

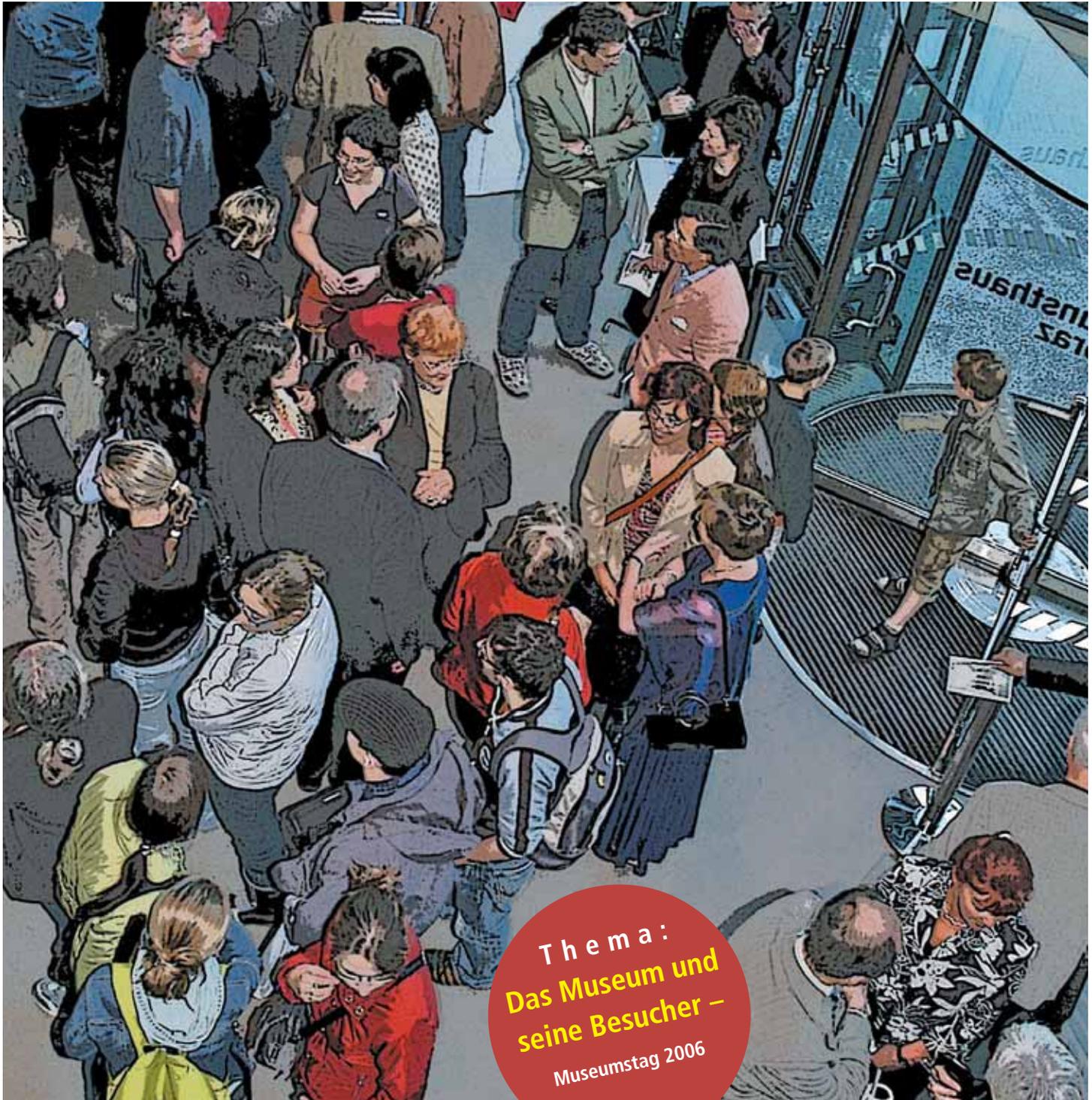
JÄNNER
2007

06/4

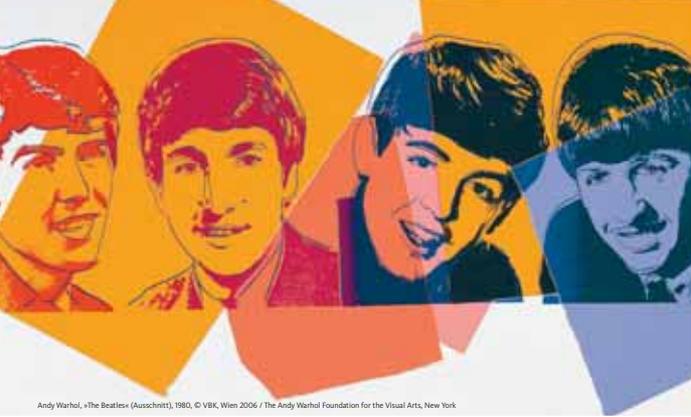
•Impulse •THEMA MUSEUMSTAG 2006 in Eisenstadt: „Das Museum und seine Besucher“ •Wie soll es sein? •Praxistest
•Panel 1: Ankommen •Einleitende Bemerkungen •Schlüsselmoment „Ankommen“ •Ankommen am Landesmuseum
Joanneum •Touristische Aspekte •Panel 2: Dasein •Museen und barrierefreie Information •Emotiografie •Panel 3:
Weggehen •Zusammenfassende Betrachtungen •Weggehen: „Bedürftiger also reicher“ •Weggehen und Wiederkommen
•Schauplatz – Präsentieren •Unter dem VESUV – Kunst und Künstler vom 17.-19. Jahrhundert in Neapel (Lichtenstein
Museum) •Verführungskünste. Eine Geschichte der Werbung (TLMF – Zeughaus)

neuesmuseum

die österreichische museumszeitschrift



Thema:
Das Museum und
seine Besucher –
Museumstag 2006



Andy Warhol, »The Beatles« (Ausschnitt), 1960, © VBK, Wien 2006 / The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, New York

Andy Warhol

Zeichnungen.

24.11.2006 – 18.2.2007

Georg Baselitz

Remix.

18.1.2007 – 22.4.2007



Georg Baselitz, »Orangeness« (Remix), 2005, Öl auf Leinwand (Ausschnitt), © Georg Baselitz



Friedrich von Amerling, »Junges Mädchen« (Ausschnitt), 1834, Privatbesitz, Wien, © Privatbesitz, Wien

Biedermeier

Die Erfindung der Einfachheit.

2.2.2007 – 13.5.2007

Peter Fendi

Und sein Kreis.

23.2.2007 – 27.5.2007



Peter Fendi, »Die Seierjugende« (Ausschnitt), 1837, © Albertina, Wien

ALBERTINA

Täglich von 10 bis 18, Mittwoch von 10 bis 21 Uhr, Albertinaplatz 1, 1010 Wien, www.albertina.at

Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser!



Zweifelsohne zählen „Sie“ oder „Er“ zu den wichtigsten Personen im Museum und sind auch schon oft in ihrer Bedeutung in unterschiedlichster Weise diskutiert worden. Noch nie gab es einen Österreichischen Museumstag, der sich zur Gänze aus der Perspektive genau dieser Personengruppe heraus definierte – aus der Perspektive der **Besucherin**, des **Besuchers**.

Die Ergebnisse dieses 18. Österreichischen Museumstages, die wie immer in der österreichischen Museumszeitschrift **neues museum** in zusammenfassender Form publiziert werden, vermitteln ein höchst differenziertes Bild der Auseinandersetzung mit diesem letztlich sehr heterogenen Wesen, seinen Bedürfnissen, Erwartungen und Kommunikationsformen. Neben Beiträgen aus der internationalen

Museumswelt, die uns einmal mehr aufzeigen, dass sich Museumsprobleme und Diskussionen in ganz Europa sehr ähnlich darstellen, wurde die Besucherperspektive konsequent nach den Themen „**Ankommen**“, „**Dasein**“ und „**Weggehen**“ geordnet und erörtert. Lebhaftige Diskussionen, durchwegs allerdings getragen von einem einheitlichen Bemühen um ein bestmögliches Service für diese Besucherinnen und Besucher, haben diesen Museumstag in Eisenstadt geprägt – der übrigens erstmals in der burgenländischen Landeshauptstadt stattgefunden hat und neben der Neuaufstellung des Landesmuseums u.a. auch eine perfekte Organisation zu bieten hatte.

Viel Anregung beim Nachvollziehen und vielleicht nochmals Überdenken dieser Diskussionsbeiträge wünscht

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Peter Assmann'.

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
Albertina, Wien | Heeresgeschichtliches Museum Wien
Inatura, Erlebnis Naturschau Dornbirn
Kunsthistorisches Museum, Wien | Landesmuseum Burgenland
Landesmuseum Joanneum | Landesmuseum Kärnten
Landesmuseum Niederösterreich | Liechtenstein Museum, Wien
Museen der Stadt Linz | MuseumsCenter – Kunsthalle Leoben
Museum Moderner Kunst, Wien | Oberösterreichische Landesmuseen
Österreichische Galerie Belvedere | Österreichisches Museum für
Volkskunde, Wien | Salzburger Museum Carolino Augusteum
Technisches Museum, Wien | Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum
Vorarlberger Landesmuseum | Wien Museum



niederösterreich kultur



bm:bwk

Impressum

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

Geschäftsführung ÖMB & Redaktion „neues museum“:
Welserstraße 20, A-4060 Leonding
Mag. Stefan Traxler, s.traxler@museumsbund.at
Mag. Claudia Kiesenhofer, c.kiesenhofer@museumsbund.at

Lektorat: Mag. Claudia Kiesenhofer
Produktion & Layout: Mag. Elisabeth Fischnaller
Druck: Landesverlag 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, Wien

Cover: Eingangsbereich KUNSTHAUS GRAZ, Grafische Bearbeitung im „Photoshop“

Inhalt Heft 06/4

IMPULSE

4 witzig – skurril – anders

THEMA – Das Museum und seine Besucher

6 **Wie soll es sein?
Wer dient wem?
Architektur, Sammlungen,
Publikum**
Nicole Gesché-Koning



16 **PRAXISTEST.
Persönliche Erfahrungsberichte von
Museumsbesuchern**
Josef Tiefenbach

Panel 1: ANKOMMEN

18 **Einleitende Bemerkungen**
Wolfgang Kos

20 **Schlüsselmoment „Ankommen“ – Keine
zweite Chance für den ersten Eindruck**
Hadwig Kräutler

24 **Ankommen am Landesmuseum Joanneum**
Andreas Schnitzler

28 **Ankommen im Museum – touristische
Aspekte**
Eva Wieder

Panel 2: DASEIN

30 **Museen und barrierefreie Information**
Manfred W. K. Fischer

34 **Emotiografie**
Roberto Di Valentino

Panel 3: WEGGEHEN

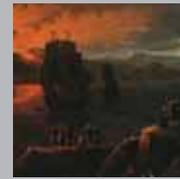
39 **Zusammenfassende Betrachtungen**
Peter Assmann

40 **Weggehen – „Bedürftiger, also reicher“**
Gabriele Stöger

42 **Weggehen und Wiederkommen**
Barbara Weber-Kainz

Schauplatz – PRÄSENTIEREN

44 **Unter dem VESUV.
Kunst und Künstler vom
17. - 19. Jahrhundert in
Neapel**



50 **Verführungskünste.
Eine Geschichte der
Werbung**
Claudia Sporer-Heis



JOURNAL

56 **Tipps, kurz und bündig**

68 **Museen & Ausstellungen**

Vorschau Heft 07/1

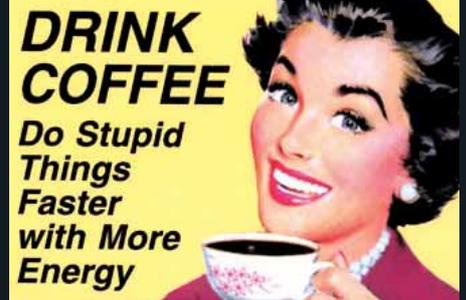
Thema: Museums[Aus/Neu]bauten

Retro-
Plakate /
Magnete zum
Bestellen

SURFTIPP

www.allposters.com

Umfangreiches Angebot an Filmplakaten, Kunstdrucken diverser Stilrichtungen, Retro-Werbepostern, Magneten verschiedenster Auswahlkriterien. Eine wahre Fundgrube für Freunde und Sammler historischer und/oder aktueller Posterdrucke.



»Werbung ist lediglich dazu imstande, bereits vorhandene Wünsche zu verstärken.«

zum Thema „Verführungskünste“ ab S 50



sit down ...

Für den verstorbenen Kenneth Hudson, den Gründer des European Museum of the Year Award (EMYA), werden **nur die Museen**

„mit ‚Charme‘ und Sitzplätzen überleben“.

Er wollte das zu passive Wort „Besucher“ gegen
„Museumsnutzer“ austauschen.

Nicole Gesché-Koning, ab S 6



Krumme Sachen:



virtuelles

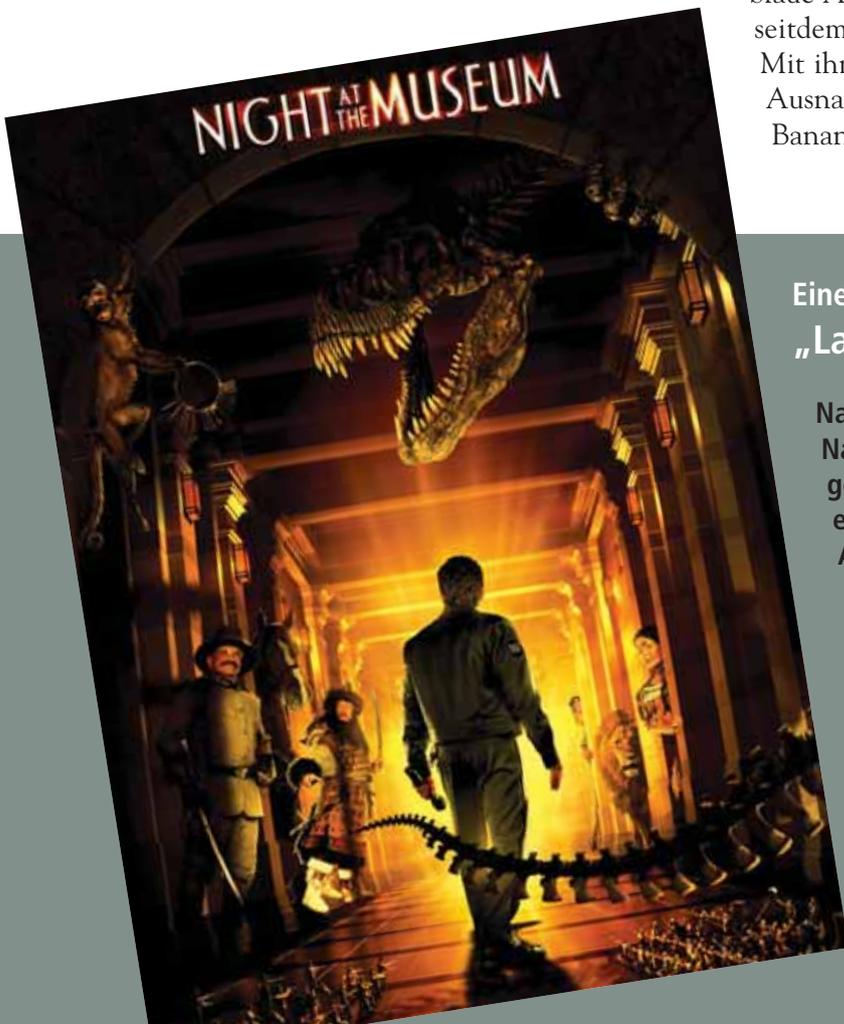
BANANEN-AUFKLEBER-MUSEUM

www.b-a-m.de

Mit dem Wort Banane verbinden 90% aller Konsumenten noch immer die Marke Chiquita: Derart nachhaltig wirkt bis heute eine der erfolgreichsten Werbekampagnen des 20. Jhs. Noch lange, nachdem der Markenname – damals von Young & Rubicam gestylt – 1963 in den USA und ab dem Frühjahr 1967 auch in Mitteleuropa eingeführt worden war, sollte Chiquita das Synonym für Banane bleiben. Begriffe wie „Branding“ und „Corporate Identity“, die heute jedem geläufig sind, hielten damals auch in der Bananenwelt Einzug. Maßgeblichen Anteil am Bekanntheitsgrad der Marke hat der



blaue Aufkleber, der die Chiquita-Bananen seitdem in verschiedenen Versionen ziert. Mit ihm beginnt, von wenigen früheren Ausnahmen abgesehen, die Blütezeit des Bananenaufklebers ...



FILMTIPP

Eine etwas andere
„Lange Nacht des Museums“

Nachtwächter Larry (Ben Stiller) erlebt im Natural History Museum New York (in dem übrigens nicht gedreht werden durfte), wie lebendig ein Museum sein kann ...

Auch wenn es sich dabei nicht um tiefsinniges Kino handelt, die Idee ist „phantastisch“ und vielleicht motiviert der Film den einen oder anderen Kinogeher zu einem Besuch in unseren lebendigen Museen!

Nachts im Museum
Night at the Museum
Regie: Shawn Levy
2006, 108 Min.

Wie soll es sein? Wer dient wem?

Architektur, Sammlungen, Publikum

Wie soll es sein?

Es werden keine „Patentrezepte“ zu dieser Fragestellung vorgetragen, vielmehr folgen **zehn Denkanstöße** oder Anmerkungen zum Thema „Vermittlung in Museen“.

Nicole Gesché-Koning

„MUDAM“ – MUSÉE D'ART MODERNE

Der Titel des Vortrags ist nach einem Besuch im MUDAM Luxemburg entstanden.

Von Anfang an hat mich dieses neu eröffnete, der zeitgenössischen Kunst gewidmete Museum zu kritischen Bemerkungen herausgefordert. Schon der Name des Museums des Großherzogs Jean „Musée D'Art Moderne“ lässt aufhorchen. Hätte das Publikum den ursprünglichen Namen „Zentrum für zeitgenössische Kunst“ zu streng oder barsch empfunden? Wäre das Museum in zu große Konkurrenz mit dem Casino Luxemburg als Forum für zeitgenössische Kunst geraten? Oder hoffen die Verantwortlichen, mit dem Stichwort „modern“ mehr Besucher zu gewinnen? Meine erste Anmerkung lautet deshalb:

• **Museen sollen zu ihren Zielen stehen, ihr Publikum ernst nehmen und es nicht mit unangemessenen Benennungen verwirren.**

Auch der Titel der ersten Ausstellung ist irreführend: El Dorado! Für die Direktorin ist das erklärte Ziel des „Museums, im Herzen Europas KünstlerInnen und BesucherInnen eine Agora anzubieten, um gemeinsam Kunst erleben zu können ... Dieser Ort soll die Kreativität an erste Stelle setzen“ (MUDAM, 2006, 4). Muss man das Publikum mit so einem werbewirksamen Titel verführen und sich noch wissenschaftlich im ersten Satz des Katalogs mit der Definition der My-



MUDAM Luxemburg –
Musée D'Art Moderne Grand-Duc Jean:
Lichtdurchflutete Räume
© Nicole Gesché



»Museen sind Orte der Begegnung!«

then von Claude Lévi-Strauss rechtfertigen? Positiv für den Besucher ist sicherlich der günstige Preis des Minikatalogs von 2 Euro, was mich zu meiner zweiten Anmerkung führt:

- **An alle Portemonnaies denken, um die Botschaften der Museen für alle zugänglich zu machen.**

Für dieses von der Politik auf den Weg gebrachte Museum wurde der Architekt Ioh Ming Pei gebeten, ein Museumsgebäude mit Blick in Vergangenheit und Gegenwart zu konzipieren, das die historischen Festungsmauern einbezieht. Von einer Sammlung war noch keine Rede, weil es zu der Zeit der Auftragsvergabe noch keine Sammlung gab!

So meine dritte Anmerkung:

- **Das Publikum soll wissen, was die Museen verwirklichen – im Hinblick auf die „vier Säulen“ der Museumsarbeit: Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln.**

Zum Inhalt der Ausstellung: Der erste Raum des MUDAM ist so von Licht durchflutet, dass hier fast keine Werke installiert werden können! Deshalb meine vierte Anmerkung:

- **Wozu besucht man eigentlich ein Museum: um eine originelle oder gewagte Architektur zu bestaunen oder um Kunstwerke einer „El Dorado“-Ausstellung zu bewundern?**

Beim Eintreten hat man zuerst einen Eindruck von der Qualität und Bedeutung des Designs. Innenausstattung und Kunstwerke stehen im Katalog gleichwertig nebeneinander. Alles ist auf die Räumlichkeiten zugeschnitten, in denen wenige Objekte präsentiert werden – die Sammlung baut sich langsam auf! **The Net** von **Cai Guo-Qiang** – bestehend aus einem Käfig voller Kanarienvögel, einem Boot und einem Computer mit freiem Internetzugang – ist das einzige Werk, das aus konservatorischen Gründen in der zentralen Licht durchfluteten Halle ausgestellt werden kann. Um die Kanarienvögel muss man sich laut Hinweistafel keine Sorgen machen: Sie sind unter täglicher tierärztlicher Beobachtung! Letztendlich sind auch sie zu Gast im Museum!

Weil sie für bestimmte Orte des Gebäudes geplant wurden, passen sich andere Werke der Architektur hervorragend an, wie z.B. die nach gotischem Vorbild gestaltete **Kapelle** des Belgiers **Wim Delvoye**, oder **Nari Wards Geography Bottle Messenger**, das dem kleinen achteckigen Pavillon eingefügt ist, der mit dem Hauptgebäude durch eine durchsichtige Brücke verbunden ist.

Das einfache, moderne und deutliche Leitsystem sowie das Museumslogo, das „sich den etablierten Konventionen etwas entgegen setzt und zu einer emanzipatorischen Lektüre anregt“ (MUDAM 2006, 82), haben mir sehr gut gefallen und mich zu meiner fünften Anmerkung geführt:

- **Museen dürfen nicht versäumen, ein attraktives Image oder eine visuelle Identität zu suchen.**



„Geography Bottle Messenger“
© Nicole Gesché

Museum am Quai Branly (Paris): Aboriginische Künstler haben einige Wände und die Decke der Büros an der Seite der Rue de l'Université bemalt. © Ianna Andréadis

MUDAM Luxemburg – Musée D'Art Moderne
Grand-Duc Jean: Aussenansicht. © Nicole Gesché



Über die Publikumsstruktur gibt es nicht viel zu sagen. Einen Monat nach der Eröffnung an einem Sonntagnachmittag waren nur wenige Besucher im Museum. Die meisten waren niederländische Touristen, die vielleicht angelockt wurden durch die kritischen Presseartikel in ihrem Land. Die Architektur, das Design und die Werke in Ruhe genießen zu können, war ein sehr angenehmes Gefühl, viel schöner als sich in langen Schlangen zu langweilen und danach die Ausstellung aus Mangel an Platz nur ungenügend betrachten zu können. Meine sechste Anmerkung würde in diesem Sinne so lauten:

- **Museumsbesucher brauchen Zeit UND Raum, um sich die Werke in ihrem Tempo und ungestört anzuschauen.**

Architektur, Sammlungen, Publikum

Architektur, Sammlungen und Publikum wird in der Fachliteratur selten zusammen betrachtet. Diese behandelt entweder die Museumsarchitektur und ihren Zusammenhang mit den Sammlungen, die Sammlung selbst sowie ihre Konservierungs- und Forschungsarbeit oder die Besucherfor-

schung. Meiner Meinung nach wird die Zukunft der Museen durch die Frage diktiert werden, ob diese drei Faktoren in Konkurrenz treten, gleichberechtigt nebeneinander stehen oder sich ergänzen. Für den verstorbenen Kenneth Hudson, den Gründer des **European Museum of the Year Award (EMYA)**, werden nur die Museen „mit ‚Charme‘ und Sitzplätzen überleben“. Er wollte das zu passive Wort „Besucher“ gegen „Museumsnutzer“ austauschen (HUDSON 1996, 264f).

Ohne weit zurück in die Geschichte der Museen zu blicken, ist schnell ersichtlich, dass sich im Laufe der Zeit der Zusammenhang zwischen den drei Begriffen Architektur, Sammlung und Publikum geändert hat.

Die Anfänge

Bei den Wunderkammern war nur von Sammlungen die Rede, egal ob von Prinzen, Königen oder Päpsten. Mit der Aufklärung wurden diese Sammlungen dem Publikum zur Betrachtung angeboten und angepasste Gebäude entworfen. Nach dem Vorbild des Ashmolean Museum entstanden so viele berühmte Museums-Tempel. Ihre Ähnlichkeit ermög-



»Museums are amongst the most effective media for communicating educational information to masses of people«

Chauncey J. Hamlin

lichte es, ein tempelförmiges Gebäude als überall verständliches Logo für alle Museen der Welt zu nutzen. Wäre dies heutzutage noch möglich? Trotz der Öffnung zur Außenwelt blieben diese Museen für lange Zeit eher den Wissenschaftlern und Kuratoren als einem Publikum vorbehalten.

Diese ersten europäischen Museen müssen heute neu durchdacht werden, sich so zu sagen einem „Lifting“ unterziehen. So entstand beim Louvre die Pyramide und beim British Museum der Great Court. Beide wurden geplant, um sich den wachsenden Besucherzahlen anzupassen und Tausende von Touristen, die oft auf einen Museumsbesuch schlecht vorbereitet sind, willkommen zu heißen.

Glaswände wurden für sehr viele Museen zu einer einfachen Lösung, um mehr Platz zu gewinnen. Diese neuen Räume werden wie auch bei den erwähnten Beispielen als „Meeting point“, Museumshop, Cafeteria, Konferenzraum oder selbst als Erweiterungssaal für die Sammlungen genutzt.

Das Museumspublikum

Thomas Struths bekannte Bilder von Besuchern in Museen sind sehr aufschlussreich. In der Serie über die Galleria dell' Academia in **Florenz** sind die Besucher, die sich wirklich auf **Michelangelos David** konzentrieren, die Ausnahme! Hier wäre vielleicht eine Vorbereitung in Nebensälen, wie sie sich Umberto Eco in seinem Text über das ideale Museum für ein einziges Kunstwerk wünscht (die Uffizien nur für Botticelli's Primavera!), eine gute Idee. (ECO 2003)

Erst am Ende des 19. Jahrhunderts kümmerte man sich wirklich um das Publikum. Die Besucher brauchten Bildung, die die Museen ihnen anbieten konnten. Nach der industriellen Revolution fand man einerseits diejenigen, die die neuen Technologien schätzten, und andererseits Leute wie William Morris oder John Ruskin, die überzeugt waren, dass nur Kultur die Massen erheben kann.

„The first function of a museum ... is to give examples of perfect order and perfect elegance ... to the rude and disorderly populace. Everything in its own place, everything looking its best because there is nothing crowded, nothing unnecessary, nothing puzzling. Therefore, after a room has once been arranged there must be no change in it. For new possessions there must be new rooms“ (J. Ruskin, 1849; RUSKIN 1959).

In diesem Sinne sollten sich Museen gar nicht ändern! Sind Änderungen nicht unbedingt erforderlich? Museen wollen sicher „in“ sein und sich den neuen Medien, Technologien und Präsentationen anpassen. Jedoch sind sie auch Zeugen einer Zeit, und einige von ihnen könnten auch unverändert bleiben wie das Ägyptische Museum in Kairo, das trotz Chaos und Staub, immer imponierend wirkt.

Platz für Museumspädagogik

Am Ende des 19. Jahrhunderts öffnete in **New York / Brooklyn** ein **Kindermuseum** seine Tore, das zu dieser Zeit in Europa undenkbar war! In Brüssel sprach der Museumsdirektor Jean Capart schon im Jahre 1922 von den zwei wichtigsten Zielen der Museen: für die Wissenschaftler auf Innen bezogen und für die Vermittlungsarbeit nach Außen gerichtet. Nach dem Zweiten Weltkrieg widmete man sich den Jugendlichen, weil sie die Zukunft verkörpern. Museumspädagogik wurde ab jetzt ernst genommen. Seit der Gründung des **International Council of Museums (ICOM)** 1946 ist dieser Bereich der Museumsarbeit aktuell. Der erste Präsident von ICOM, Chauncey J. Hamlin, drückte es so aus: „Museums are amongst the most effective media for communicating educational information to masses of people“. Die Vielzahl der Museumsbesucher wurde hier zum ersten Mal erwähnt.

1953 wurden die zwei ersten Komitees von **ICOM** über Erziehung in Museen zu einem zusammengefasst (International Committee on Education), was 1963 zur Gründung des **International Committee for Education and Cultural Action (CECA)** führte. Museumspädagogik wurde im Jahre 1971 das durch ICOM gewählte Thema für die IX. Generalkonferenz

»... nur Museen mit ‚Charme‘ und Sitzplätzen werden überleben ...«

(ICOM 1972). Man dachte jetzt auch an Erwachsene, an Besucher im Rollstuhl oder an Seh- und Hörbehinderte, was eine Anpassung der Ausstattung und der Kommunikation zur Folge hatte. Später kümmerte sich das Museum auch um Minderheiten und Nicht-Besucher bzw. wie man sie erreichen kann. Seit den 1970er Jahren trifft sich das CECA-Komitee jährlich und veröffentlicht ein eigenes Heft über **Museumspädagogik** weltweit (**ICOM Education**) sowie die **Tagungsbände** und Beiträge zur **Besuchersforschung** (icom.museum.ceca).

Die „Ikonizität“ und Emanzipation des Museumsgebäudes als Marketingfaktor

Zur gleichen Zeit erdachten Architekten neue Wege für Museumsgebäude, entweder wie bei der MOMA „klinisch“ oder „Krankenhaus sauber“, so nannte der ehemaligen Kurator des Louvre Germain Bazin damals den „white cube“, oder wie bei Wright's Guggenheim weit weg vom gängigen Bild des alten Tempels. „Heutzutage sind Museumsbauten mehr ‚in‘ als je zuvor“ ... Impuls für diese Popularität ist, laut Suzanne und Thierry Greub vom **Art Zentrum Basel**, den Organisatoren der Ausstellung **Museen im 21. Jahrhundert, Ideen, Projekte, Bauten** in Düsseldorf (Mai 2006), die bis 18. Februar 2007 im **Lentos** in Linz zu sehen ist, „zweifellos das 1977 in Paris-Beaubourg fertig gestellte Centre Georges Pompidou, das sich als ‚Kunst-Maschine‘, ‚Marktplatz der Künste‘ zu erkennen gibt“ und „das Ende der Pathosformel des Museums brachte“ (GREUB & GREUB 2006, 27). Eine Generation später sollte ihr erstes Kind in Metz ans Licht kommen. Mit dem **Bilbao-Guggenheim** offenbarte sich, dass die Architektur „sich endgültig von der Kunst, die in den Museen ausgestellt wird, emanzipiert hat“ (Ibd., 3). Gegenüber Beaubourg oder Bilbao behauptet das Museum des Confluences in Lyon, einen höheren Wert zu haben. Hier ist eine baulich faszinierende Neuinterpretation des Museums als „Server“ oder „Access Provider“ angestrebt. Die „Ikonizität“ der Gebäude wird selbst zur Hauptattraktion im Gegensatz zum früheren „nur“ (Ibd., 9) der Kunstwerke. Damit werden die Objekte eher als „Dekoration“ ausgebeutet (Ibd., 4 & Fußnote 2).

Museen seit 2000

Nachdem für ihn „die Architektur des Museums selbst der Bau in seiner urbanen Verankerung mit seinen Nutzungsräumen für die Verwaltung und seinen Ausstellungsmöglichkeiten im Dialog zwischen Bau und Kunst, Architektur und Benutzer funktionieren muss“ (Ibd., 11), stellte **Thierry Greub** für die Museen seit 2000 **fünf Tendenzen** fest: klassische Bescheidenheit, neue Transparenz, neue Aufgaben, neuer Symbolismus und neuer Körperbezug der Besucher.

Zur **klassischen Bescheidenheit** gehören die Museen, „die im Zuge der 1968er Bewegung als bildungsbürgerliche Institutionen zu betrachten sind, wobei der Schwerpunkt auf Bildung, Ausstellungspraxis und Kommunikation liegt“. Beispiele hierfür sind die Pinakothek der Moderne, die Beyeler Stiftung oder das zukünftige Besucherzentrum in Stonehenge, das Architektur mit Natur verschmelzen lässt, sodass das Publikum nur die Megalithen in Erinnerung behält.

Die **neue Transparenz** meint vor allem „die Nivellierung von den Innen- und Außenbereichen durch eine ‚Gazschicht‘ die den Innenbereich durchscheinen lässt“. Beispiele dafür sind die 2000 neu entstandenen **Christchurch Art Gallery Te Puna o Waiwhetu** in Neuseeland, Richard Meiers **Ara Pacis Museum** in Rom oder das **Museum am Quai Branly in Paris (Abb.)**, das laut Jean Nouvel nicht einfach „ein Ort für didaktische Information sein soll, sondern auch ein Ort der Gefühle ... Durch Beleuchtung, Materialwahl und Farben soll der Besucher in eine geheimnisvolle Atmosphäre eines fremden Kosmos eintauchen“ wie schon damals im Museum von Dahlem, Berlin oder – zeitlich näher – im Museum Te Papa in Neuseeland. Hier stellte sich die Frage nach der Innenarchitektur und inwiefern sie das Publikum in eine neue Art von „period rooms“ locken muss. Müssen Objekte sonniger Zivilisationen immer im Dunkeln stehen? Sind sie mehr wert, wenn man sie als einen Schatz vorstellt? BesucherInnen des Museums sind unterschiedlicher Meinung im Hinblick auf Gebäude und Präsentation. Alle sind



Museum am Quai Branly (Paris),
Haupteingang. Bruch in der
Glaspalisade.

© musée du quai Branly,
Foto Antonin Borgeaud



von der Architektur und dem vertikalen Garten des Landschaftsarchitekten Gilles Clément begeistert. Für sie wirken die Innenräume entweder magisch und fabelhaft und führen zur Bewunderung der Fähigkeiten des Menschen, oder sie erzeugen im Gegenteil Überdruß. Für Führungen sind die Räume falsch konzipiert. Hier würde zum Thema Wohlfühlen der BesucherInnen meine siebte Anmerkung heißen:

• **Die Planung der Museumsräume sollte nie mehr ohne Rücksicht auf die MuseumsvermittlerInnen und ihre Arbeit erfolgen.**

Was den Namen des Museums angeht, kann man sich auch hier einige Gedanken machen. Mit dem Museum am Quai Branly geht man heiklen Benennungen aus dem Weg, die die Museumsleitung dann eher in Sonderausstellungen zu analysieren plant, wie derzeit **D'un regard l'Autre** (www.quaibrantly.fr).

Bei den so geplanten Museen ohne Objekte

(DRAGONET 1984, 152) sind **neue Aufgaben** erforderlich.

Im faszinierenden zukünftigen **Museum für hellenische Geschichte** in Athen (Abb. nächste Seite) wird es keine Objekte zu betrachten geben – sie gehören schon allen Museen im Ausland. Die „Architektur steht hier für die fehlenden Objekte ein, und die verschiedenen Themen werden durch die Raumpräsenz evoziert“ (GREUB & GREUB 2006, 12). Der Besucher ist „einbezogen, das Erfahren einer kulturellen Identität nicht mit kommensorierter Geschichte im Vordergrund sondern mit seiner eigenen Vergangenheit, in einem realen historischen Raum zu schaffen“ (PFAFF 2006, 142).



Museum am Quai
Branly: Die Lyra aus Stein
steht am Eingang in die
Afrikasammlung.
© musée du quai Branly,
Antonin Borgeaud

»VermittlerInnen und BesucherInnen sind gefordert, Werke völlig „verschiedener Welten“ zusammen zu betrachten ...«

Museum für hellenische Geschichte in Athen, Gesamtansicht. © Anamorphosis architects



Das Mercedes-Benz Museum in Stuttgart gehört laut Greub zu dem **neuen Symbolismus**, der auf Wright's Guggenheim-Spirale zurückgeht.

Der **neue Körperbezug der Besucher** zu diesen neuartigen Raumerlebnissen führt zu einem neuen Dialog mit der Architektur. Die Museen sollen jetzt als ein „Raum für Spekulation im Sinne des 18. Jahrhunderts“ zu betrachten sein, als „höchste Form der Bewegung des menschlichen Denkens, ein Ort der Verquickung von Schauen, Spiegeln und Erkennen“ (KUDIŁKA 2006, 289).

Ergänzend zu Greubs fünf Tendenzen führt eine **6. Tendenz** zurück in das 20. Jahrhundert und thematisiert **das Umwandeln alter Gebäude**, die nicht ursprünglich als Ausstellungsorte gedacht waren, in Museen, wie das Tate Modern in London, die Zentrale Montemartini in Rom oder das Centrale électrique in Brüssel. Interessant an der Präsentation in Rom ist, wie das vorübergehende Nebeneinander von Dampfmaschinen, elektrischen Geräten und Skulpturen der Antike zur dauerhaften Ausstellung wurde. MuseumsvermittlerInnen und BesucherInnen sind hier gefordert, die Werke zweier völlig verschiedener Welten zusammen zu betrachten. Deshalb meine achte Anmerkung:

- **Museen müssen sich trauen, dem Publikum unkonventionelle Nebeneinandersetzungen anzubieten**, sei es an ungewöhnlichen Orten, durch Sammlungsmischung wie im Dialogmuseum in Louvain-la-Neuve (Belgien),

MAC's – Musée des Arts contemporains du Grand Hornu (Belgien): vom Industriezentrum zum Zeitgenössischen Museum (Erweiterung: Pierre Hebbelinck). © Nicole Gesché



oder wie bei der nächsten Kasseler **Documenta 12**, die, wie Roger M. Buegel, der künstlerische Leiter vermerkt, „den Besucher mit sich selbst und seinen Wahrnehmungsgewohnheiten und Konventionen konfrontieren will“ (Luft-hansa Magazin, Oktober 2006, 46).

Die Besucherforschung

Nach der **CECA Tagung in Rom** über **Denken, Evaluieren, Nachdenken** (3. - 7. 10. 2006) kommt bei mir einiger Frust auf. Jeder führt jetzt Besucherforschung durch: schöne Tabellen, sprechende Zahlen bis zur nächsten Befragung. Das Nachdenken hat mir gefehlt – wie auch eine Internationalisierung der Befragungen (BRINKMAN 1996). Man sollte anfangen zu beobachten, wie sich die Zahlen ändern, nachdem man auf sie Rücksicht genommen hat. Dies geschieht hervorragend im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland in Bonn. Man begann in dieser Stiftung 1988 mit Besucherbefragungen – also Jahre vor der Eröffnung 1994. Anregungen dafür gaben die Tagungen der amerikanischen **Visitor Studies Association**. Das gleiche gilt für das Victoria & Albert Museum, wo die erste Phase der Sanierung und Erweiterung der alten Gebäude zu einer Reflexion über die Konzeption der British Galleries führte, die im Internet für alle zugänglich ist (www.vam.ac.uk). Nicht umsonst gewannen die **British Galleries** 2004 den **European Museum of the Year Award**.



10 Denkanstöße – Überblick

1. Museen sollen zu ihren Zielen stehen, ihr Publikum „ernst nehmen“ und es nicht mit unangemessenen Benennungen verwirren.
2. An alle Portemonnaies denken, um die Botschaften der Museen für alle zugänglich zu machen.
3. Das Publikum soll wissen, was die Museen verwirklichen – im Hinblick auf die „vier Säulen“ der Museumsarbeit: Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln.
4. Wozu besucht man eigentlich ein Museum: um eine originelle oder gewagte Architektur zu bestaunen oder um Kunstwerke einer „El Dorado“-Ausstellung zu bewundern?
5. Museen dürfen nicht versäumen, ein attraktives „Image“ oder eine visuelle Identität zu suchen.
6. Museumsbesucher brauchen Zeit und Raum, um sich die Werke „in ihrem Tempo“ und ungestört anzuschauen.
7. Die Planung der Museumsräume sollte nie ohne Berücksichtigung der MuseumsvermittlerInnen und ihrer Arbeit erfolgen.
8. Museen müssen sich trauen, dem Publikum unkonventionelle Nebeneinandersetzungen anzubieten.
9. Vor dem Verfassen von Texten in Museen sollte erst sorgfältig die Fachliteratur studiert werden.
10. Die Liebe zu den Objekten, die wir vermitteln, und zu unseren Gästen, Nutzern oder Besuchern – egal wie man die Museumskunden nennen möchte – soll höchste Priorität haben.

Menschliche Museen

Hervorzuheben ist die diskrete Präsenz der VermittlerInnen, die die Besucher mit verschiedenen Interessen und unterschiedlichem Alter einbeziehen, wie ich es bei der **Tagung „Das magische Dreieck“** an der Thomas Morus Akademie in Bensberg 2005 vorstellte (GESCHÉ 2007). Sie sind immer „anwesend“: ihre Filigranarbeit spürt man in den Begleittexten, die sie sorgfältig mit den KuratorInnen und GestalterInnen ausarbeiteten, oder in den angepassten Videos oder Bildschirmanimationen, zu denen der Besucher greift oder nicht. Obwohl vielfältigste Literatur über **Texte in Museen** erhältlich ist (DAVID & SCHLESINGER 2002; BOURKE 2003), findet man immer wieder Texte, die sich an keine Regeln halten, und so meine neunte Anmerkung:

• **Vor dem Verfassen von Texten in Museen sollte erst sorgfältig die Fachliteratur studiert werden.**

Das Publikum will auch über die Geduld erfordernde Restaurierungsarbeit informiert werden und schätzt dieses Vertrauen. Es wünscht sich mehr Information über dieses Thema, wie das europäische durch die Universität Brüssel geleitete Programm „Zusammen sorgen für das Kulturerbe“ zeigen konnte (PÉRIER-D'LETEREN 1998). Durch dieses Projekt erfuhren MuseensvermittlerInnen mehrerer Länder, wie man



Im Institut des Sciences naturelles de Belgique, das den Museumspreis der Region Brüssel Hauptstadt und den Publikumspreis 2006 erhielt.
© ircsnb-kbin Th. Hubin

die Technologie und die Konservierungs- und Restaurierungsmaßnahmen dem Publikum vermitteln kann. Das **CECA** Programm **Alle Wege führen nach Rom** hatte das gleiche Ziel (GESCHÉ 2001). Wie sich die Museen mit dem Kulturerbe befassen, wird in Wien **2007** bei der **ICOM Generalkonferenz** im Mittelpunkt stehen. Es gibt noch viel zu tun, will man den Richtlinien der präventiven Konservierung und den verschiedenen beispielhaften Programmen des **ICCROM** (International Centre for the Study and Preservation of Cultural Heritage) entsprechen. Diese direkte Ansprache der Besucher und die damit verbundene Information sind viel angenehmer als Verbotstafeln.



Mögen es Besucher, so begrüßt zu werden?
Eingang in die Ausstellungshalle am Bozar in Brüssel

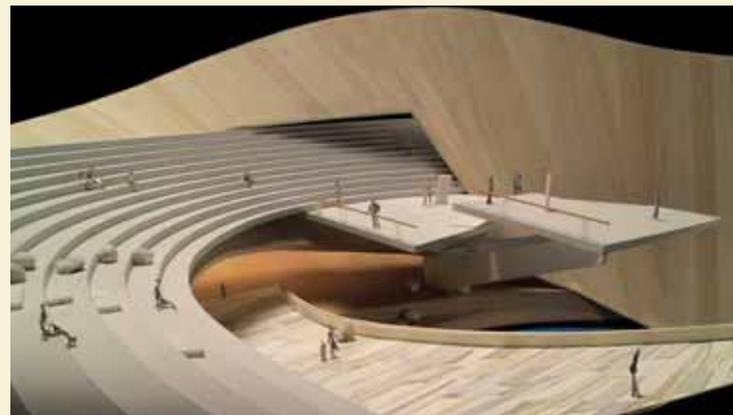
Die menschliche Seite unseres Berufsbildes als Museumsleute wird zu oft vergessen und durch „ein Übermaß an Didaktik“ ersetzt (VITALI 1997, 101). Sie liegt dem Kollegen Michael Cassin sehr am Herzen. Dieser englische Museumspädagoge sieht sich eher als „Curator of Engagement“, weil mit Engagement auf „das Gespräch, sich auf etwas einlassen, Wissen teilen, Werke entdecken, nachdenken, diskutieren“ hingewiesen ist (JANSEN 2005). Jeder Mensch ist für ihn fähig, zu beobachten.

MuseumsbesucherInnen sind clever, „man sollte ihr Denkvermögen nicht unterschätzen“. In ihrer Überzeugung, dass nur „gebildete“ Leute der Museumssammlungen würdig sind, versagen noch zu viele Museen. Wir müssen deswegen mit großer Offenheit an die Vermittlung herangehen und sicher sein, dass alles, was wir unternehmen, richtig ankommt – wie ein Tischtennisball, der laut Designer Hans Woodtli beim Spielen immer ein „Pong“ nach dem „Ping“ braucht (WOODTLI 1995, 14).

„Bedeutung“ von Museen

Dies wird in Chicago (13.-17. Mai 2007) bei der **AAM** (American Association of Museums) unter dem Titel **Why Museums Matter** Thema sein. Wenn der Wert des Museums durch seine BenutzerInnen entsteht, müssen sich die Museen in unserem täglichen Leben so verankern, dass man sie besuchen wird – so wie man in die Bibliothek geht, sofern man heutzutage noch Bibliotheken besucht ... Museen müssen versuchen, ihre BesucherInnen durch den Stolz auf ihre Sammlung zum Wiederkommen zu bewegen, statt sie mit immer neuen Blockbuster-Ausstellungen anzulocken. Diese kosten sehr viel Geld und Energie, enttäuschen die BesucherInnen oftmals und bringen die Kunstwerke immer mehr in Gefahr. Verwöhnen wir das Publikum mit erneuten Präsentationen, guten Führungen, Publikationen für alle Besucherinteressen und -portemonnaies, mit einer gemütlichen Cafeteria, einem schönen Restaurant, das auch abends offen bleibt. Laden wir sie einfach ein, nicht nur für eine „Lange Nacht der Museen“ sondern auf langfristiger Basis in unsere

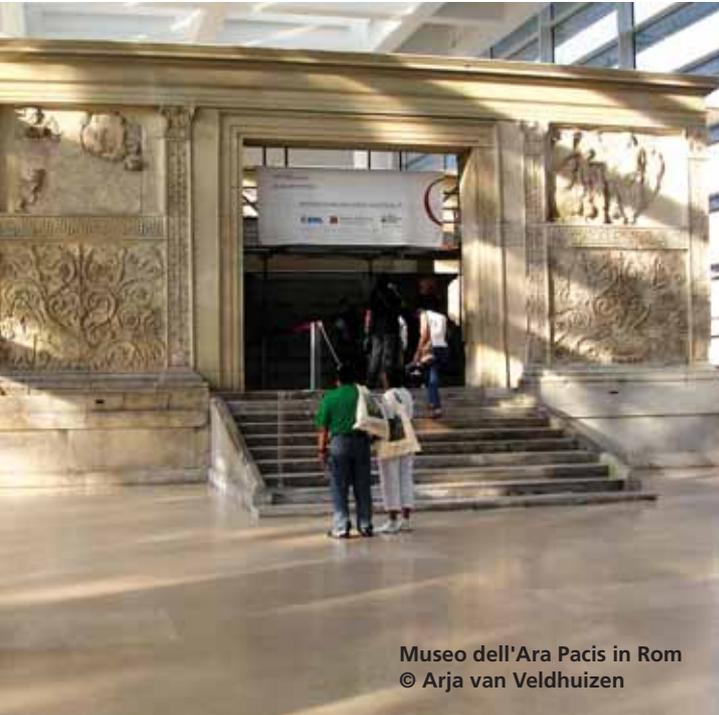
Museum für hellenische Geschichte in Athen, Altgriechische Abteilung. © Anamorphosis architects



Häuser zu kommen – für eine, laut Frans Schouten, „Unique“ experience mit dem U für Uncommon, N für Novelty, I für Informative, Q für Quality, U für Understanding und E für Emotional (vorgestellt auf der Museumsmesse in Genf 1999). Wie Filmregisseur Costa-Gavras es über Kinos sagt (Le Figaro 30. Oktober 2006, 24), sollen auch die Museen versuchen, nicht nur zu einem reinen Produkt zu werden, sondern auch Besucher, die **Lust zur Begegnung** haben, anzulocken. Museen müssen Orte der Begegnung bleiben! Dass Besucher immer von oberster Bedeutung sind, zeigt auch die Klassifizierung der französischen Museen des Magazins *Journal des Arts* nach folgenden drei Kriterien: 1. Attraktion, 2. Dynamik und erst an dritter Stelle Sammlungserweiterung.

Das Museum für alle ist zunächst das Museum jedes einzelnen

„Le musée de tous est d’abord le musée de chacun“ lautet das Motto des Museums für zeitgenössische Kunst Grand-Hornu – **Musée des Arts contemporains de la Communauté française de Belgique**, wo derzeit eine poetische, minimalistische und philosophische Ausstellung läuft, die dem Mythos **Sisyphos**, der Zeit und dem Schicksal gewidmet ist. Für den Museumsleiter Laurent Busine ist Sisyphos die Darstellung der vergangenen Zeit aber auch unseres Schicksals, das wir immer mit der Frage nach Sinn und Vergänglichkeit ver-



Museo dell'Ara Pacis in Rom
© Arja van Veldhuizen

binden. Sind wir im Endeffekt nicht alle wie Sisyphos in Teilen unseres Lebens, wenn wir z.B. Liebesworte aussprechen, um einen Geliebten davon zu überzeugen, dass er/sie an uns glauben muss. Der Sisyphos stirbt in uns, laut Busine, wenn er vergisst, seine Liebe auszusprechen. Und so meine zehnte Anmerkung:

• **Die Liebe zu den Objekten, die wir vermitteln, und zu unseren Gästen, Nutzern oder Besuchern, egal wie man die Museumskunden nennen möchte, soll höchste Priorität haben,**

wenn man vermeiden will, dass man sich, wie Olivier Mosset im Palais de Tokio, „mehr an den Fenstern zwischen den Kunstwerken interessiert“.

Text:

Nicole Gesché-Koning, Assistentin an der Université Libre de Bruxelles (ULB) und Dozentin an der Königlichen Kunstakademie Brüssel (für die sorgfältige Lektüre dieses Texts, die Anmerkungen und Verbesserungen bedanke ich mich ganz herzlich bei Dorothee Dennert und Peter Schueller).

Fotos:

Nicole Gesché, Antonin Borgeaud, Ianna Andréadis, Anamorphosis architects, Th. Hubin

Literatur:

BOURKE M. (Hg.), Effective Presentation & Interpretation in: Museums. Proceedings of the Symposium held on 7 November 2003 at The National Gallery of Ireland, Series No. 5.

BRINKMAN M., „Mehr qualitative und kompatible Daten“, in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hg.), Museen und ihre Besucher, Herausforderungen in der Zukunft (1996), 247ff.

CAPART, J., „Le rôle social des musées“, in: Museion, XII, 3 (1930), 219ff.

DAGOGNET Fr., Le musée sans fin, Seyssel, Champ Vallon (1984).

DAVID E. und SCHLESINGER R. (Hg.), Texte in Museen und Ausstellungen, transcript (2002).

ECO U., Un musée pour une oeuvre unique in: Vénus dévoilée. La Vénus du Titien, Ausstellungskatalog, Brüssel, Palais des Beaux-Arts, Snoeck Ducaju & Zoon, 2003.

FALK, J.H. and DIERKING, L.D., The museum experience (2000).

GESCHÉ N., All Roads Lead to Rome – A European Project of the Committee for Education and Cultural Action (CECA) of the International Council of Museums (ICOM), in: Archäologische Museen und Stätten der Römischen Antike – Auf dem Wege vom Schatzhaus zum Erlebnispark und virtuellen Informationzentrum? 2. Internationales Colloquium zur Vermittlungsarbeit in Museen – Köln 3.-6. Mai 1999 (2001), 197ff.

GESCHÉ N., Die diskrete Allgegenwart des Vermittlers im Museum in: Das magische Dreieck. Zum Verhältnis von Kuratierung, Museumspädagogik und Gestaltung, transcript (in Druck).

GREUB, S. & GREUB, T., Museen im 21. Jahrhundert, Ideen, Projekte, Bauten (2006).

HUDSON, K., „Perspektiven für ein Museum des nächsten Jahrhunderts“, in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hg.), Museen und ihre Besucher, Herausforderungen in der Zukunft (1996), 263ff.

ICOM (Hg.), The Museum in the Service of Man: Today and Tomorrow – The Museum's Educational Role / Le musée au service des hommes aujourd'hui et demain : Le rôle éducatif et culturel du musée (1972).

KUDIELKA, R., Spekulative Architektur: Zur Ästhetik von Herzog & de Meuron. zitiert nach: Greub, S. & Greub, T., Museen im 21. Jahrhundert, Ideen, Projekte, Bauten (2006).

JANSEN N., „Mann mit Mission“, in: 20_21, Magazin der K20K21 Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, #03, Herbst 2005, 26ff.

Musée d'Art moderne Grand-Duc Jean (Hg.), MUDAM Luxembourg. Miniguide Musée d'Art moderne Grand-Duc Jean, Luxemburg (2006).

PERIER-D'ETEREN C., Public et sauvegarde du patrimoine. Cahier de sensibilisation à l'intention des guides, Annales d'histoire de l'art et d'archéologie, Université libre de Bruxelles, Cahier d'études VIII (1999).

PFAFF, Lilian, Anamorphosis Architects. Museum für Hellenische Geschichte. Athen. Griechenland, in: Greub, S. & Greub, T. (2006).

RUSKIN, J., The Lamp of Beauty: Writings on Art (1959).

VITALI, C., Thesen zur Überpädagogisierung unserer Museen. in: Rump, H.U. & Viereg, H. (HG.), Berufsfeld Museumspädagogik im Wandel: Annäherungen, Herausforderungen, Visionen. (1998), 101.

WOODTLI H. R., „The Hans's Corner“, in: EMYA Magazine, Summer '95, Nr. 1, 14.

»Wie ist es wirklich?«

Persönliche Erfahrungsberichte von Museumsbesuchern

Museen sind Orte der Vermittlung von Geschichte, Tradition, Wissen und Identität. Daraus resultieren große Herausforderungen für alle, die sich im Museumsbereich engagieren, und die Notwendigkeit, die eigenen Konzepte und Strategien ständig zu hinterfragen. Der Museumstag 2006 bot einmal mehr die Gelegenheit dazu. Heuer wurde mit dem Thema „Das Museum und seine Besucher“ ein Problemfeld aufgegriffen, das vom kleinsten bis zum größten Museum wirklich alle betrifft.

Josef Tiefenbach

Es wurden die drei wichtigsten Phasen eines Museumsbesuches unter die Prüflampe gestellt.

1) **Ankommen** meinte alle Aktivitäten und Erfahrungen, die dazu führen, dass ein Museum besucht wird, die Anfahrt, die ersten Eindrücke (wie Leitsystem, Preise, Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter etc.)

2) **Dasein** sollte den eigentlichen Aufenthalt im Museum und die dabei gemachten Erfahrungen und Eindrücke behandeln. Fühlt man sich wohl, kennt man sich aus, sind genug Beschriftungen, Informationen und Texte in geeigneter Form vorhanden? Gibt es Ruhezeiten, interaktive Stationen oder gar Zugangsbarrieren usw.?

3) **Weggehen** beschäftigte sich mit den Fragen: Was nehme ich mit? Im geistigen Sinn könnten das z.B. Erkenntnis, ästhetische Eindrücke, positive Erinnerungen oder auch Verärgerung sein. Im kommerziellen Sinn meint das unter anderem: Was wird im Shop gekauft?

Das Eröffnungsreferat und die Diskussionsrunde „Praxis-test“ waren als eine Art Einführung in die Thematik gedacht. Diese erste Diskussionsrunde sollte und wollte aufzeigen, wie die Realität der meisten Museen tatsächlich aussieht und wie verschiedenartig die Einstellung der Besucher zu einem Museum sein kann.

Beweggründe – Verhalten – Beurteilung

Schließlich können die verschiedensten Gründe zum Besuch eines Museum führen:

- Bildungshunger
- Interesse an einem Spezialthema
- Schulveranstaltung
- Vereinsausflug oder Familienausflug
- Schlechtwetterprogramm
- als Leihgeber seinen Beitrag wieder finden
- Neugier aufgrund von Medienberichten oder Mundpropaganda und vieles andere mehr.

Daraus resultieren unterschiedlichste Verhaltensweisen im Museum:

- Gespannte Neugier und Wissenshunger
- Mitlaufen ohne großes eigenes Interesse
- Desinteresse oder Aversion, wenn man mitkommen musste (Schul- oder Familienausflug)
- Überraschung, weil man so etwas gar nicht erwartet hätte
- Enttäuschung, weil man sich ganz was anderes vorgestellt hat.

Aber auch andere Faktoren spielen entscheidend mit, ob ein Museumsbesuch positiv oder negativ bewertet wird:

- Wie habe ich zum Museum hingefunden?
- Wie wurde ich empfangen?
- War das Service zufrieden stellend?
- War die WC-Anlage sauber?
- War die Beschriftung leserlich?
- Konnten auch kleinere Menschen alle Sehenswürdigkeiten betrachten?
- Konnte man sich interaktiv betätigen, etwas angreifen?
- Konnte man sich im Museum gut zurecht finden?



Am Podium (von links nach rechts): Josef Tiefenbach, Doris Knecht, Dorothee Frank (Moderation), Tamara Schild, Sarah Honold und Helene Stiegler. © Edith Pinter, LM Burgenland

Frust und Lust können hier oft sehr eng nebeneinander liegen. Umso wichtiger ist es, dass wir uns damit intensiv auseinandersetzen, wie das Verhältnis von Museum und Besucher zufrieden stellend gestaltet werden kann.

Erfahrungen und einige Besucherbefragungen im **Landesmuseum Burgenland** haben uns folgende für unser Haus (denn für andere Museen mögen und werden oft ganz andere Verhältnisse gelten) wichtige Erkenntnisse gebracht:

- 1) **Unsere Besucher kommen zu mehr als 60 Prozent aus dem Burgenland selbst, das Verhältnis männlich und weiblich ist ausgewogen, als eifrigste Besucher erleben wir die große Gruppe der 40–59-jährigen.**
- 2) **Etwa 30 Prozent der Besucher kommen aufgrund von klassischen Werbemaßnahmen in unser Museum, genauso wichtig ist Zielgruppenwerbung (durch Themenstellungen, Kontakt und ständige Betreuung von Multiplikatoren, Kulturvermittlungsangebote für Schulen) und auch Mundpropaganda.**
- 3) **Museen, zumindest das unsere, werden nach wie vor als Hochkulturstätten angesehen, die einen Bildungsauftrag zu erfüllen haben. Die Besucher – vor allem der Sonderausstellungen – erwarten sich in erster Linie eine Wissens-erweiterung, keinesfalls leichte Unterhaltung oder Entspannung.**
- 4) **Das heißt aber nicht, dass Events und Fremdveranstaltungen im Museum unnötig wären. Im Gegenteil, beides ist wichtig, um neue Besuchergruppen ans Haus zu binden.**
- 5) **Die ständige Qualitätssicherung und Qualitätssteigerung ist ein absolutes Muss für jeden Museumsbetreiber. Noch authentischer und aufschlussreicher sind für Museumsbetreiber aber ohne Zweifel Aussagen und Erfahrungsberichte von Museumsbesuchern, wie sie im Zuge der Diskussionsrunde „Praxistest“ erfolgt sind. In diesem Panel fand eine überaus erfrischende und lebendige Diskussion statt.**

Die bekannte Kurierkolumnistin **Doris Knecht** vertrat die Rolle der kritischen und erfahrenen Museums- und Kulturkonsumentin. Sie überprüfte vorab mehrere Wiener Museen auf für sie wichtige Parameter und präsentierte ihre Ergebnisse.

Tamara Schild vom **BRG Schwaz** in Tirol und **Sarah Honold** von der **HTL Dornbirn** vertraten das junge Museumspublikum. Tamara Schild erläuterte als begeisterte Museumsbesucherin, dass für sie vor allem die Atmosphäre und der Inhalt zählt. Sarah Honold begründete die kritische Haltung vieler Jugendlicher gegenüber Museen.

Die **pensionierte VS-Direktorin Helene Stiegler** aus Wien ist regelmäßige Museumsbesucherin und sprach aus der Sicht der älteren Museumsbesucher.

Die vier Museumsbesucherinnen kamen aus verschiedenen Standpunkten, Alterserfahrungen und Sicht- bzw. Betrachtungsweisen zu interessanten und aufschlussreichen Ansichten, wie:

- Weniger ist mehr, d.h. statt „voll gestopften“ Museen sollten in Ausstellungen wenige Exponate präsentiert werden und so zur Wirkung kommen.
- Warteschlangen und andere Hürden sind relativ egal, wichtig ist die Freundlichkeit, mit der man im Museum empfangen und bedient wird.
- Inhalte zählen im Museum mehr als spektakuläre Inszenierungen.

Ich glaube, wir konnten sehr viel aus dieser Diskussion mitnehmen, vor allem dass ständige Qualitätssicherung und Qualitätssteigerung ein absolutes Muss für jeden Museumsbetreiber ist, und dass die Zufriedenheit und die Neugier der Besucher die besten Werbemittel für jedes Museum sind.

Text:

Dr. Josef Tiefenbach, Amt der Burgenländischen Landesregierung, Abteilung 7, Kultur, Wissenschaft und Archiv

■ Einleitende Bemerkungen und Fragen zum Panel „Ankommen“

Wie gerät man in den Sog eines Museums?

Wolfgang Kos

Finden Besucher Orientierungspläne vor? Wer ist die erste Ansprechperson, wenn man ein Museum betritt? Wie viel weiß diese über das Konzept des Museums? Wie klar und sichtbar werden die Eintrittspreise vermittelt? Kann jemand ausreichend Englisch, um eine Frage wie „Do you have reduced prices for students?“ zu beantworten? Wo ist das nächste Klo? Muss man die Handtasche abgeben? Gibt es im Foyer Sitzplätze, um auf Freunde zu warten, mit denen man eine Ausstellung besuchen möchte? Gibt es ein Leitsystem, dem man sich verlässlich anvertrauen kann? Was gibt es in diesem Museum eigentlich zu sehen? Darf man fotografieren?



Man könnte solche Fragen, die funktionale Abläufe ebenso betreffen wie Atmosphärisches, in einer Frage bündeln: Wie gerät man beim Ankommen in den Sog eines Museums? Ein Museumsbesuch beginnt ja nicht mit dem Betrachten der ersten Vitrine im ersten Raum. Eine positive Disposition, und eine solche bringen alle Besucher grundsätzlich mit, kann schon durch Desorientierung beim Eintreffen umschlagen in Frust. Es gibt Museumsexperten, die behaupten, dass sich schon in den ersten fünf Minuten entscheidet, wie wohl man sich in einem Museum fühlt. Auch Nutzer eines kulturellen Angebots haben eine Kosten/Nutzen-Bilanzierung im Kopf, sei es, weil sie für die manchmal hohen Eintrittspreise Leistungen einfordern, sei es, weil sie ihre Freizeit als Investition mitbringen. Die Ehrfurcht vor dem Museum schwindet zunehmend, und die Besucher werden

kritischer. Zumindest erwarten die meisten Museumsgäste Wissensgewinn und Erlebnisqualität – geistige Wellness.

Wodurch das Vorspiel verdorben wird, lässt sich aber nicht einheitlich benennen, denn wir haben es mit Besuchern mit ganz unterschiedlicher Motivation zu tun: Als Tourist mit knappem Zeitbudget möchte man vielleicht möglichst „automatisch“ auf ein Erlebnisfließband – nur die Highlights bitte! – gesetzt werden, nach Art einer Flipperkugel. Als Sommerfrischler wiederum hat man an einem Regentag Zeit, um durchs Museum zu flanieren und jeden aufliegenden Infozettel zu lesen, sogar Ankündigungen von Sonderausstellungen, die schon vor Monaten zu Ende gingen. Auch Menschen ohne Vorwissen sind oft aufmerksamer, als wir Museumsleute es annehmen. Besucher eines Spezialmuseums wiederum können Experten mit wis-



Das Museum & seine Besucher

Panel 1: Ankommen

» ... zumindest erwarten die meisten Museumsgäste Wissensgewinn und Erlebnisqualität – geistige Wellness.«



senschaftlicher Akribie sein, die möglichst allein gelassen werden wollen (aber dennoch zielgenau ihr Thema finden möchten). Und Familien mit Kindern suchen vielleicht Kurzweil und hoffen darauf, dass den „Gschrappen nicht schon beim Abgeben des Mantels fad wird.“

Entscheidend ist, dass irgendwer im Museum darüber nachdenkt, welche Anknüpfungsrituale die für das jeweilige Museum richtigen/notwendigen sind. Wegführung, Infodichte, Angebotspalette. **Das optimale Ankommen ist keinesfalls nur eine Frage der Architektur:** Gerade bei neuen und ambitioniert gestalteten Museen findet sich schon wenige Monate nach der Eröffnung ein Wildwuchs von mit Tixo angepickten Zetteln und Hinweisen („Café in Betrieb!“). Es ist kein Zufall, dass das Schlagwort „Besucherorientierung“ als Zauberwort herumgereicht wird und in großen Museen mit arbeitsteiliger Organisation zunehmend Abteilungen für „visitors service“ oder „Besucherbetreuung“ eingerichtet werden, die als „Sachwalter“ des Publikums agieren und deren Interessen antizipieren sollen. Unter anderem geht es darum, die „Haltung“ eines Museums bis zu den Mitarbeitern an Kassa und Garderobe zu kommunizieren. Oft ist ja der Abstand zwischen den Kuratoren in ihren Mönchszellen bis zum Eingang, also bis zu den Besuchern, ziemlich groß. Kleine Museen haben es da leichter, werden sie doch manchmal von

einer generalistischen Persönlichkeit repräsentiert, die Besucher wie persönliche Gäste in Empfang nehmen. Es gibt aber auch Museumsleiter, die auf Grund ihres überbordenden Engagements den Ankommenden kaum Luft lassen, um selbstständig das Angebot zu erkunden. Wir kennen aber auch Besucher, die das „Herumirren“ schätzen, weil sie ins Unerwartete eintauchen wollen. Keine leichte Sache also, es dem Publikum – das es in dieser allgemeinen Form nicht gibt – Recht zu machen. Aber zumindest Mindeststandards gibt es – siehe die Fragen ganz oben. Vielleicht könnte ein gemeinsamer Nenner so lauten: **Diskret das Notwendige tun, damit das Eigentliche ungetrübt stattfinden kann – die Begegnung mit den Exponaten.**

Museumsleiter stehen unter dem Druck, eindrucksvolle Besucherstatistiken vorweisen zu können. Doch in diesen schrumpfen Einzelbesucher zu statistischen Daten. Doch es sind Individuen, reale Personen, die bei der Museumstüre hereinkommen. Indem wir über ihre Befindlichkeit beim Ankommen nachdenken, können wir sie kennenlernen. Jeder Einzelbesuch ist ja ein persönlicher Kontrakt – Vertrauensvorschuss inklusive – zwischen Besucher und Museum.

Text: Dr. Wolfgang Kos, Direktor der Museen der Stadt Wien (Wien Museum)

Schlüsselmoment „Ankommen“ oder: Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck

Hadwig Kräutler

Mein Beitrag zum „Ankommen“ im Museum betrifft die Erstbegegnung mit dieser Einrichtung, die grundlegend Atmosphäre und Kompetenz vermittelt und somit möglicherweise entscheidend wird für Handlungen und Gefühle, die die Museumsnutzung prägen – vielleicht nur für „diese eine Stunde“, vielleicht „für immer“.



Beim 18. Österreichischen Museumstag „Das Museum und seine Besucher“ sollten drei Phasen eines Museumsbesuchs – Ankommen, Dasein, Weggehen – behandelt werden.

Meine museologisch-museographisch ausgerichteten Überlegungen betreffen die Arbeits- und Erlebniswirklichkeit der MuseumsnutzerInnen und derjenigen MuseumsmitarbeiterInnen, die die konkrete Qualität des „interface“ mit den BenutzerInnen gestalten.

Ich gehe einerseits auf allgemeine Aspekte der Zugänglichkeit, Erreichbarkeit und Verständlichkeit des „Ankommens-Ortes“ **Museum** etwas näher ein – dies in Hinblick auf erforderliche physische, intellektuelle und emotionelle Qualitäten, andererseits unterstreiche ich mit Bildbeispielen – auch aus dem Belvedere – die Komplexität der Museumswirklichkeit.

Vorweg sei betont:

- Museumsangebote ans allgemeine Publikum werden heute als Teil der freiwilligen und vergnüglichen Freizeitaktivitäten und des so genannten „free choice“-Lernens wahrgenommen, also in Konkurrenz bzw. im Vergleich mit anderen, als angenehm, entspannend und der allgemeinen Bildung dienlichen, hochgeschätzten „edutainment“-Angeboten.
- Jede Ankommens-Situation im Museum ist einmalig.

Ankommen im typischen Museum: Portikus und Treppe der National Gallery, Washington, D.C.
© Hadwig Kräutler, 2006



Für jeden Museums-Ort gilt: Aussehen, Geschichte und Bedingungen des Gebäudes und des jeweiligen Umfelds sind spezifisch. Für jede Besuchssituation gilt: Es kommen Individuen in je unwiederholbarer und unterschiedlicher Lebens-Situation.

„Ankommen“ hat mit hinter sich gelegtem Weg zu tun, mit Türen, Toren, Betreten von Neuland, oder – im Falle von Spezialinteressierten oder Privatgelehrten – auch mit bewusstem Wiederholen schon lieb-gewonnener Gewohnheiten oder gar Rituale. Diese „Habitué“ (BOURDIEU 1984) können Veränderung und Information als unnötig oder gar als Störung sehen. Das „Ankommen“ – egal ob der Erstkontakt mittels Medium (via Folder, Internet oder Mundpropaganda) oder beim Betreten des konkreten Museumsortes erfolgt – ist nicht nur bildlich gesprochen **der Schlüsselmoment**.

Es zählt sich aus, diesem Moment „Ankommen“ besondere Aufmerksamkeit zu schenken. Wenn wir die Situation der gedachten „Normal-NutzerInnen“ untersuchen wollen, müssen wir Museums-MitarbeiterIn-



Das Museum & seine Besucher

Panel 1:

Ankommen



THE FIELD MUSEUM
CHICAGO

Tag der Eröffnung 1921, The Field Museum, Chicago, Postkarte
© The Field Museum, Chicago

Alle sollen ankommen ...

nen uns einerseits auf das „Ankommen“ konzentrieren und die physisch-materiellen Tatsachen in Betracht ziehen: Zielvorstellungen formulieren, die gegebene Wirklichkeit evaluieren und Maßnahmen entwickeln für eine gezielt verbesserte Praxis. Andererseits müssen wir uns von den eigenen Gewohnheiten distanzieren, damit relevante Erfahrungen entstehen.

Nehmen wir die unbescheidene, in einer pluralistischen Gesellschaft gar nicht „unbedachte“ Wunschvorstellung ernst: **Alle sollen ankommen, um unsere Angebote zu nutzen!** Dies setzt voraus, dass alle von der Existenz des Museums wissen, den Ort wissen, ihn erreichen und auch betreten können. Pragmatisch vorgehend können wir mit den Begriffen „kompatibel/inkompatibel“ verschiedene Rollenspiel-Situationen des physischen Ankommens durchgehen, simulieren, oder – mit etwas Zeit und Empathie – tatsächlich an unserem Museumsarbeitsort konkret beobachten.

Durchaus plausible Personenkonstellationen sind: junges Pärchen; Schulklasse 14-Jähriger, Familie mit drei Kindern von 5 bis 10 Jahren, FremdenführerIn mit einer Gruppe von 25 RussInnen mittleren Alters, Gruppe von SeniorInnen mit vier Rollstühlen. Wir können uns diese „Ankommens“-Situationen natürlich auch unter unterschiedlichen Wetterbedingungen vorstellen.

Solche Übungen zeigen die Kompatibilität / Inkompatibilität des konkreten Museumsortes mit den Bedürfnissen der BesucherInnen drastisch auf.

Auch Fachliteratur, Motivations- oder Kommunikationstheorien bieten Hilfe, um die unterschiedlichen Bedingungen des Ankommens zu untersuchen. Dies könnte z.B. die **Maslow'sche Bedürfnis-Pyramide** sein, die hilft, Voraussetzungen für Motivation entsprechend ihrer Hierarchie zu berücksichtigen (BLACK 2005, 33 und de.wikipedia.org, siehe Abb. S.22) oder das „contextual model“ der amerikanischen Soziologen, Lern- und Erkenntnistheoretiker John Falk und Lynn Dierking, das Übereinstimmung von physischem, persönlichem und sozialem Kontext als unabdingbare Bedingung für persönliche Relevanz eines Museumsbesuchs sieht (FALK & DIERKING 2000).



Österreichische Galerie Belvedere – Eingangssituation Unteres Belvedere
© Hadwig Kräutler 2006

»Ankommen«



Bedürfnispyramide nach Abraham H. Maslow (1958)

Die US-Amerikanische Visitor Services Association hat eine hilfreiche „**Visitors Bill of Rights**“ erstellt. Die ersten 3 Punkte dieser Liste der BenutzerInnen-Grundrechte betreffen das „Ankommen“ (BLACK 2005, 32):

1. **Kommen Sie meinen körperlichen Grundbedürfnissen entgegen (Komfort, Wohlfühlatmosphäre, Temperatur und Sitzgelegenheiten).**
2. **Machen Sie es mir leicht, mich zu orientieren.**
3. **Geben Sie mir das Gefühl, willkommen zu sein.**

Solchen Forderungen wird mit deutlicher Wegführung zum Museum begegnet, mit Beschilderung, Wegleitung und Überlegungen zum Parkplatz, Zugangs- und Wartebereich (Regenschutz; Lift; Besucher mit besonderen Bedürfnissen), Garderobe, klarer Innenraumgliederung, Besuchsorientierung, Leitsystem, entsprechendem Raumklima, kontrolliertem Lärmpegel, Kinderfreundlichkeit, Behindertenfreundlichkeit, Toilettenanlagen, Restaurant, Schrift- und Bildinformation, Lichtführung, Objektpräsentation, Übersichtlichkeit, Erreichbarkeit.

Wichtige Verstärker für ein gelungenes Ankommen sind neben einem besonderen, sehenswerten Gebäude visuelle Vorinformation, Wiedererkennen (Stimmigkeit, Qualität und Ton des medialen Werbematerials, Aussehen und CI – auch der Website), Übereinstimmung mit der tatsächlichen, willkommen-heißenden Atmosphäre und der freundlichen Besuchssituation.



Österreichische Galerie Belvedere – Eingangssituation Oberes Belvedere © Hadwig Kräutler 2006



Der erste Eindruck

Entscheidend bleibt der erste Eindruck bei den Erstbesuchern und den (noch nicht gewonnenen) Passanten, der „Appeal“ der Eingangssituation: Was geschieht im Moment des Ankommens? Orientierung, Ticket-Kauf; auskunftsfreundliches und hilfsbereites Personal (Welche Gesichter und menschliche Stimmungen erleben die Besucher? Am Ort? Vorher? Am Telefon?). Natürlich sind all diese Aspekte ausschlaggebender Teil der „Sprache des Museums“, dem Thema des 17. Ö. Museumstages 2005. (neues museum 05/4 & 06/1, 82ff.)

Nehmen wir an, Fahrplan, Technik, Logistik, Planung, Interessenslage – alles stimmt. Alle sind gekommen, physische Präsenz ist gegeben. Nun werden andere Momente, die der Museumssemiotik ausschlaggebend. Sind alle kompetent im Umgang mit den vielfältigen Zeichen und Zeichensystemen, die an diesem Ankommens-Ort gegeben sind? Verstehen sie diese Zeichen und Sprachen für die eigene Praxis zu nutzen?

Unverbrauchtes „Neuland“

Für Paul Valéry (1871-1945) schien schlüssig, es komme auf den Eintretenden an, ob das Museum Schatzhaus oder Grab sei. (Spruch über dem Eingang ins Musée de l'Homme, Palais Chaillot, Paris)

Dies lässt sich in unserer offenen, post-postmodernen Wissens- und Informationsgesellschaft so sicher **nicht mehr** sagen. Ein solches An- und Abrufen einer beschaulich-konzentrierten Bildungshaltung ist aktuell nicht tragfähig. Die Angebote müssen heute anders formuliert sein – einem produktiv-kommunikativ-konstruktivistischen Prinzip entsprechend und geprägt vom Wissen um die gesellschaftlich-strukturellen Veränderungen.

Alles, was den Menschen vor Ort längst selbstverständlich ist und durch deren WahrnehmungsfILTER absinkt, stellt unverbrauchtes Neuland für die BesucherInnen dar und ist somit „hochprozentig bedeutungsvoll“. Dies gilt besonders in einem Museum wie der Österreichischen Galerie Belvedere mit über 80 Prozent EinmalbesucherInnen aus aller Welt. Das Ankommen im Museum ist voller Erwartungen, Neugier, Hoffnungen, Unwissen, Unsicherheit, Vorfreude. Diesen Haltungen und Bedingungen entgegenzukommen, sie zu bestätigen, zu

Die Chance der Neuplanung nutzen: Visualisierung Eingangsbereich
© Stadtmuseum Graz 2006

bestärken, zur Entfaltung zu bringen, ist Aufgabe und Thema der MuseumsmitarbeiterInnen in Zusammenarbeit und mit Hilfe der Kunst von Architekten und Gestaltern.

Transparenz der Angebote

BesucherInnen – am richtigen Platz und willkommen – wollen unmittelbar spüren, dass sie **an einem ganz speziellen Ort** angekommen sind. Sie wollen durch Information und strukturierte Angebote das Potential dieser Einmaligkeit erfahren und kompetent gemacht werden, um aktuell ihre persönliche Wahl zu treffen, entsprechend dem Motto: **Wie genieße ich, was dieses Museum mir bietet?** Hier wiederholt sich die Frage nach sozial-kultureller Präsenz, nach persönlich relevanter Begegnung in der Institution Museum, hier werden Inhalte und Angebote in Sammlung oder Sonderausstellung zum tragenden Element.

Jede Situation erfordert das genaue Hinsehen, Hinhören,erspüren, Erleben, Durchplanen, Umsetzen, Evaluieren und eventuell wieder Verbessern. Alles ist im Werden. Gerade weil der Begriff „Museum“ oft mit „unveränderlich“ und „Unveränderbarkeit“ assoziiert wird, haben Falk & Dierking, die Autoren des erwähnten „contextual model“, den Aspekt des **Panta rhei** betont, **Herakliths** „Alles fließt, nichts bleibt, noch bleibt es je dasselbe“.

Wir wissen, das Konstrukt „Museumsbesuch“ mit den Phasen ANKOMMEN-DASEIN-WEGGEHEN, muss eigentlich immer in einer vierten, zeitlichen Dimension des sich ständigen Veränderns aller Bedingungen gedacht werden.

Text: Mag. Dr. Hadwig Kräutler, Österreichische Galerie Belvedere, Wien, Abteilung Museologie/Konzepte/Projekte

Dank für Abbildungsrechte und -bearbeitung geht an MuseumskollegInnen und EDV-Belvedere.

Literatur:

BLACK, G., The Engaging Museum. Developing Museums for Visitor Involvement (2005).
BOURDIEU, P., Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste (1984).
FALK, J.H. & DIERKING, L.D., Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning (2000).

»Ankommen«

Das Landesmuseum Joanneum beherbergt seine Sammlungen und Ausstellungen in architektonisch herausragenden Gebäuden, bei denen es sich mehrheitlich um Zeugnisse historischer Baukunst wie Schlösser, Adelspalais und kirchliche Bauwerke handelt. In der Minderzahl sind Museumsbauten, die tatsächlich als solche geplant wurden. So unterschiedlich wie die einzelnen Häuser sind die Möglichkeiten für die BesucherInnen, bei diesen anzukommen, sie zu erreichen, zu betreten und sich zu orientieren.



Schloss Eggenberg – Graz

Ankommen am Landesmuseum Joanneum

Andreas Schnitzler

Ankommen am Landesmuseum Joanneum heißt, das in reizvoller Berglandschaft gelegene barocke **Schloss Trautenfels** oder das als Stift gegründete **Schloss Stainz** schon von weiter Ferne zu erblicken oder sich über belebte Grazer Straßen bemerkenswerten Architekturdenkmälern zu nähern. Ankommen kann auch bedeuten, die ausgedehnten Parkanlagen von **Schloss Eggenberg** zu durchqueren, Menschen beim Picknick zu beobachten oder bunt schillernden Pfauen zu begegnen ... Ankommen bedeutet schließlich, immer neue Eingangssituationen zu erleben und von modernen Innengestaltungen in alten Gebäuden überrascht zu werden.

Ankommen am Landesmuseum Joanneum heißt möglicherweise aber auch, einzelne Standorte geradezu suchen zu müssen, weil im umliegenden städtischen Raum nicht auf sie verwiesen wird. Es kann bedeuten, in manchen Gebäuden ohne angenehme Wartebereiche, moderne Leitsysteme, Cafés oder Aufzüge auskommen zu müssen.

Wie auch immer sich dieses Ankommen gestaltet, die Eingangsbereiche sind Zeugen: Sie geben Bericht von einer langen Geschichte der Aneignung nicht-musealer Räume für museale Präsentationen, sie spiegeln architektonische

Moden und **wechselnde museale Konzepte** wider. Die historisch gewachsene Struktur unseres Hauses und die beständige Erweiterung der Standorte in den letzten beinahe 200 Jahren führen dazu, dass heute nicht alle Gebäude gleichermaßen zugänglich wirken. Bei Neu- und Umbauten jedoch wird großer Wert auf die richtige Planung des Eingangs- und Foyerbereichs gelegt.

Ankommen im Kunsthau Graz

Das Kunsthaus wurde als Ausstellungshaus geplant und **2003** eröffnet. Es eignet sich daher als Beispiel für eine neue Eingangs- und Empfangslösung. Aufgrund seiner ungewöhnlichen Architektur



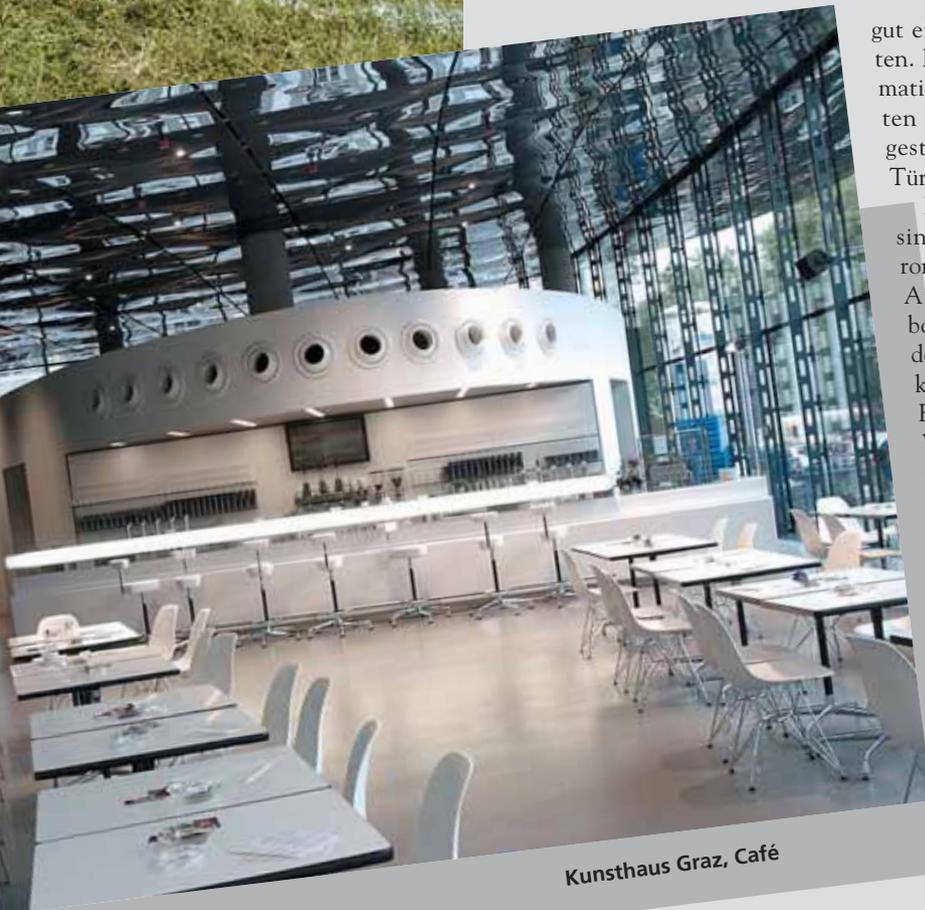


»Bei Neu- und Umbauten jedoch wird großer Wert auf die richtige Planung des Eingangs- und Foyerbereichs gelegt.«



Das Museum & seine Besucher

und seiner Positionierung im städtischen Kontext lässt sich das Kunsthaus leicht finden. Der Eingangsbereich des Gebäudes ist, weil verglast, von außen

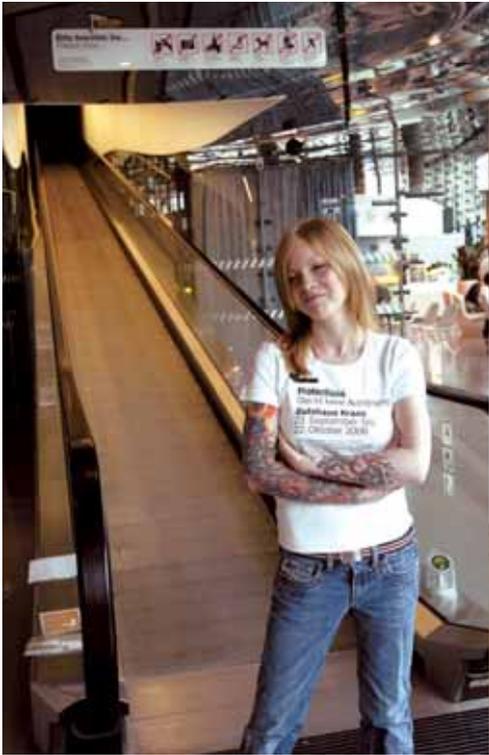


Kunsthaus Graz, Café

gut einsehbar und von zwei Seiten zu betreten. Im Inneren lassen sich Kassa und Informationsbereich, Shop und Sitzgelegenheiten leicht identifizieren. Großzügig gestalten sich Orientierungshilfen an Türen, Wänden und am Fußboden.

Die **Funktionen** des Eingangsbereichs sind vielseitig: Zuallererst ist er Info-Environment, um Informationen zu aktuellen Ausstellungen, zum Vermittlungsangebot, zu anderen Veranstaltungen am Landesmuseum Joanneum und weitere Auskünfte einzuholen. Natürlich ist das Foyer auch Treffpunkt: Treffpunkt für Verabredungen zum Ausstellungsbesuch, Treffpunkt für ankommende Gruppen, Treffpunkt für Rundgänge und Führungen. Der Eingangsbereich ist darüber hinaus Verkaufsraum, in dem Kataloge, Bücher und Geschenkartikel erworben werden können, und multifunktionaler Raum, der als Ausstellungsfläche genutzt wird. Schließlich ist das Foyer Verteiler: Von hier aus erreicht man Ausstellungsbereich, Garderoben, Toiletten sowie die Büros von Intendant und MitarbeiterInnen.

»Ankommen«



Mitarbeiterin im Kunsthaus
Graz

Um besucherfreundliche Leistungen zu optimieren, wird bei Fortbildungen des Aufsichts- und Vermittlungspersonals nicht gespart; für das Jahr 2007 sind folgende **Schulungen** geplant: richtiges Verhalten am Telefon und in Ausnahmesituationen, Museumspädagogik für Kunst- und Kulturvermittlung, Verkaufsschulungen etc.

Text:

Dr. Andreas Schnitzler,
Landesmuseum Joanneum, Kunst-
haus Graz, Departmentleiter
Außenbeziehungen/Sponsoring

Fotos:

Landesmuseum Joanneum





Das Museum & seine Besucher



Schloss Eggenberg

Die Tourismuswirtschaft legt den Schwerpunkt auf Angebote, die den Motiven und Bedürfnissen der Gäste am besten nachkommen – die Tourismuswirtschaft wünscht sich somit Museen, die das Augenmerk auf „Besucher-Orientierung“ lenken.

Ankommen im Museum – touristische Aspekte

Eva Wieder



Museen sind zwar kein Reisemotiv aber ein bedeutender Angebotsbaustein für Gäste, die während ihres Urlaubs das Kulturland Österreich näher kennen lernen möchten. Besonders für regionale und kleine Museen sind die Ausflugs-Gäste und Österreicher selbst die wichtigsten Zielgruppen: Paare möchten Abwechslung und Neues entdecken oder ihr Wissen erweitern, Einzelgäste wünschen sich, auch Gleichgesinnte zu treffen, Gruppen von Freunden wollen gemeinsamen Spaß und Mütter / Väter / Großeltern erleben mit (Enkel-)Kindern einen schönen Tagesausflug. Wesentlich ist, dass sich die Grundbedürfnisse der Zielgruppen unterscheiden und erheblichen Anteil am „Ankommen“ haben.

Betrachtet man das „Ankommen“ aus touristischer Sicht, so stellt sich primär die Frage: „Wie oder wodurch“ werden die Gäste auf das Museums-Angebot aufmerksam?

Der durchschnittliche Österreich-Urlauber erhält bereits vor der Anreise Empfehlungen durch Freunde oder Arbeitskollegen, findet die Informationen im Internet (größtenteils über touristische Plattformen), durch Reiseveranstalter (Programm) oder entnimmt die Information den Veranstaltungskalendern, Zeitungen, Magazinen und Reiseführern. Nicht zu unterschätzen sind die Informations-Ständer am Urlaubsort in Hotels, Tourist-Informationen und den Kulturorten selbst.

„Ankommen im Museum“ beginnt daher nicht mit dem Zeitpunkt des Eintretens. Bevor der Museums-Besucher die Schwelle zum Museum überschreitet, kommt der Gast bereits in unterschiedlichen Phasen mit dem Museum in „Berührung“! Diese Phasen wurden auf Initiative der OÖ. Landesmuseen und dem **Verbund OÖ. Museen** gemeinsam mit dem **Oberösterreich Tourismus** in einen Tourismus-Leitfaden für Museen ausgearbeitet*:

Phase 1 – „Anregungen zum Museumsbesuch“ – das Aufmerksam machen steht im Mittelpunkt aller Aktionen. Die Empfehlungen durch Besucher, zielgruppengerechte Werbemittel, Direktmarketing und Medienarbeit sind entscheidend.

Phase 2 – „Besucherentscheidung“ – die Verwirklichung des Besuches ist virulent geworden. Hier sind kompakte Detailinformationen (Preise, Öffnungszeiten) und Angebote ausschlaggebend.

Phase 3 – „Anreise“ – der Weg zum Museum ... Beschilderungssystem, Hinweise auf Drucksorten und Internetauftritt, Park- und Abstellmöglichkeiten sind bestimmend.

Phase 4 – „Eintritt ins Museum“ – Das Ankommen und der erste Eindruck ... Im Zentrum steht die Empfangszone, die Willkommens-Atmosphäre, die persönliche Dienstleistung. Touristen und Ausflugs Gäste





Das Museum & seine Besucher

Panel 1:
Ankommen



Hallstatt: Radfahrer vor dem „Welterbe-Museum“, 2004
© OÖ. Tourismus / Weissenbrunner

benötigen keinen Ticket-Schalter, sondern situative Beratung von Museumsmitarbeitern. Der erste Eindruck bleibt. So könnte es durchaus mehr Museen geben, die zur Einstimmung in der Phase des Ankommens Objekte in den Raum stellen – bieten Sie dem Gast doch einen Vorgeschmack auf „das Dasein“.

* OÖ. Museumsverbund, OÖ. Landesmuseen, OÖ. Tourismus (Hg.), Leitfaden für Museum und Tourismus (2006)

Text: Eva Wieder, Oberösterreich Tourismus, Themenmanagement Städte / Kultur & Geschäftstourismus

Museen und barrierefreie Information

Manfred W. K. Fischer

Das Motto des diesjährigen Österreichischen Museumstages lautete „Das Museum und seine Besucher“. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage: „Kennen die Museumsgestalter bzw. -betreiber ihre Besucher überhaupt?“. In Bezug auf Menschen mit Behinderung muss hier leider mit NEIN geantwortet werden.

Die Durchfahrtsbreiten zwischen den Ausstellungsobjekten sind breit genug für Menschen im Rollstuhl. Man kommt sogar durch das Spiegelkabinett – Wissenschaftsmuseum Principe Felipe, Valencia, Spanien, 2005

Menschen mit Behinderung als „unbekannte“ Besuchergruppe

Welche Fakten belegen obige Ansicht? Fährt z.B. ein Mensch im Rollstuhl durch ein Museum, trifft er immer wieder auf Barrieren, die ihm die Betrachtung der Ausstellungsobjekte bzw. das Lesen der Informationen erschweren oder gar unmöglich machen. Gemeint sind enge Abstände zwischen Ausstellungsvitrinen, die ein Durchfahren unmöglich machen; Vitrinen, die so hoch sind, dass man vom Rollstuhl aus nicht hineinsehen kann; Objektbeschriftungen, die so angebracht sind, dass sie aus der Sitzposition nicht lesbar sind; schwer gängige Schwingtüren, die das Durchkommen nur mittels Akrobatik ermöglichen; natürlich auch Stufen und steile Rampen, die unvermutet auftauchen.

In Gesprächen mit Museumsmitarbeitern und Ausstellungsgestaltern ist immer wieder festzustellen, dass viele dieser Hindernisse für einen freudvollen Ausstellungsbesuch nicht aufgrund von musealen Notwendigkeiten sondern dem NICHT-Kennen der Situation behinderter Menschen bestehen.

Auch das richtige Verhalten gegenüber Menschen mit Behinderung ist von NICHT-Wissen und Unsicherheit gekennzeichnet. Hier geht es Museumsmitarbeitern nicht anders als vielen anderen Menschen. Wenige wissen, wie ein Mensch im Rollstuhl richtig über Stufen

transportiert wird, oder wie man einen blinden Menschen führt. Oft wird auch bevormundende Überfürsorglichkeit an den Tag gelegt. Hier wären Schulungen wichtig, in denen das richtige Verhalten thematisiert wird.

Barrierefreiheit ist umfassend zu sehen

Ein Museum oder eine Ausstellung ist dann barrierefrei zugänglich, wenn der räumliche Zugang UND der Informationszugang für Menschen mit verschiedenen Behinderungen problemlos möglich ist. Eine Rollstuhlrampe für mobilitätsbeeinträchtigte Personen alleine ist also lediglich ein „Tropfen auf dem heißen Stein“.

Welche unterschiedlichen Gruppen von Menschen mit Behinderung gibt es nun? Wie kann diesen der barrierefreie Museumsbesuch ermöglicht werden? Das Thema kann hier nur angerissen werden. Manchmal genügen aber bereits „Kleinigkeiten“, um einen Ausstellungsbesuch zu einem positiven barrierefreien Erlebnis werden zu lassen.





Das Museum & seine Besucher

Panel 2:
Dasein

Das Modell einer Vulkanlandschaft ist mit einem Rollstuhl unterfahrbar, dadurch kann es auch in sitzender Position ungehindert betrachtet werden – Museum Vulcania, Clermont-Ferrand, Frankreich, 2006

• Menschen mit Mobilitätsbeeinträchtigungen

Eine Gruppe behinderter Menschen sind jene mit Mobilitätsbeeinträchtigungen, d.h. Menschen mit Rollstuhl, mit Elektrorollstuhl, mit Krücken oder Gehstock. Stufen, zu steile und rutschige Rampen (mehr als 10% Steigung), enge Durchfahrten (schmäler als 80 cm) zwischen

Vitrinen und zu hoch angebrachte Vitrinen beeinträchtigen ihr Ausstellungserlebnis. Vieles davon ist zu vermeiden, wenn der Ausstellungsgestalter darum weiß.

• Sehbeeinträchtigte und blinde Menschen

Eine weitere Gruppe sind stark sehbeeinträchtigte und blinde Menschen. Durch eigene Infoblätter in Großschrift und Brailleschrift können ihnen Informationen problemlos zugänglich gemacht werden. Stellen Sie hier den Kontakt zu den Landesorganisationen blinder Menschen her – dort sind Brailledrucker zum Ausdruck der Infoblätter vorhanden.

Ausstellungsgegenstände in Museen sind meist dreidimensional. Blinden Menschen sollte es möglich sein, Exponate oder deren Nachbildungen zu berühren – und diese so im wahrsten Sinne des Wortes zu „begreifen“. Dieses Angebot fände garan-

tiert auch bei allen anderen Museumsbesuchern großen Anklang.

Bei der umfassenden Neugestaltung von Museen sollte für sehbeeinträchtigte und blinde Menschen natürlich ein Leitsystem vorgesehen werden, das diesen die selbständige ungehinderte Orientierung in den Ausstellungsräumen ermöglicht.

• Hörbeeinträchtigte und gehörlose Menschen

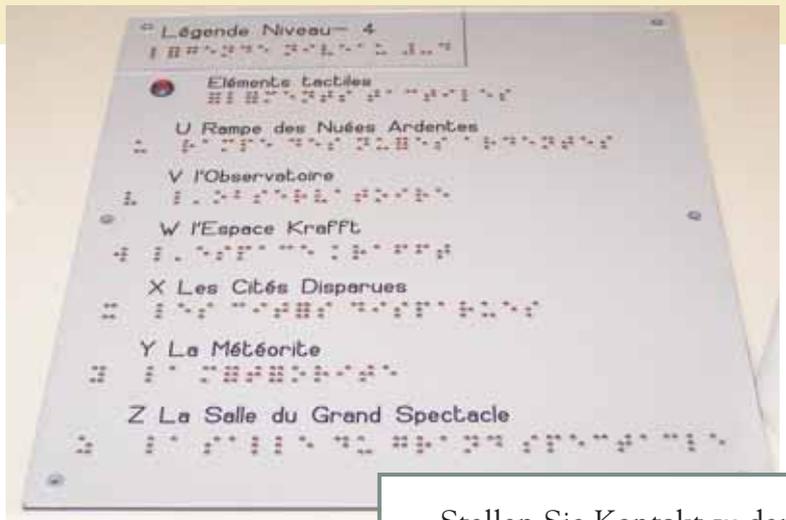
Viele Informationen in Museen werden über Kopfhörer oder Lautsprecher angeboten. Deren Inhalte müssen auch in visueller Form vorliegen, damit sie für hörbeeinträchtigte und blinde Menschen zugänglich sind. Bei der Umgestaltung von Museen sollte gleich die Installation einer induktiven Höranlage erfolgen, um Menschen mit Hörgeräten an den Informationen teilhaben zu lassen.

• Menschen mit Lernbehinderung

Zu den Menschen mit Lernbehinderung zählen jene, denen die Ausstellungsinformationen in leicht verständlicher Sprache vermittelt werden sollte. Hier kann Kurt Tucholsky zur Leitfigur werden – er meinte: „Man kann gewiss nicht alles simpel, aber man kann es *einfach* sagen.“

»Dasein«

Einige wichtige Ausstellungsobjekte sind für blinde Menschen auch in „Braille“ beschriftet –
Museum Vulcania, Clermont-Ferrand, Frankreich, 2006



Website und Museumsfolder

Besuchen Menschen mit Behinderung ein Museum, so ist es für diese sehr hilfreich, über dessen barrierefreie Angebote bereits auf der Website oder in einem Infofolder zu erfahren. Folgendes sollte angeführt sein: **Wo liegen Parkplätzen für Menschen mit Behinderung, sind Stufen zu überwinden, gibt es spezielle Angebote/Führungen für sehbeeinträchtigte, blinde, hörbeeinträchtigte, gehörlose und/oder lernbeeinträchtigte Menschen?**

Best practice – gute Beispiele

Ausführliche und trotzdem geraffte Informationen zum Thema barrierefreie Museen wurden vom britischen „**Museums, Libraries and Archives Council**“ in **zwölf Guides** ausgearbeitet (www.mla.gov.uk). Besonders zu empfehlen ist Guide 8 „Access on a Shoestring“ – darin finden sich einfache Tipps, wie ein Museum und dessen Informationen ohne großen Aufwand FÜR ALLE zugänglich gemacht werden könn(t)en.

»Stellen Sie Kontakt zu den Landesorganisationen blinder Menschen her – dort sind **Brailledrucker** zum Ausdruck von Infoblättern vorhanden.«

Scheuen Sie sich als Museumsgestalter auch nicht, mit Menschen mit unterschiedlicher Behinderung durch ihr Haus zu gehen. Diese

werden ihnen zeigen, WAS man WIE verbessern könnte. Dabei lernen Sie gleichzeitig, ihre Ausstellung aus dem Blickwinkel behinderter Menschen zu erleben.

Text:

Mag. Manfred W. K. Fischer, freier Journalist, Museumsbesucher und Rollstuhlfahrer

Fotos: © Manfred W. K. Fischer

Oberösterreichische

M

Landes
museen

sehens
wert!

BIOLOGIEZENTRUM

13.10.06 – 18.03.07

Wanzen

Auf der Mauer, auf der Lauer ...

www.biologiezentrum.at



Panorama Museum

Salzburg-Panorama 1829
von Johann Michael Sattler

Entdecken Sie Salzburg!

Die Stadt Salzburg 1829 als faszinierendes
130 Quadratmeter großes Panorama-Gemälde.

Neue Residenz
Residenzplatz 9 • Salzburg

Öffnungszeiten:
Täglich 9 bis 18 Uhr • Donnerstag 9 bis 20 Uhr

Neueröffnung Salzburg Museum

ab 1. Juni 2007
Neue Residenz • Mozartplatz

Die Drama-
turgie der
Emotionen:

Emotiografie

Roberto Di Valentino

Wie kann sich der Besucher im Museum wohl fühlen?

Diese Frage wurde mir für das Referat mit auf den Weg gegeben. In unserer praktischen Arbeit als Ausstellungsmacher nähern wir uns dieser Frage mit dem Begriff der Dramaturgie – Dramaturgie im Sinne der Spielfilmdramaturgie, welche die Emotionen des Zuschauers gekonnt zu führen weiß und so den Inhalt vermittelt. Für uns bedeutet das auch eine Dramaturgie der Besucherführung, welche bei der Ankunft im Museum beginnt und beim Emotionalienkauf im Museumsshop aufhört.

Eine Dramaturgie der Emotionen, oder in unserer Terminologie ausgedrückt, eine **E m o t i o g r a f i e**.

Mit dieser Emotiografie fokussieren wir neben den üblichen Gestaltungsfragen den dramaturgischen Aspekt einer Ausstellung: Welches sind die Elemente, die eine Ausstellung stimmig und zu einem Erlebnis machen? Wie erzeugt man Überraschungen, schafft Ruhezeiten im richtigen Augenblick und Vertiefungsebenen für den wissbegierigen Besucher? Im Folgenden zeige ich drei für unsere Konzeptionsarbeit wichtige Aspekte der Emotiografie auf: das große Bild, den Spannungsbogen sowie Überraschung und Partizipation.

1. Das große Bild

Das neue Matterhornmuseum in Zermatt heißt **Zermatlantis**. Wir bauen im konkursiten Casinoraum das versunkene Lebensgefühl von Zermatt auf. In einer archäologischen Ausgrabungsstätte legen wir das verschollene Leben dieses einst bitter-

armen Bergdorfes wieder frei – ein Bild, das einem beim Besuch des Museums überrascht und an dem man sich gleichzeitig orientieren kann. Nicht nur der Besucher hat hier eine klare rote Linie, sondern auch die gesamte Ausstellungsgestaltung von der Innenausstattung bis zur Objektbeschriftung ist daran ausgerichtet – ein Bild, in dessen Grenzen sehr viel Spielraum für die museale Präsentation liegt und das immer wieder neue Lesebrücken für den Besucher schlägt. Das große Bild ist in diesem Falle eine optische Klammer und eine Metapher für den Ort und dessen Inhalt.



Verkehrshaus Swissarena
Historisches Museum Luzern



Das Museum & seine Besucher

Panel 2:
Dasein

2. Der Spannungsbogen

In unseren Ausstellungsinszenierungen nehmen wir den Besucher an die Hand und geben ihm eine Lesehilfe. Wie in einem Spielfilm, wo wir nach den ersten fünf Minuten wissen, ob es sich um ein Beziehungsdrama oder einen Actionfilm handelt, wo wir mit den Protagonisten genauso Bekanntschaft schließen wie mit dem Erzählrhythmus, gilt es, den Besucher auf die Inszenierungssprache und auf das Thema einzustimmen. Danach wird der Inhalt mit den unterschiedlichsten Darstellungsformaten vermittelt. Eine Phase der Entspannung lässt zum Schluss das Erlebte verinnerlichen.

Im **Historischen Museum in Luzern** interpretierten wir das Instrument der Museumsführung neu. Dazu wurde der Standort – ein ehemaliges Zeughaus – in ein **Arsenal der Alltagsobjekte**, ein Depot verwandelt. Während im Schaulager das gesamte Museumsgut frei besichtigt werden kann, findet durch das nicht öffentliche Lager stündlich eine geführte Tour statt. Im Unterschied zur herkömmlichen Führung sind die Touren im Historischen Museum theatralisch inszenierte Einpersonenstücke. Das Lager und ausgewählte



Verkehrshaus Swissarena

Sammlungsstücke fungieren als Bühnenbild und Requisite. Im Historischen Museum Luzern ist das Schaulager Einstimmung und Ausklang des Museumserlebnisses, während die Tour den dramaturgischen Höhepunkt bildet.

Im **Verkehrshaus der Schweiz** inszenierten wir das größte **Luftbild** der Schweiz. Indem wir die Besucher zuerst von einem Steg aus einen imposanten Überblick gewähren – als wären sie in 20.000 Meter Höhe –, bilden wir einen dramaturgischen Höhepunkt. Die Besucher verweilen und orientieren sich auf dem schwebenden Steg. Unten angekommen, ziehen sie rote Filzpantoffeln an. Sie erleben das Luftbild nun aus einer anderen Perspektive und mit den Pantoffeln in einem neuen Erlebnisaspekt.

3. Überraschung und Partizipation

Drückt man im **Loisium** in der **Schuhmacherwerkstatt** auf die Klingel, dann beginnt das Grammophon zu spielen, und die Schusterleisten

»Dasein«



klappern den Rhythmus in tänzerischer Leichtigkeit dazu. Der Versuch, poetische Elemente und Ungeahntes einfließen zu lassen, berühren den Besucher und generieren unvergessliche Momente.

In unserer aktuellen Arbeit beschäftigen uns Partizipationsspiele, welche mehrere Besucher involvieren und damit zu einem Gruppenerlebnis führen. Solche Attraktionselemente sind in einer Dauerausstellung mit ein Grund für einen Wiederholungsbesuch.

Wie diese wenigen Beispiele zeigen, ist die Emotografie für uns ein Werkzeug, um das Wohlbefinden des Besuchers erheblich zu erhöhen. Sie hilft uns, festgefahrene Strukturen und Ansätze zu durchbrechen, um neuartige und erlebnisorientierte Ausstellungskonzepte entstehen zu lassen.

»Der Versuch, poetische Elemente und Ungeahntes einfließen zu lassen, berühren den Besucher und generieren unvergessliche Momente.«

Text: Roberto Di Valentino, www.steinersarnen.ch

Fotos: © Steiner Sarnen Schweiz



ZUR NATUR DES MENSCHEN

Genremalerei des 19. und frühen 20. Jahrhunderts.
Aus der Sammlung der Neuen Galerie

17. 11. 2006 – 26. 8. 2007

Neue Galerie Graz
am Landesmuseum Joanneum
Sackstraße 16, 8010 Graz
www.neuegalerie.at



Erwin Wurm Keep a Cool Head
bis 11.2.07



Franz Gertsch Retrospektive 1951 - 1984
bis 11.2.07



Konzept. Aktion. Sprache. FOKUS 03: Wiener Gruppe, Wiener Aktionismus, Konzeptkunst, Fluxus und Pop Art
15.12.06 – 23.9.07



Peter Dittmer. Die Amme
15.12.06 – 4.3.07

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

Der Anspruch eines Museums an seine Besucher ist ein sehr hoher: Der Besucher soll das jeweilige Haus verändert verlassen. Er soll anders weggehen als er gekommen ist. Er soll etwas mitnehmen, das zwar nicht unbedingt sein Leben, aber doch die Perspektive auf dieses Leben verändert – zumindest erweitert.

Peter Assmann



Das Museum & seine Besucher

Panel 3:
Weggehen

Weggehen: zusammenfassende Betrachtungen

Das wir hier nicht davon sprechen, dass Menschen Dinge aus Museen mitnehmen, die sie gestohlen haben, setze ich als selbstverständlich voraus. Allerdings gibt es eben nicht nur immaterielle Aspekte des Mitnehmens sondern auch sehr materielle – unsere Museumsshops sind voll von solchen Dingen, die man ganz legal aus einem Museum mitnehmen kann.

Es ist also einerseits ein sehr breit gespannter Themenbogen, der sich mit der Art und Weise des Weggehens des Museumsbesuchers beschäftigt, andererseits gibt es hier aber erstaunlich wenig zusammengefasste Gedanken und entsprechende Diskussion. So intensiv eine öffentliche Diskussion rund um die Anziehungskraft der Museen geführt wird, auch um die Aspekte, wie viel Geld der Besucher im Museum „lassen“ soll, so wenig Diskussion gibt es darüber, was der Besucher mitnehmen soll. Das Stichwort Museumspädagogik ist ein immer mehr verpönte und wird durchwegs durch das Wort „Vermittlung“ oder „Kulturvermittlung“ ersetzt. Mit dem Wort Pädagogik ist aber auch das Wort Didaktik verbunden, also die Art und Weise des Nachdenkens über die Methoden und Ziele einer pädagogischen Intervention. Das Museum ist nach wie vor ein zentraler Lernort und daher auch ein **zentraler Ort der Lehre**.

Die Verbindung zur Schule ist genauso wichtig, wie die **Verbindung zur Wissenschaft**. Vermittlungsaktivitäten als geplantes Lehren und Lernen im Museum müssen in Ergänzung gedacht werden zu gezieltem Forschen, das ja ebenfalls immer als Lernprozess zu sehen ist.

Lehr- und Lernziele am Museum werden insbesondere durch eine **spezielle museale Atmosphäre** erreicht. Für diese Atmosphäre ist nicht nur der möglichst unmittelbare Kontakt mit dem Originalobjekt – verbunden mit der entsprechenden Informationsbeigabe – ein entscheidendes Faktum, sondern in gleicher Weise die Gesamtinszenierung eines Museumsbesuches –

ebenfalls in direkter Verbindung mit den entsprechenden Informationsbeigaben. Ein adäquat aus- und eingerichtetes Museumscafé kann genauso mitentscheiden über den Erfolg und damit die Erreichung von Lehr- und Lernzielen wie ein gut sortierter Museumsshop oder selbstverständlich auch die Kompetenz und Freundlichkeit einer Verabschiedung durch die Mitarbeiter des Hauses.

Wiederkommen

Bei der Auswahl des für dieses Podium eingeladenen Personenkreises wurde exakt auf diese Vielfalt der unterschiedlichen Aspekte des Weggehens großer Wert gelegt. Von der konkreten Vermittlungsarbeit über die Arbeit am Gesamtkörper der schulischen Erziehung bis zur historischen Wissenschaft mit entsprechender musealer Schlagseite hin zum Tourismus- und Museumsshopexperten reihte sich hier die Runde der Beteiligten.

Selbstverständlich spannt sich hier auch der Bogen zum bisher Gesagten, dem Ankommen und Dasein im Museum. **Ist doch ein wesentliches Ziel für jeden Museumsaktivisten der „Wiederholungstäter“, also jener Mensch, der nach einem Museumsbesuch so angeregt ist, dass er wieder kommt** – wenn schon nicht in das eigene Haus, so doch in andere Museen, die sich in gleicher Weise darum bemühen, ihre Arbeit auf den Museumsbesucher auszurichten und alle Aspekte der Beziehung zwischen dem Museum und seinen Besuchern bestmöglich zu gestalten.

Text: Mag. Dr. Peter Assmann, Direktor der OÖ. Landesmuseen



Eingangsbereich
OÖ. Landesgalerie
(Linz),
Foto: Grilnberger

WIE MuseumsbesucherInnen weggehen, hat viel mit dem Da-Sein zu tun: ob mit leerem Kopf und müdem Körper und unzufrieden, weil sie gar nicht alles gesehen haben (konnten), oder wach, inspiriert und durch Ideen und Fragen bereichert und mit Lust zum Wiederkommen.

Weggehen – „Bedürftiger, also reicher“

Gabriele Stöger

In der Vermittlungsarbeit geht es weniger darum, die unterschiedlichen Bedürfnisse zu erfüllen (was sowieso unmöglich ist), als vielmehr darum, Bedürfnisse zu wecken, neugierig zu machen, zu aktivieren und dabei eben auch zu irritieren.

Was nach dem Museumsbesuch in Erinnerung bleibt, weiß man nie ganz genau. Erfahrungen sind etwas sehr Individuelles. **Allerdings weiß man, dass die Behaltenswerte, wenn wir etwas nur hören 10 Prozent beitragen, wenn wir es lesen 20 Prozent und wenn wir es sehen 50-60 Prozent. Beim aktiven Erleben hingegen behalten wir bis zu 80 Prozent.** Intensive Erlebnisse, die ein Wiederkommen wahrscheinlicher machen, sind nicht vom umfangreichen Informationsangebot abhängig sondern von der wachsenden Rezeptionsfähigkeit des Publikums, die u.a. durch interaktive Vermittlungsangebote des Museums erweitert werden kann.

Besucherkforschung

Anders als in der Evaluationskultur, die anglo-amerikanischen Museen selbstverständlich ist, existiert in Österreich so gut wie keine systematische Besucherkforschung. Die Studie von **Gabriele Rath „Museen und ihre BesucherInnen“** hat vor rund 10 Jahren erstmals die Aktivitäten von Museen für BesucherInnen untersucht. Die bemerkenswerteste Erkenntnis dabei: **Das „typische österreichische Museum“ hat weniger als einen**



© Christian Stöger

Angestellten, wurde innerhalb der letzten 40 Jahre gegründet, verzeichnet weniger als 2.000 Besuche pro Jahr und liegt in einem Ort mit weniger als 3.000 Einwohner. Nur 1,6 Prozent der untersuchten 1.800 Museen haben mehr als 23 Angestellte und mehr als 100.000 Besuche pro Jahr (RATH 1998). Deshalb müssten wir im Grunde über gänzlich verschiedene Einrichtungen mit unterschiedlichen Arbeitsbedingungen sprechen.

Was sagen Besuchszahlen?

Was große und kleine Einrichtungen gemeinsam haben, ist jedoch der Wunsch nach hohen Besuchszahlen. Als Indikator für die Qualität von Ausstellungen oder gar des Museumsbesuchs sind Zahlen ungeeignet. Zu hohe Besuchszahlen werden leicht kontraproduktiv: Schlangen vor dem Museum, Schlangen vor den Kassen, vor der Garderobe, vor dem WC, 5-7 Menschen vor einem Objekt machen es unmöglich, den Museumsbesuch wirklich zu genießen und motivieren eher zum Weggehen als zum Wiederkommen (Bei der Ausstellung „Das MoMA in Berlin“ betrug die längste Wartezeit 12 Stunden). Bei kleineren Museen sind die Bedingungen für die intensive Kommunikation mit den BesucherInnen meist leichter.

Eine Partizipationskultur mit hohem Stellenwert für das Publikum wurde in Österreich bislang noch nicht entwickelt, an die BesucherInnen wird hauptsächlich vom An-

»Erfahrungen sind etwas sehr Individuelles«



Das Museum & seine Besucher

Panel 3:

Weggehen



© T.E.A.m
(Team EigenART museum)



© Gabriele Stöger

sie kommen, wie das Marketing funktioniert hat, welche Bildung sie haben, welches Motiv, sondern auch, was sie im Museum getan haben, was sie darüber denken und welche Verbesserungen sie sich vorstellen können. Wenn kein persönliches Gespräch möglich ist, kann mittels Touchscreen, Fragebogen oder Besucherbücher Gelegenheit zum **Feedback** gegeben werden. Die Meinung des Publikums sollte auch ernst genommen werden. Das heißt keinesfalls, dass die Museen deswegen gleich populistisch werden. Museumsfachleute sind ExpertInnen, doch sie sollten den BesucherInnen vertrauen, denn diese sind die ExpertInnen ihrer Erfahrungen. Und weggehen nach dem Museumsbesuch sollten sie zufrieden, aber nicht gesättigt – bedürftiger, also reicher.

gebot her gedacht. Aber das Präsentierte ist nicht gleich das Gesehene. Gesehen haben heißt nicht gleich verstanden haben. Studien aus den USA und Deutschland sprechen von einer Verweildauer in der Größenordnung von Sekunden (KOESTER 1993, KLEIN 1988, SCHULZE 2001 u.a.). Wie viel „Bildung“ kann sich da ereignen? Wenn schon gemessen werden muss, schlage ich vor, die Leistungsfähigkeit von Ausstellungen nicht an der Anzahl der verkauften Tickets sondern an der darin intensiv verbrachten Zeit zu „messen“.

falls, dass die Museen deswegen gleich populistisch werden. Museumsfachleute sind ExpertInnen, doch sie sollten den BesucherInnen vertrauen, denn diese sind die ExpertInnen ihrer Erfahrungen. Und weggehen nach dem Museumsbesuch sollten sie zufrieden, aber nicht gesättigt – bedürftiger, also reicher.

Text: Dr. Gabriele Stöger, freiberufliche Kulturvermittlerin

Literatur:

- KLEIN, R., Besucherverhalten in Museen und Galerien, in: Groppe, H. H. & Jürgensen, F. (Hg.), Gegenstände der Fremdheit. Museale Grenzgänge. Dokumentation einer Fachtagung veranstaltet vom Museumspädagogischen Dienst der Kulturbehörde Hamburg u.a. vom 16.-20. November (1989).
- KOESTER, S. E., Interactivity in American Museums (1993).
- RATH, G., Museen für BesucherInnen: Eine Studie (1998).
- SCHULZE, C., Multimedia in Museen - Standpunkte und Perspektiven interaktiver digitaler Systeme im Ausstellungsbereich (2001).

Was lassen BesucherInnen da?

MuseumsmitarbeiterInnen können sehr viel erfahren, wenn sie nicht nur darüber nachdenken, was die BesucherInnen beim Weggehen (an Souvenirs, Werbroschüren, Infomaterial oder Bildung) mitnehmen, sondern wenn sich überlegen, was diese ihnen dalassen.

Beim Weggehen bietet sich die letzte Chance, noch etwas von den BesucherInnen zu erfahren, nicht nur woher

Weggehen und Wiederkommen

Barbara Weber-Kainz

Ankommen – Dasein – Weggehen.

Im Marketing befasst man sich zumeist mit dem Ankommen und dem Weggehen. Aus meiner persönlichen Erfahrung als Museumsbesucherin und aus meiner langjährigen Erfahrung aus dem Museumsmarketing weiß ich aber, dass dem Teil „Weggehen“ des Museumsbesuchs von Seiten der Verantwortlichen zu wenig Beachtung geschenkt wird, obwohl gerade in diesem Bereich ein Gutteil der Wertschöpfung erzielt werden kann.

Was sind nun die Bereiche, die in die Spanne des Weggehens fallen?

1. Das Ausklingen lassen des hoffentlich interessanten Museumsbesuchs in einem **Museumsshop**, der eine Art „Verlängerung des Museumsbesuchs“ ist und die Möglichkeit bietet, ein Stück des Museums mit nach Hause zu nehmen (als Verbindungsglied zwischen Museum und der „Welt da draußen“).
2. Das Verweilen in einem **Kaffeehaus oder Restaurant**, das ganz bestimmt zu einem wesentlichen Teil zum „Freizeitvergnügen Museum“ dazugehört und selbstverständlich hohen Qualitätsstandards unterliegen und folgen muss.
3. Die Kontaktaufnahme mit dem Besucher, das Abfragen von Zufriedenheit und Kundendaten sowie das **Aufmerksam machen auf neue Events und Veranstaltungen**.
4. Und zu guter letzt die eigentliche Nachbetreuung, das bereits physische Abwesendsein, also das „Wegsein“ – all das, was **NACH** dem Besuch folgen sollte und den Kreis zum Ankommen wieder schließt, nämlich die aktive Nachbetreuung und die **Einladung** zum Wiederkommen.

Zu diesen vier Bereichen möchte ich aus meiner Erfahrung in der Arbeit mit Museen kurz berichten:

■ Museumshop

Noch vor 15 Jahren gab es bei uns, im deutschsprachigen Museumsumfeld, immer wieder die Grundsatzdiskussion über die Verkommerzialisierung und Disneyisierung der Museen und der Kunst.



*Nur ein
zufriedener
Besucher
kommt wieder ...*



Das Museum & seine Besucher

Panel 3:
Weggehen

Das ist heute etwas anders, aber noch immer werden große Zweifel laut, wenn es um Sortiment und Gestaltung geht. Da gibt es die Einen, die eigentlich einen Fachbuchladen (Katalog-Kiosk mit Fachbüchern gespickt) verlangen, und die Anderen, die hoch engagiert sämtliche Bestände durchstöbern, um eine Vielzahl von hochpreisigen Repliken und Gebrauchsgegenständen – basierend auf der eigenen Sammlung – in ihren Shops anbieten zu können. Die optimale Lösung liegt wie immer irgendwo dazwischen. Auch wenn der Museumsshop unter anderem als eine der Visitenkarten jedes Hauses gewertet werden kann, so wird er nie aus reinem Selbstzweck heraus betrieben, ganz im Gegenteil: Wirtschaftlichkeit und Machbarkeit stehen schlussendlich immer im Vordergrund. Und damit steht natürlich auch, wie in jedem anderen Geschäft, der Kunde mit seinen Wünschen an oberster Stelle des Entscheidungsbaums.

Selbstverständlich ist die Sortimentsentscheidung immer auch eine Gradwanderung zwischen gutem Geschmack und Nippes. Dennoch werden betriebswirtschaftliche Prinzipien auch im Museumsshop nicht außer Kraft gesetzt. Daher sollte sich das Sortiment wohl überlegt am Kundenwunsch orientieren.

■ Museumscafé und Restaurant

Nicht, dass ich dafür wäre, dass jedes Museum über ein Haubenrestaurant verfügen sollte, aber ich weiß aus vielen für Museen durchgeführten Besucherbefragungen und Mystery Visits, dass von Seiten der Besucher den Museen in vielerlei Hinsicht ein hohes Maß an Kompetenz und Qualitätsbewusstsein zugetraut, ja sogar erwartet wird.

Wenn ein durchschnittlicher Besucher auch nur sehr selten ein professionelles Urteil über die Qualität der wissenschaftlichen Arbeit eines Museums machen kann, umso mehr weiß er, ob der Kellner im Museumsrestaurant freundlich war und ob der Kaffee lauwarm serviert wurde. Rückschlüsse auf die Qualität und Kompetenz des gesamten Museumsangebots sind nicht auszuschließen. Daher ist der Qualitätsstandard der Serviceeinrichtungen eines Hauses essentiell für das Gesamturteil des Besuchers.

»Weggehen ist auch all das, was den Besucher dazu bewegt wiederzukommen. Weggehen ist also der Anfang vom Wiederkommen, womit sich der Kreis zum Ankommen wieder schließt.«

■ Kontaktaufnahme mit dem Besucher

Die einfachste und billigste Form des Feedbacks im Museum ist wohl immer noch der einfache Fragebogen, das Gästebuch oder die Antwortkarte. Dies hat sich wohl auch schon weitgehend in den Museen herumgesprochen. Was passiert aber mit diesen Informationen danach? All zu oft landen sie in großen Schachteln im Keller, und die Daten und persönlichen Koordinaten von Besuchern und wichtige Hinweise und Verbesserungsvorschläge werden aus „Zeitmangel“ nicht ausgewertet.

Gestützte Befragungen, Besucher-Panels und Mystery Visits sind professionell unterstützte Methoden, die einen vertieften Blick auf das eigene Angebot zulassen.

Nur ein zufriedener und begeisterter Besucher ist ein wieder kommender Besucher, daher mein Appell, die Informationen und Hinweise der Besucher auch ernst zu nehmen.

Nur ein zufriedener und begeisterter Besucher ist ein wieder kommender Besucher, daher mein Appell, die Informationen und Hinweise der Besucher auch ernst zu nehmen.

■ Aktive „Nachbetreuung“

Eigentlich nicht mehr zum Bereich des „Weggehens“ sondern schon zum Bereich des „Wegseins“ gehört die Nachbetreuung. Denn wie schon die alte Marketing-Binsenweisheit besagt: **einen bereits gewonnenen Kunden zu halten und zu begeistern, ist wesentlich billiger und einfacher, als einen neuen Kunden zu gewinnen.**

Das heißt, allen Aktivitäten – wie Newsletter, Mitgliederbetreuung, Gewinnspiele und ähnliches – ist eine hohe Priorität in der Marketingarbeit zuzuweisen.

In Zeiten von knappen Ressourcen, sowohl personell als auch finanziell, sollte man dies in seiner Marketingarbeit unbedingt berücksichtigen.

Text:

Mag. Barbara Weber-Kainz, Geschäftsführende Gesellschafterin der Museum Services Ges.m.b.H. und der Museum Shop Management Ges.m.b.H.

M.Services Marketingberatungsges.m.b.H., Schloss Schönbrunn, Kavalierttrakt 126, A-1130 Wien

Tel: +43/ 1/ 810 48 49 -20, Fax: +43/ 1/ 810 48 49 -50

bwk@msservices.at

Kunst und Lebensgefühl aus Neapel:

UNTER DEM VESUV

Bis 19. März 2007 zeigt das LIECHTENSTEIN MUSEUM in den ehemaligen Damenappartements des Gartenpalais Liechtenstein die Sonderausstellung UNTER DEM VESUV – Kunst und Künstler vom 17. bis zum 19. Jahrhundert in Neapel und seinem Umfeld aus der Sammlung Harrach.

Michael Wutky (1739–1822).
Der Ausbruch des Vesuv über dem Golf von Neapel gesehen.
Gemäldegalerie der Akademie der bildenden Künste, Wien



Der Kern von Hauptwerken neapolitanischer Malerei aus der Graf Harrach'schen Familiensammlung in Rohrau, Niederösterreich, wird durch kostbare Leihgaben namhafter Museen und Galerien des In- und Auslands sowie privater Leihgeber ergänzt. Damit kann in Wien erstmals ein Überblick über die neapolitanische Malerei vom beginnenden 17. bis zum Anfang des 19. Jahrhunderts präsentiert werden.

Neben der Graf Harrach'schen Familiensammlung und den Sammlungen des Fürsten von und zu Liechtenstein gehören der internationalen Vereinigung **Private Art Collections** auch die Sammlungen der Fürsten **Esterházy** und der Grafen **Schönborn-Buchheim**, die **Residenzgalerie Salzburg** (mit der Sammlung Czernin), die **Gemäldegalerie der Akademie der bildenden Künste** (mit der Sammlung Lamberg) sowie das **Museo Poldi Pezzoli** in Mailand, die Sammlung der **Principi Borromeo** auf der Isola Bella, das **Rockoxhuis** in Antwerpen und die **Sammlung Oskar Reinhart** „Am Römerholz“ in Winterthur an.

Mit der hochkarätigen Präsentation UNTER DEM VESUV wird die erste große Kooperationsausstellung dieser Häuser realisiert, die im LIECHTENSTEIN MUSEUM einen würdigen Rahmen findet.

Neapel – die große Kunstmetropole des Barock

Die Ausstellung dokumentiert die Entwicklung Neapels als europäische Kunstmetropole vom 17. bis zum Beginn des 19. Jahrhunderts. Neapel – zu dieser Zeit die größte Stadt des Südens – war damals sowohl auf dem Gebiet der Malerei als auch in der Bildhauerei, dem Kunsthandwerk und der Musik eines der großen Zentren der internationalen Kunstentwicklung. Bedeutende Künstler wie etwa **Scarlatti** oder **Pietro und Gian Lorenzo Bernini** stammten aus dieser Stadt; **Caravaggio** und weitere Maler in seiner Nachfolge, unter ihnen **Ribera, Preti, Giordano** und **Hackert**, verbrachten wichtige Phasen ihres Schaffens in Neapel. Unter der Herrschaft österreichischer Vizekönige seit dem Beginn des 18. Jahrhunderts – von 1728 bis 1733 regierte dort beispielsweise Aloys Thomas Graf Harrach – kamen viele Künstler aus Neapel nach Wien und an andere Orte der Donaumonarchie und befruchteten so entscheidend die Entwicklung des Barock in Österreich.

Mattia Preti (1613–1699).
Der Heilige Sebastian, um 1657,
Öl auf Leinwand, Museo Nazionale di Capodimonte, Napoli



Vom Historienbild zur Stadtvedute

Ausgehend von den großen religiösen und mythologischen Themen der Frühzeit spannt sich der Bogen der Ausstellung inhaltlich über Historienbilder und Stilleben bis hin zu den Veduten von Neapel und seiner Umgebung, die vor allem die Malerei der Zeit dominierten, in der Marie Karoline von Habsburg, eine Tochter Maria Theresias von Österreich, mit Ferdinand IV. (1751–1825), König von Neapel und beider Sizilien, vermählt war.

Etwa 70 Hauptwerke neapolitanischer Kunst vom Caravaggismus bis zum Klassizismus ermöglichen somit eine umfassende Auseinandersetzung mit dem Schaffen einer der wichtigsten europäischen Kunstmetropolen des Barock in all ihren Facetten. **Ribera, Mattia Preti, Massimo Stanzione und Luca Giordano** sind in der Ausstellung stellvertretend für diese Zeit mit wichtigen Hauptwerken präsent. Daneben dokumentieren **Möbel und Skulpturen** auch den materiellen Reichtum der Stadt. Für den Aus-

stellungsbesucher entsteht ein stimmiger Eindruck der Opulenz und des Reichtums dieser aufregenden Kunstmetropole des Barock, der ihn während seines Rundgangs für kurze Zeit in den Süden Italiens entführt und ihm die Kultur dieser Region näher bringt.

Die Graf Harrach'sche Familiensammlung

Die Galerie der Graf Harrach'schen Familiensammlung verdankt den größten Bestand an neapolitanischer Barockmalerei nördlich der Alpen vor allem dem Geschmack von **Aloys Thomas Graf Harrach**, der die Innenräume seiner Paläste – unter anderem des neuen Majoratshauses auf der Freyung in Wien – ausstattete. In seiner Sammlung ist die Geschichte der süditalienischen Malerei von Ribera über Preti und Giordano bis zu den Bildern von Francesco Solimena lückenlos zu verfolgen. Hauptwerke dieser Meister, darunter Giordanos *Isaak segnet Jakob* und Solimenas *Der Heilige Januarius im Kerker von den Heiligen Proculus und Sosius besucht*, sind in der Ausstellung des LIECHTENSTEIN MUSEUM vertreten.

Auf seinen Vater, Graf Ferdinand Bonaventura I. von Harrach (1636–1706), Begründer der Harrach'schen Gemäldesammlung, Obersthofmeister Kaiser Leopolds I. und kaiserlicher Botschafter in Frankreich und Spanien, ist eine große Sammlung spanischer Malerei zurückzuführen, aus der unter anderem das große Altarbild *Die Unbefleckte Empfängnis Mariä* von Ribera gezeigt wird.

Jusepe de Ribera (1591–1652).
Der Heilige Bartholomäus, 1641. Öl auf Leinwand, 130 x 103 cm.
Graf Harrach'sche Familiensammlung, Schloss Rohrau



Giovanni Battista Caracciolo (1578–1635). *Maria mit dem Kind und der Hl. Anna*. Öl auf Leinwand, 120 x 152 cm. Kunsthistorisches Museum Wien, Gemäldegalerie

Die Blüte der neapolitanischen Malerei im 17. Jahrhundert: Michelangelo Merisi da Caravaggio und sein Einfluss auf die neapolitanische Malerei zu Beginn des 17. Jahrhunderts.

Parallel zu den politischen Entwicklungen unter spanischer bzw. habsburgischer Oberhoheit erlebte die künstlerische und kulturelle Szene in Neapel durch zwei Jahrhunderte hindurch eine einzigartige Hochblüte, die den großen materiellen Reichtum der Stadt in dieser Zeit und ihre Position als Brennpunkt verschiedener Einflusssphären widerspiegelt.

In der ersten Phase waren für die Malerei in Neapel die revolutionäre Lichtführung und der provokante Naturalismus des Michelangelo Merisi da **Caravaggio** (1571–1610) von ganz entscheidender Bedeutung. Der Aufenthalt dieses Künstlers in der Stadt unter dem Vesuv (1606) auf seiner Flucht nach Sizilien und Malta prägte auch hier wie im übrigen Europa eine ganze Generation von Malern. Sein exzessives, bewegtes Leben als Grenzgänger zwischen höchster Akzeptanz einerseits und Ablehnung als Gewalttäter andererseits sowie seine Rolle als Spielball der Politik – zwischen den vom Vatikan gelenkten Gegnern und den Sympathisanten der spanischen Oberhoheit – spiegeln sich in der Härte eines bis dahin nie zuvor gesehenen Naturalismus seiner Werke.

Jusepe de Ribera und Fürst Karl Eusebius von Liechtenstein

Der junge Spanier Jusepe de **Ribera** (ca. 1591–1652) kam 1616 zum richtigen Zeitpunkt in die Residenzstadt des spanischen Vizekönigs und nahm dort sehr bald auch die zentrale Rolle ein. Er beeinflusste selbst wieder eine ganze Generation von Malern bis hin zu seinem Schüler Luca **Giordano** (1632–1705).

Zu Riberas direkten Auftraggebern in Neapel zählte auch Fürst Karl Eusebius von Liechtenstein (1611–1684), der 1636 bei dem neapolitanischen Meister zwölf Bilder antiker Philosophen in Auftrag gab. Der existente Vertrag hielt ausdrücklich fest, dass diese Gemälde vom Meister eigenhändig anzufertigen wären, Ribera datierte drei Bilder nach 1636, drei weitere in das Jahr 1637. Anlässlich der Ausstellung UNTER DEM VESUV ist eines dieser großartigen Werke –



später aus den Fürstlichen Sammlungen verkauft – in Wien zu sehen: das *Porträt des Philosophen Protagoras*, das sich heute im Wadsworth Atheneum Museum of Art in Hartford (USA) befindet.

Luca Giordano

In Luca Giordanos Werk, der die nächste Phase der Malerei in Neapel dominierte, finden sich in der präzisen Zeichnung des menschlichen Typus, der sinnlichen Wiedergabe stofflicher Qualitäten und der sorgfältigen Inszenierung der Lichtregie Caravaggio und Ribera als die großen Vorbilder wieder. Giordanos *Amazonenschlachten* aus der Graf Harrach'schen Familiensammlung sowie sein *Selbstporträt* und die *Darstellung eines Bettlers* aus dem Kunsthistorischen Museum, die ebenfalls gezeigt werden, zählen zu seinen herausragenden Werken.

Bernardo Cavallino und Massimo Stanzione

Neben Ribera zählten Bernardo Cavallino (1616–1656) und Massimo Stanzione (1585–1656), deren Figuren durch ihren Verismus ein sehr direktes, persönliches Verhältnis zum Betrachter aufbauen, zu den großen, bestimmenden Malern. Cavallinos in sich versunkene *Maria Lactans* aus



dem Kunstmuseum in Olmütz sowie Stanziones *Bethlehemitischer Kindermord* aus der Sammlung in Rohrau, der vor allem durch die dramatische Nahsichtigkeit und die expressive Farbpalette besticht, stehen stellvertretend für die beiden Maler in der Ausstellung.

Mattia Preti

Von großer Bedeutung war auch der aus Kalabrien stammende Mattia Preti (1613-1699),

der seine erste grundlegende künstlerische Ausbildung ebenfalls in Neapel erhielt, bevor er sich 1630 nach Rom begab. In den Fünfzigerjahren kehrte er nochmals in die Stadt unter dem Vesuv zurück, die damals unter einem katastrophalen Ausbruch der **Pest** litt – Grund für Aufträge vieler Votivbilder, die in dieser Zeit entstanden – trotz der Seuche die Künstler anzog. Zwischen 1653 und 1656 malte Preti für die Kirche San Sebastiano in Neapel das riesige Altarbild mit dem noch vor seiner Marter dargestellten lebenden *Heiligen Sebastian*, das dort heftige Diskussionen auslöste. Das Bild, eines der herausragenden Meisterwerke der Ausstellung, besticht durch die Monumentalität des in starker Untersicht dargestellten Heiligen, der verklärt seinem Ende entgegenblickt (siehe Abb. S 44).

Francesco Solimena in der Graf Harrach'schen Familiensammlung und in den Fürstlichen Sammlungen

Gemeinsam mit Luca Giordano erschloss Mattia Preti den Weg zur Entfaltung eines monumentalen, theatralischen Stils, der das Geschehen wie auf einer Bühne aufbaut und damit dem Hochbarock zum Durchbruch verhalf. An diese Malerei konnte die Ge-

neration an der Wende vom 17. zum 18. Jahrhundert nahtlos anknüpfen. Ihr großer Meister wurde Giordanos Freund und Nachfolger Francesco Solimena (1657–1747), dessen Schaffen den zweiten Höhepunkt der Barockmalerei in Neapel markiert.

Solimena wurde zum Mittelpunkt der Sammlung der Neapolitaner-Galerie des Aloys Thomas Raimund Graf Harrach: Nicht nur, dass dieser bei dem Künstler mehrere Porträts und Bilder wie beispielsweise die Allegorie einer segensreichen Regierung bestellte, die in der Präsentation des LIECHTENSTEIN MUSEUM zu sehen ist, er kaufte auch Bilder des Neapolitaners, die schon vor seinem Neapelaufenthalt entstanden. Ein besonderes Highlight und aufgrund seiner Vorge-

»Unter der Herrschaft österreichischer Vizekönige seit dem Beginn des 18. Jahrhunderts kamen viele Künstler aus Neapel nach Wien und an andere Orte der Donaumonarchie und befruchteten so entscheidend die Entwicklung des Barock in Österreich.«

Francesco Solimena (1657–1747).
Porträt des Aloys Thomas Raimund Graf Harrach.
 Öl auf Leinwand,
 Graf Harrach'sche Familiensammlung, Schloss Rohrau





Gaspar Butler (Lebensdaten unbekannt). Blick auf Neapel, im Hintergrund der Vesuv, 1730. Öl auf Leinwand, 46 x 157 cm. Privatsammlung

schichte interessantes Gemälde der Schau UNTER DEM VESUV aus Solimenas Hand ist das im Harrach'schen Besitz befindliche ehemalige Hochaltarbild der einstigen Hauskapelle des Gartenpalais Harrach in der Ungargasse, das den Heiligen Januarius im Kerker von den Heiligen Proculus und Sosius besucht zeigt.

Aus dem Fundus der Sammlungen des Fürsten von und zu Liechtenstein stammt das Porträt aus der Hand Solimenas, das den noch jungen Fürsten Joseph Wenzel von Liechtenstein überzeugend charakterisiert.

Die Grand Tour – Neapolitanische Landschaftsveduten und Stadtansichten

Neapel blieb bis weit in das 19. Jahrhundert hinein eine prosperierende europäisch orientierte Hafenstadt am Mittelmeer, ein Schnittpunkt intensiver internationaler Beziehungen und somit neben Venedig und Rom begehrtes Reiseziel für Künstler und Gelehrte auf

ihrer Grand Tour. Sie lockte im späteren 18. und 19. Jahrhundert Massen von Kunstinteressierten an. Das Interesse an Neapel zu dieser Zeit und die Erforschung der Stadt wird in der Bibliothek des LIECHTENSTEIN MUSEUM mit einer Auswahl an Stichen und Publikationen dokumentiert.

Angeregt durch die unzähligen klassischen Bauwerke und die sie umgebende Landschaft entstand ab der Mitte des 18. Jahrhunderts ein neuer Bildtypus: **die Landschaftsvedute**. Auch dieser Typus ist in der Ausstellung mit bedeutenden Werken vertreten. **Gaspar Butlers Neapel-Ansichten** (Anfang der 1730-Jahre; Wien, Privatbesitz) zählen beispielsweise dazu. Den Schlusspunkt setzen Jakob Philipp Hackerts (1737–1807) pittoreske Schilderungen der arkadischen Landschaften Kampaniens, die er in Gesellschaft Goethes auf dessen Italienischer Reise kennen lernte. Die Landschaftsvedute erfuhr in seinem Lebenswerk ihre eigentliche Entfaltung.

Zu den vielen Künstlern, die damals aus dem Norden nach Italien kamen, zählte auch **Angelika Kaufmann** (1741–1807), die in Caserta 1782/83 *König Ferdinand IV., König von Neapel und beider Sizilien mit seiner Familie* porträtierte. Einen Endpunkt dieser Ent-

Sonderausstellung UNTER DEM VESUV.

bis 19. März 2007
Fr-Mo 10-17 Uhr

LIECHTENSTEIN MUSEUM.
DIE FÜRSTLICHEN SAMMLUNGEN
Fürstengasse 1, A-1090 Wien
T +43/ 1/ 319 57 67 -252
F +43/ 1/ 319 57 67 -255
info@liechtensteinmuseum.at
www.liechtensteinmuseum.at

Ticket Sonderausstellung: Euro 4 (keine Ermäßigungen), Kinder unter 6 Jahren: Eintritt frei

Führungen:

So 11 Uhr & Mo 15 Uhr:

Führungen für Individualbesucher auf Deutsch
So 11 Uhr: Führungen für Kinder auf Deutsch

Führungsticket: Euro 4 (excl. Eintritt, keine Anmeldung erforderlich)
Gruppenführungen (max. 25 Pers): Euro 90
Info und Anmeldung: +43/ 1/ 319 57 67 -251;
kunstvermittlung@liechtensteinmuseum.at

K a t a l o g :

Zur Ausstellung ist ein 160 Seiten umfassender Katalog in deutscher Sprache zum Preis von 34 Euro erhältlich.

RAHMENPROGRAMM : UNTER DEM VESUV. Neapel im Film Filmreihe

27. Jänner bis 1. Februar 2007, jeweils 19 und 21 Uhr

Votivkino, Währinger Straße 12, 1090 Wien,
Tel. +43/ 1/ 317 35 71, www.votivkino.at

Kuratorin: Wilbirg Brainin-Donnenberg.
Nähere Informationen unter
www.liechtensteinmuseum.at

UNTER DEM VESUV. Neapel im Kontext – Vortragsreihe

- Montag, 12. Februar 2007, 18 Uhr: Elisabeth Garms-Cornides: Neapel unter den österreichischen Vizekönigen – „Un paradis habité par les diables?“
- Montag, 26. Februar 2007, 18 Uhr: Paul Angerer: Die Musikgeschichte Neapels
- Montag, 12. März 2007, 18 Uhr: Wolfgang Prohaska und Jörg Garms: Blutige Martyrien in heiterer Architektur – Malerei und Architektur Neapels
- Montag, 19. März 2007, 18 Uhr: Andreina d'Agliano: Porzellan in Neapel – Die Produktion in den Manufakturen Capodimonte und König Ferdinands IV. Preis: 10 Euro / ermäßigter Preis: 5 Euro
Vor Anmeldung: +43/ 1/ 319 57 67 -251 oder kunstvermittlung@liechtensteinmuseum.at

wicklung bilden die Landschaftsschilderungen und dramatischen *Vesuvausbrüche*, die Michael Wutky (1739-1829) und auch sein Schüler Joseph Rebell (1787-1828) schon am Beginn des 19. Jahrhunderts schufen.

Italienisches Lebensgefühl in Wien

Das umfassende Begleitprogramm zur Ausstellung, das den reichen Kosmos der Barockmetropole abbildet, bietet für den Besucher eine gute Möglichkeit, der kalten Jahreszeit zu entfliehen, südliches Flair zu genießen, aber dennoch in Österreich zu bleiben.

In Führungen, einer wissenschaftlichen Vortrags- sowie einer Lesungsreihe werden unter anderem Themen wie nea-

politische Musik, Kulinarik, Literatur und die Geschichte Neapels beleuchtet.

In der **Filmreihe UNTER DEM VESUV. Neapel im Film**, die im Jänner 2007 einen Höhepunkt des Begleitprogramms bildet, zeigt das LIECHTENSTEIN MUSEUM berühmte und auch neu zu entdeckende Filme: Klassiker wie *Viaggio in Italia* von Roberto Rossellini oder *Ieri, oggi, domani* mit Sophia Loren und Marcello Mastroianni, Dokumentarfilme, die sich auf Caravaggios Spuren begeben, aktuelle Spielfilme etwa von Antonietta de Lillo und Vincenzo Marra sowie frühe Ansichten Neapels (z.B. von Elvira Notari), oder einen neapolitanischen Tom & Jerry-Cartoon.

Text und Fotos:
LIECHTENSTEIN MUSEUM. Die Fürstlichen Sammlungen, Wien



GIOVANNI BATTISTA CARACCILO,
GEN. BATTISTELLO
Maria mit dem Kind und Hl. Anna, Detail
Kunsthistorisches Museum Wien, Gemäldegalerie

www.liechtensteinmuseum.at



UNTER
DEM VESUV.

**KUNST UND LEBENSGEFÜHL AUS NEAPEL IM LIECHTENSTEIN MUSEUM.
17. NOVEMBER 2006 – 19. MÄRZ 2007**

Die Ausstellung dokumentiert die Entwicklung Neapels als europäische Kunstmetropole vom 17. bis zum Beginn des 19. Jahrhunderts. Gezeigt werden etwa 70 Hauptwerke neapolitanischer Kunst (darunter Ribera, Preti und Giordano) die vorwiegend aus dem Bestand der Graf Harrach'schen Familiensammlung stammen.

LIECHTENSTEIN MUSEUM. Die Fürstlichen Sammlungen. Fürstengasse 1, 1090 Wien, Tel +43 (1) 319 57 67-252, Freitag bis Montag 10.00-17.00 Uhr

Verführungskünste. Eine Geschichte der Werbung

Claudia Sporer-Heis

**Können Sie sich eine Welt ohne Werbung vorstellen?
Wohl schwer!**

Ob beim morgendlichen Lesen der Zeitung, beim Radio-Hören, auf dem Weg zur Arbeit, bei einem Abstecher ins Internet, beim Öffnen des Postkästchens, beim gemütlichen Fernseh-abend – wir haben uns daran gewöhnt, dass man ständig versucht, uns zum Kauf von neu entwickelten oder auch alt bewährten, aber auf jeden Fall einzigartigen, hervorragenden und dazu noch günstigen Produkten zu überreden.

Die Wirkungen der Werbung, deren Ursprünge bis in die Antike zurückgehen, müssen immer im Zusammenhang mit ihren Verbreitungsmöglichkeiten und den jeweils zur Verfügung stehenden Medien gesehen werden. Dienen anfangs Graffiti bzw. Dipinti, wie sie etwa in Pompeji gefunden wurden, Werbezwecken, so wird es mit dem Buchdruck im 15. Jahrhundert möglich, mithilfe von Flugblättern einen bei weitem größeren Kreis von Interessenten anzusprechen.

Im Innsbrucker Museum im Zeughaus ist diesem Thema eine Ausstellung gewidmet, die bis zum 25. Februar 2007 zu sehen ist. Sie zeichnet – schwerpunktmäßig auf den Alt-Tiroler Raum bezogen – die Entwicklungsgeschichte der Werbung nach.

Antike – Mittelalter – Vorindustrielle Phase

Beispiele für Werbung finden sich bereits in der **Antike**, wo neben den Marktschreibern auch „Graffiti“ und „Dipinti“, also Beschriftungen und Zeichnungen auf Hauswänden, der Bewerbung von verschiedensten Dingen dienen. So gab es in **Pompeji** die so genannten „alba“, weiße Wandflächen, die beschrieben und von Zeit zu Zeit wieder übertüncht wurden.

Im **Mittelalter** machten Schriftreklamen angesichts der mangelnden Bildung des Großteils der Bevölkerung wenig Sinn, **Herolde** verbreiteten jedoch Ankündigungen und Neuigkeiten auf mündlichem Weg. Mit der Erfindung des Buchdrucks wurde der **öffentliche Anschlag** immer gebräuchlicher, zunächst vor allem mit politisch oder kirchlich relevanten Inhalten. Aber es warben zum Beispiel auch Buchhändler für ihre Waren. Bei den im Zunftwesen organi-



Pez Automat,
Österreich um
1960/65, Blech,
lackiert



sierten Handwerkern galt es nicht nur als verpönt, sondern es war auch verboten, das eigene Können anzupreisen und Zunftbrüder zu konkurrenzieren. Lediglich auf den Häusern angebrachte **Schilder oder Geschäftszeichen** machten auf die Existenz des Handwerksbetriebes aufmerksam. **Wanderhändler** boten verschiedenste Waren zum Kauf an und bewarben gleichzeitig zusätzliche Produkte, die auf Bestellung angefertigt wurden.

Das Anzeigenwesen in Zeitungen entwickelte sich bis zur bürgerlichen Revolution 1848 nur langsam und war nicht stark ausgeprägt. In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts konnten in den so genannten „Intelligenzblättern“ zwischen aktuellen Ankündigungen auch Werbeannoncen platziert werden, die jedoch aufgrund des Inseratenmonopols unter staatlicher

Kontrolle standen. Diese Anzeigen bestanden aus reinem Text, meist typografisch gleich gehalten wie die übrigen Meldungen, ohne irgendeine Gestaltung. Oft handelte es sich um die **Ankündigung einer Veranstaltung oder um die Beschreibung einer Dienstleistung bzw. eines neuen Produktes.**

Anfänge der neuzeitlichen Werbung

Mit **Erlass der Gewerbeordnung 1859** wurde in Österreich eine weit gehende **Gewerbefreiheit** eingeführt und die alte Zunftverfassung beseitigt, was nicht nur grundlegende wirtschaftliche, sondern auch gesellschaftliche Veränderungen mit sich brachte. Auch die durch die Industrialisierung aufkommende **Massenproduktion** bewirkte eine zunehmende **Konkurrenz zwischen den Betrieben**. Um den Absatz der Erzeugnisse zu garantieren, bedurfte es nun genauer Informationen für die Konsumenten. Die Werbung wurde nicht nur Vermittlerin zwischen Produzenten, Gewerbetreibenden und Konsumenten, sondern auch allgemein zwischen Wirtschaft und Gesellschaft.

Bereits im Zuge der bürgerlichen Revolution von 1848 wurde die staatliche Zensur aufgehoben, wodurch das staatliche Inseratenmonopol fiel. In der Folge veränderte sich auch die Anzeigentechnik. Die Annoncen wurden deutlich voneinander abgetrennt, erhielten „**headlines**“ und fielen durch **unterschiedliche Typengrößen, außergewöhnliche Umrandungen oder zeigende Hände** besonders auf.

Als weitere Werbeträger erfreuten sich nun auch Plakate großer Beliebtheit. Es handelte sich zunächst noch hauptsächlich um **Schriftplakate**, auf denen Produkte angepriesen wurden. Eine Form der Direktwerbung stellten die sich immer größerer Beliebtheit erfreuenden Warenkataloge dar, die verschiedenste Produkte zur Bestellung anboten.

Erste bildliche Darstellungen finden sich auf Briefköpfen von Unternehmern, die mit großem Stolz die jeweils aktuelle Ansicht ihres Betriebes präsentierten. **Medaillen, die bei Wirtschaftsausstellungen gewonnen und meist sofort auf den Briefköpfen verewigt wurden, hatten auch einen nicht geringen Werbeeffekt.**

»Die durch die Industrialisierung aufkommende Massenproduktion bewirkte eine zunehmende Konkurrenz zwischen den Betrieben.«

»Der Kauf von Waren definierte mit der Zeit auch die gesellschaftliche Position.«

Schicht Radion
Wäscht allein!,
Österreich, um
1930, Emailplakat

Von der Ware zur Marke

Um die Wende ins 20. Jahrhundert spielte das Konsumverhalten der Bevölkerung gesellschaftspolitisch bereits eine bedeutende Rolle. Der Kauf von Waren diente nicht nur der Befriedigung von Bedürfnissen, sondern definierte mit der Zeit auch die **gesellschaftliche Position**. Es entstanden neue, auf diese Entwicklung abgestimmte Betriebsformen, wie die Markenartikelindustrie, Warenhäuser und Versandgeschäfte, wobei nun die **Verpackung der Waren sowie ihre Präsentation in den Geschäften und Schaufenstern wesentliche Beiträge zur Bewerbung der Artikel leisteten**.

Neben den Zeitungsannoncen, die inzwischen großteils mit Bildern versehen waren, entwickelte sich das (Bild-)Plakat zum wichtigsten Werbeträger. Vor der Jahrhundertwende zeigten Tiroler Plakate oft noch wenig werbewirksame Motive. Nach 1900 entstanden auf Bildinhalt und Text reduzierte Sujets. Aber auch die Darstellung des Produktes selbst mit Anpreisung seiner Vorzüge und mit Angaben zum Händler sollten den Konsumenten zum Kauf animieren. Solche Plakate waren auf Anschlagflächen sowie auf den von **Ernst Litfaß** Mitte des 19. Jahrhunderts in Berlin eingeführten Plakatsäulen („Litfaßsäulen“) affiziert. Aber auch öffentliche Verkehrsmittel wie Straßenbahnen wurden bereits – mit Beschriftungen versehen – für Reklame genützt.

Als neue Werbeträger dienten bedruckte oder emaillierte Blechschilder, die erstmals von Versicherungen als „Erkennungsmarken“ auf den gegen Feuer versicherten Häusern angebracht wurden. Auch Verschlussmarken und Sammelbilder trugen zur Verbreitung von Werbebotschaften bei.

Aber man kannte in Tirol natürlich auch international bekannte Marken, wie etwa das Mundwasser „**Odol**“, das vom Hersteller Karl August Lingner bereits gegen Ende des 19. Jahrhunderts in gezielten Kampagnen beworben wurde.

Es regte sich allerdings mit der Zeit auch Kritik an der Werbung, man warf ihr unter anderem die Weckung von



unnötigen Bedürfnissen bzw. Etikettenschwindel vor.

Propaganda im Ersten Weltkrieg

Während des Ersten Weltkriegs machte sich der Staat die bisherigen Erfahrungen aus der privatwirtschaftlichen Werbung zunutze, um Propaganda für **Kriegsfinanzierung und Massenmobilisierung** zu betreiben. Nicht nur namhafte Literaten, sondern auch bekannte Werbegraphiker arbeiteten für die Kriegspresse oder entwarfen Werbesujets für kriegsrelevante Unternehmungen.

Als Werbeträger wurde neben Plakaten und Postkarten nun auch der in Kinos gespielte (Stumm-)Film verwendet. So wurden der Bevölkerung in „Kriegswochenschauen“ und „Kriegsbe-

richten“ **Bilder von der Front** geboten. Außerdem verschickte man an die Haushalte Broschüren mit Anweisungen zur Herstellung von Ersatzkost. Um die Kriegsausgaben finanzieren zu können, wurden zwischen 1914 und 1918 insgesamt acht **Kriegsanleihen aufgelegt und beworben**, für welche die Bevölkerung Österreich-Ungarns hohe Summen aufbrachte. Und wie anderswo, versuchte man auch in Tirol, für die Witwen und Waisen der Gefallenen Spenden zu lukrieren. Der vom Bildhauer **Johann Heinrich nach einem Entwurf von Albin Egger-Lienz** aus Zirbenholz geschnittene „**Eiserne Blumenteufel**“, der in der Innsbrucker Maria-Theresien-Straße aufgestellt war, konnte nach Entrichtung einer Mindestspende mit eisernen Nägeln beschlagen werden. Wirtschaftswerbung erfolgte nur mehr im Zusammenhang mit dem Krieg, so sind etwa auf dem Plakat einer Brauerei zwei Bier trinkende Soldaten dargestellt.

Werbeboom in der Zwischenkriegszeit

Die wirtschaftliche Situation der nach dem Ersten Weltkrieg gegründeten Republik Österreich war denkbar schlecht. Durch Inflation und Währungsverfall vergrößerte sich die bestehende Staatsverschuldung enorm. Die indu-

Stollwerck's Chocolate –
Sparbüchse,
Österreich/Deutschland, um
1910, Blech, lithographiert



strielle Produktion war kontinuierlich im Sinken begriffen, während die Arbeitslosenrate im Jahr 1933 auf 26 Prozent stieg. Umso überraschender ist es, dass die Werbung im Laufe der Zwischenkriegszeit einen Höhepunkt erreichte, immer mehr zur Selbstverständlichkeit wurde und schließlich auch von der Allgemeinheit eine Existenzberechtigung zugesprochen bekam. Es wurden Grundlagen gelegt, die bis heute Geltung haben. So begann man sich mit experimenteller **Werbepsychologie** zu beschäftigen, die sich als Wissenschaft an Hochschulen etablierte. Bald besaßen viele Betriebe ihre eigene „psychotechnische“ Abteilung.

Die prunkvoll-ästhetische Werbekunst der Vorkriegsjahre wurde durch eine flächige, plakative Gebrauchsgraphik abgelöst. Farbe, Perspektive, Proportion und Raum wurden als Gestaltungsmittel bewusst eingesetzt. Qualitätsbeschreibungen verschwanden und wurden in Bildelemente umgewandelt.

Neben den Plakaten, die nun auf neuen und zeitgemäß gestalteten Litfaßsäulen und Anschlagflächen präsentiert wurden, erreichte die Reklame auf Emailschildern einen Höhepunkt. Diese robusten und widerstandsfähigen Werbeträger bestachen vor allem durch die reflektierende Email-Oberfläche, richteten sich an ein breiteres Zielpublikum und waren – im Gegensatz zum Plakat – vor allem auch in den ländlichen Bereichen direkt bei den Geschäften als Dauerwerbung einsetzbar.

Ab 1924 waren Radioübertragungen in österreichische Haushalte möglich. Die in den Kinos laufenden Werbefilme konnten jetzt auch mit Ton gezeigt werden.



Der eiserne Blumen-
teufel, Innsbruck,
1917, Entwurf:
Oswald Hengst,
Farblithographie

Nationalsozialistische Propaganda

Die Nationalsozialisten übernahmen die in der Zwischenkriegszeit entwickelten, auf den Erkenntnissen der Werbepsychologie beruhenden Werbetechniken, um ihre politischen Ziele verfolgen zu können. Der hoch entwickelte Propaganda-Apparat verschleierte während des Zweiten Weltkriegs lange Zeit den Weg in eine vorhersehbare Katastrophe. Nach dem „Anschluss“ Österreichs an Hitler-Deutschland am 12. März 1938 wurden alle registrierten jüdischen Betriebe aufgelöst oder arisiert. Bei größeren Unternehmen wurde **der alte, jüdische Firmenname aus Marketing-Gründen belassen und in der Werbung lediglich die „rein arische Leitung“ hervorgehoben.**

Die privatwirtschaftliche Werbung wurde nach den politischen Zielen der Nationalsozialisten ausgerichtet und dem „Werberat der deutschen Wirtschaft“ unterstellt, der eng mit dem Reichsministerium für Volksaufklärung und Propagan-

»Werbung ist lediglich dazu imstande,
bereits vorhandene Wünsche zu verstärken.«

da zusammenarbeitete. Die Werbung für Konsumartikel nahm sukzessive ab, dafür wurde – wie im Ersten Weltkrieg – vor allem Reklame für Ersatzmittel gemacht.

Besondere Werbekampagnen wurden für die Organisationen der NSDAP durchgeführt. Die „Deutsche Arbeitsfront“ (DAF) und die „Nationalsozialistische Volkswohlfahrt“ (NSV) warben für ihre verschiedenen „**Hilfswerke**“, wie das „Winterhilfswerk des Deutschen Volkes“ (WHW) oder das Hilfswerk „Mutter und Kind“. Neben Sammelaktionen sollte auch der Erlös von verschiedenen Sparmaßnahmen den „Hilfswerken“ zugute kommen.

Die Nationalsozialisten nützten auch die Möglichkeiten der ihnen zu Verfügung stehenden audiovisuellen Medien. Filme, Plakate, Inserate, Ausstellungen und vor allem der Rundfunk mit dem Billigradiogerät „**Volksempfänger**“ dienten der nationalsozialistischen Propaganda.

Die Jahre des „Wirtschaftswunders“

Aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Lage in der unmittelbaren Nachkriegszeit konnte erst Anfang der 1950er-Jahre wieder effektiv mit Wirtschaftswerbung begonnen werden, da Massenproduktion und Massenkonsum nun erstmals wieder anstiegen. Zunächst schloss die Werbewirtschaft an die Strategien der Zwischenkriegszeit an und erinnerte den Konsumenten mit Slogans wie „Es gibt wieder ...“ oder „Ich hab’ sie wieder!“ an Produkte, die sie einmal gewohnt waren und für einige Zeit missen mussten.

Die in den 20er-Jahren so beliebten **Emailschilder** wurden hauptsächlich von der Getränkeindustrie wieder als Werbeträger verwendet. Man stellte sie jedoch nur mehr aus dünnem Eisenblech her, allerdings nun in verschiedenen geometrischen Formen wie dem Dreieck oder Kreis.

Als Werbeträger kamen Hartfaserplatten auf. Fotografie und neue Drucktechniken wie der Offsetdruck wurden verstärkt zur Gestaltung herangezogen. Besonders beliebt waren die amerikanischen „Pin-up-Girls“, die bald für unterschiedliche Produkte warben. Automaten, gefüllt etwa mit Süßigkeiten oder Kaugummi, dienten nun gleichzeitig als Werbeträger und Verkaufsstellen.

Anfang der 60er-Jahre erhielt langsam auch das Fernsehgerät seinen festen Platz in den Tiroler Wohnungen, wodurch Werbung nicht mehr aktiv aufgesucht werden musste, sondern auf Knopfdruck zu den Menschen vordrang.

Die in dieser Zeit aufkommende Kritik, welche der Werbung Manipulation, „unterschwellige“ Beeinflussung und Weckung völlig unnötiger Bedürfnisse vorwarf, brachte der Werbung ein schlechtes Image in der Öffentlichkeit ein, das sie endgültig erst in der zweiten Hälfte der 70er-Jahre wieder los werden konnte.

Werbung im Zeitalter moderner Medien

Seit den späten 1960er-Jahren versuchte die Werbewirtschaft, ihren schlechten Ruf abzulegen, und überwand dann auch die massiv vorgebrachte Kritik der 50er-Jahre.

Aufgrund vieler sozial- und verhaltenswissenschaftlicher Tests in den frühen 70er-Jahren konnte festgestellt werden, dass Werbung nicht uneingeschränkt manipulieren kann, sondern dass der Empfänger (Konsument) durchaus in der Lage ist, die empfangenen Werbebotschaften zu filtern und auszuwählen. Werbung ist lediglich dazu imstande, bereits vorhandene Wünsche zu verstärken.

Die Werbeträger der 70er- und 80er-Jahre waren äußerst vielfältig. Ob Uhren, Aschenbecher, Kugelschreiber, T-Shirts, Zuckerbeutel oder Zahltassen – nahezu jeder Alltagsgegenstand wurde mit Werbesujets bedruckt. Emailtafeln wurden nun oft durch Kunststoffschilder ersetzt, Plakate blieben nach wie vor wichtige Werbeträger.

Eine Neuerung ergab sich im Bereich der **Inserate**. Sie wurden in den 70er-Jahren bewusst farbig gestaltet, um die Genuss- und Konsumfreude zu unterstreichen. Außerdem wurde versucht, in völlig neue Gebiete der Gesellschaft vorzudringen. So entstand zum Beispiel das **Sportsponoring**, etwa beim Fußballspiel: Spielertrikots wurden bedruckt und auch auf den Stadionbänken wurde geworben.

In den neuen privaten Satelliten-Fernsehsendern konnten 20 Prozent der Sendezeit für Werbeeinschaltungen verwendet und auch Sendungen mit Reklame vermischt werden, was bei öffentlichen Sendern nicht möglich war.

Mit dem Aufkommen der ersten PCs Anfang der 80er-Jahre begann ein neues Zeitalter der Kommunikation, das in sagenhafter Geschwindigkeit private und öffentliche Lebensbereiche verändern sollte ...

Text:

Dr. Claudia Sporer-Heis, Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum –
Museum im Zeughaus, Wissenschaftliche Mitarbeiterin der
Historischen Sammlungen

Fotos: © TLMF

**VERFÜHRUNGSKÜNSTE. Eine Geschichte der Werbung.
bis 25. Februar 2007**

**Museum im Zeughaus
Zeughausgasse
A-6020 Innsbruck
Di-So 10-17 Uhr
www.tiroler-landesmuseum.at**

**Rechts:
Plakat der aktuellen
Ausstellung im
Innsbrucker Zeughaus.
Entwurf: Koch & Partner**

VERFÜHRUNGSKÜNSTE

Eine Geschichte der Werbung

4. 10. 06 - 25. 2. 07
Di - So 10 - 17 Uhr

MUSEUM IM
ZEUGHAUS

INNSBRUCK



Zeughausgasse | Innsbruck
25. 12. 06 und 1. 1. 07 geschlossen
www.tiroler-landesmuseum.at

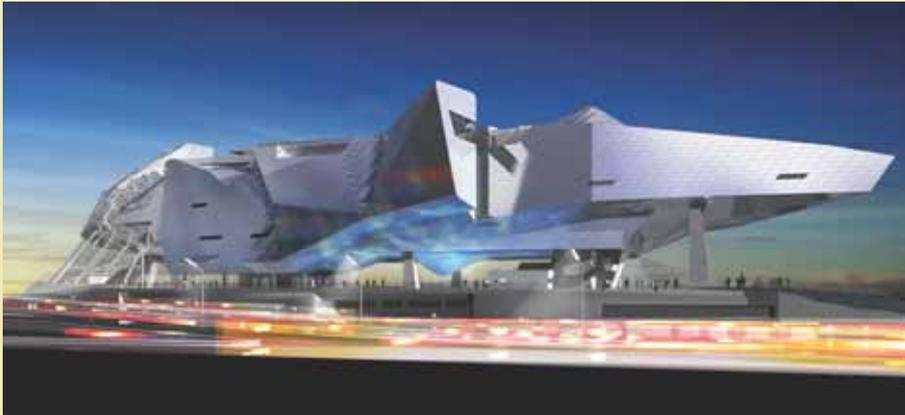
unstmühle
ton & Rauch
Innsbruck 1940
- Mührlau



Schi
TerPs

JOURNAL

JOURNAL / TIPPS



Museen im 21. Jahrhundert Ideen, Projekte, Bauten

bis 18. Februar 2007
Lentos Kunstmuseum Linz

Weltweit entstehen in jüngster Zeit zahlreiche Museumsneubauten. Die Entwürfe international anerkannter Architekten werfen nicht zum ersten Mal die Frage nach der Funktion eines Museums und seinem Erscheinungsbild auf. Das Verhältnis zwischen Architektur und Kunst, die Beziehung zwischen den Gebäuden und den darin gezeigten Werken ist erneut in den Mittelpunkt der Diskussion gerückt. Die Antworten der Architekten auf die unterschiedlichen Herausforderungen sind ebenso einfallsreich wie vielfältig.

Erweiterte Funktionen

Die nach wie vor gültige Aufgabe des Museums besteht darin zu sammeln, zu bewahren, zu forschen und zu vermitteln. Museen sind heute aber auch Kommunikationszentren und Treffpunkte, an denen man Neues über sich erfahren kann und Unterhaltung auf hohem Niveau erwartet. Besonders einladende Architektur kann dies unterstützen und althergebrachte Berührungspunkte seitens des Publikums abbauen.

Museen scheinen die Aufgabe von Wahrzeichen übernommen zu haben, die früher Kathedralen zukam. Sie gelten als kulturelle Identifikationssymbole in einer Gesellschaft, die sich nicht zuletzt durch die fortschreitende Globalisierung in einer Phase der Verunsicherung befindet.

Coop Himmelb(l)au, Musée des Confluences, Lyon, France, 2001-2008, Rendering, 2005
© rendering isochrom / vienna

Spektakulärste Museumsbauten steigern die Attraktivität der Städte, rücken abseits liegende Orte durch ihre augenfällige Präsenz ins öffentliche Bewußtsein.



Botta, Mario and Giulio Andreolli, MART, Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto, Trento, Italy, 1988-2002, Model
© Mario Botta photo by Nicola Eccher



AJN: Ateliers Jean Nouvel, Musée du Quai Branly, Paris, France, 1999-2005, Model
© Lentos/MaschekS

In 2 Stunden auf 4 Kontinenten in 27 Museen!

Das Lentos Kunstmuseum zeigt als einzige österreichische Station einer internationalen Tournee eine Ausstellung zur Museumsarchitektur des 21. Jahrhunderts.

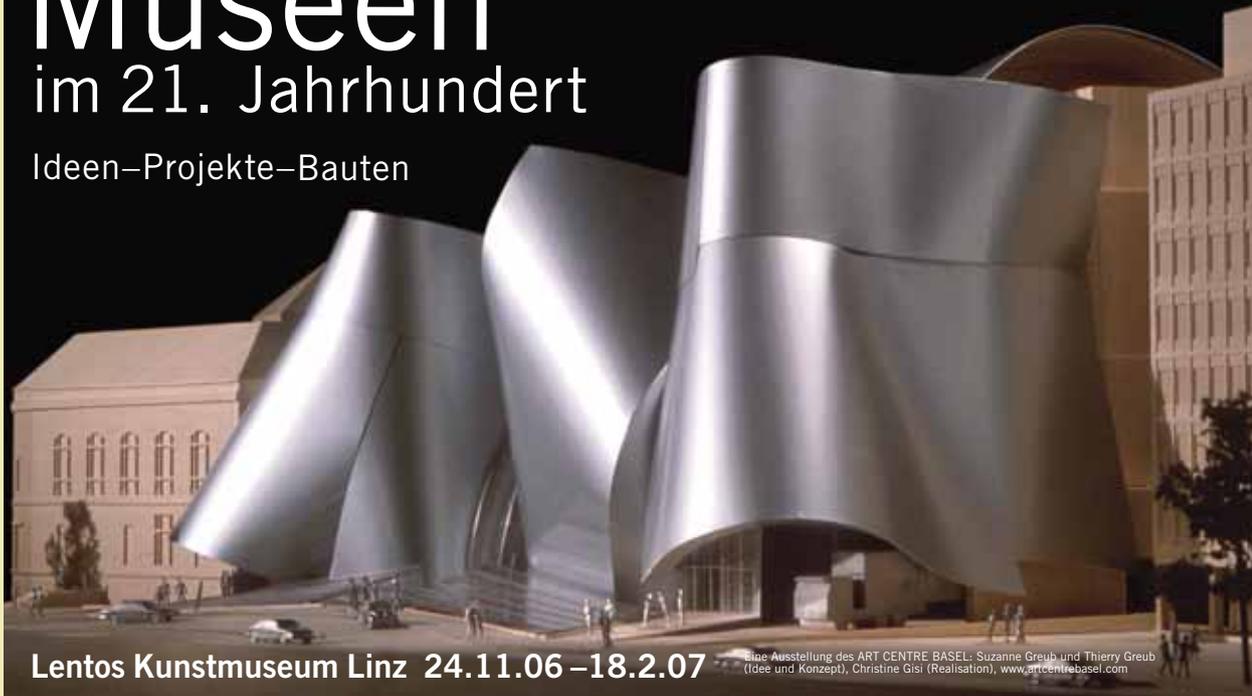
27 Projekte aus vier Kontinenten bieten einen Querschnitt der interessantesten Museumsbauten, die bereits entstanden, entstehen oder geplant sind. Bei den Modellen handelt es sich nicht nur um Kunstmuseen, es werden auch Museen für Automobile gezeigt, wie etwa das Mercedes Benz Museum in Stuttgart.

Vorgestellt werden Vorhaben, die durch den Einsatz ihrer individuellen formalen Mittel zu ganz unterschiedlichen Lösungen kommen: So steht der expressiven Formsprache beispielsweise eines Frank O. Gehry oder der Coop Himmelb(l)au die Klarheit und Homogenität der Bauweise von Tadao Ando gegenüber.

Zu den ausgewählten Architekten gehören unter anderem Peter Cook/Colin Fournier, Annette Gigon/Mike Guyer, Zaha Hadid, Steven Holl, Kisho Kurokawa, Daniel Libeskind, Jean Nouvel, UN Studio, Anamorphosis Architects, Fumihiko Maki und Renzo Piano. In einer unkonventionellen Präsentation der Caramel Architekten werden Modelle, Pläne und Skizzen ausgestellt.

Museen im 21. Jahrhundert

Ideen–Projekte–Bauten



Lentos Kunstmuseum Linz 24.11.06 – 18.2.07

Eine Ausstellung des ART CENTRE BASEL: Suzanne Greub und Thierry Greub (Idee und Konzept), Christine Gisi (Realisation), www.artcentrebasel.com



www.lentos.at



Ergänzend zur Ausstellung wird die Situation der Linzer Museumsprojekte im 21. Jahrhundert gezeigt: Lentos Kunstmuseum, Erweiterung des AEC und Neubau des Südflügels des Linzer Schlosses. Architekturbücher aus der Lentos Bibliothek sowie Filme zu den ausgestellten Projekten und über ArchitektInnen laden zur vertiefenden Information ein.

Eine Ausstellung des ART CENTRE BASEL: Suzanne Greub und Thierry Greub (Idee und Konzept), Christine Gisi (Realisation).
www.artcentrebasel.com

Lentos Kunstmuseum Linz
Ernst-Koref-Promenade 1, A-4020 Linz
Mi-Mo 10-18 Uhr, Do 10-22 Uhr
T +43/ 732/ 7070/ 3600 bzw. 3614
www.lentos.at

**Siehe dazu auch
Nicole Gesché-Koning: „Wie soll es
sein? Wer dient wem? Architektur,
Sammlungen, Publikum“**
in diesem Heft S. 6ff

Im nächsten Heft (07/1, März/April 2007) werden wir dieses Projekt unter dem Thema „Museums[Aus/Neu]bauten“ genauer beleuchten.

This is not for you Diskurse der Skulptur

bis 30. März 2007
Thyssen-Bornemisza Art Contemporary,
Wien

Skulptur, Objekt und skulpturale Installation werden im Rahmen dieser Ausstellung als autonome Formen der zeitgenössischen künstlerischen Praxis ausdifferenziert. Skulptur im Kontext gegenwärtiger Ästhetik ist ein radikal expansiver Begriff, der die komplexe Verschränktheit von Objekt, Bild, Text, Rezeption und Kontext sowie die Notwendigkeit einer begrifflichen und theoretischen Verortung von aktuellen Praktiken voraussetzt.

In diesem Zusammenhang versteht sich Skulptur als Modell für die ästhetische Produktion der Wirklichkeit beispielsweise in ihrem Übergang zu Architektur und Design aber auch als Modell zur Untersuchung und Befragung ästhetischer Produktion an sich. Mit Referenz auf kritische Raum- und Objektexperimente, welche die Institutionen der Kunst revolutionierten und sprengten, und auf die wiederum in der Institution angesiedelten Ansätze der Kontextkunst und Institutionskritik der

1980er und 1990er Jahre zeigen die in der Ausstellung vertretenen Arbeiten ein weites Feld konzeptueller Praktiken.

Die Auseinandersetzung mit der Skulptur als Gesamtkörper, die in ihrer Dreidimensionalität Raum, Zeit, institutionellen und sozialen Kontext analysiert und verhandelt, dient dabei als Ausgangspunkt.

Die Ausstellung, die ausgewählte Arbeiten aus der T-B A21 Sammlung erstmals der Öffentlichkeit zeigt, präsen-



Do-Ho Suh (*1962, Seoul, Südkorea)
Gate-Small (2003), T-B A21 Collection
© Courtesy Lehmann Maupin, New York

tiert keine bestimmte Ästhetik. Vielmehr ist es die Vielfalt der skulpturalen Möglichkeiten, die unter dem Aspekt des erweiterten Handlungs- und Denkraumes beleuchtet werden und die Skulptur, trotz ihrer Gegenständlichkeit, primär als diskursiven Akt innerhalb eines sozialen, politischen, ökonomischen und ästhetischen Feldes begreift.

Eine Auswahl der Arbeiten in der Ausstellung

Die Möbel/Objekte von **Heimo Zobernig** befinden sich im experimentellen Spannungsfeld zwischen Ausstellungssituationen und Gebrauchsobjekten; der Gebrauch im Kunstraum definiert das Kunstwerk als solches.

Jorge Pardo führt funktionale Designobjekte in den Kontext der zeitgenössischen Kunst ein, wobei auf Gewohnheiten, Bedürfnisse und Notwendigkeiten seines Umfeldes Bezug genommen wird, mit dem Resultat, dass seine Arbeiten nicht mehr als Kunstwerke in Erscheinung treten und dennoch in sich selbst als solche existieren.

Isa Genzken schafft mit „empire vampire III“ eine bizarre Szenerie, die dem Betrachter auf einem Sockel in Augenhöhe präsentiert wird, an der vor allem die kühle Genauigkeit irritiert, mit der trotz aller Gegenständlichkeit nichts erzählt wird. Die Ästhetik des Alltäglichen bestimmt nicht nur die Wahl und Kombination primär nicht-künstlerischer Materialien wie Kunststoffe, Spiegel, Regenschirme, Plastikpuppen und -tiere, sondern auch die anti-monumentalistische Form der Verarbeitung. Sexuelle Konnotationen sowie gestische und semantische Anspielungen kennzeichnen die Objekte von **Sarah**



Sarah Lucas (*1962, London, Großbritannien)
Bunny Gets Snookered # 3 (1997)
T-B A21 Collection © Sadie Coles HQ, London

Lucas, Eva Rothschild und Rachel Selekman. Lucas' schlaffe Bunny-Figur, die hauptsächlich aus Unterkörper und Beinen besteht und lediglich mit einem Paar grüner Nylonstrümpfe bekleidet ist, hinterfragt stereotype Darstellungen von weiblicher Sexualität.

Die Erforschung von Material und Form in Verbindung mit Ideen von Fruchtbarkeit und Sexualität kennzeichnen die skulpturale Sprache von Selekman: Für „Golden Jewelled Spray“ verwendet sie einen Gießkannenkopf, dessen Funktion Wachstum und Erzeugung assoziiert, eine Bedeutung, die durch das phallische Motiv noch erweitert wird.

Rothschild schafft konzeptuelle Kunst mit Objekten, die ihrerseits bereits mit Konzepten und Konnotationen beladen sind – eine Kunst, die Wahrnehmung und die Art der Wahrnehmung gleichermaßen in Frage stellen. Der Titel „Good Relations“ rückt die Skulptur, die aus lose herabfallenden schwarzen Lederbändern besteht, in einen gänzlich anderen Kontext.

Jim Lambie bedient sich der Mittel der Entfremdung und Aneignung. Mittels farbiger Bodenarbeiten ordnet er den Galerieraum dem Zweck der Präsentation unter, passt ihn der Verhandlungspraxis seiner Skulpturen an und negiert dabei seine Funktion als identitätsbegründender Raumkörper.

In ihrer Leuchtskulptur „Not for you“ verweist **Monica Bonvicini** auf Prozesse des Ausschlusses und der Segregation mittels Sprache sowie auf sprachlich geregelte Machtstrukturen, welche territoriale Zugänge und Aufenthaltsrechte regulieren.



Isa Genzken (*1948, Bad Oldesloe, Deutschland)
empire vampire III, 19 (2004)
T-B A21 Collection, © Jens Ziehe, Berlin

Ein silberner, 8qm großer Teppich aus Paillettenstoff mit dem Titel „Lenin 8qm“ demarktiert jenen Lebensraum, den Wladimir Iljitsch Lenin jedem Sowjetbürger als Wohnfläche zuerkannte. **Olaf Nicolais** Arbeit figuriert jene Ambivalenz zwischen materialistischen, gesellschaftsutopischen, realpolitischen und konsumistischen Definitionen, die dem Begriff des Lebensraumes innewohnen.

Do-Ho Suhs „Small Gate“ greift das Thema der architektonischen Repräsentation erneut auf, wobei er diese mittels transparenter Textilgebilde in eine traumähnliche Realität versetzt, die versucht, Erinnerung in den Raum der Gegenwart einzufügen.

Die gezeigten Objekte und skulpturalen Installationen aus der Sammlung stammen von:

AI WeiWei, Davide BALULA, Fiona BANNER, Monica BONVICINI, CHEN Qiulin, Ingar DRAGSET & Michael ELMGREEN, Isa GENZKEN, Jeppe HEIN, Jim LAMBIE, Sarah LUCAS, Jan MANCUSKA, Olaf NICOLAI, Jorge PARDO, Gerwald ROCKENSCHAUB, Eva ROTHSCHILD, Rachel SELEKMAN, Andreas SIEKMANN, Do-Ho SUH und Heimo ZOBERNIG.

This is not for you.
Diskurse der Skulptur
bis 31. März 2006

T-B A21
Thyssen-Bornemisza Art Contemporary
Himmelfortgasse 13
A-1010 Wien
Di-Sa 12-18 Uhr
T +43/ 1/ 513 98 56
www.TBA21.org



Jim Lambie (*1964, Glasgow, Schottland)
Blonde Streaks (2002)
T-B A21 Collection © Michael Strasser / T-B A21



Angelika Kauffmann Aus eigenen Beständen

Neupräsentation
Vorarlberger Landesmuseum VLM

Die Neupräsentation der eigenen Bestände bildet den Auftakt des Angelika-Kauffmann-Jahres 2007.

Bislang hingen die **Ölgemälde** der berühmten Malerin in allzu gedrängter Form im dritten Stock des Museums. Seit Dezember werden sie in neuer Hängung zusammen mit zahlreichen **Zeichnungen** und einer großzügigen Auswahl aus den ca. 350 **Stichen** in Museumsbesitz gezeigt.

Das Vorarlberger Landesmuseum besitzt die **umfangreichste Angelika-Kauffmann-Sammlung weltweit**. Sie umfasst 26 Ölgemälde, zahlreiche Zeichnungen und Stiche von und nach Angelika Kauffmann. Der Grundstock geht auf die von Angelika Kauffmann (1741-1807) zeitlebens gepflegten Beziehungen zu ihrer Verwandtschaft in Schwarzenberg im Bregenzerwald zurück. Ein weiterer Teil der Sammlung gründet im testamentarischen Nachlass der Künstlerin.

Als Ausdruck der besonderen Verbundenheit des Vorarlberger Landesmuseums mit Angelika Kauffmann gilt die Gedächtnisausstellung 1907. Daran

knüpft im Sommer 2007 die große Ausstellung zum 200. Todestag im Vorarlberger Landesmuseum an.

Im Sommer nächsten Jahres, vom **14. Juni bis 5. November 2007**, wird das VLM gemeinsam mit dem Angelika-Kauffmann-Museum in Schwarzenberg die lange erwartete Großausstellung **„Angelika Kauffmann - Leben und Werk“** aus Anlass des 200. Todestages der Malerin zeigen. Zu diesem Zweck werden die besten Werke der Künstlerin als Leihgaben nach Vorarlberg kommen. Gleichzeitig soll ihr Werk in Verbindung mit ihrem Leben und ihrer Zeit gesetzt werden.

Angelika Kauffmann, die **„vielleicht kultivierteste Frau Europas“** (J. G. Herder) machte eine für eine Frau ungewöhnliche Karriere. Sie galt als eine der reichsten bürgerlichen Frauen ihrer Zeit, die dank ihrer nicht nachlassenden Ausdauer bis in die letzten Jahre ein umfangreiches Oeuvre hinterließ. Als Kosmopolitin, mit Wohnsitzen in den kulturellen Zentren London und Rom, fand ihre Kunst schon zu Lebzeiten einen internationalen Verbreitungsgrad.

Kauffmanns künstlerisches Schaffen umfasst verschiedene Genres und Medien wie Historien Gemälde mit allegorischen, mythologischen und reli-

giösen Inhalten, Radierungen, Entwürfe für dekorative Gemälde und zahlreiche druckgraphische Arbeiten. Daneben verschaffte ihr die Porträtmalerei Zugang zu einer internationalen, aristokratischen und großbürgerlichen Klientel.

Ab 1782 ließ sie sich ständig in Rom nieder, wo ihr gastliches Haus ein geschätzter Treffpunkt von zahlreichen Künstlern, Schriftstellern und Romreisenden wie Canova, Brun, Tischbein, Goethe, Herder u.a. wurde.

Am 5. November 1807 starb Angelika Kauffmann kinderlos in Rom und wurde in der Kirche San Andrea delle Fratte beigesetzt.

Vorarlberger Landesmuseum VLM
Kornmarktplatz 1, A-6900 Bregenz
T +43/ 5574/ 460 50
Di-So 9-12 & 14-17 Uhr
www.vlm.at



Angelika Kauffmann. Der Tod der Alkestis, 1790

Working Class Hero

A Portrait of John Lennon

bis 28. Februar 2007

Bawag Foundation, Wien

Das jüngste Werk der **südafrikanischen Künstlerin Candice Breitz** untersucht den Einfluss kommerzieller Popkultur innerhalb eines globalen Kontexts.

Entstanden ist das vom White Cube in London produzierte „Working Class Hero“ im Rahmen eines Residence-Programms am BALTIC Centre for Contemporary Art in Gateshead (GB). Candice Breitz hat eine bunte Schar von **begeisterten John-Lennon-Fans** versammelt, um ihrem Helden in einem Aufnahmestudio in Newcastle upon Tyne Tribut zu zollen. Jeder Fan bekam die Möglichkeit, **seine Version von Lennons erstem Soloalbum „John Lennon / Plastic Ono Band“ (1970)** zu präsentieren. Das Ergebnis, eine geloopte 25-Kanal-Videoinstallation mit einer dem ursprünglichen Album entsprechenden Länge von 39 Minuten und 55 Sekunden, hatte am 10. Oktober 2006 in Gateshead Premiere.

Nun präsentiert die BAWAG FOUNDATION die Arbeit von Candice Breitz gemeinsam mit einer Dokumentation zur Werkentstehung.

Die Lennon-Fans für das Projekt hat Candice Breitz aus allen Ecken der Welt rekrutiert. Das einzige Kriterium für die Vorauswahl war, einen detaillierten Fragebogen auszufüllen, um auf diesem Weg ihre ernsthafte Liebe für Lennon und seine Musik zu belegen. Über 400 Fans aus verschiedensten Städten, von Mexico City über Moskau bis Tokio, bekundeten ihr Interesse an dem Projekt. 40 Fans wurden schließlich nach Newcastle für Tonaufnahmen eingeladen. Die endgültige Videoinstallation umfasst **Aufnahmen von 25 Fans im Alter zwischen 25 und 62 Jahren**. Neben acht Bewohnern aus der Gegend um Newcastle und fünf

Fans aus Liverpool haben Leute aus Wales, Schottland, Japan, Italien und den USA an dem Projekt teilgenommen.

Working Class Hero synchronisiert die **25 intimen Fanporträts zu einem Kaleidoskop**. Die Videoinstallation wird **auf 25 Plasmaschirmen** gezeigt. Jeder der 42-Zoll-Schirme ist der von einem Fan stammenden eigenwilligen Deutung des Geheuls und der kathartischen Lieder von "John Lennon/Plastic Ono Band" gewidmet. In diesem ersten Soloalbum, einem der berührendsten Werke des 20. Jahrhunderts, beschäftigt sich John Lennon mit den Traumata seiner Kindheit: Isolation, Alleingelassenwerden und Tod. Entstanden ist das Album **parallel zu der intensiven Urschrei-Therapie**, der sich Lennon und Yoko Ono damals bei Doktor Arthur Janov unterzogen. Lennon schreit seine Verletzungen, seine Wut und seine Verzweiflung heraus und 25 Hardcore Fans tun es ihrem Idol nach. Die singenden Fans nutzen die Popkultur nach ihren Bedürfnissen und verbinden sie mit ihren ganz persönlichen Geschichten. Damit beleuchtet „Working Class Hero“ eindrucksvoll auch ein Kapitel der jüngeren Geschichte.

Mit „Working Class Hero“ setzt Candice Breitz ihre Reihe von Porträts musikalischer Ikonen fort. John Lennon ist nach **Bob Marley** (siehe 'neues museum' 05/2, Journal), **Michael Jackson** und **Madonna** die vierte Poplegende, der die Künstlerin ein Werk widmet. In ihrer Gesamtheit stellen die Porträts eine laufende Bestandsaufnahme der Entwicklung der Kultur von Fans sowie der subtilen Projektions-, Identifikations- und Konsummechanismen dar, die für die Beziehung zwischen Ikonen und ihrer Anhängerschaft charakteristisch sind - sie behandeln das Verhältnis zwischen einer globalen Kultur und ihren lokalen Ausprägungen.



Candice Breitz wurde 1972 in Johannesburg, Südafrika, geboren und hat an der Universität von Witwatersrand (Johannesburg), an der University of Chicago und an der Columbia University studiert und am Whitney Independent Studio Program des Whitney Museum in New York teilgenommen.

Ihre jüngsten Einzelausstellungen umfassen Präsentationen an folgenden Orten: Castello di Rivoli, Turin; Palais de Tokyo, Paris; Modern Art Oxford; De Appel, Amsterdam; White Cube, London; Baltic Art Center, Gateshead. Sie hat an Biennalen in Johannesburg (1995), São Paulo (1998), Istanbul (1999), Kwangju (2000), Taipeh (2000) und Venedig (2005) teilgenommen. Seit vier Jahren lebt und arbeitet Candice Breitz in Berlin. Sie hat eine Professur an der Universität von Braunschweig.

Candice Breitz. Working Class Hero (A Portrait of John Lennon) bis 28. Februar 2007

Bawag Foundation
Tuchlauben 7a, A-1010 Wien
Mo-Sa 10-18 Uhr, Fei geschlossen
T +43/ 1/ 534 532 2296
Führungen: Do 17 Uhr, Sa 15 Uhr
www.bawag-foundation.at



Beide Fotos: Candice Breitz, Stills aus Working Class Hero (A Portrait of John Lennon) 2006, Aufgenommen im Culture Lab, Newcastle University, Grossbritannien, August 2006. 25-Kanal Installation: 25 DVD Player, Dauer: 40 Minuten, Courtesy: Jay Jopling / White Cube © Alex Fahl.

Das Bildnis eines behinderten Mannes

Bildkultur der Behinderung vom 16. bis ins 21. Jahrhundert

bis 31. Mai 2007
Schloss Ambras, Innsbruck

Das Bildnis eines behinderten Mannes aus der Kunst- und Wunderkammer in Schloss Ambras bei Innsbruck wirft viele Fragen auf: **Welche Rolle hatten behinderte Frauen und Männer im 16. Jahrhundert?** Welche Blicke wurden damals auf sie gerichtet? Sind die Blicke auf behinderte Personen heute anders? Wie wollen sie selbst angeschaut werden?

Das Bild unterscheidet sich wesentlich von Porträts vergangener Jahrhunderte:

Es zeigt den **Kopf eines Mannes mit durchaus höfischen Attributen**, erkennbar an Kopfbedeckung und Halskrause und möglicherweise auch am selbstbewussten Blick. Der **Körper des Mannes jedoch ist nackt**, den Blicken der BetrachterInnen preisgegeben, verletzlich und alles andere als „höfisch“ anzuschauen.

Diese Widersprüchlichkeit, diese Ambivalenz machen den Mann auf dem Bild interessant. **Weder seine Person, seine Herkunft und Lebensweise, noch der Künstler/die Künstlerin sind namentlich bekannt.** Er kann genauso in die Kategorie des (einflussreichen) Adligen wie in die eines armen Untertanen oder Bettlers passen, der lediglich als Schauobjekt mit Hut und Halskrause porträtiert wurde. Das Bildnis des behinderten Mannes erklärt also nicht, es legt nicht Zeugnis ab über die Lebensweise vergangener Jahrhunderte, ganz im Gegenteil, es wirft Fragen auf. Fragen über Fragen, die nicht nur die Vergangenheit betreffen sondern bis in die Gegenwart reichen. Nur eines scheint den BetrachterInnen klar zu sein: Der Mann auf dem Bild hat ganz offensichtlich eine Behinderung.

Die Ausstellung ist in **sechs Leitgedanken** gegliedert und versucht, dieses eindrückliche Bildnis im Rahmen der Bildkultur vom 16. bis ins 21. Jahrhundert zu erfassen - **in spielerischen, lehrreichen, historischen, künstlerischen Annäherungen** an den Umgang mit Darstellungen von Behinderung. Dabei werden unterschiedliche Blicke zum Thema gemacht: der **neugierige, der medizinische, der mitleidige, der emanzipierte Blick in Ge-**



sichte und Gegenwart. Ein Wörterbuch und ein Begriffsnetz bieten Assistenz für das Verständnis der verschiedenen Motive.

„Lasst uns die abwegige Verblüffung abschütteln, die uns bei ungewohnten Erscheinungen überkommt“, schrieb 1588 der französische Edelmann und Philosoph Michel de Montaigne, ein Zeitgenosse des Schlossherrn Erzherzog Ferdinand II. Menschen, die nicht der Norm entsprachen, Zwerge, Riesen, Haarmenschen oder so genannte Krüppel, galten als „ungewohnte Erscheinungen“. Wie sieht es heute aus?



Schnappschuss aus einer DanceAbility Performance der Innsbrucker Gruppe movido
© Monika Zanolin

Ist eine Person mit Behinderung eine „ungewohnte Erscheinung“?

Ungewohnt sicherlich nicht, aber möglicherweise nicht „hineinpassend“ in gesellschaftliche Normvorstellungen und in ein Wertedenken, das Leistungsfähigkeit, Schnelligkeit, Jugendlichkeit an höchste Stelle setzt.

Autobiografien und Selbstdarstellungen behinderter Menschen begegnen den Blicken der anderen aber auf emanzipierte Weise: Sie dokumentieren durch ihre Arbeiten, dass die Sicht, die man/frau von sich selbst hat, sich meist erheblich von der Sichtweise

unterscheidet, die andere von einem haben. Sie veranschaulichen, dass **die behinderte Frau und der behinderte Mann Expertin und Experte in eigener Sache** sind.

„Man muss den Blick verändern, mit dem man es betrachtet, nicht das Werk“, notierte der französische Künstler Jean Dubuffet um 1980. Die in dieser Ausstellung gezeigten Arbeiten von KünstlerInnen mit Behinderung regen die BesucherInnen dazu an, den eigenen Blick auf Behinderung zu reflektieren. Aber auch der umgekehrte Blick, nämlich der der Menschen mit Behinderung auf die Welt wird thematisiert.

Durch das Zusammenstellen dieser unterschiedlichen Positionen verdeutlicht die Ausstellung den **Wandel der Betrachtungsweise** in Bezug auf Behinderung und Menschen mit Behinderung. Die Veränderung besteht darin, dass man/frau vom Sammlungsobjekt zum Dokument der Existenz, von der medizinischen Diagnose zur kulturellen Bedeutung, von der Fürsorge zur Teilhabe, von der Fremdbestimmung zur Aufmerksamkeit für Autonomie wechselt.

Die Ausstellung ist das **Ergebnis eines Forschungsprojekts**, in dem das Kunsthistorische Museum Schloss Ambras, das Institut für Erziehungswissenschaften der Universität Innsbruck, sowie Selbstbestimmt Leben Innsbruck zusammengearbeitet haben. Zur Ausstellung ist ein Katalog erhältlich.

Das Bildnis eines behinderten Mannes bis 31. Mai 2007

Kunsthistorisches Museum, Sammlungen Schloss Ambras, Innsbruck
tgl. 10-17 Uhr
Führungen: Mi & Sa 13.30 Uhr sowie gegen Voranmeldung.
www.khm.at/ambras

JOURNAL / KURZ & BÜNDIG

Buchtip

Freilichtmuseen. Geschichte - Konzepte - Positionen

MuseumsBausteine
Band 11

Alle Museumsgründungen sind von dem Anliegen getragen, **materielle Zeugnisse der Kunst, der Kultur und der Geschichte zu bewahren**. Von den Anfängen der Museumsgeschichte, die ihre Wurzeln in kirchlichen Schatzkammern, fürstlichen Galerien und wissenschaftlichen Sammlungen hat, spannt sich der Bogen bis zu Museumskonzeptionen, die sich die **Dokumentation ganzer Lebenswelten** zum Ziel setzen.

Im Laufe der Entwicklungsgeschichte der Museen **erweitert sich das Interesse an den Objekten** über ihren materiellen, kulturellen oder wissenschaftlichen Wert hinaus auf ihre Dokumentqualität.

Der in der Museologie der DDR geprägte Begriff des „**Sachzeugen**“ zählt zwar nicht zu den klangvollsten Schöpfungen deutscher Sprachkultur, doch charakterisiert er eine über den konkreten materiellen Bestand hinausweisende Dimension der Dingwelt, die gerade auch im Bereich der Freilichtmuseen eine tragende Rolle spielt.

Tatsächlich sammeln diese Museen vorzugsweise **Objekte, die Geschichte und Geschichten erzählen** können. Und darin liegt auch die besondere Anziehungskraft, die den Freilichtmuseen als den beliebtesten Museen in den Regionen so zahlreiche Besucher zuführt.

In **Bayern** setzt die Gründung von Freilichtmuseen auf breiter Front erst seit den **1970er-Jahren** ein, von bescheidenen Vorläuferinitiativen einmal abgesehen.

Doch ebenso wie in der Zeit der Entstehung der ersten Freilichtmuseen in Skandinavien, in deren Folge sich dieser Museumstypus weltweit zu verbreiten beginnt, stand der **Rettungsgedanke** Pate.

Der **industrielle Umbruch** und die einsetzende Verstädterung im 19. Jahrhundert ebensowohl wie der endgültige

Untergang der traditionell geprägten ländlichen Lebenswelt in Bayern - spätestens seit den 1960er-Jahren sind die Folgen des tief greifenden gesellschaftlichen Wandels und die irreversiblen Veränderungen der bewirtschafteten Kulturlandschaft wie auch des dörflichen Lebensraums unübersehbar geworden - lasten das Bedürfnis aus, zumindest **in musealer Form zu dokumentieren**, was sich nicht vor Ort bewahren lässt.



Der diesen Sommer erschienene Band 11 aus der Reihe MuseumsBausteine gibt einen **weit gespannten Überblick** über die Arbeit dieses über die Jahrzehnte so erfolgreichen und beliebten Museumstyps. Die Entwicklung der Freilichtmuseen, auch **Freilandmuseen** genannt, ist eine Erfolgsgeschichte: Unter den Museen außerhalb der städtischen Zentren gehören sie zu den **besucherstärksten Einrichtungen**, sie sind aufgrund ihres Grundkonzepts als Anlagen in der freien Landschaft zudem ausgesprochen **familienfreundlich**.

In einer Reihe von Beiträgen werden einzelne Aspekte der Arbeit der Freilichtmuseen anschaulich vorgestellt – sowohl solche, die der **Vermittlung von Wissen und Erfahrung** an die Besucher dienen, als auch solche, die den **Blicken der Öffentlichkeit verborgen** bleiben.

So spannt sich der Bogen von den **wissenschaftlichen Grundlagen** wie Haus- und Bauforschung, über die **Technologie der Versetzung** ganzer Gebäude bis zu Fragen der **Konservierung** der Bauten wie auch der großen Sammlungen kulturgeschichtlicher Sachzeugen. Der sachgerechten und stark fortentwickelten **Magazinierung** dieser landeskundlich bedeutenden Bestände ist ein eigener Beitrag gewidmet.

Grundsätzlichen konzeptuellen Fragen wenden sich die Beiträge zur **Erhaltung von ländlichen Bauten** vor Ort in so genannten Bauernhofmuseen wie der **Präsentation historischer Kulturlandschaft** zu.

Der Vermittlungsleistung durch Dokumentationen und Ausstellungen wie auch der **museumspädagogischen Arbeit**, in der die Freilichtmuseen Pionierarbeit geleistet haben, sind weitere Beiträge gewidmet.

Als **Autoren** konnten neben Mitarbeitern der Landesstelle mehrere Leiter überregionaler Freilichtmuseen gewonnen werden, die als ausgewiesene Spezialisten in ihren jeweiligen Themenbereichen diese breit gefächerte Darstellung mitgestaltet haben.

Der Band wird abgerundet durch eine **Auswahlbibliographie**, wichtige **Dokumente zur Geschichte** dieses Museumstyps und **Kurzportraits** aller wissenschaftlich geführten Freilichtmuseen in Bayern.

Freilichtmuseen.
Geschichte - Konzepte - Positionen
MuseumsBausteine
Band 11

Herausgegeben von der Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern beim Bayrischen Landesamt für Denkmalpflege.

232 Seiten
81 Farb-, 18 Schwarzweiß-Abbildungen
17 x 24 cm, Broschur
ISBN 978-3-422-06645-8
Preis: 20,50 Euro

Deutscher Kunstverlag München Berlin
Vertrieb
vertrieb@deutscherkunstverlag.de
T +49/ 30/ 27 90 76 -50
www.kunstbuecher-online.de

Eduard Thöny (1866-1950)

Sonderausstellung

10. Februar bis 7. April 2007
Museum Kitzbühel

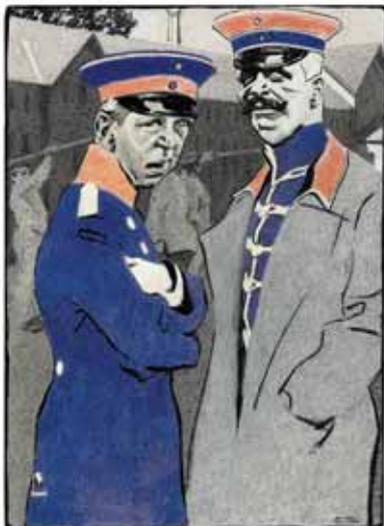
Das Museum Kitzbühel präsentiert ab 10. Februar 2007 Arbeiten des Zeichners und genialen Karikaturisten Eduard Thöny.

Thönys Werk ist **untrennbar mit dem „Simplicissimus“**, der im Jahr 1896 von Albert Langen begründeten, bedeutendsten satirischen Zeitschrift Deutschlands, verbunden.

In den Jahren bis 1914 wurde die Dekadenz der Militär- und Großstadtgemeinschaft des Wilhelminischen Kaiserreichs zur Zielscheibe der Zeichner und Autoren des Simplicissimus, die Zeitschrift selbst zur neuen und höchst erfolgreichen **gesellschaftskritischen Ausdrucksform in Deutschland**.

Eduard Thöny war gemeinsam mit Mitgliedern der Redaktion des Simplicissimus schon in den Jahren nach 1900 und auch in der Zwischenkriegszeit häufiger Gast in Kitzbühel. Vor seiner spitzen Feder blieb auch das **Geschehen am mondänen Wintersportplatz** nicht verborgen. Legendär ist etwa die auch als Ansichtskarte verbreitete Zeichnung, die Skilehrerlegende Rudi Monitzer bei der Dienstausbildung darstellt. Sie zeigt einen im Schnee liegenden weiblichen Skilehrerling vor dem Meister, der das Geschehen wie folgt kommentiert: „Stemming left, stemming left, mylady - da liegt's scho, dö Kuah, dö damische!“

Die Ausstellung, die durch **Leihgaben Dagmar von Kessels** ermöglicht wird, bietet einen Überblick über Thönys

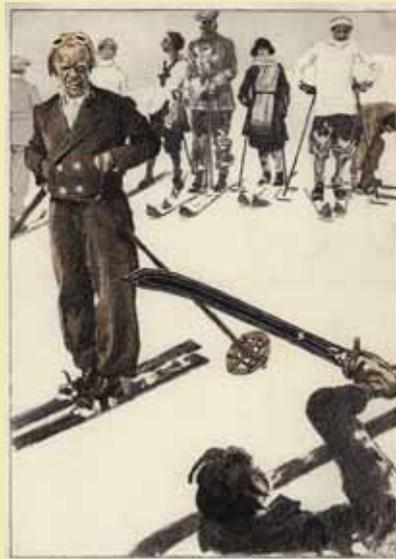


„Ja mein Lieber, das Leben ist ja ganz angenehm, aber auch recht teuer. Man kann sich's ja auch billiger einrichten, aber dann ist's eben nicht so angenehm.“

Gesellschaftskarikaturen. Besonderes Augenmerk liegt auf der engen Verbindung Thönys zum Wintersportplatz Kitzbühel.

Eduard Thöny
10. Februar bis 7. April 2007
Eröffnung: 9. Februar 2007, 19.30 Uhr

Museum Kitzbühel
Hinterstadt, A-6370 Kitzbühel
10. Februar bis 10. März 2007
tgl. 10-13 & 15-18 Uhr
11. März bis 7. April 2007
Di-Sa 10-13 Uhr
T +43/ 5356/ 65 252
www.museum-kitzbuehel.at



„Stemming left, stemming left, mylady - da liegt's scho, dö Kuah, dö damische!“

J. B. Fischer von Erlach

Eine Ausstellung gestaltet von SPLITTERWERK

bis 15. April 2007
stadtmuseumgraz

Die von SPLITTERWERK gestaltete Ausstellung „Johann Bernhard Fischer von Erlach 1656-2006.“ über das Werk des in Graz geborenen, am 20. Juli 1656 in der Stadtpfarrkirche getauften und 1723 in Wien verstorbenen größten Baumeisters des österreichischen Barock stellt, wie der Direktor des stadtmuseumgraz Otto Hochreiter ausführt, **„die Frage nach der heutigen Bedeutung des ungemein innovativen und visionären Bildhauer-Architekten.“**

Die Ausstellung zum **350. Geburtstag** des Meisters ist keine traditionelle kunsthistorische Darstellung, sondern

eine radikal zeitgenössische Befragung von Fischer von Erlachs heutiger Bedeutung durch **eine der innovativsten Architekturgruppen** nicht nur Österreichs. Es handelt sich um die erste Ausstellung, die mit zeitgenössischer Architekturleistung der heutigen Bedeutung Fischer von Erlachs nachgeht:

SPLITTERWERK, zuletzt Österreichs Vertreter bei der Biennale in Sao Paulo, folgt einer Aufforderung in Fischer von Erlachs berühmtem, 1721 erschienenen **„Entwurf einer historischen Architektur“**: „...das Auge der Liebhaber zu ergötzen, und denen Künstlern zu Erfindungen Anlaß zu geben, mehr im Sinne gehabt, als die Gelehrten zu unterrichten.“ Die Grazer Architekten präsentieren drei Jahrhunderte später den Grazer Architekten Fischer von Erlach im stadtmuseumgraz.

Die Antworten auf die Frage nach dem Zukunftsweisenden und damit heute Aktuellen sollen v.a. anhand Fischer von Erlachs **Wiener Meisterwerken** der Karlskirche, dem ersten (nicht realisierten) Entwurf zu Schönbrunn, den Hofstallungen (heute Museumsquartier) und dem ebenfalls nicht gebauten Gartenpalais Liechtenstein, insbesondere aber anhand seines berühmten Mappenwerks **„Entwurf einer historischen Architektur“**, der ersten weltumfassenden Architekturdarstellung, gegeben werden.

Wissenschaftlicher Leiter ist Andreas Kreul, dessen großes Standardwerk „Johann Bernhard Fischer von Erlach. Regie der Relation“ soeben im Verlag Anton Pustet erschienen ist und als begleitender Ausstellungskatalog fungiert.

Johann Bernhard Fischer von Erlach
1656-2006
bis 15. April 2007

stadtmuseumgraz
Sackstraße 18, A-8010 Graz
Di-So 10-18 Uhr, Do 10-20 Uhr
T +43/ 316/ 872 -7600
www.stadtmuseum-graz.at



JOURNAL / TERMINE

Feine Unterschiede

Zur Repräsentation von gender, race und class im Museum

Hofmobiliendepot Möbel Museum Wien
2. bis 3. Februar 2007

Wie Roswitha Muttenthaler feststellt, basieren Museen häufig auf dem Anspruch, neutral, objektiv und allgemeingültig zu sein. Doch jede kulturelle Praktik spiegelt gesellschaftliche, wissenschaftstheoretische und kulturpolitische Interessen wider. So sind auch Museen voller Projektionen, das Eigene und das Andere, Mann und Frau betreffend. Vor diesem Hintergrund stellt sich nicht allein die Frage nach der An- und Abwesenheit von Personen(gruppen) und Themen in den Sammlungen und Ausstellungen. Vielmehr ist der Blick auch auf die feinen Unterschiede in der Art der Repräsentation von marginalisierten Bevölkerungsschichten, „fremden“ Kulturen, Männern und Frauen zu richten. In Wiener Museen wollen wir den Bildern und Erzählungen nachgehen, die Ausstellungen zu diesen Fragen präsentieren. Untersuchen wollen wir, mittels welcher Verfahrensweisen und Medien (Exponate, Bilder, Texte und Gestaltungsmittel) Deutungsangebote gemacht werden.

Leitung: Dr. Roswitha Muttenthaler, Kustodin für die Sammlungsgruppe Haushaltstechnik am Technischen Museum Wien, Museologin und Ausstellungskuratorin

Ort:
Hofmobiliendepot Möbel Museum Wien
Andreasgasse 7, 1070 Wien

Anmeldung bis 25. Jänner 2007
Kosten: 140 Euro bzw. 100 Euro.

Kontakt:
Museumsakademie Joanneum.
Kompetenzzentrum für
Museologie & Kunst
Raubergasse 10
A-8010 Graz
T +43/ 316/ 8017 -9805
office@museumsakademie-joanneum.at
www.museumsakademie-joanneum.at

Österreichisches Museumsgütesiegel

Ende der Einreichfrist für 2007:
31. März 2007

Die Antragstellung erfolgt über einen Fragebogen, der durchaus auf die Bedürfnisse der kleinen, besonders von der Mithilfe von Freiwilligen abhängigen Museen eingeht. Die Bewerbungsunterlagen sind an das Sekretariat von ICOM Österreich zu senden. Das Museumsgütesiegel, d.h. die Plakette und die dazugehörige Urkunde, werden im Zuge einer offiziellen Verleihung durch ICOM-Österreich und den ÖMB übergeben. Die Kosten für Bearbeitung und Plakette betragen EURO 100,-.

Information:
www.icom-oesterreich.at/guetesiegel.html

>VIENNAFAIR< 2007 in Wien

3. Runde für >The international Contemporary Art Fair FOCUSED ON CEE<

MessezentrumWienNeu
26. bis 29. April 2007

Österreichs größte Messe für zeitgenössische Kunst hat sich in den letzten Jahren als Forum für Galerien, Sammler, Kuratoren, Museumsdirektoren und Kunstinteressierte etabliert. Die Positionierung in Mittel-, Zentral- und Osteuropa erwies sich von Beginn an als entscheidender Differenzierungsfaktor gegenüber den übrigen internationalen Kunstmessen. Der so mögliche nachhaltige Austausch von Ideen, Erfahrung und Kontakten ist das vorherrschende Merkmal.

Information:
Reed Exhibitions Messe Wien/
Presse & PR:
Mag. Paul Hammerl
T +43/ 662/ 4477 -143
F +43/ 662/ 4477 -411
paul.hammerl@reedexpo.at
www.viennafair.at

Internationaler Museumstag 2007

20. Mai 2007

Im Mai 2007 wird der Internationale Museumstag weltweit zum 30. Mal gefeiert. Mit dem Motto „Museums and Universal Heritage – Museen und universelles Erbe“ nimmt er das Thema der ICOM-Generalkonferenz 2007 in Wien auf.

ICOM Generalkonferenz 2007

Museen und universelles Erbe

Wien
19. bis 25. August 2007

Vom 19. bis zum 25. August 2007 findet die 21. ICOM-Generalkonferenz zum Thema „Museen und universelles Erbe“ in Wien statt.

Zum Erbe einer Gesellschaft gehören Wissen und Einstellung als ein ganzheitlicher Ansatz zum Dasein, welcher die Umwelt, die Wissenschaften, die Technologie und die (schönen) Künste sowie das inhärente System von Vorstellungen und Werten enthält, welche wiederum die Visionen der Welt, persönliche und gemeinschaftliche Wahrnehmungen und Lebensweisen definieren. Es kann als Schaffungs- und Erneuerungsprozess verstanden werden, das die Kontinuität zwischen Materie, Leben, Raum und Zeit sicherstellt.

Die Rolle von Museen in der Gesellschaft ist in einer grundlegenden und raschen Veränderung begriffen. Indem sie zunehmend quantitativen und wirtschaftlichen (Bewertungs-) Kriterien ausgesetzt werden, sind Museen in Gefahr, ihr Hauptaugenmerk auf die Sammlungen zu verlieren. Sammlungen sind jedoch weiterhin die grundlegende Basis für Wissen, Kompetenz und Werte der Museen.

Die Generalkonferenz ICOM 2007 beabsichtigt, ein Forum für Diskussionen und ein Generator von Ideen und Lösungen zu werden, um die Kluft zwischen diesen unterschiedlichen Erwartungen (und Erwartungshaltungen) zu überbrücken.

Programm, Information und Anmeldung:
www.icom2007.com

Kontakt:
ICOM-Österreich
c/o Kunsthistorisches Museum Wien
Burgring 5, A-1010 Wien
icom2007@khm.at

ICOM/CECA'07 Jahreskonferenz in Wien

Universität Wien
20. bis 22. August 2007
Call for Papers bis 26. Jänner 2007

ICOM/CECA hält die nächste Jahreskonferenz als Teil der ICOM Generalkonferenz 2007 ab. Sie bietet einen interdisziplinären und offenen Rahmen, um Fragen zur Museumskommunikation aus unterschiedlichen Perspektiven und in diversen Formaten wie Vorträgen, Paneldiskussionen, Posters oder Market of Ideas zu behandeln. ICOM/CECA lädt mit diesem Call for Papers mit dem Thema ‚Museums and Universal Heritage. Heritage Learning Matters‘ ein, Museen unter dem Aspekt ‚Erkenntnis-fördernde Einrichtung‘ vor allem in Hinblick auf die Arbeit mit und die Relevanz für BesucherInnen zu diskutieren. Im Zentrum steht dabei die Idee des reziprok und gesellschaftlich begründeten, verantwortlichen und nachhaltigen Umgangs mit dem intellektuellen und materiellen Erbe, sowohl der Institution als auch des Individuums, wie sie im Titel der Generalkonferenz anklingen. Für diese ICOM/CECA'07 Jahreskonferenz sind schon mehrere Beiträge von wichtigen und international bekannten MuseologInnen bestätigt, u.a. von Elaine Heumann Gurian/USA, Richard West/USA und Eileen Hooper-Greenhill/UK. Eine spannende Auseinandersetzung ist zu erwarten.

Call for papers:
bis 26. Januar 2007

Abstracts an: kraeutler@belvedere.at
Vorträge: ca. 250 Wörter; Präsentation von praktischem Beispiel in Poster
Market of Ideas: ca. 100 Wörter
Angabe von Name, Titel, Institution, Adresse, E-mail-Adresse, Tel.Nummer, ob und welche mediale Ausrüstung benötigt wird.
Sie erhalten bis Ende März 2007 eine Nachricht, ob Ihr Beitrag in das Programm aufgenommen wurde.

Die Anmeldung zur ICOM Generalkonferenz 2007 ist Voraussetzung für die Teilnahme an ICOM/CECA'07.
ACHTUNG: Anmeldung mit günstigstem Tarif „early bird“ bis Ende Januar 2007!

Kontakt:
Hadwig Kraeutler
ICOM/CECA'07
c/o Österreichische Galerie Belvedere
Prinz Eugen-Str. 27
A-1030 WIEN
T +43/ 1/ 79 557 -120
F +43/ 1/ 79 557 -230
kraeutler@belvedere.at

Information:
<http://ceca.icom.museum/>

1. Wiener Museumsfachmesse ICOM 2007

Universität Wien
20. bis 22. August 2007

Zum ersten Mal wird im Rahmen der ICOM-Generalkonferenz die Wiener Museumsfachmesse im Arkadenhof der Universität Wien stattfinden. Die Messe soll exklusiv den KonferenzteilnehmerInnen (ca. 2.500 Personen) die Möglichkeit bieten, Innovationen für den täglichen Museumsbetrieb zu entdecken und von den Erfahrungen und Angeboten der internationalen Aussteller zu profitieren.

Die erste Wiener Museumsfachmesse wird neue und bewährte Errungenschaften im Ausstellungswesen und der musealen Betriebsführung auf 1.200 qm Ausstellungsfläche präsentieren. Spannendes und Qualitätsvolles darf erwartet werden!

Ort:
Arkadenhof der Universität Wien
Dr. Karl-Lueger-Ring 1
A-1010 Wien

Kontakt:
Olivia Harrer
ICOM-Österreich
c/o Kunsthistorisches Museum Wien
Burgring 5
A-1010 Wien
icom2007@khm.at

Information:
www.icom-oesterreich.at/2007/index.html

Neue Grenzgänge

Tagung 2007 vom Verband der Ö.
Kunsthistorikerinnen und Kunst-
historiker und VKKS

Bregenz
11. bis 14. Oktober 2007
Call for papers:
bis 31. Jänner 2007

Der Verband der österreichischen Kunsthistorikerinnen und Kunsthistoriker und die Vereinigung der Kunsthistorikerinnen und Kunsthistoriker in der Schweiz VKKS veranstalten erstmalig eine gemeinsame Tagung in Bregenz.

Ort und Umstand dieser Tagung bestimmen ihre thematische Ausrichtung. Geographisch konzentriert sie sich auf den Raum Vorarlberg - Ostschweiz - Süddeutschland, der auch als „Kulturlandschaft Bodensee“ im Gespräch ist, sowie auf den Alpenraum, der Österreich und die Schweiz in mehrfacher Hinsicht verbindet. Methodisch soll das hermeneutische Potential einer Regionalforschung angesprochen werden, die im Umgang mit Kategorien wie „Kulturlandschaft“ zu differenzierten Erkenntnissen kommt. Willkommen sind Beiträge aus allen Bereichen und Epochen der Kunst- und Architekturgeschichte, der Denkmalpflege, der Museums- u. Sammlungswissenschaften sowie anderer historischer Wissenschaften. Die Tagung konzentriert sich auf die drei Themenbereiche Kulturlandschaft Bodensee, Alpenbilder und Grenzgänge.

Call for papers
bis 31. Januar 2007

Kontakt:
VKKS
c/o Dr. Andreas Münch
Bundesamt für Kultur
Hallwylstrasse 15, CH-3003 Bern
T +41/ 31/ 322 92 89
andreas.muench@vtxmail.ch

Verband österreichischer Kunst-
historikerinnen und Kunsthistoriker
c/o Mag. Peter Bogner
Künstlerhaus
Karlsplatz 5, 1010 Wien
contact@kunsthistoriker.at

Information:
www.kunsthistorikerin.at



SPURWECHSEL

WIEN LERNT AUTO FAHREN

12. Okt. 2006 – 28. Feb. 2007
www.technischesmuseum.at
Mariahilfer Straße 212, 1140 Wien

 **technisches
museumwien**

Generalpartner des
Technischen Museums Wien:



SIEMENS

Hauptsponsoren
der Ausstellung:



In Kooperation mit

WIEN MUSEUM

Museumspreis 2007 des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur

„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 großem 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“, so Bundesministerin Elisabeth Gehrler.

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.



Benediktinerstift Admont mit Teich © Stift Admont

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 Sicherheitkonzeptes (safety und security)
- Die wissenschaftliche Aufarbeitung
- Die Verhältnismäßigkeit der aufgewendeten Mittel

Die Teilnahme

Bewerbungsblatt und Beilagen unter:
www.bmbwk.gv.at/museumspreis

Einreichungen:

Bundesministerium für Bildung,
Wissenschaft und Kultur, Abt. IV/4
Minoritenplatz 5
A-1014 Wien

bis spätestens 31. März 2007

Nach Ablauf von acht Jahren nach der ersten Bewerbung ist eine neuerliche Bewertung möglich.

Information:

MR Dr. Silvia Adamek
T +43/ 1/ 531 20 -3612
silvia.adamek@bmbwk.gv.at

Museumspreis 2005

Für seine in die barocke Bausubstanz eingebettete neue Museumslandschaft mit einem Schwerpunkt moderner Kunst erhielt das traditionsreiche **Benediktinerstift Admont** im April 2006 aus der Hand von Kulturministerin Elisabeth Gehrler den Österreichischen Museumspreis 2005.

Mit dieser Auszeichnung steht Admont in einer Reihe mit renommierten Museen etwa in Wien und Salzburg. In der Begründung der Jury für die Vergabe des Preises an das im steirischen Ennstal gelegene Stift heißt es u.a.:

„Das Museum des Stiftes Admont hat, weit über das in Stiftsmuseen übliche Maß, neue Wege beschritten. Die Sammlung spannt einen Bogen über die Disziplinen und Epochen. Der naturhistorische Teil der Schau ist in seiner ursprünglichen Form erhalten und somit selbst ein wichtiges Zeugnis der Österreichischen Museumsgeschichte. Die Sammlung ist in tadellosem Zustand. Neue Medien finden in angemessener Weise ihren Platz in der Gesamtkonzeption der Ausstellungen. Großartig ist vor allem auch die Verbindung moderner Kunst mit altem Kulturgut, die unerwartete Akzente in der spannenden Ausstellungsgestaltung setzt. Dies ist ein neuer Ansatz zur Auseinandersetzung mit und der Vermittlung von zeitgenössischer Kunst. Damit ist das Stiftsmuseum Admont beispielgebend für andere österreichische Museen.“

Für die Verantwortlichen des Stiftes kam die Verleihung des Preises – in der Jury saßen Vertreter von Besucherorganisationen, Medien- und Museumsfachleute – überraschend: „Ich habe nicht vermutet, dass ein Klostermuseum einen Staatspreis erhalten könnte. Umso mehr freue ich mich für unser Haus, für unsere klösterliche Gemeinschaft und für alle, die an diesem Projekt mitgearbeitet haben“, betont Abt Bruno Hubl.

Museum des Stiftes Admont

A-8911 Admont 1

www.stiftadmont.at

1. April bis 4. November 2007

tgl.10-17 Uhr

Ausstellung 2007:

Ich fühle was, was du nicht siehst.
Kunst zum Begreifen.

MUSEEN & AUSSTELLUNGEN

BURGENLAND

Diözesanmuseum Eisenstadt

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

Ethnographisches Museum

Schloss Kittsee

Dr. Ladislaus-Batthyányplatz 1
A-2421 Kittsee
Di-So 10-16 Uhr
www.schloss-kittsee.at
bis 15. April 2007
Grabstelen aus Ungarn

Europäisches Hundemuseum

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

Freilichtmuseum Ensemble Gerersdorf

A-7542 Gerersdorf 66
Anfang April bis Ende Oktober
Mo-Fr 9-17 Uhr
Sa, So, Fei 10-18 Uhr
www.freilichtmuseum-gerersdorf.at

Haydn-Haus Eisenstadt

Joseph Haydn-Gasse 19 & 21
A-7000 Eisenstadt
3. April bis 11. November
Mo-So 9-17 Uhr
Juli, Aug. bis 18 Uhr
www.haydnhaus.at

Landesmuseum Burgenland

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

muba - museum für baukultur

Hauptstraße 58
A-7343 Neutal
Sa, So, Fei 14-17 Uhr
tgl. nach Voranmeldung oder mittels
Ruftaste beim Museumseingang
www.muba-neutal.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

Diözesanmuseum Klagenfurt

Lidmanskýgasse 10/3
A-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

www.landesmuseum-ktn.at

Landesmuseum Kärnten
„Rudolfinum“, Museumgasse 2
A-9021 Klagenfurt
Di-Fr 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
Sa, So, Fei 10-17 Uhr
bis 25. Feber 2007
Sandviper in Kärnten –
Hochgefährdete Schönheit
bis 20. Mai 2007
Der Bär ist los

Archäologischer Park
Magdalensberg

A-9064 Pischeldorf
1. Mai bis 15. Oktober tgl. 9-19 Uhr

Kärntner Botanikzentrum (KBZ)
mit Landesherbar und
Botanischem Garten
Prof.-Dr.-Kahler-Platz 1
A-9020 Klagenfurt
Mai bis September
tgl. 9-18 Uhr
Oktober bis April
Mo-Do 9-16 Uhr

Römermuseum Teurnia
St. Peter in Holz 1a
A-9811 Lendorf
1. Mai bis 15. Oktober
Di-So 9-17 Uhr

Wappensaal im Landhaus
A-9020 Klagenfurt
Landhaushof
1. April bis 31. Oktober
tgl. 9-17 Uhr

Landwirtschaftsmuseum Schloss Ehrental

Ehrentaler Straße 119
A-9020 Klagenfurt
Juni bis August
So-Fr 10-18 Uhr
September bis Oktober
So-Fr 10-16 Uhr
www.landwirtschaftsmuseum.at

Museum des Nötscher Kreises

Haus Wiegele
A-9611 Nötsch im Gailtal 39
Mi-So, Fei 15-19 Uhr
Sondervereinbarungen für Gruppen
www.noetscherkreis.at

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.mmkk.at
bis 25. Februar 2007
Giselbert Hoke - NADA

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

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. Oktober
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. Nov. bis 18. Dez. & 20. Jan. bis
20 März Sa & So 11-17 Uhr
www.carnuntum.co.at

Artothek
Steiner Landstraße 3
A-3500 Krems
Di-So 14-18 Uhr
www.artothek.cc

**Asparn/Zaya - Museum für
Urgeschichte des Landes NÖ**
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

Benedict Randhartinger Museum
Hauptplatz 1
A-3244 Ruprechtshofen
Mai bis Oktober
So & Fei 14-17 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
www.randhartinger.at

Bezirksheimatmuseum Lilienfeld
mit Zdarsky-Skimuseum
& Zdarsky-Archiv
Babenbergerstraße 3
A-3180 Lilienfeld
Do, Sa, So 16-18 Uhr
www.zdarsky-ski-museum.at

Bezirksmuseum Stockerau
Belvederegasse 3
A-2000 Stockerau
So & Fei 9-11 Uhr
ganzjährig geöffnet
www.stockerau.gv.at

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

Kunstmeile Krems
www.kunstmeile.cc

Factory - Kunsthalle Krems
Steiner Landstraße 3
A-3504 Krems
tgl. 10-18 Uhr
www.factory.kunsthalle.at
bis 11. Februar 2007
Schachklinik. Attila Galbovy &
Barna Péli
25. Februar bis 15. April 2007
Robert Schad. Stahl-Zeit

Karikaturmuseum Krems
Steiner Landstraße 3a

A-3504 Krems
tgl. 10-18 Uhr
www.karikaturmuseum.at
bis 11. März 2007
5 Jahre Karikaturmuseum Krems
bis 11. März 2007
Aktuell. Politische Karikatur in
Österreich
25. März bis 4. November 2007
Donald Duck... und die Ente ist
Mensch geworden

Kunsthalle Krems
Franz-Zeller-Platz 3
A-3500 Krems
tgl. 10-17 Uhr
www.kunsthalle.at
bis 11. Februar 2007
Die ungarische Seele. Realismus
im Land der Magyaren
bis 11. Februar 2007
Stylianos Schicho – Malerie
bis 11. Februar 2007
Real. Junge österreichische Kunst
2006

Österreichischen Filmgalerie
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
A-3500 Krems
www.filmgalerie.at
bis 25. Februar 2007
Charlie Chaplin: Mensch, Komiker,
Filmlegende

Landesmuseum Niederösterreich
Franz-Schubert-Platz 5
A-3109 St.Pölten
Di-So, Fei 10-18 Uhr
www.landesmuseum.net
bis 11. Februar 2007
Abenteuer Farbe. Natur – Mensch –
Technik
bis 25. Februar 2007
Medium Farbe
bis 11. März 2007
Spektrum Farbe. Kunst d. Moderne
26. Jänner bis 17. Mai 2007
Hermann Nitsch – Im Rausch der
Farben, Farblehre des o.m.theaters

**Liechtenstein Schloss
Wilfersdorf**
Hauptstraße 1
A-2193 Wilfersdorf
1. April bis 1. November
Di-So 10-16 Uhr
(in Winterpause nach Voranmeld.)
www.liechtenstein-schloss-
wilfersdorf.at

**Mährisch-Schlesisches
Heimatmuseum**

Schießstattgasse 2, Rostockvilla
A-3400 Klosterneuburg
Di 10-16 Uhr, Sa 14-17 Uhr
So & Fei 10-13 Uhr

Museum Alte Textilfabrik

In der Brühl 13
A-3970 Weitra
Mai bis Oktober
Di-So 10-12 & 14-17 Uhr
sowie an Adventwochenenden
(Adventausstellung)
<http://members.aon.at/textilmuseum>

Museum Kierling

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

Museum Mödling

www.museum.moedling.at.tf

Museum im Thonetschlössl
Josef Deutsch-Platz 2
A-2340 Mödling
Mo-Mi 9-13 Uhr, Do 17-20 Uhr
So, Fei 13-17 Uhr
bis 11. Februar 2007
Thonet in Mödling. 375 Jahre
Geschichte. Kloster – Möbel –
Museum

Volkskundemuseum
Klostergasse 16
A-2340 Mödling
Do 17-20 Uhr, So & Fei 13-17 Uhr
und nach Vereinbarung

Beethoven-Gedenkstätte
Hauptstraße 79 (Hafnerhaus)
A-2340 Mödling
nach Voranmeldung
T +43/ 2236/ 241 59

Museum Retz im Bürgerspital

Znaimerstraße 7
A-2070 Retz
www.retz.at

NÖ DOK für Moderne Kunst

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

Sammlung Essl

An der Donau-Au 1
A-3400 Klosterneuburg
tgl. 10-19 Uhr, Mi bis 21 Uhr
www.sammlung-essl.at
bis 25. Februar 2007
China now
bis 25. Februar 2007
emerging artists 06: Schweiz
16. März bis 28. August 2007
Passion for Art / Leidenschaft Kunst

**Schnaps-Glas-Museum
Echsenbach**

Kirchenberg 4
A-3903 Echsenbach
www.schnapsglasmuseum.echsenbach.gv.at

Stadtmuseum Klosterneuburg

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

Stadtmuseum St. Pölten

Prandtauerstraße 2
A-3109 St.Pölten
www.stadtmuseum-stpoelten.at

Stiftsmuseum Klosterneuburg

Stiftsplatz 1
A-3400 Klosterneuburg
Mai bis November
Di-So 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

Waldbauernmuseum Gutenstein

Alte Hofmühle
A-2770 Gutenstein
1. Mai bis Mitte Oktober
Sa 14-17 Uhr
So, Fei 10-12 & 14-17 Uhr
Juli und August
zusätzlich Mo-Fr 14-17 Uhr
www.waldbauernmuseum.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
A-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 Uhr
Di & Mi gegen Voranmeldung
www.evangel.at/ooe/museum/museum.htm

Forum Hall

Handwerk- und Heimatmuseum

Eduard Bach Straße 4
A-4540 Bad Hall
1. April bis 31. Oktober
So-Do 14-18 Uhr
und nach Voranmeldung
www.forumhall.at

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
3. April bis 30. 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.galeriederstadtwels.at
bis 21. Jänner 2007
local heroes

Handarbeitsmuseum Traunkirchen
ehem. Klostergebäude
Klosterplatz 2
A-4801 Traunkirchen
Mai bis Oktober
Mi, Sa, So 14-16 Uhr
Juli, August
tgl. 14-16 Uhr
Gruppen jederzeit nach Anmeldung

Heimathaus St. Georgen/Gusen
Färbergasse 2
A-4222 St. Georgen/Gusen
So 10-17 Uhr
und nach Voranmeldung:
T +43/ 7237/ 22 550, +43/ 7237/ 3946
www.gusen.org

Heimathaus-Stadtmuseum Perg
Stifterstraße 1
A-4320 Perg
Sa, So 14-17 Uhr
Freilichtanlagen nach telefonischer
Vereinbarung T +43/ 7262/ 535 35
www.perg.at

Heimatmuseum Schwarzenberg
Schwarzenberg 113
A-4164 Schwarzenberg am
Böhmerwald
Mi, Fr, Sa 10-12 Uhr
So 10-12 & 14-16 Uhr
und nach Voranmeldung
www.oberoesterreich.at/schwarzenberg

**Klo & So. Museum für his-
torische Sanitäröbekte**
Pepöckhaus, Traungasse 4
A-4810 Gmunden
1. Mai bis 26. Oktober
Di-Sa 10-12 & 14-17 Uhr
So & Fei 10-12 Uhr
www.museen.gmunden.at

Kubin-Haus Zwickledt
Zwickledt 7
A-4783 Wernstein am Inn
26. März bis 31. Oktober
Di-Do 10-12 & 14-17 Uhr
Fr 9-12 & 17-19 Uhr
Sa, So, Fei 14-17 Uhr
www.landesmuseum.at

Künstlervereinigung MAERZ
Eisenbahngasse 20
A-4020 Linz
Di-Fr 15-18 Uhr, Sa 13-16 Uhr
www.maerz.at
bis 26. Jänner 2007
Viel und wenig

Lebensspuren.Museum
Pollheimer Straße 4
A-4600 Wels
Di-Fr 10-16 Uhr
Sa, So, Fei 12-18 Uhr
www.lebensspuren.at
8. März bis 12. August 2007
step by step. frauenspuren in wels

Lentos Kunstmuseum Linz
Ernst-Koref-Promenade 1
A-4020 Linz
Mi-Mo 10-18 Uhr, Do bis 22 Uhr
www.lentos.at
bis 19. Februar 2007
Museen im 21. Jahrhundert
bis 9. April 2007
Stiftung Herbert Bayer. 50 Werke
des universellen Gestalters

**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
bis 25. Februar 2007
Automobile und Rennbahnen

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

Mühlviertler Schlossmuseum
Schlosshof 2
A-4240 Freistadt
Mo-Fr 9-12 & 14-17 Uhr
Sa, So, Fei 14-17 Uhr

Museum Arbeitswelt Steyr
Wehrgrabengasse 7
A-4400 Steyr
Di-So 9-17 Uhr
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
und an Feiertagen
www.stadtmuseum.at
bis 2. Februar 2007
Kalß Krippe und Papierkrippen aus
3 Jahrhunderten

Museum Hallstatt
Seestrasse 56
A-4830 Hallstatt
November bis März
Di-So 11-15 Uhr
April & Oktober
tgl. 10-16 Uhr
Mai bis September
tgl. 10-18 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
und nach tel. Vereinbarung
www.ried-innkreis.at/museum
bis 3. Februar 2007
Unterm Christbaum

Museum Lauriacum
Hauptplatz 19
A-4470 Enns
1. November bis 31. März
So, Fei 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
Mi-So 9-17.30 Uhr

Nordico. Museum der Stadt Linz
Dametzstraße 23
A-4020 Linz
Mo-Fr 9-18 Uhr
Sa, So, Fei 14-17 Uhr
www.nordico.at
bis 28. Jänner 2007
Fritz Aigner – Druckgrafik
bis 25. Februar 2007
1956/2006 – Erich Lessing. Budapest
– die ungarische Revolution

OÖ Landesmuseen
www.landeseuseum.at

Landesgalerie
Museumstraße 14
A-4020 Linz
Di-Fr 9-18 Uhr
Sa, So, Fei 10-17 Uhr
www.landeseum.at
bis 28. Jänner 2007
Karl-Heinz Klopff „FROM/TO“
bis 28. Jänner 2007
Ricarda Roggan

Schlossmuseum
Tummelplatz 10
A-4010 Linz
Di-Fr 9-18 Uhr
Sa, So, Fei 10-17 Uhr
www.schlossmuseum.at
bis 2. Februar 2007
Krippen aus aller Welt

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 1. März 2007
Wanzen.
30. März 2007 bis 2. März 2008
Heilpflanzen

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

**Österreichisches
Felsbildermuseum**
A-4582 Spital am Pyhrn 1
1. Mai bis 15. Oktober
Di-Sa 9.30-12 Uhr
Mi-So 14-17 Uhr
1. Dezember bis 30. April
Mi 10-15 Uhr, So 14-17.30 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
www.felsbildermuseum.at

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

Salzkammergut Tierweltmuseum
Aurachtalstraße 61
A-4812 Pinsdorf
Mo-Fr 8-12 & 14-17 Uhr
Sa, So nach Vereinbarung
www.tierweltmuseum.at

Schloss Greinburg
Sammlung Herzoglicher Kunst-
besitz & OÖ Schifffahrtsmuseum
Herzoglich Sachsen Coburg und
Gotha'sche Forstverwaltung
Greinburg 1
A-4360 Grein
www.schloss-greinburg.at

Schlossmuseum Peuerbach
Rathausplatz 1
A-4722 Peuerbach
1. Mai bis 31. Oktober und 1. Ad-
ventso. bis So. nach Hl. Drei Könige
Di-Sa 9-12 & 14.30-17 Uhr
So & Fei 14-16 Uhr
www.schlossmuseum-peuerbach.at

Stadtmuseum Gmunden
Kammerhofgasse 8
A-4810 Gmunden
tgl. 10-12 & 14-17 Uhr
www.museen.gmunden.at

Stadtmuseum Wels - Minoriten
mit der Archäologischen Sammlung
Minoritenplatz 4, Schießberhof
A-4600 Wels
Di-Fr 10-17 Uhr, Sa 14-17 Uhr
So & Fei (außer Mo) 10-16 Uhr
www.wels.gv.at

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

Turm 9 – Stadtmuseum Leonding
Daffingerstraße 55
A-4060 Leonding
Mi & Fr 10-17 Uhr
Do 10-20 Uhr
Sa, So, Fei 13-18 Uhr
www.leonding.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
www.schloss-ebelsberg.at

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 10-17 Uhr
www.leogang.at

**Bergbau- und Heimatmuseum
Mühlbach am Hochkönig**
Am Hochkönig 203
A-5505 Mühlbach
Do-So 14-17 Uhr
www.bergbau-museum.sbg.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

**Heimathaus und Schimuseum
Saalbach-Hinterglemm**
A-5753 Saalbach 58
Di & Do 15-18 Uhr

**Heimathaus Denkmalhof
Arlerhof**
Au 91 (Markt 3)
A-5441 Abtenau
Anfang Mai bis Ende September
Di, Do, So 14-17 Uhr

Künstlerhaus
Hellbrunner Straße 3
A-5020 Salzburg
Di-So 12-19 Uhr
www.salzburger-kunstverein.at
bis 4. Februar 2007
Zwischendurch: Diverse Tätigkeiten

Museum Burg Golling

Markt 1
A-5440 Golling
Anfang Mai bis Ende Oktober
Mi-So 10-12 & 13-17 Uhr

Museum im Einlegerhaus

Kirchstätterstraße 32
A-5162 Obertrum am See
Juni bis September
Di 17-19 Uhr
Fr & Sa 14-17 Uhr
und nach Vereinbarung

Museum in der Fronfeste

Hauptstrasse 27
A-5202 Neumarkt am Wallersee
Mai bis Oktober
Di & Do 10-12 Uhr, So 10-13 Uhr
www.fronfeste.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

bis 11. Februar 2007
kamera los. das fotogramm

bis 18. Februar 2007
ich hab ein haus, ein äffchen und
ein pferd...

Mönchsberg 32

A-5020 Salzburg
bis 4. Februar 2007
markus raetz. nothing is lighter
than light

bis 4. März 2007
der blick in die sonne. Jakob Mattner
bis 4. März 2007
SURreal. aspekte des figuralen aus
der sammlung

Museum Zinkenbacher**Malerkolonie**

Alte Volksschule
Aberseestraße 11
A-5340 St. Gilgen am Wolfgangsee
25. Juni bis 30. September
Di-So 15-19 Uhr
www.malerkolonie.at

Residenzgalerie

Residenzplatz 1
A-5020 Salzburg
tgl. außer Mo 10-17 Uhr

5. Februar bis 2. März 2007
geschlossen
www.residenzgalerie.at
bis 4. Februar 2007
Augenblicke. Meisterwerke
europäischer Porträtmalerei.
ab 3. März 2007
Bilder des Lebens.

Salzburger Barockmuseum

Orangerie im Mirabellgarten
Mirabellplatz 3
A-5020 Salzburg
Di-Sa 10-17 Uhr
So & Fei 10-13 Uhr
www.barockmuseum.at
bis 15. April 2007
Wer hat Angst vor Gianbarocco?

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

Salzburg Museum
Neue Residenz
Mozartplatz 1
A-5020 Salzburg
Neueröffnung am 1. Juni 2007

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

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

Spielzeug Museum
Bürgerspitalgasse 2
A-5020 Salzburg
tgl. 9-17 Uhr
bis 25. Februar 2007
Schattenspiele.

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

STEIERMARK**Benediktinerstift Admont**

Bibliothek & Museum
A-8911 Admont 1
1. April bis 4. November
tgl. 10-17 Uhr
und auf Anfrage
www.stiftadmont.at

Diözesanmuseum Graz

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

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

Hans Gross - Kriminalmuseum

Universitätsplatz 3 / Hauptgebäude
A-8010 Graz
Mo 10-15 Uhr und nach Vereinbarung
T +43/ 316/ 380 -6514 oder -6545

Hanns Schell Collection

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

Kulmkeltendorf. Urgeschichtliches 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

Kunsthau Herberstein

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

Künstlerhaus Graz

Burgring 2
A-8010 Graz
Mo-Sa 9-18 Uhr
So & Fei 9-12 Uhr

Landesmuseum Joanneum

www.museum-joanneum.at

Kunsthau Graz
Lendkai 1
A-8020 Graz
Di-So 10-18 Uhr
www.kunsthau Graz.at

Museumsgebäude Raubergasse 10
A-8010 Graz
Di-So 9-15 Uhr

Museumsgebäude Neutorgasse 45
Bild- und Tonarchiv,
Kulturhistorische Sammlung
A-8010 Graz
weg. Neuaufstellung geschlossen

Neue Galerie
Sackstraße 16
A-8010 Graz
Di-So 10-18 Uhr
www.neuegalerie.at
bis 26. August 2007
Die Natur des Menschen
bis Sommer 2008
Günter Brus. Bilddichtung zu Franz
Schrekers Oper „Die Gezeichneten“

Palais Attems
Sackstraße 17
A-8010 Graz
Fotohistorische Sammlung
Di & Sa 9-17 Uhr

Schloss Eggenberg
Eggenberger Allee 90
A-8020 Graz
Alte Galerie
Di-So 10-18 Uhr
Archäologische Sammlungen,
Münz- und Antikenkabinett
weg. Neuaufstellung geschlossen
Römersteinsammlung im Lapidarium
April, November Di-So 10-16 Uhr
1. Mai bis 31. Okt. Di-So 9-18 Uhr
Prunkräume
Palmsamstag bis 31. Oktober
Führungen Di-So 10,11,12,14,15,
16 Uhr und gegen Voranmeldung

Planetengarten
April, November Di-So 10-16 Uhr
1. Mai bis 31. Okt. Di-So 9-18 Uhr
Park
1. Apr. bis 31. Oktober tgl. 8-19 Uhr
1. Nov. bis 31. März tgl. 8-17 Uhr

Volkskundemuseum
Paulustorgasse 11-13a
A-8010 Graz
Di-So 10-17 Uhr
bis 11. Februar 2007
Heimatsache. Hanns Koren zum
100. Geburtstag

Landeszeughaus
Herrengasse 16
A-8010 Graz
1. April bis 31. Oktober
Mo-So 10-18 Uhr
1. November bis 31. März
Mo-Sa 10-15 Uhr, So 10-16 Uhr

Museum Schloss Stainz
Landwirtschaftliche Sammlung
Jagdmuseum
A-8510 Stainz
Di-So 9-17 Uhr

Schloss Trautenfels
Landschaftsmuseum
A-8951 Trautenfels
Palmsamstag bis 31. Oktober
tgl. 10-17 Uhr

Metallurgie Museum Donawitz
Vordernbergerstraße 121
A-8700 Leoben
Di 16-20 Uhr
und nach Vereinbarung
www.geschichteclubalpine.at.tt

**MuseumsCenter – Kunsthalle
Leoben**
A-8700 Leoben
tgl. 9-18 Uhr
www.leoben.at
1. April bis 1. November 2007
Jade & Gold. Sensationsfunde aus
chinesischen Herrschergräbern

MUWA
Museum der Wahrnehmung
Friedrichgasse 41
A-8010 Graz
tgl. außer Di 14-18.30 Uhr
www.muwa.at

**Österreichisches Freilicht-
museum Stübing bei Graz**

A-8114 Stübing
26. März bis 31. Oktober
Di-So, Fei 9-17 Uhr
www.freilichtmuseum.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

stadtmuseumgraz

Sackstraße 18
A-8010 Graz
Di-So 10-18 Uhr
Do bis 20 Uhr
www.stadtmuseum-graz.at
bis 25. Februar 2007
WeltenbürgerInnen. Gertrud Ring
bis 15. April 2007
Johann Bernhard Fischer von
Erlach 1656-2006

Steirisches Feuerwehrmuseum

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

Untermarkt 20
A-6410 Telfs
Mo-Sa 10-12 Uhr
Juli & August 10-12 & 15-17 Uhr
Führung jederzeit nach Vereinb.
www.telfs.com/noafl

Goldenes Dachl - Maximilianeum

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

Haus der Fastnacht Imst

Streleweg 6
A-6460 Imst
Fr 16-19 Uhr
Führungen jederzeit nach Vereinb.
www.fasnacht.at

Haus der Völker – Museum für Kunst und Ethnographie

Christoph-Anton-Mayer-Weg 7
A-6130 Schwaz
tgl. 10-18 Uhr

Jenbacher Museum

Achenseestraße 21
A-6200 Jenbach
Mai bis Oktober
Mo, Do-Sa 14-17 Uhr
www.jenbachermuseum.at

Kaiserliche Hofburg zu Innsbruck

Rennweg 1
A-6020 Innsbruck
tgl. 9-17 Uhr
<http://members.aon.at/hofburg.ibk>

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

Schloss Ambras

Schloss Straße 20

A-6020 Innsbruck
tgl. 10-17 Uhr
www.khm.at/ambras
bis 30. Juni 2007
Das Bildnis eines behinderten Mannes

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

Ferdinandeum

Museumsstraße 15
A-6020 Innsbruck
1. Juni bis 30. September
Mo-So 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
1. Oktober bis 31. Mai
Di-So 10-18 Uhr
bis 28. Jänner 2007
Peter Raneburger. mors
bis 11. Februar 2007
Helmut Schober: Mozart-Zyklus
24. Jänner bis 22. April 2007
Blick auf Innsbruck: Steinzeit bis Mittelalter

Museum im Zeughaus

Zeughausgasse
A-6020 Innsbruck
1. Juni bis 30. September
tgl. 10-17 Uhr
1. Oktober bis 31. Mai
Di-So 10-17 Uhr
bis 25. Februar 2007
Verführungskünste. Eine Geschichte der Werbung.

Naturwissenschaftliche Sammlung

Feldstraße 11a
A-6020 Innsbruck
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 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
bis 29. April 2007 wegen Umbaus geschlossen!

Klostertal Museum

ehem. „Thöny-Hof“
Außerwald 11
Wald am Arlberg
A-6752 Dalaas
Mi-So 14-17 Uhr
www.museumsverein-klostertal.at

KUB Kunsthaus Bregenz

Karl-Tizian-Platz
A-6901 Bregenz
Di-So 10-18 Uhr
www.kunsthaus-bregenz.at
bis 29. Jänner 2007
Sindy Cherman

Kunst im Rohnerhaus

Kirchstrasse 14
A-6923 Lauterach
Mi-Sa 11-17 Uhr, Fr 11-20 Uhr,
So Sonderöffnungszeiten beachten

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
seit 1. Dezember 2006
Angelika Kauffmann – Aus eigenen Beständen (Neupräsentation)
bis 25. Februar 2007
Im Schutze mächtiger Mauern.

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, Fei 10-18 Uhr
www.akademiegalerie.at

Albertina

Albertinaplatz
A-1010 Wien
tgl. 10-18 Uhr, Mi bis 21 Uhr
www.albertina.at
bis 18. Februar 2007
Andy Warhol. Popstars
bis 22. April 2007
Baselitz Remix
2. Februar bis 13. Mai 2007
Biedermeier – Die Erfindung der
Einfachheit
7. März bis 3. Juni 2007
Peter Fendi und sein Kreis

Architekturzentrum Wien

Museumsplatz 1
A-1070 Wien
tgl. 10-19 Uhr, Mi bis 21 Uhr
www.azw.at
bis 5. Februar 2007
Un Jardin d'Hiver präsentiert. Bottom
Up. Bauen für eine bessere Welt
8. März bis 29. Mai 2007
Lessons from Bernard Rudofsky

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 bis 21 Uhr
www.kunstforum-wien.at
bis 18. Februar 2007
Marc Chagall – Meisterwerke
1908-1922
1. März bis 22. Juli 2007
Eros in der Kunst der Moderne

Bauholding Strabag Kunstforum

Donau-City-Straße 9
A-1220 Wien
Mo-Do 9-17 Uhr, Fr 9-13 Uhr
bis 23. Februar 2007
Michela Ghisetti: Ausgezeichnet

BAWAG Foundation

Tuchlauben 7a
A-1010 Wien
Mo-Sa 10-18 Uhr
www.bawag-foundation.at
bis 28. Februar 2007
Candice Breitz: Working Class Hero
(A Portrait of John Lennon)

Bestattungsmuseum Wien

Goldeggasse 19
A-1041 Wien
Besichtigung nach Vereinbarung
T +43/ 1/ 501 95 -0

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
Juli, August geschlossen
Mi 17-19 Uhr
So 10-12 Uhr
bis 21. Februar 2007
Mauern, Dächer und Landschaften
bis 27. Juni 2007
Von der Dampfstation zur U-Bahn

di:'angewandte – Universität für angewandte Kunst Wien

Oskar Kokoschka-Platz 2
A-1010 Wien
www.dieangewandte.at

Erzbischöfliches Dom- und Diözesanmuseum Wien

Stephansplatz 6
A-1010 Wien
Di-Sa 10-17 Uhr, ausgenommen Fei
www.dommuseum.at
14. Februar bis 2. Juni 2007
Monsignore Otto Mauer. Förderer
moderner Kunst in Österreich

Geldmuseum der Österreichischen Nationalbank

Otto-Wagner-Platz 3
A-1090 Wien
Di-Fr 9.30-15.30 Uhr

Haus der Musik Wien

Seilerstätte 30
A-1010 Wien
tgl. 10-22 Uhr

Heeresgeschichtliches Museum

Arsenal
A-1030 Wien
tgl. außer Fr 9-17 Uhr
www.hgm.or.at
bis 1. April 2007
Panzerlärm an Österreichs Grenze
1956

Hofmobiliendepot

Möbel Museum Wien
Andreasgasse 7
A-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

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 31. Jänner 2007
slide show: Marc Joseph
bis 4. Februar 2007
Americans
bis 25. Februar 2007
Raymond Pettibon
bis 13. April 2007
Crinky und Cranky

Kunsthistorisches Museum

www.khm.at

Hauptgebäude
Maria-Theresien-Platz
A-1010 Wien
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
bis 31. März 2007
Münzen und Poesie. Der griechi-
sche Dichter Konstantinos Kavafis

27. März bis 26. August 2007
Meisterwerke der Elfenbein-
sammlung des KHM

Lipizzaner Museum
Reitschulgasse 2
A-1010 Wien
tgl. 9-18 Uhr
www.lipizzaner.at

Neue Burg
Sammlung alter Musikinstrumente,
Hof-, Jagd- und Rüstkammer,
Ephesosmuseum
Heldenplatz
A-1010 Wien
Mo, Mi-So 10-18 Uhr

Schatzkammer Schweizerhof
A-1010 Wien
Mi-Mo 10-18 Uhr
bis 25. Februar 2007
Der Glanz des Himmels.

Wagenburg Schloss Schönbrunn
A-1130 Wien
April bis Oktober
tgl. 9-18 Uhr
November bis März
Di-So 10-16 Uhr

Künstlerhaus Wien
Karlsplatz 5
A-1010 Wien
tgl. 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
www.k-haus.at
bis 11. Februar 2007
Ona B.

Kunstraum NOE
Herrengasse 13
A-1014 Wien
Di-Fr 11-19 Uhr, DO bis 20 Uhr
Sa 11-15 Uhr
www.kunstraum.net
11. Jänner bis 3. März 2007
Der gesichtslose Blick
15. März bis 12. Mai 2007
Kopf oder Zahl

Leopold Museum
Museumsplatz 1
A-1070 Wien
Mi-Mo 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
www.leopoldmuseum.org
bis 19. Februar 2007
Budapest 1956. Die ungarische
Revolution

Liechtenstein Museum
Die Fürstlichen Sammlungen
Fürstengasse 1
A-1090 Wien
Fr-Mo 10-17 Uhr
www.liechtensteinmuseum.at
bis 19. März 2007
Unter dem Vesuv
30. März bis 20. August 2007
Biedermeier im Haus Liechtenstein

MAK, Wien
www.mak.at

MAK Stubenring 5
A-1010 Wien
Di 10-24 Uhr, Mi-So 10-18 Uhr
bis 18. Februar 2007
Prototypes – Next Generation
bis 4. März 2007
Vertical Garden
bis 4. März 2007
Rainer, sonst keiner!
bis 18. März 2007
Form im Wandel. Gegenwarts-
keramik aus Österreich
bis 25. März 2007
Susanne Hammer: Short stories.
Schmuck 1996-2006
bis 4. März 2007
Hernan Diaz Alonso: Xefirotarch
bis 15. April 2007
Das richtige Buch. Johannes
Gachnang als Verleger

MAK-Ausstellungshalle
Weiskirchnerstraße 3
A-1010 Wien
Di-So 10-18 Uhr, Di bis 24 Uhr
bis 18. März 2007
Form im Wandel. Gegenwarts-
keramik aus Österreich
bis 1. April 2007
Elke Krystufek. Liquid Logic. The
Height of Knowledge and the
Speed of Thought

MOYA- Museum of Young Art
Löwelstraße 20
A-1010 Wien
www.moya-vienna.at

Museum für Völkerkunde
Neue Burg
A-1010 Wien
www.ethno-museum.ac.at
wegen Umbaus bis Frühjahr 2007
geschlossen!

Museum im Schottenstift
Freyung 6
A-1010 Wien
Do-Sa 11-17 Uhr, 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 11. Februar 2007
Erwin Wurm. Keep a Cool Head
bis 11. Februar 2007
Franz Gertsch. Retrospektive
bis 4. März 2007
Peter Dittmer. Die Amme
bis 23. Oktober 2007
Konzept. Aktion. Sprache. Fokus 3

Naturhistorisches Museum
Maria-Theresien-Platz
A-1010 Wien
Mi-Mo 9-18.30 Uhr, Mi bis 21 Uhr
www.nhm-wien.ac.at
bis 15. April 2007
Mumien aus dem Moor

**Österreichische Galerie
Belvedere**
www.belvedere.at

Oberes Belvedere
Prinz-Eugen-Straße 27
A-1030 Wien
Di-So 10-18 Uhr
bis 4. Februar 2007
Peter Pongratz. Sweet Home Vienna
bis 18. Februar 2007
Blumen für das Kaiserhaus.
bis 18. Februar 2007
Aufgeklärt. Bürgerlich. Porträts von
Gainsborough bis Waldmüller

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 11. Februar 2007
Nach Schiele

Österreichisches Filmmuseum
Augustinerstr. 1
A-1010 Wien
tgl. 2-3 Vorstellungen
Büro: Mo-Do, 10-18 Uhr
Fr 10-13 Uhr
www.filmmuseum.at

Österreichisches Museum für Volkskunde
Laudongasse 15-19
A-1080 Wien
Di-So 10-17 Uhr
www.volkskundemuseum.at
bis 4. Februar 2007
Krippenkunst

Österreichisches Theatermuseum
Lobkowitzplatz 2
A-1010 Wien
Di-So 10-17 Uhr, Mi bis 20 Uhr
www.theatermuseum.at
bis 21. Jänner 2007
Arthur Schnitzler. Affairen und Affekte
1. März bis 30. September 2007
Die Rollen der Paula Wessely – Spiegel ihrer selbst

Papyrusmuseum der Ö. Nationalbibliothek
Heldenplatz, Neue Burg
A-1010 Wien
Juli bis September
Mo, Mi-Fr 10-16 Uhr
Oktober bis November
Mo, Mi-Fr 10-17 Uhr
www.onb.ac.at

Secession
Friedrichstraße 12
A-1010 Wien
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
www.secession.at
bis 21. Jänner 2007
Stan Douglas. Klatsassin
bis 21. Jänner 2007
Judith Hopf
bis 21. Jänner 2007
Midori Mitamura. Green on the Mountain

siemens forum wien
Dietrichgasse 25
A-1030 Wien
www.siemens.at/forum
bis 29. Juni 2007
Doctor s little helpers

Sigmund-Freud-Museum Wien
Berggasse 19
A-1090 Wien
tgl. 9-17 Uhr
www.freud-museum.at
bis 19. März 2007
Rainer über Freud

T-B A21. Thyssen-Bornemisza Art Contemporary
Himmelpfortgasse 13
A-1010 Wien
Di-Sa 12-19 Uhr
www.TBA21.org
bis 30. März 2007
This is not for you. Diskurse der Skulptur

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 28. Februar 2007
Spurwechsel. Wien lernt Autofahren
bis 31. Mai 2007
Maria Moser. Triebwerke
Bilder in der Schwerindustrie

Uhrenmuseum der Stadt Wien
Schulhof 2
A-1010 Wien
T +43/ 1/ 332 265

WAGNER:WERK Museum Postsparkasse
Georg-Coch-Platz 2
A-1018 Wien
Mo-Mi, Fr 8-15 Uhr
Do bis 17.30 Uhr, Sa 10-17 Uhr
www.ottowagner.com

Wien Museum
www.wienmuseum.at

Wien Museum – Karlsplatz
A-1040 Wien
Di-So 9-18 Uhr
bis 11. Februar 2007
Großer Bahnhof. Wien und die weite Welt
bis 18. Februar 2007
Photo: Barbara Pflaum.
8. März bis 20. Mai 2007
Who is Marie-Luise von Motesiczky?

Wien Museum – Hermesvilla
Lainzer Tiergarten
A-1130 Wien
21. März bis 26. Oktober
Di-So & Fei 10-18 Uhr
27. Oktober bis 20. März
Fr-So & Fei 10-16.30 Uhr
bis 15. April 2007
Schau mich an. Wiener Porträts

Wien Museum – Uhrenmuseum
Schulhof 2
A-1010 Wien
Di-So 10-18 Uhr

Mozarthaus Vienna
„Figarohaus“, Domgasse 5
A-1010 Wien
tgl. 10-20 Uhr
www.mozarthausvienna.at

Wien Museum in der Stadt
Herrengasse 6-8
A-1010 Wien
bis Frühjahr 2007
Wiens erstes Hochhaus

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

4/4 kunst bei wittmann
Wittmann Möbelwerkstätten
Friedrichstraße 10
A-1010 Wien
Mo-Fr 10-18 Uhr, Sa 10-17 Uhr
www.4viertel.at

Götterwelten

Tempel – Riten – Religionen

Erstmals werden im Rahmen einer Sonderausstellung des LMK religiöse Riten und Gebräuche aus der Antike (1. Jh. vor bis 3. Jh. nach Christus) präsentiert. Norisch-keltische Glaubensvorstellungen, die hellenistisch-römische Götterwelt, der Kaiserkult und der antike Aberglaube waren in der römischen Provinz Noricum weit verbreitet und haben das Leben der damaligen Bevölkerung im öffentlichen wie im privaten Bereich entscheidend geprägt. In dieser Ausstellung wird besonderes Augenmerk auf die Verschmelzung von mittelmeerischer und einheimischer Religion anhand der für Noricum typischen Landesgöttin Isis-Noreia gelegt. Ziel der Ausstellung ist das Erleben antiker Göttlichkeit in nachempfundenen Sakralräumen.

9. März bis 11. November 2007



Landesmuseum Kärnten – www.landmuseum-ktn.at

Museumgasse 2, A-9021 Klagenfurt, E-Mail info@landmuseum-ktn.at, Telefon +43 (0)50 536-30552



© Landesmuseum Kärnten: Herkules von der Gurta, Römische Kaiserzeit, Fundort: Untergurina bei Dellach

LANDESVERLAG
DRUCKSERVICE LINZ

einDRUCK Nr. 01/07

TRADITION



Warum wir Sie mit Tradition beeinDRUCKEN möchten?

Tradition bedeutet für uns die nahtlose Überlieferung und konsequente Weiterentwicklung von Wissen und Fähigkeiten.

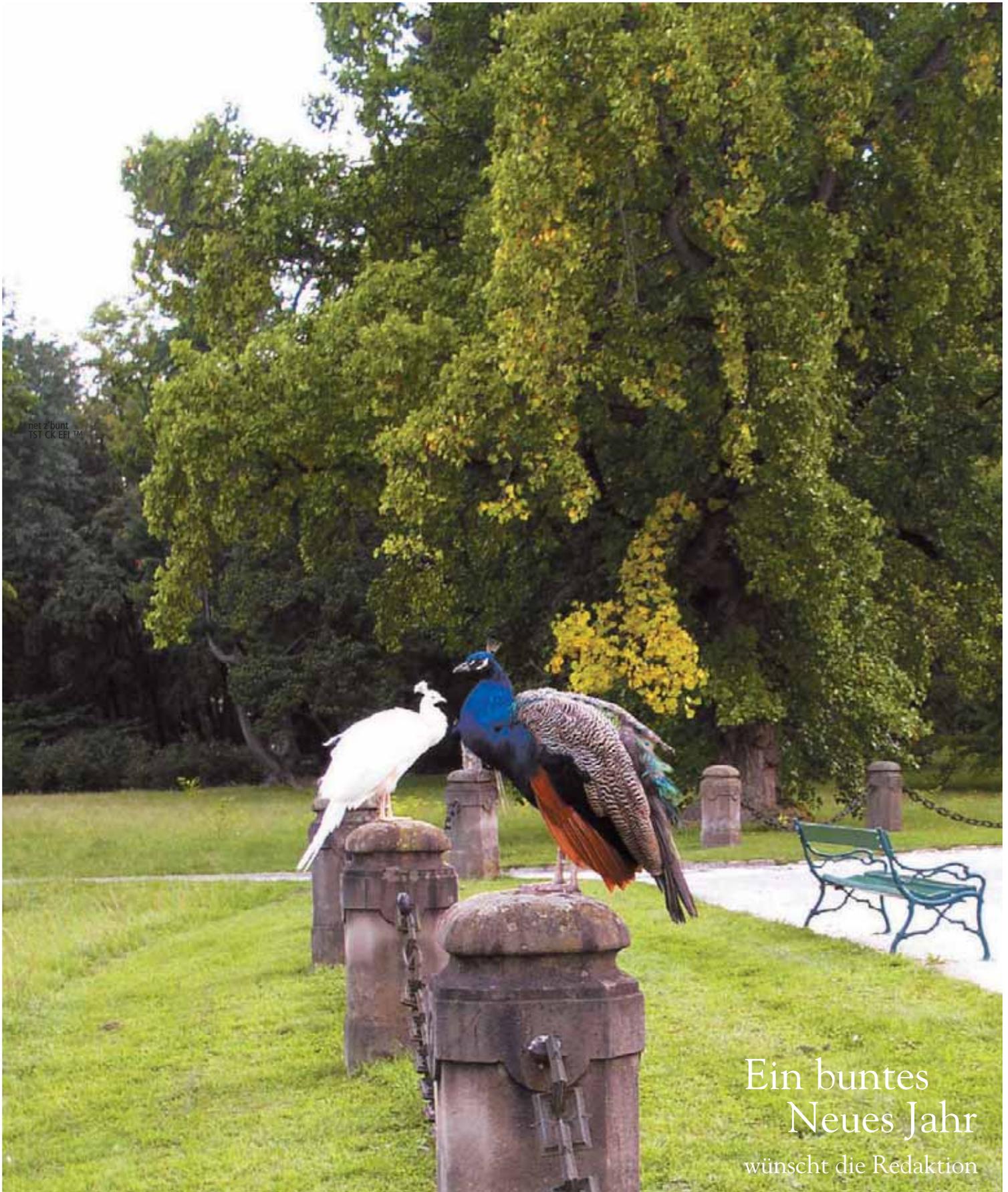
Seit der Gründung 1638 auf Initiative von Johannes Kepler steht unser Name für das Können und die Sicherheit eines großen Hauses. Und den Willen, diese Kontinuität unentwegt fortzusetzen. Generation um Generation.

Viele namhafte Kunden vertrauen seit 367 Jahren auf unsere Erfahrung, die wir als Oberösterreichs ältestes und modernstes Druckunternehmen bieten.

Unsere Tradition. Ihr Gewinn.

LVDM Landesverlag Denkmayr
Druck und Medien GmbH & Co KG
A-4010 Linz, Hafencampus 1-3
Telefon +43 (0) 732 / 76 08-667
Telefax +43 (0) 732 / 76 08-660
E-Mail office@lvdm.at





net z bunt
TST CK EFL™

Ein buntes
Neues Jahr
wünscht die Redaktion

Schloss Eggenberg bei Graz, Parkgelände
Foto Elisabeth Fischnaller



www.leoben.at

**MUSEUMS
C E N T E R
LEOBEN**

im kulturquartier leoben

2000 Jahre Stadt-, Regional- und
Montangeschichte.

Mit modernen Installationen und
innovativen Präsentationsmedien.

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Neues Museum - Die österreichische Museumszeitschrift](#)

Jahr/Year: 2007

Band/Volume: [06_4](#)

Autor(en)/Author(s): diverse

Artikel/Article: [Neues Museum Jänner 06/4 1-84](#)