erfahrungen, in: *Der digitale Kulturbetrieb. Strategien, Handlungsfelder und Best Practices des digitalen Kulturmanagements*, hg. v. Lorenz Pöllmann / Clara Herrmann, Wiesbaden 2019, S. 315–346, hier S. 342.
- 27** Arbeitstitel eines entsprechenden Buchprojektes des Verfassers.
- 28** Barbara Porod, Digitale Wiedergänger, in: *neues museum*, 2017, Heft 3: Museum im digitalen Raum, S. 58–61. Verwiesen sei hier außer-

dem auf die Arbeiten von Dominik Lengyel und Catherine Toulouse (Lengyel Toulouse Architekten, Berlin/BTU Cottbus), die sich mit dem Problem der Visualisierung wissenschaftlicher Unschärfe bei der Rekonstruktion archäologischer Stätten beschäftigen.

29 Porod 2017 (wie Anm. 28), S. 60.

30 Wikipedia, Generation Kopf unten, URL: https://de.wikipedia.org/wiki/Generation_Kopf_unten, Zugriff am 8. Oktober 2019.

31 Zur Abwesenheit und Degeneration durch das Smartphone siehe Jazo/Richard 2015 (wie Anm. 19), S. 9–11.