

DEZEMBER
2004

04/4

•Impulse •THEMA: „Die Suche nach dem Geld“ – 16. Österreichischer Museumstag in Graz, 9. bis 11. September 2004
Workshops zum Thema: Sponsoring, Marketing/Merchandising/Shop, Kundenbindungen, Fördermittel im EU-Bereich
•Produkt: Museum – Kostenrechnung für (Kunst)Museen •Wirtschaft und Kunst •Sponsoren durch effektive Erfolgskontrolle überzeugen •Sammeln – Eine Leidenschaft des Hauses Liechtenstein •19. Tagung des Österreichischen Restauratorenverbandes •Von der Wiener Weltausstellung zur Idee des Technischen Museums für Industrie und Gewerbe in Wien • ... eine andere Seite des Geldes: Römische Kaiser und ihre Münzen •Peter Paul Rubens im Kunsthistorischen Museum Wien •Museumsmarketing: Seminar im Landesmuseum Kärnten •Highlight an der Wiener Ringstraße – MAKlite

neuesmuseum

die österreichische museumszeitschrift



THEMA

ÖSTERR. MUSEUMSTAG 2004
IN GRAZ:

DIE SUCHE NACH DEM GELD

Museen und neue
Herausforderungen

Herausgegeben vom Österreichischen Museumsbund
ISSN 1015-6720 Preis: 8 €



Helmut Ditsch, Ötscher (Ausschnitt), 1997/98. ©. Ertempera auf Leinwand, Gesamt: 220 x 470 cm. © Niederösterreichisches Landesmuseum

PHÄNOMEN LANDSCHAFT

13.11.04–28.08.05

LANDES MUSEUM
KULTURBEZIRK ST. PÖLTEN

Di–So, 10–18 Uhr, Franz Schubert-Platz 5, PF 57, 3109 St. Pölten, T: (+43-2742) 90 80 90, F: (+43-2742) 90 80 91, office@landesmuseum.net, www.landeshmuseum.net

KULTURBEZIRK ST. PÖLTEN KULTURBEZIRK ST. PÖLTEN KULTURBEZIRK ST. PÖLTEN KULTURBEZIRK ST. PÖLTEN WWW.KULTURBEZIRK.AT KULTURBEZIRK ST. PÖLTEN KULTURBEZIRK ST. PÖLTEN KULTURBEZIRK ST. PÖLTEN WWW.KULTURBEZIRK.AT

Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser!



Der Österreichische Museumstag hat sich in den letzten Jahren zu einem immer umfassender attraktiveren Treffpunkt der Museumsaktivisten in Österreich und zunehmend auch darüber hinaus entwickelt. Im heurigen Jahr fand vom **9. bis 11. September in Graz bereits der 16. Österreichische Museumstag** statt, der unter ein höchst aktuelles zugleich aber auch sehr herausforderndes Thema gestellt wurde. „**Die Suche nach dem Geld**“ – eine Aufgabenstellung, die alle Museen, unabhängig von ihrer Größe und regionalen Positionierung in gleicher Weise betrifft. Dementsprechend groß war zum Einen das Interesse, zum Andern auch die Vielfalt der an diesem Museumstag teilnehmenden Kollegen. Viele „Zauberworte“ der letzten Jahre konnten bei dieser Gelegenheit sehr intensiv und erfreulicherweise auch sehr vergnüglich diskutiert werden: Marketing, Sponsoring, Museumsshop, Merchandising, EU-Förderungen, Partnerschaften zwischen Wirtschaft und Kultur, etc.

Wie immer präsentiert die Österreichische Museumszeitschrift „**Neues Museum**“ eine Zusammenfassung der

Referate und Diskussionen dieses Museumstages im heurigen Jahr zusätzlich angereichert durch eine DVD, die eine informative Videodokumentation dieser Veranstaltung beinhaltet. Völlig zurecht wurde bereits während des Museumstages die große Professionalität der Veranstalter gelobt. Es herrschten in Graz **ideale Rahmenbedingungen** für ein intensives Näherrücken aller Beteiligten, wobei wie immer die Kontaktgespräche zwischen den offiziellen Terminen genau so wichtig waren, wie die einzelnen Programmpunkte selbst.

Allen, die zum Gelingen dieses Museumstages beigetragen haben, sei an dieser Stelle nochmals herzlich für ihr besonderes Engagement gedankt. Wie immer sind wir eingeladen, die so engagiert begonnenen Diskussionen zu den Themen des Museumstags weiter aufzugreifen und weiter zu verfolgen – die Zeitschrift „**Neues Museum**“ bietet hier gerne eine entsprechende Plattform.

Mit freundlichen Grüßen und den besten Wünschen für das Jahr 2005



Mag. Dr. Peter Assmann
Präsident des Österreichischen Museumsbundes

Herausgeber und Redaktion bedanken sich bei folgenden Institutionen
für Ihre Unterstützung:

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur | Burgenländisches Landesmuseum | Inatura, Erlebnis Naturschau Dornbirn |
Kärntner Landesmuseum Rudolfinum | Kunsthistorisches Museum, Wien | Museum Moderner Kunst, Wien |
Niederösterreichisches Landesmuseum | Oberösterreichische Landesmuseen | Österreichische Galerie Belvedere |
Österreichisches Museum für Volkskunde, Wien | Salzburger Museum Carolino Augusteum | Steiermärkisches Landesmuseum
Joanneum | Technisches Museum, Wien | Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum | Vorarlberger Landesmuseum | Wien Museum

Impressum

Verleger und Herausgeber: Österreichischer Museumsbund
Präsident: Mag. Dr. Peter Assmann, Museumstraße 14, 4010 Linz, Email: p.assmann@landesmuseum.at

Redaktion: Mag. Stefan Traxler, Welsersstraße 20, 4060 Leonding, Email: s.traxler@landesmuseum.at

Wissenschaftlicher Beirat dieser Ausgabe:
Dir. Mag. Carl Aigner, Dir. Mag. Dr. Peter Assmann, Dir. Mag. Dr. Wolfgang Muchitsch

Lektorat: Mag. Friedrich Burgstaller, Johanna Förster, MAS
Produktion: Mag. Elisabeth Fischnaller
Layout & Gestaltung: Mag. Elisabeth Fischnaller
Druck: Denkmayr, Linz

Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz:
Berichterstattung über aktuelle Fragen des Museumswesens, Ausstellungen, Museologie, Wissenschaft, Architektur,
Restaurierung, Didaktik, Öffentlichkeitsarbeit und Mitteilungen des Österreichischen Museumsbundes

Die von den Autorinnen und Autoren gezeichneten Texte müssen nicht der Meinung
der Redaktion der Zeitschrift „Neues Museum“ entsprechen.

Gedruckt mit Förderung des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur in Wien

Titelblatt: „Uhrturmschatten 2004“
Fassade Grazer Kunsthaus, Foto: Stefan Traxler

Inhalt

IMPULSE

- 4 witzig – skurril – anders

THEMA

- DIE SUCHE NACH DEM GELD –
Museen und neue Herausforderungen**
16. Österreichischer Museumstag in Graz
13. Steirischer Museumstag
(9.-11. September 2004)
- 7 **Workshop 1: SPONSORING**
Peter Assmann
- Workshop 2: MARKETING/
MERCHANDISING/SHOP**
Günther Dembski
- Workshop 3: KUNDENBINDUNGEN**
Hannes Nothnagel
- Workshop 4: DIE SUCHE NACH
FÖRDERMITTELN IM EU-BEREICH**
Gabriele Wolf
- 15 **Produkt: Museum.
Überlegungen zu einer Kostenrechnung
für (Kunst)Museen**
Michael Fehr
- 27 **Wirtschaft und Kunst –
Partnerschaften der Zukunft**
Brigitte Kössner
- 31 **Sponsoren durch effektive Erfolgs-
kontrolle überzeugen!**
Alexandra Duda

Schauplatz – SAMMELN

- 36 **Sammeln: Eine Leidenschaft des
Hauses Liechtenstein**
Johann Kräftner

Schauplatz – BEWAHREN

- 51 **19. Tagung des Österreichischen
Restauratorenverbandes**
Silvia Miklin-Kniefacz

Schauplatz – FORSCHEN

- 54 **Von der Wiener Weltausstellung zur Idee
eines Technischen Museums für Industrie
und Gewerbe in Wien**
Ulrike Felber & Elke Krasny

Schauplatz – PRÄSENTIEREN

- 62 **... eine andere Seite des Geldes:
Römische Kaiser und ihre Münzen**
Karl Peitler
- 67 **Peter Paul Rubens im Kunsthistorischen
Museum in Wien**
Karl Schütz

SPEZIAL

- 73 **Museumsmarketingseminar im
Landesmuseum Kärnten**
- 74 **Highlight an der Wiener Ringstraße –
MAKlite**

JOURNAL

- 76 **Tipps, kurz und bündig**
- 83 **Museen & Ausstellungen**



Seite 62

Vorschau Heft 05/1
Thema: Besucher & Marketing



› HIGHLIGHT an der Wiener Ringstraße



**James Turrell „erleuchtet“
das MAK Wien**

ab S. 74

WERNER KLOTZ
Foto: © Cappelli, Targetti/MAK

Die beliebteste und häufig
einzige Kennzahl, mit der gewöhnlich
gearbeitet wird, die Besucherzahlen, ist
als alleiniger Maßstab für die Effizienz der
Museen nicht geeignet!

Michael Fehr, ab S.15

doch auch hier zur Erinnerung:
Mehr als 500 Mio. Personen besuchen
jährlich die Museen der Europäischen
Union:

› **Die Bewohner der EU
besuchen öfter Museen
als Sportveranstaltungen!**

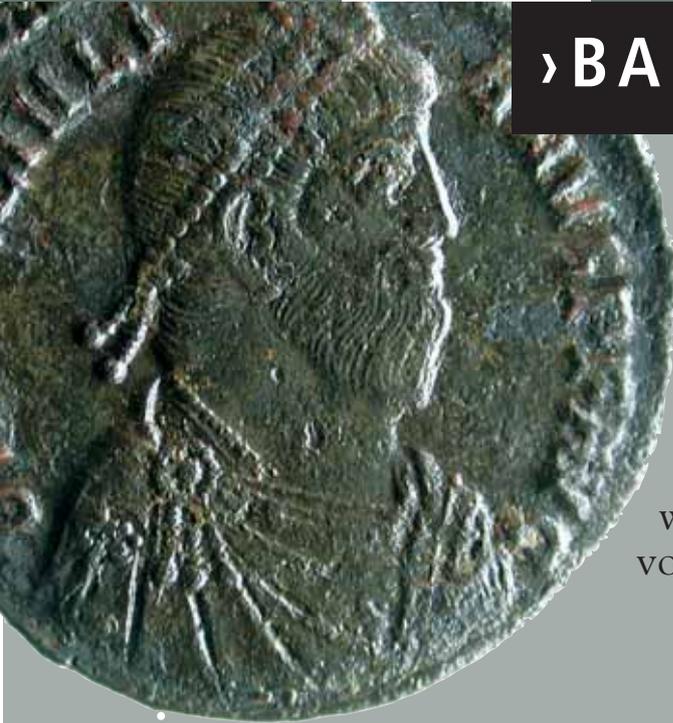
Museum vs Sport



Rijksmuseum Amsterdam, davor
Basketballplatz und Halfpipe (Foto: Stefan Traxler)

IULIANUS, MIT BART

› BART-Träger



Iulianus (Maiorina, Heraclea, 361-363 n. Chr.),

der ganz bewusst als Demonstration seiner Rückbesinnung auf die alten heidnischen und philosophischen Traditionen wieder einen Bart trug, stellt mit Selbstironie und als „Seitenhieb“ auf die damaligen Gepflogenheiten der „Schickeria“ fest:

»**Ich habe** meinem Gesicht aus keinem anderen Grund diesen Bart verabreicht als aus dem, weil ich es dafür bestrafen wollte, dass es nicht von Natur aus schön ist.«

Beitrag: Römische Kaiser und ihre Münzen, ab Seite 62

Wussten Sie, dass ein Mann
in 18 Monaten fast ein ganzes
Fußballfeld rasiert? (Werbung von Braun)



DALI

und dazu passend unser Museumstipp:

Das deutsche Barbier-Museum führt Sie in
die Welt der Nassrasur.

Barbier-Museum.de
Feldstraße 38
D-18057 Rostock
www.barbier-museum.de

Veranstaltungsorte:
Volkskundemuseum,
Stadtmuseum,
Schloss Eggenberg



16. Österreichischer Museumstag 2004
13. Steirischer Museumstag 2004

ZUM MUSEUMSTAG



THEMA:

Die Suche nach dem Geld –

▶ 16. Museumstag in Graz 2004

▶ 13. Steirischer Museumstag

9.–11. September 2004



Vorwort
Gabriele Wolf

Der 16. Österreichische Museumstag widmete sich ganz dem Aufzeigen von alternativen Varianten, denen es gelingen kann, die „Institution Museum“ auch in Zukunft auf eine handlungsfähige Basis zu stellen. Im Sinne der Synergie wurde er gemeinsam mit dem Steirischen Museumstag 2004 abgehalten.

Museen und neue Herausforderungen»

Da die von öffentlicher Hand gewohnten finanziellen Rahmenbedingungen für Museen mittlerweile nicht mehr gegeben sind, müssen alternative Wege gesucht werden. Das Programm dieser Tagung wurde auf das gesamte, vom Landesmuseum bis zum Regionalmuseum reichende Spektrum der österreichischen Museumslandschaft abgestimmt. Um der unterschiedlichen Zusammensetzung des Zielpublikums bestmöglich gerecht zu werden, wurden regionale Projekte aus Österreich und Südtirol vorgestellt und diskutiert.

Mag. Brigitte Kössner (Initiative Wirtschaft und Kunst, Wien) und Dr. Michael Fehr (Karl Ernst Osthaus Museum, Hagen) haben mit ihren Referaten die Tagung eröffnet und die Überleitung zu den Workshops gestaltet. An zwei Halbtagen wurden im Rahmen dieser Workshops (zu den Themenbereichen: Marketing, Sponsoring, Kundenbindungen und EU-Förderungen) Beiträge und Diskussionsmöglichkeiten geboten.

Workshop A: Sponsoring

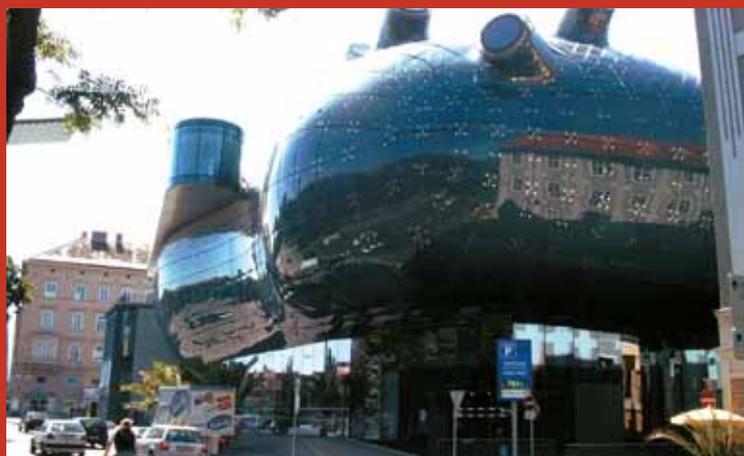
Möglichst kreative Lösungen bei der Suche nach direkten Anknüpfungspunkten

Peter Assmann

Allen Teilnehmern dieses Workshops wird insbesondere die auffallend produktive Fröhlichkeit, die den Grundton der Kommunikation sowohl im ersten wie auch im zweiten Teil der Präsentation dominierte, in Erinnerung bleiben. Diese Fröhlichkeit war vor allem Produkt einer durchwegs unkompliziert theoretischen und von vielen praktischen Erfahrungsbeispielen durchsetzten Annäherung an das Thema von Seiten der Referenten, aber auch von Seiten der Teilnehmer.

Auf Grund dieser speziellen Kommunikationssituation konnte sich sehr bald bereits im Teil 1 des Forums (Referentinnen waren Mag. Karin Wolf vom Institut für Kulturkonzepte Wien, Dr. Margit Schmid von inatura, Erlebnis Naturschau Dornbirn und Mag. Elisabeth Beethofer von der Nationalbibliothek Wien) die Erkenntnis durchsetzen, dass sich hier wirklich alle Museen in der gleichen Position befinden: Die Strategien im Umgang mit Sponsoring, die entsprechenden Problemstellungen aber auch Lösungsstrukturen sind grundsätzlich die gleichen, ob es sich nun um eine Museumsinstitution mit vielen Mitarbeitern oder um ein kleineres Museum bzw. das berühmte „Ein-Personen-Museum“ handelt. Als wesentliche Schlagworte der umfassenden Diskussion mit den Referenten von Teil 1 bzw. Teil 2 Mag. Karin Wolf (Institut für Kulturkonzepte Wien), Direktor Karl Posch (Bürgermeister Marktgemeinde Wies) und Dr. Beatrix Hein in Koproduktion mit Mag. Christine Lixl (beide Technisches Museum Wien) haben sich folgende, hier nur kurz zusammengefasste Aufmerksamkeitspunkte ergeben:

1. „Partnerschaft statt Sponsoring“: Wesentlich betont wurde eine andere Annäherung an die Frage der Unterstützung der jeweiligen Museumsinstitution durch einen Wirt-



schaftsbetrieb. Der Begriff Partnerschaft impliziert eine sehr viel stärkere gemeinsame Identität und gemeinsame Ausrichtung und nicht zuletzt auch ein stärkeres Betonen von gemeinsamen Projekten und Veranstaltungen.

2. Möglichst **kreative Lösungen** in der Suche nach direkten Anknüpfungspunkten: Der größte Erfolg von Sponsorprojekten war und ist immer dann gegeben, wenn eine möglichst intensive Verknüpfung zwischen der Individualität eines speziellen Firmeninhaltes und der Individualität eines Museumsaspektes gegeben ist. Es geht hier sehr klar darum, das Besondere, d.h. die **Einmaligkeit einer Kooperation** zu unterstreichen.

3. Vergleich Europa – Amerika: Es wurde sehr klar festgehalten, dass die dem Bereich Sponsoring tatsächlich zuzurechnenden Zahlen bei amerikanischen und europäischen Museumsinstitutionen sehr gut vergleichbar sind. Was Amerika und Europa deutlich voneinander unterscheidet, ist das jeweilige **Steuersystem**, so dass der sogenannte Faktor „Philanthropie“ in Amerika mit einer höheren Steuer in Europa gleichzusetzen ist und deshalb unter anderen Gesichtspunkten betrachtet werden muss.

4. Sponsoring für Museumsinstitutionen bedeutete für alle Museen im vergangenen Jahrzehnt immer noch so etwas wie eine Pioniersituation. Weder die Museen noch die Firmen waren an den Umgang mit dieser Problematik gewöhnt, hatten weder entsprechende Vergleichsparameter noch Erfahrungswerte, sodass hier auf beiden Seiten sehr viel **Grundlagenarbeit** geleistet werden musste und vielfach immer noch geleistet werden muss.

5. Entscheidend ist vielfach die Leidenschaft, die sich fast nur über ein persönliches Gespräch transportiert. Nur wer selbst **Begeisterung** in sich trägt, wird dieses Engagement für eine Idee auch an ein Gegenüber kommunizieren können.

6. Anzustreben sind in jedem Fall **langfristige Bindungen**. Hier ist immer wieder der Verein der „Freunde“ eines Museums ein wichtiger Anknüpfungspunkt.

7. Sponsoring wurde auch als Marketing bzw. **Werbeaspekt** diskutiert und ist nicht nur aus betriebswirtschaftlich finanztechnischer Sicht zu sehen: Sponsoring bringt Aufmerksamkeit bzw. bringt Besucher, die ansonsten zumeist kaum den Weg ins Museum finden.

8. Es gibt sehr viel mehr Möglichkeiten für einen Wirtschaftspartner, Sponsoring bzw. Partnerschaften zu betreiben, als nur Unterstützungen in Form von Geld. Hier wurde vor allem der Bereich **Sach sponsoring bzw. Gutscheine** diskutiert. Interessant, wenngleich mit viel kreativer Arbeit verbunden, ist der Aspekt des Dienstleistungssponsorings für Museen.

9. Heftig diskutiert wurden Beispiele, an denen sich immer wieder zeigte, wie wichtig es ist, Kleinigkeiten zu beachten, die in besonderer Weise den Beziehungsaspekt vertiefen, wie etwa ein **konsequentes Einkaufen** bei einem (potentiellen) Sponsor bzw. Leihmodelle.

10. Von allen Seiten betont wurde immer wieder die Wichtigkeit der Vermittlungskompetenz der Institution Museum. Gerade der Aspekt der **Kulturvermittlung** wird als besonders attraktiv für Sponsoring angesehen.

11. Bei vielen größeren Wirtschaftsunternehmen existieren **eigene Kulturprogramme**: Hier ist es notwendig, sich als Museumsinstitution direkt in Verbindung mit diesen Kulturprogrammen einbringen zu können.

12. Besonders wichtig ist es, im Vorfeld sich und dem Gegenüber **Klarheit über Erwartungshaltungen** und mögliche Ergebnisse zu geben: Zu hoch angesetzte Erwartungshaltungen – durchaus bei beiden Partnern – wurden immer wieder als Stolpersteine einer erfolgreichen Sponsorkooperation genannt.

13. Als empfehlenswert wurde auch geschildert, nach Möglichkeit zu zweit ein Sponsorgespräch mit Wirtschaftspartnern wahrzunehmen bzw. zwei Ebenen zu betonen: Auf der einen Seite Sachkompetenz in Verbindung mit möglichst großer Leidenschaft und Begeisterung, auf der anderen Seite (und in gleicher Weise) ein nüchtern **wirtschaftlich orientiertes Kalkül**.

Abschließend sei nochmals der Hinweis formuliert, dass von allen Teilnehmern an diesem Workshop die Fortführung dieses Erfahrungsaustausches gewünscht wurde und in diesem Zusammenhang natürlich erneut auf die entsprechenden publizistischen Möglichkeiten der Zeitschrift „Neues Museum“ verwiesen wurde.

Empfehlenswerte Websites zum Thema Sponsoring:
www.museummarketingtips.com bzw. www.fuel4arts.com

▶ 16. Museumstag in Graz 2004

▶ 13. Steirischer Museumstag

9.-11. September 2004

Workshop B:**Marketing/Merchandising/Shop*****Positiverlebnisse bringen einen nicht zu unterschätzenden Werbeeffect**

Günther Dembski

Die drei eng zusammengehörigen Themen sind im neuen Kunsthaus Graz an zwei Halbtagen bei durchschnittlich 100 Teilnehmern behandelt worden. Die Referentinnen und Referenten sind dabei von recht unterschiedlichen Ansatzpunkten ausgegangen und haben dabei meist auf eigene Erfahrungen zurückgegriffen, wobei Positives und Negatives zueinander abgewogen worden ist.

Als gemeinsame Punkte und Erkenntnisse, die dann in der Diskussion mit den Anwesenden noch entsprechend herausgestrichen worden sind, können festgehalten werden:

- Zuerst sollte ein passendes **Image** für das Museum gefunden werden.
- Eine Art eindeutiges **Logo** soll und kann dem Interessierten bei der Wiedererkennung der Institution helfen.
- Ein **wechselndes Anbot** bei gewissen Sparten im Ausstellungsbereich, kann durchaus positiv aufgenommen werden, solange die wichtigen zentralen Orientierungseinheiten, die für die Ausstellung typisch sind, ebenfalls gezeigt werden.
- Der **Shop**, neben der **Vermietung von Räumlichkeiten** (das gilt aber meist nur bei interessanten alten oder ganz neuen Gebäuden) der wichtigste Einnahmefaktor für ein Museum, sollte hauptsächlich auf dieses und seinen Inhalt ausgerichtet sein. Die Überlegung, ob bei freiem Eintritt durch den Mehrkauf im Museumsshop das entfallene Eintrittsgeld mehr als hereingebracht werden kann, ist recht unterschiedlich bewertet worden. Jedenfalls sollte der Besucher die Möglichkeit haben aus einem möglichst interessanten Warenangebot auswählen zu können, wobei der Bezug auf den Ort (durch ein irgendwo angebrachtes Logo) des Besuches und Kaufes ganz wichtig erscheint.
- **Restaurants** oder gastronomische Einrichtungen erweisen sich ab einer gewissen Größe des Museums ebenfalls als Einnahmequellen, besonders dann, wenn auch da im Angebot der Bezug zum Museumsinhalt hergestellt werden

kann (etwa im Wilderermuseum ein „Wildererpfandl“ u.ä.). Ergänzend ist dazu festgestellt worden, dass sowohl Shops als auch andere kommerzielle Einrichtungen **professionell betrieben** werden müssen, um das Publikum zufrieden zu stellen (etwa Angemessenheit der Preise, Möglichkeit bargeldlos zu bezahlen etc.). Solche Positiverlebnisse bringen einen nicht zu unterschätzenden Werbeeffect mit sich.

*Das Thema Museumsshop ist bereits ausführlich in Heft 04/3 behandelt worden: Tanja Gurke, Strategien und Zielsetzungen im Bereich Shop, Neues Museum 04/3, 6ff.

Workshop C: Kundenbindungen**Stammkunden als größter „Schatz“ eines Unternehmens**

Hannes Nothnagl

Das Einführungsreferat in den Workshop Kundenbindungen hielt Frau Mag. Jutta Hackstock-Sabitzer, verantwortlich für die Kastner&Öhler Warenhaus AG. Sie betonte dabei die Wichtigkeit der Stammkundschaft. Aus dem eigenen Unternehmen wurde das Beispiel angeführt, dass 20% der Kunden für 80% des Umsatzes verantwortlich zeichnen.

Als Stammkunde bezeichnete die Referentin jene Kunden, die eine emotionale Bindung zum Unternehmen aufgebaut haben. Es wurde betont, dass Kunden Wertschätzung brauchen. Dabei sind es die Kleinigkeiten, auf die es ankommt: personalisierte Info, Serviceleistungen, mit denen Freude verursacht wird. Um darüber die nötigen Rückschlüsse ziehen zu können, sind verschiedene Evaluierungen nötig. Einen Stammkunden zu behalten sei sieben mal günstiger, als einen Neukunden zu gewinnen, hieß es. Aber gute Kundenbindung ersetzt keine Neukundenwerbung. Angesprochen wurde auch, dass jedes Unternehmen sein eigenes maßgeschneidertes Bindungsinstrument finden muß.

Für Kastner & Öhler wurde als Beispiel die Plus Card vorgestellt.

„Es genügt nicht zur Sache zu reden, man muss mit den Menschen reden.“

Durch das erste Referat eingeführt in die Materie seitens

»Die Voraussetzung für eine erfolgreiche Kundenbindung ist ein Konglomerat aus Qualität der Mitarbeiter, Dienstleistungsqualität, Produktqualität und Prozessqualität«

eines Unternehmens, brachte **Mag. Hans Putzer** das Thema schon mehr in die Museumsebene. Der Referent, Chefredakteur der Wochenzeitung „Neues Land“ und seit Jahren an der Schnittstelle zwischen Erwachsenenbildung und Kulturvermittlung tätig, definierte anfangs den Begriff Kultur: „Kultur haben heißt – von sich selbst weg und zum anderen hin denken können.“

Herr Mag. Putzer betonte ebenfalls die Wichtigkeit der Kundenbindung als Stiftung von Identifikation. Auch für ihn brauchen die Menschen Wertschätzung, sie wollen aktiv sein und ein gutes Image haben. Putzer: „Die besten Ideen kommen mir, wenn ich mir vorstelle, ich bin mein eigener Kunde.“ Weiter meint er: „Aktionen sind besser als Reaktionen; Lösungen sind besser als Fragen; Ziele sind besser als Wege.“ Die Voraussetzung für eine erfolgreiche Kundenbindung ist ein Konglomerat aus Qualität der Mitarbeiter, Dienstleistungsqualität, Produktqualität und Prozessqualität. Wobei der Referent nachsetzt: „Qualität ist nicht alles, aber ohne Qualität ist alles nichts!“ Einer seiner vielen pointierten Aussagesätze sei hier abschließend noch erwähnt: „Am Allerbesten orientieren, dann braucht man nur mehr einen zu überholen!“

Vereinsmitglieder (oder Kunden) in deren Lebensalltag „abholen“

Die anschließenden Referenten, **Dr. Volker Hänsel** und **HR DI Karl Glawischnig** vom Landschaftsmuseum Trautenfels bzw. Herr **Dir. Walter Mayr** vom Pferdeisenbahnmuseum Rainbach im Mühlkreis, veranschaulichten die regen Tätigkeiten im Umfeld von ihren Museen, getragen von Museumsvereinen.

In beiden Beispielen wird gezeigt, wie es auf unterschiedliche Weise möglich ist, regionale Kundenbindung erfolgreich zu betreiben. Beide Ausführungen führten wieder vor Augen, dass die Stiftung von Identifikation Priorität hat. Die Erfahrungen haben dabei gezeigt, dass es wichtig ist, die Vereinsmitglieder (oder auch Kunden) in deren Lebensalltag „abzuholen“, sie mitreden und mitgestalten zu lassen. Dadurch steigt die Wertschätzung.

Gegen Ende des Workshops wurde klar, dass sich ein zeitgemäßes Museum vom reinen Dienstleister zu einem Erlebnis-Unternehmer wandeln muss. Wichtig ist es, ein Angebot zu schaffen, das „souvenirfähig“ ist.

Nun liegt es an jedem einzelnen Workshopteilnehmer das Gehörte zu reflektieren, auf die jeweilige individuelle Situation anzupassen und infolge umzusetzen.

Workshop D:

Die Suche nach Fördermitteln im EU-Bereich

Das Wissen um Förderquellen und Finanzierungsmodelle

Gabriele Wolf

Ein wesentliches Kriterium, um erfolgreiche Arbeit zu leisten, liegt in der Kenntnis von Förderquellen und Finanzierungsmodellen. Gerade die mittleren und kleineren Kulturorganisationen können sich im „Förderdschungel“ oft schwer orientieren und positionieren sich somit auch schlecht.

Serviceeinrichtungen (von Seiten des Bundes und des Landes, z.B. Kontaktstelle InfoRelais, Oberösterreich) sind eine Möglichkeit, um an nützliche Informationen zu gelangen.

Was den Workshop zum Thema Fördermöglichkeiten betrifft, so gilt es resümierend festzustellen, dass parallel zu den traditionellen Kulturförderschienen (Bund, Land, Gemeinden) für Kultur- und Museumsprojekte gerade im EU-Bereich auch **alternative Fördervarianten** nutzbar zu machen sind.

Im Falle der EU-Projekte kommen mehr als 75% des Budgets für Kultur aus den Strukturfonds. Die Rahmenbedingungen werden in zahlreichen Regionalförderprogrammen festgelegt, diese orientieren sich an wirtschaftlichen und sozialen Verhältnissen in den einzelnen Regionen.

Da Regionalförderungen der **wirtschaftlichen und touristischen Entwicklung** dienen, werden zweckbedingt Kulturprojekte, die dieser zugute kommen, gefördert.

„DOMINICO“

Die Sparte der Kulturprojekte mit Finanzierungsanteil aus dem Strukturfond war in den letzten Jahren sehr vielfältig. Ein erfolgreiches Modell wurde im zweiten Teil des Workshops von **Mag. Karin Rehatschek** (Joanneum Research ForschungsgesmbH, Graz) vorgestellt: Das Projekt DOMINICO (eine Kooperation zwischen steirischen Museen bzw. Museen aus dem Alpen-Adria Raum mit der Forschungsgesellschaft Joanneum Research) verfolgt das Ziel, eine gemeinsame Aufarbeitung des Themas „Domenico dell’Allio“ zu initiieren.



Verleihung des Museumsgütesiegels:

Günther Dembski und Armine Wehdorn
(ICOM Österreich, vorne rechts),
Peter Assmann
(Österreichischer Museumsbund, hinten links)
und die Vertreter der ausgezeichneten Museen

Foto: Heimo Kaindl,
Archiv Diözesanmuseum Graz



Mit einer Fülle von praktischen Tipps war dieser Beitrag als Hilfestellung für eine erfolgreiche Beantragung und Durchführung von geförderten EU-Projekten gedacht.

Kultur 2000

Das umfangreiche und im Museumsbereich bewährte europäische Projekt „Kultur 2000“ beinhaltet die visionäre Zielsetzung, die „Entfaltung der Kulturen der Mitgliedstaaten unter Wahrung ihrer nationalen und regionalen Vielfalt sowie unter gleichzeitiger Hervorhebung des gemeinsamen kulturellen Erbes“ zu ermöglichen.

EU-Förderungen für Kultur- und Museumsprojekte werden grenzübergreifend stärker in Anspruch genommen. Diese Finanzierungsmöglichkeiten basieren vergleichsweise auf anderen Rahmenbedingungen, als es die Projektträger aus dem nationalen Förderungsbereich gewohnt sind.

Die Workshop-Teilnehmer wurden besser mit den Grundlagen der Handlungsweise der EU im Bereich Kultur vertraut gemacht, damit wurde ihnen sozusagen ein Blick hinter die Kulissen der Europäischen Union gewährt.

Das Projekt „Kultur 2000“ wurde im Zuge der Tagung von **Mag. Elisabeth Pacher** transparent gemacht und stand bald im Mittelpunkt reger Diskussionen. Es wurde bisher mit einem Gesamtbudget von 167 Millionen Euro unterstützt, wodurch – auf den Gebieten darstellende, visuelle und bildende Kunst, Literatur, Kreativ- und Diskussionsworkshops – über 700 kulturelle Kooperationsprojekte initiiert werden konnten.

Die Zielsetzung liegt bei all diesen Unternehmungen in der Förderung des kulturellen Dialogs, des gegenseitigen Kennenlernens. Mag. Elisabeth Pacher gab wichtige Informationen bezüglich der Funktion der *cultural-contact-points* weiter.

„cultural heritage“

Dipl.Ing. Franz Neuwirth (von der Abteilung IV/3 Denkmalpflege Bundesministerium f. Wissenschaft und Kunst)

war es ein Anliegen, einen Einblick in den Themenbereich „cultural heritage“ zu geben. Im Zuge dessen wurde das unbewegliche Kulturerbe im Kontext der Entwicklung der österreichischen Denkmalpflege angesprochen.

Auf die unterschiedlichen Aufgaben von Denkmalschutz und Denkmalpflege wurde ebenso eingegangen, wie auf Fach- und Wertbegriffe (Denkmalschutz als Rechtsbegriff, Haager Konvention, Charta von Venedig). Der Vergleich der (vom Einzeldenkmal über das Ensemble bis zur Kulturlandschaft reichenden) Begriffserweiterung im Spiegel internationaler und nationaler Dokumente und Rechtsinstrumente führte zur Feststellung, dass nur ein Teil des Kulturerbes vom Denkmalschutz betroffen ist. Letztendlich wurde auch die wirtschaftliche Bedeutung der Denkmalpflege thematisiert.

Abteilung „Kulturkommunikation“ im bm:bwk

Dr. Reinhold Hohengartner, Leiter der Abteilung für Förderpolitik des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft und Kultur, hat seinen Schwerpunkt auf immaterielle Fördermaßnahmen gelegt, deren Wertschätzung in Zeiten finanzieller Einsparungen steigt. Mittlerweile wurde eine eigene Abteilung „Kulturkommunikation“ institutionalisiert.

Dr. Hohengartner veranschaulichte, wie sehr die Entwicklung der nationalen Förderung mit der EU korrespondiert, zudem wurden die gesetzlichen Grundlagen und der Budgetentwurf angesprochen. Die Tatsache, dass bereits 80% der vorhandenen Budgetmittel von Bundesseite fix vergeben sind, wurde ebenso heftig diskutiert wie der auf politischer Ebene noch zu lösende Aspekt der steuerlichen Absetzbarkeit.

Zum Beispiel: Leogang

Ein Beispiel für eine optimale Nutzung von EU-Fördermitteln als Ergänzung zum Budgetrahmen stellte **Hermann Mayerhofer**, Kustos des Bergbaumuseums Leogang vor: Ausgehend vom Beitritt der Gemeinde Leogang zum länder-



Podiumsdiskussion im Heimatsaal

übergreifenden Leader-Verein Pillerseetal-Leogang konnten regionale EU-Fördergelder in Anspruch genommen werden, was die Realisierung einer **grenzüberschreitenden Darstellung der Bergbaugeschichte** erlaubte.

Der Projektumfang bewegte sich in einer Höhe von einer Million Euro, so dass der nach modernsten Kriterien gestaltete Ausstellungsraum um 250m² erweitert und eine Qualitätssteigerung des Museums erreicht werden konnte.

Büro „Inforelais“

Das Büro „Inforelais – Information und Beratung für Kultur mit dem Schwerpunkt ‚EU & Kultur‘ “ kann als Reaktion auf die gegenwärtige Entwicklung gesehen werden.

EU-Förderungen für Kultur- und Museumsprojekte werden immer häufiger genutzt. Zahlreiche Projektträger/innen entscheiden sich bei ihren Vorhaben für diese Finanzierungsvariante. Derartige Projekte basieren – im Vergleich zu den nationalen Förderschienen – auf ganz anderen Rahmenbedingungen. Davon ausgehend wurde im ersten Teil des Referates ein Blick hinter die Kulissen der kulturelevanten Entscheidungen der Europäischen Union riskiert. Ferner wurde auf die große Anzahl der für Kultur- und Museumsprojekte relevanten Programme hingewiesen.

Der Workshop (Förderungen im EU-Bereich) wurde von 52 Teilnehmern besucht, während der Österreichische Museumstag 2004 von insgesamt 330 Teilnehmern frequentiert wurde. 40 von ihnen sind aus den Nachbarländern Slowenien, Ungarn, Südtirol und Deutschland angereist.

Autoren:

Mag. Dr. Peter Assmann, Präsident des Österreichischen Museumsbundes

HR Univ. Prof. Dr. Günther Dembski, Präsident von ICOM – Österreich

Mag. Hannes Nothnagl, Winter!Sport!Museum! Mürzzuschlag

Mag. Gabriele Wolf, Museumsforum Steiermark, Projektverantwortliche des 16. Österreichischen Museumstages

Fotos: Stefan Traxler, Heimo Kaindl, Joanneum

„Kultur haben heißt:
von sich selbst weg und
zum anderen hin
denken zu können.“

Hans Putzer



ÖSTERREICHISCHE GALERIE
BELVEDERE



Klimt



Schiele



Kokoschka

© VBK 2004



Belvedere

Oberes Belvedere
Prinz Eugen-Str. 27
1030 Wien
Di-So 10-18 Uhr
T +43/1/79 557-134
F -136
www.belvedere.at

HIGHLIGHTS:

DAS **NEUE** ÖSTERREICH

Die Ausstellung zum Staatsvertragsjubiläum 1955/2005
Oberes Belvedere, 16. Mai bis 1. November 2005

NORDLICHT

Finnlands Aufbruch zur Moderne | 1890-1920
Oberes Belvedere, 15. Juni bis 2. Oktober 2005





PRODUKT: MUSEUM

ÜBERLEGUNGEN ZU EINER KOSTENRECHNUNG FÜR (KUNST)MUSEEN

Michael Fehr

- I. DAS MUSEUM – EIN ÖKONOMISCHER ZWITTER
- II. ZUR ÖKONOMIE VON ZIELKONFLIKTEN: BEISPIEL MUSEEN UND MEDIEN
- III. KOSTENRECHNUNG FÜR EIN MUSEUM – BASISÜBERLEGUNGEN
- IV. GRUNDPRINZIPIEN DER KOSTENRECHNUNG FÜR MUSEEN
- ZUSAMMENFASSUNG UND EINIGE SCHLUSSFOLGERUNGEN

■ I. DAS MUSEUM – EIN ÖKONOMISCHER ZWITTER

Der spezifische ökonomische Charakter von Museen und ihre betriebswirtschaftlichen Besonderheiten erklären sich aus ihrer recht eigentümlichen Rolle im volkswirtschaftlichen Kontext. Sie ist mit der anderer öffentlicher Institutionen kaum vergleichbar. Denn obwohl die Museen aufgrund ihres kulturpolitischen Auftrags in der Regel als wirtschaftlich unselbständige Einrichtungen und Unternehmungen ohne Gewinnerorientierung konzipiert und geführt und deshalb aus dem allgemeinen Steueraufkommen finanziert werden, nehmen sie jedoch – und dies gilt vor allem für Kunstmuseen – mittelbar wie unmittelbar am Marktgeschehen teil und können unter Umständen darauf ganz erheblichen Einfluss ausüben.

Diese ökonomische Zwitterstellung der Museen war ihnen zwar schon immer inhärent (1), wurde jedoch erst im Zuge der andauernden und in den letzten Jahrzehnten sprunghaft voranschreitenden Entwicklung des Museumswesens von der allgemeinen Öffentlichkeit wahrgenommen und zu einem politisch bewerteten Faktum. Allerdings erscheint das Museum dem Publikum wie seinen jeweiligen Trägern nach

wie vor als eine Black box, die sehr unterschiedlichen, ja widersprüchlichen Interessen ausgesetzt ist bzw. diese in sich auf mehr oder weniger undurchschaubare Weise vermittelt, und dies in ganz besonderem Maße da, wo es sich nicht nur auf seine vermeintlich klassischen Aufgaben beschränkt, sondern als ökonomischer Faktor auftritt.

Idealtypisch lassen sich vier Formen unterscheiden, durch die Kunstmuseen (und nur von diesen soll im folgenden die Rede sein, auch wenn manche Überlegungen für Museen im

»Das eigentliche Problem der Museen ist die Koppelung von Wissen und Wert.«

Allgemeinen gelten mögen) am Markt in Erscheinung treten:

- a) als **Tresore**
- b) als **Wertegeneratoren**
- c) als **Förderer**
- d) als **Dienstleister**

In den meisten, vor allem in den größeren Museen sind diese verschiedenen Funktionen in einer jeweils individuellen Mischung zu finden, die sich zuweilen in krassen Zielkonflikten zwischen verschiedenen Abteilungen innerhalb

eines Hauses manifestieren kann. Jüngere oder sehr alte Museumsformen fokussieren dagegen ihre Aktivitäten häufig auf eine oder höchstens zwei dieser Funktionen, so dass unter dem Begriffsdach ‚Museum‘ tatsächlich ganz unterschiedlich strukturierte Unternehmen mit entsprechend differenzierten Zielsetzungen zu finden sind. Gerade deshalb scheint es aber sinnvoll, die Analyse des Funktionszusammenhangs ‚Museum‘ auf der Matrix der oben genannten vier idealtypischen ökonomischen Handlungsformen aufzubauen, die im folgenden näher beschrieben werden sollen. Denn erst vor dem Hintergrund einer solchen allgemeinen und verallgemeinernden Matrix lässt sich die spezifische Ökonomie einzelner Häuser näher bestimmen und eine Möglichkeit eröffnen, Museen unter wirtschaftlichen Aspekten untereinander und mit anderen Institutionen oder Unternehmen vergleichbar zu machen.

a) Kunstmuseen als Tresore

Museen wirken als Sammler bzw. Sammlungen unmittelbar auf den Markt ein, indem sie ihm, sei es durch Kauf oder andere Formen der Übereignung im Unterschied zu privaten Sammlungen auf praktisch unbegrenzte Dauer Werte entziehen. Diese Tresor-Funktion der Museen hat für den Markt in verschiedener Hinsicht eine wichtige regulierende Funktion: Denn im Unterschied zu allen anderen Objekten haben Kunstgegenstände die Eigenschaft, dass sie weder konsumiert noch in einem Produktionsprozess aufgezehrt werden, sondern – ganz im Gegenteil – durch ihren ‚Konsum‘ an Wert gewinnen und den entsprechenden Wertzuwachs in sich akkumulieren können. Kunstwerke können daher eine ideale Kapitalanlage sein und große Summen an sich binden. Allerdings ist das in Kunstwerken gebundene Kapital nicht aktiv und als Vermögen dem Markt entzogen. Deshalb werden Kunstwerke an Museen gestiftet und verschenkt. Denn als absolute Tresore können Museen garantieren, dass das in einem Kunstwerk gebundene Kapital tatsächlich dem Markt entzogen bleibt, also praktisch vernichtet wird, doch zugleich als symbolisches Vermögen Bestand erhält, indem sie seinen Träger, das Kunstwerk, auf Dauer bewahren – und darüber seinem Stifter ein von wirtschaftlichen Bedingungen abgelöstes Andenken sichern (2). Neben dieser klassischen Form der Tresor-Funktion spielt eine jüngere eine zunehmend wichtige Rolle: Hier wirkt das Museum als systematischer Abnehmer von vor allem Werken der zeitgenössischen Kunstproduktion auf den Markt unmittelbar ein, indem es

einen Teil der Kunstproduktion thesaurieren und damit das Angebot an entsprechenden Objekten verknappen (und Preis der weiter frei verfügbaren erhöhen) kann. In der Praxis gibt es in diesem Feld allerdings vielfache Überschneidungen mit seinen Funktionen als Wertegenerator bzw. Förderer.

b) Kunstmuseen als Wertegeneratoren

Als Wertegeneratoren wirken Museen mittelbar auf das Marktgeschehen ein, indem sie durch die wissenschaftliche Bearbeitung, Pflege und Präsentation ihrer Sammlungen den Wert der Sammlungsgegenstände definieren und erhöhen oder sogar neue Werte schaffen können, indem sie bestimmte Werke in ihre Sammlungen aufnehmen. Die Funktion als Wertegenerator ist in der Praxis häufig mit der Tresor-Funktion verbunden (3). Denn der Kanon der thesaurierten Werke wirkt als mehr oder weniger direkter Maßstab für Bewertungen noch nicht thesaurierter Werke, die allein schon durch die Nachbarschaft mit anerkannten Werten an Bedeutung und Wert gewinnen können. Die Funktion als Wertegenerator kann jedoch auch dazu führen, dass schon thesaurierte Sammlungsstücke in ihrem Wert abgestuft oder neue Tresore für solche Werke geschaffen werden, die an die bestehenden Kanons nicht angeschlossen werden können. Allerdings sind die Museen aufgrund ihrer Verfassung als wissenschaftliche und öffentliche Institute in der Regel nicht in der Lage, aus solchen Neubewertungen resultierende Wertzuwächse, die sich indirekt natürlich auch auf entsprechende Gegenstände im Markt beziehen, selbst im ökonomischen Sinn zu realisieren, sondern müssen dies in der Regel Dritten, zum Beispiel dem Kunsthandel oder privaten Sammlern überlassen. Dass die durch die Arbeit der Museen ermöglichte Wertschöpfung von großer ökonomischer Bedeutung sein kann, wurde vor allem von privaten Sammlern früh erkannt und ausgenutzt (4). Ausgehend von der ökonomischen Fesselung der Museen konnten sie in dem Maße, wie die Museen aufgrund eingefrorener oder gestrichener Ankaufsetats nicht mehr in der Lage waren, ihre Bestände aus eigener Kraft zu ergänzen, den Häusern einzelne Werke oder ganze Sammlungen zeitgenössischer Kunst als Leihgaben für einen gewissen Zeitraum anbieten, um sie ihnen sodann – nach ausreichend erscheinender Wertsteigerung durch in der Regel kostenlose wissenschaftliche Bearbeitung und konservatorische Pflege (5) – wieder zu entziehen und auf dem Markt anzubieten.

c) Kunstmuseen als Förderer

Als (wirtschaftliche) Förderer treten Museen vor allem im Hinblick auf vom Handel noch nicht bewertete, jüngere Kunst oder künstlerische Unternehmungen auf, die sich aufgrund ihrer Faktur oder anderen Gründen einer kommerziellen Verwertung entziehen. Aktivitäten der Museen in diesem Feld können sowohl eine unmittelbare wie eine mittelbare Wirkung auf den Markt haben, indem sie zur Publikation entsprechender Werke beitragen oder ihre Realisation überhaupt erst ermöglichen und damit ein neues Produkt auf den Markt bringen (6). Hier überschneidet sich diese Funktion mit ihrer Funktion als Wertegenerator. In jedem Fall aber können Museen hier in der Regel nicht oder allenfalls in geringem Maße (z.B. durch günstige Ankäufe) im materiellen Sinn von entsprechenden Investitionen profitieren, und müssen in der Regel hinnehmen, dass erfolgreiche Promotionen privatwirtschaftlich verwertet werden und ihnen selbst bestenfalls ein gutes Renommee verschaffen können, das sich vor allem im Hinblick auf ihre Bedeutung als Tresore oder Wertegeneratoren positiv auswirken kann.

d) Kunstmuseen als Dienstleister

Schließlich treten Museen als Veranstalter von Ausstellungen und sonstigen ‚Events‘, als Betreiber von Museums-läden, als Verlage oder Dienstleister im Servicebereich auch als Anbieter mit Gewinnorientierung im Markt auf und müssen sich hier dem entsprechenden Wettbewerb unmittelbar stellen. Sie haben hier jedoch häufig den Vorteil, das benötigte Kapital zumindest zum Teil aus Drittmitteln (Zuschüsse, Sponsorleistungen etc.) aufbringen oder bestimmte Ressourcen (zum Beispiel Räumlichkeiten) kostengünstig nutzen zu können.

Zusammengefasst: Museen sind – auch und gerade als wissenschaftliche Einrichtungen, in vielfältiger Form – aktiv wie passiv, mittelbar wie unmittelbar am Markt präsent und treten darin als Anbieter und Abnehmer von Leistungen, als Käufer und als Anbieter von Produkten, als eine Art Bank und als Tresor, schließlich als Weiterverarbeiter und als Wirtschaftsförderer auf.

Wenn nun, wie bereits gesagt, diese verschiedenen ökonomischen Funktionen im klassischen Museum gewöhnlich in einer jeweils individuellen Mischform auftreten, so lassen sich andererseits zahlreiche Museen benennen, die immer noch oder neuerdings sehr gezielt von vor allem einer der idealtypischen ökonomischen Funktionen geprägt sind. So gibt es

- reine Sammlungs-Museen (Tresore), meistens aus aristokratischen Sammlungen entstanden (z.B. Kunstsammlungen Dresden),
- Sammlermuseen (Wertegeneratoren), offen und offensiv als ganz neuer Typ z.B. im Weserburg-Museum Bremen realisiert, häufiger jedoch in verdeckter Form zumal in den Abteilungen für Zeitgenössische Kunst großer Museen zu finden (z.B. Nationalgalerie Berlin/Hamburger Bahnhof, Hamburger Kunsthalle/Museum der Gegenwart),
- Museen für Zeitgenössische Kunst (Förderer), ihr einmal radikalstes Beispiel das New Museum of Contemporary Art, New York, das seine Sammlungsgegenstände jeweils zehn Jahre nach Erwerb abstoßen wollte (7) und
- Museen ohne eigene Sammlung (Dienstleister), also Kunsthallen und Museen auf Zeit, einschließlich der großen Ausstellungen vom Schlage der documenta.

Der Umstand, dass die Museen aufgrund ihrer höchst unterschiedlichen Ausgangsbedingungen und sehr verschiedenen Struktur schon selbst, ökonomisch gesprochen, unterschiedliche Produkte sind und weiterhin, als Unternehmen verstanden, aufgrund ihrer unterschiedlichen Produktpalette daher z.T. ganz verschiedene Strategien verfolgen und auf unterschiedliche Weise in unterschiedbaren Feldern Erfolge erzielen können, macht wohl das Hauptproblem für eine angemessene Einschätzung der Arbeit und Leistungsfähigkeit bestimmter Häuser aus und darüber hinaus deutlich, dass die beliebteste und häufig einzige Kennzahl, mit der gewöhnlich gearbeitet wird, die Besucherzahlen (8), als alleiniger Maßstab für die Effizienz der Museen nicht geeignet ist.

»Die beliebteste und häufig einzige Kennzahl, mit der gewöhnlich gearbeitet wird, die Besucherzahlen, ist als alleiniger Maßstab für die Effizienz der Museen nicht geeignet!«

■ II. ZUR ÖKONOMIE VON ZIELKONFLIKTEN: BEISPIEL MUSEEN UND MEDIEN

Das konkrete Verhalten von Museen wird nun aber nicht allein von den genannten ökonomisch orientierten Handlungsformen, sondern auch vom Umstand bestimmt, dass diese in der Regel innerhalb des eng gesteckten Rahmens der öffentlichen Verwaltung – und hier insbesondere der Vorgaben der Kameralistik – vollzogen und mit Bezug auf die jeweiligen politischen Verhältnisse und Vorgaben abgestimmt und abgesichert werden müssen. Dies ist schon im Regelfall kompliziert und im Fall von Zielkonflikten mitunter sehr schwierig zu realisieren.

Unterschiedliche Zeithorizonte ...

Ein wichtiger Zielkonflikt, in dem nahezu alle Museen fast immer stehen (und vermutlich immer schon standen), ergibt sich aus den unterschiedlichen Zeithorizonten, innerhalb dessen einerseits die Museen und andererseits die Museumsträger (heute in der Regel: von Politik bestimmte öffentliche Verwaltungen) operieren: Denn während jene typischerweise schon aus inhaltlichen Gründen innerhalb relativ großer Zeiträume (von Dekaden bis zu Jahrhunderten) denken (müssen) und entsprechend langfristig angelegte Strategien verfolgen, sind die Träger meistens auf vergleichsweise kurzfristige Zeiträume, z.B. Wahlperioden, festgelegt und erwarten innerhalb dieser greifbare Ergebnisse. Andererseits müssen Museen zuweilen, z.B. bei Ankäufen, sehr kurzfristig handeln können, was in der Regel zu wiederum spezifischen Konflikten mit den Verwaltungsapparaten führen kann.

... und der daraus resultierende Zielkonflikt ...

Zusätzlich und zunehmend verschärft wird der aus den unterschiedlichen Zeithorizonten resultierende Zielkonflikt in den letzten Jahrzehnten durch die Medien, da diese gewöhnlich nur auf Ereignisse, also sogenannte **Events** reagieren, die die Museen als (mehr oder weniger statische) Sammlungen normalerweise nicht her- oder darstellen können. Die entsprechenden Bewertungen und in ihrer Folge: die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit haben sowohl die

Museen wie die Museumsträger unter den Zwang gesetzt, sich mediengerecht verhalten zu müssen. Als Konsequenz vor allem dieses Zielkonflikts hat sich daher für viele Häuser eine Aufwertung und Verstärkung der Ausstellungs- und Veranstaltungstätigkeit ergeben, die mancherorts schon die klassischen Aufgaben der Museen überformt und fast überall zu einer Unterbewertung der Sammlungen führte.

... und im Vergleich die Kostenrechnung

Wie unsere Kostenrechnung deutlich erkennen lässt, liegt der Hauptanteil der Kosten eines Museums jedoch auch bei verstärkter Ausstellungstätigkeit im Bereich der Unterhaltung und Präsentation seiner Sammlungen. Zudem zeigt die Erfahrung, dass selbst erfolgreiche **Großausstellungen** trotz hoher Umsätze **nur in Ausnahmefällen ihre Kosten einspielen**, in der Regel also auf Subventionen von Dritten angewiesen bleiben und so gut wie nie zur Deckung der Betriebskosten des veranstaltenden Hauses beitragen können. Mehr noch: zu vermuten ist, dass Ausstellungen, insofern sie selten auf der Basis der tatsächlich anfallenden betriebswirtschaftlichen und personellen Kosten kalkuliert werden, tatsächlich zur Auszehrung des wissenschaftlichen-technischen Apparats der Museen beitragen, mithin – entgegen dem äußeren (politisch positiv bewerteten) Anschein die materielle Situation der Museen in der Regel nicht verbessern, sondern eher verschlechtern.

Dies gilt cum grano salis auch für Serviceleistungen, die die Museen erbringen, wiewohl hier – bei **Museumsläden und museumseigenen Restaurants** – eher ein Überschuss zu erwarten ist, der zur Finanzierung der Betriebskosten des betreffenden Museums herangezogen werden könnte, doch m.W. bislang nirgendwo so hoch war, dass er Investitionen zum Beispiel in die Sammlungen des Museums erlaubte. Insofern erscheint der Ausbau einer entsprechenden Infrastruktur innerhalb der Museen zwar durchaus lohnend, bleibt jedoch gemessen an dem Vermögen, das die Museen als Sammlungen repräsentieren, eine fast zu vernachlässigende Größe.

Wenn man schließlich bedenkt, dass die Akzeptanz von Ausstellungen wie von Serviceleistungen heute weitgehend von ihrer vorausgehenden Vermittlung, also von kostspieligen **Werbemaßnahmen** in den Medien abhängt, die ihrerseits als Anbieter von Informations- und Unterhaltungsangeboten direkte Konkurrenten der Museen sind, so mag deutlich werden, dass selbst erfolgreiche, von weniger erfolg-

BEISPIEL MUSEEN UND MEDIEN

reichen oder gar gescheiterten Unternehmungen in diesem Feld erst gar nicht zu reden, in erster Linie nicht die ökonomische Lage der Museen verbessern, sondern vor allem die ökonomische Macht der Medien und anderen Vermittlungsunternehmen stärken.

Beispiele

Um diese Überlegung hier durch ein – zugegeben sehr einfaches – Beispiel, das sich ein jeder für sich ausrechnen kann, als hypothetische Frage auf den Punkt zu bringen: Wie viele Ansichtskarten eines Gemäldes müssten eigentlich jährlich verkauft werden, um den Bestand dieses Gemäldes und seine Präsentation im Rahmen einer Sammlung zu sichern? Und: Welche Gemälde einer Sammlung würden auf diese Weise – durch ihre Reproduktion – die Kosten einbringen können, die es als Bestand eines Museums verursacht? Schließlich: Würden die entsprechenden Einnahmen ausreichen, um die Kosten für die Sammlungsbestände, die sich auf diese Weise nicht vermarkten ließen, zu decken? Dass die entsprechende Rechnung im Hinblick auf kostspieligere Reproduktions- und Vermittlungsformen (mit womöglich höherer, aber niemals garantierter Verwertungschance) vermutlich noch wesentlich ungünstiger ausfallen dürfte, liegt auf der Hand – und macht deutlich, dass sich die Diskussion über Ökonomisierung der Museen auf einem Niveau bewegt, das ihre tatsächliche Problemlage nicht trifft, sondern allenfalls den verschiedenen Formen ihrer Kolonisierung durch private Verwertungsinteressen Tür und Tor öffnet. Andererseits können solche Überlegungen aber die Konsequenz haben, systematisch danach zu fragen, wie die Museen – in begrenzten Feldern – Wege und Mittel finden könnten, durch eine spezifische Aktivierung ihres Vermögens ihre ökonomische Stellung zu stärken.

Wenn man in diesem Zusammenhang unterstellen kann, dass sich Museen wie andere öffentliche Güter nie ‚rechnen‘ lassen, so bleibt nichtsdestoweniger die Aufgabe, zu untersuchen und zu definieren, wie Museen als ökonomische Ein-

heiten funktionieren, und dies vor allem, um klar abgrenzen zu können, welche seiner Funktion nur mit (öffentlicher) Subvention realisierbar sind bzw. welche unter Umständen auch ohne solche Subventionen realisierbar wären.

Diese Abgrenzung ist aber nicht beliebig politisch bewertbar. Denn Voraussetzung für die oben angedeutete Treasor-Funktion der Museen, und das heißt im Klartext für die Sozialisierung der in den Kunstwerken gebundenen und an die Museen gegebenen Vermögenswerte, ist, dass diese erhalten und angemessen präsentiert werden: Können die Museen diese Aufgabe nicht entsprechend erfüllen, so werden viele Museen das von der Bevölkerung in sie gesetzte Vertrauen und ihren Status als öffentliche Thesaurien verlieren und dürfte, wie sich bereits deutlich abzeichnet, eine zunehmende Akkumulation und Konzentration dieser Werte und der durch sie und in ihnen repräsentierten intellektuellen Leistungen in privater Hand zu erwarten sein, die, auf längere Sicht gesehen, die Struktur unserer Gesellschaft entscheidend verändern wird (9).

Einfaches Beispiel: Wie viele Ansichtskarten eines Gemäldes müssten eigentlich jährlich verkauft werden, um den Bestand dieses Gemäldes und seine Präsentation im Rahmen einer Sammlung zu sichern?

■ III. KOSTENRECHNUNG FÜR EIN MUSEUM – BASISÜBERLEGUNGEN

Betriebswirtschaftliche Rechnungen sind Informationssysteme, die den Wert eingesetzter Mittel (Produktionsfaktoren) – Kosten genannt – darstellen, der zur Herstellung eines bestimmten Gebrauchsgegenstandes oder einer Dienstleistung – Produkt genannt – notwendig ist. Die typische Kostenrechnung geht dabei davon aus, dass sich die eingesetzten Produktionsmittel (differenzierbar in einzelne Produktionsfaktoren wie zum Beispiel: Rohstoffe, Anlagen, Maschinen, Energie und Arbeitskraft) im Produktionsprozess in spezifischer Weise verbrauchen oder verschleifen, also aufgezehrt werden und deshalb nach bestimmter Zeit er-

Funktionaler Zusammen-
hang eines Museums im
„Zwiebel-Schema“



»Produkt: Museum«

III. KOSTENRECHNUNG

setzt, erneuert oder repariert werden müssen. Die Kostenrechnung zielt daher insbesondere darauf ab, die unterschiedlichen Kosten der verschiedenen Produktionsfaktoren im Produktionsprozess und ihren spezifischen Anteil an den Herstellkosten für ein bestimmtes Produkt darzustellen.

Produktionsprozesse und Produktionsfaktoren

Fragt man unter diesen Gesichtspunkten danach, was eigentlich der typische Produktionsprozess und die Produktionsfaktoren innerhalb eines Museums sind, so stößt man sofort auf die Besonderheit, durch die sich Museen von anderen Unternehmen unterscheiden. Denn besteht ein wesentlicher Aspekt des musealen Produktionsprozesses darin, dass Besucher das Museum aufsuchen, um darin bestimmte und auf bestimmte Weise präsentierte Exponate zu betrachten, so stellen sich neben üblichen Produktionsfaktoren (Gebäudeanlagen, Energie, Werkzeuge, Arbeitskraft) als wichtigste Produktionsfaktoren (im Sinne zum Beispiel einer Maschine) die musealen Sammlungen, in unserem Fall also die Kunstwerke, heraus und mit ihnen die Tatsache, dass sie im musealen Produktionsprozess normalerweise nicht aufgezehrt werden oder an Wert verlieren, sondern – ganz im Gegenteil – in der Regel an Wert gewinnen. Dabei ist dieser Wertzuwachs, den die Sammlung erfährt, in der Regel desto höher, je erfolgreicher der museale Produktionsprozess läuft, also desto mehr und/oder intensiver Betrachter sich die Exponate ansehen. Er ergibt sich vor allem aus folgenden spezifischen Bedingungen:

- dass Kunstwerke in der Regel Unikate sind,
- dass die angemessene Betrachtung eines Kunstwerks seine wie die physische Präsenz des Betrachters voraussetzt und in der psycho-physischen Interaktion zwischen Kunstwerk und Betrachter gebunden bleibt,
- dass jede Betrachtung eines Kunstwerks ein individueller, nicht wiederholbarer oder reproduzierbarer Vorgang ist,
- dass Kunstwerke durch die Betrachtung nicht oder nur geringfügig abnutzen,
- dass die erfolgreiche Betrachtung eines Kunstwerks zwar den Betrachter um eine spezifische Erfahrung bereichert (ästhetisches Erleben, Erkenntnisgewinn etc.), diese jedoch dem Betrachteten, also dem Exponat zugerechnet wird, insofern dieses nicht nur der Auslöser für die Erfahrung des Betrachters ist, sondern von ihr unberührt bleibt, allerdings entsprechende Zuschreibungen (in anderen Medien) an sich binden kann.

Mit anderen Worten: Kunstwerke im Museum sind geradezu ideale Produktionsfaktoren, da sie im Produktionsprozess im Prinzip (10) nicht nur nicht aufgezehrt werden, sondern die an und mit ihnen erbrachten Produktionsleistungen in sich und, soweit sie Unikate sind, ausschließlich in sich (11), akkumulieren und speichern können. Nimmt man schließlich hinzu, dass die Kunstwerke bzw. die Sammlungen eines Museums in der Regel die größten Vermögenswerte sind, über die ein Museum verfügt, so liegt die Konsequenz nahe, die ökonomische Zielsetzung für den Betrieb eines Museums auf Aktivierung und den Wertzuwachs der Sammlungen auszurichten und eine Kostenrechnung für Museen mit Blick auf eben diese Zielsetzung aufzubauen.

Grundidee der hier vorgelegten Kostenrechnung ist daher, ein Museum von seinem wesentlichen Produktionsfaktor, seiner Sammlung, her zu begreifen und alle anderen Faktoren des musealen Produktionsprozesses auf den Erhalt, die Aktivierung, die Nutzung und die Wertsteigerung dieses Faktors zu beziehen. Entsprechend folgt der museale Produktionsprozess nicht den üblichen linearen, im Fließband in klassischer Form vergegenständlichten Verlauf, sondern hat als Grundbewegung die Form der Rekursion: Die Akkumulation aller Leistungen auf die museale Sammlung als desjenigen Faktors, an dem sich die Wertsteigerung vollziehen, in dem sie sich speichern und durch den sie sich realisieren lässt. Es ergibt sich damit ein – für normale Kostenrechnungen ungewöhnlicher – hierarchischer Aufbau der Kostenrechnung, der aber als eben dieser hierarchische Aufbau die besondere wirtschaftliche Struktur von Museen abbilden und durchschaubar machen kann.

Um, was gemeint ist, in ein Bild zu fassen (siehe „Zwiebel-Schema“ oben): Unsere Kostenrechnung fasst den funktionalen Zusammenhang eines Museums als eine Zwiebel auf, mit der Sammlung als Kern und weiteren Funktionen als diesen Kern in bestimmter Formation umgebende und auf ihn bezogene Schalen (12). Anders, doch noch im Bild der Zwiebel gesagt: Ohne einen solchen Kern, also die Sammlungen, finden seine äußeren Schalen, also die mehr oder weniger peripheren Funktionen des Museums weder einen inhaltlichen noch einen ökonomischen Halt – und macht es nicht viel Sinn, von einem Museum zu sprechen.

IV. GRUNDPRINZIPIEN

■ IV. GRUNDPRINZIPIEN DER KOSTENRECHNUNG FÜR MUSEEN

Das Museum entsteht aus zumindest drei Produktgruppen, die aufeinander aufbauen und die wir folgendermaßen benennen:

**die Sammlung
die Schausammlung
das öffentliche Museum**

Produktgruppe 1: die Sammlung

Sie ist der Kern eines Museums und setzt sich aus einzelnen Objekten (ihrerseits natürlich Produkte, doch aus der Sicht des Museums: mehr oder weniger bearbeitete Rohstoffe) zusammen, die erst durch die wissenschaftliche Bearbeitung, also durch die systematische Einordnung in einen bestimmten Wissenskomplex oder durch sonstige Zuschreibungen Bedeutung erlangen und zu Exponaten werden können. Ohne eine dokumentierte Zuschreibung (13) haben die Sammlungsgegenstände in der Regel keinen bzw. höchstens ihren Materialwert. Müssen Sammlungsgegenstände also zunächst durch theoretische Arbeit bedeutsam gemacht werden und ist die Sammlung vergleichbarer Objekte häufig die notwendige Voraussetzung dafür, dass mit Bezug auf einzelne Objekte eine Bedeutung ermittelt und zugeschrieben werden kann, so wächst mit dem Erfolg dieser Arbeit die Notwendigkeit, diesen Zuwachs an Wert durch die materielle Sicherung der Sammlung zu erhalten: Der museale Produktionsprozess beginnt demnach mit der wissenschaftlichen Definition und konservatorischen Sicherung der Sammlungsobjekte. Als in der Regel interner Prozess ist die Herstellung des Produkts Sammlung notwendige Voraussetzung für alle weiteren Funktionen des Museums und einer möglichen Verwertung der hierzu erforderlichen Investitionen. Zur Kernfunktion von Museen zählen demnach in Produktgruppe 1 folgende Einzelprodukte:

- 1.1. Magazin
- 1.2. Wissenschaftliche Bearbeitung
- 1.3. Konservatorischer Erhalt
- 1.4. Leihverkehr
- 1.5. Archiv/Dokumentation
- 1.6. Bibliothek (Arbeitsbibliothek)

und sind folgende Kostenarten zu berücksichtigen:

Kosten für die Magazinierung (Gebäude, Energie, Sicherheitssysteme)
 Kosten für die wissenschaftliche Bearbeitung (Personal)
 Kosten für Lagerverwaltung und Dokumentation (Magazinier, Registrar)
 Kosten für die konservatorische Betreuung (Personal- und Sachkosten)
 Kosten für Dokumentation (z.B. Fotografie)

Produktgruppe 2: die Schausammlung

Ist die Sammlung theoretisch wie materiell gesichert, so sind damit die Voraussetzungen für ihre Entfaltung geschaffen. Der Produktionsprozess besteht hier im wesentlichen darin, die Sammlung oder einzelne Teile aus ihr auf bestimmte Weise, als Schausammlung, zu präsentieren und damit nicht nur die Sammlungsgegenstände als solche, sondern auch ihre Bedeutung sichtbar zu machen. Dies geschieht durch ihre ‚Hängung‘. Voraussetzung dafür sind die Erarbeitung einer unter künstlerischen, wissenschaftlichen und architektonischen Gesichtspunkten abgeklärten Konzeption sowie geeignete Räumlichkeiten, um diese Konzeption mit der Sammlung zu realisieren. Die erste, innerste Schale um den musealen Kern, ist demnach die Schausammlung. Zur Produktgruppe 2 zählen zwei Einzelprodukte:

- 2.1. Schausammlung (räumliche Installation)
- 2.2. Wissenschaftliche Publikation (Sammlungskatalog)

und sind folgende Kostenarten in Betracht zu ziehen:

Kosten für die Errichtung und den Unterhalt geeigneter Räumlichkeiten
 Kosten für die Konzeption, die Einrichtung und den Unterhalt einer bestimmten Form der Präsentation
 Kosten für einschlägige Hilfsfunktionen, um diese Aufgaben zu erfüllen

Produktgruppe 3: das öffentliche Museum

Als Produkt wird hier die Veröffentlichung der Schausammlung und das Zurverfügungstellen von wissenschaftlichen, edukatorischen und unterhaltenden Dienstleistungen, die auf die Sammlung bezogen sind, verstanden. Dies bedeutet konkret, dass das die Schausammlung beherbergende Gebäude für ein unspezifisches Publikum allgemein zugänglich gemacht und entsprechende bauliche Infrastrukturen (Kas-

se, Toiletten, Garderobe) unterhalten sowie entsprechende personelle Voraussetzungen (vom Kassierer über Aufsichten bis zum museums-pädagogischen Personal) geschaffen werden müssen. Die Veröffentlichung der Schausammlung, das Museum, die zweite Schale um den musealen Kern, hat fünf Einzelprodukte:

- 3.1. Zugang für die Öffentlichkeit schaffen
- 3.2. Vermittlung/Pädagogik (sammlungsbezogen)
- 3.3. Bildungsveranstaltungen, Vorträge (sammlungsbezogen)
- 3.4. Öffentlichkeitsarbeit
- 3.5. Public Relations

und bringt daher, neben den schon genannten, zusätzlich folgende Kostenarten ins Spiel:

Kosten für Aufsichts- und Betriebspersonal (z.B. Kasse)
 Kosten für Vermittlungspersonal (Bildungsauftrag, Museumspädagogik, Bibliothek, etc.), anteilige Kosten für Besucherbetreuung beim wissenschaftlichen Stammpersonal
 Kosten für erhöhten Reinigungs- und Pflegebedarf der Schausammlung
 Kosten für erhöhten Energiebedarf, Ersatzbeschaffungen, Reparaturen etc.

Die Einzelprodukte dieser drei Produktgruppen machen ein Museum aus und decken sein klassisches Aufgabenfeld ab. Daten des Karl Ernst Osthaus-Museum Hagen haben gezeigt, dass die entsprechenden Ausgaben schon drei Viertel Drittel der gegenwärtigen Gesamtkosten des Museums ausmachen (14). Dabei ist festzuhalten, dass diese Kosten zum größten Teil unbeeinflussbare Kosten sind und als Ausgaben angesetzt werden müssen, solange man von einem Museum sprechen und es nicht zur Aufgabe wesentlicher Funktionen zwingen will. (Das hat auch der Vergleich mit der ABC-Kostenanalyse bestätigt.)

Auf der Basis der Einzelprodukte der Produktgruppen 1-3, aus den die Kernfunktionen eines Museums gebildet werden, lassen sich weitere Einzelprodukte entwickeln, die das Angebot eines Museums ergänzen und abrunden können und unter Umständen eine bessern Verwertung der Produkte 1-3 ermöglichen. Solche zusätzlichen Produkte tragen vor allem dann zur ökonomischen Stärkung eines Museums bei, wenn sie ebenfalls in Rekursion auf die Sammlung angelegt sind.

Produktgruppe 4: Sonderausstellungen

Die Sonderausstellung setzt in der Regel ähnliche Leistungen voraus, wie sie im Zusammenhang mit der Entwicklung einer Sammlung bzw. ihrer Weiterverarbeitung zu einer Schausammlung zu veranschlagen sind. Die Sonderausstellung als temporäres Unternehmen macht daher vor allem dann (ökonomischen) Sinn, wenn sie darauf abzielt, den Wert der Sammlung eines Museums zu erhöhen. Dies kann in der Regel am günstigsten dadurch geschehen, dass Exponate der eigenen Sammlung, die, aus welchen Gründen auch immer in der Schausammlung auf Dauer nicht zugänglich gemacht werden können, ausgestellt werden. Ein anderer Weg, dieses grundsätzliche Ziel zu erreichen, kann darin bestehen, bestimmte Exponate aus der eigenen Sammlung in den Kontext mit vergleichbaren Objekten aus anderen Sammlungen zu bringen, um so deren Bedeutung re-definieren und ihren Wert womöglich erhöhen zu können. Dies kann in eigenen Sonderausstellungen aber auch durch die Leihgaben in Sonderausstellung anderer Museen realisiert werden. Denn produziert die Sonderausstellung einen dokumentierbaren Erkenntnisgewinn, so wächst eine entsprechende Wertsteigerung vor allem dem Exponat zu und wird bei ihm als verbesserte Zuschreibung gespeichert. (Natürlich können Ausstellungen auch den gegenteiligen Effekt haben und zur Wertminderung eines Exponats führen.) Alle anderen Formen von Ausstellungen, also solche, die nicht auf die Sammlung des Museums Bezug nehmen, werden in dieser Kostenrechnung nicht näher betrachtet und fassen wir unter der Produktgruppe 4 mit anderen, unter ökonomischen Gesichtspunkten vergleichbaren Produkten zusammen. Denn ihre Realisierung ist fast immer nur mittelbar oder nur aus technischen Gründen an ein bestimmtes Museum gebunden und trägt in der Regel nicht zu dessen ökonomischer Stärkung bei. Bei der Veranstaltung von sammlungsbezogenen Sonderausstellungen ergeben sich zwei Einzelprodukte

- 4.1. Ausstellungsorganisation, -ausbau und -betrieb
- 4.2. Ausstellungskatalog

und sind in der Regel folgenden Kostenarten zu berücksichtigen:

anteilige Personalkosten im wissenschaftlichen, vermittelnden und Servicebereich
 zusätzliche Gebäudekosten inklusive Nebenkosten (Energie, Reinigung, Bewachung etc.)
 Kosten für die Bewerbung der Veranstaltung
 Kosten für zusätzliche Publikationen (Katalog oder andere Form der Dokumentation)

FÜR MUSEEN

Produktgruppe 5: Abbildung der Sammlung in anderen Medien

Diese Produktgruppe bildet eine weitere Schale um den musealen Kern, insoweit sie sich ihre Einzelprodukte direkt auf die Sammlung beziehen, also z.B. Waren angeboten werden, die eine symbolische Teilhabe an der Sammlung (Souvenir) oder eine weitergehende Beschäftigung mit ihr ermöglichen (Literatur zur Sammlung, zu einzelnen Exponaten, zum Museum selbst etc.). Diese Produktgruppe bildet also die Sammlung in anderen Medien und Formen mit dem Ziel ab, entsprechende Einzelprodukte konsumierbar zu machen (15). In dem Maße, wie die entsprechenden Einzelprodukte Absatz finden, trägt diese Produktgruppe zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Sammlung und damit tendenziell zu deren Wertzuwachs bei. Dies gilt sinngemäß auch für einen eigenen Verlag bzw. die Publikationen, die Museen herausbringen: Auch hier macht eine solche Tätigkeit ökonomisch nur Sinn, wenn daraus ein Wertzuwachs mit Bezug auf die Sammlungen des Hauses erwartet werden kann. Einzelprodukte in der Produktgruppe 5 können sein:

- 5.1. Museumsshop
- 5.2. Verlag
- 5.3. Ausleihe/Verkauf von Einzelproduktionen (z.B. Ektachrome)

Produktgruppe 6: nicht-sammlungsbezogene Veranstaltungen

wie Ausstellungen, Vortragsveranstaltungen, Konzerte, Dienstleistungen, die Einrichtung eines Restaurants oder Cafés, schließlich die Vermietungen und Verpachtung von museumseigenen Räumlichkeiten etc.. Das Engagement in solchen Tätigkeitsfeldern macht für Museen aus ökonomischer Sicht nur Sinn, wenn auf diese Weise nicht voll ausgelastete Kapazitäten und still liegende Reserven im personellen oder räumlichen Bereich besser genutzt werden können und einen Gewinn einbringen, den das Museum für seinen eigenen Produktionsprozess verwenden kann. Hier finden normale betriebswirtschaftliche Ansätze und Kostenrechnungen Anwendung. Voraussetzung für entsprechende Kalkulationen ist aber wiederum die Kostenermittlung innerhalb des musealen Betriebs: Nur wenn sich genau definieren und abgrenzen lässt, was z.B. der Betrieb eines Ausstellungsraumes per Tag an Kosten verursacht, können eine haltbare Kalkulation aufgebaut und die stille oder unbemerkte Selbstausbeutung des Museums bzw. seines Personals verhindert werden. (Dass sich hier viele Häuser nach

Milchmädchen Art reich rechnen, zeigen zahlreiche Beispiele aus jüngster Zeit.) Auf der anderen Seite sollten die Museen, wenn denn die Zahlen stimmen, selbstverständlich jede Chance zur Aktivierung brachliegender Ressourcen nutzen (können).

■ ZUSAMMENFASSUNG UND EINIGE SCHLUSSFOLGERUNGEN (16)

Das hier vorgestellte Kostenrechnungsmodell ist der Versuch, ein Museum konsequent von seinem spezifischen Vermögen her, den Sammlungen, zu denken. Es rückt deshalb die Sammlungen in den ökonomischen Mittelpunkt des musealen Produktionsprozesses und unterscheidet einzelne Produkte danach, ob sie und inwieweit sie zum materiellen wie immateriellen Wertzuwachs der Sammlung beitragen. Denn der materielle wie immaterielle Wert der Sammlung und ihre spezifische Präsentation sind die wichtigsten Faktoren, durch die sich ein Museum von anderen Museen und von Medienangeboten unterscheiden kann (Alleinstellungsmerkmal), und bilden damit den eigentlichen Anlass dafür, dass Besucher ein Motiv für den Besuch eines spezifischen Museums entwickeln können. Den Ansatz rechtfertigt im übrigen auch die Tatsache, dass die Sammlungen eines Museums (zuweilen auch die Gebäude), seine auch im wertmäßigen Sinne größten Vermögenswerte, und seine wichtigsten Aufgaben darin zu sehen sind, diese Vermögenswerte auf Dauer zu erhalten und zur Darstellung zu bringen. Eben diese beiden Funktionen sind aber auch der Grund dafür, dass Museen mit Schenkungen, Stiftungen und Zuwendungen anderer Art aus privaten Vermögen rechnen dürfen. Allerdings können solche Zuwendungen nur dann erwartet werden, wenn ein Museum in der Lage ist, in angemessener Weise mit den ihnen anvertrauten Werten umzugehen. Wenn aber die finanzielle Ausstattung vieler Häuser gerade dies in Frage stellt, so ist genau hier in Zukunft das größte Problem zu erwarten, das, sollte es nicht behoben werden, die Rolle und Bedeutung der Museen entscheidend beeinträchtigen (und enorme Verluste im volkswirtschaftlichen Sinne verursachen) wird.

Wenn viele Museumsträger, wie vor allem die Kommunen selbst unter finanziellen Schwierigkeiten leiden und deshalb auch an den Museen zu sparen versuchen, so ist dies durchaus verständlich, doch eine überaus kurzsichtige Strategie,

die in absehbarer Zeit zu einer Erhöhung der Unterhaltungskosten für Museen führen wird. Denn wenn die Museen unter dem Sparzwang ihre Angebote verknappen oder gar Aufgaben vernachlässigen müssen, können sie nur weniger attraktiv und dürften in der Konsequenz nur schlechter genutzt werden – mit den bekannten Folgen: der sich nach unten öffnenden Preis-Kosten-Spirale, die für die Ökonomie vieler öffentlicher Güter leider bestimmend ist (17).

Daher ergeben sich für ein Museum (das diesen Namen verdient) aus dieser Kostenrechnung im Allgemeinen folgende Konsequenzen:

1. Für den Betrieb eines Museums ist die Bildung der in den Produktgruppen 1-3 aufgeführten Einzelprodukte, zusammengefasst also die Unterhaltung einer Sammlung, einer Schausammlung und deren Öffnung wie Veröffentlichung, die notwendige Voraussetzung. Die hierdurch entstehenden Kosten können zwar in der Regel zum aller größten Teil nicht direkt durch Einnahmen aus der Tätigkeit des Museums in diesem Bereich gedeckt werden, doch dem Träger des Museums (z.B. einer Kommune) über Umweinnahmen indirekt zufließen (und dabei den Aufwand decken).

2. Maßstab für die erfolgreiche Tätigkeit eines Museums in diesem Kernbereich sind nicht allein die Zahl seiner Besucher, sondern gleichermaßen das Renommee (Image), das es aufbauen kann oder hat, und dessen Beitrag zum Image des Museumsträgers. Kennzahl für den Erfolg eines Museums wäre demnach eine spezifische ‚Einschaltquote‘, die sich aus verschiedenen Faktoren: Besucherzahl, Bekanntheitsgrad, Nennung in Medien, Position in Subsystemen (z.B. Kunsthandel, Wissenschaftsbetrieb), Unterstützung durch Dritte etc. zusammensetzt.

3. Museen sind keine Medien, sondern müssen sich auf ihre spezifischen Eigenschaften besinnen und diese konsequent ausspielen. Diese spezifischen Eigenschaften sind unter anderen:

- Gebundenheit an einen spezifischen Ort,
- stehendes, auf Dauer offeriertes Angebot exklusiver Exponate, die nicht oder nur mit Substanzverlust durch Medien vermittelt werden können,
- allgemeine Zugänglichkeit,
- hoher Bildungs- und gegebenenfalls Unterhaltungswert,
- individuelle Nutzungsmöglichkeit.

Plädoyer

Mit anderen Worten: Diese Kostenrechnung plädiert für die Idee, auf Museen das Produktionskonzept traditioneller künstlerischer Arbeit, die Herstellung eines an einen bestimmten Ort gebundenen Unikats, zur Anwendung zu bringen, sie also nach dem seit Jahrhunderten und unter allen Wirtschaftssystemen bewährten Muster zunächst und vor allem als buchstäblich einzigartige, fest mit einem Ort verbundene Sehenswürdigkeiten zu konzipieren und auszubauen.

Und deshalb plädiere ich dafür, dass die Magazine geöffnet und mit den Schausammlungen in Verbindung gebracht werden, dass das ‚alte‘, angeblich nicht relevante Wissen zugänglich gemacht, die Überfülle an Objekten und Bildern zur Anschauung gebracht und der rhetorische Charakter der Museen nicht länger verborgen, sondern thematisiert, aktiv und zur Verbreitung von Stellungnahmen zu unserer Welt eingesetzt werden sollte. Denn es scheint mir sicher, dass die Museen nur dann, wenn sie radikal anders vorgehen als die Medien und das Cyberspace-Museum, dass sie nur dann, wenn sie schwierig und geheimnisvoll werden, wenn sie dem Speziellen und der Fiktion einen Platz geben, wenn sie Schätze entdecken und Gewissheiten zerplatzen lassen, von den Besuchern als Alternative zum elektronischen Bilderbrei ernst genommen und akzeptiert werden. Dabei ist klar, dass dieser Weg keine allgemeinen, sondern nur individuelle Lösungen kennt, dass jedes Haus auf der Grundlage seiner Geschichte und sonstiger Umstände sich zu einem unverwechselbaren, nicht digitalisierbaren Ort entwickeln müsste.

Text:

Dr. Michael Fehr, Direktor des Karl Ernst Osthaus Museums Hagen

Anmerkungen

(1) Zwar kann die Idee einer universellen Entwicklungsgeschichte nach wie vor als die Episteme des Museums gelten, sie blieb allerdings immer ein Ideal. Denn in dem Maße, wie das faktische Wissen wuchs, wie der Sensualismus in verschiedenen Wissensbereichen an Bedeutung verlor und neue Wissensbestände entstanden, die sich seiner Erkenntnis- und Darstellungsform gänzlich entzogen, wurde es immer schwieriger, eine verbindliche innere Organisation des Museums zu konzipieren. So zerfiel das universale Museum schon bald in spezialisierte Abteilungen und entstand schließlich eine nahezu unüberschaubare Zahl individueller Einheiten, die hinter der Fassade eines generalisierten Wissenschaftsbegriffs mehr oder weniger offen als Ansamm-

lungen von Werten gegeneinander zu konkurrieren begannen. Hierfür entscheidend war nicht zuletzt die Tatsache, dass die Akkumulation des Wissens nach Maßgabe der einschlägigen Kanons der „freien Wissenschaften“ schon früh an Verwertungsinteressen scheiterte. Denn was immer im Rahmen eines bestimmten Erkenntnisinteresses relevant wurde, war nicht davor gefeit, früher oder später auch als Tauschwert taxiert und Gegenstand entsprechender Spekulationen zu werden. Das eigentliche Problem der Museen ist daher – wie schon zu Beginn des Jahrhunderts von Marcel Duchamp gesehen und auf den Begriff gebracht – die Koppelung von Wissen und Wert.

(2) Die Tresor-Funktion des Museums ist die bürgerlich-kapitalistische Variante der ägyptischen-aristokratischen Pyramide, der, neben Noahs Arche, dem griechischen Museion und der kirchlichen Schatzkammer, vierten wichtigen Wurzel des modernen Museums: Weil es auch dem wohlhabenden Bürger aus ökonomischen Gründen in der Regel nicht möglich war, eine eigene Stätte der Transzendierung seines Lebens auf Dauer zu finanzieren, wurde mit dem Museum eine Institution entwickelt, die diese Funktion als eine öffentliche, von der Gemeinschaft getragene Aufgabe definiert, in die sich Individuen durch die Hingabe einzelner Güter gewissermaßen einkaufen und sich entsprechend dem Wert ihrer Investition einen mehr oder weniger bedeutenden Platz – vom Schildchen auf dem Rahmen eines Bildes über die Namensgebung von Sälen bis hin zur namentlichen Besetzung von Gebäudeteilen oder eines ganzen Museums – sichern können. Die Tatsache, dass in den letzten Jahren zunehmend private Museen gegründet werden, also immer mehr Individuen auf diese Konstruktion verzichten können, gibt einen Hinweis darauf, dass sich die westlichen Gesellschaften in einem tiefgreifenden Strukturwandel befinden.

(3) Basis für die Funktion der Museen als Wertegeneratoren ist die Prolongierung des linearen Zeit- und Entwicklungsbegriffs der Kunstgeschichte, dem nicht nur die Vergangenheit, sondern auch die Zukunft unterworfen wird und nach dem das, was gerade erst entsteht, schon als Geschichte und damit auch als unter historischen Gesichtspunkten beurteilbar erscheinen kann. So wurde und wird zur gewinnträchtigen Platzierung von zeitgenössischer, insbesondere aber sogenannter Junger Kunst viel kunsthistorischer Sachverstand und Scharfsinn eingekauft, um die Entwicklungschronologie auszudifferenzieren und mit Rücksicht auf die jeweils neuen Produkte auszubauen. Das Ergebnis dieser Arbeit an der Fiktion eines immerwährenden Fortschritts ist allerdings kaum mehr zu übersehen: Viele Museen, vor allem viele Museen für Moderne Kunst, sind eben nicht mehr, wie Kollege Jean-Christophe Ammann immer noch wähnt, Orte eines kollektiven Gedächtnisses, sondern nur noch Schau-buden mehr oder weniger gelungener Investments, entweder hochgradig angeglichenen oder, wo das Geld fehlte, beliebig erscheinenden Inhalts.

(4) Die Autorität der öffentlichen Museen verfiel schließlich nicht zuletzt aufgrund der Tatsache, dass Private mit ihren Sammlungen den öffentlichen Museen Konkurrenz zu machen begannen. Zunächst orientiert an den Museen, dann unabhängig von ihnen und schließlich auch gegen sie, versuchten und versuchen Sammler im Verein mit dem Kunsthandel die allgemeine Unsicherheit bei der Bewertung zeitgenössischer und vor allem sogenannter Junger Kunst zu unterlaufen, indem einzelne künstlerische Produktionen zu Markenartikeln aufgebaut werden, deren Dauerhaftigkeit man dadurch zu suggerieren versucht, dass für sie ohne Rücksicht auf tatsächliche Realisierungsmöglichkeiten ein bestimmter, meist relativ hoher Preis als angemessen behauptet wurde. Weil sie dieses Bewertungssystem stützen, werden entsprechende Ankäufe nicht nur von der Fachöffentlichkeit – Händler, Sammler, Kritiker – meistens begrüßt, sondern auch von den Medien relativ hoch bewertet, was wiederum zur Bestätigung des Bewertungskarussells („Kunst-Kompass“ etc.) führt. Die weltweite Angleichung von Sammlungen zeitgenössischer Kunst resultiert daher vor allem aus dem Verlangen nach Sicherheit und Stabilität des Bewertungssystems: Wenn man in den Museen der Hauptstädte in den entsprechenden Sammlungen immer wieder auf die Produkte einer bestimmten Gruppe von Künstlern trifft, so ist dies zuallererst als Ergebnis eines erfolgreichen Marketings zu verstehen – es gibt eben jetzt auch Welt-Kunst-Mar-

kenartikel genauso wie weltweit durchgesetzte Düfte, Bekleidungsstücke oder Getränkezubereitungen. In dem Maße, wie es den privaten Investoren gelang, u. a. auf diese Weise neue Wertekanons aufzubauen, gerieten die Museen aber wiederum ins Hintertreffen und hatten aufgrund ihrer schwachen finanziellen Basis häufig keine Alternative als die Markenartikel zu übernehmen. Dies wiederum entsprach den Interessen der privaten Investoren, die ihre Sammlungen auf diese Weise kostengünstig präsentieren und im Kontext der historischen Bestände nicht nur aufwerten konnten, sondern, wie das Beispiel des Sammlerehepaars Ludwig in Köln zeigt, sogar ganze Museen zu kolonisieren verstanden. Das Bemühen um die Stabilisierung des Bewertungssystems führte auf der anderen Seite aber dazu, dass die Produktion erfolgreicher Künstler inhaltlich zumindest tendenziell verarmte. Denn Voraussetzung für die Entwicklung einer Kunstmarke sind Produkte, die, wie andere weltweit vermarktete Produkte, sehr ähnlich und in relativ großer Anzahl vorhanden sind, also die Bereitschaft von Künstlern, eine einmal erfolgreiche Kunstkonzeption zu weilen lebenslang zu variieren. Damit einher geht schließlich als neuer Versuch, getätigte Investitionen zu erhalten, der Trend zu Museumsgründungen durch Sammler und durch Künstler, die ihre Sammlungen respektive ihr Werk nicht länger der Konkurrenz mit anderen Produkten ausgesetzt sehen wollen. Obwohl diese Neugründungen den Museumsboom weiter stärkten, wurde das Museum als Institution durch sie noch weiter geschwächt. Denn mit den monographischen Museumsgründungen verfiel seine Episteme – die wie immer begründete objektivierende Dokumentation und Vermittlung eines Wissensgebiets – endgültig zu einer Form des Fetischismus.

(5) An Museen leihweise gegebene Kunstwerke müssen noch nicht einmal gezeigt werden, um Wertsteigerung zu erfahren, es genügt die Aufnahme in die Bestände.

(6) Hieraus ergibt sich zwingend, dass Künstlerhonorare, zumindest unter den gegenwärtigen Bedingungen der Kunstproduktion und -distribution, nicht gerechtfertigt sind, da Ausstellungen eine erhebliche Investition in das Werk eines Künstlers bedeuten, die man als eine Wirtschaftsförderungsmaßnahme verstehen kann, die vor allem dem Künstler und seiner Klientel, nicht aber dem Museum zugute kommt. Denn alle durch solche Investitionen verursachten Wertzuwächse werden, wie schon oben angedeutet, im Kunstwerk selbst akkumuliert, können also vom Aussteller nicht realisiert werden, sondern fallen dem jeweiligen Eigentümer zu. Auf einem anderen Blatt steht natürlich, dass einem Künstler seine Unkosten im Zusammenhang mit Ausstellungen etc. ersetzt werden müssen.

(7) Vgl. *Temporarily Possessed: The Semi-Permanent Collection*, New York 1995.

(8) Häufig wird noch nicht einmal zwischen Besuchern und Besuchen unterschieden.

(9) In diesem Zusammenhang sind auch die neuen Formen der Reprivatisierung zu bedenken, die das mit materiellen Werten hantierende Museum in Frage stellen: Was wir zur Zeit im Zuge der Digitalisierung musealer Bestände erleben, ist eine nachgerade klassische Illustration der These Marshall McLuhan's, wonach ein neues Medium die Funktionen eines alten übernimmt, indem dessen Inhalte in ihm auf neue Weise kodiert abgespeichert werden. Angetrieben wird dieser Prozess aber von einem Motor, der schon die Entwicklung der Museen antrieb, dem alten enzyklopädisch-universalhistorischen Traum, über Wissen Herrschaft über die Welt gewinnen zu können. Ein Traum, der real zu werden scheint, wie das Beispiel des Bildersammlers Bill Gates zeigt, der über seine Corbis-Gesellschaft innerhalb kürzester Zeit bereits ganze Museumsbestände und riesige Bildarchive digitalisieren lassen konnte und nun über seine eigenen Kanäle zu vertreiben beginnt. Die Konsequenzen dieses ersten immateriellen Feldzuges im Bilder-Kosmos kann man sich aber folgendermaßen ausmalen: Das von Gates' Corbis aufgebaute Cyberspace-Museum wird als universales Meta-Museum das gesamte bestehende Museumswesen mitsamt einschlägiger Archive zumindest tendenziell kolonisie-

ren, weil es die historischen Besitzverhältnisse und die Bindung der Bestände an bestimmte Orte ignorieren kann, insoweit es lediglich mit ihren Reproduktionen arbeitet. Demnach kann es nicht erstaunen, dass die materiellen Museen aus der Sicht der Produzenten von elektronischer Hardware nur mehr als Magazine, als, wie es ein Manager von Philips ausdrückte, bloße providers of content, wahrgenommen werden.

(10) Selbstverständlich unterliegen auch unter optimalen Bedingungen aufbewahrte Kunstwerke dem Verschleiß – die Restauratoren können ein Lied davon singen –, doch ist dieser Verschleiß im Vergleich zu dem, den Produktionsfaktoren wie z.B. Maschinen erfahren, eine fast zu vernachlässigende Größe. Auf einem anderen Blatt steht der ‚Verschleiß‘, den bestimmte Kunstwerke und sogar ganze Kunstrichtungen oder Gattungen von Kunstwerken durch Innovationen im künstlerischen Feld erfahren können. Hierauf reagieren Museen gewöhnlich mit einer Rücknahme solcher Exponate in die Magazine, durch die ihr physischer Bestand allerdings in der Regel nicht gefährdet sein dürfte.

(11) Kunstwerke und spezifische Sammlungen verfügen damit zusätzlich über das für ein erfolgreiches Wirtschaften so gesuchte ‚Alleinstellungsmerkmal‘.

(12) Vgl. hierzu meinen Versuch, Museen unter systemtheoretischen Gesichtspunkten zu analysieren: Michael Fehr, Das Museum als autopoietisches System. In: M. Fehr, C. Krümmel, M. Müller (Hg.), Platons Höhle (Köln 1995).

(13) Anstelle einer Zuschreibung kann eine Hängung ebenfalls den immateriellen Wert eines Sammlungsgegenstandes definieren. Hier überschneiden sich die Funktionen von Sammlung und Schausammlung. In der Praxis ergibt sich sowieso häufig ein Rückkoppelungseffekt zwischen beiden. Eben deshalb sind Dokumentation und Archiv von nicht zu unterschätzender Bedeutung. Denn nur mit ihnen als Grundlage können neue Zuschreibungen bzw. Hängungen erprobt werden. Als ein vor allem auch in dieser Hinsicht aufschlussreiches Experiment erwies sich die Ausstellung REVISION (1988), bei der wir die Sammlung des Karl Ernst Osthaus-Museum strikt nach Inventarnummer hängten. Vgl. dazu Michael Fehr, Text and Context. Developing a Museum by Re-

flecting it's History. In: Susan Crane (Hg.), Museum and Memory (Stanford 2000); (vgl. Onlineversion, deutsch: www.keom.de/kuenstler/texte/text_kontext.html; Stand: Dez. 2004).

(14) Hierbei ist in Betracht zu ziehen, dass das Karl Ernst Osthaus-Museum aufgrund der schwachen finanziellen Ausstattung viele Grundfunktionen nur in rudimentärer Form aufrechterhalten kann.

(15) Alle anderen Waren, die in Museumsshops zum Kauf angeboten werden, mögen zwar im Einzelfall viel Umsatz bringen, dürften aber aufgrund der Tatsache, dass sich die Angebote in den verschiedenen Museumsshops schon aus Kostengründen uniformieren werden, auf längere Sicht gesehen kein Geschäft bringen, da sie auch anderswo erstanden werden können. Auch hier geht es um die Frage, wo die Alleinstellungsmerkmale aufzufinden sind. Im übrigen scheint mir die Psychologie des Museumsshops ein lohnendes Untersuchungsfeld zu sein.

(16) Die vollständige Untersuchung kann gegen ein Schutzgebühr beim Karl Ernst Osthaus-Museum Hagen (www.keom.de) bezogen werden.

(17) Bestes Beispiel dafür ist die Entwicklung des Öffentlichen Personennahverkehr (ÖNVP): Mit der allgemeinen (vom Staat hoch subventionierten) Durchsetzung des Individualverkehrs (einem neuen Medium) erwuchs dem ÖNVP (wie heute den Museen durch die Medien) ein starker Konkurrent, der zu Fahrgastverlusten und damit zu höheren Kosten führte. Reagiert wurde darauf aber nicht mit einer Verbesserung des Angebots, sondern mit dessen Ausdünnung und mit höheren Preisen. Dies ließ das System ÖNVP noch unattraktiver erscheinen und führte in der Konsequenz zu seiner schlechteren Nutzung bei gleichbleibenden Kosten. Mit der darauf folgenden nächsten Ausdünnung des Angebots und nochmaligen Preiserhöhung wurde die Spirale weiter in Gang gesetzt. Eine Auflösung dieser Dynamik ist generell nur durch a) Aufgabe des alten Systems oder b) seine Neujustierung, Verbesserung und Attraktivitätssteigerung möglich. Die dazu notwendigen Investitionen amortisieren sich immer. Für das Museumswesen beweist dies vor allem die Politik in den Niederlanden und in Großbritannien.



Landesmuseum Joanneum

Kulturhistorische Sammlung



DRESS CODE

MODE VON 1570 BIS 1960

21. 10. 2004 – 1. 5. 2005

Neutorgasse 45, A-8010 Graz
Di. – So. 10-18, Do. 10-20 Uhr
www.museum-joanneum.at

ZUMTOBEL STAFF



WIRTSCHAFT & KUNST.

PARTNERSCHAFTEN DER ZUKUNFT

Brigitte Kössner

Definiert als neues Marketing- und Kommunikationsinstrument hat Kunst- und Kultursponsoring schon einen bedeutenden Stellenwert sowohl im Wirtschaftsleben als auch im Kunstbereich. Stimmige Partnerschaften zwischen Wirtschaft und Kunst sowie besondere Erlebnisdimensionen kultureller Veranstaltungen wurden in den vergangenen Jahren immer wichtiger. Individuelle, strategisch abgestimmte Kunst-Konzepte sind ebenso gefragt wie die professionelle, vernetzte Umsetzung mit dem Unternehmen. Neue Produktwelten und innovative Dienstleistungen erfordern heute neue Ideen und Wege in den „Wirtschaft & Kunst“-Beziehungen.

Gesteigerte Interesse am Sponsoring weltweit

Nach internationalen Schätzungen haben 2004 die weltweit eingesetzten Sponsoring-Mittel 28 Milliarden US\$ erreicht. In den USA erwartet man die Rekordsumme von 11,1 Milliarden US\$. Ohne diese Geldflüsse, die alleine in Europa auf 7,9 Milliarden US \$ geschätzt werden, könnten viele Projekte ob im Sport oder in der Kultur nicht finanziert werden. Kunst und Kultur sind auch in Österreich im Aufschwung begriffen. Die Investitionen im Bereich Kunst & Kultur haben sich seit 1989 verfünffacht.

Das Kunstspendingvolumen der österreichischen Wirtschaft wird von den Initiativen Wirtschaft für Kunst auf ca. 37 Millionen Euro geschätzt, wobei ein beträchtlicher Teil der getätigten Sponsoringleistungen über Sachspending oder Know-How Transfer erfolgen. Unter dessen Einbeziehung wäre das Unterstützungsvolumen um etwa ein Drittel höher.

Für das 2003 veröffentlichte Werbebarometer wurde erstmals auch die Struktur der Werbeausgaben abgefragt:

› Rekordwerte beim Kunstspending

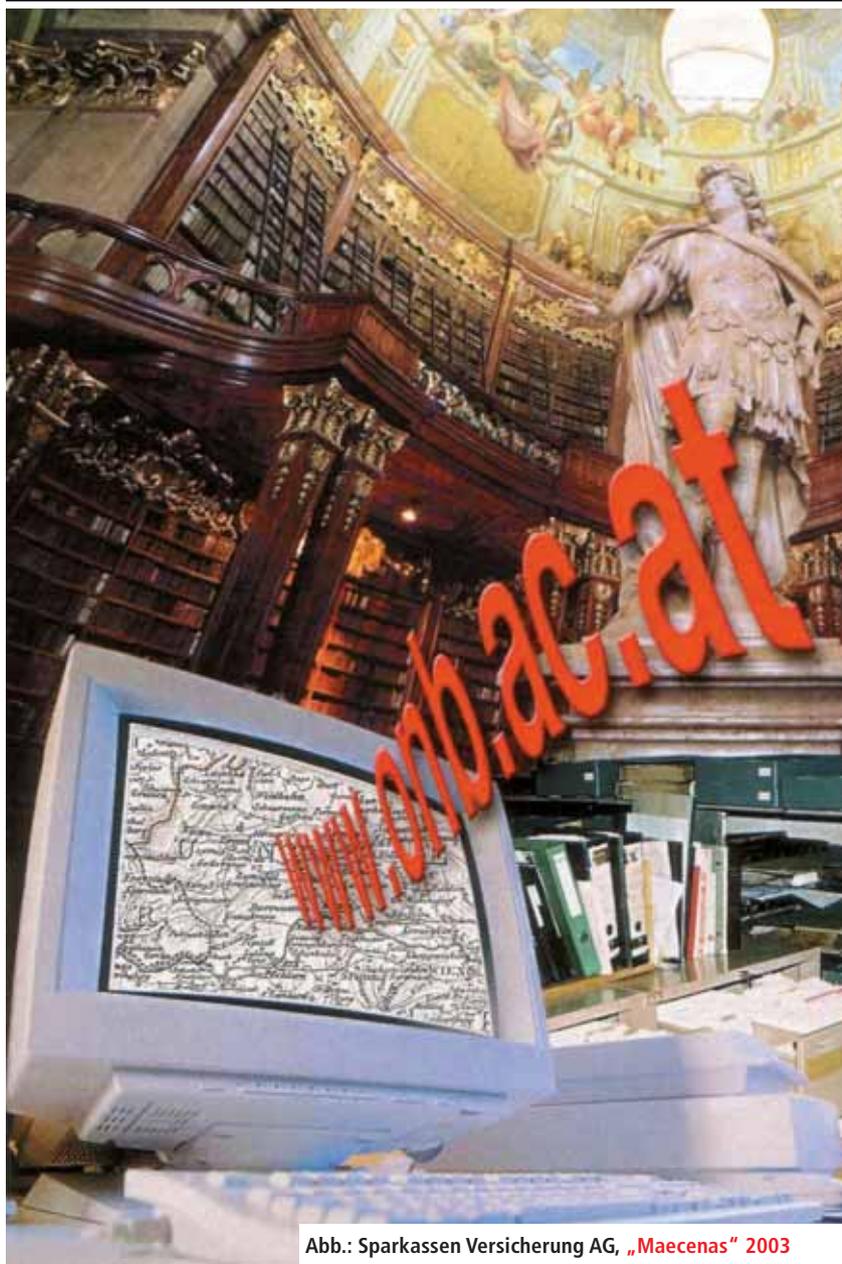


Abb.: Sparkassen Versicherung AG, „Maecenas“ 2003

»Die vielfältigen Angebote aller österreichischen Museen werden jährlich von rund 24 Millionen Menschen genutzt. 3,6 Millionen Personen haben 2003 allein die Bundesmuseen besucht. Das sind um 21,07% mehr als 2002.«

Während nach wie vor mit 68,9 Prozent der Löwenanteil der Werbeausgaben in klassische Medien investiert wird, fließen bereits 4,5 % der Werbeausgaben in den Bereich Sponsoring – hochgerechnet von den Focus-Media-Zahlen wären das für 2002 etwa 100 Millionen Euro.

Sponsoring – neues Marketing- und Kommunikationsinstrument

Kunst & Kultur im Unternehmen nimmt als Marketing- und Kommunikationsinstrument einen immer wichtiger werdenden Stellenwert ein. Unternehmen übernehmen verstärkt Verantwortung für ein soziales Engagement in jenen Bereichen, in denen soziale Bedürfnisse bestehen, andererseits erschließt die Kunst dem Unternehmen neue Marktsegmente, verbessert das Betriebsklima und gibt Impulse für neue Wirtschaftsentwicklungen. Sponsoring ist heute als kommunikationspolitisches Instrument in den Kommunikations-Mix integriert und in der Unternehmensstrategie neben Werbung, Public Relations und Verkaufsförderung nicht mehr wegzudenken. Speziell Kultursponsoring stellt für ein Unternehmen eine interessante Möglichkeit dar, bei fachmännischem Einsatz des Instrumentes den Bekanntheitsgrad und die Imageprofilierung eines Unternehmens zu steigern. So hat eine Studie in Amerika bewiesen, dass Sponsoring auch neue Imagedimensionen für Produkt und Unternehmen schaffen kann. **So würden 88% der Befragten bei gleichem Preis und gleicher Qualität eher Produkte oder Dienstleistungen von Unternehmen in Anspruch nehmen, die Kunst fördern, als solche, die dies nicht tun.** 95% der Befragten beurteilten ein Unternehmen positiver, wenn dieses Kunst fördert.

Neue Kreativ-Partnerschaften

Die Zeiten sind vorbei, in der Sponsoring gleichbedeutend war mit dem Tausch von Geld gegen Logopräsenz. Neue Produktwelten und innovative Dienstleistungen erfordern somit auch neue Ideen und Wege in den „Wirtschaft & Kunst“- Beziehungen. Künstlerisches Schaffen ist in das Unternehmen zu integrieren. Neue kreative Sponsoringformen sind zu entwickeln, die dem Sponsor eine neue Originalität sichern und der Kunst neue Entwicklungsmöglichkeiten eröffnet. Stimmige Partnerschaften im Bereich Wirtschaft und Kunst sowie besondere Erlebnisdimensionen kultureller Veranstaltungen sind in Zukunft gefragt.



Österreichische Museen – attraktive Partner der Wirtschaft

Museen spielen nicht nur im Kulturland Österreich eine besondere Rolle. Sie bewahren nicht nur das kulturelle Erbe sondern sie vermitteln auch wertvolles Wissen über die Geschichte und erfüllen somit einen wesentlichen gesellschaftspolitischen Auftrag. Sammeln – bewahren und erschließen sind die wichtigen Aufgabenstellungen der Museen. Auch die Entwicklung zu wichtigen Bildungseinrichtungen wird in einer immer schnelllebigeren Zeit immer wichtiger

Die vielfältigen Angebote aller österreichischen Museen werden jährlich von rund **24 Millionen Menschen** genutzt. 3,6 Millionen Personen haben 2003 allein die Bundesmuseen besucht. Das sind um 21,07% mehr als 2002. Nach einer Besucherbefragung des „Vienna Convention Bureau“ geben alleine 30% der Wien-Touristen die Museen als Grund für ihr Kommen an. Museen entwickeln sich zunehmend zu einem wichtigen Tourismus- und Wirtschaftsfaktor.

Trotz einer Basisabgeltung von jährlich rund 89 Millionen Euro, das das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur seit der Vollrechtsfähigkeit der Bundesmuseen den Bundesmuseen und der Österreichischen Nationalbibliothek zur Verfügung stellt und der „Museumsmilliarde“ für die Renovierung und zeitgemäße Adaptierung der Bundesmuseen, wird der Bedarf immer größer. Trotzdem sind die Geldressourcen in den vergangenen Jahren knapp geworden. Neue Konzeptionen und ein Überdenken der vorhandenen Strukturen sind notwendig. Der rasante wissenschaftliche und technische Fortschritt einerseits sowie die Fülle und Geschwindigkeit der Informationen andererseits erfordern ein schnelles Umdenken in Richtung effizientes Museumssponsoring, um verstärkt Drittmittel zu akquirieren. Zur Sicherung der Finanzierung sind nicht nur gezielte Marketing-Pläne vorrangig, sondern auch langfristige Konzeptionen, um Sponsoren entsprechend lange als Partner zu gewinnen. Die eigenständige Positionierung in der Kunst- und Kulturszene ist ebenso wichtig wie die professionell angebotenen Gegenleistungspakete für die Wirtschaft. Neben dem Verleih von Kunstwerken und der Vermietung von Museumsräumlichkeiten sowie dem Anbieten von speziellem Fachwissen auf Gebieten wie Restaurierungsarbeiten oder Reproduktionen werden oft Fördervereine in Form von

Ankäufen aktiv. In diesem Zusammenhang werden daher kreative Sponsoringkooperationen immer interessanter. Hilfe zur Selbsthilfe kann hier einen wertvollen Beitrag leisten.

Erfolgreiche Umsetzungen

Hat schon vor einigen Jahren das „mak.frankfurt“ auf virtuellen Wegen mit dem **Computerlabor für Jugendliche** Geschichte einer professionellen langfristigen Partnerschaft mit Nokia geschrieben so sind auch in Österreich Projekte im Bereich der Kinder- und Jugendkultur in Kooperation mit Museen hervorragend umgesetzt: In einer technisch-medialen Plattform für Schüler wird die kreative Auseinandersetzung mit der Kunst im Schulprojekt **AonArtforum** mit der Albertina realisiert. **Pro Carton** initiierte nach erfolgreichen Projekten mit dem Museumsquartier eine neue Kooperation mit der Sammlung Essl im Bereich „Kunst & Soziales“.

Die Initiativen Wirtschaft für Kunst

Die „Initiativen Wirtschaft für Kunst“ (IWK) sind eine unabhängige Vereinigung von Unternehmen und Wirtschaftstreibenden, die sich zum Ziel gesetzt hat, sinnvolle Wege der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Kunst aufzuzeigen und zu beschreiten. Die IWK wurde 1987 nach dem Muster der international verankerten „Business Committees for the Arts“ gegründet und entwickelte sich rasch zu einem aktiven und informierten Forum, dessen Präsenz und Strategie bei Vertretern von Wirtschaft, Kultur, Presse und Politik auf positive Resonanz stieß. Die IWK ist Gründungsmitglied und Vorstandsmitglied von **CEREC**, dem „European Committee for Business, Arts and Culture“.

Zahlreiche Unternehmen der österreichischen Wirtschaft unterstützen die Initiativen Wirtschaft für Kunst. Sie alle stehen für ein individuelles Profil ihrer Unternehmenskultur und können zum Teil auf eine langjährige Tradition eines eigenen Sponsoringkonzeptes zurückblicken. Sie alle verbindet die Erkenntnis, im Dialog mit der Kultur unverzichtbare Impulse für kreatives und unkonventionelles Denken und Handeln zu erhalten. Auch repräsentieren diese Unternehmen insgesamt die große Vielfalt möglicher Kooperationsformen zwischen Kultur und Wirtschaft, die heute in Österreich besteht.

► Der Österreichische Kunstsponsoring-Preis „Maecenas“

In Österreich wurden seit der Vergabe des 1. Österreichischen Kunstsponsoring-Preises „Maecenas“ der Initiativen Wirtschaft für Kunst 1989 Unternehmen für Ihre Sponsoringpartnerschaften mit Museen gewürdigt:

| |
|--|
| 1990: Henkel Austria GmbH: „Chemie Know-how für die Österreichische Nationalbibliothek“ |
| 1991: Münze Österreich AG: „Schenkung eines Mozart-Autographs/ Österreichische Nationalbibliothek“ |
| 1992: D. Swarovski & Co: Forschung – „Ausstellungsvitrinen“ – Beleuchtung |
| 1994: Johannes Grassmayer OHG & CoKG: „Glockenmuseum“ |
| 1995: Münze Österreich AG und DIE ERSTE: „Die österreichische Nationalbibliothek auf CDi“ |
| 1997: Missing Link Network Technologies GmbH: „Das Museum Moderner Kunst im Web“ |
| 1997: Scholdan & Company: „Arnulf Rainer Retrospektive – Kunsthalle Krems“ |
| 1997: Sparkasse der Stadt Poysdorf: „Nonseum“ |
| 1999: Donau Allgemeine Versicherung: „Sammlung Donau“ – Ankauf der Plakatsammlung des Bundes Österreichischer Gebrauchsgraphiker für die Österreichische Nationalbibliothek“ |
| 2001: ORF Enterprise GmbH & CoKG: „Lange Nacht der Museen“ |
| 2002: Dorotheum GmbH u. CoKG: „Weisser Kubus mit Open-House im MUMOK“ |
| 2003: Sparkassen Versicherung Aktiengesellschaft: „Kooperation mit der Österreichischen Nationalbibliothek“ (Abb. Einleitung) |

Text: Mag. Brigitte Kössner
Geschäftsführerin, Initiativen Wirtschaft für Kunst
Boardmember CEREC – European Committee for Business, Arts & Culture



Brigitte Kössner studierte Betriebswirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien; seit 1987 betreut sie internationale Markenartikelunternehmen als Marketingkonsulentin. Seit 1989 ist sie im Kunstmanagement tätig. 1991 übernahm sie die Geschäftsführung der „Initiativen Wirtschaft für Kunst“, einer international tätigen Non-profit-Organisation und ist seit 1989 für die Organisation des Österreichischen Kunstsponsoring-Preises

„Maecenas“ in der Gesamtorganisation und Präsentation verantwortlich. Neben der intensiven Öffentlichkeitsarbeit zum Thema „Wirtschaft & Kunst“ erstellt sie Konzepte für Unternehmen, Studien, organisiert Ausstellungen und hält Vorträge im In- und Ausland. Sie war Lektorin an der Universität Wien, Vortragende in St. Gallen und Universität Bern.

Seit 2003 ist sie Lektorin an der Universität Klagenfurt und Donauuniversität Krems. Ihre Fachbücher „KunstSponsoring“, „KunstSponsoring II“ und „Marketingfaktor KunstSponsoring“ zeigen die neuesten Trends und Entwicklungen auf dem Gebiet des KunstSponsoring. Mit der Idee zum „Österreichischen Sponsoringführer“, dem „Sponsoringleitfaden für Klein- und Mittelbetriebe“ und dem „Steuerleitfaden“ mit Beispielen aus der Praxis, aktuellen Studien sowie Auswertungen zum Kunst- und Kultursponsoring wird die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Kunst dokumentiert.

Initiativen Wirtschaft für Kunst
Mozartgasse 4/ Top 2, A-1040 Wien,
Tel: 01/512 78 00
Fax: 01/ 513 89 56
E-mail: office@iwk.at

17.11.2004 – 3.4.2005
www.technischesmuseum.at

**technisches
museum**wien

Mariahilfer Straße 212, 1140 Wien

SCHRÄGLAGE

Motorräder 1945 bis 2005



Fotos: Technisches Museum Wien, Bestand Fenzlau

SPONSOREN DURCH EFFEKTIVE ERFOLGSKONTROLLE ÜBERZEUGEN!

Alexandra Duda

Sponsoring rückt als Finanzierungsquelle zunehmend ins Blickfeld öffentlich getragener Kultureinrichtungen. Privatwirtschaftliche Unternehmen, die gewinnorientiert arbeiten, werden Mittel dafür jedoch nur dann bereitstellen, wenn die mit dem Engagement angestrebten Kommunikationsziele auch tatsächlich erreicht werden. Im Wettbewerb um die knappe Ressource „Sponsorengelder“ können Museen Vorteile verbuchen, wenn sie diese Ziele kennen, akzeptieren und im Rahmen einer Sponsorship geeignete Instrumente zur Erfolgskontrolle anwenden.

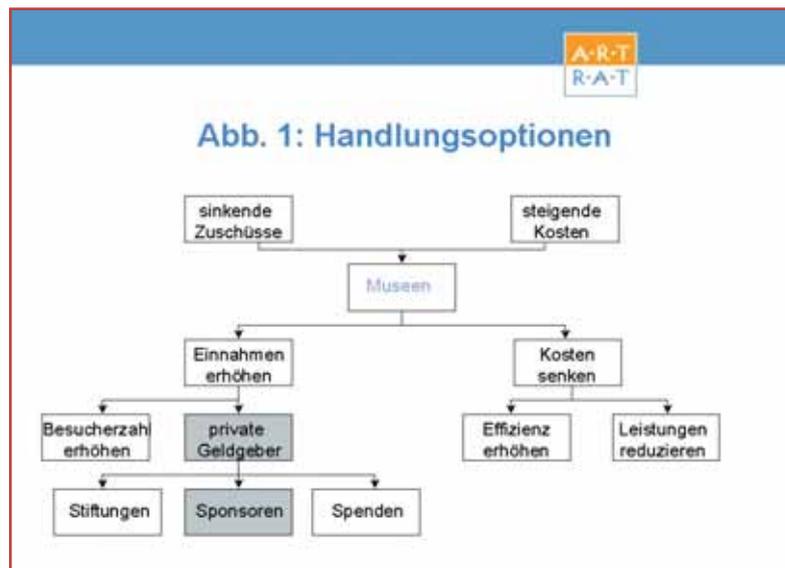
BESSERE
KOMMUNIKATION
MIT PRIVATEN
GELDGEBERN

Die öffentliche Hand ist – und daran wird sich in der nahen Zukunft nichts ändern – der wichtigste Finanzier kultureller Angebote. Doch aufgrund des Konsolidierungsdrucks, dem die öffentlichen Haushalte dauerhaft ausgesetzt sind, sehen sich Kultureinrichtungen mit teilweise drastischen Zuschusskürzungen konfrontiert. Parallel zu diesen nachhaltigen Veränderungen in der Finanzierungsstruktur wirken auf Museen kontinuierliche Kostensteigerungen ein. Dazu zählen vor allem regelmäßige Tarifierhöhungen im Personalbereich, auf den in aller Regel der größte Anteil am Fixkostenapparat entfällt. Auf diese schwierigen Rahmenbedingungen können Museen auf verschiedene Weise reagieren, wobei die Handlungsoptionen auch kombiniert werden können.

Eine Möglichkeit stellt die **Reduzierung von Kosten** dar. In diesem Zusammenhang kann zum einen versucht werden, bestehende Wirtschaftlichkeitspotenziale zu identifizieren und auszuschöpfen. Beispiele hierfür sind die Vereinfachung von Abläufen oder die Kooperation mit anderen Häusern zur optimalen Auslastung vorhandener Kapazitäten. Zum anderen kann das Leistungsniveau gesenkt werden, indem

beispielsweise das museumspädagogische Angebot reduziert oder keine Sonderausstellungen mehr durchgeführt werden. Im Hinblick auf den Auftrag des Museums, ein anspruchsvolles Bildungs-, Freizeit-, Unterhaltungs- und Kulturangebot zur Verfügung zu stellen, ist dies jedoch eine schmerzhaft Alternative.

Erst in jüngerer Zeit setzen mehr und mehr Museen an der Einnahmeseite an, um ihre Finanzierungslücke zu schließen. Dabei können einerseits Maßnahmen getroffen werden, mit deren Hilfe die selbst erwirtschafteten Einnahmen erhöht



werden können. Zu denken wäre hier etwa an eine Professionalisierung des Marketing und die Verbesserung der Besucherorientierung, um neue Besucher zu gewinnen und vorhandene an das Haus zu binden. Andererseits kann ein Museum zusätzliche Finanzierungsquellen erschließen, indem es sich systematisch und nachhaltig um private Geldgeber bemüht.

Schon heute spielen private Finanzmittel eine wichtige Rolle, wenn es beispielsweise um die Anschaffung von Exponaten oder um die Ausrichtung von Wechselausstellungen geht. Während die öffentliche Hand die existierende Grundausstattung – mehr oder weniger – finanziert, werden viele weitergehende Aktivitäten, die für die Zukunft der Museen und für den Wettbewerb um Besucher von zentraler Bedeutung sind, erst durch privates Engagement möglich. Neben der Einwerbung von Spenden und Mitteln privater Förderstiftungen rückt damit die Akquisition von Sponsoringgeldern immer mehr ins Blickfeld.

Definition von Sponsoring

Aus Sicht der Unternehmen ist Sponsoring nach Bruhn (BRUHN 2003) die „(...) **Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how durch Unternehmen oder Institutionen zur Förderung von Personen und/oder Organisationen in den Bereichen Sport, Kultur, Soziales, Umwelt und/oder Medien verbunden sind, um gleichzeitig Ziele der Unternehmenskommunikation zu erreichen.**“

Die große Kunst für das einzelne Museum besteht nun darin, potenzielle Sponsoren zu überzeugen, dass es mit seinem einzigartigen Angebot der geeignete Partner ist, um diese Ziele zu erreichen. Wenngleich die Interessen der beiden Akteure unterschiedlich sind, müssen sie gleichwohl nicht zwangsläufig miteinander konkurrieren. So können beide Partner – das aufgabenorientiert arbeitende Museum auf der

einen und das gewinnorientierte Unternehmen auf der anderen Seite – im Rahmen des Sponsoring, das ein klassisches Geschäft auf Gegenseitigkeit ist, voneinander profitieren, um ihre jeweiligen Ziele zu erreichen.

Bedeutung des Sponsoring für Unternehmen

Viele Unternehmen agieren auf globalen Märkten, die sich durch eine hohe Wettbewerbsintensität auszeichnen. Produktivitätspotenziale sind durch den Verdrängungswettbewerb weitgehend ausgeschöpft und die Unterscheidbarkeit der einzelnen Produkte ist auf zahlreichen Märkten kaum mehr gegeben. Die Kommunikation von Alleinstellungsmerkmalen der eigenen Marke über das Vehikel der klassischen Werbung erreicht die mit Werbebotschaften gesättigten Konsumenten immer weniger. Deshalb suchen Unternehmen nach Alternativen: Kultursponsoring kann – sofern es strategisch ausgerichtet ist und professionell umgesetzt wird – in diesem Zusammenhang ein wirksames Kommunikationsinstrument sein. Die Platzierung eines Unternehmens und seiner Produkte in einem kulturellen Umfeld bietet Vorteile, die andere Instrumente nicht aufweisen können (ArtRat 2004):

- Erlebarmachen der Marke
- emotionale Aufladung der Marke
- persönliche Kundenbindung
- Imagetransfer
- Ansprache spezieller Zielgruppen

Strategisch eingebunden in andere Kommunikationsaktivitäten der Unternehmen kann Sponsoring somit eine einzigartige Wirkung entfalten.

Sponsoring-Ziele

Wie die Definition von Sponsoring zeigt, verfolgen Unternehmen mit ihrem kulturellen Engagement vor allem auch Kommunikationsziele. Um den Erfolg von Sponsoring messen zu können, müssen diese Ziele vorab festgelegt werden.



Mit Kultursponsoring werden häufig Ziele wie z.B. „Kontaktpflege“, „Imageaufbau und -verbesserung“ und „gesellschaftliche Verantwortung“ verfolgt (ArtRat 2004). Im Rahmen der Zielfestlegung sind auch die zu adressierenden Zielgruppen zu definieren. Hierzu zählen etwa aktuelle und potenzielle Kunden, die Öffentlichkeit, Mitarbeiter, Medien etc.

Ob die unternehmerischen Ziele tatsächlich mit einer konkreten Sponsoringmaßnahme in einem bestimmten Museum erreicht werden, kann nur durch eine professionelle und methodisch zuverlässige Erfolgskontrolle festgestellt werden. Welche Zielgruppen wurden tatsächlich erreicht? Hat die Maßnahme die Einstellung dieser Adressaten gegenüber dem Unternehmen oder dessen Marken verändert und in welchem Maße? Konnte durch das Engagement die Kundenbindung intensiviert werden? Diese und viele andere Fragen müssen sich die Verantwortlichen in der Unternehmenskommunikation stellen, denn Sponsoring konkurriert mit anderen öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen um Anteile aus dem Kommunikationsbudget. Für die Verantwortlichen in den Museen ist es wichtig, diese Hintergründe zu kennen, um auf die spezielle Bedürfnislage eingehen und Entscheidungshilfen anbieten zu können.

Wirkungsanalysen

Museen können einen Wettbewerbsvorteil erzielen, wenn sie bei der Akquisition von Geldgebern eine Erfolgsmessung sozusagen als Teil ihrer Kommunikationsleistung mit anbieten können – sie können sich hierzu auch externer Spezialisten bedienen. Die mit einer solchen Erfolgskontrolle verbundenen Ausgaben stellen für das Museum eine Investition dar, die sich rechnet, denn der Nachweis positiver Wirkungen trägt zur Sponsorenbindung bei und fördert die Gewinnung weiterer Geldgeber. Darüber hinaus weist sich das Museum als professioneller Partner aus, der für die Belange des sponsernden Unternehmens Verständnis hat.

Anders als in der klassischen Werbewirkungsforschung finden sich in der Literatur nur wenige Ansätze zur zuverlässigen Erfolgsmessung von Sponsoring. Auch in der Praxis sind abgesehen von einfachen und verbreiteten Verfahren, wie der Medienanalyse, nur wenige Messansätze etabliert.

Im Mittelpunkt der Bewertung des Erfolges von Sponsoringmaßnahmen steht die Frage, welche kommunikativen Wirkungen durch das Engagement bei den Zielgruppen erreicht wurden. Dabei ist zu beachten, dass es sich bei der Werbe- bzw. Kommunikationswirkung um ein hypothetisches Konstrukt handelt. Sie lässt sich nicht unmittelbar, sondern nur über geeignete Indikatoren messen.

Beispiele für solche Messkriterien sind:

- Bekanntheit des Unternehmens/der Marke
- Image und Reputation des Unternehmens/der Marke
- Sympathie gegenüber dem Unternehmen/der Marke
- Awareness der Sponsoring-Maßnahme bei den Zielgruppen
- Glaubwürdigkeit und Assoziationskraft der Sponsoring-Maßnahme
- Akzeptanz der Sponsoring-Maßnahme bei den Zielgruppen
- Einstellung zu den Sponsoring-Aktivitäten
- Auswirkung auf die Kaufneigung
- Arbeitszufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter

Ein mögliches Instrument für die Wirkungsmessung ist beispielsweise die Befragung von Besuchern. Hiermit kann auch die Frage beantwortet werden, wer durch die Sponsoringmaßnahme tatsächlich erreicht wird. Im Rahmen einer Besucherbefragung könnte dies anhand soziodemografischer Daten festgestellt werden. Darüber hinaus können Wahrnehmungs- und Erinnerungswirkungen durch ungestützte oder gestützte Recall-Tests gemessen werden, bei denen Zielpersonen im Anschluss an den Besuch des Museums nach den beworbenen Marken oder Unternehmen befragt werden. Einstellungen und mit dem Unternehmen verknüpfte Imageattribute können im Rahmen von Rating-Skalen oder über Polaritätenprofile erhoben werden.

Die Festlegung der Messkriterien muss zusammen mit dem Unternehmen erfolgen und auch das Erhebungsdesign muss sich ganz konkret an dessen Kommunikationszielen orientieren. Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht idealtypisch die im Zusammenhang mit einer Befragung erforderlichen Schritte.

Abb. 2: Ablauf einer Erhebung



Um beispielsweise Einstellungsänderungen feststellen zu können, sollten Messungen sowohl vor (ex-ante) als auch nach der Maßnahme (ex-post) durchgeführt werden. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Wirkung einer Sponsoringmaßnahme nicht isoliert gemessen werden kann, da stets verschiedene Kommunikationskanäle auf die Zielgruppen einwirken. An dieser Stelle sei angemerkt, dass die erwünschten Wirkungen positiv mit der Glaubwürdigkeit und der Nachhaltigkeit eines Sponsoringengagements korrelieren.

Neben einer Besucherbefragung sind weitere Methoden der Erfolgsmessung denkbar, die sich in unterschiedlichem Maße für die jeweiligen Zielgruppen eignen.

Neben diesen qualitativen sind auch quantitative Verfahren denkbar, bei denen beispielsweise Kosten-Nutzen-Relationen ermittelt werden. In der Literatur wird häufig vorgeschlagen, Tausenderkontaktpreise für ein Sponsorship zu ermitteln und diesen in Vergleich zu Mediawerten anderer Kommunikationsinstrumente zu setzen. Dabei ist zu beachten, dass in diesem Zusammenhang implizit von der Zielsetzung, die Kontaktzahlen zu maximieren, ausgegangen wird. Die mit dem Kultursponsoring verfolgten unternehmerischen Ziele setzen aber weniger an der Breitenwirkung an, als dies etwa beim Sportsponsoring der Fall ist. Eher geht es um die Intensivierung von Kontakten und einen gewünschten Imagetransfer bei ausgewählten Zielgruppen.

In der Praxis des Kultursponsoring werden selbst die o.g. qualitativen Verfahren selten angewendet. Dies zeigt auch die zitierte Studie: dort gab nur weniger als die Hälfte der befragten Unternehmen an, Befragungen durchzuführen, in deren Rahmen Wahrnehmungs-, Akzeptanz- und Sympathiewerte ermittelt werden. Stattdessen werden einfache, aber eben auch weniger aussagekräftige Verfahren, wie die Medienresonanzanalyse eingesetzt. Auch vor diesem Hintergrund können Museen, die ein effektives Instrument zur Erfolgskontrolle anbieten, als innovative Pioniere im Wettbewerb um finanzielle Mittel Punkte sammeln.

Abb. 3: Erhebungsmethoden und Zielgruppen

| | | Aktuelle Kunden | Potenzielle Kunden | Mitarbeiter | Kooperationspartner |
|---------|--|-----------------|--------------------|-------------|---------------------|
| online | Befragung auf der Website des Sponsors | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Befragung auf der Website des Museums | | ✓ | | |
| | Befragung vor Ort (z.B. Promotion-Stand) | | ✓ | | |
| offline | Tiefeninterviews/Focus Groups | ✓ | | ✓ | ✓ |
| | Versand von Fragebögen | ✓ | | | ✓ |
| | Telefonische Befragung | ✓ | | | ✓ |

Literatur:

ArtRat 2004, Ergebnisse einer explorativen Studie der ArtRat | Marketing- und Managementberatung, die im Juni 2004 österreichische und deutsche Unternehmen, die Kultur sponsern, zum Management von Sponsoring befragt hat: „Erfolgreiches Sponsoring ist kein Zufall!“, Düsseldorf 2004.

BRUHN 2003, Manfred Bruhn, Sponsoring, Wiesbaden, 2003.

Text und Abbildungen: Dipl.-Kff. Alexandra Duda
Geschäftsführende Gesellschafterin der
ArtRat | Marketing- und Managementberatung,
Düsseldorf;
Betriebswirtschaftliche Fragen – Besucherforschung
www.artrat.at

ex. Position

AVANTGARDE TIROL 1960 | 75



RAIMUND ABRAHAM
ERNST CARAMELLE
BERNHARD LEITNER
MAX PEINTNER
WALTER PICHLER
HEINZ TESAR

Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum Innsbruck

3. November 2004 – 30. Jänner 2005
Di -So 10-18 Uhr | 25.12. 04 | 1. 1. 05 geschlossen



www.tiroler-landesmuseum.at

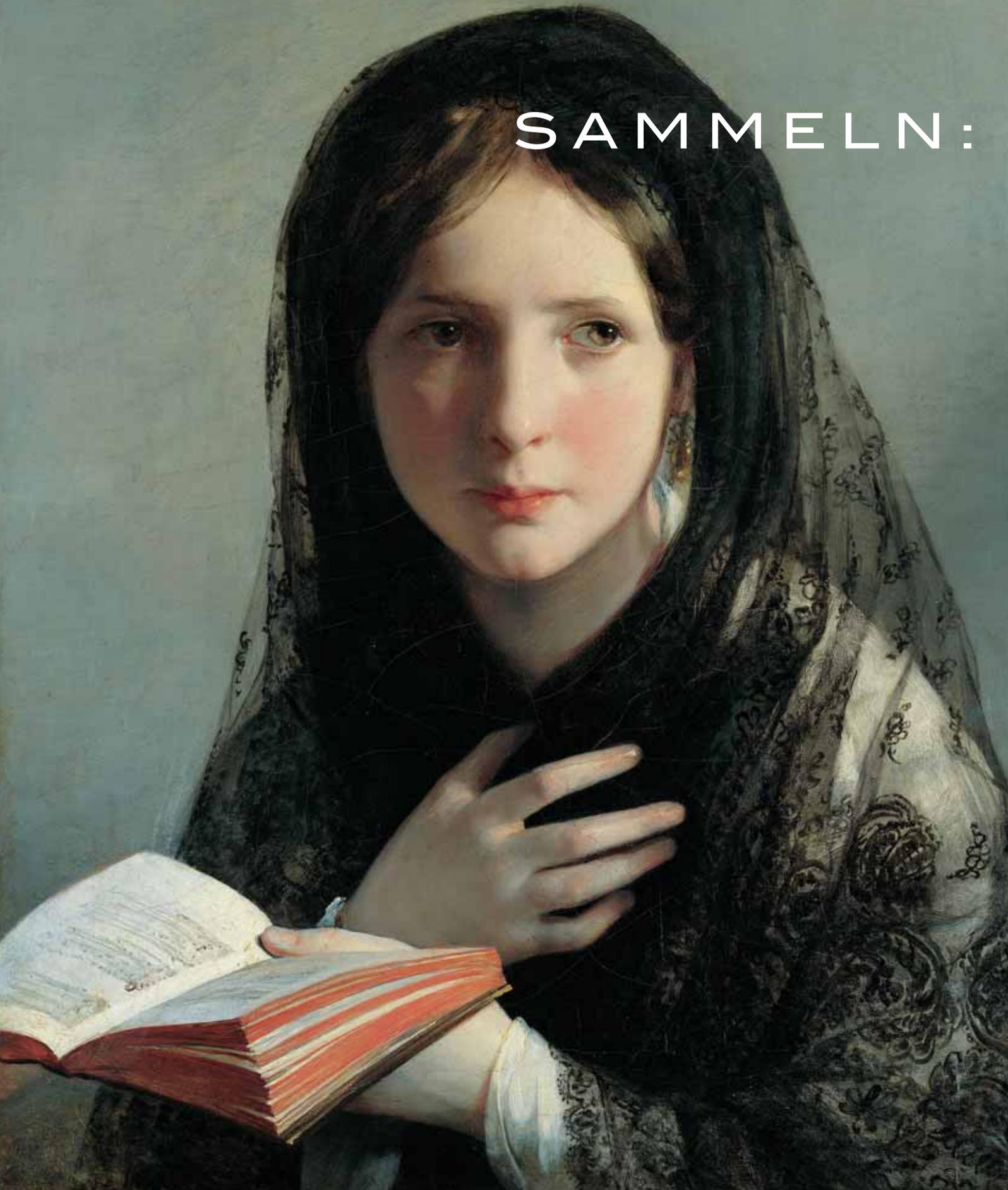


Kultur



ZUMTOBEL STAFF

SAMMELN:



»Der Entschluss zu sammeln, war also von allem Anfang nicht halbherzig, sondern **sehr ernst gemeint** – und ist es letztlich bis heute geblieben.«



EINE LEIDENSCHAFT DES HAUSES LIECHTENSTEIN

Johann Kräftner

Mit der Eröffnung des LIECHTENSTEIN MUSEUM kehrte die weltweit bedeutendste noch existente Privatsammlung wieder an ihren geschichtlich angestammten Platz zurück. Bis 1938 spielte sie im Konzert mit den anderen gräflichen und fürstlichen Sammlungen in Wien und in Konkurrenz zu den alten kaiserlichen Sammlungen, aus denen die österreichischen Bundesmuseen hervorgegangen sind, die führende Rolle. Alle Reisebegleiter durch das Wien des 19. und des frühen 20. Jahrhunderts erwähnen die Bedeutung dieser aristokratischen Sammlungen, die noch bis 1938 einen Hauptanziehungspunkt der Hauptstadt bildeten.

Die Fürstlich Liechtensteinischen Sammlungen nahmen unter ihnen eine zentrale Rolle ein. Schon unmittelbar nach ihrer ersten Aufstellung in Wien, ab etwa 1705 im damals neu errichteten Stadtpalais des Johann Adam Andreas I. von Liechtenstein in der Bankgasse, sind sie – zumindest eingeschränkt – für Publikum zugänglich gewesen. Wir wissen beispielsweise, dass der junge Georg Raffael Donner dort genauso wie schon Giovanni Giuliani vor ihm den Merkur François Duquesnoys kennen gelernt hatte, der beider Schaffen so nachhaltig beeinflusst hat. Nach ihrer Übersiedlung in die Rossau bildete die Liechtenstein Galerie ab 1807 eines der ersten öffentlich zugänglichen Museen der Stadt, in dem in heute unvorstellbarer Dichte ein riesiger Bestand an Gemälden, Skulpturen, Kunsthandwerk und Möbeln präsentiert worden ist.

◀
Friedrich von Amerling (1803–1887)
In Träumen versunken, um 1835
Öl auf Leinwand, Höhe: 55 cm, Breite: 45 cm

2003 erworben durch Fürst Hans-Adam II.
von und zu Liechtenstein
© Sammlungen des Fürsten von und zu Liechtenstein, Vaduz

Die Geschichte einer Sammlung:

■ Fürst Karl I. (1569–1627)

Das erste Familienmitglied, das mit echter Sammel-Wut und -Leidenschaft infiziert gewesen ist, ist auch der erste Fürst in der Familie, Karl I. gewesen. Angespornt durch die Sammeltätigkeit Rudolfs II. begann auch Karl Kunst zu sammeln – und Kunst zu beauftragen. Aus einem Briefwechsel der beiden von 1597 wissen wir, dass Karl schon damals in seiner Prager Residenz eine bedeutende Sammlung von Gemälden und Kunstkammerstücken besessen hat, die Rudolfs Interesse erweckten: Er wollte einige der Stücke mit Karl tauschen.

Aus Feldsberg haben wir Nachricht von einer eigenen Silberkammer. In der **Guarderoba** verwahrte Karl, den Inventaren nach zu schließen, Tapisserien und Teppiche, kostbare Möbel, Gold- und Silberobjekte, Gefäße aus geschnittenem Stein und auch Gemälde – diese Guarderoba ist also die Urzelle der Fürstlichen Sammlungen. Aber nicht nur als Sammler betätigte sich Karl, auch als Auftraggeber brachte er hochbedeutende Kunstwerke in seinen Besitz. Adrian de Fries schuf in seinem Auftrag 1607 die lebensgroße





Jan van Huysum (1682–1749)

Blumenstrauss

Öl auf Leinwand, Höhe: 89 cm, Breite: 71 cm

sign. unten: Jan van Huysum fecit.

2002 erworben durch Fürst Hans-Adam II.

von und zu Liechtenstein

© Sammlungen des Fürsten von und zu Liechtenstein, Vaduz

Die Sammlungen waren immer in lebendiger Bewegung.

Bronze *Christus im Elend*; über den *Heiligen Sebastian*, ebenfalls von Karl bei diesem Künstler beauftragt, besitzen wir keinerlei genauere archivalische Daten. Der Entschluss zu sammeln, war also von allem Anfang nicht halbherzig, sondern sehr ernst gemeint – und ist es letztlich bis heute geblieben.

■ Fürst Eusebius (1611–1684)

Karls Sohn Eusebius von Liechtenstein betrieb den planmäßigen Ausbau des unter seinem Vater Begonnenen und begründete damit die bis heute währende Tradition. Mit seinem Werk „Über die Architektur“ und der „Prinzenerziehung“, Anleitungen zum Leben, Repräsentieren und zum Sammeln eines Fürsten, gab er der Sammlung erstmals eine inhaltliche Ausrichtung. **Als erster bediente er sich systematisch des Kunsthandels, um an Gemälde und Skulpturen heranzukommen.** Unter ihm begann die Beziehung zu der Antwerpener Kunsthändlerdynastie Forchoudt, die am Wiener Judenplatz eine Dependence betrieb. Ganze Sammlungen wurden ihm angeboten, aus denen er zielsicher das auswählte, was für die eigene Galerie in Frage kam.

■ Fürst Adam Andreas I. (1662–1712)

Karl Eusebius' Sohn Johann Adam Andreas I. von Liechtenstein konnte die von seinem Vater eingeschlagene Linie nahtlos fortsetzen. 1692 bot ihm Marcus Forchoudt in einem Brief den *Decius Mus-Zyklus* des Peter Paul Rubens als Gemälde von Van Dyck aus einer Verlassenschaft zum Kauf an: „... Ich bitte eür durchleücht mich nicht in ungnaden aufzunehmen, das ich abermahlen mit dise meyne geringe zeylen come aufwarten. Die oorsaech aber ist, das eyne verlassensiaft vorhanden ist, darinn viel rare malerey von Antonieis van Dyck, die historie von Desiüs, so in 5 oder 6 stük besteht, solche baldt vercaüft wierdt werden...“.

Die Verhandlungen über diese Bilder zogen sich einige Zeit dahin, schlussendlich konnte Johann Adam Andreas I. bis 1697 nicht nur die Bilder aus diesem Nachlass, sondern auch jene zur Serie gehörigen erwerben, die sich in kaiserlichem Besitz befunden hatten.

Das Majoratshaus in der Bankgasse muss, als es fertig gestellt gewesen war, ein wahrer Musentempel gewesen sein. Neben den kaiserlichen Sammlungen, damals noch in der Stallburg präsentiert, war es zweifelsohne einer der künstlerischen Höhepunkte des barocken Wien am Anfang des 18. Jahrhunderts.

In Johann Georg Keyßlers 1776 in Hannover in dritter Auflage erschienenen *Reisen durch Deutschland, Böhmen, Ungarn, die Schweiz, Italien und Lothringen ...* bekennt der Autor, dass er nicht leugnen könnte, „*das die innere Auszierung desselben mir unter allen wienerischen Pallästen am besten gefallen habe.*“

■ Fürst Josef Wenzel (1696–1772)

Unterschiedlich waren die Interessenslagen einzelner Fürsten und damit der Sammlungsschwerpunkte, die sie setzten. Josef Wenzel von Liechtenstein hatte bei seinem Aufenthalt in Paris (1737–41) die französische Kunst schätzen gelernt und vor Ort erste Künstler beauftragt – zwei der schönsten Fürstenporträts, die Hyacinthe Rigaud im Auftrag von Josef Wenzel schuf, zählen ebenso dazu, wie jene Bilder von Josef Wenzel schuf, zählen ebenso dazu, wie jene Bilder von Jean-Baptiste-Simeon de Chardins, die in den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts verkauft wurden. Die Emailtafeln von Pierre Courteys mit dem *Zyklus des Trojanischen Krieges* gehören zu den besten Limosiner Emailarbeiten des 16. Jahrhunderts. Darüber hinaus beauftragte Josef Wenzel in Paris auch den berühmten *Goldenen Wagen*, nicht nur wegen seiner künstlerischen Qualität, sondern auch aufgrund seiner historischen Bedeutung der wichtigste erhaltene Prunkwagen des französischen Rokoko.

Durch die von Fürst Josef Wenzel 1759 beauftragten beiden Bilder Bernardo Bellottos wissen wir vom Aussehen des Gartens und des Palais. **Josef Wenzel ist auch einer jener Fürsten gewesen, die großes Interesse an Büchern hatten.** So gehören viele der Zimelien der heutigen Bibliothek zu den von ihm erworbenen Beständen.

Wie vielfältig Josef Wenzels Interessen, vor allem auch für Skulptur, der er sich als Chef der österreichischen Artillerie und damit auch der kaiserlichen Gusswerkstätten verbunden fühlte, gewesen sind, mag der Ankauf des **Reiterstandbilds**

►
Francesco Hayez (1791–1882)
Il Consiglio alla Vendetta
(Die Rache wird beschlossen), 1851
Öl auf Leinwand, Höhe: 237 cm, Breite: 178 cm
sign. und dat.: Fran. Hayez / in Venezia 1851

2003 erworben durch Fürst Hans-Adam II.
von und zu Liechtenstein
© Sammlungen des Fürsten von und zu
Liechtenstein, Vaduz

Ferdinando I de' Medici von Giambologna andeuten. Auch in Österreich beauftragte Josef Wenzel Künstler. Die beiden fast lebensgroßen Blei-Zinn-Skulpturen der *Minerva* und des *Apoll* von Gabriel Mollinarolo, die ursprünglich vor seinem Schloss in Ebergassing gestanden haben und vor kurzem für die Sammlungen erworben werden konnten, zählen dazu.

Davon, wie die Sammlung in unterschiedlichen historischen Aufstellungen ausgesehen hat, besitzen wir leider nur wenige Bilddokumente; klar ist, dass sie immer wieder ihr Gesicht änderte und den Moden der Zeit, aber vor allem den Interessen einzelner Fürsten folgend neu und vor allem in anderer Zusammenstellung präsentiert worden ist. Man trennte sich von Hundertschaften von Objekten und erwarb im Gegenzug in ganzen Lots ebensoviel Neues. Einzelne Fürsten dominierten die Sammeltätigkeit mit ihren Interessen, in kürzester Zeit wurden Bibliotheken und Graphiksammlungen aufgebaut – und auch wieder abgestoßen: Die Sammlungen waren immer in lebendiger Bewegung.

■ Fürst Johann II. (1858–1929)

Fürst Johann II. beschenkte halb Mitteleuropa mit seinen Objekten – die Gemäldesammlung des Wien Museum verdankt einer seiner Schenkungen ihre Geburt, die Gemäldegalerie der Akademie der bildenden Künste in Wien bekam durch ihn ihre frühen Italiener, die Österreichische Galerie im Belvedere das Wichtigste ihres heutigen Bestandes an Biedermeiermalerei mit Hauptwerken von Waldmüller und Amerling.

Geschmacksfragen regierten in vielen Fällen das Handeln. Als Fürst Johann II. in einer großen Auktion in Paris 1880 Bilder der Sammlung verkaufte, war allein die Geschmacksfrage die entscheidende Triebkraft im Hintergrund. Rubens' berühmtes Frühwerk *Samson und Delilah* kam damals auf den Markt. Das Gemälde war 1700 durch Fürst Johann Adam Andreas I. von Liechtenstein über die Brüder Forchoudt als Bild von Rubens für die Sammlung erstanden worden. Im Katalog von Fanti (1767) sowie in den Katalogen von 1780 und 1873 war das Gemälde plötzlich zum Werk des Jan van den Hoecke mutiert; heute prangt es als eines der bedeutendsten Frühwerke von Rubens in der National Gallery in London.

Sein „Gegenstück“, *der Bethlehemitische Kinder-*

mord, erlitt ein ähnliches Schicksal. Auch dieses Werk hatte bereits Fürst Johann Adam Andreas I. von Liechtenstein (1698) erworben, wurde später unverständlicherweise Jan van den Hoecke zugeschrieben und fiel unter Fürst Johann II. von Liechtenstein ebenfalls in Ungnade. Die Massen nackter Leiber und das Übermaß der dargestellten Gewalt ertrug sein gestrenges Auge nicht. 1920 verkaufte er es im Zuge einer Umhängung. Es verschwand lange von der Bildfläche, tauchte 2002 bei einer Auktion von Sotheby's in London auf und wurde damals zum teuersten je auktionierten Bild. Heute befindet es sich im Besitz von David Thomson, dem Enkel des Verlegers Lord Thomson of Fleet und hängt neben Samson und Delilah als Leihgabe ebenfalls in der National Gallery of Art in London.

Nach dem Zweiten Weltkrieg: Grosse Verluste für die Sammlung

Dass Verkäufe manchmal auch andere Gründe haben als Lust, Unlust oder Geschmacksfragen, musste die Sammlung der Fürstlichen Familie in der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg erfahren. Nachdem über achtzig Prozent des fürstlichen Vermögens in den Wirren des Krieges und dessen Nachwehen verloren gegangen waren, bildeten die Sammlungen das einzige Kapital, auf das zurückgegriffen werden konnte. Leonardos *Porträt der Ginevra Benci* und Orazio Gentleschis *Lautenspielerin*, heute in der National Gallery of Art, Washington und das ganzfigurige *Porträt des Willem van Heythuysen* der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen zählen zu den schmerzlichsten dieser Verluste.

■ Fürst Hans-Adam II. (*1945)

Erfreulicherweise konnte der heutige Regent des Hauses, Fürst Hans-Adam II. von und zu Liechtenstein, hier einen Schlusspunkt setzen. Er ist nach dem wirtschaftlichen Aufbau der Nachkriegszeit heute wieder in der Lage, die Sammeltätigkeit seiner Vorgänger weiter voranzutreiben und ist

Fürst Hans-Adam II. ist – nach dem wirtschaftlichen Aufbau der Nachkriegszeit – heute wieder in der Lage, die Sammeltätigkeit seiner Vorgänger weiter voranzutreiben und somit einer der bedeutendsten Kunstsammler der Familie.







Jean Valentin de Boulogne (1591–1632)
Fröhliche Gesellschaft mit Wahrsagerin, 1631
Öl auf Leinwand, Höhe: 190 cm, Breite: 265 cm

2003 erworben durch Fürst Hans-Adam II. von und zu Liechtenstein
© Sammlungen des Fürsten von und zu Liechtenstein, Vaduz

►
**Benvenuto Tisi, genannt
il Garofalo (1481–1559)
Apotheose des Herkules,
Ende 1530er Jahre
Öl auf Leinwand, Höhe: 86 cm,
Breite: 116 cm**

2004 erworben durch Fürst
Hans-Adam II. von und zu
Liechtenstein
© Sammlungen des Fürsten
von und zu Liechtenstein, Vaduz

mit dem, was er bis heute für die Sammlungen erwerben konnte, nicht nur einer der bedeutendsten Kunstsammler in der Familie Liechtenstein. In seiner Ära ist es auch gelungen, nicht zuletzt durch die Neueröffnung des LIECHTENSTEIN MUSEUM, die Sammlungen wieder international zu positionieren.

Diese Sammelleidenschaft lag also immer im Blut der Familie, eine Tradition, die bis heute ungebrochen ist. So schmerzhaft die Verluste auch waren, die die Sammlungen aufgrund der Folgen der Ereignisse des Zweiten Weltkriegs erlitten hatten – im Vergleich zur Geschichte des Hauses sind sie vielleicht ein zu vernachlässigender Einschnitt, der heute überwunden ist.

Vielfalt und Breite bestimmen die Sammlungen und ihre Erwerbstätigkeit heute wie in historischen Zeiten. Nach der turbulenten Phase während des Krieges und vor allem in den letzten Kriegswochen bei der Verbringung der Sammlung nach Vaduz folgte eine Phase der Konsolidierung, notwendig nach den gewaltigen Verlusten an Territorium in Mähren und dem wirtschaftlichen Niedergang in den österreichischen Besitzungen der Familie. Nach einer kompletten Reorganisation der Wirtschaftsbereiche in einzelne Stiftungen durch Fürst Hans-Adam II. von und zu Liechtenstein besitzen die Sammlungen seit der Mitte der Siebzigerjahre wieder die Möglichkeit, eine aktive Sammlungspolitik zu betreiben und konnten gerade in letzter Zeit Glanzstücke erwerben.

Mit seinen Neuerwerbungen reiht sich Fürst Hans-Adam II. von und zu Liechtenstein in die Reihe seiner großen Vorgänger als Sammler. **Allein zur Rubens-Sammlung der Familie konnte er bis heute weitere fünf Stück hinzufügen, 1977 den Modello zu Mars und Rhea Sylvia, 1997 Die Bekehrung des Saulus zum Paulus, Die Jagd des Meleager und der Atalante sowie Die Jagd der Diana; 2002 schließlich kam das Gemälde Christus als Sieger über Tod und Sünde in die Sammlungen.**



Ankaufspolitik: in die Stärken der Sammlung investieren ...

Die Ankaufspolitik wird im wesentlichen von dem Gedanken getragen, auf der einen Seite in die Stärken der Sammlung zu investieren, auf der anderen Lücken zu schließen, die im Sammlungsbestand, der mit etwa 1860 endet, geblieben sind oder durch die Verkäufe der Nachkriegszeit aufgerissen worden sind. Auch Randgebiete der Sammlung finden, wie beispielsweise die bedeutende Porzellansammlung, nunmehr verstärkt Beachtung.

Wichtige Hauptwerke konnten beispielsweise für die Biedermeiersammlung erworben werden. Zählte sie schon bisher zu den bedeutendsten Sammlungen dieser Periode überhaupt, konnte diese Stellung durch die Neuerwerbungen der letzten Jahre noch deutlich ausgebaut werden. Der Erwerb von **Francesco Hayez Il Consiglio alla Vendetta** (erworben 2002) stellt darüber hinaus den erlesenen Bestand in einen wichtigen internationalen Kontext. Eng mit Friedrich von Amerling befreundet, nahm Hayez 1836 an der Reform der Wiener Akademie teil und übte damit sicherlich auch eine gewisse Vorbildfunktion aus. **Amerlings** zauberhaftes Mädchenporträt **In Träumen versunken** (siehe vorne), erworben 2003, und das **Porträt der Elise Kreuzberger** können im Dreiklang die Affinität dieser beiden Maler augenfällig beweisen.

Die Fürstlichen Sammlungen trachteten immer danach, sich mit der wahrlich imperialen Sammlung des Kaiserhauses zu messen ...

▶
**Manufaktur Konrad von Sorgenthal
 Solitaire, Reliefgold auf leithnerblauem Grund
 Porzellan, Unterglasurblauer Bindenschild**

**2003 erworben durch Fürst Hans-Adam II.
 von und zu Liechtenstein**
 © Sammlungen des Fürsten von und zu Liechtenstein, Vaduz

Auch von Ferdinand Georg **Waldmüller** wurden exemplarische Werke dazu erworben. Das *Porträt des späteren Kaisers Franz Joseph I.* von Österreich als Grenadier mit Spielzeugsoldaten (erworben 2002) zählt ebenso dazu wie Waldmüllers *Stilleben mit Rosen* (erworben 2004), in seiner Frische und Unmittelbarkeit nicht zu übertreffen. Das *Porträt des Gastwirtes Thiery von der Wirtschaft „Zum Wolfen in der Au“* (erworben 2003) zeigt den französischen Einfluss auf sein Schaffen, jüngst kamen mit seinem *Frühlingserwachen* und seiner *Mütterlichen Ermahnung* (erworben 2004) zwei wichtige Genreszenen in die Sammlung, die ab 19. Jänner 2005 im LIECHTENSTEIN MUSEUM gezeigt werden.

... und Lücken schließen

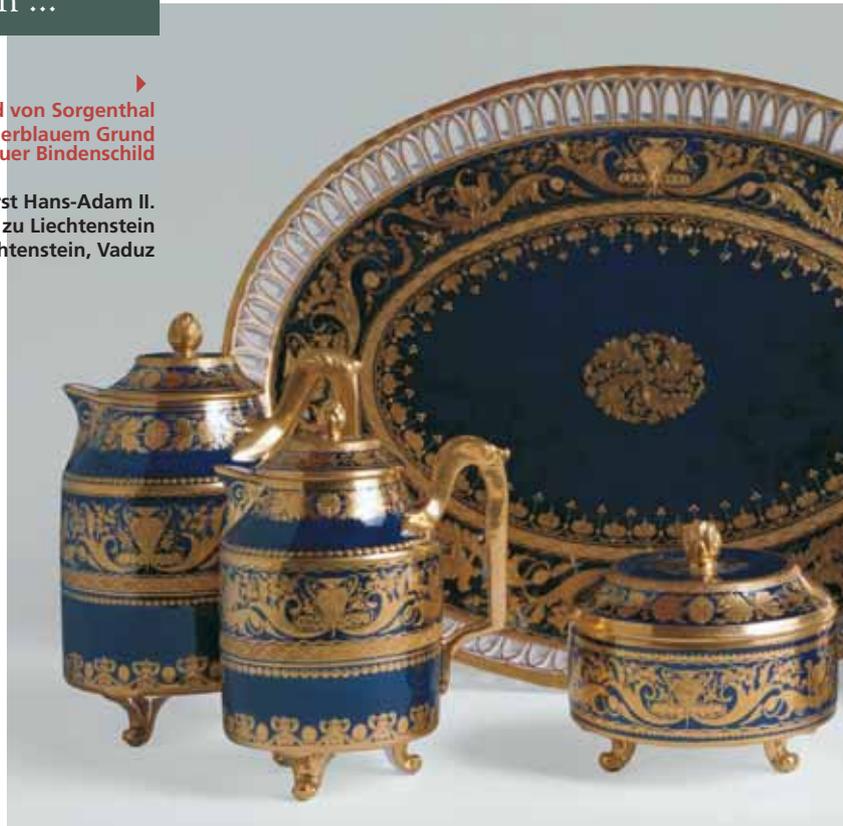
Ein weiteres Ziel des Sammelns ist es auch, Bilder von Malern zu erwerben, die bis dato nicht oder nicht in entsprechender Weise in den Sammlungen vertreten sind: Joseph **Danhausers** *Testamentseröffnung* (erworben 2004) zählt zu dieser Kategorie. Von **Johann Peter Krafft** konnte jüngst eine der monumentalen Versionen des *Erzherzog Karl mit seinem Stab in der Schlacht von Aspern* erworben werden, in der Fürst Johann I. eine so bedeutende Rolle spielte und von der die Fürstlichen Sammlungen schon eine kleine Version besessen haben.

Nicht vergessen werden soll hier auch die umfangreiche Aquarell-Sammlung des Biedermeier, die immer wieder durch bedeutende Zukäufe erweitert wird. Ein jüngst erstandenes Blatt von Rudolf von Alt, das den *Fischmarkt in Rom* zeigt, zählt mit zu den schönsten Veduten des Künstlers.

Das Bindeglied zur Porzellansammlung nehmen die zwei grössten von Joseph Nigg bemalten Tafeln ein, die als Paar konzipiert jeweils ein Blumenstillleben zeigen und sicherlich nicht unbeeinflusst von den Vorbildern der Holländer des 18. Jahrhunderts in der Fürstlichen Galerie geblieben sind.

Porzellan

Die Porzellansammlung selbst erfuhr ebenfalls bedeutende Erweiterungen; hier sollen nur die perfekt erhaltenen **Schautassen aus der Sammlung Bloch-Bauer** erwähnt werden, die nach ihrer Restitution aus dem Museum für angewandte Kunst bzw. aus dem Wien Museum im Laufe der letzten beiden Jahre in den Fürstlichen Sammlungen gelandet sind.



Aus der Sammlung Bloch-Bauer stammt auch eine einzigartige Kassetten (erworben 2004), die, aus kostbarsten Hölzern, Perlmutter und Schildpatt gefertigt, ein wahres Kunstwerk darstellt und in seinem Inneren vom Nähzeug bis zu Aquarellfarben alles Notwendige enthält; den Deckel ziert eine Ansicht Wiens von Balthasar Wiegand. Ein Kunstwerk, im Biedermeier geschätzt und einzigartiger Zeuge einer raffinierten Lebenskultur, in der die Familie Liechtenstein eine ganz bedeutende Rolle gespielt hat.

Auf dem Sammelgebiet des Porzellans erstreckt sich das Interesse der Fürstlichen Sammlungen aber nicht nur auf das Biedermeier und den Klassizismus, sondern auch auf die Periode davor, wo Wien mit der zweiten Manufaktur auf dem Kontinent, mit kaiserlicher Unterstützung durch Innocentius Du Paquier nur wenige Jahre nach der ersten in Meissen begründet, eine ganz entscheidende Rolle gespielt hat. Neben vielen Einzelstücken wurde hier im vorigen Jahr der Kernbestand der Sammlung Öttingen-Wallerstein, einst in Wien zusammengetragen, erworben.

Barockmalerei

Schmerzliche Verluste erfuhr die Sammlung während der Periode der Verkäufe auf dem Gebiet der Barockmalerei. Das Gemälde von Orazio Gentileschi wurde schon erwähnt, hier konnte die entstandene Lücke mit beeindruckenden Bildern einigermaßen geschlossen werden. Frans Hals *Bildnis eines*

Viel zu wenig bewusst wird im Allgemeinen,
dass die Fürstlichen Sammlungen auch eine der bedeutendsten
Skulpturensammlungen beheimaten, unschlagbar
auf dem Gebiet der florentinischen Skulptur des
Hochbarock.

►
Massimiliano Soldani Benzi (1656–1740)
Christus am Ölberg, um 1722
Bronze, goldbraune Lackpatina,
Höhe: 65 cm, Breite: 45 cm

2003 erworben durch Fürst Hans-Adam II. von und zu Liechtenstein
© Sammlungen des Fürsten von und zu Liechtenstein, Vaduz

Mannes, das lange Zeit in den Wiener Rothschild-Sammlungen zu Hause war und vor seiner Restitution an die Besitzerfamilie während der Nachkriegsperiode im Kunsthistorischen Museum gegangen war, gehört seit 2003 zu den Fürstlichen Sammlungen und ist damit wieder in Wien zu sehen. **Jean Valentin de Boulognes** im selben Jahr angekaufte **Fröhliche Gesellschaft mit Wahrsagerin** (siehe Abb.) hat der caravaggesken Malerei in den Fürstlichen Sammlungen wieder ein neues Zentrum gegeben. Dieses Bild, das teuerste je für die Sammlungen erworbene, fügt sich, nicht zuletzt aufgrund seiner Provenienz aus den gräflich Schönbornschen Sammlungen in Wiesentheid, nahtlos in den Bestand der Galerie ein.

Dasselbe mag auch für das jüngst in die Sammlung gekommene **Porträt des Prospero Alessandri von Giovanni Battista Moroni** (erworben 2004) gelten, das gleich nach seiner Hängung zu einem zentralen Bild in jenem Saal der Galerie geworden ist, in dem Bildnisse des Nordens und des Südens einander gegenübergestellt sind.

Benvenuto Tisis (gen. Garofalo) **Apotheose des Herkules** (erworben 2004) reiht sich einerseits wunderbar in die Reihe jener Bilder, die sich mit der Rezeption der Antike auseinandersetzen, zum anderen fügt sich das Thema nahtlos in die Ikonographie des Gartenpalais ein. Das Bild war lange Zeit in der Este-Sammlung in Ferrara und kam über diese nach Wien.

Immer wieder tauchen am Markt Bilder auf, die sich einst in den Fürstlichen Sammlungen befunden haben. Bernardino Zaganellis **Porträt einer Dame** (zurückgekauft 2004) lohnte den Rückkauf ebenso wie Jan van Huysums **Blumenstrauß** mit seinem minutiös geschilderten Kosmos von Blumen, Tieren und Früchten, der schon 2003 wieder in die Sammlungen zurückkehrte.

Skulpturen

Viel zu wenig bewusst wird im Allgemeinen, dass die Fürstlichen Sammlungen auch eine der bedeutendsten

Skulpturensammlungen beheimaten, unschlagbar auf dem Gebiet der florentinischen Skulptur des Hochbarock. Auch hier erfuhr die Sammlung in letzter Zeit wichtige Ergänzungen, Massimiliano Soldani Benzis **Relief Christus am Ölberg** (erworben 2003; Abb. rechts) stellt zweifelsohne einen Höhepunkt seines Schaffens dar, sowohl bezüglich der Modellierung als auch in Bezug auf den Guss, die Kaltarbeit und die Patinierung.

Zwei jüngst erworbene Büsten des französischen Meisters François Dieussart haben direkt mit der Geschichte der Sammlung zu tun, stellen sie doch den von Fürst Karl I. von Liechtenstein vertriebenen **Winterkönig Friedrich V. von der Pfalz als König von Böhmen und seine Frau Elisabeth** dar; mit deren Vertreibung im Zuge des Dreißigjährigen Krieges begann der unaufhaltsame Aufstieg der Familie Liechtenstein.

Im Lauf der letzten zwei Jahre konnte von den Fürstlichen Sammlungen eine bedeutende Gruppe von Bildern Johann Georg Platzers erworben werden. Unter ihnen befinden sich Das **Bildhaueratelier** und das **Maleratelier mit Selbstbildnis**, beide auf Kupfer gemalt. Amüsant ist auch die ebenfalls auf

Kupfer gemalte **Fête galante**, die uns zu einem barocken Festgelage entführt. In raffiniertem Licht gibt Platzer die Szenerie wieder, sinnlich schildert er die stofflichen Details (nächste Doppels.).

Erstaunlich hohe Qualität besitzt die österreichische Malerei im ersten Viertel des 19. Jahrhunderts, nicht zufällig nehmen die Neuerwerbungen von Kunstwerken aus dieser Epoche einen so hohen Stellenwert ein. Auch ist zu bedenken, dass der Markt vieles heute nicht mehr anbietet; auf dem Gebiet des Biedermeier und Klassizismus sind solche Spitzenstücke aber noch immer zu finden.

Text:
Dr. Johann Kräftner, Direktor des Liechtenstein Museums
www.liechtensteinmuseum.at

Ausblick:

Man könnte die Frage stellen, warum angesichts eines vollen Museums weiter gekauft wird. Es liegt in der Natur des Sammelns, dass man immer wieder Desiderata findet, natürlich da und dort auch große Lücken offen sind und man immer wieder die Hoffnung hegt, Gutes durch noch Besseres ergänzen zu können; als Sammler will man nicht nur eine Seite eines Künstlers, sondern möglichst viele abdecken. Man wünscht sich, neben dem Frühwerk eines Künstlers vielleicht auch die reife Periode und das Spätwerk zu besitzen. Oberstes Kriterium des Sammelns muss dabei immer die künstlerische Qualität bleiben. Die Fürstlichen Sammlungen trachteten immer danach, sich mit der wahrlich imperialen Sammlung des Kaiserhauses zu messen, bei jeder Neuerwerbung muss daher auch heute noch immer die erste Maxime sein, ob sich eine solche Erwerbung im Kontext der anderen großen Galerien der Stadt behaupten kann. Die Fürstlichen Sammlungen sind aber von Anfang an auch eine international ausgerichtete Sammlung gewesen, beginnend mit Fürst Karl I. wurde immer nach der absoluten Spitzenqualität gegriffen, auch das ist ein Maßstab, der heute noch Gültigkeit hat.



Johann Georg Platzer (1704–1761)
Fête galante, 1736
Öl auf Kupfer, Höhe: 59 cm, Breite: 83 cm

2003 erworben durch Fürst Hans-Adam II.
von und zu Liechtenstein
© Sammlungen des Fürsten
von und zu Liechtenstein, Vaduz





WIEN MUSEUM IM KÜNSTLERHAUS

25.11.2004 BIS 28.03.2005

ALT-WIEN

DIE STADT, DIE NIEMALS WAR

DIENSTAG BIS SONNTAG UND FEIERTAG, 10.00 UHR BIS 18.00 UHR
DONNERSTAG, 10.00 UHR BIS 21.00 UHR A-1010 WIEN, KARLSPLATZ 5

WWW.WIENMUSEUM.AT

50



Stadt+Wien



50 JAHRE
KURIER



Thema:
Mehr Schein
als Sein(?)

19. Tagung des Österreichischen Restauratorenverbandes

St. Pölten, 11.-13. November 2004

Silvia Miklin-Kniefacz

Die 19. Tagung des Österreichischen Restauratorenverbandes fand diesmal im Festspielhaus St. Pölten vom 11.-13. November 2004 statt.

In seiner Eröffnungsrede hob der Direktor des NÖ Landesmuseums Carl Aigner die Nachhaltigkeit der restauratorischen Arbeit hervor und versprach seine Unterstützung für die Bestrebungen des Verbandes nach mehr Präsenz in der Öffentlichkeit. Die Willkommensgrüße des Landes Niederösterreich überbrachte Dr. Michalitsch.

Unter dem Titel „**Mehr Schein als Sein**“ wurden in über 20 Vorträgen Fragen der Ergänzung, Retusche und Rekonstruktion beleuchtet. Die Palette der Präsentationen reichte vom **minimalen konservatorischen Eingriff in ein Kunstwerk und dem Akzeptieren des Fragmentes bis zur kompletten Rekonstruktion des „Originalzustandes“** und steckte so das Spannungsfeld, in dem sich der Berufsstand bewegt, ab.

So wurde zum Beispiel die stark verätzte Oberfläche eines Prunkhamisches des 16. Jahrhunderts, dessen ornamentale Oberflächengestaltung nur mehr erahnt werden konnte,

nach umfassender Untersuchung vollständig rekonstruiert, um sie wieder lesbar zu machen (**Elisabeth Krebs**).

Noch extremere Probleme stellen sich im Bereich der Archäologie: Am Beispiel der **Ausgrabungen in Carnuntum** wurden Teilrekonstruktionen und ganze Rekonstruktionen von Häusern gezeigt, die aufgrund vorhandener Grundmauern aufgebaut wurden, um dem Besucher Vorstellungshilfen anzubieten (**Franz Humer**).

An einem **Altartafel in Kroatien** wurde dagegen aufgezeigt, dass eine sehr zurückhaltende Behandlung der Fehlstellen an Holzwerk, Fassung und Vergoldung nach vielen



Von oben nach unten:

Begrüßungsrede von Dr. Carl Aigner, NÖ Landesmuseum
Dr. Michalitsch, NÖ Landesregierung
Eröffnung durch den Präsidenten des ÖRV, Stefan Kainz



Diskussionen schließlich auch von der Gemeinde akzeptiert werden konnte. Damit wurde auch die Rolle von Restauratoren beim ästhetischen Meinungsbildungsprozess aufgezeigt (Andreas Krupa, Hans Portsteffen).

Ein eindrucksvoller Vortrag von **Claudia Riff-Podgorschek** entlarvte die übliche Praxis des Putzabschlagens bei der **Renovierung von Fassaden** als „Enthäuten“ der Architekturoberfläche und zeigte mehrere Beispiele von erhaltenen historischen Putzen, die eine Ahnung von der originalen Wirkung vermittelten. Ihre überzeugenden Alternativen zur Renovierung wurden zum Beispiel an der Fassade des Semperdepots vorgeführt und gipfelten in einem Appell an die höhere Akzeptanz des fragmentarischen Zustandes.

In seinem Beitrag über die „**digitale Retusche**“ stellte **Felix Horn** die technischen Möglichkeiten und Grenzen virtueller Rekonstruktionen von Kunstwerken vor. An einem verblichenen Wandgobelin konnten aufgrund nicht verblichener Spuren auf der Rückseite **die originalen Farben** digital rekonstruiert werden. Es wurde ein 1:1 Bild des originalen Textils hergestellt und die Möglichkeit erwogen, nur mehr die virtuelle Rekonstruktion auszustellen und das sehr gefährdete Original lichtgeschützt im Depot zu verwahren. Es stellt sich die Frage, ob wir in Zukunft auf die sinnliche Erfahrbarkeit des Kunstwerks verzichten müssen und sich unsere Sehgewohnheiten radikal verändern werden.

Aus einem ganz anderen Bereich, nämlich der **Musik**, berichtete **René Clemencic** von der Vorgehensweise bei der Rekonstruktion eines Tondokumentes, der Carmina Burana: akribische Archivforschung und Suchen

von Vergleichsstücken erinnerten sehr an die Arbeit des Restaurators.

Vorträge zu Methoden und Konzepten von Retusche und Ergänzung hielten **Wolfgang Baatz, Manfred Koller, Maria Ranacher, Franz Höring** und **Eva Ortner**, Fallbeispiele wur-



Was ist der ÖRV:

Der 1985 gegründete Österreichische Restauratorenverband versteht sich als Interessen- und Standesvertretung der österreichischen RestauratorInnen mit dem Ziel, einen gesicherten Berufsschutz zu erreichen und Weiterbildung und Kommunikation von RestauratorInnen zu fördern.

Als einzige national und international anerkannte Vereinigung qualifizierter RestauratorInnen in Österreich ist der Verband Mitglied bei der Europäischen Dachorganisation **E.C.C.O.** (European Confederation of Conservator Restorers' Organizations).



„Weidende Herde“. Umkreis von Rosa da Tivoli (1657-1706) zugeschrieben.
Die Restaurierung wurde Anfang der 90er Jahre an der Akademie in der Meisterschule für Restaurierung und Konservierung von Pia Geusau durchgeführt. Beide Abbildungen zeigen Zwischenzustände: links nach der Kittung; rechts während der fortgeschrittenen Retusche.

© IWTK (Institut für Wissenschaften und Technologie) der Akademie der bildenden Künste Wien.
Fotos: Pia Geusau

Im Zuge der Schlussdiskussion erhitzten sich die Gemüter zuletzt an der Frage, ob bei einer mittelalterlichen Steinmadonna der fehlende Kopf zu ergänzen sei oder nicht.

den von Hanna Grabner, Anna Bernkopf, Claudia Magin, Peter Kopp, Katrin Keßler und Jana Labahn präsentiert sowie spezielle Retuschiermethoden von Pia Geusau, Andrea Schrenk und Manfred Mayer zur Diskussion gestellt.

Christa Hofmann stellte den Begriff Retusche aus dem Bereich der Fotografie, nämlich dem Porträtatelier d'Ora-Benda, vor.

Im Zuge der Schlussdiskussion erhitzten sich die Gemüter zuletzt an der Frage, ob bei einer **mittelalterlichen Steinmadonna** der fehlende Kopf zu ergänzen sei oder nicht. Dabei wurden die vielfältigen Ansätze und die persönlichen Grenzen deutlich. Die Positionen reichten von „das würde ich nie machen“ bis zu „die Anbetung einer Madonna ohne Kopf ist unmöglich“! Ist es vielleicht auch eine Frage des persönlichen Empfindens, ob man das Fragment, das „Nicht-Heile“, aushält oder sich das Verdecken des Schadens wünscht? Oder ist jeder „Fall“ neu zu überdenken?

So war diese Tagung von grundsätzlichen Überlegungen geprägt und nicht sosehr von technischen Machbarkeiten und Methoden, was vielleicht auch den „Zeitgeist“ (der Titel der vorigen ÖRV-Tagung im Museum Moderner Kunst) in unserem Beruf repräsentiert.

Insgesamt war es eine spannende, vielfältige und inspirierende Veranstaltung, mit der der ÖRV auf sich aufmerksam machen konnte. Auf die Tagung zum 20-jährigen Jubiläum des Verbandes im nächsten Jahr darf man gespannt sein.

Die einzelnen Beiträge werden im nächsten Band der Serie „Konservieren Restaurieren“ publiziert.

Informationen unter: www.orv.at

Text:

Mag.art. Silvia Miklin-Kniefacz, Restauratorin

Fotos: Ursula Huber, Pia Geusau

Von der Wiener Weltausstellung



» Auch für die Entwicklung der Gewerbe sind gewisse
Factors unerlässlich, abgesehen von dem Boden,
auf dem sie erwachsen, sei er noch so gesund und kräftig:
[...] ich möchte sie nennen: **Freiheit und Bildung.**«

(EXNER 1879, 4)

Nr. 929. Pav. der additionellen Ausstellung.

zur Idee eines Technischen Museums für Industrie und Gewerbe in Wien



Ulrike Felber & Elke Krasny

Auf Bildungsreise: Weltausstellungsjahre waren Reisejahre.

Nicht nur Prominente oder finanzkräftige Schaulustige traten die Reise quer durch Europa oder sogar nach Übersee zum jeweiligen Ausstellungsschauplatz an, sondern vor allem Experten und Fachleute der unterschiedlichsten Disziplinen. Diese suchten internationalen Austausch, Anschluss an die weltweiten Standards der Produktion.

So unternahm im Jahr 1862 der „kürzlich absolvierte Techniker Wilhelm Exner“ als „Reisemarschall“ (EXNER 1904, 17) mit anderen Stipendiaten des Niederösterreichischen Gewerbevereins eine Studienreise zur Londoner Weltausstellung. Höhepunkt war der Besuch des **Conservatoire des arts et métiers**, des ältesten technischen Museums Europas (Paris). Wilhelm Exner „und seine Genossen wurden durch das Studium des Conservatoire unerschütterliche Anhänger des Gedankens, daß eine dem Conservatoire ähnliche Institution, wenn auch natürlich angepaßt den österreichischen Verhältnissen, eine für Wien und die öster-

reichische Industrie äußerst wichtige und dringende Schöpfung darstelle“ (EXNER 1904, 17). Fünf Jahre später war Exner für längere Zeit in Paris, da er als offizieller Berichterstatter sowie als Associé der Internationalen Jury auf der Pariser Weltausstellung von 1867 im Einsatz war. So hatte er die Gelegenheit, das Conservatoire besser kennen zu lernen. „Dieses Institut, begründet in der französischen Revolutionszeit, hat Ausserordentliches geleistet für die technische Ausgestaltung der Gewerbe, obgleich wir heute darüber vollständig im Klaren sind, dass die Organisation desselben lange nicht mehr den heutigen Anforderungen der Technik und der heutigen Auffassung von der Aufgabe einer derartigen Anstalt entspricht. Das Conservatoire des arts et métiers ist ein Anachronismus, aber ein Anachronismus, der von einer solchen Berühmtheit und Verdienstlichkeit umkleidet ist, dass wir doch mit Neid und Bewunderung auf jene Institution blicken müssen, der wir eine ähnliche nicht an die Seite stellen können.“ (EXNER 1879, 7). Die temporären Veranstaltungen von Ausstellungen und die Dauereinrichtung von Museen waren für Exner zentrale Elemente einer Bildungslandschaft, deren Notwendigkeit er vor allem für Techniker, Industrielle und Gewerbetreibende ein Leben lang untrieblich propagierte. „Auch für die Entwick-



lung der Gewerbe sind gewisse Factoren unerlässlich, abgesehen von dem Boden, auf dem sie erwachsen, sei er noch so gesund und kräftig: [...] ich möchte sie nennen: Freiheit und Bildung.“(EXNER 1879, 4). Ohne Bildung keine Innovation, ohne Verbesserung der Bildungsangebote Verlust der Konkurrenzfähigkeit, so der Tenor seines öffentlichen Engagements. Unterrichtswesen, Museal- und Versuchswesen waren für ihn die zentralen Mittel technischer Bildung.

Der Ausstellungsfachmann

Im Museum treffen Anschauung und Bildung, historischer Rückblick und innovative Anregung der Gegenwart aufeinander. In der Verbindung von Theorie und Praxis, von Anschaulichkeit und Greifbarkeit liegt das Bildungspotenzial des Mediums Ausstellung. „Da das Ausstellungswesen aller Orten zur Geltung gelangt und bereits eine solche Bedeutung gewonnen hat, daß ein Außerachtlassen desselben für den Producenten gefährlich werden kann, da in Folge dessen von Jahr zu Jahr mehr Landwirthe, Industrielle und Künstler Aussteller werden, so hielt ich ein die ganze Angelegenheit nach der geschäftlichen Seite hin behandelndes Buch für ein wirkliches Bedürfniß und unterzog mich im Jahre 1866 der schwierigen Aufgabe, ein solches zu schreiben.“ (EXNER 1873). Mit seinem Ratgeber **„Der Aussteller und die Ausstellungen“** erstellte Exner einen praxisorientierten Leitfaden für das noch relativ junge, aber bereits florierende Ausstellungswesen. Von Fragen des Transports über räumliche Gestaltungsmöglichkeiten, Beleuchtung, Eintrittspreise und Kataloge bis hin zum Nutzen für die Besucher erstellte er Regeln für das Ausstellungsmachen. 1873 erschien dieser Ratgeber in einer Neufassung inklusive Programm der Wiener Weltausstellung sowie „Specialprogramm für die Additionelle Ausstellung“. Im September 1872 war Exner „mit fast unbeschränkter Vollmacht“ (EXNER 1929, 64) damit beauftragt worden, „Beiträge zur Geschichte der Gewerbe und Erfindungen Österreichs“ für diese Ausstellung zusammenzutragen. „Diese Aufgabe, die in gleichem Maße eine technologische wie historisch-technische darstellte, war mir in hohem Grade willkommen. Ich setzte ein fachmännisches Komitee ein, fand bei den hervorragendsten Vertretern der verschiedenen Gruppen der Ausstellungs-klassifikation das denkbar größte Entgegenkommen und begann mit meinen Mitarbeitern in ganz Österreich historisch interessante Objekte zu sammeln, die geeignet waren, Etap-

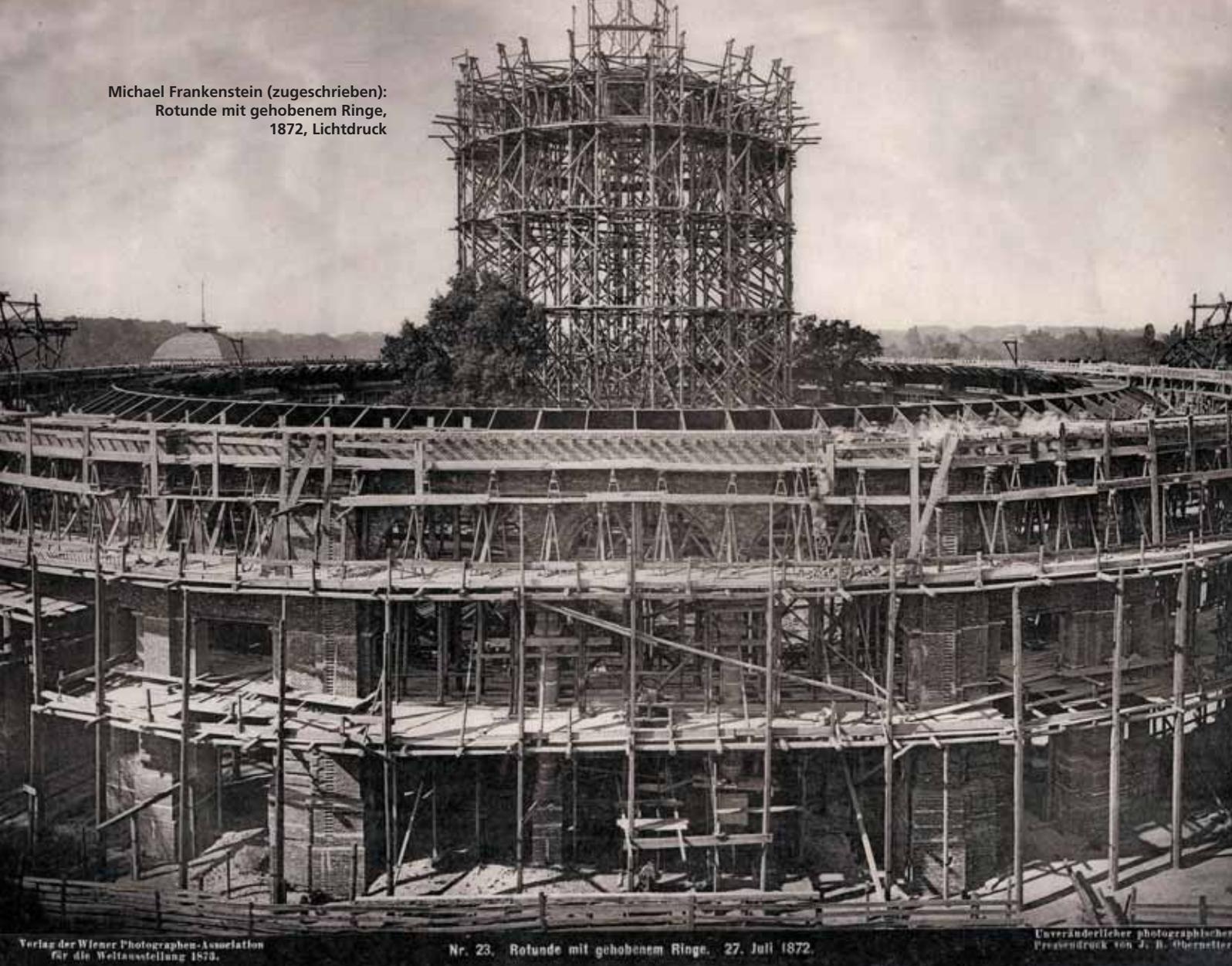
pen der technischen Entwicklung von Handwerk und Industrie im letzten Jahrhundert, also etwa von der Mitte des 18. Jahrhunderts angefangen, zu demonstrieren.“ (EXNER 1929, 64).

In der Additionellen Ausstellung

Über das Sichtbarmachen einer Entwicklung wird die industrielle und technische Reife für die Gegenwart unter Beweis gestellt, wandelt sich der historisch-technische Rückblick zu einem wesentlichen Bestandteil nationaler Identitätsbildung. „Es liegt diesem Unternehmen ein fruchtbringender, jedes Oesterreicher-Herz ergreifender, aber auch jeden Oesterreichischen Industriellen belebender Gedanke zu Grunde, der Welt zu zeigen, daß es ein industrielles Oesterreich giebt, daß es sich gleichberechtigt in die Reihe der strebenden Geister, der kunstfertigen Hände des Auslandes zu stellen vermag. Wenn die große Ausstellung im Palaste zeigt, was Oesterreich geworden, so zeigt der Pavillon, welcher dieser Additionalausstellung gewidmet ist [...], wie Oesterreich zu dieser Stufe herangewachsen ist.“ (WIENER WELTAUSSTELLUNGS-ZEITUNG 1873) In der Spezialschau **Histoire du Travail** auf der **Pariser Weltausstellung 1867** war die Geschichte der Arbeit, von der Steinzeit bis ins 19. Jahrhundert, erzählt worden. Diesen Ausstellungsgedanken der Retrospektive griff die Additionelle Ausstellung aus österreichischer Perspektive auf. In einer Rekordzeit von acht Monaten trug Exner mit seinem Team österreichweit aus öffentlichen und privaten Sammlungen die Objekte zusammen. Eine wissenschafts- und technologiegeschichtliche „Ahnengalerie“ begleitete die Objektausstellung, „eine Sammlung von 100 Porträts in Lebensgröße, die der Photograph Löwy in vorzüglicher Weise herstellte, Porträts von Männern, die nicht mehr unter den Lebenden weilten, aber einen hervorragenden Einfluß auf Gewerbe, Industrie und Technik in allen Zweigen genommen hatten“. (EXNER 1929, 64f.). Erhalten hat sich diese Porträtsammlung, das **Who is Who** der österreichischen Tech-

Wiener Weltausstellung 1873:
Im Kern war hier bereits die zentrale Ausstellungsprogrammatische für ein Technisches Museum für Industrie und Gewerbe angelegt.

Michael Franckenstein (zugeschrieben):
Rotunde mit gehobenem Ringe,
1872, Lichtdruck



Verlag der Wiener Photographen-Association
für die Weltausstellung 1873.

Nr. 23. Rotunde mit gehobenem Ringe. 27. Juli 1872.

Unveränderlicher photographischer
Frosendruck von J. B. Obernetter

nik- und Industriegeschichte, nicht. Doch über eine Rechnung für Bilderrahmen im Aktenbestand lässt sich der damalige Kanon erschließen. Unter den dort aufgelisteten 100 Namen finden sich etwa **Graf Harrach, Prectl, Voigtländer, Ghega, Primavesi, Ganahl, Senefelder, Jacquin, Dreher, Thonet oder Reichenbach**. Gegenwart definiert sich über die Vergangenheit, Programmatisch stellte sich die Ausstellung die Aufgabe, Österreich als industrialisierte Nation zu positionieren und Technikvermittlung an Experten wie an Laien zu betreiben. „Die additionelle Ausstellung [...] hat die Aufgabe, durch Nebeneinanderstellen von Maschinen und Apparaten, sowie durch Vorführung von Verfahrensweisen und Arbeitsprocessen die ursprüngliche Gedankenverbindung und das allmähliche Wachstum der unsere Zeit beherrschenden Erfindungen vor Augen zu führen. [...] Die gewerbegeschichtliche Gruppe betreffend, wird diese begleitet sein von Waren, die gleichartiger Entwicklung, aber verschiedenen Stufen angehören, sowie von Mustern und Formen, welche auf die Erhöhung des Absatzes von Einfluß gewesen sind. Daraus soll sich die Wechselwirkung der Verfahrensarten mit den Wandlungen des Bedürfnisses und Geschmackes darlegen.“ (ONCKEN 1873, 35).

Von der Idee eines Technischen Museums für Wien

Auf dem Gelände der Weltausstellung befand sich der Pavillon der Additionellen Ausstellung, in dem auch die von dem Gewerbefachmann Franz Migerka (1828–1915) initiierte **Ausstellung über Frauen-Arbeit** zu sehen war, zwischen der Maschinenhalle und dem Industriepalast. Im Kern war hier bereits die zentrale Ausstellungsprogrammatische für ein Technisches Museum für Industrie und Gewerbe angelegt „Ein erster Anlaß, die Frage der Errichtung eines technischen Museums für Österreich in Wien aufzurollen, war die Wiener Weltausstellung im Jahre 1873.“ (EXNER 1908, 29). Doch die Ausstellung über die Gewerbe und Erfindungen Österreichs wurde nur ideell zum Beginn der langen Gründungsgeschichte eines technischen Museums in Wien. Erst viele Jahre später, 1908, erfolgte dann die Museumsgründung und im Jahr 1918 die Eröffnung. Weltausstellungsexperten wie Wilhelm Exner oder Franz Migerka, der als Zentralgewerbeinspektor tätig war, und engagierte Ausstellungsteilnehmer wie der Großindustrielle Artur Krupp waren unter den treibenden Kräften für die Museumsgründung, für die die



Der Weltausstellungs-Abbau sowie die Auflösung der Ausstellungskommission wurden vom Handelsministerium administriert. Was der unmittelbaren Verwertung zugeführt werden konnte, wurde abgetragen, Baumaterialien wurden verkauft, offene Rechnungen eingefordert. Stehen blieb, was für eine Demontage zu teuer war.

Sammlungen von vier bereits bestehenden Institutionen, dem k. k. Postmuseum, dem Österreichischen Eisenbahnmuseum, dem k. k. Technologischen Gewerbemuseum sowie dem Gewerbe-hygienischen Museum, zusammengeführt wurden.

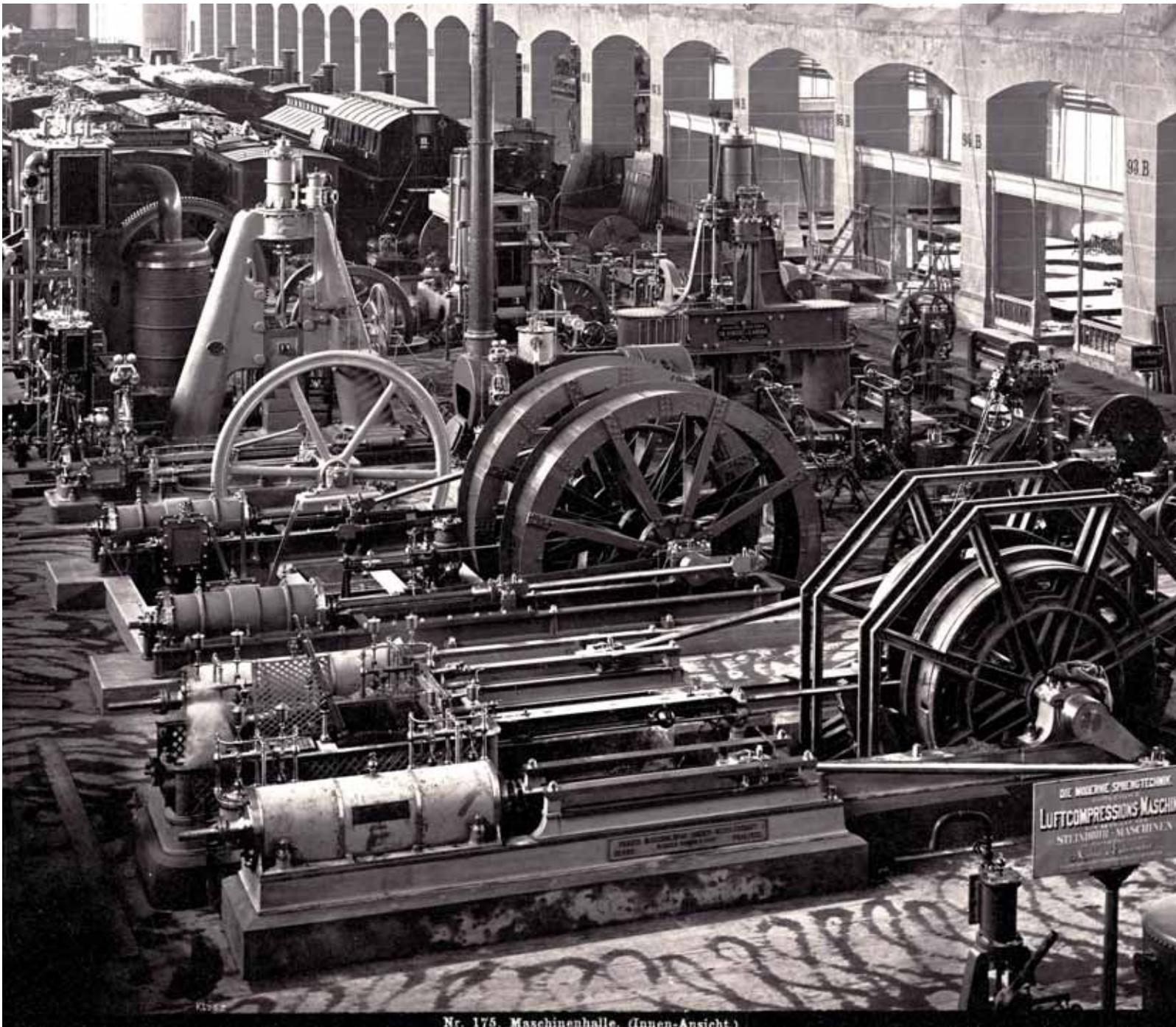
„Mit dem Ende der Weltausstellung schloß auch die additionelle Ausstellung damit ab, daß die sämtlichen Objekte an ihre Ursprungsorte zurückkehrten und meine lebhaft verteidigte Absicht, diese Kollektion beisammen zu behalten, als Grundstock für ein technisches Museum, sollte nicht realisiert werden. Die schwere finanzielle Krise, die über Österreich hereinbrach, nahm die Aufmerksamkeit aller öffentlichen Faktoren dermaßen in Anspruch, daß meine Vorschläge unerhört blieben.“ (EXNER 1908, 31). Was jedoch geblieben ist, ist ein vielseitiges Sammelwerk, die „Beiträge zur Geschichte der Gewerbe und Erfindungen Österreichs“, in dem der aktuelle Forschungsstand über die historische Entwicklung der „Rohproduktion und Industrie“ sowie „Ingenieurwesen, wissenschaftliche und musikalische Instrumente, Unterricht“ (EXNER 1929, 65) gleichsam wie die Raumabfolge eines zukünftigen technischen Museums. Von Düngemitteln über Mikroskope, Transportmittel über musikalische Instrumente, von Uhren bis zu nautischen Schulen spannt sich der thematische Bogen dieses zweibändigen Kompendiums. In welchem Ausmaß Exner die Weltausstellung als Möglichkeit zur Popularisierung von technischem Wissen sah, zeigt sich auch darin, dass er weit über den engen Kreis interessierter Experten hinausgehend eine allgemein zugängliche Vortragsreihe im Jurypavillon organisierte. „So hatte ich die für das Publikum allgemein zugänglichen, also öffentlichen Vorträge, die im großen Saale des Jurypavillons abgehalten wurden, zu regeln, die geeigneten Vortragenden zu gewinnen, die verschiedenen Stoffe von wirtschaftlicher oder technischer Bedeutung durch hiezu geeignete Männer behandeln zu lassen und durch die

Journalistik diese Veranstaltung populär zu machen. Ich selbst hielt den ersten und den letzten der Vorträge dieser Reihe. Der Schlußvortrag gestaltete sich besonders eigenartig, als er unmittelbar nach dem Herabfallen der Rollbalken bei den Ausgangstoren des Ausstellungspalastes stattfand und von einem massenhaft zuströmenden Publikum besucht war. Ich begann ihn mit den Worten: **Der Vorhang ist gefallen, das Schauspiel ist zu Ende!** [...]“ (EXNER 1929, 65f.).

Das Universalinstitut Athenaeum

Weltausstellungsabbau sowie Auflösung der Ausstellungskommission wurden vom Handelsministerium administriert; was der unmittelbaren Verwertung zugeführt werden konnte, wurde abgetragen, Pavillons wie die Eiserne Kirche demontiert, Baumaterialien verkauft, offene Rechnungen eingefordert. Stehen blieb, was für eine Demontage zu teuer war. Über die Frage, was mit den zurückgebliebenen Ausstellungsobjekten, den Sammlungen, Modellen, Maschinen und Mustern geschehen sollte, entbrannte eine heftige Kontroverse. Aus dem temporären Großereignis sollte eine dauerhafte Bildungsinvestition resultieren. Unterschiedliche Vorstellungen über die Sicherung und optimale Nutzung des Fundus, persönliche Eitelkeiten und Animositäten beherrschten die Auseinandersetzung. Schwarz-Senborn, dessen weitgehende Vollmachten und autokratischer Führungsstil zu Konflikten, nicht nur mit dem seit 1871 amtierenden Handelsminister Anton von Banhans, geführt hatten, hatte bereits nach seiner Ernennung das Konzept für eine Stiftung präsentiert, mit der er sich als Museumsgründer profilieren wollte. Neben seiner privaten Sammlung von an die 500 Bänden Ausstellungsliteratur sollten alle dem Generalsekretariat der Ausstellung überlassenen Objekte und Schenkungen als Grundstock eines gewerblichen Bildungsinstituts zu-

György Klösz: Maschinenhalle (Innen-Ansicht),
1873, Albumin



Nr. 175. Maschinenhalle. (Innen-Ansicht.)

»Das Museum soll nicht in einem Kultus von Erinnerungen aufgehen, nicht eine Summe von technischen Petrefakten und gespenstisch erstarrten Maschinen darbieten.

Nein, es soll vielmehr zeigen, wie das alles, was wir heute in der **Technik** miterleben, geworden ist.«

(EXNER 1892, 9).



sammengeführt werden. Mit Unterstützung von Erzherzog Rainer kam es am 30. März 1872 zur „Constituierung eines ‚Athenaeums‘ zur Fortbildung der Kleingewerbe und Arbeiterkreise“. (DAS ATHENAEUM, 1873, 9). Als Zweck der Institution war in den Statuten festgelegt: „Das Gewerbemuseum und Fortbildungsinstitut Athenaeum hat die Aufgabe, durch Verbreitung naturwissenschaftlicher, technischer und wirtschaftlicher Kenntnisse im Wege der Anschauung und der Unterrichtsertheilung auf die stetige Ausbildung der österreichischen Arbeitstätigkeit und dadurch auf die sittliche, geistige und wirtschaftliche Hebung des Gewerbestandes anregend und fördernd einzuwirken.“ (DAS ATHENAEUM, 1873, 43). **Schwarz-Senborn, der das Pariser Conservatoire des arts et métiers und das Musée de l’Industrie in Brüssel sowie die „Athenäen“ in England und Schottland als Vorbilder nannte, begründete sein Vorhaben mit dem Fehlen einer vergleichbaren gewerbliche Bildungseinrichtung in Wien. Diese sollte gleich nach der Weltausstellung in der Mitte der stark gewerblich geprägten Bezirke Neubau, Schottenfeld, Mariahilf, Gumpendorf, Fünfhaus, Sechshaus und Rudolfsheim errichtet werden.**

Das Programm sieht ein Universalinstitut vor: eine Museums- Lehr- Forschungs- Versuchs- Informations- und Publikationsanstalt. Neben einer Mustersammlung und einer Bibliothek sollten ein Labor und Versuchswerkstätten eingerichtet, temporäre (Wander-) und permanente Ausstellungen veranstaltet, Publikationen zu gewerblich-technischen Themen herausgegeben und Statistiken erstellt, ein ehrenamtlicher „Correspondenten“-Stab aufgebaut, Fachkurse abgehalten und ein gewerbliches Auskunftsbüro betrieben werden. (DAS ATHENAEUM, 1873, 42-62). Dem Konzept fehlte Stringenz: Neben der „technologischen Sammlung aller Stoffe aus den drei Naturreichen in den einzelnen Stadien ihrer Verarbeitung“ war eine Sammlung von Materialien vorgesehen, „welche im Bauwesen der verschiedenen Länder Verwendung finden“, weiters Sammlungen zur Nahrungsmittelerzeugung, Werkzeuge und Maschinen – die im Original ausgestellt werden sollten –, physikalische und chemische Apparate sowie Maße, Gewichte und Münzen

(DAS ATHENAEUM 1873, 47f.).

Schwarz-Senborn hatte nicht nur Handelsminister Banhans zum Gegner des Athenaeums, der ihm bei der Sammlung von Objekten für das Museum durch eigene Sammlungstätigkeit durch seine Beamten Konkurrenz machte. Auch der Niederösterreichische Gewerbeverein, die treibende Kraft beim Zustandekommen der Wiener Weltausstellung und der Schaffung gewerblicher Bildungseinrichtungen, stand den Aktivitäten des Ausstellungsleiters skeptisch gegenüber. Um dem eigenen Anspruch in der Museumsfrage Nachdruck zu verleihen, gründete der Verein am 26. Februar 1874 ein „**Museal-Comité**“, dem mit Wilhelm Exner ein ausgewiesener Ausstellungs- und Museumsexperte angehörte. Exner suchte die Zusammenarbeit mit Handelsminister Banhans. Der Verein verfasste eine Stellungnahme zu den bestehenden Sammlungen des Handelsministeriums wie auch des Athenaeums und machte Vorschläge museumswürdiger Objekte für den Grundstock eines Gewerbemuseums. Exner propagierte kein von privaten Schenkungen abhängiges Institut, wie das Athenaeum, er wollte eine staatliche Bildungseinrichtung. Der Konflikt um die Museumsfrage löste sich mit der Berufung Schwarz-Senborns als Gesandter in den USA und der Auflösung des Athenaeums, dessen Bestände dem Handelsministerium übertragen wurden.

Ein Museumsforum für Wien

Exner verfolgte programmatisch die Idee einer Bildungsinstitution am Übergang von den traditionellen handwerklichen Fertigungstechniken zu den modernen, wissenschaftlich begründeten Produktionstechnologien: „Die Errichtung eines ‚österreichischen Gewerbe-Museums‘ [...], eines Institutes, dem in Bezug auf die technische Entwicklung der Gewerbe jene Mission zufiele, wie sie das Museum für Kunst



Exner propagierte kein von privaten Schenkungen abhängiges Institut, wie das Athenaeum, er wollte eine staatliche Bildungseinrichtung.

und Industrie mit so ausgezeichnetem Erfolg in Bezug auf die künstlerische Veredelung derselben verfolgt, eines Institutes von streng präzisierter Wirkungskreise, aus welchem sowohl die Pflege des Kunstgewerbes als auch der Großindustrie ausgeschlossen bleiben würde.“ (EXNER 1873, 16). Er sah den Nutzen einer solchen Bildungsinvestition nicht nur in der „Hebung der Produktionskraft und der Erwerbsfähigkeit“ (EXNER 1892, 10), sondern auch in der sozialen und politischen Dimension. Museen als offene Institutionen sollten helfen, die „schichtenweise Gruppierung der Bevölkerung“, die „bei uns noch ein Dogma für gewisse Kreise“ sei, zu überwinden (EXNER 1892, 11). Eine Art bürgerlich-demokratisches Pendant zu den Hofmuseen sollte es werden, das anstelle der Franz-Josefs-Kaserne zu errichten wäre, ein „forumähnlicher Platz, dessen Umgrenzung von Musealgebäuden gebildet wäre, mit Monumenten geziert, zwischen der Hauptpost und dem Hauptzollamt, an einer der Hauptverkehrsadern von Wien gelegen [...]“ (EXNER 1892, 9).

Der hybride Charakter des Musealen am Schnittpunkt zwischen Gegenwart und Vergangenheit, zwischen Praxis und Theorie zeigt sich in den museologischen Strategien, die Exner verfolgte. Museen und temporäre Ausstellungen werden als Bildungseinrichtungen par excellence begriffen, die in der Perspektive der Vermittlung ihren Fluchtpunkt haben. Er verstand das Museum als einen Ort lebendiger Erfahrungen. „Das Museum soll nicht in einem Kultus von Erinnerungen aufgehen, nicht eine Summe von technischen Petrefakten und gespenstisch erstarrten Maschinen darbieten. Nein, es soll vielmehr zeigen, wie das alles, was wir heute in der Technik miterleben, geworden ist.“ (EXNER 1892, 9).

Literatur

DAS ATHENAEUM 1873, Das Athenaeum. Ein Gewerbe-Museum und Fortbildungs-Institut in Wien, gestiftet von Wilhelm Freiherrn von Schwarz-Senborn 1873 in Wien, Wien 1873

EXNER 1873, Wilhelm Exner, Der Aussteller und die Ausstellungen (Neufassung inklusive Programm der Wiener Weltausstellung sowie „Specialprogramm für die Additionelle Ausstellung“), Wien 1873

EXNER 1879, Wilhelm Exner, Ist die Errichtung eines Technologischen Gewerbe-Museums und zwar zunächst einer Section für die Holz-Industrie nothwendig?, Vortrag gehalten am 2. April 1879 im Auftrage der Special-Commission des Niederösterreichischen Gewerbevereins von dem Vice-Präsidenten desselben, Wien 1879

EXNER 1892, Wilhelm Exner, Wiener Museal-Fragen. Ein Beitrag zur Hebung der wirthschaftlichen Kraft Wiens, Wien 1892

EXNER 1904, Wilhelm EXNER, Das k. k. technologische Gewerbe-Museum in Wien im ersten Vierteljahrhundert seines Bestandes 1879-1904, Wien 1904

EXNER 1908, Wilhelm Exner, Das Technische Museum für Industrie und Gewerbe in Wien, Wien 1908

EXNER 1929, Wilhelm Exner, Erlebnisse, Wien 1929

ONCKEN 1873, August Oncken, Die Wiener Weltausstellung 1873, Berlin 1873

WIENER WELTAUSSTELLUNGS-ZEITUNG 1873, Die Geschichte der Arbeit und der Erfindungen auf der Weltausstellung, in: Wiener Weltausstellungs-Zeitung, 25. 4. 1873

Text:

Ulrike Felber & Elke Krasny, Kuratorinnen der Ausstellung „Welt.Ausstellen. Schauplatz Wien 1873“ im Technisches Museum Wien

Fotos:

Technisches Museum Wien

Welt.Ausstellen. Schauplatz Wien 1873

bis 27. Februar 2005

Technisches Museum Wien

Mariahilfer Straße 212

A-1140 Wien

Mo-Fr 9-18 Uhr

Sa, So, Fei 10-18 Uhr

www.tmw.at

› DIE RÖMISCHEN KAISER UND IHRE MÜNZEN ‹

Karl Peitler

24.400 Besucher kamen von Mai bis Oktober 2004 in das **Kulturhaus der Gemeinde Seggauberg**, um die gemeinschaftliche Sonderausstellung des Landesmuseum Joanneum und der Gemeinde Seggauberg „Die römischen Kaiser und ihre Münzen“ zu sehen. Damit wurde dieses Projekt zur bislang erfolgreichsten Münzenausstellung des Landesmuseum Joanneum und zeigte, dass auch eine Materie, von der allgemein angenommen wird, dass sie in erster Linie für Spezialisten und Sammler von Interesse ist, von einem breiten Publikum geschätzt werden kann.

Der Impuls zur Ausstellung ging von der Gemeinde Seggauberg aus, die sich die steirische Landesausstellung 2004 „Die Römer“ mit den Standorten Schloss Retzhof und Schloss Seggau zum Anlass nahm, ihr für die Musikkapelle und den Kameradschaftsbund neu errichtetes Kulturhaus mit einer Ausstellung zu eröffnen.

Inhalt und Konzeption

Das Kulturhaus der Gemeinde Seggauberg befindet sich am Frauenberg bei Leibnitz, einem der wichtigsten archäologischen Fundplätze der Steiermark. Die Individualität dieses steirischen „Zauberbergs“ gab die Anregung für eine Ausstellungsphilosophie, die aus der Gegenwart des historischen Umfelds ebenso wie aus der Gegenwärtigkeit der historischen Münzen entsprang und für die Erläuterung eines Zeitverständnisses, das Geschichte im Sinne der Heideggerschen Gewesenheit nicht als Vergangenes in der Ferne, sondern als eigentümliches Element der Gegenwart auffasst und nicht mit dem negativen Terminus Vergangenheit („das, was nicht mehr ist, weil es einmal war“), sondern mit dem positiven Begriff Gewesenheit („das, was ist, weil es einmal gewesen ist“) operiert.

Im Mittelpunkt der Ausstellung standen 400 aus dem Münzkabinett des Landesmuseum Joanneum stammende Münzen der wichtigsten 100 römischen Herrscher von Augustus (27 v. Chr. – 14 n. Chr.) bis Anastasius (491 – 518 n. Chr.). Ihre Legung erfolgte nach den üblichen numismati-

schen, berücksichtigte aber auch ästhetisch-emotionale Kriterien: In sechs Säulenvitrinen wurde den Münzen mit Hilfe von Fachböden, die mit rotem Leinen bespannt waren, und einer attraktiven Beleuchtung die Aura gegeben, die ihnen als authentische Gegenstände zukommt. Ausgesuchte Stücke von besonderer Qualität wurden in einer zentralen Standvitrine so präsentiert, dass man dadurch, dass sie in eine Plexiglasplatte eingepasst waren, auch ihre Rückseiten und somit die unterschiedlichen Stempelstellungen sehen konnte.

Die auf diese Art und Weise auratisierten Münzen wurden durch eine Kombination aus Repliken, Texten und Bildtafeln kontextualisiert und interpretiert. Ausstellungsgebäude und -raum hatten dafür die idealen Voraussetzungen geschaffen. Das von Architekt Michael Kadletz im Auftrag des Landes Steiermark für die Gemeinde Seggauberg geplante Kulturhaus mit seiner unkonventionellen äußeren Hülle weist einen zentralen Innenraum auf, der sich als klassischer White Cube mit größtmöglicher Zurückhaltung dem Ausstellungsnarrativ unterordnete und so die Möglichkeit gab, eine großräumige Innenlandschaft zu entwerfen, welche die Deutung der Münzen unmittelbar offen legte.



Alexander Severus, Sesterz,
Rom, 222-229 n. Chr.



In ihrer interpretatorischen Ausrichtung beschränkte sich die Ausstellung auf ein klar gefasstes Thema:

Die Münzen sollten als Träger von Kaiserbildnissen präsentiert werden. Mit dieser Themenwahl war die Aufgabe verbunden, den Objekten einen Aspekt zu entnehmen, den sie als

„Spur“ unmittelbar in sich tragen, der quellenfachlich behandelt ist, dem aber im Ausstellungs- und Museumswesen wenig Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Die visuelle Aussagekraft der Münzbildnisse der römischen Kaiserzeit ist eine unmittelbar ansprechende. Die Münzbilder der Herrscher wurden **nach dem offiziellen Kaiserbild**, der imago imperatoris, gestaltet. In den Kaiserporträts wurde versucht, das unverwechselbare Aussehen der Herrscher abzubilden. In den Darstellungen spiegelt sich ihr Alter, Veränderungen in der Haar- und Barttracht finden ihren Niederschlag. So vermitteln uns die Münzbilder von Alexander Severus oder Gordianus III. einen Eindruck von der Jugend dieser Herrscher, zeigen die Darstellungen des Nerva ein hageres, von einer scharf gekrümmten Nase beherrschtes Profil oder bieten uns die Münzen des Antoninus Pius das Bild eines vornehmen und würdevollen Herrschers.



Blick in die Ausstellung

**Kaiserporträts
auf römischen
Münzen**



**Das Kulturhaus der Gemeinde Seggau
am Frauenberg bei Leibnitz
Foto: Walter Luttenberger**

Τῷ προσώπῳ μου αὐτὸς προστέθεικα τὸν βαθὺν τουτοῖ πώγωνα, δίκας αὐτὸ πραττόμενος οὐδενὸς μὲν ἄλλου, τοῦ δὲ μὴ φύσει γενέσθαι καλόν

Mit diesem Sachverhalt wurde der Ausstellungsraum semiotisch aufgeladen. An den beiden Stirnseiten des Raums wurden in einem Holzraster jeweils 15 Münzaverse auf großformatigen Bildtafeln gezeigt. Eine Längsseite des Ausstellungsraums diente dazu, Vergrößerungen von ausgewählten Münzen mit prägnanten Texten zu kombinieren, welche aus der griechisch-lateinischen Literatur von Plutarch bis Ammianus Marcellinus stammten und die auf den Münzen abgebildeten Herrscher zum Gegenstand hatten.

So wurde beispielsweise eine **Münze des Iulianus** (361 – 363 n. Chr.), der ganz bewusst als Demonstration seiner Rückbesinnung auf die alten heidnischen Traditionen und als sichtbares Zeichen seines Philosophentums anders als Constantinus I. und seine Söhne wieder einen Bart trug, mit einer Passage aus seiner Satire Misopogon („Der Barthasser“) kompariert, in welcher der Kaiser in meisterhafter Ironie gegenüber der Schickeria von Antiocheia vorgibt, sich aus reiner Eitelkeit einen Bart zugelegt zu haben:

„Ich habe meinem Gesicht aus keinem anderen Grund diesen Bart verabreicht als aus dem, weil ich es dafür bestrafen wollte, dass es nicht von Natur aus schön ist“.

Münzbild und Textsequenz treten hier gleichsam in einen Diskurs und ergänzen einander wechselseitig.

In einem weiteren Schritt der Schaffung von Bezügen und Zusammenhängen wurden den Münzbildern Porträtbüsten römischer Herrscher zur Begleitung gegeben, Leihgaben des Gipsfigurenkabinetts des Instituts für Archäologie der Karl-Franzens-Universität Graz, des Römisch-Germanischen Zentralmuseums in Mainz und des Savaria Múzeum Szombathely, um sie damit in sichtbare Parallele zur römischen Porträtkunst in der Großplastik zu setzen.

In der Ausstellung wurde auch Aufklärung darüber geboten, wie man sich verhalten soll, wenn man einen archäologischen Gegenstand, eine Münze oder Ähnliches gefunden hat. Das Landesmuseum Joanneum ließ sich bei dieser Aufklärungsarbeit von zwei Grundideen leiten: Zum einen von einem Gedanken, der in den Museen der USA entwickelt wurde, wonach dem einzelnen Bürger, aber auch der Bevölkerung einer Region das Museum durch so genannte Outreach-Programme näher gebracht wird, indem es sich der jeweiligen Lebenswirklichkeit annähert. Andererseits stand das Joanneum damit aber auch in der Tradition seines Stifters **Erzherzog Johann**, der im Jahr 1818 die Bewohner der Steiermark ersuchte, **Münzen an das vor Kurzem gegründete Joanneum zu senden** und dazu anmerkte:

„Die Wohltat der interessantesten Entdeckungen liegt oft in einigen, ja oft in einer einzigen Münze, welche die Unkunde in einen Winkel hinwirft, der Muthwille verunstaltet oder gar zerstört.“

Text:
Mag. Karl Peitler, Leiter der Münzensammlung des Landesmuseum Joanneum

Fotos:
Landesmuseum Joanneum, Walter Luttenberger



»Ich habe meinem Gesicht aus keinem anderen Grund diesen Bart verabreicht als aus dem, weil ich es dafür bestrafen wollte, dass es nicht von Natur aus schön ist.«



Der Erfolg der Ausstellung lässt sich nicht nur an der Besucherzahl allein ablesen, sondern wurde auch durch die positiven Rückmeldungen bestätigt, in denen Qualität und Ästhetik der Schau als sehr hoch beurteilt wurden. Dabei wurde der leitende Gedanke, mit den Münzen eine Porträtgalerie römischer Charakterköpfe darzustellen, von den Besucherinnen und Besuchern als besonderer Reiz der Ausstellung genannt.

Julianus, Maiorina, Heraclea, 361-363 n. Chr.

▼ Büste und Sesterz des Traianus



RUBENS

in wien



PETER PAUL RUBENS
(Siegen 1577 – 1640 Antwerpen)
„Das Pelzchen“
um 1635/40
KHM, Gemäldegalerie

3 MUSEEN. 100 GEMÄLDE

Liechtenstein Museum. Die fürstlichen Sammlungen
Gemäldegalerie der Akademie der bildenden Künste



KUNSTHISTORISCHES MUSEUM

5. Dez. 04 bis 27. Feb. 05, tägl. außer Mo 10 bis 18, Do bis 21 Uhr
Kunsthistorisches Museum, Maria Theresien-Platz, A-1010 Wien
Tel. + 43 1 / 525 24 - 407 · info.pr@khm.at · www.rubensinwien.at

Im Rahmen des gemeinsamen Ausstellungsprojekts „**RUBENS in Wien**“ zeigt die Gemäldegalerie des Kunsthistorischen Museums neben ihrem eigenen Bestand eine Reihe von sechs Leihgaben aus der Eremitage in St. Petersburg, die in besonderer Weise die Wiener Gemälde ergänzen sollen, entweder in thematischer Hinsicht, oder weil dadurch etwa Entwurfskizzen und aufgeführte Werke zusammengeführt werden können.

Karl Schütz



Peter Paul **RUBENS** im Kunsthistorischen Museum in Wien

Unter den großen Rubenssammlungen der Welt – neben den Museen in Antwerpen und Brüssel sind das vor allem die Alte Pinakothek in München, der Prado in Madrid, der Louvre in Paris und die Eremitage in St. Petersburg – nimmt die Gemäldegalerie des Kunsthistorischen Museums eine ganz besondere Stellung ein. Auf Grund der historischen und dynastischen Verbindungen der Niederlande mit den Habsburgern hat das Werk des größten flämischen Barockmalers in Wien einen Platz gefunden, wie er nur von der Heimatstadt des Künstlers Antwerpen übertroffen wird. Das Kunsthistorische Museum besitzt nicht nur Werke aus allen Schaffensperioden des Künstlers, auch die Vielfalt der verschiedenen Bildtypen, riesige Altarbilder, religiöse und mythologische Historien, Porträts, Landschaften, sowie Andachtsbilder und kleinformatige Entwürfe ist breit vertreten. Mit annähernd 40 Bildern ist sie zugleich eine der zahlenmäßig umfangreichsten Sammlungen von Werken des großen flämischen Malers.

Geschichtlicher Hintergrund

Die Niederlande waren seit Kaiser Maximilian I. habsburgisch und wurden durch Kaiser Karl V. der spanischen

Linie des Hauses übertragen. Die konfessionellen Auseinandersetzungen und der damit verbundene

Freiheitskampf der Niederländer hatten 1579 zu einer Spaltung des Landes in den spanischen, katholischen Süden und den selbständigen protestantischen Norden geführt. Seit 1596 wurden die Niederlande von Erzherzog Albrecht von Österreich (1559–1621), einem jüngeren Bruder Kaiser Rudolfs II. und seiner Gemahlin Infantin Isabella Clara Eugenia (1566–1633), einer Tochter König Philipps II. und zugleich Albrechts Cousine, regiert. Es gelang dem Regentenpaar 1609 einen zwölfjährigen Waffenstillstand mit den protestantischen Provinzen abzuschließen, um damit die Wirtschaft der durch die langen Kriege völlig verarmten und durch Flucht und Abwanderung der Bevölkerung geschwächten spanischen Niederlande, die einst zu den reichsten Ländern Europas zählten, zu stärken.

Auf Grund der historischen und dynastischen Verbindungen der Niederlande mit den Habsburgern hat das Werk des größten flämischen Barockmalers in Wien einen Platz gefunden, wie er nur von der Heimatstadt des Künstlers Antwerpen übertroffen wird.



Maler für Hof, bürgerliche Auftraggeber und den Jesuitenorden

Im gleichen Jahr wurde der eben von einem mehrjährigen Italienaufenthalt nach Antwerpen zurückgekehrte 32-jährige Rubens zum Hofmaler ernannt. Rubens war nicht in Brüssel, der Residenz der Erzherzöge, tätig, sondern blieb in seiner Heimatstadt Antwerpen, dem wirtschaftlichen und kulturellen Zentrum der südlichen Niederlande. Er gründete hier eine große Werkstatt und war nicht nur für die Regenten, sondern auch für bürgerliche Auftraggeber und vor allem aber für den Jesuitenorden tätig, der das Programm der Gegenreformation mit Nachdruck durchführte. Von den umfangreichen Kunstsammlungen Erzherzog Albrechts gelangte kein Werk unmittelbar in die Wiener Galerie, dafür umso mehr von den Aufträgen, die Rubens vom Jesuitenorden erhielt. Die Gruppe dieser Bilder wurde nach der Auflösung des Jesuitenordens 1776 für die kaiserliche Galerie gekauft und gelangte so nach Wien.

Die Sammlung Katharinas der Großen

Etwa zur gleichen Zeit entstand die Sammlung Katharinas der Großen in der Eremitage in St. Petersburg. **Zwischen 1760 und 1790 schuf die russische Kaiserin durch den Einsatz ihrer Diplomaten und Spezialagenten im Ausland eine der wichtigsten Pinakotheken Europas. Ihre Sammlung wuchs rasch, da sie im allgemeinen ganze Sammlungen anstelle von Einzelwerken kaufte.** Die flämische Malerei des 17. Jahrhunderts nahm unter den großen europäischen Kunstsammlungen, die Katharina erwarb, einen herausragenden Platz ein. Auf Katharina geht der Kern der flämischen Sammlung der Eremitage mit Gemälden von großen Meistern wie Rubens, van Dyck, Jordaens, Snyders und Teniers zurück. Die Werke dieser Künstler sind auch heute noch wesentlich für das Museum, auch wenn seine ausgedehnte Sammlung seither bedeutende Zuwächse erlebt hat und heute Werke von mehr als 140 flämischen Malern des 17. und 18. Jahrhunderts ihr eigen nennt. Der größte Teil dieser Gemälde kam im 18. Jahrhundert in das Museum, sodass der Kern der flämischen Sammlung dem Geschmack der Sammler jener Zeit entspricht.

Die Gemäldegalerie des Kunsthistorischen Museums:

Das Kunsthistorische Museum kann **Werke aus allen Schaffensperioden** von Peter Paul Rubens, sowie Beispiele sämtlicher Bildtypen, große Altarbilder, mythologische Historien, Porträts und Landschaften, erste Entwurfskizzen sowie monumentale Kompositionen zeigen. Rubens ging als junger dreiundzwanzigjähriger Maler nach Italien und blieb dort acht Jahre. Er war Hofmaler der **Gonzaga in Mantua**, hatte jedoch genug Freiheit, um auch in **Rom** und in **Genua** für kirchliche wie für private Auftraggeber tätig zu sein. Aus dieser ersten Phase der künstlerischen Tätigkeit stammen so gegensätzliche Werke, wie das „*Bildnis Herzog Vincenzos II. Gonzaga*“, ein Fragment aus dem 1604/5 vollendeten monumentalen Epitaphaltar der Familie Gonzaga aus Santissima Trinità in Mantua, das erst 1908 für die Gemäldegalerie des Kunsthistorischen Museums erworben werden konnte und die „*Anbetung der Hirten*“ aus der Eremitage, ein modello, das heißt ein endgültiger und damit weitgehend ausgeführter Entwurf für das Altarbild der Oratorianer in Fermo, mit dem Rubens vom Orden des hl. Filippo Neri im Jahr 1608 beauftragt wurde.

Der flämische Barockstil

1608 kehrte Rubens aus Italien nach Antwerpen zurück, bald darauf wurde er von den Regenten Albrecht und Isabella zum Hofmaler ernannt, erhielt aber auch von Antwerpener Bürgern und kirchlichen Institutionen wichtige Aufträge. Die „Verkündigung an Maria“ entstand 1609 und war damit der erste Auftrag, den Rubens vom Antwerpener Jesuitenkolleg erhielt. Die voluminöse Körperlichkeit der Figuren, ihre überwältigende physische Präsenz und der vehemente Schwung ihrer Bewegung macht dieses Bild zu einem der ersten Zeugnisse des von Rubens begründeten flämischen Barockstils. Wenige Jahre später malte Rubens die große „Himmelfahrt Mariens“, die in einem langwierigen und komplizierten Entstehungsvorgang zuerst als Altarbild für die Antwerpener Kathedrale bestimmt war und schließlich in der Marienkapelle der Antwerpener Jesuitenkirche ihren Aufstellungsort fand, bis sie 1776 in die Wiener Galerie kam. Die beiden größten Gemälde von Rubens im Kunsthistorischen Museum sind die beiden Bilder mit den „Wundern des hl. Ignatius von Loyola“ und den „Wundern des hl. Franz Xaver“ für den Hochaltar der 1615-21 erbauten Jesuitenkirche in Antwerpen. Sie kamen ebenfalls 1776 nach Wien und waren der Anlass, die kaiserliche Galerie, die sich bis dahin in der Stallburg befunden hatten, im Oberen Belvedere neu einzurichten als damals modernste Galerie Europas, die als erste der Entwicklung der Malerei folgend nach Malschulen aufgestellt war. Rubens hatte die mit Hilfe der großen und gut organisierten Werkstatt ausgeführten Bilder sorgfältig durch Entwürfe in kleinem Format vorbereitet, die neben den großen Altarbildern ausgestellt sind und den Entstehungsvorgang nachvollziehen lassen. Rubens hatte für die

»Im „Venusfest“ beweist Rubens seine **humanistische Bildung**, die ihm erlaubt, **Bilderfindungen der Renaissance** mit verschiedenen **antiken Textquellen** souverän zu kombinieren, daraus aber **kein trockenes Lehrstück, sondern mitreißende Malerei** von höchstem koloristischen Reichtum entstehen zu lassen.«

Jesuitenkirche nicht nur die Hochaltarbilder gemalt, sondern den gesamten malerischen Schmuck mit Deckenbildern in den Seitenschiffen und Emporen ausgeführt, der allerdings dem Brand der Kirche 1718 zum Opfer fiel. Einige Ölskizzen in kleinem Format für diese Bilder haben sich in der Gemäldegalerie der Akademie der bildenden Künste in Wien erhalten.

Das zweite Jahrzehnt des 17. Jahrhunderts

In der ungemein fruchtbaren Periode des zweiten Jahrzehnts des 17. Jahrhunderts entstand eine Reihe weiterer Bilder der Wiener Galerie, wie das vor kurzem restaurierte Altarbild mit der „**Begegnung des hl. Ambrosius und Kaiser Theodosius**“, das engste stilistische Zusammenhänge mit dem „**Decius Mus-Zyklus**“ der Sammlungen des Fürsten Liechtenstein zeigt oder die „**Vier Ströme des Paradieses**“, die mit den allegorischen Figuren der Flüsse und den begleitenden Tieren die kosmopolitische Atmosphäre der einstmals so bedeutenden Hafenstadt Antwerpen wiedergeben. Dieses bekannte Bild wird traditionell als die Vier Weltteile bezeichnet, hat aber vor kurzem eine neue überzeugendere Deutung als die vier Flüsse des Paradieses, mit den großen Strömen der antiken Welt, Nil, Euphrat, Tigris und Ganges gefunden. Vergleichbar mit diesem Werk ist die große allegorische Darstellung „**Verbindung von Erde und Wasser**“ aus der Eremitage mit den Personifikationen des Flusses Schelde und der Stadt Antwerpen. In typisch barocker Weise wird ein abstrakter Gedanke, hier der Wunsch nach Frieden und wirtschaftlichem Wohlstand, durch den florierenden Flusshafen der Handelstadt Antwerpen, mit kraftvollen und mächtigen Figuren dargestellt.

Dekorative Jagddarstellungen und Spätwerk

Rubens schuf eine Reihe von großen dekorativen Jagddarstellungen, in denen der dramatische Kampf mit gefährlichen wilden Tieren zu lebensgefährlichen und oft tödlichen Situationen führt. Der Skizze zur „**Löwenjagd**“ aus der Eremitage steht eine große Version der Eberjagd – hier eingekleidet in die mythologische Szene der „**Jagd von Meleager**

und **Atalante**“ – im Kunsthistorischen Museum gegenüber.

Auch eines der Hauptwerke der späten Schaffenszeit von Rubens, der „**Ildefonso-Altar**“ gelangte mit dem Ankauf von 1776 nach Wien. Der in den Jahren zuvor als Diplomat und politischer Ratgeber vielbeschäftigte Maler hatte sich um 1630 von seinen öffentlichen Aufgaben zurückgezogen, um sich ausschließlich der Malerei zu widmen. Wie schon in den großen Altären seiner Frühzeit für die Antwerpener Kathedrale griff Rubens auch bei diesem Altar, den die Regentin der Niederlande, Isabella Clara Eugenia zum Gedenken für ihren verstorbenen Gemahl Albrecht für die Kirche der Bruderschaft des hl. Ildefonso in Brüssel gestiftet hatte, auf den spätmittelalterlichen Typus des Flügelaltars zurück. Eine frühere Formulierung des Bildgedankens, der noch nicht die traditionelle und wahrscheinlich auf den Wunsch der Auftraggeber zurückgehende Form des Triptychons gefunden hatte, liegt in der „**Entwurfsskizze für den Ildefonso-Altar**“ aus der Eremitage vor.

Aus dem letzten Jahrzehnt der Tätigkeit von Rubens, der 1640 starb, stammt eine Reihe weiterer Werke, welche die Vielfalt der künstlerischen Interessen und Fähigkeiten von Rubens zeigen. Im „**Venusfest**“ beweist Rubens seine humanistische Bildung, die ihm erlaubt, Bilderfindungen der Renaissance mit verschiedenen antiken Textquellen souverän zu kombinieren, daraus aber kein trockenes Lehrstück, sondern mitreißende Malerei von höchstem koloristischen Reichtum entstehen zu lassen.

Kunst und Politik

Eine Gruppe von fünf Bildern steht im Zusammenhang mit der Festdekoration zum **feierlichen Einzug des Kardinalinfanten als neuer spanischer Statthalter in Antwerpen**. Hier zeigt sich noch einmal das Organisationstalent des Malers, dem im Auftrag der Stadt Antwerpen die künstlerische Leitung des Einzugs oblag, aber auch die Fähigkeit, politische Aussage in einer Bilderfindung festzuhalten. Als im November 1634 die Stadt Antwerpen beschloss, Kardinal-Infant Ferdinand, den neu ernannten und eben in den Niederlanden eingetroffenen Statthalter einzuladen, den seit Jahrhunderten traditionellen feierlichen Einzug in die Stadt zu halten und Rubens mit der künstlerischen Gesamtleitung des Unternehmens beauftragte, war ursprünglich aufgrund der

Die größte Rubens-Schau der Welt.

Peter Paul Rubens (Siegen 1577 – 1640 Antwerpen)

5. Dezember 2004 bis 27. Februar 2005



KUNSTHISTORISCHES MUSEUM

Maria Theresien-Platz

1010 Wien

Helena Fourment („Das Pelzchen“)

um 1635/40

Öl auf Eichenholz

© Kunsthistorisches Museum,
Wien/Fotoatelier – Zeisler, Ritter

schlechten wirtschaftlichen Lage nur eine bescheidene Feierlichkeit geplant. Doch Rubens nützte die Gelegenheit, um ganz im Gegenteil zur ersten Planung den Einzug zu einer künstlerischen Manifestation der einstigen Größe und des Reichtums Antwerpens werden zu lassen, indem er nicht nur große, sondern auch großartige, wenn auch ephemere Festdekorationen für die Straßen Antwerpens entwarf. Von den vielen im Lauf der Jahrhunderte in den niederländischen Städten von verschiedenen Künstlern gestalteten feierlichen Einzügen blieb nur dieser eine in der Erinnerung der Nachwelt lebendig – und das allein aufgrund der künstlerischen Leistung von Rubens. Der Künstler entwarf für die einzelnen Dekorationen, Triumphbögen und Bühnenaufbauten, die so-

wohl als Arbeitsbehelf für die Zimmerleute, welche den Aufbau der nur zu diesem festlichen Anlaß errichteten und anschließend wieder demontierten Konstruktionen durchführten, wie für die Maler, welche die eingefügten Bilder herstellten, diente, eine Reihe von gemalten Skizzen, die in der Sammlung der Eremitage erhalten blieben und von denen wir zwei in der Ausstellung zeigen können, den „Entwurf für die Rückseite des Ferdinandsbogens“ und den „Entwurf für die Vorderseite des St. Michaelsbogens“ mit der Darstellung des Herkules am Scheideweg. Von den vielen großen Gemälden, die für die Dekoration der Triumphbögen notwendig waren, hatte eine ganze Gruppe von Antwerpener Malern unter der Leitung von Rubens zusammengearbeitet. Aber auch Rubens selbst hat einige Kompositionen, die ihm besonders wichtig erschienen, eigenhändig selbst ausgeführt. Dazu gehört „Die Begegnung König Ferdinands von Ungarn mit dem Kardinalinfanten Ferdinand vor der Schlacht bei Nördlingen“. Dieses Bild wurde dem Kardinalinfanten nach Abbau der Dekorationen als Geschenk überreicht und blieb damit in der kaiserlichen Galerie erhalten.

Private Dokumente

Es seien noch drei Bilder erwähnt, die als höchst private Dokumente große malerische Kunstwerke darstellen: Die dramatische „Gewitterlandschaft mit Jupiter, Merkur, Philemon und Baucis“ entstand ohne Auftrag aus reinem persönlichen Interesse des Malers an der Landschaft, der „Schlosspark“ hält das gesellige Leben im Landhaus des Künstlers außerhalb von Antwerpen fest, das „Pelzchen“, (Abb. links) wahrscheinlich das berühmteste Bild von Rubens im Kunsthistorischen Museum zeigt seine zweite Frau Hélène Fourment, wie sie in der Gestalt der antiken Venus pudica – eine Liebeserklärung an seine Gemahlin aus dem Geist des Humanismus – in einen schnell übergeworfenen Pelz eingehüllt aus dem Bad kommt und schließlich dem „Selbstbildnis“ aus den letzten Lebensjahren, in dem sich Rubens nicht als Maler, sondern als Aristokrat darstellt, der durch künstlerisches Genie und hohe Intelligenz die Nobilitierung erreichte.

Text: Dr. Karl Schütz

Direktor der Gemäldegalerie/Kunsthistorisches Museum

Fotos: KHM

RUBENS IN WIEN.

www.rubensinwien.at

3 Museen. 100 Gemälde.

Die größte Rubens-Schau der Welt.

Peter Paul Rubens (Siegen 1577 – 1640 Antwerpen)

5. Dezember 2004 bis 27. Februar 2005

KUNSTHISTORISCHES MUSEUM

Maria Theresien-Platz

1010 Wien

www.khm.at

Gemäldegalerie der

AKADEMIE DER BILDENDEN KÜNSTE WIEN

Schillerplatz 3

1010 Wien

www.akademiegalerie.at

LIECHTENSTEIN MUSEUM. Die Fürstlichen Sammlungen.

Liechtenstein Museum GmbH

Fürstengasse 1

1090 Wien

www.liechtensteinmuseum.at



Gemäldegalerie der
AKADEMIE DER BILDENDEN KÜNSTE WIEN
Schillerplatz 3, 1010 Wien

Boreas entführt Oreithyia, um 1615

© Gemäldegalerie der Akademie der bildenden Künste, Wien

Landesmuseum
Burgenland

Vor-
schau:



Russenzeit. Burgenland 1945-1955

Das Burgenland gehörte in den Jahren 1945 bis 1955 zur sowjetischen Besatzungszone. Diese Tatsache nahm Einfluss auf Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft des Landes. Die Ausstellung „Russenzeit. Burgenland 1945-55“ versucht spezifisch burgenländische Aspekte dieser Zeit herauszuarbeiten und setzt dabei den Fokus auf den Bereich der Alltagskultur.

Landesmuseum Burgenland,
Museumgasse 1-5, 7000 Eisenstadt
Tel.: 02682 / 600-1234
landesmuseum@bgld.gv.at
www.burgenland.at/russenzeit

geöffnet:
Di-Sa 9-17.00 Uhr, So u. Feiertag 10.00-17.00 Uhr
Eröffnung: 14.4.2005

15.4.2005 – 17.7.2005



Museumsmarketingseminar im Landesmuseum Kärnten

Ist ein effizientes Museumsmarketing ohne Besucherforschung möglich?

Überaus erfolgreich und mit dem Versprechen einer Fortführung ging kürzlich ein vom Landesmuseum Kärnten initiiertes und organisiertes Museumsmarketingseminar in Klagenfurt zu Ende. Dort trafen sich Marketingvertreter von Museen aus ganz Österreich und diskutierten die Notwendigkeit von Besucher- und Marktforschung als Grundlage einer effizienten und effektiven Museumsmarketingstrategie.

Im zähen Ringen um Besucher liegen Museen im Wettstreit mit anderen Freizeiteinrichtungen und müssen daher verstärkt zielgruppenspezifisch und serviceorientiert agieren. Erst das Wissen über Besucher und Besuchergruppen, deren Bedürfnisse, Gewohnheiten und Wünsche erlaubt eine Zielgruppensegmentierung und die Entwicklung von internen und externen Kommunikationsstrategien, die erfolgreiche Museen von heute ausmachen.

Hauptredner war der aus Großbritannien angereiste **Andrew McIntyre, Präsident der Visitor Studies Group und Geschäftsführer der international tätigen Consultingfirma Morris Hargraeves McIntyre**. Er präsentierte seine innovativen Besucherbefragungsmethoden, die er bei Arbeiten mit Museen wie dem **Victoria & Albert Museum** oder der **Tate Gallery** entwickelte. McIntyre sprach von vielen unterschiedlichen Besuchsmotiven, aus welchen man **vier Besuchertypen herauslesen kann: den sozial, intellektuell, emotional oder spirituell motivierten Museumsbesucher**. Diese Typen stimmen wiederum mit der von Maslow entwickelten Pyramide der menschlichen Bedürfnisse überein und müssen in der Gesamtstrategie eines Museums ihre Berücksichtigung finden.

Ziel des Seminars war es, unterschiedliche Methoden der Besucherforschung kennen zu lernen, eine Diskussion über Benchmarking und Daten- bzw. einen Erfahrungsaustausch im Bereich Museumsmarketing in Gang zu setzen und in weiterer Folge die Gründung einer österreichweiten Museumsmarketinggruppe zu initiieren.

Organisator Christian Waltl sprach von „einem außerordentlich spannenden und lehrreichen Seminar, das sowohl über letzte Besucherforschungstrends als auch über die Verbindung von Marketing und Besucherforschung Einblick verschaffte“.



Andrew McIntyre



Eine Botschaft war unüberhörbar: Museen können nur dann langfristig erfolgreich sein, wenn sie mehr auf die Bedürfnisse der Besucher eingehen und dementsprechend Serviceleistungen anbieten sowie Ausstellungen interaktiver und besuchergerechter gestalten. Was Marketing erreichen und wie Besucherforschung als Evaluierungsinstrument am besten strategisch eingesetzt werden kann, darüber wurde ein Denkprozess eingeleitet, der noch lange nicht abgeschlossen ist. Weitere Seminare zu diesem Thema werden folgen!

Unterlagen und nähere Infos zum Seminar erhalten sie von Mag. Christian Waltl, Landesmuseum Kärnten, Museumgasse 2, 9021 Klagenfurt

christian.waltl@landesmuseum-ktn.at
www.landeseuseum-ktn.at

■ Highlight an der Wiener Ringstraße:

MAKlite

Die einzigartige permanente Lichtinstallation „MAKlite“ des amerikanischen Künstlers James Turrell verleiht dem MAK Wien eine neue Dimension sinnlicher Wahrnehmung. Das Gebäude am Stubenring wird seit dem 23. November 2004 von einem inneren Licht erfüllt, das gleichzeitig seine architektonische Wirkung unterstreicht. Bereits im Jahr 1998, im Rahmen der MAK-Ausstellung „the other horizon“, erarbeitete Turrell gemeinsam mit Peter Noever, Direktor des MAK, dieses beispiellose Konzept. Die Technologie für das Projekt entwickelte der Florentiner Kunstlicht-Experte Targetti, dessen „Targetti Light Art Collection“ zeitgleich zur Eröffnung von „MAKlite“ unter dem Titel „MEHR LICHT. Targetti Light Art Collection im MAK“ in der MAK-Ausstellungshalle gezeigt wird.

**MEHR LICHT im
MAK Wien.
James Turrell und
Paolo Targetti**

„MAKlite“ setzt konsequent die Positionierung des MAK zwischen Tradition und Experiment fort. 1871 als erster Museumsbau am Wiener Ring eröffnet, im Stil der florentinischen Renaissance von Heinrich von Ferstel entworfen, lebt das MAK ein vorbildloses Zusammenspiel von Bewahrung des künstlerischen Erbes und Offenheit für zeitgenössische Strömungen in Kunst und Architektur. James Turrell artikuliert im Sinne einer modernen Ikonografie sowohl die inhaltliche Aufgabe des MAK als Kunstinstitution als auch seine Architektur.

Die Installation von **James Turrell** illuminiert die Fensteröffnungen des MAK gleichmäßig mit intensivem Licht. Gleichzeitig pulsiert es – farblich genauestens von Turrell determiniert –, ausgehend vom Mittelrisalit um den gesamten Trakt, sodass die massive Ziegelsteinfassade in ihrer statischen Geschlossenheit durchdrungen wird. Dieses aus dem Inneren nach außen strahlende Leuchten steht der herkömmlichen Flutung mittels Scheinwerfern diametral gegenüber und stellt somit eine architektonische Intervention dar. In der den Arbeiten Turrells eigenen Vorgangsweise macht die MAK-Installation dem Betrachter die doppelte Erfahrung von Realem und Virtuellem zugänglich.

James Turrell gilt als einer der bedeutenden Künstler unserer Zeit. In seiner lebenslangen Auseinandersetzung mit dem Phänomen Licht beherrscht er es – unter weitestgehendem Verzicht auf Materialität und Objektivität –, mit den Mitteln physikalischer Präzision, Realität und Virtualität miteinander zu verschmelzen. An die Grenzen der Metaphysik stößt Turrell mit dem Roden Crater, einem der ehrgeizigsten Landart-Projekte der Welt in einem erloschenen Vulkan inmitten der Weite Arizonas.

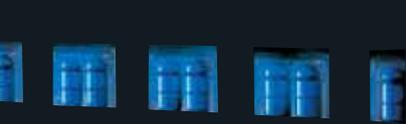
Das MAK widmet James Turrell einen Schwerpunkt: Zeitgleich mit der MAK-Fassadeninstallation erfolgt die Aufstellung seines Skyspace „The other Horizon“ (1998) im Park der MAK-Expositur Geymüllerschlüssel, Wien 18.

MAK-SCHAU: MEHR LICHT. TARGETTI LIGHT ART COLLECTION IM MAK

Die Umsetzung der technisch und finanziell aufwändigen James-Turrell-Installation „MAKlite“ an der MAK-Fassade wurde erst durch das Engagement von Targetti möglich. Targetti wurde unter anderem mit der Beleuchtung der Notre-Dame in Paris oder des „Letzten Abendmahls“ von Leonardo da Vinci in Mailand betraut.

„Wir weigern uns, Kunst und Wissenschaft als getrennte und klar unterscheidbare Bereiche zu betrachten und daher anzuerkennen, dass Projekte aus dem einen Bereich nicht zum anderen gehören können. Künstler nehmen wissenschaftliche Erfindungen vorweg und wissenschaftliche Experimente rufen künstlerische Leistungen hervor“

(Lucio Fontana, Manifesto spaziale, 1947)



VITTORIO MESSINA
Foto: © Capelli, Targetti/MAK



Die Targetti Light Art Collection wird mit der MAK-Ausstellung „MEHR LICHT. Targetti Light Art Collection im MAK“ erstmals in Österreich präsentiert. Initiiert von Paolo Targetti, werden seit 1988 Künstler eingeladen, Arbeiten zu schaffen, in denen das Licht sowohl Thema als auch Medium ist. **Olafur Eliasson** etwa abstrahiert den Nachthimmel, seine Arbeit lässt ein „Nachglühen“ der Anordnung der Lampen auf der Netzhaut entstehen. **Kristin Jones und Andrew Ginzel** thematisieren den Lauf der Zeit und die Idee der Ewigkeit. **Anne und Patrick Poirier** widmen ihre Arbeit den Opfern der Massenmorde von Kambodscha, und **Gilberto Zorio** lässt schwarzes Licht sich langsam sternförmig ausbreiten, bis es von einem Schauer weißen Lichts wieder neutralisiert wird. Künstler aus insgesamt zehn verschiedenen Ländern, darunter **Rivka Rinn, Vittorio Messina, Donatella Mei, Lena Liv, Werner Klotz, Fabrizio Corneli** oder auch anerkannte Nachwuchskünstler wie **Shinji Yamamoto, Attilio Tono, Ferrario Freres oder Fabrizio Rivola** sind in der Targetti Light Art Collection vertreten.

Die Sammlung entstand „inspiriert von dem Wunsch, die Dimensionen einer Welt auf die Kunst auszuweiten, die nicht auf die engen Räume der Wissenschaft und Technik begrenzt bleiben kann“, so Paolo Targetti.

Als Anregung sollte **Lucio Fontanas** Vergleich von künstlerischem Schaffen und industrieller Fertigung dienen: „Wir weigern uns, Kunst und Wissenschaft als getrennte und klar unterscheidbare Bereiche zu betrachten und daher anzuerkennen, dass Projekte aus dem einen Bereich nicht zum anderen gehören können. Künstler nehmen wissenschaftliche Erfindungen vorweg und wissenschaftliche Experimente rufen künstlerische Leistungen hervor“ (Manifesto spaziale, 1947).

Kuratiert wird die Targetti Light Art Collection, die in der Lighting Academy La Sfacciata zu Hause ist, von **Amnon Barzel**, dem ehemaligen Direktor des Museo Pecci in Prato und des Jüdischen Museums in Berlin.

Die Targetti Light Art Collection war unter anderem auf der Expo 2000 als Botschafter für außergewöhnliche Lichtkultur zu Gast und wurde mit dem Guggenheim Wirtschafts- und Kulturpreis ausgezeichnet.

Zur MAK-Ausstellung „MEHR LICHT. Targetti Light Art Collection im MAK“ erscheint eine Publikation.

www.MAK.at

JOURNAL

JOURNAL / TIPPS

Schloss Ambras

Die Sankt Nikolaus Kapelle von Schloss Ambras

Die wechselhafte Geschichte der St. Nikolauskapelle von Schloss Ambras reicht bis ins 14. Jh. zurück. Nach ihrer ersten Weihe im Jahr 1330 folgten zahlreiche Umbauten. So wurde die Kapelle unter Erzherzog Ferdinand II. (1529-1595) im Zuge der Adaptierungen des Schlosses für seine nicht standesgemäße Ehefrau Philippine Welser nachhaltig umgestaltet. Das heutige Erscheinungsbild der Kapelle geht aber auf das 19. Jh. zurück, als der Statthalter von Tirol, Erzherzog Karl Ludwig (1832-1896), die schadhafte Wandmalereien des 16. Jhs. abschlagen ließ und eine allgemeine Neugestaltung in Auftrag gab. Der Innsbrucker Maler August Wörndle malte die Kapelle „al secco“ aus. Dabei orientierte er sich stilistisch an den Nazarenern, ikonographisch an den ursprünglichen Malereien des 16. Jhs. Nach seinen Entwürfen schuf die Innsbrucker Glasmalerschule die bunt leuchtenden Glasfenster. Ebenfalls aus dieser Zeit stammen die Kirchenbänke und der neugotische Altar mit der Statue des Heiligen Nikolaus vom Bildhauer Michael Stolz. Mit ihrer neugotischen Ausstattung stellt die Kapelle im Schloss ein wichtiges Bindeglied vom Mittelalter über die Renaissance bis zur jüngeren Vergangenheit dar.



Christi Geburt, Wandgemälde, August Wörndle, 1867



Kapellenraum, im Hintergrund der Sankt Nikolaus-Altar

Im unmittelbar anschließenden, durch zwei Rundbögen verbundenen Kapellenvorraum wird der Kapellenschatz präsentiert: bis ins 14. Jh. zurückgehende Ablassbriefe, wertvolle gotische Skulpturen, kostbares Augsburger Kirchengesilber, seltene, reich bestickte Messgewänder aus dem 16. Jh. u.a.m. Im Zuge der Einrichtung eines Museums im Schloss Ambras wurden 1880 vor allem gotische Exponate aus den Beständen der Wiener kaiserlichen Sammlungen nach Innsbruck geholt und auch Ankäufe aus Privatbesitz getätigt. Neben Objekten, die unmittelbar zur Kapellenausstattung gehören, stammen einige der gezeigten Stücke aus diesen Provenienzen. Der Kapellenvorraum bildet damit eine sinnvolle Ergänzung zur Ausstellung spätmittelalterlicher Bildwerke, die seit 1996 im gegenüberliegenden Bergfried präsentiert wird und deren Prunkstück der Georgsaltar Kaiser Maximilians I. ist.

Als der neugotische Altar der Schlosskapelle bei Renovierungsarbeiten im Jahr 2004 vorübergehend entfernt wurde, kam der gemauerte mittelalterliche Altar zum Vorschein, in dessen Unterbau ein Sepulcrum, ein „Reliquiengrab“, entdeckt wurde. Es besteht aus einem kleinen, mit geprägtem

Leder bezogenen Holzkästchen, das als Jahr der Einmauerung 1566 angibt. Im Inneren des Kästchens sind 15 beschriftete Papierbriefchen mit Reliquien verwahrt. Die Beschriftungen sind teils in lateinischer, teils in deutscher Sprache verfasst. Das Kästchen soll, nachdem es einige Zeit in der Ausstellung präsentiert wurde, wieder im Altar eingemauert werden.

Die vom Kunsthistorischen Museum veranlasste Restaurierung der seit vielen Jahren nicht mehr zugänglichen Kapelle wurde von der Landesgedächtnisstiftung, dem Bundesdenkmalamt, der Burghauptmannschaft, dem Stift Wilten, der Pfarre Ambras, dem Land Tirol und der Stadt Innsbruck unterstützt.

Die Kapelle soll nicht nur musealen Zwecken dienen: Neben Taufen und Hochzeiten lässt die Pfarrgemeinde Ambras auch die für viele Jahre unterbrochene Tradition einer jährlichen Sankt Nikolaus-Messe wieder aufleben.

Margot Rauch
Schloss Ambras
Schloss Straße 20
A-6020 Innsbruck,
Tel +43/ 01/ 525 24 -742
Mail margot.rauch@khm.at

Klosterneuburg

Krippen aus Böhmen, Mähren und Schlesien

Der Heilige Franziskus von Assisi stellte im Jahre 1223 zum ersten Mal die Geburt Christi mit plastischen Figuren dar. Ab 1562 findet man erstmalig nördlich der Donau die Weihnachtskrippe in der Kirche St. Klement zu Prag. Besonders blühte die „Herrgottschnitzerei“ als Missionsmittel der Jesuiten, die in der Zeit der Gegenreformation die ersten Krippen vom Mittelmeerraum nach Böhmen, Mähren und Schlesien brachten.

Anfangs, in der Zeit der Gotik und der Renaissance, blieben die Krippen das ganze Jahr in den Kirchen aufgestellt. Im Barock waren die lebensgroßen, holzgeschnitzten Figuren beweglich und die „Wechselkrippe“ entwickelte sich. Die Szenerie wurde vom Advent bis Mariä Lichtmess der Liturgie angepasst. Besonderen Reiz hatte die Krippe am heiligen Abend und diente dazu, die Gläubigen zur Christmette anzulocken.

Zu Beginn des 18. Jhs. entstanden gewaltige, prunkvolle Kulissenkrippen, welche die ganze Kirchenapsis füllten. Berühmte Maler und Architekten waren an der Erschaffung dieser Kunstwerke beteiligt. Ende des 18. Jhs. wurde wegen der Verbote der Aufklärung unter Josef II. die kirchliche Krippenpflege eingestellt, und die figürliche Darstellung der Geburt des Menschensohnes im Stall von Bethlehem tauchte fast weltweit in den Häusern von Bürgern, Handwerkern und Bauern auf. Das verspätete „Volksbarock“ sollte sich noch weit über das eigentliche Zeitalter des Barock hinaus behaupten.

Im Biedermeier ging die städtisch-volkstümliche Krippenkunst durch die Industrialisierung allmählich in die Krippenerneuerung des 20. Jhs. über. Als der Bergbau in den Sudetenländern immer mehr zurückging, verlegte man sich in Heimarbeit auf Klöppeln und Krippenschnitzen. In den Krippenmacherfamilien des waldreichen Adlergebirges arbeitete man das ganze Jahr hindurch, nur im Sommer unterbrach man für einige Tage, um das Winterheu

Simultankrippe aus Trebitsch, Mähren um 1850, Leihgabe Stadtmuseum Tulln

für die Ziegen einzubringen. Die Figuren (auch „Männln“ genannt) fanden bei Verlegern und Händlern ihren Absatz und wurden auch bis nach Amerika exportiert.

Die Rückkehr der Weihnachtskrippe in den Sakralraum fand Ende der Josefinischen Zeit statt und erfasste sowohl die katholische Welt als auch die der Protestanten. Der neue Zeitstil der „Morgenländischen Figurenkrippe“ wurde vom Maler Josef Ritter von Führich (1800-1876) aus Kratzau/ Böhmen und seinen Tiroler Schülern eingeleitet und von den damals florierenden Kunstanstalten und den staatlich geförderten Schnitzschulen geprägt. Sein Höhepunkt lag in den Jahren zwischen den beiden Weltkriegen, in denen die Krippenvereine diesen Stil übernahmen.

Nach 1945 wurde von Krippenforschern viel über abenteuerlich im Fluchtgepäck gerettete und nach der Erinnerung neu erschaffene Krippen berichtet. In den folgenden Jahren eroberte sich die Weihnachtskrippe die Museen - sie ist ausstellungsreif geworden und weltweit auf Krippenschauen anzutreffen und zu bewundern.

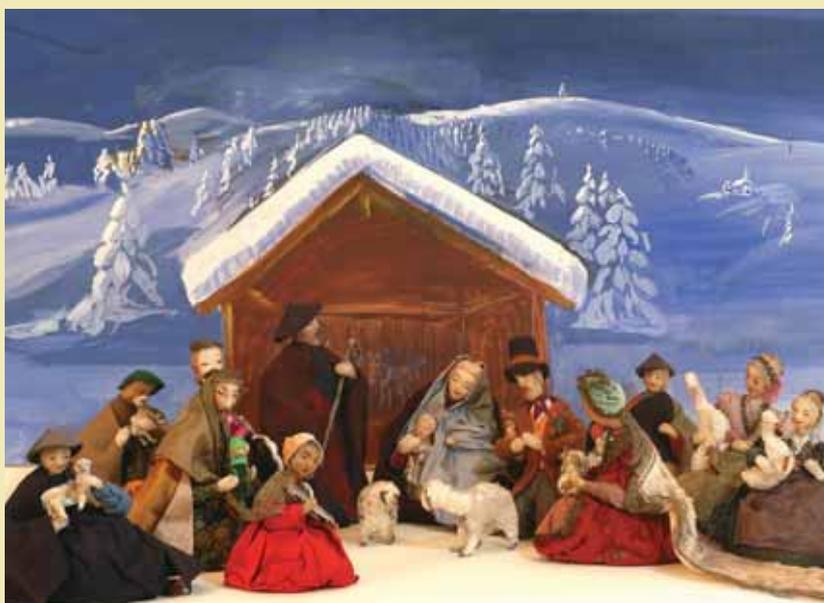
Die Exponate dieser Ausstellung geben



einen Überblick über das rege Schaffen von Krippen in den vergangenen 150 Jahren. Als Besonderheit ist die große Trebitscher Papierkrippe, Leihgabe aus dem Stadtmuseum Tulln in Niederösterreich zu sehen. Weiters kann man über Klöppelspitzen, Gablonzer Christbaumschmuck und dem „Gnadenreichen Prager Jesulein“ Interessantes erfahren.

„Krippen aus Böhmen, Mähren und Schlesien“
bis 15. März 2005

Mährisch-Schlesisches
Heimatmuseum
Schießstattgasse 2
A-3400 Klosterneuburg
Di 10-16 Uhr
Sa 14-17 Uhr,
So, Fei 10-13 Uhr
Tel +43/ 2243/ 444 -287 (zu ÖZ)
und +43/ 2242/ 387 70



Krippe aus Jägerndorf, Österreich, Schlesien um 1950.

Büro der Erinnerungen

Das „Büro der Erinnerungen“ am Landesmuseum Joanneum

Vom Erfolgsprojekt zur Institution:
Die Ausstellung „Berg der Erinnerungen“ zählte zu den erfolgreichsten Projekten von „Graz 2003 - Kulturhauptstadt Europas“. Das innovative kulturwissenschaftliche Konzept und die engagierte und begeisterte Beteiligung der Grazer Bevölkerung machten es möglich, ein einzigartiges Bild der jüngsten Geschichte von Graz zu schaffen. Die über 100.000 BesucherInnen sowie eine europaweite Berichterstattung ließen die Forderungen nach einer Weiterführung und Fortentwicklung des Projektes wiederholt laut werden.

Gedächtnisforschung multimedial:
Im Februar 2004 entschloss sich das Landesmuseum Joanneum, diese außergewöhnliche Sammlung „lebendigen historischen Wissens“ zu erwerben und zu einer Institution der steirischen Gedächtnisforschung weiter zu entwickeln. Aufgrund der kulturwissenschaftlichen und vor allem multimedialen Ausrichtung des Projektes wurde das „Büro der Erinnerungen“ Teil des Bild- und Tonarchives am Landesmuseum Joanneum.

Suche nach „steirischen Identitäten“:
Seit November 2004 begibt sich das „Büro der Erinnerungen“ auf die Suche nach dem „Kommunikativen Gedächtnis“; eine Suche, die sich über die Grazer Stadtgrenzen hinaus auf die

gesamte Steiermark ausdehnen wird und alle Steirerinnen und Steirer dazu einlädt, an ihrer Landesgeschichte selbst mitzuschreiben. Entstehen soll dabei langfristig ein auf Erzählungen, Fotos, Filmen und Dokumenten basierendes digitales Archiv, das sich ständig verändert und wächst; und so als eine Gedächtnisstütze steirischer Alltags- und Geschichtskulturen fungieren kann.

Vernetzte Gedächtnis- und Erinnerungskulturen als zeitgenössischer Trend:
Die Auseinandersetzung mit identitätsstiftenden Konzepten wie „Erinnerung“ und „Gedächtnis“ erlebte in den letzten Jahren eine beeindruckende Konjunktur und avancierte zu einem der wichtigsten kulturgeschichtlichen Forschungsschwerpunkte der Postmoderne, oder - wie in den letzten Jahren auch häufig zu lesen - der „Zweiten Moderne“. Das „Büro der Erinnerungen“ am Landesmuseum Joanneum sieht als wissenschaftliche Institution auch hier seine Aufgabe, sich diesem Phänomen anzunehmen und die Vernetzung unterschiedlicher Projekte im Bereich der Erinnerungsforschung und der „klassischen“ Oral History zu fördern.

Das „Büro der Erinnerungen“:
Neben seiner Suche nach Erinnerungen und deren wissenschaftlicher Aufbereitung - die projekteigene Datenbank ist im Internet unumschränkt zugänglich und erfährt so absolute Transparenz - wird das „Büro der Erinnerungen“ in der Neutorgasse 45 auch zeitgeschichtliche Ausstellungen des Landesmuseum Joanneum begleiten, eigene Ausstellungen kura-

tieren, eine Buchreihe herausgeben und Diskussionen sowie Workshops zur Gedächtniskultur veranstalten.

Di, Mi 14-18 Uhr
Sa 10-14 Uhr

Neutorgasse 45
A-8010 Graz
Tel +43/ 316/ 83 03 35
Fax +43/ 316/ 83 03 35 9422
Mail lmj-bt@stmk.gv.at
www.museum-joanneum.at/bde

Kunstmeile Hahnenkamm

Präsentation von Kunstobjekten der HTL Bau & Kunst zum Hahnenkamm- Rennen im Museum Kitzbühel

175 Schüler der HTL Bau & Kunst Innsbruck schufen im Frühjahr 2004 Kunstobjekte zu verschiedenen Aspekten der Kitzbüheler Hahnenkamm-Rennen.

Das Ergebnis sind 29 Projekte, Plastiken, Filme, Installationen, die den alljährlichen Höhepunkt des alpinen Skiweltcups beleuchten: die Rennen, den Rennsport und seine Protagonisten, Sieger und Verlierer, Besuchermassen und Prominenz, Sportler, Funktionäre und Adabais ...

Alle Projekte werden im Museum an Hand von Modellen, Grafiken, textlichen Erläuterungen und AV-Medien präsentiert. Eine Auswahl der Arbeiten wird realisiert und am Rennwochenende in der Kitzbüheler Altstadt und im Zielraum installiert.

Kunstmeile Hahnenkamm
16. Jänner bis 12. März 2005

Öffnungszeiten:
Hahnenkammrennwoche: 16. bis 21. Jänner 2005, tgl. 10-13 & 15-18 Uhr
24. Jänner bis 12. März 2005:
Mo-Do 10-13 Uhr
Fr, Sa 10-17 Uhr

Für Informationen / Rückfragen:
Dr. Wido Sieberer
Museum Kitzbühel
Hinterstadt 32
A-6370 Kitzbühel
Tel +43/ 676 8362 1740
www.museum-kitzbuehel.at



JOURNAL / KURZ & BÜNDIG

München

Porzellanfiguren von Franz Anton Bustelli

Bis 13. März 2005 zeigt das Bayerische Nationalmuseum München die Ausstellung „Franz Anton Bustelli, Nymphenburger Porzellanfiguren des Rokoko“

Vor 250 Jahren trat Bustelli in die Kurbayerische Manufaktur ein. Seine Figuren zeichnen sich durch unnachahmliche Eleganz, feinste Modellierung und Originalität aus und machten ihn zum bedeutendsten Porzellanmodeller des Rokoko. Die Ausstellung zeigt rund 300 Objekte aus Museumsbesitz, ergänzt durch Leihgaben privater Sammler. Zu sehen sind auch modifizierte Ausgaben und Fälschungen, sowie eine Sequenz über die komplizierte Herstellung der Figuren.

Franz Anton Bustelli, Nymphenburger Porzellanfiguren des Rokoko bis 31. März 2005

Bayerisches Nationalmuseum
Prinzregentenstraße 3
D-80530 München
Di-So 10-17 Uhr
Do 10-20 Uhr
7. & 8. Februar geschlossen
www.bayerisches-nationalmuseum.de

Barockmeister HGG

Wiederentdeckter Barockmeister

Mit HGG zeichnete ein Künstler des 17. Jhs. seine Bilder und Plastiken. Erst seit etwa 50 Jahren ist bekannt, dass es sich dabei um Hans Georg Geigerfeld (auch Jörg Geiger) handelt.

Er wurde in Novo Mesto, Slowenien, geboren, sein Geburtsdatum ist unbekannt. 1641 signierte er eines von drei Altarbildern in der Georgskapelle der Burg Ortnek in Slowenien. Er schuf Altäre, Statuen und Ölbilder in Slowenien und Kroatien, wie in der Jesuitenkirche Zagreb und der Pfarrkirche Ribnica in Slowenien.

Seine Werke wurden bei der Modernisierung größerer Kirchen im 19. Jh. in Kirchen kleinerer Orte übertragen, blieben deshalb zwar erhalten, doch gerieten sie in Vergessenheit. Nun zeigt die Slowenische Nationalgalerie Ljubljana in Zusammenarbeit

mit kroatischen Museen eine umfassende Ausstellung, welche die Bedeutung dieses Barockmeisters dokumentiert. Zu sehen sind 16 Gemälde aus Slowenien, 15 aus Kroatien, zwei in Slowenien erhaltene Altäre und eine Anzahl von Drucken. Von Ljubljana geht die Ausstellung nach Zagreb.

Der Meister HGG, Maler und Bildhauer

Slowenische Nationalgalerie
Presernova 24
SLO 61000 Ljubljana
bis 27. Februar 2005
tgl. 10-18 Uhr
www.ng-slo.si

Kunstgewerbemuseum Zagreb
Trg marsala Tita 10
HR 1 Zagreb
15. März bis 17. April 2005
tgl. 10-18 Uhr
www.mdc.hr

Fromiller-Ankauf in Kärnten

Sensationeller Fromiller-Ankauf durch das Landesmuseum Kärnten!

Das Landesmuseum Kärnten konnte Ende November eine großartige Neuerwerbung tätigen. Bei den Wiener Kunstauktionen im Palais Kinsky wurde für die Fachwelt überraschend ein lange Zeit verschollen geglaubtes Ölgemälde des bekannten Kärntner Barockmalers Josef Ferdinand Fromiller

(1693-1760), Die Heimkehr des verlorenen Sohnes (Erbsenessender Jüngling mit seinen Eltern), 93 x 127 cm, um 1755, aus Kärntner Privatbesitz angeboten und vom Landesmuseum mit großen finanziellen Anstrengungen angekauft. Museumsmanager Christian Walzl spricht von „einem geglückten Ankauf, der nur durch die sparsame Budgetgebarung des Landesmuseums in diesem Jahr möglich war“.

Das mittelformatige Bild stellt eine ungewöhnliche Interpretation des wahrscheinlich von niederländischen Stichen inspirierten Themas im Sinne einer freien Umdeutung der christlichen Ikonographie dar. Der verlorene Sohn trägt ein etwas zerschissenes aber sehr zeittypisches Rokokokostüm und einen modischen Dreispitz auf dem Haupt. Er wird von dem alten Elternpaar empfangen und mit Speis und Trank reich bewirtet. Seine Mutter im Bildvordergrund zeigt einen melancholischen Gesichtsausdruck und bricht vor Rührung in Tränen aus. Im Gegensatz dazu blickt der sich seiner Schuld bewusste verlorene Sohn mit einem etwas verlegenen Gesichtsausdruck direkt auf den Betrachter des Bildes und gibt so der Komposition eine dynamische Dramatik. Wie in Genrebildern üblich, dominieren stillebenhafte Elemente den Bildvordergrund. Besonders reizend ist die Darstellung der Krüge, des Weinglases und der beiden Katzen. Das Gemälde, das weder datiert noch signiert ist, kann durch die



Josef Ferdinand Fromiller, Die Heimkehr des verlorenen Sohnes, 1760, Landesmuseum Kärnten

im Klebeband des Kärntner Landesarchivs enthaltene Sepia-Pinsel-Vorzeichnung (Nr.326) zweifelsfrei Fromiller zugeschrieben werden.

Der ständisch-landschaftliche Maler Josef Ferdinand Fromiller gilt zu Recht als der bedeutendste Künstler des Spätbarocks in Kärnten. Sein Hauptwerk in Klagenfurt ist sicherlich der um 1740 entstandene Große Wappensaal im Landhaus. Bei Fromiller überwiegen in seinem Gesamtwerk vor allem die Fresken und sakralen Themen: siehe etwa die monumentalen Fresken in Stift Ossiach oder in der Klagenfurter Burgkapelle. Das Land Kärnten besitzt zwar etliche Zeichnungen und Ölgemälde vor allem aus den frühen Schaffensperioden Fromillers, aber fast keine repräsentativen Arbeiten aus dem Spätwerk. In dieser Hinsicht stellt die Neuerwerbung des allegorischen Familienporträts „Die Heimkehr des verlorenen Sohnes“ eine wertvolle Bereicherung des Sammlungsbestandes dar, weil diese späten Arbeiten heute zu den künstlerisch besten Leistungen innerhalb der Genre- und Stilllebenmalerei Österreichs zählen und nur sehr selten im öffentlichen Besitz erhalten geblieben sind.

Frauenalltag

Frauenalltag-Gender-Perspektiven in der Europäischen Union.

Im Rahmen der Auseinandersetzung zum Thema „Frauenalltag nach 1945“, versuchte sich das Museumsforum Steiermark dieser Thematik anzunähern, um eine Vorstellung zu bekommen, wie sich Frauenbilder im jeweiligen gesellschaftlichen Kontext entwickeln.

Referiert wurde vornehmlich von Frauen aus den neuen Mitgliedstaaten, die

sich bemühten, die spezifische Lebenssituation von Frauen im ehemaligen Osten zu beschreiben. Ein Vergleich mit der Lebenssituation von MigrantInnen von Dr. Elke Tschernokoshewa zwischen Aufnahme- und Herkunftsgesellschaft brachte das ausschlaggebende Konzept: Frauen im ehemaligen Osten würden in einem „hybriden Raum“ leben, zwischen Kapitalismus und Sozialismus, zwischen Karriere und Familie, zwischen öffentlichem und privaten Raum. Hier schloss sich auch der Kreis zu den Frauen im Westen: die Notwendigkeit, „ein Leben im Spagat“ zu führen, bestünde für beide Seiten.

Dr. Joanna Lawnikowska-Koper lenkte den Blick auf die letzten 100 Jahre polnischer Frauengeschichte und gab einen interessanten Einblick in die Bedeutung der Rolle der „Mutter Polin“ für die Nation. Diese Haltung bewirkte - zum Unterschied von anderen Ländern - dass Frauen in die politische Sphäre miteingebunden waren. Ihrer Profession entsprechend wurde von Dr. Lawnikowska-Koper weibliches Schreiben thematisiert. Die Germanistin setzt sich intensiv mit Autorinnen Friederike Mayröcker, Gabriele Wohmann und Barbara Frischmuth auseinander.

Dr. Martina Steiner stellte nach einem ausführlichen theoretischen Exkurs ein praktisches Beispiel vor, nämlich die Sonderausstellung „Frauen - Arbeits - Welten“: Es handelt sich um ein vierjähriges Projekt des Frauenmuseums „Evelyn Ortner“ in Meran in Kooperation mit dem Verein Südwind. In diesem Pilotprojekt wurde versucht, sowohl afrikanische, als auch nord- und südtiroler Frauen in die Umsetzung mit einzubeziehen. Was sich aufgrund der unterschiedlichen Mentalitäten nicht immer als einfach herausstellte

und parallel zu den Ausstellungskompetenzen auch einiges an Konfliktmanagement und transkultureller Kompetenz forderte.

Frau Univ.Prof. Dr. Karin Schmidlechner, Institut für Zeitgeschichte an der Karl-Franzens-Universität, eine Expertin im Bereich der Gender-Mainstreaming Forschung hat durch die Veranstaltung geführt und konstatiert, dass es mit dieser Tagung gelungen ist, Bezüge zwischen unterschiedlichen Frauentalagen herzustellen. Es ging um die Wertschätzung der Arbeit von Frauen und die überraschenden Parallelitäten in Kulturen, die sehr weit voneinander entfernt zu sein scheinen.

Die Motivation lag im kulturellen Austausch, der das Erleben von Differenz als Bereicherung empfinden ließ. Im Zuge der europäischen Integration, welche ohne kulturpolitisches Verständnis nicht realisierbar ist, gilt es dahingehend Bewusstsein zu entwickeln.

Gabriele Wolf

Tiroler Museumspreis(e)

Zwei Tiroler Museumspreise 2004!

Auf Empfehlung des Kulturbeirats für Denkmalpflege und Museumswesen werden von Landeskulturreferentin Dr. Elisabeth Zanon zwei Hauptpreise im Rahmen des Tiroler Museumspreises 2004 zuerkannt. Je einen Hauptpreis in der Höhe von 6.000 Euro erhalten das Archäologische Museum Fließ sowie das Turmmuseum Ötz. Die Preise werden im Frühjahr 2005 übergeben.

Archäologisches Museum Fließ
Das heuer 10 Jahre alte Archäologische Museum Fließ ist im vor-



v.l.n.r.: Dr. Joanna Lawnikowska-Koper, Dr. Martina Steiner, Univ.-Prof. Dr. Karin M. Schmidlechner, Mag. Gabriele Wolf, Dr. Elka Tschernokoshewa, Mag. Andrea Menguser (Foto: Korso)



Simulierte Fundsituation Moosbruckschrofen mit restauriertem Schatzgefäß
(Foto: Archäologisches Museum Fließ)

bildlich restaurierten alten Widum, dem ältesten Haus des Ortes, untergebracht. Es umfasst drei bedeutende archäologische Fundkomplexe:

- den hallstattzeitlichen Bronzehort von Fließ,
- das mittelbronzezeitliche Depot vom Moosbruckschrofen am Piller, sowie
- die Funde vom Brandopferplatz auf der Piller Höhe, der über 1000 Jahre lang benutzt wurde (prähistorisch bis römisch).

Die wertvollen teils im europäischen Kontext einzigartigen Funde werden mittels Wort und Grafik in ihren ursprünglichen Gebrauchszusammenhang gestellt und geben so ein lebendiges Bild dieser sonst für den Normalverbraucher oft unverständlichen Zeit. Sehr illustrativ ist auch die simulierte Fundsituation des Depots vom Moosbruckschrofen.

Die Vitrinen eines heimischen Tischlers, der auch im Museumsverein aktiv ist, sind in ihrer durchdachten, auf regionaler Tradition beruhenden Holzverarbeitung, ebenfalls überzeugend.

Das Dokumentationszentrum Via Claudia Augusta befindet sich in einem benachbarten architektonisch bemerk-



kenwerten Neubau, der von Dipl.Ing. Andreas Marth, Wien, geplant wurde und bei der heurigen Architekturbiennale in Venedig präsentiert wird. Anhand von Originalfunden, Modellen und einer Kopie der einzigen römischen Straßenkarte, der Tabula Peutingeriana, werden Einblicke in das Reisen zur Römerzeit gegeben. Der lokale Museumsverein pflegt seit Jahren sowohl in der wissenschaftlichen Bearbeitung und Präsentation, wie in der Veranstaltung von teils internationalen Symposien und Tagungen, Kontakte mit verschiedenen

Universitätsinstituten und musealen Institutionen.

Turmmuseum Ötz

Heuer wird also ausnahmsweise ein zweiter Hauptpreis vergeben und zwar an das Turmmuseum Ötz: Das stattliche ortsbildprägende Turmgebäude wurde in den letzten Jahren vorbildlich restauriert und für Museums- und Bibliothekszwecke in enger Kooperation zwischen dem beauftragten Architekten Herbert Brunner (Architekten Brunner-Sallmann, Hall), dem Bundesdenkmalamt, der Gemeinde

Schlossmuseum Linz ■ 19. Jänner – 28. März 2005

g'hert & g'sehn

Sinne 2: Hören und Sehen



www.schlossmuseum.at
Tummelplatz 10 • 4010 Linz

Öffnungszeiten:
Di-Fr 9.00 – 18.00 Uhr
Sa/So/Fei 10.00 – 17.00 Uhr
Mo sowie 25.3. geschlossen

Österreichische
Landes
Museen
SCHLOSSMUSEUM

clne

KULTUR LAND
OBERÖSTERREICH

und dem Turmmuseums-Verein adaptiert. Die zeitgenössischen Architekturakzente ordnen sich dem eindrucksvollen historischen Bau unter, der von der monumentalen Figur der Geduld von (nach) Mathias Bernhard Braun eingeleitet wird.

Der aus Sautens gebürtige Barockbildhauer Mathias Bernhard Braun, der hauptsächlich in Böhmen wirkte, erregte schon das Interesse des Volksschülers und nunmehrigen Kurators des Turmmuseums, Hans Jäger. Hans Jäger, der schon als Kind zu sammeln begann, brachte im Lauf der Jahre eine umfangreiche Sammlung von Kunstgegenständen wie Ölgemälden oder Skulpturen, Kunsthandwerk und Gegenständen des täglichen Gebrauchs, v.a. aber auch eine überaus reiche graphische Sammlung zusammen. Diese Sammlung geht thematisch vom Ötztal aus, hat aber überregionale Bezüge. Künstler des Ötztals und der angrenzenden Regionen sind ebenso vertreten wie internationale Künstler, die Ötztaler Motive gewählt haben. Die Ausstellungstätigkeit in der Galerie zum alten Oetztal (bis 2003) basierte wesentlich auf diesem Sammlungsbestand. Hans Jäger hat nun seine wertvolle

Sammlung in das Turmmuseum eingebracht und betreut weiterhin dessen Wechsellausstellungen. Die Dauerausstellung zeigt verschiedene Themen von der alpinen Landschaftsmalerei über naive religiöse Volkskunst, populäre Druckgrafik bis zu alten Ansichten einschließlich Fotografien. Hauptthema ist aber immer wieder die engere und weitere Heimat des Ötztals.

Herta Arnold

Wo sind die Mäzene?

Ergebnisse einer Umfrage des Kunstmagazins „State Of The Art“

Österreichs bildende Künstler zertrümmern das Image der vielbesungenen Mäzenaten.

In einer aktuellen Umfrage der Kunstzeitschrift „State of the Art“ apostrophieren nicht weniger als 86 Prozent der Künstler Mäzene in Österreich als „eigentlich nicht existent“. Anstatt mit freigebigen Gönnern habe man es vielmehr mit knallhart berechnenden Sponsoren zu tun, die Steuervorteile und Imagetransfer für ihre Betriebe im Auge haben und auf günstige Einkaufsmöglichkeiten aus sind. Lediglich jeder

siebente meint, Mäzene spielen eine wichtige Rolle für die Chancenerhöhung der Künstler. Noch schlechter als die Mäzene kommt nur das „Cultural Industries“-Programm von Kunststaatssekretär Franz Morak weg: Im Vergleich zu Initiativen anderer Länder sei es lachhaft, sagen 89 Prozent.

„State of the Art“ fragte auch nach den „drei Ausstellungshallen mit der größten Bedeutung für die Kunstentwicklung des 21. Jahrhunderts“: Am meisten vertrauen die Künstler dem Kunsthaus Regenz, dem MUMOK und der Secession.

Dennoch denken die heimischen Kunstschaaffenden weder ans Aufgeben noch ans Wechseln in eine Dienstleister-Rolle: Praktisch 100 Prozent der Befragten sehen sich auch in der Zukunft „als KünstlerIn, die/der der Welt etwas zeigen/mitteilen will“.

State Of The Art
International Art Magazine
Hugo Engelbrecht
Mail state@culturepress.at

Quelle: OTS, Wien, 12. Dez. 2004

MUMOK
Museum
Moderner
Kunst
Stiftung
Ludwig
Wien

**Gerwald
Rockenschaub**
4296 m³
19.11.04 – 6.2.05

MUMOK im
MuseumsQuartier 
Museumsplatz 1
A-1070 Wien
www.mumok.at
Di-So 10.00-18.00
Do bis 21.00

MUSEEN & AUSSTELLUNGEN

BURGENLAND

Burgenländisches Landesmuseum

Museumgasse 1-5
A-7000 Eisenstadt
Di-Sa 9-17 Uhr
So 10-17 Uhr
www.burgenland.at/landesmuseum

Diözesanmuseum Eisenstadt

Joseph-Haydn-Gasse 31
7000 Eisenstadt
Mai bis Oktober
Mi-Sa 10-13 & 14-17 Uhr
So & Fei 13-17 Uhr
www.kath-kirche-eisenstadt.at

Ethnographisches Museum Schloss Kittsee

Dr. Ladislaus-Batthyányplatz 1
A-2421 Kittsee
tgl. 10-16 Uhr
www.schloss-kittsee.at
bis 27. Februar 2005
Das versunkene Bosnien. Eine
photographische Reise

Europäisches Hundemuseum

A-7444 Kloster Marienberg
Mai bis Okt
Do-So 14-17 Uhr
www.cislethanien.at/hundemuseum.htm

Haydn-Haus Eisenstadt

Joseph Haydn-Gasse 19 & 21
A-7000 Eisenstadt
3. April bis 11. November
Mo-So 9-17 Uhr
www.haydnhaus.at

Österreichisches Jüdisches Museum

Unterbergstraße 6
A-7000 Eisenstadt
Di-So 10-17 Uhr
www.ojm.at

Schloss Esterházy

A-7000 Eisenstadt
1. April bis 11. November
Mo-So 9-18 Uhr
12. November bis 31. März
Mo-Fr 9-17 Uhr
www.schloss-esterhazy.at

KÄRNTEN

Archäologischer Park Magdalensberg

A-9064 Pischeldorf
1. Mai bis 15. Okt
tgl. 9-19 Uhr
www.landesmuseum-ktn.at

Diözesanmuseum Klagenfurt

Lidmanskýgasse 10/3
9020 Klagenfurt
1. Mai bis 14. Juni
tgl. 10-12 Uhr
15. Juni bis 14. Sep
tgl. 10-12 & 15-17 Uhr
15. September bis 15. Oktober
tgl. 10-12 Uhr
www.kath-kirche-kaernten.at

Gailtaler Heimatmuseum, Sammlung Georg Essl

Schloss Möderndorf
Möderndorf 1
A-9620 Hermagor
Mai bis Oktober
Di-Fr 10-17 Uhr
Juli bis August
Di-So 10-17 Uhr
www.karnische-museen.at

Landesmuseum Kärnten

Museumgasse 2
A-9021 Klagenfurt
April bis Oktober
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
November bis März
Di-So 10-16 Uhr, Do bis 20 Uhr
www.landesmuseum-ktn.at
bis 27. Februar 2005
Naturton - Alphon. Hirtenhorn.
Engelstrompete

Museum für Volkskultur

Schloss Porcia
A-9800 Spittal/Drau
15. Mai bis 31. Oktober
tgl. 9-18 Uhr
1. November bis 14. Mai
Mo-Do 13-16 Uhr
www.museum-spittal.com

Museum Moderner Kunst Kärnten

Burggasse 8/ Domgasse

A-9020 Klagenfurt
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
www.museummodernerkunst.ktn.gv.at

Museum St. Veit

Hauptplatz 29
A-9300 St. Veit
1. April bis 31. Oktober
tgl. 9-12 & 14-18 Uhr
Juli/August tgl. 9-18 Uhr
www.museum-st.veit.at

Robert-Musil-Literatur-Museum

Bahnhofstrasse 50
A-9020 Klagenfurt
www.musilmuseum.at

Römermuseum Teurnia

A-9811 Lendorf, St. Peter in Holz
1. Mai bis 15. Okt
tgl. außer Mo 9-12 & 13-17 Uhr
www.landesmuseum-ktn.at

Schloss Albeck

A-9571 Sirnitz
Mi-So & Fei 10-21 Uhr
www.schloss-albeck.at

Stadtmuseum Völkermarkt

Faschinggasse 1
A-9100 Völkermarkt
2. Mai bis 31. Okt
Di-Fr 10-13 & 14-16 Uhr
Sa 9-12 Uhr
Feiertags geschlossen
www.suedkaernten.at

Stiftsmuseum St. Paul/Lavanttal

Benediktinerstift St. Paul
Hauptstraße 1
A-9470 St. Paul im Lavanttal
tgl. 9-17 Uhr
www.stift-stpaul.at

NIEDERÖSTERREICH

Archäologischer Park Carnuntum

Hauptstraße 3
A-2404 Petronell-Carnuntum
Freilichtmuseum & Amphitheater
20. März bis 14. Nov. tgl. 9-17 Uhr
Museum Carnuntinum
20. März bis 14. November
Mo 12-17 Uhr, Di-So 10-17 Uhr

15. November bis 12. Dezember
Sa & So 11-17 Uhr
www.carnuntum.co.at

Asparn - Museum für Urgeschichte Asparn/Zaya

Franz Hamplplatz 1
A-2151 Asparn/Zaya
1. April bis 30. November
Di-So 9-17 Uhr
www.urgeschichte.com

Barockschlössl Mistelbach

Museumgasse 4
A-2130 Mistelbach
Sa & So 14-18 Uhr
Mi 9-12 Uhr

Bezirksmuseum Stockerau

Belvederegasse 3
A-2000 Stockerau
So & Fei 9-11 Uhr

DOK - NÖ. Dokumentationszentrum für Moderne Kunst

Karmeliterhof, Prandtauerstraße 2
A-3100 St. Pölten
Di-Sa 10-17 Uhr
www.noedok.at

IDEA Haus Schrems

Mühlgasse 7
A-3943 Schrems
Mo-Sa 9.30-12 & 14-18 Uhr
Juni-Sept., So & Fei 10-17 Uhr
www.idea-design.at

Karikaturmuseum Krems

Steiner Landstraße 3a
A-3504 Krems
tgl. 10-18 Uhr
www.karikaturmuseum.at
bis 13. März 2005
Hans Traxler - Starke Gefühle
bis 29. Mai 2005
Ironimus - Das wahre Österreich

Kunsthalle Krems

Franz-Zeller-Platz 3
A-3500 Krems
tgl. 10-18 Uhr
www.kunsthalle.at
bis 13. Februar 2005
Andrew Molles
bis 13. Februar 2005
Josef Mikl. Retrospektiv
27. Februar bis 10. April 2005
Victor Vasarely. Die Täuschung

Kunsthalle Krems - Factory
Kunstmeile Krems
Steiner Landstraße 3
A-3504 Krems
tgl. 12-16 Uhr
www.factory.kunsthalle.at
bis 13. Februar 2005
Paravent

Landesmuseum Niederösterreich

Franz-Schubert-Platz 5
A-3109 St.Pölten
Di-So 10-18 Uhr
Mo außer Fei geschlossen
www.landmuseum.net
bis 27. Februar 2005
Ferdinand Stransky (1904-1981) -
Ein österr. Spätexpressionist
bis 28. August 2005
Phänomen Landschaft

Mährisch-Schlesisches Heimatmuseum

Schießstattgasse 2, Rostockvilla
A-3400 Klosterneuburg
Di 10-16 Uhr
Sa 14-17 Uhr
So & Fei 10-13 Uhr
bis 15. März 2005
Krippen aus Böhmen, Mähren und
Schlesien

Museum Kierling

Hauptstraße 114
A-3412 Kierling/Klosterneuburg
Fr 18-20 Uhr
So 10-12 Uhr
<http://members.a1.net/museum.kierling>

Museum Mödling

<http://museum.moedling.at.tf>

Museum im Thonetschlössl

Josef Deutsch-Platz 2
A-2340 Mödling
Mo-Mi 9-12 Uhr
Do 17-21 Uhr
So & Fei 9-13 Uhr

Volkskundemuseum

Klostergasse 16
A-2340 Mödling
Do 17-21 Uhr
So & Fei 9-13 Uhr

Beethoven-Gedenkstätte

Hauptstraße 79 (Hafnerhaus)
A-2340 Mödling
tel. Voranmeldung: 02236/24159

Museum Retz im Bürgerspital

Znaimerstraße 7
A-2070 Retz
bis März 2005 nur für Gruppen
www.retz.at

Sammlung Essl

An der Donau-Au 1
A-3400 Klosterneuburg
tgl. 10-19 Uhr, Mi bis 21 Uhr
www.sammlung-essl.at

Stadtmuseum Klosterneuburg

Kardinal-Piffl-Platz 8
A-3400 Klosterneuburg
Sa 14-18 Uhr
So & Fei 10-18 Uhr
www.gemeinde.klosterneuburg.net/stadtmuseum

Stadtmuseum St. Pölten

Prandtauerstraße 2
A-3109 St.Pölten
www.stadtmuseum-stpoelten.at
bis 29. Jänner 2005
58. Jahresausstellung des
St. Pöltner Künstlerbundes

Stiftsmuseum Klosterneuburg

Kardinal-Piffl-Platz 8
A-3400 Klosterneuburg
Mo-Fr 9-18 Uhr
Sa, So & Fei 10-17 Uhr
www.stift-klosterneuburg.at

Zeitbrücke - Museum

Kollergasse 155
A-3571 Gars am Kamp
www.zeitbruecke.at

Weinstadtmuseum Krems

A-3500 Krems
Di-So 10-18 Uhr
www.weinstadtmuseum.at

OBERÖSTERREICH

AEC - Ars Electronica Center

Hauptstraße 2
A-4040 Linz
Mi & Do 9-17 Uhr
Fr 9-21 Uhr
Sa & So 10-18 Uhr
www.aec.at

Alpineum

Hinterstoder 38
4573 Hinterstoder
Mai bis Oktober

Di-So 9-17 Uhr
Weihnachten bis Ostern
Di-Fr 14-17 Uhr
www.alpineum.at

**Evangelisches Museum
Oberösterreich**
Rutzenmoos 21
A-4845 Rutzenmoos
15. März bis 30. Oktober
Do-So 10-12 & 14-18
Di & Mi gegen Voranmeldung
[www.evang.at/ooe/museum/
museum.htm](http://www.evang.at/ooe/museum/museum.htm)

**Forum Hall
Handwerk- und Heimatmuseum**
Eduard Bach Straße 4
A-4540 Bad Hall
1. April bis 31. Oktober
und nach tel. Vereinbarung
Do-So 14-18 Uhr
www.badhall.com

**Freilichtmuseum Keltendorf
Mitterkirchen**
Lehen, A-4343 Mitterkirchen
15. April bis 31. Oktober
täglich 9-17 Uhr
www.mitterkirchen.at/musindex.htm

Freilichtmuseum Sumerauerhof
Samesleiten 15
A-4490 St. Florian
April bis Oktober
Di-So 10-12 & 13-17 Uhr
www.sumerauerhof.at

Galerie der Stadt Wels
Pollheimer Straße 17
A-4600 Wels
Di-Fr 10-12 & 14-18 Uhr
So & Fei 10-16 Uhr
www.galeriederstadt.wels.at

Heimathaus-Stadtmuseum Perg
Stiftergasse 1
A-4320 Perg
Sa, So 14-17 Uhr
Freilichtanlagen nach telefonischer
Vereinbarung: 07262/535 35
www.perg.at (Freizeit/Kultur)

**Klo & So. Museum für
historische Sanitäröbekte**
Pepöckhaus, Traungasse 4
A-4810 Gmunden
Mai bis Ende Oktober
Di-Sa 10-12 & 14-17 Uhr
So & Fei 10-12 Uhr

Kubinhaus Zwickledt
Zwickledt 7
A-4783 Wernstein am Inn
www.landesgalerie.at/kubinhaus

Lebensspuren.Museum
Pollheimer Straße 4
A-4600 Wels
Di-Fr 10-16 Uhr
Sa, So, Fei 12-18 Uhr
www.lebensspuren.at

Lentos Kunstmuseum Linz
Ernst-Koref-Promenade 1
A-4020 Linz
tgl. außer Di 10-18 Uhr, Do bis 22 Uhr
www.lentos.at
bis 7. Februar 2005
Paula s Home
bis 28. Februar 2005
Monika Oechsler: Parallel States
bis Mai 2005
Matthias Klos: UND

**Lern- und Gedenkort Schloss
Hartheim**
Schlossstraße 1
A 4072 Alkoven
Mo & Fr 9-15 Uhr
Di-Do 9-16 Uhr
So 10-17 Uhr
www.schloss-hartheim.at

**Lignorama
Holz- und Werkzeugmuseum**
Mühlgasse 92
A-4752 Riedau
Fr-So 10-17 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
www.lignorama.com

Lorcher Basilika
Lauriacumstraße 4
A-4470 Enns
1. April bis 15. Oktober
und nach tel. Vereinbarung
Mo-Fr 9-11.30 & 14-17 Uhr
Sa, So, Fei 14-17 Uhr
www.stlaurenz.com

Museum Arbeitswelt Steyr
Wehrgrabengasse 7
A-4400 Steyr
Ausstellungen
27. April bis 20. Dezember
Di-So 9-17 Uhr
ganzjährig Vermittlungsprogramme
gegen Voranmeldung (max. 25 Pers.)
www.museum-steyr.at

Museum der Stadt Bad Ischl
Esplanade 10
A-4820 Bad Ischl
Di, Do-So 10-17 Uhr
Mi 14-19 Uhr
Mo.geschlossen, außer Juli, August
Feiertags geschlossen
www.stadtmuseum.at
bis 2. Februar 2005
Kalß Krippe und Krippen aus dem
Salzkammergut

Museum Hallstatt
Seestrasse 56
A-4830 Hallstatt
Jänner bis März
Di-So 11-15 Uhr
April bis Juni, tgl. 10-16 Uhr
Juli bis August , tgl. 9-19 Uhr
Sep. bis Okt., tgl. 9-18 Uhr
Nov. bis Dez., Di-So 11-15 Uhr
www.museum-hallstatt.at

**Museum Innviertler
Volkskundehaus**
Kirchenplatz 13
A-4910 Ried im Innkreis
Di-Fr 9-12 & 14-17 Uhr
Sa 14-17 Uhr
So, Mo, Fei geschlossen.
und nach tel. Vereinbarung
www.ried-innkreis.at/museum

Museum Lauriacum
Hauptplatz 19
A-4470 Enns
1. November bis 31. März
So 10-12 & 14-16 Uhr
1. April bis 31. Oktober
Di-So 10-12 & 14-16 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
www.museum-lauriacum.at

Museumsdorf Trattenbach
Hammerstrasse 2a
A-4453 Trattenbach

Nordico. Museum der Stadt Linz
Dametzstraße 23
A-4020 Linz
Mo-Fr 9-18 Uhr
Sa, So Fei 14-17 Uhr
www.nordico.at

OÖ Landesmuseen
www.landesmuseum.at

Landesgalerie
Museumstraße 14
A-4020 Linz

tgl. außer Mo 9-18 Uhr
Sa, So, Fei 10-17 Uhr
an Filmabenden bis 21.30 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
www.landesgalerie.at

ab 17. Februar
Das Spätwerk Alfred Kubins
17. Februar bis 26. Oktober 2005
... Aus der Sammlung: „Zur Erbauung und Bildung des ö. Bürgertums“ - Adalbert Stifter und die Gründung der Landesgalerie
10. März bis 8. Mai 2005
... Aus der Fotosammlung: Neuerwerbungen
10. März bis 29. Mai 2005
Entwickelt - Profile der Fotosammlungen Frank und Walter

Schlossmuseum
Tummelplatz 10
A-4010 Linz
tgl. außer Mo 9-18 Uhr
Sa, So, Fei 10-17 Uhr
www.schlossmuseum.at
bis 2. Februar 2005
Ich steh an deiner Krippe hier ...
19. Jänner bis 28. März 2005
„G hert & g sehn“ - Sinne 2: Hören und Sehen

Biologiezentrum
J.W.-Klein-Straße 73
A-4040 Linz/Dornach
Mo-Fr 9-12 & 14-17 Uhr
So & Fei 10-17 Uhr
www.biologiezentrum.at
bis 10. April 2005
Wüste - Reise durch die Natur Jordaniens

**Österreichisches
Felsbildermuseum**
A-4582 Spital am Pyhrn 1
1. Mai bis 15. Oktober
Di-So 10-12 & 14-17 Uhr
1. Dezember bis 30. April
Mi 10-12 Uhr, So 14-17 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
www.felsbildermuseum.at

**OK Centrum für
Gegenwartskunst**
Dametzstraße 30
A-4020 Linz
Di-Do 16-22 Uhr
Fr 16-24 Uhr
Sa u. So 10-18 Uhr
www.ok-centrum.at

Photomuseum Bad Ischl
Jainzen 1
A-4820 Bad Ischl
1. April bis 31. Oktober
tgl. 9.30-17 Uhr

Schloss Peuerbach
Rathausplatz 1
A-4722 Peuerbach
Mai bis Ende Oktober und erster Adventsonntag bis Sonntag nach Hl. Drei Könige
Di-So 10-12 Uhr & 14-17 Uhr
Mo geschlossen
www.schlossmuseum-peuerbach.at

Stadtmuseum Wels - Minoriten
mit der Archäologischen Sammlung
Minoritenplatz 4, Schießerbhof
A-4600 Wels
Di-Fr 10-17 Uhr
Sa 14-17 Uhr
So & Fei 10-16 Uhr
Mo (auch an Fei) geschlossen.
www.wels.gv.at
bis 27. März 2005
Wels - Im Spiegel der Madaille

Stadtmuseum Wels - Burg
Burggasse 13
A-4600 Wels
Di-Fr 10-17 Uhr, Sa 14-17 Uhr
So & Fei 10-16 Uhr
Mo (auch an Fei) geschlossen
www.wels.gv.at

**Waffensammlung - Schloss
Ebelsberg**
Schlossweg 7
A-4030 Linz
Ende Mai bis Ende Oktober
Sa, So, Fei 10-12 & 13-17 Uhr
und nach Vereinbarung

Welser original Kaiser-Panorama
Pollheimerstraße 17
A-4600 Wels
Mi 10-12 & 14-18 Uhr
So & Fei 10-16 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
www.wels.gv.at

SALZBURG

Bergbaumuseum Leogang
Hütten 10
A-5771 Leogang
Mai bis Oktober
Di-So 13-17 Uhr

November geschlossen
Dezember bis April
Do 18.30-20.30 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
www.leogang.at

Domuseum Salzburg
A-5020 Salzburg
Mo-Sa 10-17 Uhr
So & Fei 13-18 Uhr
www.kirchen.net/dommuseum

Haus der Natur Salzburg
Haus der Natur
Museumsplatz 5
A-5020 Salzburg
tgl. 9-17 Uhr
www.hausdernatur.at

Künstlerhaus
Hellbrunner Straße 3
A-5020 Salzburg
Di-So 12-19 Uhr
www.salzburger-kunstverein.at

Museum der Moderne Salzburg
tgl. außer Mo 10-18 Uhr
Mi 10-21 Uhr
www.museumdermoderne.at

Rupertinum
Wiener-Philharmoniker-Gasse 9
A-5020 Salzburg

Mönchsberg
A-5020 Salzburg
bis 6. März 2005
Visionen einer Sammlung

Residenzgalerie
Residenzplatz 1
A-5020 Salzburg
tgl. außer Mo 10-17 Uhr
www.residenzgalerie.at
bis 30. Jänner 2005
Sie folgten dem Stern. Weihnachtsgeschichte in Gemälden d. 15.-19. Jhs.

Salzburger Barockmuseum
Orangerie im Mirabellgarten
Mirabellplatz 3
A-5020 Salzburg
Di-Sa 9-12 & 14-17 Uhr
So & Fei 10-13 Uhr
www.barockmuseum.at

Salzburger Freilichtmuseum
Hasenweg
A-5084 Großgmain
28. März bis 1. November

tgl. außer Mo 9-18 Uhr
www.freilichtmuseum.com

**SMCA - Salzburger Museum
Carolino Augusteum**
www.smca.at

Haupthaus
Museumsplatz 1
A-5020 Salzburg
tgl. 9-17 Uhr, Do bis 20 Uhr
bis 17. April 2005
Schatzgräber und Bauforscher.
Stadtarchäologie Salzburg.

Domgrabungsmuseum
Residenzplatz
A-5020 Salzburg
Juli und August
tgl. 9-17 Uhr

Festungsmuseum
Festung Hohensalzburg
tgl. 9.30-17 Uhr
5. Juni bis 14. September
tgl. 9.30-18 Uhr

Museum im Bürgerspital /
Spielzeugmuseum
Bürgerspitalgasse 2
A-5020 Salzburg
tgl. 9-17 Uhr
bis 20. Februar 2005
Holzspielzeug aus Salzburg,
Gröden und dem Erzgebirge

Volkskundemuseum im
Monatsschlössl Hellbrunn
A-5020 Salzburg
1. April bis 31. Oktober
tgl. 10-17.30 Uhr

STEIERMARK

Diözesanmuseum Graz
Mariahilferplatz 3
A-8020 Graz
Di-Fr 10-17 Uhr, Do bis 21 Uhr
www.graz-seckau.at/dioezesanmuseum

**Freilichtmuseum Stübing bei
Graz**
A-8114 Stübing
1. April bis 31. Oktober
Di-So 9-17 Uhr
www.freilichtmuseum.at

garnisonsMUSEUMgraz
Schlossberg, Kanonenbastei

A-8010 Graz
Di-So 10-17 Uhr
www.stadtmuseum-graz.at

Grazer Kunstverein
Bürgergasse 4/II
A-8010 Graz
Di-Fr 11-19 Uhr
Sa, So 11-15 Uhr
www.grazerkunstverein.org

Hanns Schell Collection
Österreichisches Museum für
Schloss, Schlüssel, Kästchen,
Kassetten und Eisenkunstguss
Wienerstraße 10
A-8020 Graz
Mo-Fr 8-16 Uhr
Sa 9-12 Uhr
www.schell-collection.com

**Kulmkeltendorf. Urgeschicht-
liches Freilichtmuseum**
Kulm bei Weiz
A-8212 Pischelsdorf
1. Mai bis 26. Oktober
Di-Fr 10-16.30
So, Fei 10-17.30
www.kulm-keltendorf.at

Kunsthalle Leoben
A-6700 Leoben
tgl. 9-18 Uhr
www.leoben.at

Kunsthau Herberstein
Buchberg 2
A-8222 St. Johann/Herberstein
tgl. 10-18 Uhr
www.herberstein.co.at

Landesmuseum Joanneum
www.museum-joanneum.at

Kunsthau Graz
Lendkai 1
A-8020 Graz
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
www.kunsthau Graz.at
12. Februar bis 16. Mai 2005
Michel Majerus. Eine monogra-
phische Ausstellung
5. März bis 16. Mai 2005
John Baldessari. Eine monogra-
phische Ausstellung

Museumsgebäude Raubergasse 10
A-8010 Graz
Di-So 9-16 Uhr

Museumsgebäude Neutorgasse 45
A-8010 Graz
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
bis 1. Mai 2005
DRESS CODE. Mode von 1570-1960

Neue Galerie
Sackstraße 16
A-8010 Graz
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
www.neuegalerie.at
bis 28. März 2005
SUPPORT. Die Neue Galerie als
Sammlung. 1950 - heute

Palais Attems, Sackstraße 17
A-010 Graz
Fotohistorische Sammlung
Di & Sa 9-17 Uhr

Schloss Eggenberg
Eggenberger Allee 90
A-8020 Graz
Prunkräume
Palmsonntag bis 31. Oktober
Führungen Di-So 10,11,12,14,15,
16 Uhr und gegen Voranmeldung
Planetengarten
März bis November
Sommerzeit tgl. 9-19 Uhr
Winterzeit tgl. 9-17 Uhr
Archäologische Sammlungen,
Münz- und Antikenkabinett,
Römersteinsammlung im
Lapidarium
Di-So 9-16 Uhr

Museum im Schloss Stainz
Landwirtschaftliche Sammlung
A-8510 Stainz
tgl. 9-17 Uhr

Schloss Trautenfels
Landschaftsmuseum
A-8951 Trautenfels
tgl. 9-17 Uhr

Volkskundemuseum
Paulustorgasse 11-13a
A-8010 Graz
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
bis 30. Jänner 2005
Watte, Glas und Flittergold

Zeughaus
Herrengasse 16
A-8010 Graz
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr

Museumscenter Leoben

Kichgasse 6
A-8700 Leoben
tgl. 9-18 Uhr
www.leoben.at

Museum Stift Admont

Benediktinerstift Admont
A-8911 Admont 1
April bis Oktober
tgl. 10-17 Uhr
Dezember bis März
Do & Fr 10-12 Uhr
www.stiftadmont.at

MUWA**Museum der Wahrnehmung**

Friedrichgasse 41
A-8010 Graz
tgl. außer Di 14-18.30
www.muwa.at

Schloss Aichberg

A-8234 Eichberg bei Rohrbach a.d.
Lafnitz
So, Fei 10-18 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
www.aichberg.at

Schloss Herberstein

mit art-Herberstein / Gironcoli
Museum
A-8222 St. Johann/Herberstein
tgl. 9-17 Uhr
www.herberstein.co.at

Steirisches Feuerwehrmuseum

Marktstraße 1
A-8522 Groß-St. Florian
28. Februar bis 31. Oktober
Di-So 10-17 Uhr
www.feuerwehrmuseum.at

stadtMUSEUMgraz

Sackstraße 18
A-8010 Graz
Di 10-21 Uhr
Mi-Sa 10-18 Uhr
So, Fei 10-13 Uhr
www.stadtmuseum-graz.at

Südbahn Kulturbahnhof

Heizhausgasse 2
A-8680 Mürzzuschlag am
Semmering
tgl. 10-17 Uhr
1. November bis 30. April
Do-So 10-17 Uhr und auf Anfrage
www.kulturbahnhof.at

Winter!Sport!Museum!

Wiener Straße 13
A-8680 Mürzzuschlag
Di-So 10-18 Uhr
www.wintersportmuseum.com

TIROL**Fasnacht- und Heimatmuseum
Telfs, Noafhaus**

Untermarkt 20
A-6410 Telfs
Fr 17-19 Uhr
Sa 10-12 Uhr
Führung jederzeit nach Vereinb.
www.telfs.com/noafl

Goldenes Dachl - Maximilianeum

Herzog-Friedrich-Str. 15
A-6020 Innsbruck
Mai bis September
tgl. 10-18 Uhr
Oktober bis April
Di-So 10-17 Uhr
www.innsbruck.at/goldenesdachl

Jenbacher Museum

Achenseestraße 21
6200 Jenbach
Mai bis Oktober
Mo, Fr, Sa 14-17 Uhr
mitglied.lycos.de/jenbachermuseum

Kaiserliche Hofburg zu Innsbruck

Rennweg 1
A-6020 Innsbruck
tgl. 9-17 Uhr

Museum im Grünen Haus

Untermarkt 25
A-6600 Reutte
<http://kultur.ausserfern.at>

Museum Kitzbühel

Hinterstadt 32
A-6370 Kitzbühel
tgl. 10-13 & 15-18 Uhr
www.museum-kitzbuehel.at
bis 12. März 2005
Kunsteile Hahnenkamm

Schloss Ambras

Schloss Straße 20
A-6020 Innsbruck
bis 31. Oktober
tgl. 10-17 Uhr
www.khm.at/ambras

**Schloss Bruck. Museum der
Stadt Lienz**

A-9900 Lienz
Di-So 10-17 Uhr
www.museum-schlossbruck.at

**Stadtarchiv/Stadtmuseum
Innsbruck**

Badgasse 2
A-6020 Innsbruck
Stadtmuseum: Mo-Fr 9-17 Uhr
www.innsbruck.at/stadtmuseum

Tiroler Landesmuseum

www.tiroler-landesmuseum.at

**Ferdinandeam
Museumsstraße 15**

A-6020 Innsbruck
DI-So 10-18 Uhr
bis 30. Jänner 2005
Ex.Position. Avantgarde Tirol
1960/75
bis 30. Jänner 2005
Die sieben Todsünden und andere
Laster in der Graphik vom 16. Jh.
bis zur Gegenwart
bis 27. März 2005
Max Weiler. 35 Werke aus eigenen
Beständen
23. Februar bis 29. Mai 2005
Über die Alpen. Menschen - Wege
- Waren

Museum im Zeughaus

Zeughausgasse
A-6020 Innsbruck
tgl. außer Mo 10-17 Uhr
5. Mai bis 31. Mai
Di-So 10 - 17 Uhr
1. Juni bis 19. September
tgl. 10-17 Uhr
bis 10. April 2005
Kristalle aus Tirol. Mineralien-
sammler zeigen ihre Kostbarkeiten

**Naturwissenschaftliche
Sammlungen**

Feldstraße 11a
A-6020 Innsbruck
Mo-Fr 8-12 Uhr, Nachmittags nach
Vereinbarung

Tiroler Volkskunstmuseum

Universitätsstraße 2
A-6020 Innsbruck
Mo-Sa 9-17 Uhr
So & Fei 9-12
www.tiroler-volkskunstmuseum.at

VORARLBERG

Inatura

Erlebnis Naturschau Dornbirn

Jahngasse 9
A-6850 Dornbirn
tgl. 10-18, Do bis 21 Uhr
www.inatura.at

Jüdisches Museum Hohenems

Villa Heimann-Rosenthal
Schweizer Straße 5
A-6845 Hohenems
Di-So 10-17 Uhr
www.jm-hohenems.at

KUB Kunsthaus Bregenz

Karl-Tizian-Platz
A-6901 Bregenz
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
www.kunsthaus-bregenz.at

Montafoner Heimatmuseum

Kirchplatz 15
A-6780 Schruns
Di-Sa 16-18 Uhr
www.montafon.at/museen

Vorarlberger Landesmuseum

Kornmarkt 1
A-6900 Bregenz
Di-So 9-12 & 14-17 Uhr
www.vlm.at
Sonderausstellung 2004/2005
„Anker klar“ Bodenseeschiffahrt

WIEN

A9 Forum Transeuropa

Quartier 21, MuseumsQuartier
Museumsplatz 1
A-1070 Wien
Di-So 14.-20 Uhr
www.aneun.at

Akademie der bildenden Künste

Schillerplatz 3
A-1010 Wien
Di-So 10-16 Uhr
www.akademiegalerie.at
bis 27. Februar 2005
Rubens in Wien

Albertina

Albertinaplatz
A-1010 Wien
tgl. 10-18 Uhr, Mi bis 21 Uhr
www.albertina.at

bis 20. Februar 2005

Alex Katz

bis 28. März 2005

Chagall. Die Mythen der Bibel

Artbits Galerie & Edition

Lindengasse 28
A-1070 Wien
Di-Fr 14-19 Uhr
Sa 11-15 Uhr
www.artbits.at

BA-CA Kunstforum

Freyung 8
A-1010 Wien
tgl. 10-19 Uhr
Mi 10-21 Uhr
www.kunstforum-wien.at

BAWAG Foundation

Tuchlauben 7a
A-1010 Wien
Mo-Sa 10-18 Uhr
www.bawag-foundation.at
bis 26. Februar 2005
Funky Lessons

Bezirksmuseum Josefstadt

Schmidgasse 18
A-1080 Wien
Mi 18-20 Uhr
So 10-12 Uhr
und nach tel. Vereinbarung

Bezirksmuseum Penzing

Penzinger Straße 59
A-1140 Wien
Mi 17-19 Uhr
So 10-12 Uhr
Eintritt frei

Erzbischöfliches Dom- und Diözesanmuseum

Stephansplatz 6
A-1010 Wien
Di-Sa 10-17 Uhr
www.dommuseum.at

Heeresgeschichtliches Museum

Arsenal
A-1030 Wien
tgl. außer Fr 9-17 Uhr
www.bmlv.gv.at/hgm

Hofmobiliendepot

Möbel Museum Wien
Andreasgasse 7
1070 Wien
www.hofmobiliendepot.at

Jüdisches Museum Wien

www.jmw.at

Jüdisches Museum

Palais Eskeles, Dorotheergasse 11
A-1010 Wien

So-Fr 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
bis 24. April 2005

Grenzgänge - Grenzklänge
Franz Schreker und seine
Kompositionsklasse

Museum Judenplatz

Judenplatz 8

A-1010 Wien

So-Do 10-18 Uhr

Fr 10-14 Uhr

Kunsthalle Wien

Museumsplatz 1

A-1070 Wien

tgl. 10-19 Uhr, Do bis 22 Uhr

www.kunsthallewien.at

bis 30. Jänner 2005

Africa Screams. Das Böse in Kino,
Kunst und Kult

bis 20. Februar 2005

Skulptur. Prekärer Realismus zwi-
schen Melancholie und Komik

Kunsthistorisches Museum

www.khm.at

Hauptgebäude

Maria-Theresien-Platz

A-1010 Wien

Di-So 10-18 Uhr

Gemäldegalerie Do bis 21 Uhr

bis 20. Februar 2005

Wiener Silber. Modernes Design

1780 - 1918

bis 27. Februar 2005

Rubens in Wien

Lipizzaner Museum

Reitschulgasse 2

A-1010 Wien

tgl. 9-18 Uhr

Neue Burg, Eingang Heldenplatz

A-1010 Wien

Mo, Mi-So 10-18 Uhr

Palais Harrach, Freyung 3

A-1010 Wien

tgl. 10-18 Uhr

Schatzkammer

Schweizerhof

A-1010 Wien
Mi-Mo 10-18 Uhr

Wagenburg Schloss Schönbrunn
A-1130 Wien
tgl. 9-18 Uhr

Künstlerhaus Wien

Karlsplatz 5
A-1010 Wien
tgl. 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
www.k-haus.at
bis 28. März 2005
Alt Wien. Die Stadt, die niemals war

Leopold Museum

Museumsplatz 1
A-1070 Wien
tgl. außer Di 10-19 Uhr
Fr 10-21 Uhr
www.leopoldmuseum.org
bis 27. Februar 2005
Bilder von Kindern. Bilder für Kinder

Liechtenstein Museum

Die Fürstlichen Sammlungen
Fürstengasse 1
A-1090 Wien
www.liechtensteinmuseum.at
bis 27. Februar 2005
Rubens in Wien

MAK, Wien

www.mak.at

MAK Stubenring 5
A-1010 Wien
Di 10-24 Uhr, Mi-So 10-18 Uhr
bis 20. Februar 2005
Schili-Byli Russische Kinderbücher
1920-1940
bis 20. Februar 2005
Canan Dagdelen. yurt tutmusch dot

MAK-Ausstellungshalle
Weiskirchnerstraße 3
A-1010 Wien
Di 10-24 Uhr
Mi-So 10-18 Uhr
bis 22. Mai 2005
Peter Eisenmann. Barfuß auf weiß
glühenden Mauern

Museum im Schottenstift

Freyung 6
A-1010 Wien
Mo-Sa 10-17 Uhr
So & Fei geschlossen
www.schottenstift.at

MUMOK Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig

Museumsplatz 1
A-1070 Wien
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
www.mumok.at
bis 6. Februar 2005
Gerwald Rockenschau 4296m³

Naturhistorisches Museum

Maria-Theresien-Platz
A-1010 Wien
tgl. außer Di 9-18.30 Uhr
Mi 9-21 Uhr
www.nhm-wien.ac.at
bis 28. Februar 2005
Donauauen - Wildnis am Strom

Österreichische Galerie Belvedere

www.belvedere.at
Oberes Belvedere
Prinz-Eugen-Straße 27
A-1030 Wien
Di-So 10-18 Uhr
bis 30. Jänner 2005
Werner Berg. Zum 100. Geburtstag

Unteres Belvedere
Rennweg 6
A-1030 Wien
Di-So 9-18 Uhr

Atelier Augarten
Scherzergasse 1a
A-1020 Wien
Di-So 9-18 Uhr
www.atelier-augarten.at
bis 20. Februar 2005
Valie Export. Serien

Österreichisches Museum für Volkskunde

Laudongasse 15-19
A-1080 Wien
Di-So 10-17 Uhr
www.volkskundemuseum.at
bis 13. Februar 2005
Ur-Ethnographie. Auf der Suche
nach dem Elementaren in der Kultur
bis 13. Februar 2005
Weihnachtliches Träumen

Österreichisches Theatermuseum

Lobkowitzplatz 2
A-1010 Wien
tgl. außer Mo 10-17 Uhr, Mi bis 20 Uhr
www.theatermuseum.at

Sigmund-Freud-Museum

Berggasse 19
A-1090 Wien
März bis Juni tgl. 9-17 Uhr
Juli bis September tgl. 9-18 Uhr
www.freud-museum.at

T-B A21. Thyssen-Bornemisza Art Contemporary

Himmelfortgasse 13
A-1010 Wien
Di-Sa 12-19 Uhr
www.TBA21.org
bis 12. Februar 2005
Modus Operandi

Technisches Museum Wien

Mariahilfer Straße 212
A-1140 Wien
Mo-Fr 9-18 Uhr
Sa, So, Fr 10-18 Uhr
www.tmw.ac.at
bis 27. Februar 2005
Welt Ausstellen
bis 3. April 2005
Schräglage. Motorräder 1945-2005

Wien Museum

www.wienmuseum.at

Wien Museum - Karlsplatz
A-1040 Wien
Di-So 9-18 Uhr
27. Jänner bis 24. April 2005
John F. Kennedy.
Special: Gipfel Wien 1961 -
Chruschtschow und Kennedy

Wien Museum - Hermesvilla
Lainzer Tiergarten
A-1130 Wien
Di-So & Fei 10-18 Uhr

Wien Museum - Uhrenmuseum
Schulhof 2
A-1010 Wien
Di-So 9-16.30 Uhr

Wiener Secession

Friedrichstraße 12
A-1010 Wien
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
www.secession.at

ZOOM Kindermuseum

Museumsplatz 1
A-1070 Wien
Mo-Fr 8.15-16.15
Sa, So, Fei 9.45-16.30
www.kindermuseum.at



hommaswida
TST EPT™

ISTRIEN, Nov. 2004
Foto & Idee: Elisabeth Fischnaller

Viel Glück und Erfolg
im neuen Jahr

neues**museum**
die österreichische museumszeitschrift





Ausschreibung 2005

Vorwort



Der Österreichische Museumspreis ist mehr als eine Auszeichnung für die besonderen Leistungen eines individuellen Museums. Er ist auch ein Ausdruck der großen Wertschätzung der Öffentlichkeit für die Museen in unserem Land und als Dankeschön an die engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der österreichischen Museen und die vielen Österreicherinnen und Österreicher, die unser Museumswesen fördern und unterstützen, zu sehen. Der Museumspreis würdigt die mit viel Einsatz, Idealismus und Sachkenntnis geleistete

Aufbauarbeit in den musealen Institutionen.

Etablierte, von der öffentlichen Hand getragene Einrichtungen, Kunstmuseen und wissenschaftliche Sammlungen beteiligten sich bisher ebenso wie neu gegründete und private Institutionen, die das reiche Kulturleben in den verschiedenen Regionen Österreichs dokumentieren und so die Identität unseres Landes mitgestalten. Allen Kulturschaffenden, den Sponsoren und Förderern und jenen, die ihre Arbeitskraft ehrenamtlich einsetzen, soll der Österreichische Museumspreis Anerkennung und Ansporn sein, den kulturellen Reichtum unserer Heimat weiterhin möglichst vielen Menschen nahe zu bringen.

Elisabeth Gehler
Bundesministerin für Bildung, Wissenschaft und Kultur

Die Ausschreibung

Die Bundesministerin für Bildung, Wissenschaft und Kultur stiftet den Österreichischen Museumspreis mit dem Ziel, österreichische Museen unterschiedlicher Rechtsträger anzuregen, ihre Inhalte, Präsentation und Vermittlung ansprechend und zeitgemäß zu gestalten.

Der Preis

Der Österreichische Museumspreis ist mit insgesamt 35.000 Euro dotiert. Er setzt sich zusammen aus einem Hauptpreis in Höhe von 20.000 Euro, einem Förderungspreis zum Österreichischen Museumspreis in Höhe von 10.000 Euro und einem allfälligen Würdigungspreis zum Österreichischen Museumspreis in Höhe von 5.000 Euro. Die Geldsumme wird an die Museumsleitungen überwiesen und ist zweckgebunden für Belange der Museen zu verwenden.

Die Jury

Der Jury gehören die Bundesministerin für Bildung, Wissenschaft und Kultur oder ein/e von ihr entsandte/r Vertreter/in und sieben weitere Personen an, die von ihr nach Anhörung des Österreichischen Nationalkomitees ICOM bestellt werden: Besuchervertreter/innen, Journalist/innen sowie in Museen unterschiedlicher Rechtsträger tätige Personen. Je zwei Jurymitglieder besuchen und beurteilen unabhängig voneinander die Museen.

Die Bewertungskriterien

Die Jury berücksichtigt bei der Bewertung der Museen vor allem folgende Aspekte:

- Die Originalität der dem Museum zugrunde liegenden Idee (Leitbild, Sammelkonzept)
- Den Erhaltungszustand der Sammlungsbestände
- Die ausstellungstechnische Umsetzung und Gesamtatmosphäre
- Die Intensität, Kreativität und den Einfallsreichtum der gesamten Vermittlungsarbeit
- Die Umsetzung eines adäquaten sammlungsbezogenen Sicherheitskonzeptes (safety und security)
- Die wissenschaftliche Aufarbeitung
- Die Verhältnismäßigkeit der aufgewendeten Mittel

Die Teilnahme

Mit der Einsendung des unter www.bmbwk.gv.at/museumspreis erhältlichen Bewerbungsblattes und der dort genannten Beilagen wird eine Bewertung durch die Jury vorgenommen. Nach Ablauf von acht Jahren nach der ersten Bewerbung ist eine neuerliche Bewertung möglich.

Einreichungen sind mittels Bewerbungsblatt und Beilagen bis spätestens 31. März 2005 an das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Abt. IV/4, Minoritenplatz 5, 1014 Wien zu richten.

Informationen:

MR Dr. Silvia Adamek
Tel.: 01/531 20-3612
E-Mail: silvia.adamek@bmbwk.gv.at





Österreichischer Museumspreis 2005

Einreichfrist: 31. März 2005

Informationen / Ausschreibung unter
www.bmbwk.gv.at/museumspreis

ab 2. Jänner 2005