

OKTOBER
2008

08/3

•Impulse •THEMA: Audience Development. Neue Konzepte für die Beziehung Museum – Öffentlichkeit (Tagung Linz)
•Museen können Leben verändern •Audience Development – ein strategischer Ansatz zur Besucheroptimierung •Developing new audiences for museums •„Herzlich willkommen!“ Audience Development als kulturmanageriale Herausforderung und gesellschaftlicher Ansatz •Besucher quo vadis? (Staatliche Museen Berlin) •Vor der Kür die Pflicht •Hohe Eintrittspreise als Barriere •Schauplätze: Archäologie-, Sozial- und Wirtschaftsprojekt „villa rustica Neumarkt-Pfongau“ •Dracula – Woiwode und Vampir (KHM, Schloss Ambras, Innsbruck) •K08 :: Kunst aus Kärnten von 1945 bis heute •Mythos Wilderer (Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum)

neuesmuseum

die österreichische museumszeitschrift



Audience Development.

Neue Konzepte für die Beziehung

Museum – Öffentlichkeit



STADT SALZBURG

Ansichten aus fünf Jahrhunderten

Sonderausstellung | 31.10.2008–28.6.2009

Neue Residenz | Mozartplatz 1

Di–So 9–17 Uhr, Do bis 20 Uhr
Dezember auch Mo 9–17 Uhr
www.salzburgmuseum.at

 **SALZBURG
MUSEUM**



Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser!



So vielfältig, wie sich die Institution Museum präsentiert, so vielfältig zeigt sich auch das Publikum dieser Museen. Die klassische Museumsbesucherin/der klassische Museumsbesucher lässt sich kaum mehr im Sinne einer Typologie zusammenfassen – Menschen besuchen und benützen Museen gegenwärtig auf völlig unterschiedliche Art und Weise, jeweils abhängig von konkreten Anlässen und Bedürfnissituationen. Museumsmarketing ist seit vielen Jahren bereits Selbstverständlichkeit, stets ein wenig verengt auf den Fokus einer ausschließlichen Werbung für einen Museums- zumeist Ausstellungsbesuch. Die kontinuierliche Arbeit von und mit dem Publikum des Museums im Sinne einer Entwicklungsperspektive ist jedoch ein Aufgabenfeld, das nach wie vor viel zu selten gezielte Beachtung findet. Unter dem Stichwort **„Audience Development“** sind die entsprechenden Strategien und Reflexionsmechanismen vor allem in der angloamerikanischen und skandinavischen Museumswelt bekannt und werden

hier diskutiert. Einige dieser Aspekte wurden bei einer **Museumsfachtagung in Linz** intensiv besprochen und werden nun in ihren Ergebnissen in der vorliegenden Nummer der österreichischen Museumszeitschrift ‚neues museum‘ publiziert.

Einmal mehr zeigt sich auch in diesem Bereich, dass es bei „Audience Development“ um eine entsprechende Perspektive und um daraus folgende Arbeitsschritte geht. Gerade zum letzten Punkt muss sehr klar festgehalten werden, dass Arbeitsaufgaben nur dann bewältigt werden können, wenn die entsprechenden Ressourcen zur Verfügung stehen. Für die öffentliche Institution Museum ist die Arbeit mit ihren vielen Öffentlichkeiten als ein sehr wichtiges Arbeitsfeld anzusehen.

Wie immer laden wir Sie ein, uns Ihre Anregungen, Beobachtungen und Kommentare zukommen zu lassen.

Mag. Dr. Peter Assmann
Präsident des Museumsbundes Österreich

**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 | Museen der Stadt Linz
MuseumsCenter – Kunsthalle Leoben
Museum Moderner Kunst, Wien | Oberösterreichische Landesmuseen
Österreichisches Museum für Volkskunde, Wien
Salzburg Museum | Südtiroler Landesmuseen
Technisches Museum, Wien | Tiroler Landesmuseen
Vorarlberger Landesmuseum | Wien Museum
CMB Informationslogistik GmbH



niederösterreich kultur



Impressum

Verleger und Herausgeber: Museumsbund Österreich (ZVR 964764225)
Präsident: Mag. Dr. Peter Assmann, Museumstraße 14, A-4010 Linz
p.assmann@landesmuseum.at

Geschäftsführung MÖ & Redaktion ‚neues museum‘:
Welserstraße 20, A-4060 Leonding
Mag. Dr. Stefan Traxler, s.traxler@museumsbund.at

Produktion & Layout: Mag. Elisabeth Fischnaller,
Druck: Denkmayr Druck&Verlag GmbH, Linz

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

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: Foyer und shop des LENTOS Kunstmuseum, Linz, Foto MaschekS
kleines Foto: Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum, Frischauf-Bild (Detail)

Inhalt 08/3

IMPULSE

4 witzig – skurril – anders



Thema AUDIENCE DEVELOPMENT.
Neue Konzepte für die Beziehung Museum – Öffentlichkeit
Tagung Linz, 29./30. Mai 2008

- 6 Museen können Leben verändern...
Bettina Habsburg-Lothringen & Christian Waltl
- 9 Audience Development – ein strategischer
Ansatz zur Besucheroptimierung
Christian Waltl
- 13 Developing new audiences for museums
Graham Black
- 20 „Herzlich willkommen!“
Audience Development als kultur-
manageriale Herausforderung und
gesellschaftlicher Auftrag
Klaus Siebenhaar
- 31 Besucher quo vadis?
Ein Best Practice Beispiel zu kultureller
Bildung in den Staatlichen Museen
zu Berlin
Monika Zessnik
- 38 Vor der Kür die Pflicht
Eva Estermann
- 45 Hohe Eintrittspreise als Barriere
Heimo Konrad

Schauplatz – forschen

- 52 Erste Ergebnisse des Archäologie-, Sozial-
und Wirtschaftsprojektes „*villa rustica*
Neumarkt-Pfongau“
R. Kastler, F. Lang, St. Moser, I. Weidemann &
W. Wohlmayr

Schauplatz – präsentieren

- 59 Dracula – Woiwode und Vampir
(KHM, Schloss Ambras, Innsbruck)
Margot Rauch
- 64 K08 :: Emanzipation und Konfrontation.
Kunst aus Kärnten von 1945 bis heute
Silvie Aigner
- 74 Mythos Wilderer
(Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum)
Sonia Buchroithner

Journal / Kalender

- 80 Tipps, kurz und bündig
- 88 Kalender – Museen und Ausstellungen

Vorschau Heft 08/4

Thema: **Museen schaffen Wissen**
(20. Österreichischer Museumstag in Kärnten)

Jagdwild-Test



Bild: http://www.allgemeinbildung.ch/fach=bio/Jagdwild_01a.htm

www.allesjagd.at

Gamswild Quiz

Wer führt beim Gamswild gewöhnlich das Scharwild an?

- a) Geiß
- b) Alter Bock
- c) Junger Bock

Wie bezeichnet man den Brunftlaut des Gamsbockes?

- a) keuchen
- b) pfeifen
- c) klagen
- d) blädern

Welche Wildarten besiedeln häufig die Städte?

- a) Steinmarder
- b) Iltis
- c) Baumwilder

Lösungen: a, d, a

Jagdsaison

- Lösung:
- 1. Wildtaube
 - 2. Wildente
 - 3. Elch
 - 4. Reh
 - 5. Rothirsch
 - 6. Gämse
 - 7. Rebhuhn
 - 8. Fasán
 - 9. Auerhahn
 - 10. Wachtel
 - 11. Wildschwein
 - 12. Damhirsch
 - 13. Murflon
 - 14. Hase
 - 15. Kaninchen

Weitere Quizfragen zum Themenbereich Jagd & Jägerei, z.B. **Jagdhunde Quiz**, **Raubwild Quiz** oder **Waldschadens Quiz** unter http://www.allesjagd.at/community/allesjagd_p2m8.php

„Ich finde es richtig, daß man zu Beginn einer Jagd die Hasen und Fasane durch Hörnersignale warnt.“

Gustav Heinemann (1899–1976),
1969–74 deutscher
Bundespräsident

auf der Pirsch durchs Museum ...

„Es geht neben der klassischen
Faktenvermittlung auch
um das Erfahren von Emotionen,
von Verhalten wie Jagdfieber,
Revierverhalten,
Hierarchien,
Selbstdarstellung,
Naturerlebnis –
menschlichen Höhen und Tiefen eben.“

(Wolfgang Meighörner im Vorwort zum Ausstellungsbuch)

Mythos Wilderer, ab S 74



Das WUNDER von KASSEL

Es ist ein ganz normales Naturkundemuseum, so groß oder so klein wie in vielen anderen Städten auch und nur mit den nötigsten Ressourcen ausgestattet – mehr nicht!

Dieses Museum hat **in drei Jahren seine Besucherzahl verdreifacht (!)** - von knapp 32.000 auf exakt 96.248 Besucher im Jahr 2007. Dieses „Wunder von Kassel“ geschah mit einem Stellenplan, in dem sich weder eine Marketing-, Kommunikations- oder Education-Abteilung findet.

www.naturkundemuseum-kassel.de

Klaus Siebenhaar, „Herzlich willkommen“, ab S 20

Thema: Audience Development.

Neue Konzepte für die Beziehung Museum

Bettina Habsburg-Lothringen
& Christian Walzl

Tagung in Linz, 29./30. Mai 2008
Veranstalter: Museumsakademie Joanneum,
OÖ. Landesmuseen, Museumsbund Österreich

*„Museen können Leben verändern...
oder: Wenn du mit Astronauten rumhängst, hörst du auf, auf dem Mond zu sitzen.“*

(Graham Black)

Auf Einladung von Herrn Mag. Dr. Peter Assmann, in Kooperation mit den Oberösterreichischen Landesmuseen und dem Museumsbund Österreich, fand vom 29. bis 30. Mai 2008 eine Arbeitstagung unter dem Titel „Audience Development. Neue Konzepte für die Beziehung Museum – Öffentlichkeit“ in Linz statt.

Die Veranstaltung wurde von Mag. Christian Walzl MA, freier Museumsberater und Dr. Bettina Habsburg-Lothringen, Mitarbeiterin der Museumsakademie Joanneum konzipiert und von Dr. Gabriele Stöger moderiert.

Ausgangspunkt unserer Planungen war die Erkenntnis, dass der im englischen Sprachraum weit verbreitete Begriff „Audience Development“ auch im deutschsprachigen Raum zunehmend Verwendung findet, ein gemeinsames Verständnis dessen, was er bedeutet, aber fehlt. Ziel der Tagung war es daher, den Begriff in seiner inhaltlichen Bedeutungsvielfalt zu schärfen und unterschiedliche Konzepte sowie praktische Projekte kennen zu lernen.

In Großbritannien ist Audience Development als obligatorische und strategisch wichtige Grundhaltung selbstverständlicher Bestandteil jeder Museumspraxis. Die Orientierung an den Bedürfnissen des Publikums durchdringt Institutionen dabei in ihrer Gesamtheit: So werden KuratorInnen, VermittlerInnen, Presse- und Marketing-

Verantwortliche gleichermaßen dazu angehalten, mit ihrer Arbeit die verstärkte Öffnung ihrer Häuser voranzutreiben, Beziehungen mit dem bestehenden Publikum zu stärken und neue Gruppen anzusprechen und einzubinden. Dies beschrieb **Prof. Graham Black**, Senior Lecturer an der Nottingham Trent University und in Großbritannien seit seinem Buch **„The Engaging Museum“** der Audience Development-Experte, in seinem Eröffnungsvortrag (vgl. Beitrag S. 13), aus dem auch der Titel dieses Beitrags stammt. Wesentliche Voraussetzung dieser Entwicklung der Museen zum Publikum hin war – wie Graham Black erläuterte – das explizierte Verlangen der britischen Regierungen nach verstärkter BesucherInnenorientierung seit den 1980er Jahren. Seit öffentliche Gelder danach vergeben werden, wie sehr sich Museumsverantwortliche um im Museum unterrepräsentierte Gruppen





Die Orientierung an den Bedürfnissen des Publikums sollte Bestandteil jeder Museumsarbeit sein ...

– Öffentlichkeit

(Teenager, Familien mit Kleinkindern und alte Menschen, ethnische Minderheiten etc.) bemühen, haben sich Ausstellungskonzepte und -sprachen verändert, begleitende Programme wurden entwickelt und erweitert, Partnerschaften initiiert, strukturelle Voraussetzungen für die BesucherInnenarbeit in den Institutionen geschaffen und stärker in die Ausbildung des eigenen Personals investiert.

Die im Vergleich zu Großbritannien erst jüngeren Entwicklungen im Bereich der BesucherInnenorientierung in **Deutschland** skizzierte **Prof. Dr. Klaus Siebenhaar**, Direktor des Instituts für Kultur- und Medienmanagement an der FU Berlin, im zweiten einleitenden Beitrag. Am Beispiel des **Jüdischen Museum Berlin**, für dessen BesucherInnenausrichtung er in der Gründungsphase des Hauses maßgeblich verantwortlich war, stellte er Audience Development als notwendig gelebte Kultur auf allen Ebenen und in allen Bereichen einer Institution dar – mit weit reichenden Folgen bezüglich Öffnungszeiten und Serviceleistungen, Personalzusammensetzung und -entwicklung oder der Arbeit mit Freundeskreisen und fördernden Einrichtungen und Personen (vgl. Beitrag S. 20).

Den einleitenden Vorträgen folgten Analysen und Berichte zu den strukturellen Voraussetzungen einer programmatischen BesucherInnenorientierung sowie eine ganze Reihe von praktischen Projektbeispielen aus der Ausstellungs- und Veranstaltungsplanung von Museen.

So berichtete **Regina Wohlfarth MA**, Geschäftsführerin des Departments für Kunstwissenschaften an der Ludwig-Maximilian-Universität München, von den Angeboten und Maßnahmen für BesucherInnen an der



Münchner Pinakothek, die kritisch zu beleuchten der Gegenstand eines von ihr angeleiteten studentischen Projekts war. **Ruud Breteler** vom City Council of Rotterdam veranschaulichte in seinem Beitrag die Neupositionierung des Theaters Zuidplein und die Zusammenarbeit mit diversen Communities und Vereinen in Rotterdam, mit dem Ziel „Theater auf Anfrage“ und für die Angehörigen

von rund 160, um das Theater lebende Nationen zu gestalten. **Monika Zessnik MA**, wissenschaftliche Mitarbeiterin der Besucher-Dienste der Staatlichen Museen zu Berlin, stellte u.a. das Projekt „Alltäglich besonders – besonders alltäglich“ vor, eine mit SchülerInnen aus Neukölln im Berliner Ethnologischen Museum realisierte Ausstellung zu ihrem Leben als MuslimInnen in Berlin (vgl. Beitrag S. 31). **DI Markus Rieser**, Leiter der Abteilung für Besucherservice am Landesmuseum Joanneum Graz, konzentrierte sich in seinen Ausführungen auf die strukturellen Gegebenheiten, Entwicklungen und Perspektiven seiner Arbeit und die seiner MitarbeiterInnen in einem Großunternehmen, das rund 200 Personen im Führungs- und Aufsichtsdienst beschäftigt. **Dr. Mary Kershaw**, Director of Collections am York Museums Trust, zeichnete in ihrem Beitrag die erfolgreiche, völlige Neuorganisation und Neuaufstellung einer existierenden Einrichtung streng nach den Interessen und Bedürfnissen von BesucherInnen nach. **Mag. Claudia Kiesenhofer**, Leiterin der Kulturvermittlung an den Oberösterreichischen Landesmuseen, berichtete u.a. über die verstärkte und verbesserte Kooperation der Oberösterreichischen Landesmuseen mit Schulen durch die Einbeziehung von PädagogInnen, Landeskulturreferat und Landesschulrat. **Mag. Karoline Iber**, Initiatorin der „KinderuniWien“ und „Kinderuni on Tour“, zeichnete die Geschichte eines (mittlerweile) Großprojekts mit seinen organisatorischen, logistischen und kommunikativen Herausforderungen nach und beleuchtete das Konzept der „Kinderuni on Tour“ zur Ansprache jener Kinder, die in den an den Universitäten stattfindenden Veranstaltungen gar nicht oder kaum vertreten sind. **Dr. Doris Prenn**, Leiterin von *prenn_punkt*, einem Büro für Kommunikation und Gestaltung in Oberösterreich, ermöglichte schließlich mit ihrem Beitrag einen Einblick in ihre mehrfach ausgezeichnete Arbeit im Bereich des barrierefreien Ausstellens.

Der letzte Programmpunkt der Arbeitstagung war ein praktischer: die Entwicklung eines Audience-Development-Plans in einem **Workshop mit Prof. Graham Black**.

In den Diskussionen, die im Laufe der beiden Tage mit den ReferentInnen und zwischen den Teilnehmenden stattfanden, wurde deutlich, dass der Begriff Audience Development im deutschsprachigen Raum zwar neu ist, dass er die Museumslandschaft aber zweifelsohne durch das, was er an Inhalten bündelt, seit Jahren beschäftigt. Als Vorteil der präsentierten Konzepte und Projekte wurde bewertet, dass in ihnen das Bemühen um das Publikum nicht bloß bestimmten Berufsgruppen im Museum, wie beispielsweise den VermittlerInnen überantwortet wird, sondern sich das Mit- und Zusammenwirken aller MitarbeiterInnen als Voraussetzung für ein schließlich zufriedenes Publikum formuliert findet.

Wir als VeranstalterInnen hoffen, vor allem auch durch die Einbeziehung neuer Perspektiven einen ersten inspirierenden Beitrag zu einer Diskussion geleistet zu haben, die für die Museen in den kommenden Jahren wesentlich sein wird.

Text:
Dr. Bettina Habsburg-Lothringen, Museumsakademie Joanneum
www.museumsakademie-joanneum.at

Mag. Christian Walth MA, Museumsberater, KulturAgenda –
Netzwerk für Beratung von Kultureinrichtungen
www.kulturagenda.at



Audience Development – ein strategischer Ansatz zur Besucheroptimierung

Der anglo-amerikanische Begriff des Audience Development hat auch in der deutschsprachigen Museumswelt Eingang gefunden, ohne dass klar herauskommt, was unter diesem Begriff eigentlich zu verstehen ist. Sehen einige darin eine gezielte Entwicklung von Publika für Museen (und Kulturinstitutionen allgemein) durch eine Verschränkung von Museumsmarketing und Vermittlung, so verstehen andere Audience Development als ein strategisches Instrument für ein effizientes Museumsmanagement

Christian Waltl

In Großbritannien, wo das Museum als demokratische Institution in der Gesellschaft tief verwurzelt ist, ist Audience Development selbstverständlicher Bestandteil erfolgreicher Museumsarbeit. Die Ausrichtung nach Besucherbedürfnissen und Erwartungen hat hier bereits seit langem Tradition und der Begriff Audience Development konzentriert sich auf soziale und interaktive Ansätze wie ‚social inclusion‘, ‚access for all‘, ‚equal opportunities‘ oder ‚visitor needs‘, wobei es weniger um die Besuchermaximierung geht als vielmehr um eine dialogische Beziehung mit dem Besucher und seiner aktiven Einbindung in die Museumsarbeit.

Audience Development als systematischer Prozess

Audience Development ist demnach ein komplexer Prozess mit einem integrativen, strategischen Ansatz, der alle Bereiche einer Museumsinstitution erfasst und in der Verantwortung aller Mitarbeiter steht. Als zielgruppenorientierter systematischer Prozess ist das Audience Development ein wirksames Instrument für einen Museumsleitplan, der die Voraussetzungen für eine reflexive und zielgruppenorientierte Organisation schafft. Ziel ist eine nachhaltige Besucherbindung und Diversifizierung, die Schaffung individuell relevanter Museumserlebnisse und eine aktive Partizipation der Benutzergruppen durch den

Abbau von physischen, intellektuellen oder ökonomischen Barrieren.

Im Grunde geht es um eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Beziehung Besucher / Nichtbesucher / Museum durch ein pro-aktives Eingehen auf individuelle Bedürfnisse, die auch einer regelmäßigen Evaluierung unterzogen werden. **Das Museum wird so zu einem sozialen Treffpunkt aber auch zu einem reflexiven und interaktiven Lernort und gewinnt dadurch an Attraktivität und Relevanz.**

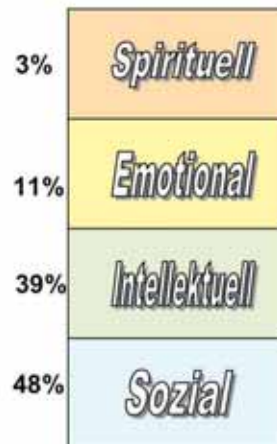
Diese verstärkte Öffnung der Institutionen hin zum Besucher hat maßgebliche Implikationen in der Ausrichtung eines Museums und es kommt nicht von ungefähr, dass man sich damit gerade im mitteleuropäischen Museumssektor bei der Umsetzung schwer tut. Es braucht ein starkes Bekenntnis zum Umbau und zur strukturellen sowie ideologischen und kulturellen Veränderung einer Museumsinstitution. Der Benutzer wird Teil einer dynamischen Museumsorganisation, sei es als ehrenamtlicher Mitarbeiter, Förderer, Wissensvermittler oder aktiver Benutzer von bestimmten Programm- und Serviceangeboten.

Das Museum muss sich als Museum gewissermaßen neu erfinden und der alte, statische und auch autoritäre Museumsbegriff muss im Sinne einer Neuorientierung und Neudefinition einem neuen offenen Museumstyp weichen, der gesellschaftspolitisch einen sozialen Beitrag zu leisten

Bedürfnispyramide



Besuchertypen



Motive

Kreativität
Kontemplation

Geschichte erleben
Ästhetik
Nostalgie

Wissenschaftliches
Interesse/Hobby

Unterhaltung
Soziale Interaktion

Abb. 1:
Bedürfnispyramide nach
Abraham H. Maslow und
MORRIS et al. 2001

im Stande ist. Hierzu braucht es nicht nur Mut sondern auch ein professionelles Change Management, das in vielen Museen in Österreich fehlt.

Die Motivation zum Museumsbesuch

Es gibt verschiedene Faktoren, die die Besucher in ihrer Entscheidung, ein Museum zu besuchen, beeinflussen. Die wohl bedeutendsten Motivationsfaktoren sind soziale Motive, wie sie in den letzten Jahren eindrucksvoll in Studien von Morris, Hargraves & McIntyre (GB) nachgewiesen wurden. Sie filtern aus den vielen unterschiedlichen Besuchsmotiven vier Besuchertypen heraus: den sozial, den intellektuell, den emotional und den spirituell motivierten Museumsbesucher. Demnach geht in England die Mehrzahl der Besucher aufgrund von sozialen Motiven in ein Museum (48%).

Diese Typisierung der Hauptbesuchsmotive stimmt wiederum mit der von Maslow entwickelten Pyramide der menschlichen Bedürfnisse überein und hilft einzelnen Museen beim Herausarbeiten von relevanten Zielgruppen. Durch einen Besucherdatenvergleich mit ähnlichen Institutionen können jene Zielgruppen herausgefiltert werden, die das jeweilige Museum noch nicht oder nicht genug bedient hat.

Natürlich bestimmen auch Museumserfahrungen, persönliche Interessen oder bestimmte Werte und Einstellungen nachhaltig die Entscheidung ein Museum zu besu-

chen. Das angeführte Modell, erstellt auf der Grundlage der Arbeiten von M. G. HOOD (1998) und L. KELLY (2001), zeigt, dass ein Museumsbesuch in einem größeren sozialen Kontext gesehen werden muss, haben doch gesellschaftliche Veränderungen direkte Auswirkungen auf ein Museum.

So können sich Museen auch nicht den Auswirkungen der **demographischen Veränderungen** entziehen. In 20 Jahren wird ein Drittel der österreichischen Bevölkerung über 60 Jahre alt sein. Diese am stärksten wachsende Altersgruppe stellt eine besondere Herausforderung für Museen dar. Weiters sind Familien immer heterogener in ihrer Zusammensetzung. Alleinerzieher haben andere Bedürfnisse und Erwartungen als zum Beispiel Patchworkfamilien. Der demographische Wandel hat unmittelbare Auswirkungen auf die Zielgruppenarbeit der Museen.

Für alle Museen ist das Wissen um seine Besucher eine Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Zielgruppenarbeit und damit auch für einen sinnvollen Audience Development Prozess. Besucherforschung hat in Österreich allerdings einen sehr geringen Stellenwert und wird oft allein von den Marketingabteilungen zur quantitativen Evaluierung der Marktposition oder der Besucherzufriedenheit durchgeführt. Ergebnisse davon fließen selten in eine umfassendere strategische Museumsplanung ein.

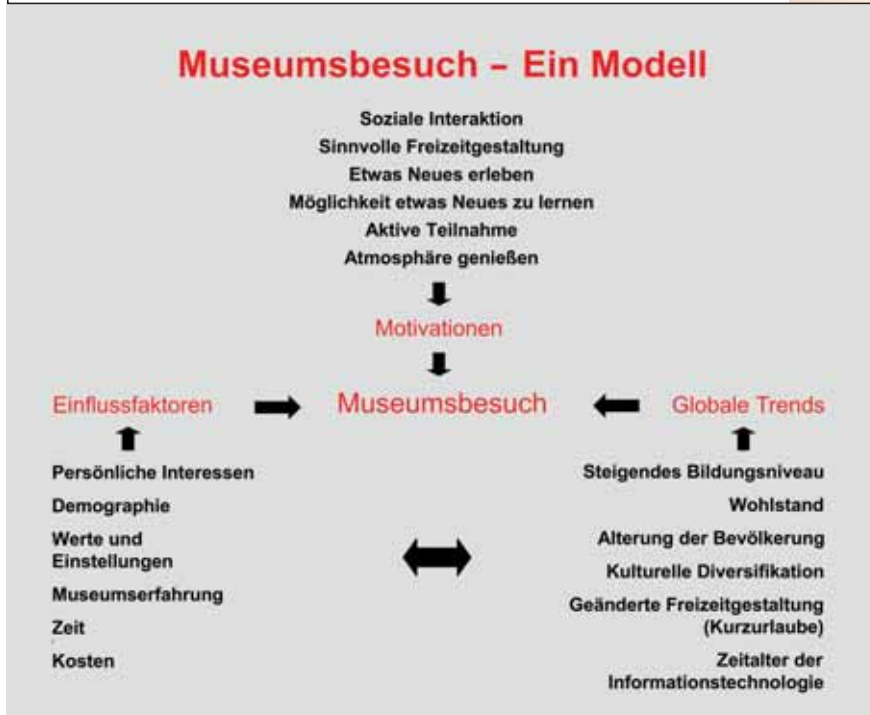


Abb. 2:
Museumsbesuch –
Ein Modell
(Quelle: Hood 1996,
Kelly 2001)

Das Museum als ‚Social Enterprise‘

Museen als dynamische Institutionen kennen keinen Stillstand, sie verändern sich kontinuierlich, nicht nur in dem, was sie an musealer Verantwortung erfüllen, sondern auch in ihrer gesellschaftlichen Rolle und Stellung, die sie in der Öffentlichkeit einnehmen. Gerade im angloamerikanischen Museumssektor haben sich Museen traditionell als pro-aktive Teilnehmer von gesellschaftlichen Entwicklungsprozessen eingebracht und waren damit auch stetigen, kontinuierlichen Veränderungen ausgesetzt – Veränderungen, die sich in den letzten Jahrzehnten vor allem im zunehmenden Besucherfokus und in der Effizienzsteigerung der Serviceleistungen manifestiert und vor einigen Jahren einen neuen Begriff geprägt haben: Das Museum als ‚Social Enterprise‘ – ein Ort, der die soziale Interaktion und die nicht auf Profit ausgerichtete serviceorientierte Geschäftsinstitution in den Vordergrund stellt.

Stephen Weil, renommierter Museumsdenker und einer der Proponenten dieses Begriffes, sprach davon, dass „das Museum als soziales Unternehmen seine Existenzberechtigung von dem ableitet, was es macht und nicht von dem, was es vorgibt zu sein“. Weil geht sogar soweit, dass er ein Museum ohne soziales Gewissen für sinnlos hält und er stellt die traditionelle Objektfokusierung der Museen in Frage, indem er argumentiert, dass „Museen für jemanden da sind, anstatt für etwas“ (WEIL 2006).

In Österreich wird die soziale Verantwortung von Museen, vielleicht auch aufgrund ihrer Entwicklungsgeschichte, beinahe ausschließlich im Zusammenhang mit ihrem Bildungsauftrag diskutiert. Es fällt außerdem auf, dass Museen nach wie vor mehr auf eine intellektuelle Besucherschicht ausgerichtet sind und die kognitive Erfahrung (also die reine Wissensvermittlung) in den Vordergrund stellen. Viele Museen betonen ihren wissenschaftlichen Anspruch und man wird den Eindruck nicht los, dass damit auch gemeint sei, möglichst das Objekt in seiner Ästhetik und Wissenschaftlichkeit allein wirken zu lassen und die ‚Wissenschaftlichkeit‘ nicht durch Inszenierungen ins Banale zu ziehen. Völlig konträr zu Weils Ansatz hört man von einigen Museumsverantwortlichen nach wie vor, dass ein Zuviel an Interpretation die Aura der Sammlungsschau stört und eine soziale Ausweitung des Zielpublikums die gesamte Museumsinstitution in ihrer Integrität und Seriosität nahezu gefährdet.

Stephen Weils Gedanken und Ausführungen über Museumsmanagement und die unterschiedlichen Rollen eines Museums in der Gesellschaft sind mittlerweile Grund- und Leitgedanken in der internationalen Museumsdebatte. Die institutionelle Entwicklung der Museen nimmt durch die Einbeziehung von Audience Development-Strategien und dem Social Enterprise-Ansatz eine komplexe Verantwortung ein, die der rein betriebswirtschaftlichen Ebene des Museumsmanagements den notwendigen kulturellen Kontext verleiht.

- Die Verbesserung der Kommunikation mit dem Besucher
- Eine nachhaltige Erschließung und Bindung von neuen Nutzergruppen
- Die Schaffung barrierefreier Zugänge
- Vermittlungsprogramme, die auf die Bedürfnisse der unterschiedlichsten Benutzergruppen ausgerichtet sind (interkulturell & generationenübergreifend)
- Eine aktive Involvierung der Besucher- und Nutzergruppen
- Die Vernetzung mit Kooperationspartnern aus anderen gesellschaftlichen Bereichen
- Die effiziente Nutzung der vorhandenen Ressourcen
- Die aktive Einbeziehung aller Abteilungen eines Museums in die Audience Development Arbeit

Der Dialog mit den Besuchern

Die Angst der Wissenschaft vor einem Museum ohne Inhalte ist völlig unbegründet. **Die originäre Forschung an den Sammlungsbeständen muss im produktiven Dialog mit den Besuchern stehen.** Hier sollen interdisziplinäre Projekte zu neuen Formen der Kooperation und zu einem fruchtbaren Diskurs zwischen den verschiedenen Wissenschaften aber auch verschiedenen Zielgruppen führen.

Die Hinwendung der Museen zu einem integrativen, sozialen **Treffpunkt für die Gesellschaft**, einem Lernort, der Barrieren durchbricht, der Interaktion erlaubt und sogar verlangt, der Unterhaltung verspricht und Emotionen zulässt – so wie dies in anderen Ländern vor allem aber den USA und Großbritannien in zunehmendem Maße der Fall ist – hat sich in Österreich noch nicht durchgesetzt.

Viel zu selten wird der Besucher involviert, geschweige denn um seine Meinung gefragt. Der dringend notwendige Dialog mit dem Besucher ist gefordert. Dazu braucht es eine offene Kommunikation und zukunftsorientierte Strategien, die eine qualitätsvolle Serviceleistung garantieren und mehr Besucher und Benutzer an das Museum binden.

Das Angebot der Museen muss vielfältig und variantenreich sein, damit möglichst breite Besuchergruppen angesprochen werden. **Philip Kotler** Marketingguru und Managementexperte meint, dass „die erfolgreichsten Museen eine Vielzahl von Erlebnissen und Erfahrungen bieten, die für unterschiedliche Zielgruppen attraktiv sind und den Bedürfnissen der Besucher entgegenkommen“ (KOTLER & KOTLER 1998). Die Erlebnis- und Erfahrungswelten eines Museums können von den Besuchern in ihrer Vielfältigkeit unterschiedlich konsumiert und verarbeitet

werden. Die neue Museumsforschung spricht vom so genannten „Free Choice Learning“, das Besuchern die Chance bietet, ihren Museumsbesuch individuell zu gestalten und ihren Bedürfnissen entsprechend zu genießen. Für das Museum gilt: Der geschaffene Mehrwert für die Gesellschaft ist der Zweck, die Mittel sind neben den traditionellen Hauptaufgaben eines Museums auch ein nachhaltiges Audience Development und der offene Blick für gesellschaftliche Veränderungen.

Text:

Mag. Christian Walzl MA, Museumsberater, KulturAgenda –
Netzwerk für Beratung von Kultureinrichtungen
www.kulturagenda.at

Literatur

- BLACK G. 2005, The Engaging Museum. Developing Museums for Visitor Involvement.
FALK J. & DIERKING L. 1992, The Museum Experience.
FALK J. & DIERKING L. 2000, Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning.
FALK J., DIERKING L. & Adams M. 2006, Living in a learning society: Museums and free-choice learning, in: HEINZE Th. (Hg) 2004, Neue Ansätze im Kulturmanagement. Theorie und Praxis.
HOOD M. G. 1996, High response rates are critical to museum audience research, in: VISITOR BEHAVIOR, Vol 11, Issue Number: 2.
KELLY L. 2001, Developing a Model of Museum Visiting, paper presented at the Museums Australia Annual Conference, Canberra.
KLEIN A. 2003, Besucherbindung im Kulturbetrieb. Ein Handbuch.
KOTLER N. & KOTLER Ph. 1998, Museum Strategy and Marketing. Designing missions, building audiences, generating revenue and resources.
MACDONALD S. J. (ed.) Blackwell Companion to Museums.
MCINTYRE A. 2001, Policy, Objectives & Needs Matrix
MORRIS G., HARGREAVES J. & MCINTYRE A.,
www.lateralthinkers.com
WEIL St. 2006, Beyond Management: Making Museums Matter, ICOM Study series, Management No12/2006.



Developing new audiences for museums

Graham Black

What is audience development?

Audience development is a process rather than a product. It seeks:

- To build an enduring relationship with existing audiences, to improve their experiences and encourage more frequent use;
- To develop and retain new audiences from amongst those groups previously under-represented in the museum;
- To reach out to the socially excluded and to support community cohesion.

Underpinning this is a belief in the impact museums can have: “making a positive difference to people’s lives; inspiring and challenging people to explore their world and open up new horizons and as a powerful learning resource for all the community” (from Tyne & Wear Museum Service ‘*Guiding Beliefs*’).

Developing and **sustaining use** by individuals and community groups with no tradition of visiting museums requires prolonged engagement from top-level management downwards, including a commitment to direct involvement with local communities, the development of new provision to meet community needs and a change of ethos behind the presentation of museum collections. It will lead to changes in staff structure and in the nature of museum jobs, including new skills in building relationships and working sensitively with communities, in sharing expertise, and in recognising groups as equal participants. But audience development work is not all one way – communities too must be willing to gain an understanding of wider museum goals and of what museums can and cannot do.

The impact of political agendas in the UK since 1997

In the UK, the catalyst for change in 1997 was the election of a New Labour government and the subsequent rise of a political agenda that committed museums to playing a role in tackling social issues within society. The government followed much of western Europe in replacing the single issue of poverty with the concept of ‘social exclusion’, where a range of key factors were believed to play a role, including low income; family conflict; being in care; school problems; being an ex-prisoner; living in a deprived neighbourhood; mental health problems; age; and disability. The emphasis here is on linkages between the different factors and the need to understand that these can be highly complex – an initiative to solve one aspect may not be enough.

From the outset, the New Labour government saw the availability of learning opportunities as central to combating social exclusion. Access to learning and the development of new skills, together with the enhanced self-confidence and self-esteem this could engender, was viewed as a key route out of exclusion.



Faced with a political agenda to combat social exclusion, museums had to respond to criticisms that they catered only for a privileged, affluent minority in society by showing both that they had relevance for wider society and that they could provide learning opportunities for a wide range of audiences. Key reports within the museums sector, particularly DODD & SANDELL 1998 and GLLAM 2000 were as much about selling the potential role of museums to central government as they were about advocacy within the sector itself. Government responded in 2000 with Centres for Social Change: Museums, Galleries and Archives for All by the Department for Culture, Media and Sport (DCMS), which set an agenda for the sector and **The Learning Power of Museums – A Vision for Museum Education:**

The Government believes that education is central to the role of museums today... Our vision for the new Millennium is of museums inspiring and supporting a learning society as they reach out to the widest possible range of audiences...

(DCMS & DfEE 2000, 4)

In 2001, the government asked a committee from the museum sector to define how UK regional museums could best support learning, access and social inclusion. Their report, *Renaissance in the Regions*, led for the first time to central government money going directly into regional museums – currently about £50m a year, closely linked to audience development, social inclusion and learning (MLA 2001; www.mla.gov.uk/programmes/renaissance). With funding came the need for museums to **prove** their effectiveness as learning and socially inclusive environments. This led to the definition and evaluation of Generic Learning Outcomes (GLOs), now beginning to be supported by Generic Social Outcomes (GSOs), to achieve the key goal of providing hard evidence on which to base claims for continuing funding (see www.inspiringlearningforall.gov.uk).

Defining under-represented groups

The first step in developing an audience development plan is to define the under-represented audiences. *Developing New Audiences for Heritage*, a report commissioned by the UK Heritage Lottery Fund (PLB CONSULTING 2001), listed under-represented groups amongst audiences to UK museums as: pre-school children; teenagers; young adults; young professionals; families with babies/small children; older people; those with disabilities; rural dwellers; skilled manual workers, unskilled workers and the unemployed; the 'socially disadvantaged'; and 'people lacking basic skills'. Ethnic minority groups were not included in the original report as there was inadequate research information available at the time.

The approach is more sophisticated now, centred around establishing local community profiles and comparing these to current museum audiences.

Lessons learned

Relationships between UK museums and their local communities have moved on in great leaps and bounds over the past decade. Many museum services have been incredibly successful in developing their work with communities and in building for the long term. We can all learn from them:

- a) Defining and breaking down barriers is a key challenge
- b) Making Audience Development a core function will involve major change in your organisation
- c) Museums are remarkable locations for promoting learning
- d) The importance of consultation
- e) Partnerships of equals work best
- f) There is a need for greater clarity, coherence and realism in defining policy
- g) Best practice
- h) Most important: engaging hard-to-reach audiences is expensive – but worth it. Museums can change people's lives



The thriving art club at Weston park Museum, Sheffield has over 100 members.
(© Sheffield Galleries and Museums Trust)

a) Defining and breaking down barriers is a key challenge

The barriers inhibiting the broadening of the audience base for museums and galleries are considerable. The need to define and remove them is a key challenge. Barriers are defined in terms of:

(i) Within the museum

- A lack of senior management commitment
- A fear of alienating traditional museum audiences
- A lack of resources
- A lack of confidence and perhaps fear of the unknown

Together these have a dramatically de-motivating influence on staff.

(ii) Amongst under-represented audiences

- Physical
- Economic
- Intellectual
- Social
- Cultural

The location and removal of physical barriers is subject to legislation under the UK Disability Discrimination Act. Improvements resulting from this, from more readable labels to better lighting and the provision of seating, are benefiting all visitors not just those with disabilities.

Economic barriers can be seen in, for example, entrance charges and transport costs. The removal of entrance charges for UK national museums was a specific government measure that has resulted in a surge in attendance, but most of the increased attendance has been from amongst mainstream museum audiences.

Recognition of the need to improve intellectual access, and to cater for a wide range of audiences – each with different motivations and learning styles – has coincided with a change in expectations amongst audiences themselves. The museum response has been to focus more clearly on aspects of the museum experience that impact on the ability of visitors to engage with museum collections as they see fit – to enable them to personalise their visits and

learning, and to contribute to content. This has led to a seismic shift in museum display techniques.

Defining and eliminating social and cultural barriers is proving a more intractable challenge. Awareness about museums varies between different groups, and how people perceive the museum is crucial. Many marginalised communities see museums as being ‘not for me’. The development of more representative and inclusive collections and display content, is a core issue here and has formed the basis of much museum work with communities. Communities themselves have become increasingly aware of their rights to representation and participation. For example, Judy Ling Wong makes clear that the interpretation of cultural diversity is both a celebration of identity and a rooting of all in a ‘common history’:

The mono-cultural dominance of the official histories of many countries means that citizens whose cultures are neglected cannot begin to mould their presence and make their contribution towards an inclusive heritage. It is time for them to make their legitimate claim and situate themselves within the socio-cultural history and heritage of their countries in order to advance from the position of the normal social strength of being rooted in a common history and heritage into the future.

(WONG 2002, 5)

The attitude amongst communities that a museum “doesn’t relate to me” will only disappear when those communities are not only welcomed into the museum but also properly represented in it – in the collections; in the histories presented; in the programming; in the development of multiple perspectives within exhibitions; in the staff. But getting communities to the museum door is a major challenge in itself. The need to project a relevant external image and to do so through media that local communities use has been noted already but, chiefly, if museums are to engage with hard-to-reach communities, they must reach out to them first. The provision of sustained programmes of outreach activities, working with communities, forms the bedrock of most audience development initiatives in the UK.

Weston Park museum staff take part in a Community Fair, Sheffield. (© Sheffield Galleries and Museums Trust)



b) Making Audience Development a core function will involve major change in your organisation

Changing to become an inclusive organisation takes time and a sense of direction. At National Museums Liverpool, director David Fleming:

- Produced a **new vision** to provide clarity of purpose, with a focus on audiences and the social role of museums
 - Created a **new senior management** to provide coherent leadership;
 - Embedded **planning at all levels**, from corporate to individual forward plans
 - Created a **new staff structure** to promote teamwork and cross-departmental working
 - Developed a **new style of involvement** of staff in decision-making
 - Generated greater **political and media awareness**
 - Elevated the value of **staff training and development**
 - Promoted or recruited **'change agents'** as missionaries
 - Raised **ambitions**
 - Discouraged factionalism and disrespect for the **work of others**
 - Encouraged risk-taking and **innovation**
 - And underpinned all of this with careful **financial management**.
- (FLEMING 2005)

c) Museums are remarkable locations for promoting learning

Most museums founded in western societies in the latter 19th and early 20th centuries saw themselves as institutions for learning. Today most museums in the UK see learning as a core function.

However, the way in which museums define the **nature** of the learning that takes place is very different to what it was a century ago. Today, those seeking to develop museums as learning environments still include the mastery of bodies of knowledge, but focus on a definition of learning which reflects both the fluid and changing nature of the contemporary environment and an ambition to use the museum experience to promote a more equal society.

Thus the UK museums sector has adopted the Campaign for Learning's 1998 definition:

Learning is a process of active engagement with experience. It is what people do when they want to make sense of the world. It may involve increase in or deepening of skills, knowledge, understanding, values, feelings, attitudes and the capacity to reflect. Effective learning leads to change, development and the desire to learn more.

(www.inspiringlearningforall.gov.uk/introduction > What do we mean by learning?)

Using this definition, museum visitor research during the last decade has reflected the potential of museums as accessible informal learning environments. The nature of museum learning tends to be open-ended and individually directed. It can involve all the senses and create diverse stimuli and responses. It works with a multiplicity of audiences, and can reflect a mosaic of opinions, interests, needs and expectations. It is inclusive, non-threatening and leaves the user in control.

d) The importance of consultation

Community consultation is an established feature on the UK scene, having emerged rapidly since New Labour came to power in 1997. Museums which use community consultation as a positive extension of their work reap rich rewards. At **Weston Park Museum in Sheffield**, an intense period of audience consultation was undertaken at the planning stage with representatives of the target audiences and potential user groups who were under-represented at the site. The findings of this research impacted on the marketing, interpretation, staffing, and learning offer of the site. The sustained contact between the museums and these groups is strongly reflected in the audiences since the museum re-opened.

e) Partnerships of equals work best

Many of the most successful museum and community projects work because they involve partnerships of equals – with other agencies and with communities. In Leicester, the museum service worked with groups from the local Asian community to create an exhibition and website on their experiences of moving to England. This is part of a national project – www.movinghere.org.uk – a remarkable



An exhibition about historic board games encourages young visitors to join in, New Walk Museum, Leicester (© Leicester Museums Service)

partnership involving over 35 archives, museums and libraries and 45 community groups.

f) There is a need for greater clarity, coherence and realism in defining policy

In policies to tackle social exclusion and promote lifelong learning through reaching out to hard-to-reach communities, the UK and other Western governments are seeking to transform the lives of those in most need in society. This is, of course, highly commendable but often it is being driven by what could be defined as fuzzy, underfunded initiatives. There is a lack of coherence in policy across different parts of the UK government and a lack of consistency in application across the UK.

For museums, I believe the biggest issue is a continuing lack of understanding of the difference between:

- removing barriers to access;
- audience development;
- becoming an inclusive organisation; and
- tackling social exclusion.

On paper, the DCMS recognises that the 'journey towards social inclusion' is part of a process that has a number of stages and will take time to achieve:

1. Access – become an inclusive and accessible organisation.
2. Audience development – reaching out to new audiences and creating events or exhibitions that are relevant to them.
3. Social Inclusion – the organisation becomes an agent of social change.

(Source: DCMS 2000, 12)

Yet the vast bulk of the available funding and energy is concentrated on outreach work with hard-to-reach communities – the social inclusion agenda.

g) Best practice

If you look at Tyne and Wear Museums, at National Museums Liverpool and at Glasgow Museums Service, you will see three organisations which prove that you can achieve. This is not by accident. These are organisations

François Matarasso about a future vision of the museum:

... It is a place for storytelling, where the silent, the marginalized, the newly-arrived and the despised can, for once, be the subject of their own narratives rather than the object of other people's ...

that have changed themselves from the inside out and have been working to develop their relationships with their communities for over a decade. They, with others, form the underpinning for research on best practice for effective engagement between museums and communities. Much of this comes down to the usual suspects:

- Clear vision and goals
- Good planning and evaluation
- Clear principles and standards
- Training and development needs identified and met
- Issues and tensions understood and addressed

But, most of all, sustainable relationships depend on time, trust and the establishment of partnerships of equals.

h) Most important: engaging hard-to-reach audiences is expensive – but worth it. Museums can change people's lives

This work is expensive in terms of both staff time and money. But the benefits are real and measurable. Richard Sandell remains the leading UK proponent of the positive socially inclusive impacts that museums can have:

... museums can contribute towards social inclusion at individual, community and societal levels. At an individual or personal level, engagement with museums can deliver positive outcomes such as enhanced self-esteem, confidence and creativity. At a community level, museums can act as a catalyst for social regeneration, empowering communities to increase their self-determination and develop the confidence and skills to take greater control over their lives and the development of the neighbourhoods in which they live. Lastly, museums, through the representation of inclusive communities within collections and displays, have the potential to promote tolerance, inter-community respect and to challenge stereotypes.

(SANDELL 2003, 45)

Any museum outreach team in the UK can give you remarkable examples of the impact of museum programmes on individuals and on communities. I am always most

moved by individual comments and experiences. My favourite quote is from a teacher talking about the impact on her pupils of a learning session at the Museum of London:

I did the Roman soldier last time, but the best was what we did yesterday, and a woman performed a play, and she just happened to be black. And that was really magical. She was very, very, good and the kids were just - I never realised there were black people then. My school is ninety per cent Afro Caribbean or Asian. Amazing. And that sort of led into... we did a lot of follow up work.

(School teacher, London, quoted in: JOHNSSON 2003)

The future

a) From consultation to community engagement

UK government policy initiatives continue to multiply. A key new initiative centres on 'community empowerment'. Communities should become directly involved rather than just consulted. The most dynamic museums are already doing this.

b) The democratization of museum content: embedding 'many voices, multiple perspectives'

I confess, this is my own ambition. François Matarasso's speech to the Museums Association conference in 2000 provides a good summary of the vision driving this:

The kind of culturally inclusive museum I imagine is not a static display of treasures, but a space within which we can all explore and debate values, meanings and identity through contact with objects. It is a place for storytelling, where the silent, the marginalized, the newly-arrived and the despised can, for once, be the subject of their own narratives rather than the object of other people's. It is a place of change, but one in which the consistent threads of museum values – education, for example, tolerance, trust in people, dialogue and independence – always link the past, the present and what is to come.

(MATARASSO 2000, 6)

Museums have a remarkable ability to open the door to



new worlds, and to do so in a way that is inclusive, non-threatening and with the user in control. Developing new audiences for museums is a 'win win' situation:

- It creates a vision for the future role of museums shared by governing bodies, users and the museum profession.
- It provides dynamic opportunities for learning partnerships with other agencies, with communities and with informal users.
- Both museums and their users will be stimulated by the diversity of contributions.
- Museums that place communities at their hearts will benefit from new audiences, and an enhanced position as part of their community;
- The previously silent voices of local communities will be replaced by their own narratives.

Text: Prof. Graham Black, Senior Lecturer, Nottingham Trent University (GB)

Fotos: Leicester Museums Service; Sheffield Galleries and Museums Trust; V & A Museum of Childhood

Bibliography

DCMS & DfEE 2000: Department of Culture, Media and Sport & Department for Education and Employment, The Learning Power of Museums – A Vision for Museum Education. Online: www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4712.aspx

DCMS 2000: Department of Culture, Media and Sport, Centres for Social Change: Museums, Galleries and Archives for All. Online: www.culture.gov.uk/images/publications/centers_social_change.pdf

DCMS 2001: Department of Culture, Media and Sport, Libraries, Museums, Galleries and Archives for All: co-operating across the sectors to tackle social exclusion. Online: www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4647.aspx

DCMS 2007: Department of Culture, Media and Sport, Taking Part: The National Survey of Culture, Leisure and Sport, Annual Report 2005/06. Online: www.culture.gov.uk/reference_library/publications/3682.aspx

DELIN A., DODD J., GAY J. & SANDELL R. 2004, Buried in the footnotes: the representation of disabled people in museum and gallery collections, Phase I report. Online: <https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/33/1/BITF2.pdf>

DODD J. & SANDELL R. 1998, Building Bridges, Guidance for Museums and Galleries on Developing New Audiences.

DODD J. & SANDELL R. 2001, Including Museums: perspectives on museums, galleries and social inclusion.

FLEMING D. 2005, 'Managing Change in Museums', Museums and Change International Conference, Prague, November 2005.

GLLAM 2000: The Group for Large Local Authority Museums, Museums and Social Inclusion.

JOHANSSON E. 2003, Teachers' ideas about learning in museums.

MATARASSO F. 2000, 'Opening up the china cabinet: museums, inclusion and contemporary society', paper to UK Museums Association conference, October 2000.

MLA 2001, Renaissance in the regions: a new vision for England's museums (Resource 2001). Online: www.mla.gov.uk/resources/assets//R/rennais_pdf_6853.pdf

MLA 2002, Neighbourhood Renewal & Social Inclusion: The Role of Museums, Archives and Libraries (Resource 2002). Online: www.mla.gov.uk/resources/assets//N/neighbourhood_pdf_8870.pdf

NEWMAN A. 2001, Social Exclusion Zone, Museums Journal, September 2001, 34-36.

NEWMAN A. & MCLEAN F. 2005, 'Museums and the Active Citizen: tackling the problems of social exclusion', Citizenship Studies 9(1), 41-57.

NEWMAN A. & MCLEAN F. 2004, Presumption, policy and practice: the use of museums and galleries as agents of social inclusion in Great Britain, International Journal of Cultural Policy 2004, 10(2), 167-181.

NEWMAN A. & MCLEAN F. (ed.) 2004, Special issue on heritage and social exclusion, International Journal of Heritage Studies 2004, 10(1).

NEWMAN A. & MCLEAN F. 2000, Museums as agents of social inclusion, in Museum Professionals Group, Transactions 32, 3-8.

NEWMAN A., MCLEAN F. & URQUHART G. 2005, Museums and the active citizen: tackling the problems of social exclusion, Citizenship Studies 2005.

PLB CONSULTING 2001, Developing New Audiences for the Heritage. Research Study for Heritage Lottery Fund (March 2001). Online: www.hlf.org.uk/English/PublicationsAndInfo/AccessingPublications/Developing+Audiences.htm

SANDELL R. (ed.) 2002, Museums, Society, Inequality.

SANDELL R. 2003, Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral change, in: Museum and Society 1(1), March 2003, 45-62. Online: www.le.ac.uk/ms/m&s/issue%201/mands4.pdf

WEIL St. 1994, Creampuffs and hardball: are you really worth what you cost?', Museum News, September/October 1994, 73(5), 42-44 & 62.

WONG J. L. 2002, Who We Are, Interpretation Journal, 7(2), Summer 2002, 4-7.

WORONCOW B. 2001, Heritage for All: ethnic minority attitudes to museums and heritage sites, paper presented to the ICOM Triennial Conference, Barcelona, July 2001.

Es war einmal vor vielen Jahren, als sich in einer großen deutschen Stadt folgende Geschichte zutrug:

Der Platz vorm Deutschen Theater mit den Kammerspielen ist der schönste Theater-Vorplatz in Berlin. Ein Juwel ist er, eingefasst von drei Seiten mit den schönen Häusern. Ihn zieren Baumreihen. An den letzten milden Frühherbsttagen hatte die angestammte „DT“-Kantine noch ein paar Stühle und Tische herausgestellt. Und dort saßen Besucher, die zu früh gekommen waren, und Schauspieler, die einen späteren Auftritt hatten. Ins Freie heraus wurden über Lautsprecher in sanftem Tonfall Ansagen an Darsteller und Bühnenarbeiter gemacht. Und als es in beiden Häusern gleichzeitig losging (Kammerspiele: „Der Widerspenstigen Zähmung“, Deutsches Theater: „Der zerbrochne Krug“), wehte über den Platz die Ansage: „Achtung bitte, die Vorstellung beginnt!“ Das prickelt.

„Herzlich willkommen!“

Audience Development als kulturmanageriale Herausforderung und gesellschaftlicher Auftrag

Klaus Siebenhaar

Der „Draußen Gebliebene“, der ja nur einen Abendspaziergang zum schönsten Theaterplatz Berlins unternommen hatte, wollte sich gerade davonmachen, als er aus der Dämmerung noch Getrappel und Gekeuche vernahm. Da kamen noch einige über den Platz gejagt. Man ließ die Verspäteten ins Foyer ein, stellte ihnen – damit sie nichts versäumten – eine bequeme Bank vor einen Bildschirm, auf dem der Dorfrichter Adam die Sache mit der jungenden Katze in seiner Perücke erfand. Der Abendbummler wurde von den Einlassern gleich mit auf die lange Bank eingeladen. In einer kleinen Pause – husch! – durften die Verspäteten auf ihre Plätze. Auch der Bummler, obschon er keine Karten erhalten hatte, war eingeladen. So endete für ihn ein Abendspaziergang im „Zerbrochne Krug“.

Das Deutsche Theater führt zweierlei vor: beste Kunst und ein Beispiel für Gastfreundschaft.“ (SCHWERK 1997).

Und wenn der unverhoffte Theaterbesucher nicht gestorben ist, dann ist er noch heute ein treuer Liebhaber des Deutschen Theaters und seiner Kammerspiele und empfiehlt das Haus an der Schumannstraße seinen vielen Freunden und erzählt seinen Kindern oder Enkeln, welch' künstlerische Genüsse und herzliches Willkommen alle Gäste dort erwartet. Die märchenhafte Geschichte kündigt so von zufälliger Bekanntschaft, aus der Bindung und Verbundenheit wird, weil einem Schönes widerfahren ist: die **„beste Kunst und ein Beispiel für Gastfreundschaft“**.



... das scheinbar Selbstverständliche zum emotionalen Erlebnis werden zu lassen, mit kleinen Gesten große Wirkung beim Publikum zu erzeugen – damit beginnt die hohe Kunst des Audience Development.



© Kunsthalle Emden

Eine Frage der Einstellung

Große Themen lassen sich oft am besten über kleine Geschichten veranschaulichen. So ist das auch mit „Audience Development“, einem im deutschsprachigen Raum noch nicht so geläufigen Begriff, hinter dem sich ein Kernbereich des Kulturmanagements verbirgt.

Der Prozess einer systematischen Entwicklung und Pflege von Kulturpublika ist eine gesamtinstitutionelle Aufgabenstellung wie Herausforderung, die viele höchst unterschiedliche Facetten umfasst. Die anfangs zitierte Theateranekdote mag dabei stellvertretend für vergleichbare Institutionen des kulturellen Gedächtnisses wie Museen oder Konzerthäuser stehen, und sie offenbart zugleich, dass Audience Development nur aus der „gelebten Kultur“ einer Institution erwachsen kann. Die erfahrene und gefühlte Ausstrahlung, der Zauber des Alltags, die im Alltäglichen verborgene Magie auf Besucher oder Zuschauer zu übertragen, das scheinbar Selbstverständliche zum emotionalen Erlebnis werden zu lassen, mit kleinen Gesten große Wirkung beim Publikum zu erzeugen – damit beginnt die hohe Kunst des Audience Development. Denn vor allem materiellen Ressourceneinsatz, vor aller infrastrukturellen Implementierung ist Audience Development eine Frage der Einstellung, der individuellen wie institutionellen Gesamthaltung.

Das wieder erwachte Interesse am Kulturpublikum nach Jahrzehnten freiwilliger Ignoranz und oft gar nicht subtiler Verachtung hat gute Gründe. Der Rezipient als Erfüllungsinstanz künstlerischer Produktion gewinnt in dem Maß an Bedeutung, als die Dynamik der gesellschaftlich-kulturellen Transformationsprozesse wieder nach Wertorientierung und Wertebestimmung verlangt. Die viel beschworene neue Einheit von Kultur und Bildung kennzeichnet nach Jahrzehnten spielerischer Unverbindlichkeit, ästhetischer Selbstreferentialität oder vorwiegend ökonomisch fixierter Benchmarks den neu erwachten Anspruch auf gesellschaftliche Verpflichtung. Und die ist nicht mehr ideologisch geprägt, sondern erwächst aus erfahrenen und bewiesenen Defiziten. Dabei geht es um ein altbekanntes zentrales Programm bürgerlicher Emanzipation: die ästhetische Erziehung des Menschengeschlechts.

Den Institutionen des kulturellen Gedächtnisses kommt heute eine sowohl tradierte als auch zeitgemäße Funktion zu: die kombinierter Lehr-, Bildungs- und Unterhaltungsanstalten. So unspektakulär dies auf den ersten Blick erscheinen mag, so folgenreich gestalten sich die praktischen Konsequenzen. Der Auftrag, die Mission, geht weit über den jeweiligen Kernbereich hinaus: Als integrierte Kultureinrichtungen gehören für Theater, Konzerthäuser und Museen ergänzende und weiterführende Programmangebote bereits zum Standard. Daneben rücken servicebezogene Zusatzleistungen, die den Aufenthalt angenehm machen und die Verweildauer steigern, immer stärker in den Aufgabenfokus.

Bindungs- und Verbundenheitsstrategien sind längst keine Marketingfremdworte mehr. Und schließlich beginnen Politik und Gesellschaft verstärkt die von Schulen kaum mehr zu leistende kulturelle Bildung auf die klassischen Kunstinstitute zu übertragen.

Denn die unaufhaltsame Überalterung der Kulturpublika und die vernachlässigte musische Erziehung der Jungen bieten genügend Anlass für neue strategische Allianzen.

Dabei ist es kein Widerspruch, dass gerade in einer multimedialen, digitalen Erlebnisgesellschaft die Frage nach dem „Public Value“ öffentlicher Kultur- und Medieneinrichtungen nachhaltiger denn je gestellt wird und einer zukunftsweisenden Antwort bedarf. Das zeugt nicht nur von einem neuen Lastenausgleich, es weist dem traditionellen Kulturbetrieb eine praktische Bedeutung und Sinngebung zu, um die in der Vergangenheit fast ausschließlich diskursiv gerungen wurde.

Diese dauernde Herausforderung können innerorganisational aber nicht allein fachspezifische Abteilungen wie (Kultur-)Pädagogik, Kommunikation, Marketing erfolgreich annehmen, die gesamte Institution von der Direktion bis zum Kassenpersonal, von den Kuratoren oder Dramaturgen bis zur letzten Servicestation müssen darauf ausgerichtet sein. Die über die Zukunft des öffentlichen Kulturbetriebs entscheidenden vier Faktoren – Legitimation, Akzeptanz, Ressourcen- und Qualitätssicherung –

sind nur in ganzheitlicher Aufgabenerfüllung zu realisieren. Und gewinnen wird nur der, der über ebenso treue wie nachwachsende Publika, Freunde und Förderer verfügt.

Das sagt sich leicht und tut sich heutzutage höchst anspruchsvoll und aufwendig. Sosehr Audience Development zunächst eine Einstellungssache mit Prozesscharakter ist, sosehr bedarf es managerial-strategischer und handwerklicher Kompetenz. Ein kurzer streifender Blick auf den gesellschaftlichen Kontext und die Kulturmarktverhältnisse belegen das:

Im Unterschied zu den siebziger Jahren mit ihrem Schlachtruf „Kultur für alle!“ stellt sich zu Beginn des 21. Jahrhunderts die Situation sowohl komplexer als auch ideologiefreier dar: Die durchgreifende Multi-medialisierung haben Nutzungsverhalten, Kommunikationspräferenzen und Kulturverständnis nachhaltig verändert; die im Szenario der Erlebnisgesellschaft geltende Erlebnisrationalität und Multioptionalität haben Vorstellungsmuster, Erwartungen, Ansprache und Rezeption neu bestimmt.

Übersättigte Freizeit- und Kulturmärkte, soziodemographische Entwicklungen und Migration, Individualisierung, Ästhetisierung oder Medialisierung der Lebenswelten bedingen verstärkte und verfeinerte Angebotsstrategien sowie innovative beziehungsorientierte Service- und Vermittlungsbemühungen.

Soziokulturelle Wünschbarkeitsparolen und weltanschauliche Beschwörungsformeln mit dem Pädagogikhammer sind durch pragmatisch-nüchterne, auf Nachhaltigkeit zielende Konzepte und differenzierte professionelle Engagements mit Blickrichtung Besucherforschung, Besucherorientierung, Besucherwerbung, Besucherbindung als kulturelle, soziale, erzieherische und damit gesellschaftliche Aufgabe ersetzt.

Audience Development fordert deshalb den ganzen Willen, das ganze Wissen, die Ressourcen, die ganze Phantasie und Durchsetzungskraft einer Kultureinrichtung – auf den normativen, strategisch und operativen Ebenen ihrer Planungs-, Produktions- und Steuerungsprozesse. Als Dachbegriff für die besucherorientierte Planung und Steuerung von Kultureinrichtungen begründet sich Audience Development auf den normativen wie strategisch und operativen Managementebenen und umfasst mit den

Kernbereichen („core service“), der Dienstleistungsinfrastruktur („facilitating services“) sowie den unterstützenden Einheiten („supporting services“) das gesamte Spektrum der immateriellen wie materiellen Wertschöpfungskette einer kulturellen Institution. Diese künstlerischen, vermittlungs- und serviceorientierten Leistungen in einem „Customer-Relationship-Management“-Gesamtkonzept zu vereinigen und erlebbar zu machen, ist Aufgabe und Herausforderung zugleich.

Audience Development als zentrales Kulturmanagementparadigma und institutionelle Querschnittsaufgabe entstand – anders als in Großbritannien – in den USA historisch gesehen aufgrund von existenzgefährdenden Mangelserscheinungen: sinkende Benutzer- und Zuschauerzahlen, kaum oder schrumpfende staatliche Zuwendungen, veränderte philanthropische Prioritäten, zunehmender Verdrängungswettbewerb auf saturierten oder sich neu formierenden Kultur- und Freizeitmärkten.

Die dezidiert publikumsorientierten Betriebsstrukturen und strategischen Planungsprozesse amerikanischer Kulturinstitutionen gründen also primär nicht auf kulturpolitischen Zielsetzungen wie sozialer Inklusion, „Access & Diversity“ im Sinn von „Public Value“, sondern auf den wirtschaftlichen Notwendigkeiten, Publikumsschichten zu binden, systematisch zu erweitern und danach neue Milieus zu erschließen.

Auf den deutschsprachigen Raum übertragen heißt das: noch konsequenter als bisher seine Institution vom Besucher her denken. Dezidierte Außenorientierung setzt Binnenprofessionalität voraus, Aufbau- und Ablauforganisation müssen schrittweise auf ein komplexes, ganzheitliches Audience Development ausgerichtet sein. Die Institution als Gastgeber für möglichst viele funktioniert nur, wenn in eine entsprechende besucherbezogene Infrastruktur und Angebotspolitik investiert wird. Isolierte Alibiübungen, begrenzte Einzelaktionen mögen noch so verdienstvoll sein, sie sichern aber nicht perspektivisch oder nachhaltig die Entwicklung von Kulturpublika. Desgleichen mögen vereinzelte Migrantenprojekte temporär öffentlichkeitswirksam sein und Politikerherzen kurzfristig schneller schlagen lassen, allein es bleibt oft gut gemeinte Sozialkosmetik, wenn Audience Development in unserem umfassenden Verständnis nicht integraler Bestandteil der institutionellen Führung ist, also nur in einem sogenannten „Top-down-Prozess“ realisierbar erscheint.



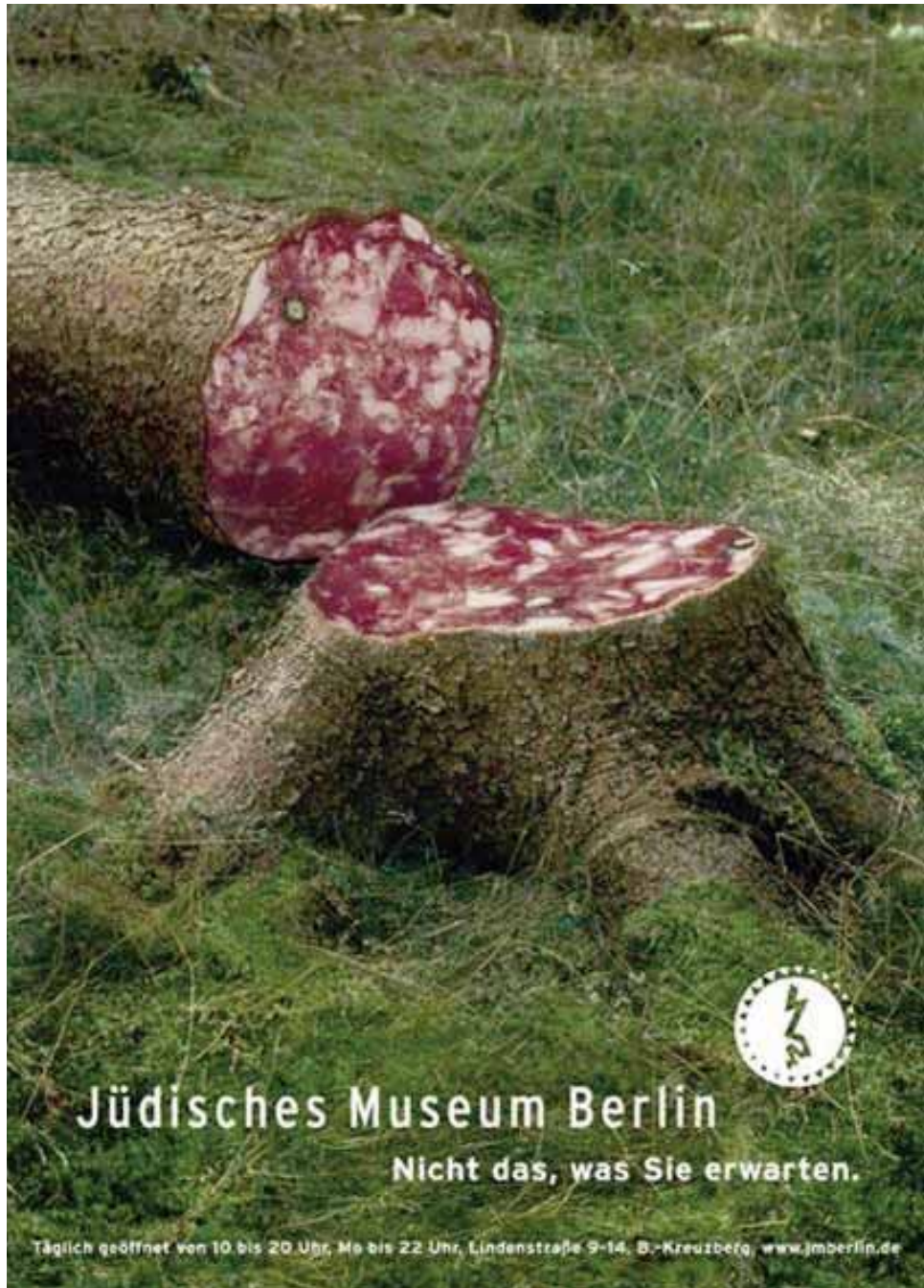
Fallbeispiel:

Jüdisches Museum Berlin

www.juedisches-museum-berlin.de

Lassen Sie mich das zunächst an einem prominenten Beispiel, für das ich selbst mitverantwortlich bin, veranschaulichen und konkretisieren: Das Jüdische Museum Berlin ist im deutschsprachigen Raum das wahrscheinlich konsequenteste Modell eines nach Audience-Development-Prinzipien konzipierten und geleiteten Hauses. Und es zeigt, dass gerade die unkonventionellen Wege zum Ziel und Erfolg führen können.

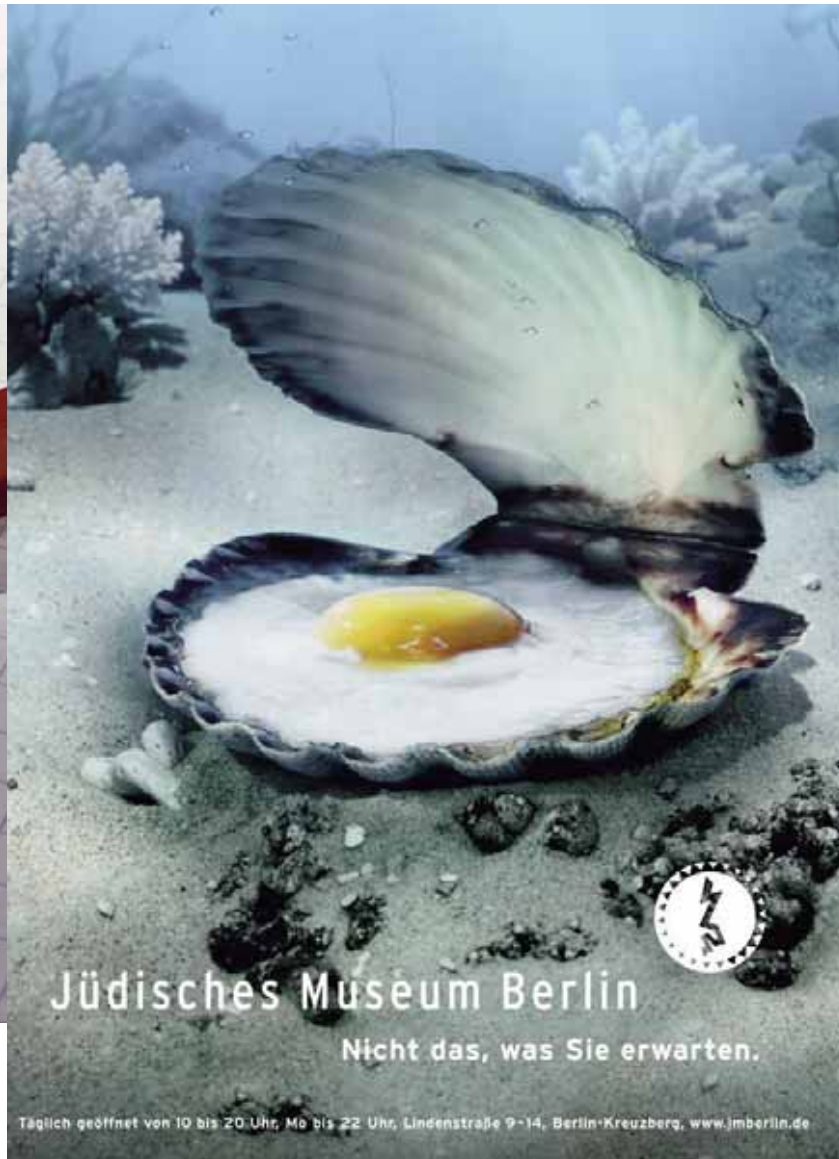
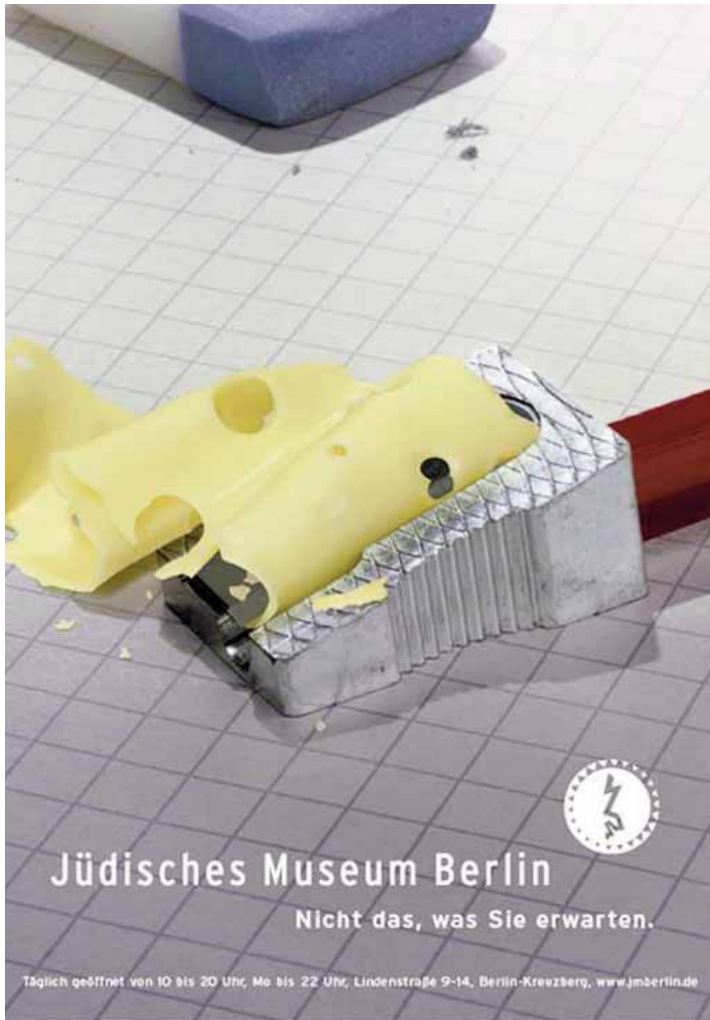
Angefangen von der Museumsbezeichnung – „Jüdisches Museum Berlin. Museum für 2.000 Jahre deutsch-jüdische Geschichte“ – über die Gestaltung der Dauerausstellung durch einen nicht-deutschsprachigen neuseeländischen Ethnologen, der einer der erfolgreichsten Kuratoren für besucherorientierte Museen weltweit ist, die genau geplante und umgesetzte Integration von multimedialen Learning Center, Museums-shop, Restaurant/Bistro und des weitläufigen Gartens, 7-Tage-Öffnung und die konsequente Zweisprachigkeit in allen Bereichen als Mindeststandards, der Verzicht auf Wachpersonal zugunsten von „Hosts“, Gastgebern also, mit umfassend geschultem Besucherservice, die institutionalisierte monatliche Besucherforschung, personell wohl ausgestattete und entsprechend budgetierte „Education“- sowie „Marketing, Development und Services“-Abteilungen bis hin zu umfangreichen Pädagogik- und Kulturprogrammen, ausgeklügelten Brandbuilding-Strategien, mobilen Präsentationstouren, einer ausgefeilten Statistikkultur, unkonventionellen Werbekampagnen und gesellschaftlichen Großevents wie dem jährlich selbst organisierten Fundraising-Dinner sowie einer hochprofessionellen und erfolgreichen Vermietungspraxis – alles wird vom Besucher her, zum Besucher hin geplant, gestaltet und kontrolliert.



Dazu gehört auch die regelmäßige Evaluierung der Dauerausstellung im Hinblick auf Benutzerfreundlichkeit und -akzeptanz oder strategische Allianzen mit Industrie- und Sportverbänden, Reiseunternehmen, der Berlin Tourismus Marketing GmbH oder Hotels und Incentive-Agenturen. Genau genommen ist als Spitze des Eisbergs auch das Fundraising-Konzept nach amerikanischem Vorbild ein wesentlicher Mosaikstein dieses Audience-Development-fundierte Kulturmanagements. Das Organigramm der „Marketing, Development und Services“-Abteilung (Stand 2006) mag das exemplarisch noch einmal illustrieren:

Organigramm der Marketing, Development und Services-Abteilung (Stand 2006)

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>1 Person (full-time)</p> <p>Development</p> <p>Geschäftsstelle für den Förderverein und Büroleitung für die GmbH</p> <p>Konzepterarbeitung für die Datenbanken (Entwicklung und Pflege)</p> <p>Kommunikation nach innen und außen</p> <p>Akquise und Betreuung von Mitgliedern für den Förderverein, Research</p> <p>Konzeption und Organisation der fundraising-bezogenen Events und Programme</p> <p>Akquise und Betreuung von Sponsoren für Projekte und Ausstellungen, Research</p> <p>Pflege des gesamten Informations- und Kommunikations-systems</p> | <p>1 Person (full-time)</p> <p>Development</p> <p>Memberprogramm/ Jahreskarten (Organisation, Betreuung)</p> <p>Konzepterarbeitung für die Datenbanken (Entwicklung und Pflege)</p> <p>Kommunikation nach innen und außen</p> <p>Schnittstellenfunktion zu den Bereichen Marketing und Events</p> <p>Akquise und Betreuung von Sponsoren für Projekte und Ausstellungen, Research</p> <p>Konzeption und Organisation des marketingbezogenen Eventprogramms sowie der fundraising- bezogenen Programme</p> <p>Pflege des gesamten Informations- und Kommunikations-systems</p> | <p>1 Person (full-time)</p> <p>Development</p> <p>Akquise und Betreuung Corporate Events / Großveranstaltungen (Raumvermietung)</p> <p>Konzepterarbeitung Marketing für das Raumvermietungs-geschäft</p> <p>Kommunikation nach innen und außen</p> <p>Organisation marketingbezogener Events für das Raumvermietungs-geschäft</p> <p>Koordination kulturelle Lesungen in Zusammenarbeit mit der Literatur-handlung Berlin</p> <p>Konzepterarbeitung für die Datenbanken, insbesondere für das Vermietungs-geschäft (Entwicklung und Pflege)</p> <p>Terminkoordination und Geschäftsreisen-Organisation Prof. Siebenhaar</p> <p>Pflege des gesamten Informations- und Kommunikationssystem</p> | <p>1 Person (full-time)</p> <p>Marketing</p> <p>Aufbau des Bereichs Tourismusmarketing inkl. Konzeptentwicklung, Marketingplanung und Budgetverwaltung</p> <p>Entwicklung von touristischen Kampagnen und Angeboten für die nationale und internationale Reiseindustrie</p> <p>Konzeption und Organisation von externen verkaufsfördernden Maßnahmen wie Messen, Workshops, Kundenevents</p> <p>Kooperationsbetreuung von touristischen Großevents in Berlin (z.B. Internationales deutsches Turnfest 2005)</p> <p>Aufbau eines Kooperationsnetzes zu Berliner, zur nationalen und zur internationalen Reiseindustrie</p> |
| <p>1 Person (full-time)</p> <p>Development/ Marketing</p> <p>Verantwortliche für den Kultursommer, Lange Nacht der Museen, Sommer 2004 u.a.</p> <p>Schnittstelle im Haus vor allem zu Technik, Security, Liebermanns</p> <p>Kommunikation nach innen und außen</p> <p>Organisation und Konzeption des marketingbezogenen Eventprogramms</p> <p>Betreuung und Koordination von Medienpartnerschaften und Marketingmaßnahmen der Großveranstaltungen</p> | <p>1 Person (full-time)</p> <p>Marketing</p> <p>Mediaplanung</p> <p>Betreuung von Medienpartnerschaften und Kampagnen</p> <p>Konzeption und Organisation des marketingbezogenen Eventprogramms</p> <p>Entwicklung und Konzeption von ausstellungsbegleitenden Programmen</p> <p>Entwicklung und Umsetzung der ausstellungsbegleitenden Printprodukte und des Veranstaltungskalenders</p> | <p>1 Person (full-time)</p> <p>Marketing</p> <p>Organisation Beschwerdemanagement und Besucherservice</p> <p>Verwaltung des Kassensystems und der Eintrittsgelder</p> <p>Besucherstatistiken</p> <p>Kontakt zur Besucherforschung (im Haus)</p> <p>Organisation der Zusammenarbeit mit den Senior Hosts</p> <p>Lagerverwaltung, Werbemittel, Publikationen; Buchverkauf</p> | <p>1 Person (full-time)</p> <p>Facility Management</p> <p>Organisation aller veranstaltungsrelevanten Aufbauten (Technik, Equipment) sowie Koordination und Planung von Technikpersonal und Aufbauhelfern</p> <p>Betreuung von Schutzpersonen (LKA, BKA)</p> <p>Organisation der Zusammenarbeit mit den Senior Hosts</p> |



Nicht nur der messbare Erfolg in Gestalt von Besucherzahlen, Führungen, akquirierten Spenden und Sponsorships oder durchgeführten Pädagogik- und Kulturprogrammen rechtfertigen Konzept und Mitteleinsatz, die breite gesellschaftliche Akzeptanz, die nationale wie internationale Ausstrahlung, der vergleichsweise hohe Prozentsatz jugendlicher Besucher (bis zu 40% unter 30 Jahren), legitimieren den nicht unerheblichen Aufwand. Der Dienst am Besucher, der Austausch, die Arbeit mit den verschiedenen Kulturpublika ist strategischer Fixpunkt und täglich gelebte Praxis des Jüdischen Museums Berlin.

Fallbeispiel:

Kunsthalle in Emden

www.kunsthalle-emden.de

Auf einem anderen Gebiet, an einem ganz anderen Ort gilt Gleiches für Henri und Eske Nannens Kunsthalle in Emden. Vordergründig als eines der mittlerweile zahlreichen Sammlermuseen mit Schwerpunkt deutscher Expressionismus und klassische Moderne 1986 eröffnet, steht dieses Kunstmuseum doch bereits von seiner Gründungsidee für viel mehr als nur die öffentliche Verewigung



Begegnungen
(© Kunsthalle Emden)

einer persönlichen Sammlermission. Denn Kunsthallen-
gründung und Malschule bildeten von Anbeginn eine
Einheit der besonderen Art. Als Geschenk für Standort
und Region waren beide in wechselseitiger Erhellung An-
fang der achtziger Jahre gedacht worden, und so wurden
sie auch gleichberechtigt als Stiftungen im Engagement
und Ressourcenzuweisung umgesetzt.

Eske Nannens Malschulen-Konzept in Verbindung
mit einem ambitionierten Museumsprojekt der ostfriesi-
schen Heimat zielte daraufhin, in Verbindung und auch un-
abhängig von der Museumsarbeit einen anspruchsvollen,
aktiven und facettenreichen Ort künstlerisch-kultureller





Die sinnliche Rezeption
von Kunst und die aktive
Beschäftigung mit der
Kunst an einem Bezugsort
zu vereinen, das war
und bleibt die Grün-
dungsvision von Henri
und Eske Nannen.

Produktion und Erfahrung für jedermann, also nicht nur für Kinder und Jugendliche zu schaffen. Die sinnliche Rezeption von Kunst und die aktive Beschäftigung mit der Kunst an einem Bezugsort zu vereinen, das war und bleibt die Gründungsvision von Henri und Eske Nannen.

Schöpferische Eigenproduktions- und Vermittlungskultur von vorneherein als integralen Bestandteil der Kunsthallen-/Museumskultur zu begreifen und zu leben, ließ auch im operativen Museumsmanagement frühzeitig kreative Spiel-Räume für ausstellungsbezogene Marketingideen und Werbekampagnen gemeinsam mit originellen Pädagogikprogrammen entstehen, die Besucher animieren und aktivieren.

„Hinter dem Rahmen“, so die beziehungsreiche Postadresse der Kunsthalle in Emden, war genug Platz für die ungewöhnlichsten öffentlichkeitswirksamen Aktionen, erwachsen sie doch immer aus diesem gemeinsamen Rahmen und signalisierten damit Stadt, Region und Gästen von weither: Kommt schauen, Ihr seid willkommen und hier kann jeder im Rahmen von Kunst und Kultur etwas erleben, sehen und auch selbst gestalten.

Kontextualisierung heißt diese elementare Audience-Development-Strategie, Kontextualisierung in kulturferne Milieus, in Alltagswelten, Partnerschaftsbeziehungen oder auch verblüffende Phantasieräume. Vor Eske Nannen und ihrem professionellem Team ist keiner und keine Branche sicher, Kunsthalle und integrierte Malerschule erobern systematisch im besten unternehmerischen Sinn neue Terrains: die Art Cologne, Trucks als Werbebotschafter, Hotelzimmer, Gärtnerereien, Tourismusagenturen usw. Diese konsequente Außenorientierung mit Zielrichtung regionale wie nationale Öffentlichkeiten, alte und neu zu gewinnende Kulturpublika verliert dabei nie die Bindung an das sogenannte Kernprodukt, d.h. die Institution, die Ausstellungen, den Vermittlungsauftrag. Im Gegenteil: die Möglichkeiten einer Emil-Nolde- oder Garten-Eden-Ausstellung schöpferisch-nutzbringend „auszubeuten“, ist die hohe Kunst der Verführung und Verblüffung in Emden. Der neugierige Besucher, die inspirierende Kunst und der einladende Ort entwickeln sich zu einem stabilen Beziehungsgeflecht.

Bis über 100.000 Besuche jährlich sind der verdiente Lohn. Die Kunsthalle als integrierte Kultur- und Lernein-

richtung, als künstlerischer-kultureller Erlebnisort rückt so wieder ins Zentrum einer Kommune und einer ganzen Region.

So verbindet am Ende das exzeptionelle Beispiel Jüdisches Museum Berlin mit dem außergewöhnlichen Beziehungszauber der Kunsthalle in Emden eine gemeinsame unterirdische Kraftquelle: ein unternehmerischer Elan vital, der seine kulturelle Mission sehr konkret als Einladung an alle, mindestens aber möglichst viele versteht. Nachdenklich für die „Museumszunft“ sollte nur stimmen, dass die treibenden Initiatoren und Erfolgsgaranten in Berlin und Emden nicht vom „Fach“ sind!

Fallbeispiel:

Naturkundemuseum im Ottoneum Kassel

www.naturkundemuseum-kassel.de

Gleiches gilt bezeichnenderweise für die abschließende Erfolgsgeschichte, die auf ganz unspektakuläre Art und Weise, repräsentativ für die Standard-Museumsarbeit also, von den Möglichkeiten eines Audience-Development-Prozesses kündigt, wenn man nur will, es tut und sein Handwerk beherrscht. Die Durchschlagskraft des eigentlich Selbstverständlichen im Rahmen bescheidener Möglichkeiten soll die letzten Zweifler und die ewig um Ausreden nicht Verlegenen beschämen.

Wir gehen in eine mittlere deutsche Großstadt, nach Kassel, die neben der „Weltmarke“ documenta mit den Brüdern Grimm eine zweite für sich reklamiert, in Schloss Wilhelmshöhe eine der bedeutendsten Kunstsammlungen Alter Meister beherbergt und mit dem Fridericianum über das erste öffentliche Museum des Kontinents verfügt. Von all dem soll hier nicht die Rede sein, das vorbildliche Beispiel ist ein ganz normales Naturkundemuseum, so groß oder so klein wie in vielen anderen Städten auch, nur mit den nötigsten Ressourcen ausgestattet – mehr nicht! Dieses Museum hat in drei Jahren von 2005 bis 2007 seine Besucherzahl verdreifacht von knapp 32.000 auf exakt 96.248 in 2007. Dieses Wunder von Kassel geschah mit

einem Stellenplan, in dem sich weder eine Marketing-, Kommunikations- oder Education-Abteilung findet. Von den 14,5 Planstellen plus zwei „1 Euro-Jobs“ darf genau genommen ein Angestellter, der Museumspädagoge und zugleich stellvertretender Museumsleiter, dem Bereich der Besuchervermittlung und -entwicklung zugeordnet werden.

| | |
|-------------------------------------|----------------|
| Besucher 2007 | Anzahl |
| Zahlende Besucher | 77.684 |
| Freier Eintritt | 18.564 |
| Gesamt | 96.248 |
| Websitebesucher 2007 | 194.421 |
| Veranstaltungen 2007 | |
| Gebuchte Führungen | 387 |
| Öffentliche Führungen | 45 |
| Geburtsstagsführungen | 21 |
| Workshops | 85 |
| Museumspädagogische Veranstaltungen | 91 |
| Kindergeburtstagsfeiern | 166 |
| Märchenteam | 13 |
| Vorträge | 36 |
| Gesamt | 844 |
| Druckauflagen 2007 | |
| Programm 2007/1 | 7.000 |
| Programm 2007/2 | 9.000 |

Quelle: Jahresbericht Ottoneum im Naturkundemuseum Kassel 2007, S.31

Ansonsten haben wir es mit einer eher traditionell auf Sammeln, Forschen und Bewahren fixierten Personalstruktur zu tun. Der Schein aber trügt, das vermeintliche Rätsel lässt sich verblüffend leicht lösen: Das ganze Museum hat sich strategisch und operativ, gleichsam organisch-institutionell mit dem Direktorenwechsel 2005 der Entwicklung seiner Publika verschrieben. Der neue Mann, der promovierte Forstwissenschaftler **Kai Földner**, brachte zwar keine museologische Erfahrung, dafür ein ausgeprägtes Interesse am Besucher und ein emphatisches Verhältnis zu vitalen Vermittlungsstrategien mit. Da ist von der Museumsleitung aus ein Ruck und ein Selbstverständigungsprozess durch die Institution gegangen, der Direktor ist täglich im ganzen Haus omnipräsent, für Mit-



arbeiter wie Besucher von der Kasse bis in die Ausstellungsräume hinein sichtbar und zum Gespräch bereit. Beziehungsentwicklung und -pflege ist eine Frage der persönlichen Austauschbereitschaft und -befähigung. Entsprechend wirken alle Räume des Museums nun intakt und gepflegt.



Iguanodon vor dem Ottonium
(Foto: Dieter Schwerdtle, Kassel;
© Naturkundemuseum Kassel)

Erstes sichtbares Zeichen dieses Paradigmenwechsels war neben einer entrümpelten, nunmehr besucherfreundlichen Dauerausstellung erstmalig (!) ein einfacher, aber ebenso umfassender wie informativer und anregender „Jahresbericht 2005“, der – ungewöhnlich für deutsche Verhältnisse – keine Fragen offen lässt und zugleich eine gehaltvolle Werbebroschüre darstellt. Es ist ein Dokument der Transparenz und Öffnung: Schaut her, wer wir sind, was wir tun und leisten und fühle Dich eingeladen zu einem Besuch! Klare Strategie, originelle Programmideen mit Bodenhaftung, solides fachliches Handwerk, konsequente schrittweise Umsetzung, geschultes Personal, das sich mit der Institution identifiziert und dies zum Nutzen und Freude des Besuchers erfahrbar macht.

Attraktive, auf die Region zielende, durchaus nachfrageorientierte Sonderausstellungspolitik, der Dinosaurier vor dem Eingang, phantasievolle Zusatzangebote für die ganze Familie, eine kreative Website – auf den ersten Blick nichts, was jedes

andere Museum nicht auch im Programm hat oder haben könnte/sollte.

Der erfolgsentscheidende Faktor liegt in der Gesamt- oder Grundhaltung sowie im liebevollen Detail begründet: Jede Komponente wirkt anregend und glaubwürdig, kompetent und originell. Man spürt die

Verbindung zur Region und schätzt zugleich die Ausweitung in größere Zusammenhänge. Alles mutet unangestrengt konzentriert an: Vorträge, Aktionen, Familienfeste, Publikationen erwachsen – wie in Emden – aus dem „Rahmen“ des Naturkundemuseums Kassel, sind also keine aufgesetzten Beigaben oder vordergründig spektakuläre Einzelmaßnahmen. Nur so integriert entwickelt sich dauerhaft Vertrauen bei vorhandenen oder potentiellen Benutzern.

Ein Vergleich der wichtigsten Kennziffern von 2005 und 2007 veranschaulicht Audience Development als Leistungsbilanz, die Lektüre des Jahresberichts offenbart die sich dahinter versteckenden programmlichen Bausteine mit der besucherorientierten Betriebsstruktur und veränderter Institutionsmentalität.

So sind wir am Ende wieder am Anfang. Audience Development „as an umbrella term to encompass all aspects of promotion, publicity, marketing, public relations, communications and educational programs“ (MORISON & DALGLEISH 1992, 66) ist im ersten Schritt kein genau festgelegtes Bündel von Maßnahmen und Techniken, sondern fundiert sich in der publikumsbezogenen Mission, im Verhalten und Gesamtauftritt einer Kultureinrichtung, der sich als Organisationsentwicklungsprozess abbilden lässt. Weder die Größe noch die Ressourcen einer Institution sind dabei entscheidend, sondern die normative Festlegung, der strategische Wille und die operative Befähigung. So einfach ist das vom Prinzip her, so ermunternd und herausfordernd, heißt das doch: Jede Kultureinrichtung kann ihrem Besucher ein **„Herzlich willkommen!“** entbieten – **als gute Gastgeber mit einem exzellenten Angebot in freundlicher Atmosphäre: Das prickelt!**

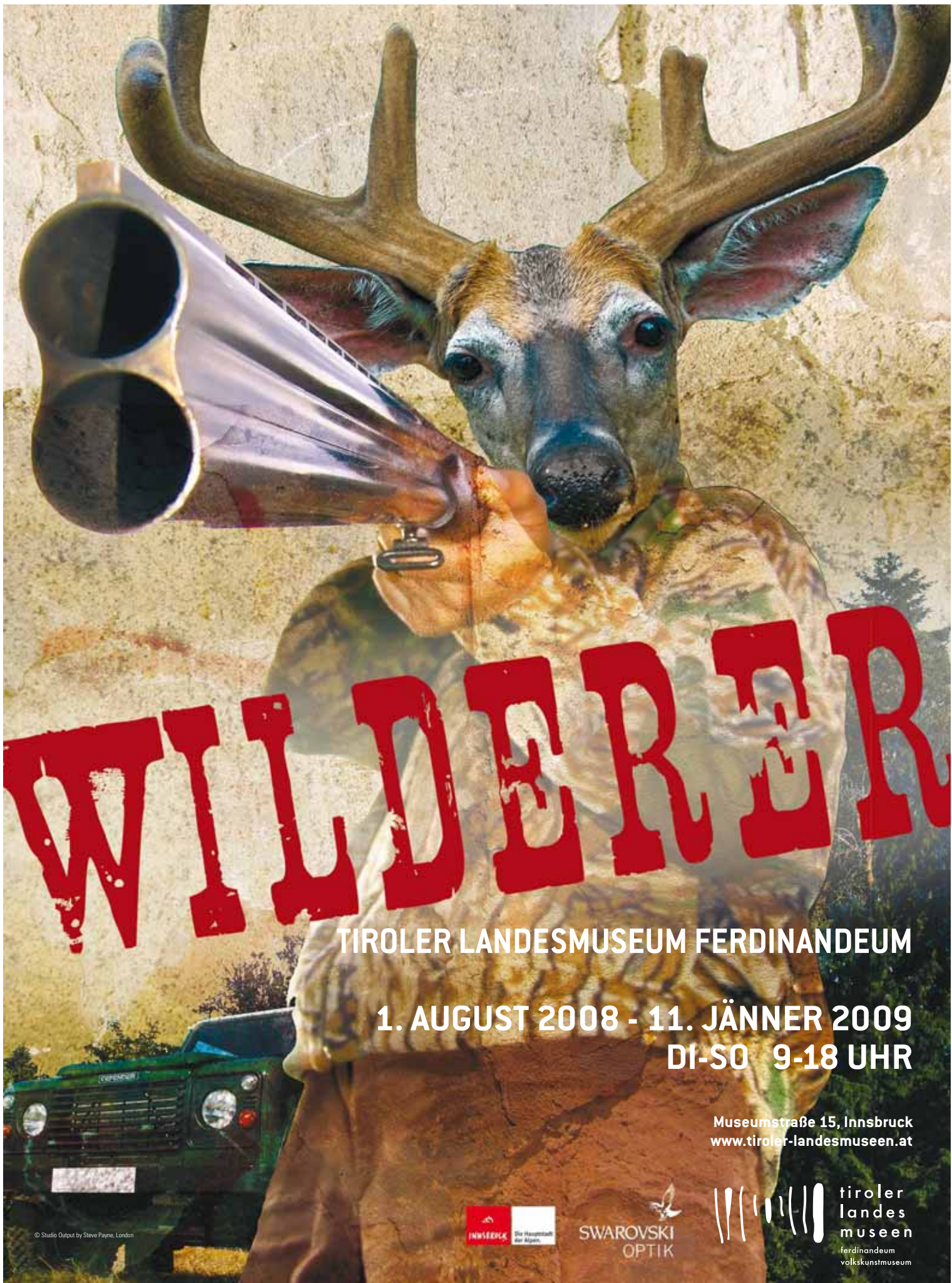
Literatur

MORISON B. G. & DALGLEISH J. G 1992, *Waiting in the Wings – A larger Audience For The Arts and How to Develop it* (New York).
SCHWERK E. 1997, *Herzlich Willkommen*, in: *Der Tagesspiegel*, 9.10.1997.

Text:

Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Direktor Institut für Kultur- und Medienmanagement (IKM), FU Berlin

Fotos: Jüdisches Museum Berlin; Kunsthalle Emden;
Dieter Schwerdtle, Kassel



WILDERER

TIROLER LANDESMUSEUM FERDINANDEUM

1. AUGUST 2008 - 11. JÄNNER 2009
DI-SO 9-18 UHR

Museumstraße 15, Innsbruck
www.tiroler-landesmuseen.at

© Studio Output by Steve Payne, London



tiroler
landes
museen
ferdinandeum
volkskunstmuseum



**BESONDERS ALLTÄGLICH. ALLTÄGLICH
BESONDERS. Jugend in Neukölln**

Besucher quo vadis?

Ein Best Practice Beispiel zu kultureller Bildung in den Staatlichen Museen zu Berlin

Monika Zessnik

Die Staatlichen Museen zu Berlin (SMB) begreifen sich als Universalmuseum, das durch ein einzigartiges Angebot an originalen Exponaten die Geschichte vieler Jahrhunderte sowie unterschiedlichster Kulturen vermitteln kann.

Die Sammlungen reichen von archäologischen bis zu kunsthistorischen, von der Ethnologie bis zur zeitgenössischen Kunst.

Und ebenso groß ist die Vielfalt möglicher Zielpublika, die die Museen besuchen: vom Wochenendtouristen, der auf jeden Fall das Pergamonmuseum sehen will, zur Schulklasse, die sich mit afrikanischen Masken beschäftigt und das Ethnologische Museum besucht, bis hin zum Berlin-Biennalepublikum, das sich die Ausstellungen Hamburger Bahnhof nicht entgehen lassen möchte und die Besucher, die am liebsten zur Langen Nacht der Museen kommen, während andere auf die kontemplative Stille schwören, welche die Gemäldegalerie ausstrahlen kann. Der Spagat zwischen einem Audience Development, das all diese Bedürfnisse mit einbezieht, und dem Anspruch dennoch ein gesamtinstitutionell-einheitliches kulturelles Bildungskonzept zu verfolgen, ist groß.

Ein regelmäßiges Überprüfen der Ziele, sowohl von Seiten der Vermittlung als auch von kuratorischer Seite ist immer wieder vonnöten. Der Gastgebergedanke von Klaus Siebenhaar „*Wer auf Dauer Publika an sich binden will [...] muss ein guter Gastgeber sein*“ (vgl. Beitrag S. 20) scheint mir in diesem Zusammenhang ein guter Ansatz zu sein: Wenn wir wollen, dass sich unsere Gäste bei uns wohl fühlen, müssen wir einerseits ihre Bedürfnisse kennen, ihnen aber andererseits auch vermitteln, wie die „Hausregeln“ sind und aus welchen Zutaten das Gastmahl bestehen wird.

Das Hauptanliegen der SMB im Bereich kulturelle Bildung besteht darin, bei den Besuchern selbstreflexi-

ves Nach- und Weiterdenken anzuregen – und zwar durch eine dialogische Begegnung mit den Exponaten, den Originalen im Sinne eines informellen Lernens – „object-based, experiential, thought-provoking und problem-solving“ (HEIN & ALEXANDER 1998, 45). Wie dieses informelle Lernen vonstatten gehen kann, wird anhand eines Beispiels im Bereich kultureller Bildung verdeutlicht werden, wobei der besondere Schwerpunkt auf dem Aspekt „Museum und Schule“ in Hinblick auf nachhaltiges, interdisziplinäres Lernen liegt.

Museum und Schule

Im Bereich der kulturellen Bildung setzen die SMB zunehmend einen Schwerpunkt auf die länger- und mittelfristige sowie nachhaltige Zusammenarbeit mit Schulen. Durch praktische Erfahrungen und kreative Lernprozesse im Museum soll die fachliche und soziale Kompetenz der beteiligten Schüler gestärkt werden.

Die Einbeziehung des Museums in den Unterricht wird seit jeher von der Museumspädagogik angestrebt. Deshalb wird eine Fülle von thematischen Führungen, Workshops und Projektwochen für Schulklassen in den Museen der SMB von den Besucher-Diensten angeboten. In Lehrerfortbildungen zu spezifischen Themen werden entsprechende Themenbezüge zum Rahmenplan aufgezeigt. Dabei wollen wir Inhalte vermitteln, die Forderungen der schulischen Rahmenpläne beinhalten, jedoch auch über diese hinausgehen und den Bezug zu



allen Wahrnehmungsebenen herstellen, die ein Kind erfahren kann. Das bedeutet nicht, dass das Museum den Schulunterricht ersetzen will oder könnte, sondern vor allem ergänzend arbeiten möchte: im Sinne eines Ortes, an dem kreatives Handeln gefördert und Schülern eigenständiges Erarbeiten von Themenstellungen möglich gemacht wird.

In Hinblick auf die zunehmende Einführung des **Ganztagsunterrichts in Berliner Schulen** wollen wir diese unterstützen, Bildungsangebote zu entwickeln, die das ganztägige Lernen in Kooperation mit außerschulischen Lernorten fördern. Ganztägiger Unterricht stellt Schulen vor die Herausforderung, wie man den Aufenthalt der Schüler bis zu zehn Stunden täglich in der Institution Schule neu strukturiert. Zunehmend wird von 45-50minütigen Unterrichtseinheiten abgesehen, stattdessen auf längere Einheiten gesetzt, in denen ausgewählte inhaltlich-thematische Schwerpunkte von Ganztagschulentwicklung bearbeitet werden.

Seit die PISA Studie(n) in zahlreichen Ländern unter Schülern einen Mangel an der Fähigkeit zu kreativen Problemlösungen festgestellt hat, wird auch im deutschen Erziehungssystem verstärkt an der Entwicklung von Kompetenzmodellen gearbeitet, die Leistungserwartungen an Schüler beschreiben. Rahmenlehrpläne gehen davon aus, dass Aufgaben, Probleme und Konflikte durch kreative Strategien und diskursive Kommunikationsansätze eigenständig gelöst werden können.

Schülern soll es dadurch möglich gemacht werden, objektivierende Erfahrungen zu machen, die eine **Offenheit gegenüber anderen Lebensformen, Kulturkreisen und Wertvorstellungen** beinhaltet. Gerade in Berlin, einer Stadt in der das kulturelle Potential der Schüler immer diverser wird, ist das Lernen über die Unterscheidung des Selbst- und Fremdbildes, Vorstellungen über historische Zeitabläufe, wie die Begegnung mit Gegenständen und sozialen Ordnungen, immer wichtiger. Nur so können komplexes Verständnis und Problemsichten reifen, die den Heranwachsenden die Möglichkeit geben, das an Orten wie Museen Gelernte mit der eigenen Lebenswelt in Bezug zu setzen.

In Hinblick auf die Erschließung neuer und vor allem selbstaktiver Zielgruppen steht eine Zusammenarbeit mit höheren Schulen bzw. Jugendlichen zunehmend im Vordergrund. Besucherstatistiken zeigen, dass Jugendliche als Privatbesucher immer weniger werden und auch die Schulen – nicht zuletzt durch enge Lehrpläne und Zeitdruck – eher durch jüngere Schüler vertreten sind.

Dass für Jugendliche ein Museumsbesuch nicht als oberste Priorität unter den Freizeitaktivitäten steht, ist sicher nicht weiter verwunderlich. Wie interessiere ich daher die Heranwachsenden, die nicht mehr ins Kinderprogramm passen und noch kein selbständiges Interesse in dieser Richtung entwickelt haben, für das Museum?

Diese Fragen stellte sich offenbar auch ein ICOM-Seminar, das im Juni 2008 in Graz abgehalten wurde (vgl. www.icom-oesterreich.at/seminar-2008.html): In welcher Welt leben Jugendliche und wo sind die Anknüpfungspunkte zur Institution Museum? Welche Rolle spielt Schule als Bindeglied zwischen jungen Menschen und Museen? In welcher Form kann die Arbeit von Museen für jugendliche Randgruppen soziale oder bildungspolitische Bedeutung haben?

Um diese Fragen zu beantworten, wollen wir zum einen langfristig und nachhaltig, zum anderen auch möglichst fächerübergreifend und in Bezug auf die Vermittlung von Querschnittskompetenzen mit Schulen arbeiten. Ich möchte im Folgenden ein Projekt vorstellen, in dem wir uns mit diesen Anforderungen auseinandergesetzt haben:

Patenschaft Ethnologisches Museum Berlin & Albert-Schweitzer-Schule Berlin Neukölln

2006 startete der Berliner Rat für die Künste – ein Zusammenschluss von Berliner Kulturinstitutionen und -projekten – die Offensive für Kulturelle Bildung in Berlin.

In der Überzeugung, dass Kunst und Kultur als wesentlicher Katalysator für gesellschaftliche Entwicklung und Innovationen gelten, wurde gemeinsam mit maß-



Einladung zur Eröffnung (Foto: Gürdeniz Alkan)



geblichen Akteuren auf diesem Feld ein Weg für neue Initiativen und Reformen für kulturelle Bildung vorgezeichnet.

Diese Offensive gipfelte in einem Beschluss des Landes

des Berlin für die Jahre 2008/09, Fördermittel für Kooperationsprojekte der kulturellen Bildung zur Verfügung zu stellen. Voraussetzung für die Förderung ist eine Zusammenarbeit zweier oder mehrerer Partner aus dem Bereich Kunst und Kultur einerseits und den Bereichen Schule und Bildung andererseits (www.kulturprojekte-berlin.de/projekte/berliner-projektfonds-kulturelle-bildung). Die geplanten Projekte sollen insbesondere Berliner Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene aktiv an künstlerischen Prozessen und an der kulturellen Vielfalt der Stadt teilhaben lassen. Der erste Schritt auf dem Weg hin zu diesem Fonds war die Gründung von sogenannten **Patenschaften** – Kooperationen zwischen Schulen und Kultureinrichtungen. In den Verantwortungsbereich der Besucherdienste der SMB fällt seit Herbst 2006 unter anderem eine Zusammenarbeit zwischen dem **Ethnologischen Museum und einem Gymnasium im Berliner Bezirk Neukölln.**

Der Bezirk Neukölln wird meist dann in den Medien genannt, wenn von Gewalt in Schulen oder fehlender Integration von Bewohnern mit migrantischem Hintergrund die Rede ist. In der Zwischenzeit wandelt sich dieses einseitige Bild des Bezirks deutlich, gerade für Vertreter der „young creative industries“ ist Neukölln inzwischen – nicht zuletzt durch seine kulturelle Lebendigkeit und Vielfalt – ein beliebter Arbeits- und Wohnort.

Dass die Patenschaftsinitiative mit einer Neuköllner Schule begann, ist daher auch kein Zufall. Die Akteure in Kultur und Bildung der kommunalen Verwaltung des Bezirks versuchen schon lange das polykulturelle Potential

des Bezirks im Sinne der Standortförderung zu nutzen. Und ein Ziel, das sich das Ethnologische Museum in seinen Leitlinien auf die Fahnen geschrieben hat, ist: nicht nur für die Bewohner Berlins mit migrantischem Hintergrund zu arbeiten, sondern mit ihnen.

Das Projekt: „Besonders Alltäglich. Alltäglich Besonders. Jugend in Neukölln“

Konzeptionelle Grundidee des Projekts war der Plan mit einer Gruppe von Schülern der Mittelstufe im Alter von 14-15 Jahren eine Ausstellung im Ethnologischen Museum über ihr eigenes Alltagsleben zu gestalten.

Das Projekt sollte den Schülern die Möglichkeit geben, selbst über das zu entscheiden, was sie aus ihrem Leben in der Öffentlichkeit zeigen wollen.

Am Anfang standen einige zentrale Fragen: Was ist ein Museum? Was kann man in einer Ausstellung vermitteln? Welche Berufe und Aufgabenfelder gibt es im Museum?

Die beteiligte Schule, die **Albert-Schweitzer-Schule in Neukölln**, ist ein Gymnasium, an dem neben dem Abitur auch der Hauptschulabschluss und der Realschulabschluss erworben werden können. Derzeit wird die Schule von ca. 440 Schülern besucht, etwa **85%** davon haben einen **Migrationshintergrund** und haben Deutsch als Zweitsprache erlernt. Die Schüler bzw. ihre Familien stammen überwiegend aus der Türkei, aber auch aus arabischen, asiatischen und süd- bzw. südosteuropäischen Ländern.

BESONDERS ALLTÄGLICH. ALLTÄGLICH BESONDERS. Jugend in Neukölln

Dass bisher ein hoher Anteil der Schüler die Schule mit einem unter der Hochschulreife liegenden Abschluss verließ, hat laut Aussage des Direktors weniger mit der intellektuellen Kapazität, die Lerninhalte erfolgreich zu bewältigen, zu tun, als mit einer verminderten Möglichkeit eine aktive Teilhabe an der Mehrheitsgesellschaft zu erreichen und einem daraus resultierenden geringerem Selbstbewusstsein. Nach wie vor gilt zu konstatieren, dass ein migrantischer und/oder sozial schwacher Hintergrund in Deutschland immer noch eng mit fehlenden beruflichen Aufstiegschancen verknüpft ist.

Wie Paul Nolte in seinem Buch „Riskante Moderne“ feststellt, sind für Migranten die „Grenzen des sozialen Aufstiegs, der Partizipation an Bildung, der ökonomischen ebenso wie kulturellen Integration in die Mehrheitsgesellschaft ungewöhnlich eng“ (NOLTE 2006, 98).

Ein kleines Beispiel zeigt dies deutlich: Um den beteiligten Schülern Hintergründe zur Museumsgeschichte zu vermitteln und den meisten von ihnen – der Großteil der beteiligten Schüler waren Muslime – einen Anknüpfungspunkt an die eigenen Lebenswelten zu geben, war ein Besuch im Museum für Islamische Kunst auf der Museumsinsel geplant. Daraufhin fragten die Eltern eines Schülers, wo sich im Bezirk Neukölln denn das Museum befände. Viele der Schüler und ihre Familien sind so eng im lokalen Leben ihres Stadtbezirks verortet, dass sie noch nie davor in den Museen der Museumsinsel waren – und wenn, dann nur im Rahmen eines Schulbesuchs.

Möglichkeiten, Erwartungen und Ziele:

- Durch die Arbeitsweise, welche die Arbeit an einer Ausstellung erfordert, Querschnittskompetenzen wie Teamfähigkeit, Selbständigkeit oder Zielorientiertheit sowie Sprachkompetenzen der beteiligten Schüler zu fördern.
- Museumsgeschichte, die Funktionen von Museen und Kenntnisse, die für die Vorbereitung und Durchführung einer Ausstellung notwendig sind, den Schülern zu vermitteln.
- Die Arbeit an einer Ausstellung über den eigenen Alltag sollte den Schülern die Möglichkeit geben, persönliche Erfahrungen und Erlebnisse in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses zu rücken. Neben der Chance zur Selbst-Artikulation wurde auch die kritische Selbstreflexion angeregt.

- Durch Gespräche und die enge Zusammenarbeit mit Museumsexperten lernten die Beteiligten die vielfältigen, am Museum angesiedelten Berufsfelder kennen, um auf diesem Wege neue Berufsperspektiven für sich zu entwickeln.

Innovationsgehalt und Herausforderungen

Der Innovationsgehalt des Projekts lag zum einen darin, dass das Ethnologische Museum erstmals Jugendlichen unterschiedlicher ethnischer Herkunft die Möglichkeit gab, sich in einem größeren Umfang in einer Ausstellung zu artikulieren. Zum anderen lag das Novum aber vor allem in der interdisziplinären und generationsübergreifenden Zusammenarbeit von Schülern, Lehrern und Museumsexperten an einem gemeinsamen Ausstellungsprojekt. Im Gegensatz zu üblicherweise am Museum angebotenen Vermittlungsangeboten, bei denen Schüler sich bestimmte, von Erwachsenen erarbeitete Themen „entdeckend“ erschließen können, waren in diesem Projekt die Schüler diejenigen, die ein Thema ihrer Wahl selbständig bzw. mit Unterstützung von Lehrern und Museumsexperten erarbeiteten und es dann der Öffentlichkeit präsentierten.

Unsicherheiten lagen darin, wie viel Verantwortung man Jugendlichen im Alter von 14-15 Jahren zumuten kann, wie sich die zeitlichen Anforderungen, die das Erarbeiten einer Ausstellung mit sich bringen, mit den relativ starren Regelungen des Schulalltags vereinbaren lassen und wie (Mit-)Schüler, Lehrerkollegium und Eltern auf die zeitweise Abwesenheit der Schüler im regulären Unterricht reagieren würden. Und wie würde das Museumspersonal mit jugendlichen Laien zusammenarbeiten?

Vom Schwellenüberwinden bis zum Ausstellungsmachen

Für die Realisierung des Projektes stand ein knappes Schuljahr zur Verfügung. In diesem Zeitraum, traf sich die Gruppe einmal pro Woche im Unterricht, betreut von einer Freien Museumsexpertin und Kuratorin.

Zu Beginn sollten sich die Schüler mit der Institution Museum vertraut machen. Nach einem Einblick in die Geschichte und Funktion von Museen im Allgemeinen



wurden die Schüler mit unterschiedlichen ästhetischen Möglichkeiten musealer Präsentation konfrontiert. Schließlich konnten sie auch hinter die Kulissen sehen, um die vielfältigen Aufgabenfelder und Ziele eines Museums kennen zu lernen.



Besuch im Museum für Islamische Kunst, Berlin
(Foto: Gürdeniz Alkan)

Zurück im Klassenzimmer wurde das konkrete inhaltliche Konzept für die Ausstellung erarbeitet. Schließlich hatten sich alle darauf geeinigt, in vier thematischen Kapiteln, Einblicke in ihren Schul- und Familienalltag, ihr religiöses Leben und ihre Freizeitkultur zu gewähren. Schritt für Schritt folgte die Erarbeitung der Inhalte für die jeweiligen Abschnitte: Dies umfasste das Festlegen der Ausstellungsstücke, die Erarbeitung von Texten und die



In der Schule (Foto: Barbara Lenz)

konzeptionelle Entwicklung, wie reale Erstellung von auditiven, visuellen und audiovisuellen Ausstellungsmaterialien.

Im Laufe der wöchentlichen Unterrichtseinheiten im Klassenzimmer wurde immer deutlicher, dass die Idee des Ausstellungsmachens abstrakt bleibt, solange die Vorbereitung einer Ausstellung auf dem Papier und im Kopf erfolgt. Die Identifikation der Jugendlichen nahm deutlich zu, als die Ausstellung in zwei intensiven Wochen aufgebaut wurde.



Liebingsdinge und Zukunftsfragen
(Foto: Birte Filmer)

Schließlich war es soweit: Sehr zur Freude aller war die Eröffnung ausgesprochen gut besucht. Nicht nur Eltern, Schüler und Freunde kamen, sondern auch zahlreiche weitere Gäste sowie Pressevertreter.

Interessant für alle Akteure war der Blick von außen: In einem Evaluationsbericht zum Projekt schrieb **Michael Fehr**, Leiter des Instituts Kunst im Kontext der Universität der Künste in Berlin (FEHR 2008):



Die letzten Vorbereitungen
(Foto: Frank Wagner)

„Für einen nicht involvierten, doch über den Alltag von Jugendlichen im Groben orientierten Besucher, wie dem Autor, bot die Ausstellung vor allem im Eingangsbereich und Bereich ‚Religion‘ neue Erkenntnisse sowie einige noch nie gesehene

Objekte und überraschte die selbstbewusste Art, mit der (in einem Video) Riten im Zusammenhang mit dem Besuch der Moschee, (nicht ohne Ironie: ‚Wir lieben Kitsch‘) die Exponate in der Vitrine erklärt und ohne Umschweife auch über verschiedene Glaubensrichtungen innerhalb des Islam informiert wurde.“

Thema Religion
(Foto: Birte
Filmer)



Was ziehen
wir an?
(Foto: Claudia
Obrocki)



Esskulturen
(Foto: Claudia
Obrocki)



Herausforderungen und Strategien für das Museum:

In großen öffentlichen Institutionen wie den Staatlichen Museen zu Berlin gibt es eine große Anzahl von Mitarbeitern, die in Ausstellungsprojekte miteinbezogen sind. Mit Kuratoren und Restauratoren muss geklärt werden, inwieweit ihre Kompetenzen Teil des Projekts sein sollen, Absprachen über Raumnutzung, Handwerkerarbeiten und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit werden oft weit im Vorfeld getroffen.

Und in der Schule?

Dem – oft diametral – gegenüber steht der Schulalltag: Blockorientiertes Arbeiten, das viele Projekte erfordern, ist nur zu bestimmten Zeiten im Schuljahr möglich. Besuche im Museum können oft nur zu Wandertagen erfolgen und Lehrer, die mit ihren Fächern nicht am Projekt beteiligt sind, können die Abwesenheit der Schüler in ihren Stunden als hinderlich für den Lernerfolg empfinden. Der Spagat zwischen Erreichen der qualitativen Anforderungen, die Projekte mit außerschulischen Partnern stellen, und dem Sicherstellen von gleich bleibender Aufmerksamkeit für alle schulischen Belange wird oft zum Balanceakt, dem nicht alle Schüler standhalten.

...schön soll es sein, aber...

Unser Anspruch an Projekte mit Schulen ist auch die qualitativ hochwertige Präsentation – genauso professionell wie andere Ausstellungen in Museen. Selbst die Schüler sehen die Arbeitsergebnisse gerne in einem professionellen Kontext. Gerade die Darstellung vor einem Publikum, das nicht nur aus Eltern, Lehrern und Freunden besteht, hat die Teilnehmer von „Besonders Alltäglich“ mit Unterstützung der Museumsmitarbeiter intensiv an Präsentation und Design der Ausstellung tüfteln lassen.



BESONDERS ALLTÄGLICH. ALLTÄGLICH BESONDERS. Jugend in Neukölln

Es ist Aufgabe der museumspädagogischen Projektverantwortlichen, eine machbare Form zu finden, in der Ergebnisse von den Schülern erarbeitet und erzielt werden, sowie inhaltlich schlüssig und sinnlich ansprechend für die Präsentation aufbereitet werden.

Fazit

Die Arbeit an einem Ausstellungsprojekt über den eigenen Alltag verlangte von jedem eine große Bereitschaft, offen über persönliche Dinge zu reden, Meinungen preiszugeben und sich gegenseitig zuzuhören. Der Prozess der Themenentwicklung erforderte es, dass sich die Schüler gegenseitig über die Unterschiede ihrer Lebenspraxis und Meinungen befragten. Damit einher ging die Entwicklung eines positiven Gemeinschaftsgefühls und letztlich der Toleranz füreinander. Gerade Erfolgserlebnisse auf der Ebene der Querschnittskompetenzen sind vor allem durch das intensive langfristige und nachhaltige Arbeiten zu erreichen.

Für die kulturelle Bildungsarbeit von Museen haben Projekte wie „Besonders Alltäglich. Alltäglich Besonders. Jugend in Neukölln“ einen Best-Practice Charakter. Verstärkt sollte aber auch darüber nachgedacht werden, wie Bildungs- und Kultureinrichtungen Curricula für Schulen (mit)entwickeln können, die es möglich machen, Inhalte der Lehrpläne – interdisziplinär und fächerübergreifend – an außerschulischen Lernorten zu vermitteln.

Sicher (noch allerdings Zukunftsmusik) könnte dafür das US-amerikanische Konzept der Museum-Schools eine Leitlinie sein. Beobachtung, Anfrage, Recherche, Analyse, Präsentation und Reflexion heißen dort die Zutaten,

mit denen die Schüler regelmäßig in Museen unterrichtet werden bzw. selbständig zu bestimmten Themen recherchieren. Der Unterricht erfolgt in Modulen, die verschiedene Fächer und ihre Inhalte abdecken.

Auf diese Weise kann „Best-Practice“ zu „Normal-Practice“ für alle werden.

Text:

Monika Zessnik MA, Besucher-Dienste der Staatlichen Museen zu Berlin

Mitarbeit: Barbara Lenz MA, Ethnologin und Freie Kuratorin

Fotos:

Gürdeniz Alkan; Birte Filmer; Barbara Lenz; Claudia Obrocki
Die Abteilung Besucher-Dienste der Staatlichen Museen zu Berlin konzipiert, koordiniert und organisiert die Bildungsarbeit der SMB in Zusammenarbeit mit allen ihren Einrichtungen. Die Museums-pädagogen entwickeln als Mittler zwischen den Fachwissenschaftlern und den Museumsbesuchern Angebote für alle Besucher – fokussiert auf die einzelnen Zielgruppen.
www.smb.museum/bildung

Literatur:

FEHR M. 2008, Die Ausstellung „Besonders Alltäglich. Alltäglich besonders. Jugend in Neukölln“ im Ethnologischen Museum, Staatliche Museum zu Berlin, 07.09. – 15.10.2007, Beobachtungen und Einschätzungen, Berlin, 21.02.2008 (unveröffentlichter Evaluierungsbericht).

HEIN G. E. & ALEXANDER M. 1998, American Association of Museums (Washington, DC), Museums: Places of Learning.

NOLTE P. 2006, RISKANTE MODERNE. DIE DEUTSCHEN UND DER NEUE KAPITALISMUS.

Gerade die Darstellung vor einem Publikum, das nicht nur aus Eltern, Lehrern und Freunden besteht, hat die Teilnehmer von „Besonders Alltäglich“ mit Unterstützung der Museumsmitarbeiter intensiv an Präsentation und Design der Ausstellung tüfteln lassen.

Audience Development:

Vor der Kür die Pflicht

Unberechenbares Publikum?

Das Museumspublikum wird zunehmend unberechenbar. Es kommt neugierig und wendet sich ebenso rasch wieder ab. Somit buhlen Museen heutzutage mit einer Vielzahl von Bildungs- und Freizeiteinrichtungen um die Gunst von BesucherInnen, d.h. um deren Aufmerksamkeit und Interesse sowie deren zeitliche und finanzielle Möglichkeiten.

Eva Estermann

Angesichts der Angebotsvielfalt zwischen immer mehr Medien-, Unterhaltungs- und Kulturkanälen einerseits und stagnierender öffentlicher Finanzmittel andererseits sind Museen einem zunehmenden Verdrängungswettbewerb ausgesetzt. Zudem können sich Museen nicht mehr auf ein mehrheitlich bildungsbürgerliches Stammpublikum verlassen, das in seinem Verhalten, seiner Besuchsfrequenz oder seinen Präferenzen eher kalkulierbar und beständig war.

Museum als Ereignis

Kultur wird heutzutage beiläufig und optional konsumiert. Im Freizeitverhalten herrschen Neugier und Zerstreuung als Dauerstimulans, somit wird auch an die Kultur die Erwartung der „spannungsreichen Daueranregung“ geknüpft (JOHN & DAUSCHEK 2008). Unterhaltung, Zeitgeist oder Erlebnis sind allerdings nicht notwendigerweise mit nivellierender Massenkultur gleichzusetzen. Museen, die besucherorientiert agieren und erlebnisrei-

che, unterhaltsame Programme anbieten, können sehr wohl ihre Qualitätsansprüche beibehalten, wenn nicht sogar erhöhen. Denn Ausstellungsinhalte, die oft komplex und sperrig sind, müssen umso mehr in eine allgemein verständliche Sprache übersetzt, kontextualisiert und vereinfacht werden, so dass sie Menschen verstehen, berühren oder zum Nachdenken anregen. Künstlerische Produktionen, die künstlerisch innovativ sind und zugleich ein breites Publikum ansprechen wollen, sind eher aufgefordert, noch genauer über die Zusammenhänge zwischen Kunst und Leben nachzudenken (MORTON SMYTH LIMITED 2004).

Spagat im Museum

Die Abgrenzung zwischen sogenannter Hoch- und Populärkultur bzw. E- und U-Kultur wird zunehmend aufgehoben. Damit wird auch die Schubladisierung zwischen angeblich anspruchsvoller, weil autonomer, vom Zeitgeist entkoppelter, und angeblich anspruchsloser, weil kom-





Museum als Ereignis:
Der große Saal des Lentos wird für einen
Abend Austragungsort einer Modenschau,
im Rahmen der Ausstellung HAUS-RUCKER-
CO, 2008
(Foto: Norbert Artner)

merzieller und erlebnisorientierter Kultur, obsolet. Die „Kulturform“ Event stellt für viele Kulturwissenschaftler eher eine Möglichkeit der Professionalisierung im Museumsbetrieb bzw. der Verfeinerung des bestehenden Angebots dar, ohne unbedingt auf die wissenschaftliche und künstlerische Arbeit unmittelbar einzugreifen. Besucherorientiert sind jene Museen, die sich viel stärker noch als Bestandteil und nicht als außen stehender Beobachter oder gar Außenseiter der Gesellschaft verstehen: Museen bleiben nicht unbeeinflusst vom sozialen Wandel außerhalb der eigenen Mauern, sie sollen und können – u.a. durch eine verständliche, gesellschaftlich relevante, unterhaltende Aufbereitung und Vermittlung – aktiv zum Wandel beitragen (KIRCHBERG 2005).

Zauberwort Audience Development?

In der Diskussion um eine bessere Besucherorientierung klingt Audience Development fast wie ein Allheilmittel. In der Tat zeugen immer wieder neue Modelle und

Beispiele internationaler Good Practice im Bereich Besucherentwicklung und Kunst- und Kulturvermittlung davon, wie Kunst und Kultur einer breiteren Gesellschaft erschlossen werden kann, ohne zur Verflachung von Museumsangeboten zu führen. Für Museen, die sich zur Aufgabe setzen, mehr und vor allem neue, kulturfernere Bevölkerungsgruppen zu erreichen, ist dies mit einem bedeutenden Mehraufwand verbunden. Grundlegende Voraussetzung ist ein Bekenntnis, das Museum und seine MitarbeiterInnen von Grund auf besucherorientiert auszurichten. Besucherorientierung ist nicht nur Anliegen der Kommunikation und Kunst- und Kulturvermittlung, auch das künstlerische bzw. wissenschaftliche Personal, v.a. aber die MitarbeiterInnen mit direktem Besucherkontakt (Kasse, Aufsicht) denken den/die Besucher/in konsequent in der eigenen Museumsarbeit mit.

Ziel ist es, verstärkt auf die Aktivierung der MuseumsbesucherInnen und deren generelle Dialogfähigkeit zu setzen. Noch immer haftet der Besucherorientierung ein



Museum als Ereignis:
Modenschau im Lentos
Kunstmuseum im Rahmen
der Ausstellung
HAUS-RUCKER-CO,
Kooperation mit Kunst-
universität Linz und
Anton Bruckner
Privatuniversität, 2008
(Foto: MaschekS)

„plebiszitärer“ Geruch an, allerdings ist diese nicht mit der Anbiederung an ein Massenpublikum gleichzusetzen. Mehr als ein plebiszitäres Eingreifen des Publikums in das Museumsangebot und die zwanghafte Inszenierung von Erlebnissen ist mit Besucherorientierung vor allem gemeint, BesucherInnen verstärkt als Rezipienten anzusprechen, sie viel mehr in Gestaltung (z.B. Wandtexte, Ausstellungsarchitektur) und Vermittlung mitzubedenken. Es geht weniger um die Bestimmung und Kontrolle durch das Publikum, als um die Förderung von Kommunikation und Dialog zwischen Museum und BesucherInnen.

Museen entdecken verstärkt, dass das Publikum keine homogene Masse, sondern – wie unsere Gesellschaft – ein bunt zusammengesetztes Gefüge von Menschen ist, die Museen mit sehr unterschiedlichen Voraussetzungen, d.h. Wissen, Interessen und Verhalten, besuchen. Publikumsanalysen helfen dabei, die soziologischen Koordinaten dieser Masse und deren komplexe Motivationen zu entschlüsseln. So können ganz unterschiedliche Zielgruppen identifiziert und mit konkreten Angeboten angesprochen werden: ErstbesucherInnen mit diffuser Erwartungshaltung haben andere Bedürfnisse als ein kritisch reflektierendes Stammpublikum oder potentielle BesucherInnen, die diverse Barrieren (sprachliche, körperliche, kognitive, finanzielle, räumliche) von einem Besuch abhalten. Kommunikations- und Vermittlungsaktivitäten werden je nach Zusammensetzung des Publikums darauf abgestimmt: Im zielgruppenspezifischen Marketing etwa können so beim Einsatz teurer Medien Streuverluste vermieden und Zielgruppen ganz spezifisch mit Angeboten angesprochen werden.



Audience Development in Etappen

Audience Development wird nicht von einem Tag auf den anderen umgesetzt. Vor der Kür erfolgt die Pflicht – Zunächst müssen die grundlegenden Rahmenbedingungen, die einen Museumsbesuch so angenehm wie möglich machen, geschaffen und permanent überprüft werden (Eingangs- und Foyergestaltung, Barrierefreiheit, Leitsystem, freundlich-kompetentes Personal, Eintrittspreise und Ermäßigungen, Shop und Restaurant, Verweilmöglichkeiten, Audio-Guide, Wandtexte). Erst nach einer konsequenten Serviceorientierung kann über zielgruppenspezifische und/oder niedrigschwelligere Programme nachgedacht werden, bei denen auch kunst- und kulturferne Milieus angesprochen werden. Vor der Besucherforschung ist erst einmal „Nähe“ zu den BesucherInnen zu suchen: Das Museum muss verstehen, wie diese „ticken“, was sie interessiert, welche Sprache sie sprechen. Über Kooperationen und bestehende Netzwerke (z.B. innerhalb städtischer Einrichtungen, Förderverein, Unternehmenskooperationen,



Ausstellungsansicht aus der Sammlung des Lentos „Aufmischen. Sammlung Neu“ bis Ende 2008 (Foto: MaschekS)

Bildungseinrichtungen oder Jugendarbeit) kann lokaler Bezug hergestellt werden. Über Mitgliedschaften, wiederholende Veranstaltungen und v.a. durch ein abwechslungsreiches Vermittlungsprogramm können Besucherbindungen und positive Mundpropaganda aufgebaut werden.

Besucherforschung – Desiderat oder lästiger Mehraufwand?

Die Besucherforschung, Instrument der Besucherentwicklung, ersetzt in keiner Weise die wissenschaftliche und gestalterisch-kreative Museumsarbeit. Sie bietet allerdings Hilfestellung für Museumsverantwortliche und Ausstellungsplaner, so dass Ausstellungen und Museumsangebote nicht an den Interessen von BesucherInnen vorbeigeplant werden. Durch Besucherforschung kann auf unterschiedliches Interesse und Wissen eingegangen werden.

Professionelle Besucherforschung ist natürlich mit erheblichen Zeit-, Kosten- und Personenaufwand verbunden.

Jeder Einsatz wird mit den jeweiligen Opportunitätskosten abgewogen, da Mittel gebunden werden, die für andere Zwecke der Museumsarbeit – etwa den laufenden Ausstellungsbetrieb oder den musealen Ankaufs- und Restaurierungsbedarf – eingesetzt werden können. Ein Blick auf die Museumspraxis zeigt, dass Museen grundsätzlich Besucherforschung wichtig finden. Allerdings werden in Zeiten knapper finanzieller Mittel im Kulturbetrieb neu einzuführende Verfahren noch strenger von Museumsverantwortlichen auf ihre Relevanz, Sinnhaftigkeit und (unmittelbare) Wirkung geprüft. Laut einer Umfrage unter deutschen Museen haben rund 90% in den letzten fünf Jahren eine Befragung durchgeführt. Über 74% bedienen sich des am Ort aufliegenden Fragebogens. Immerhin mehr als 46% haben persönliche Interviews durchgeführt, fast 10% postalisch Fragebogen versendet, jeweils etwa 7% Telefon- und Gruppeninterviews durchgeführt. Weniger als 5% bieten Befragungen auf ihrer Homepage bzw. per E-Mail an. Die Durchführung obliegt nicht immer dem eigenen Personal (ca. 57%), sondern wird oft in Kooperation mit Studierenden (19%), Hochschulen (ca. 18%), aber auch professionellen Marktforschungsinstituten (ca. 18%) betrieben: Verbesserungspotenziale sehen die befragten Museen in erster Linie in der Ausweitung der Befragungszielgruppen, denn der Fokus liegt bisher auf bestehenden und nicht potentiellen BesucherInnen. Weiter bemängelt wird die Untersuchungsmethodik (ZAD 2007). Die Ergebnisqualität hängt maßgeblich von Untersuchungsdesign, Stichprobe, Detailgrad und Vergleichbarkeit mit historischen oder institutionellen Daten ab. Offen ist auch die Ergebnisumsetzung: Der Erfolg ist oft nur mittel- bis langfristig messbar, somit besteht bei vielen die Angst, dass kostspielige Studien in der Schublade landen.

In Zeiten knapper finanzieller Mittel werden im Kulturbetrieb neu einzuführende Verfahren noch strenger auf ihre Relevanz, Sinnhaftigkeit und Wirkung geprüft.

Fest steht, die Potenziale von Besucherforschung sind lange nicht ausgeschöpft. Dem Einsatz von aufwendiger Besucherforschung stehen einzelne Mittel gegenüber, die bei nur geringem Aufwand bezüglich infrastruktur- und



Kunst als Ereignis: KünstlerInnen arbeiten im Museum
„Peinture Fraîche, Face à Face avec le 9e concept“, Centre Georges Pompidou, Okt 2007 - Jan 2008
(Foto: Eva Estermann)

marketingbezogenen aber auch inhaltlichen Fragestellungen Hilfestellung leisten: Besucherstatistik, E-Mail-Korrespondenz, Verbesserungsvorschläge / Beschwerden, Gästebuch, eigene Beobachtungen der BesucherInnen und v.a. Gespräche mit dem eigenen Personal, das unmittelbar in Kontakt mit BesucherInnen ist. Auch übergreifende Bevölkerungs-, Touristik- und / oder Museumsstatistiken stellen wertvolle Sekundärdaten dar, die meist noch viel zu wenig genutzt werden. Vorausgesetzt die Daten werden systematisch ausgewertet, können mit diesen bereits interessante Aussagen über Typologie, Verhalten und Wünsche von Besuchern getroffen werden.

„Das neugierige Museum“ – das selbstreflexive Museum

Einen ganz neuen Weg der Öffnung nach Außen begeht das Lentos Kunstmuseum Linz im Rahmen des Projekts „Das neugierige Museum“: Neben der Anwendung klassischer Besucherforschungsmethoden öffnet es im Rahmen dieses Linz09-Kulturhauptstadtprojekts eine in-

novative, künstlerische Form des Dialogs. Das neugierige Museum möchte von KünstlerInnen und von seinen NutzerInnen lernen. Gemeinsam mit ausgewählten PartnerInnen (insbesondere KünstlerInnen und KunstvermittlerInnen) wird in einem selbstreflexiven, mehrstufigen Prozess über das eigene Museum nachgedacht, um temporäre Projekte sowie nachhaltige Veränderungen zu initiieren. Mittels Interventionen werden Austausch und Kommunikation mit BesucherInnen, der Stadt Linz, verschiedenen Interessensgruppen und auch mit MitarbeiterInnen des Museums in Gang gesetzt. Ziel ist es, dass das Museum als traditionsreiche Institution seine zum Teil habitualisierten, eben tradierten Aufgaben und Funktionen hinterfragt. Rollen und Verhaltensweisen von BesucherInnen und MitarbeiterInnen, Praktiken und Sichtweisen, sowie Raumauffassungen verfestigen sich in einem Museum über die Jahre, so „dass es eines frischen Blicks, des unvoreingenommenen Zugriffs von außen bedarf, um Veränderungen und Überraschungen möglich zu machen“ (www.linz09.at/de/detailseite/programm/programm/ankuendigungen09/1495912.html). Zu Beginn des Projekts steht die Einladung an KünstlerInnen-Gruppen



und Kulturschaffende aus Linz, Österreich und anderen europäischen Ländern, sich mit dem Lentos eingehend auseinander zu setzen und daraus einen Vorschlag zu entwickeln, einen Bereich – z.B. Ausstellung, Museumsaufenthalt, Vermittlung, Veranstaltung – neu zu denken und zu verändern. In den Dialog miteinbezogen werden verschiedenste Interessens- und Altersgruppen, MigrantInnen, Vereine, MitarbeiterInnen oder der Förderverein des Museums. „Das neugierige Museum“ ist kein Besucherforschungsprojekt, auch kein Projekt, das unmittelbar auf Besucherentwicklung abzielt. Es ist allerdings ein Beispiel dafür, wie kulturelle Einrichtungen sich auch von künstlerischer und vermittlungstechnischer Seite einer Öffnung stellen und sich damit nicht mehr den Vorwurf gefallen lassen, sich als Museum in einer „selbst-referentiellen Eigenwelt“ (KLEIN 1995) zu bewegen.

Text: Mag. Eva Estermann, Museen der Stadt Linz (Lentos Kunstmuseum Linz / Nordico – Museum der Stadt Linz), Marketing

Fotos: Norbert Artner; Eva Estermann; MaschekS;

Literatur:

JOHN H. & DAUSCHEK A. 2008, Museen neu denken: Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit.

KIRCHBERG V. 2005, Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven, Berliner Schriften zur Museumskunde.

KLEIN H.-J. 1995, Besucherforschung als Antwort auf neue Herausforderungen, in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Museen und ihre Besucher, 72-74

MORTON SMYTH LIMITED 2004, Not for the likes of you, How to reach a broader audience (Arts Council 2004)

SCHULZE G. 2007, Die Zukunft der Erlebnisgesellschaft.

ZAD 2007: Zentrum für Audience Development am Institut für Kultur- und Medienmanagement der Freien Universität Berlin, Besucherforschung in öffentlichen deutschen Kulturinstitutionen (Juni 2007).

VAN GOGH

5.9. – 8.12.2008
Jetzt täglich 9 bis 19 Uhr
Mittwoch 9 bis 21 Uhr
Albertinaplatz 1, 1010 Wien, www.albertina.at

Sponsoren

- AT
- Raiffeisen Landesbank
- UNIQA

Partner der Albertina

- kommunal KREDIT
- SUPERFUND
- Post.at

ALBERTINA

Additional logos and text at the bottom left:
ceticket.com
WIEN-TICKET.AT
SMS mit ALBERTINA an 0664 660 6000



A Stranger's breakfast, in Doogga, 1965, Öl/Linwand, Linz, Eigel

FRITZ AIGNER

Wunderkind und Malmaschine

30.09.08 – 11.01.09

www.nordico.at

Nordico - Museum der Stadt Linz



LinZ
verändert



Lois und Franziska Weinberger, Ohne Titel, 2003

LOIS & FRANZISKA WEINBERGER

24.10.08 – 25.01.09

www.lentos.at

Lentos Kunstmuseum Linz



LinZ
verändert

To most art museums
pricing is a mystery.
(BLATTBERG & BRODERICK 1999, 341)



Hohe Eintritts- preise als Barriere?

Heimo Konrad

In den letzten Jahren kam es national wie auch international zu einem Museumsboom (vgl. neues museum 2007/1&2). In Österreich wurden beispielsweise das Museum der Moderne in Salzburg, die Sammlung Essl in Klosterneuburg, das Leopold Museum, das MUMOK und das Lentos in Linz neu gebaut. Wesentliche Umbauten erfuhren etwa die Albertina, das Liechtensteinmuseum in Wien sowie das Landesmuseum NÖ in St. Pölten. Parallel dazu berichten öffentliche Medien von stetig steigenden Besuchszahlen und zeichnen das Bild eines Besuchsbooms. Diese Darstellung möchte ich kritisch hinterfragen und aufzeigen, dass es in bedeutenden Teilgebieten der österreichischen Museumslandschaft Probleme mit der Akzeptanz durch das Publikum gibt.

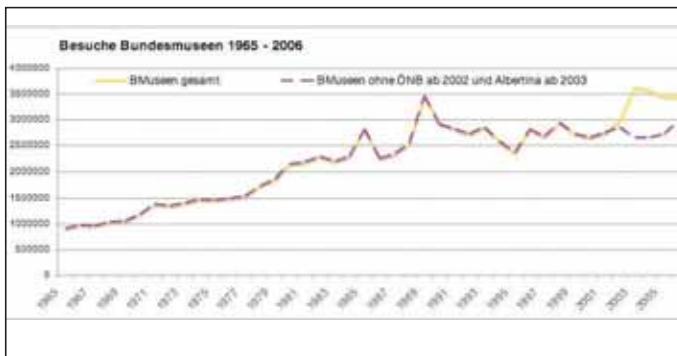
Einen Grund für das Problem orte ich in einer Summe von **teilweise massiven Eintrittspreis-erhöhungen in den letzten Jahren**. Diese These möchte ich in diesem Beitrag näher ausführen und kurz auf die damit verbundenen negativen Auswirkungen eingehen. Untersuchungsgegenstand meiner Analysen sind unterschiedliche Häuser der ausgegliederten Bundesmuseen. Vor allem Museumsverantwortliche, die bei der Finanzierung ihrer Häuser monetäre Unterstützung von öffentlichen Körperschaften beziehen, sollten der Gestaltung der Eintrittspreise große Aufmerksamkeit widmen.

Mit neuen Museen wird häufig von den Medien eine allgemeine Zunahme der Besuchszahlen vorweggenommen und kommuniziert. Diese Behauptung ständig steigender Besuchszahlen unterzog V. Kirchberg in Deutschland einer genaueren Analyse. Auf den ersten Blick ergaben die vorhandenen Statistiken zu Besuchszahlen westdeutscher Museen zwischen 1981 und 1996 eine Steigerung der Besuche von ca. 86 Millionen auf ca. 90,5 Millionen. Kirchberg nahm an der vorliegenden Statistik Bereinigungen (Anzahl der Museen) und Neuberechnungen vor und kam zu einem Ergebnis von ca. 99 Millionen Besuchen 1981 und ca. 90,5 Millionen 1996. Dies entspricht einem Absinken von ca. 8,60%. Noch drastischer wird das **Sinken der Besuchszahlen**, wenn man den Durch-

schnittswert pro Museum betrachtet. **So nahm die Besuchszahl pro Museum in der genannten Periode um 38,69% ab.** Verständlicher wird dies, wenn man den Anstieg der Anzahl an Museen von 2.759 im Jahre 1981 auf 4.113 Museen im Jahr 1996 betrachtet. **Es handelt sich also nicht um einen Besuchsboom, sondern um einen Boom der Institutionen, sei es durch Neugründungen oder Neubauten** (KIRCHBERG 2005, 25). Auch in Österreich existieren Indizien für die Gültigkeit dieser These.

Entwicklung der Besuchszahlen der Bundesmuseen

Untersucht man die Entwicklung der Besuchszahlen der Bundesmuseen, lässt sich festhalten, dass sich die „steigenden“ Besuchszahlen seit Beginn der Ausgliederung im Jahre 1999, einerseits aus der Einbeziehung eines neuen „Museums“ in die Berechnung (Österreichische Nationalbibliothek seit 2002) und andererseits durch die völlige Umgestaltung und Neupositionierung der **Albertina** seit 2003 (ehemals Grafische Sammlung Albertina) ergaben. Würde man diese Häuser nicht entsprechend in die Berechnungen einbeziehen, würden sich die Besuchszahlen erheblich reduzieren (KONRAD 2008, 129ff). Dies zeigt die nachfolgende Grafik.



Die auffallend hohen Besuchszahlen Ende der 1980er, Anfang der 1990er Jahre ergaben sich aus dem Umstand, dass es anlässlich der Ostöffnung (Wegfall des Eisernen Vorhanges) einen ministeriellen Erlass gab, der den Besuchern die Möglichkeit bot, die Bundesmuseen gratis zu besuchen. Diese Möglichkeit wurde unübersehbar stark genutzt (HAUPT 1991, 220).

Die Bedeutung der Eintrittspreisgestaltung

Die Bedeutung der Eintrittspreisgestaltung wird in der Literatur sehr kontroversiell betrachtet: So plädiert W. Fischer für deren Flexibilität. Er sieht die Notwendigkeit, bei hoher Besuchsnachfrage die Preise zu erhöhen (FISCHER 2004, 242). Ein Beispiel für diese These stellt die Preisgestaltung im Historischen Grünen Gewölbe der **Staatlichen Kunstsammlungen Dresden** seit der Wiedereröffnung nach der vollständigen Restaurierung dar. Aufgrund des großen Interesses des Publikums wurde der Eintrittspreis auf 10 EUR erhöht. Um Wartezeiten zu vermeiden gibt es die Möglichkeit **Vorverkaufskarten** für zusätzlich 1,50 EUR zu reservieren. Zu beachten ist, dass keine Ermäßigungen gewährt werden. Die Preisgestaltung für die Eintrittspreise aller übrigen Sammlungen der Museen der staatlichen Kunstsammlungen Dresden ist weitaus moderater und liegt bei maximal 6 EUR. Darüber hinaus werden für diese Sammlungen auch Ermäßigungen gewährt und es gibt keine entgeltliche Möglichkeit zur Vorreservierung.

B. Frey und S. Meier differenzieren noch weiter: „Additionally, the museum could charge more at weekends and less during summer holidays. Tourists could be charged more than local residents. Visitors who want to spend little time in a particular museum could be charged less. In periods of high demand when the art museum is stretched to capacity, a high and a low entrance fee could be set; the higher-priced entrance will have a shorter queue and will be used by visitors with high opportunity cost“ (FREY & MEIER 2006, 1034).

Diesem aktiven Umgang der Gestaltung von Eintrittspreisen stehen aber auch gegenteilige Meinungen gegenüber. G. Lückner traf anlässlich eines Forschungsprojektes über die Situation der Kunstmuseen in Österreich im Jahre 1983 die Feststellung, dass die Frage, ob freier Eintritt oder nicht, sowie die Höhe des Eintrittspreises für Besucher keine Rolle spielt. Dies ist bei der damals geringen Höhe des Eintrittsgeldes auch verständlich (LÜCKER 1983, 45). Einige Jahre später sahen auch W. Pommerehne und B. Frey in der Höhe der Eintrittspreise kein Hemmnis für einen Museumsbesuch, da sie die Kosten dafür für vernachlässigbar hielten (POMMEREHNE & FREY, 68). Aber auch in neuen Publikationen findet man immer

wieder die Auffassung, dass die Höhe von Eintrittspreisen eher eine untergeordnete Rolle spielt, so erst neulich A. Klein in einer Publikation aus dem Jahre 2007. Dabei muss allerdings angemerkt werden, dass sich Klein bei dieser Feststellung auf Daten aus den Jahren 1989 bis 1993 bezieht. Klein meint, dass die Nichteinhebung bzw. eine Senkung von Eintrittspreisen nur einen geringen Anreiz zum Museumsbesuch darstellt, während umgekehrt die Einhebung bzw. Erhöhung von Eintrittsgeldern durchaus einen Abschreckungseffekt haben kann (KLEIN 2007, 214).

Da diese Thesen nicht auf aktuellem Zahlenmaterial beruhen, müssen sie in der Zwischenzeit relativiert werden. Auch M. Raffler sieht Eintrittspreise als eine Barriere, durch die es zu einer Selektion des Publikums kommt (RAFFLER 2007, 337). **Die Höhe der Eintrittsgelder ist in den letzten Jahren mehrmals exorbitant gestiegen.** So ist beispielsweise der Eintrittspreis für Vollzahler im Hauptgebäude des **Kunsthistorischen Museum Wien** in der Zeit von 1993 bis 2006 von 3,27 EUR auf 10 EUR gestiegen. Dies entspricht einer Steigerung um **305,8%**. Blickt man noch weiter zurück, so ergibt ein Vergleich mit den gleichen Parametern im Jahre 1976 einen Eintrittspreis von 0,73 EUR. Dies würde einer Steigerung um 1.369,86% entsprechen. Mit einer Anpassung aufgrund der allgemeinen Teuerung können diese Steigerungen nicht erklärt werden.

Akzeptanz der Höhe des Eintrittspreises

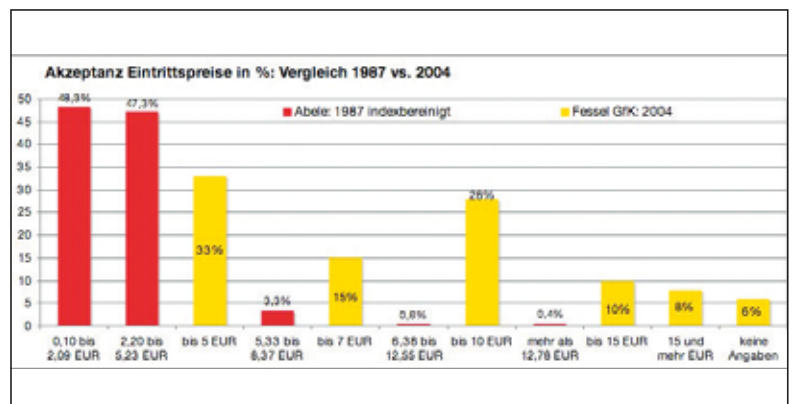
Im Zuge der Evaluierung der österreichischen Bundesmuseen wurde 2004 eine Bevölkerungsbefragung mit Personen ab 15 Jahren durchgeführt. Eine der Kernaussagen dieser Studie war die nun vielerorts zitierte (vgl. PARLAMENTS KORRESPONDENZ 2006, Nr. 366) und als Argumentation für die Preisgestaltung herangezogene „Akzeptable Höhe der Eintrittspreise“ von durchschnittlich 9,46 EUR (BMBWK EVALUIERUNG 2005, 7).

Dieses Ergebnis bedarf jedoch einer kritischen Hinterfragung: Die Fragestellung bei der Telefonumfrage hinsichtlich der Höhe der Eintrittspreise lautete: *Abgesehen davon, wie viel der Eintritt in ein Museum tatsächlich kostet, welchen Betrag halten Sie persönlich für eine Eintrittskarte für ein Museum für zumutbar?* Im Kommentar der Ergebnisse wurden die Antworten wie folgt interpretiert: *Die Auswertung der Antworten auf die Frage, wie viel ein/e potentielle/r Besucher/in maximal für eine Eintrittskarte in eines der Museen ausgeben würde, zeigt die Grenzen auf, den Eigendeckungsgrad von Museen durch eine generelle Preiserhöhung*

an der Museumskasse erreichen zu wollen. Meines Erachtens ist diese Schlussfolgerung in Bezug auf die Fragestellung zwar nicht grundsätzlich unrichtig, aber so allgemein gehalten, dass wohl keine Befragung notwendig wäre, um zu diesem Ergebnis zu kommen. Man könnte sogar daraus folgern, dass in der Analyse der Fragebeantwortung nicht entsprechend auf die Ergebnisse eingegangen wurde.

Ferner halte ich die Festlegung der Preisspannen mit bis 5 EUR, bis 7 EUR, bis 10 EUR, bis 15 EUR bzw. 15 EUR und mehr für zu weit gefasst. Die bei der Befragung gewählten Preisspannen zielen meiner Meinung nach eher auf einen potenziell vorhandenen „Eitelkeitseffekt“ der Befragten ab. Damit meine ich, dass es wenig wahrscheinlich ist, dass telefonisch befragte Personen, die im Augenblick der Befragung nicht vor der Situation stehen, allein oder in Begleitung von Personen ein Museum aufzusuchen, bekannt geben, dass Sie lediglich ein geringes Entgelt für den Besuch einer Kulturinstitution ausgeben möchten. Es ist daher davon auszugehen, dass Personen, die konkret davor stehen ein Museum zu besuchen bzw. gerade besucht haben, andere Angaben bezüglich der Preisrelevanz machen würden. Darüber hinaus erachte ich die Berechnung des Durchschnittswertes für problematisch und methodisch als verfehlt. Viel eher hätte hier die Berechnung des Medians zu einem aussagekräftigeren Ergebnis geführt.

H. Abele wählte beim konkret zu vergleichenden Teil einer **Studie, die Ende der 1980er Jahre im Auftrag des Ministeriums erfolgte**, folgende Fragestellung: *Welchen Betrag halten Sie persönlich für eine Eintrittskarte in DIESEM MUSEUM zumutbar?* Dabei wählte er als mögliche Antworten die Spannen: 1 bis 20 ATS, 21 bis 50 ATS, 51 bis 80 ATS, 81 bis 120 ATS, mehr als 120 ATS (ABELE 1989).



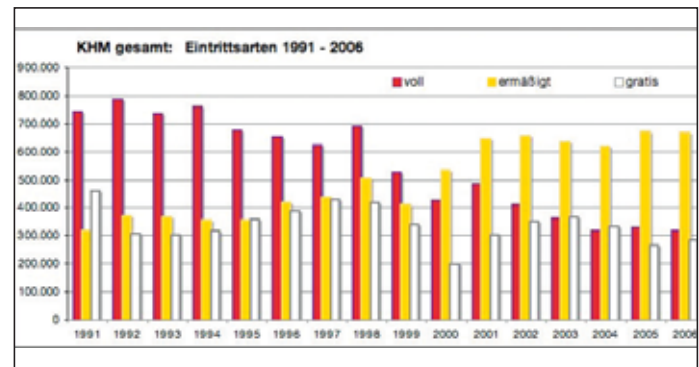
Der Vergleich beider Studien zeichnet trotz der nicht identisch gewählten Preisspannen dennoch ein **klares Bild der völligen Divergenz der Ergebnisse**. Demnach waren unter Berücksichtigung des Verbraucherpreisanstieges mehr als 95% der Befragten nicht bereit für einen Museumseintritt mehr als 5,25 EUR zu bezahlen.

Ein anschauliches Beispiel für die Sensibilität des Museumspublikums in Bezug auf die Höhe des Eintrittspreises stellt eine **Aktion des Leopoldmuseums** dar, die im **Februar 2002** an Freitag Abenden in der Zeit zwischen 18 und 21 Uhr stattfand. Beim Betreten des Museums wurden die Besucher gefragt, was ihnen drei Stunden Kunst wert wäre? Der Eintrittspreis wurde dann mit dem vom Besucher genannten Betrag festgesetzt. Im Durchschnitt wurde im Aktionszeitraum ein Preis von 2,13 EUR als Eintrittspreis bezahlt; im Vergleich dazu betrug der reguläre Eintrittspreis zu diesem Zeitpunkt 9 EUR. Damit liegt der damalige Wert für einen Eintrittspreis ohne Ermäßigung um ein Vielfaches höher, als die am Test teilgenommenen etwa 3.000 Besucher als angemessen empfunden haben (WINKELBAUER 2002).

Vergleicht man den genannten Wert von 2,13 EUR, der sich bei diesem Praxistest mit Museumsbesuchern ergab, mit dem Ergebnis der Evaluierung der Bundesmuseen 2005, die zu einem Akzeptanzwert von durchschnittlich 9,46 EUR kam, so liegt zwischen der Studie und der Aktion des Leopoldmuseums eine Differenz von 469,5%. **Interessanterweise deckt sich aber der durchschnittlich erzielte Aktionseintrittspreis von 2,13 EUR ziemlich genau mit den inflationsbereinigten Akzeptanzergebnissen der Hauptgruppe (48,3%) der Studie von Abele aus dem Jahr 1987**. Dennoch muss jedes Museum unter Berücksichtigung der jeweiligen eigenen Gegebenheiten und mithilfe von eigenen Daten für sich selbst die entsprechende Höhe des Eintrittspreises festlegen und darf sich nicht auf Analysen verlassen, die für andere Museen – eventuell unter ganz anderen Voraussetzungen – getroffen wurden.

Anteile und Entwicklung der Ticketarten

Betrachtet man die Anzahl der Vollpreis-Tickets, der ermäßigten Tickets und der Gratis-Eintritte im **Kunst-historischen Museum Wien** der Jahre 1991 bis 1998, fällt auf, dass der Anteil der Vollzahler zwar zum überwiegenden Teil im Sinken begriffen ist, aber noch verhältnismäßig konstant ist. Dies ändert sich mit der Ausgliederung im Jahre 1999. Ab diesem Zeitpunkt ist bei den Vollzahlern ein eklatanter Einbruch zu beobachten. **Im Beobachtungszeitraum verringert sich der Anteil der Vollzahler um mehr als 57%.**



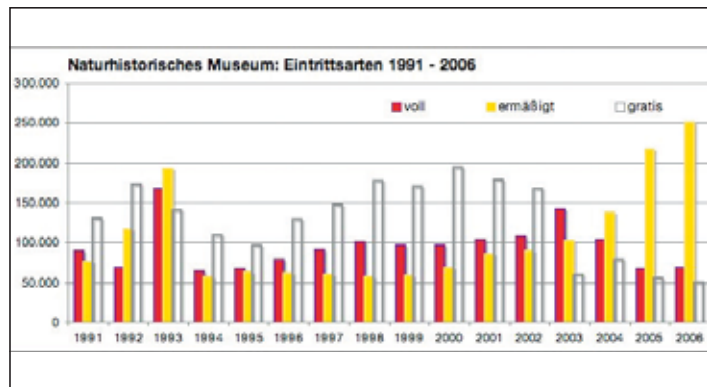
Einen der Hauptgründe orte ich in der **massiven Preiserhöhung**, die beispielsweise 1999 im Zuge der Ausgliederung im Hauptgebäude des KHM stattgefunden hat: Vollpreis von 3,27 EUR auf 7,27 EUR, ermäßigt von 2,18 EUR auf 5,09 EUR. In den Jahren 2002 und 2003 kam es erneut zu Preiserhöhungen. Auch in anderen Häusern des KHM kam es zu erheblichen Verteuerungen der Eintrittsgelder. Betrug der Vollpreis für die Schatzkammer 1999 noch 7,27 EUR, so stieg er 2006 auf 10 EUR an, der ermäßigte Preis betrug 1999 noch 5,09 EUR, während er 2006 bei 7,50 EUR lag. Bemerkenswert dabei ist, dass der ermäßigte Eintritt im Jahr 2006 höher liegt als der Vollpreis im Jahr 1999.

Im Gegensatz zu den regulären Eintritten hat sich das Bild bei den ermäßigten Eintritten völlig gegensätzlich entwickelt. **Hier kam es zu einer kontinuierlichen Steigerung der Anzahl der ermäßigten Eintritte, die in den Jahren 2005 und 2006 mehr als doppelt so hoch war als 1991.**

Ich vertrete die Auffassung, dass der Rückgang an einheimischen Museumsbesuchen auch durch die Entwicklung der Eintrittspreise bedingt ist.

Heimo Konrad

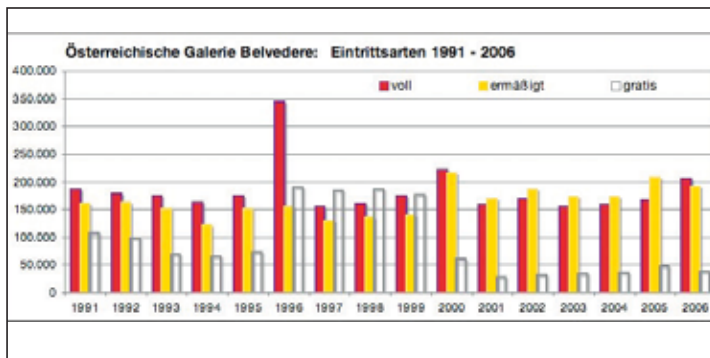
Zusammenfassend ergibt sich bei der Analyse des zahlenden Publikums ein sehr starkes Schwinden der Vollzahler bzw. der Wechsel der Vollzahlenden zum Publikum, das Ermäßigungen wahrnimmt. Darüber hinaus lässt eine Betrachtung der in Summe sinkenden Besuchszahlen den Schluss zu, dass eine beachtliche Gruppe von Personen aufgrund der Preissteigerungen überhaupt aus dem Kreis der Museumsbesucher ausgeschieden ist.



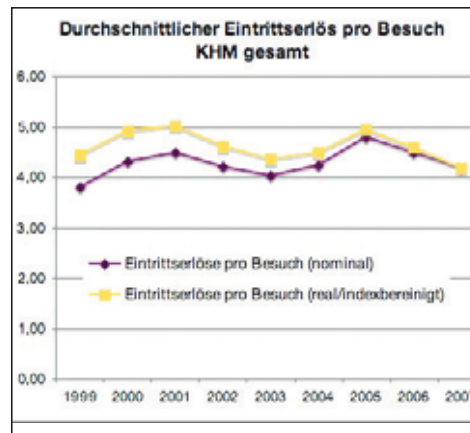
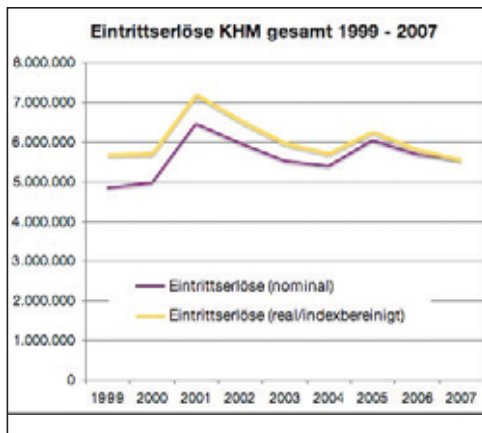
Besonders deutlich ist die Änderung des Eintrittsverhaltens im **Naturhistorischen Museum** seit seiner Ausgliederung im Jahr 2003. Gab es im Beobachtungszeitraum (mit Ausnahme des Jahres 1993) stets mehr Gratintritte als Vollzahler, nahm die Anzahl der Gratintritte seit dem Jahr 2003 drastisch ab. Noch signifikanter ist seitdem der Anstieg der ermäßigten Eintritte. Die Anzahl der Vollpreiseintritte, die im Zeitraum 1994 bis 2003 stets gestiegen ist, nahm seit der Ausgliederung um mehr als 50% ab. **Das Naturhistorische Museum ist meines Erachtens ein anschauliches Beispiel dafür, wie sich Preiserhöhungen unmittelbar auf das Besuchverhalten auswirken.** Betrag der Preis für ein Vollpreisticket 2002 noch 3,60 EUR (ermäßigt 1,80 EUR) so stiegen die Preise dafür im Jahr 2003 zunächst auf 6,50 EUR (ermäßigt 3 EUR). Anfang Oktober 2003 gab es die nächste Preiserhöhung. Das Vollpreisticket kostete ab diesem Zeitpunkt 8 EUR (ermäßigt 3,50 EUR). Somit lag der Preis für ein ermäßigtes Ticket innerhalb eines Jahres fast gleich hoch wie zuvor das Vollpreisticket. 2006 kostete das Vollpreisticket nach wie vor 8 EUR, allerdings stieg der Preis für den ermäßigten Eintritt auf 6 EUR an. Es gibt jedoch noch eine weitere Ermäßigung nämlich für Besucher bis zum 27. Lebensjahr, die nach wie vor 3,50 EUR beträgt (BMBWK/BMUUKK 2003 bis 2006).

Trotz unterschiedlichster Voraussetzungen ist in diesen drei Beispielen klar erkennbar, dass bei starken Preiserhöhungen der Verkauf von Vollpreis-Tickets rückläufig und jener von ermäßigten Tickets steigend ist.

Auch in der **Österreichischen Galerie Belvedere** wurden die Eintrittspreise mit der erfolgten Ausgliederung 2000 erhöht (Vollpreis von 4,36 auf 7,27 EUR, ermäßigt von 2,18 auf 5,09 EUR). Im Jahr 2002 kam es zu einer neuerlichen Anpassung der regulären Eintrittspreise auf 7,50 EUR und der ermäßigten auf 5 EUR. Mit Ausnahme des Jahres 1996 (Monet-Ausstellung) weisen sowohl die Vollpreiseintritte als auch die ermäßigten Eintritte eine grundsätzlich ähnliche Entwicklung auf. Zwischen 2001 und 2005 lag die Zahl der ermäßigten Eintritte über der der Vollpreiseintritte. **Bei Betrachtung der Gratintritte fällt auf, dass diese in den Jahren 1996 bis 1999 am höchsten waren und ab dem Jahr der Ausgliederung 2000 stark gesunken sind.** Seit 2001 bewegen sie sich auf etwa gleich bleibendem Niveau. Da die Eintrittspreise in der Österreichischen Galerie Belvedere bis 2006 noch relativ moderat waren bzw. weit unter dem Niveau anderer ausgegliederter Bundesmuseen lagen, ist der Anteil der Vollpreiseintritte nach wie vor hoch. Im Frühling 2007 wurden die Eintrittspreise empfindlich erhöht (Kombiticket EUR 12,50). Die neue Leitung möchte mehr Wiener Publikum ins Museum bringen. Ob ihr das bei dieser Preisgestaltung gelingt, wird die Zukunft zeigen.



Erlöse aus Ticketverkauf – Ist eine Steigerung der Einnahmen durch Preiserhöhungen möglich?



Trotz des erheblichen Anstieges der Eintrittspreise im KHM in den letzten Jahren sinken seit der Ausgliederung die zunächst steigenden Einnahmen sowohl absolut als auch pro Museumsbesuch. **Die realen Eintrittserlöse lagen 2007 unter jenen des Jahres 1999. Auch die realen Eintrittserlöse pro Besuch lagen 2007 unter dem Niveau des Jahres 1999.**

Die im Jahr 2007 tatsächlich erzielten Eintrittserlöse liegen knapp über 4 EUR. Damit befinden sie sich zu meist weit unter dem Preis einer ermäßigten Eintrittskarte.

Steigende Eintrittspreise können aber noch weitere Auswirkungen auf Einnahmen von Museen haben. In einer deutschen Studie wurde festgestellt, dass bei steigenden Eintrittspreisen die Ausgabebereitschaft für sonstige Angebote des Museums sinkt (IWF/IFM 1996, 62). Dieser Umstand kann den zunächst positiven Einnahmeeffekt aus Eintrittsgeldern abschwächen, im schlimmsten Fall sogar aufheben. Im Umkehrschluss sollte dies bedeuten, dass die Besucher bei moderaten Eintrittsgeldern mehr Geld für andere Museumsleistungen ausgeben.

Beachtet man die Tatsache, dass bereits in den 1980er Jahren der Anteil der Einnahmen aus Kartenerlösen in öffentlich subventionierten Museen bei knapp 14% (POMMERHNE & FREY 1993, 74) und im KHM in den Jahren 2006 und 2007 bei rund 16% lag (eigene Berechnungen KHM 2007 und KHM 2008), ist

erkennbar, dass der Stellenwert von Einnahmen aus Ticketverkäufen verhältnismäßig gering ist.

Rückgang einheimischer Besuche

Ich vertrete die Auffassung, dass der Rückgang an einheimischen Museumsbesuchen auch durch die Entwicklung der Eintrittspreise bedingt ist. So sank etwa dieser Anteil im KHM in den Jahren 2001 bis 2003, von 38,28% (2001), auf 37,29% (2002) und 35,24% (2003) kontinuierlich. Im Jahr 2006 betrug der Anteil dieser Besuchergruppe nur mehr 25,23% und im Jahr 2007 lediglich 24% (KHM 2002 bis 2008). Es ist daher dringend an der Zeit der Analyse der Preisgestaltung verstärkt Augenmerk zu schenken und die diesbezügliche Forschung zu verstärken. Dies ist umso wichtiger, da sich einerseits zeigt, dass steigende Eintrittspreise nicht automatisch höhere Einnahmen versprechen und andererseits die Akzeptanz sowohl der heimischen als auch der internationalen Museumsbesuche offensichtlich darunter leidet.

Abschließen möchte ich mit dem aktuellen Beispiel der derzeit noch laufenden **Tutanchamun-Ausstellung** im Völkerkundemuseum in Wien, deren Besuch mit Vollpreisticket zunächst 18 EUR, ermäßigt 15,50 EUR, bzw. für Jugendliche bis 17 Jahre 8,50 EUR gekostet hat. Im August konnte dieselbe Ausstellung mit einer Ermäßigung von 50% besucht werden. Diese als Sommerangebot titulierte Ermäßigung lässt sich aber auch dahingehend interpretieren, dass der zunächst vorgesehene Preis zu hoch und für die Gesamtdauer der Ausstellung nicht zu halten war. Dass man mit einer solchen Vorgehensweise verärgerte Museumsbesucher, die zuvor den vollen Preis gezahlt haben, in Kauf nimmt, ist bedauerlich und für zukünftige Ausstellungen riskant.

BUCHTIPP:

Heimo Konrad, Museumsmanagement und Kulturpolitik am Beispiel der ausgegliederten Bundesmuseen

Wie gehen ausgegliederte Museen mit ihrer gewonnenen Freiheit um? Wie agieren sie unter privatwirtschaftlichen Rahmenbedingungen? Wie entwickelten sich Umsätze, Publikumszahlen, Ankäufe, Leihverkehr und sonstige Einnahmen? Welche Anforderungen stellen Staat und Öffentlichkeit nach zehn Jahren Bundesmuseengesetz an die Museen?

Mit präzisen Analyseinstrumenten werden Archivalien, Bilanzen und veröffentlichtes Zahlenmaterial interdisziplinär durchleuchtet, in ihrem Gehalt überprüft und die wirtschaftliche und museologische Entwicklung einzelner Häuser untersucht. Erstmals wird die Thematik des Museumsmanagements mit kulturpolitischen Fragen und seiner rechtlichen Basis verknüpft. Die gewonnenen Erkenntnisse stehen oft in krassem Gegensatz zur derzeitigen öffentlichen Darstellung. Die neu gewonnene empirische Basis bietet eine solide Grundlage für Entscheidungen in der derzeit geführten Museumsdiskussion.

„Nach der Lektüre des Buches von Heimo Konrads Museumsmanagement und Kulturpolitik sind für den Autor wie den Leser die Fragestellungen mehr und deren Beantwortung schwieriger geworden. Das zeichnet das Buch, den Autor, das Ergebnis aus. Darum ist dieses Buch unverzichtbar für jene, die hier gestalten wollen, die hier Verantwortung tragen, denen dieser Bereich teuer, wert und wichtig ist.“

(ao.Univ.-Prof. Mag. Dr. Franz-Otto Hofecker)

Heimo Konrad, Museumsmanagement und Kulturpolitik am Beispiel der ausgegliederten Bundesmuseen (Wien 2008)

264 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-7089-0212-8
EUR 36
facultas.wuv
www.facultas.at



BMUKK 2007: Bundesministerium für Unterricht, KUNST und Kultur, Kulturbericht 2006. Online: www.bmukk.gv.at/kultur/bm/index.xml
 FISCHER W. 2004, Kunst vor Management, Führung und Förderung von Kulturinstitutionen.

Die Darstellungen und Analysen haben deutlich gezeigt, dass das Museumspublikum schon in der Vergangenheit sensibel auf Veränderungen in der Preisgestaltung reagiert hat. Besonders in Zeiten, in denen die Teuerung des täglichen Lebens ein allgegenwärtiges Problem ist, gilt es besonders sorgfältig mit der Thematik der Eintrittspreisgestaltung umzugehen um zu verhindern, dass das Publikum ausbleibt.

Text: Mag. Dr. Heimo Konrad, Geschäftsführender Gesellschafter der GQ Kulturberatung und Kulturforschung

Berechnungen und Grafiken: Heimo Konrad

GQ Kulturberatung und Kulturforschung
 Düsseldorfstraße 20, A-1220 Wien
 T +43 1 203 89 50
 h.konrad@kulturberatung.at
 www.kulturberatung.at

Literatur:

ABELE H. 1989, Die Bundesmuseen in Österreichs Wirtschaft.
 BLATTBERG R. & BRODERICK C. 1999, Marketing of Art Museums, in: FELDSTEIN M. (ed.), The Economics of Art Museums.
 BMBWK 1999 (BIS 2006): Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Kulturbericht 1998 (bis 2005). Online: www.bmukk.gv.at/kultur/bm/index.xml
 BMBWK EVALUIERUNG 2005: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Evaluierung der österreichischen Bundesmuseen. Online: www.bmukk.gv.at/medienpool/15001/evaluierung_bundesmuseen.pdf

FREY B. & MEIER S. 2006, The Economics of Museums, in: GINSBURGH V. & THROSBY D. (ed.), Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume I.
 HAUPT H. 1991, Das Kunsthistorische Museum, Die Geschichte des Hauses am Ring. Hundert Jahre im Spiegel historischer Ereignisse.
 IWF/IFM 1996: Institut für Wirtschaftsforschung/Institut für Museumskunde, Eintrittspreise von Museen und Ausgabeverhalten der Museumsbesucher, Materialien aus dem Institut für Museumskunde, Heft 46. Online: www.smb.museum/ifm/dokumente/materialien/mat46.pdf
 KIRCHBERG V. 2005, Gesellschaftliche Funktionen von Museen.
 KLEIN A. 2007, Der exzellente Kulturbetrieb.
 KONRAD H. 2008, Museumsmanagement und Kulturpolitik am Beispiel der ausgegliederten Bundesmuseen.
 KHM 2002 (bis 2008): Kunsthistorisches Museum Wien mit Museum für Völkerkunde und Österreichischem Theatermuseum, Jahresbericht 2001 (bis 2007).
 KHM PRESSEINFORMATION 2007: Kunsthistorisches Museum Wien, Presseinformation, Rückblick 2006, Ausblick 2007 bis 2009 (Feb. 2007). Online: www.khm.at/downloads/aktuelles/rueckblick06.pdf
 LÜCKER G. 1983, Museumsarbeit in Österreich.
 PARLAMENTSKORRESPONDENZ 2006, Nr. 366, Am Ende Kunst und Kultur, Wien 27.04.2006. Online: www.parlament.gv.at/PG/PR/JAHR_2006/PK0366/PK0366.shtml
 POMMEREHNE W. & FREY B. 1993, Museen und Märkte, Ansätze zu einer Ökonomik der Kunst.
 RAFFLER M. 2007, Museum – Spiegel der Nation.
 WINKELBAUER A. 2002, Die Februar-Besucheraktion brachte mehr als 3.000 Besucher, Artmagazine.cc, 27.02.02. Online: <http://artmagazine.cc/content3329.html>

Eine archäologische Lehrgrabung als Gemeinschaftsprojekt
Erste Ergebnisse des Archäologie-,
Sozial- und Wirtschaftsprojekts
„villa rustica

Neumarkt – Pfongau“ (Salzburg)

Studierende der Universität Salzburg
beim Freilegen der Mauern. Die Fundamente
von Gebäude E sind deutlich
erkennbar.



„Der markante Grundriss
mit dem durchlaufenden
Mittelkorridor findet sich
vor allem bei römischen
Speicherbauten, den sogenann-
ten *horrea* oder *granaria*“

Die Erforschung der Landwirtschaft und der ländlichen Siedlungsstruktur römischer Zeit stellt für die ehemalige römische Provinz Noricum ein wissenschaftliches Desiderat dar. Dies gilt besonders für die ländlichen Siedlungen im Umfeld von *Iuvavum*/Salzburg. Hier ist die größte bisher bekannte Fundpunktdichte in der Provinz vorhanden. Das Wissen über die Funktionen eines römischen Landgutes, über Tierzucht (Analyse von Knochenresten) und Feldfruchtanbau (Analyse von verkohlten Pflanzenresten) und die dadurch verursachten Veränderungen in der Landschaft, ist derzeit noch gering. Ein Forschungsschwerpunkt zur römischen Wirtschaft im Salzburger Raum wurde dazu erstmals in Österreich von den Projektpartnern eingerichtet.

In der Flotationsanlage werden Erdproben geschlämmt. Die auf diese Weise herausgefilterten Pflanzenreste sind ein besonders wertvolles Quellenmaterial, das Rückschlüsse auf die römische Landwirtschaft erlaubt



R. Kastler, F. Lang, St. Moser,
I. Weydemann & W. Wohlmayr

Angesichts der sich rapide vollziehenden Veränderung der Landschaft durch Flächenumwidmungen (**Expansion von Gewerbegebieten im ländlichen Raum**) und Infrastrukturmaßnahmen tritt derzeit ein massiver Verlust archäologischer Bodendenkmale auf. Dementsprechend ist auch von der Seite der Forschung ein verantwortungsbewusster Umgang mit den Denkmalressourcen nötig.

Die *villa rustica* Neumarkt – Pfongau (Land Salzburg)

1877 und 1947 wurden in Pfongau bei **Neumarkt am Wallersee**, Salzburg bereits römische Spuren festgestellt. Im Zuge der Aufschließung des Gewerbegebietes wurden Teile einer *villa rustica* des 1. bis 3. Jh.s n. Chr. unerkannt zerstört. Vier Gebäude konnten durch das Salzburg Museum (1988/89) untersucht werden. Im nördlich anschließenden Feld wurden durch **geophysikalische Messungen** (Archaeoprospections, ZAMG 2000) vier weitere römische Gebäude geortet.

Das Gewerbegebiet Pfongau stellt einen wesentlichen Wirtschaftsfak-

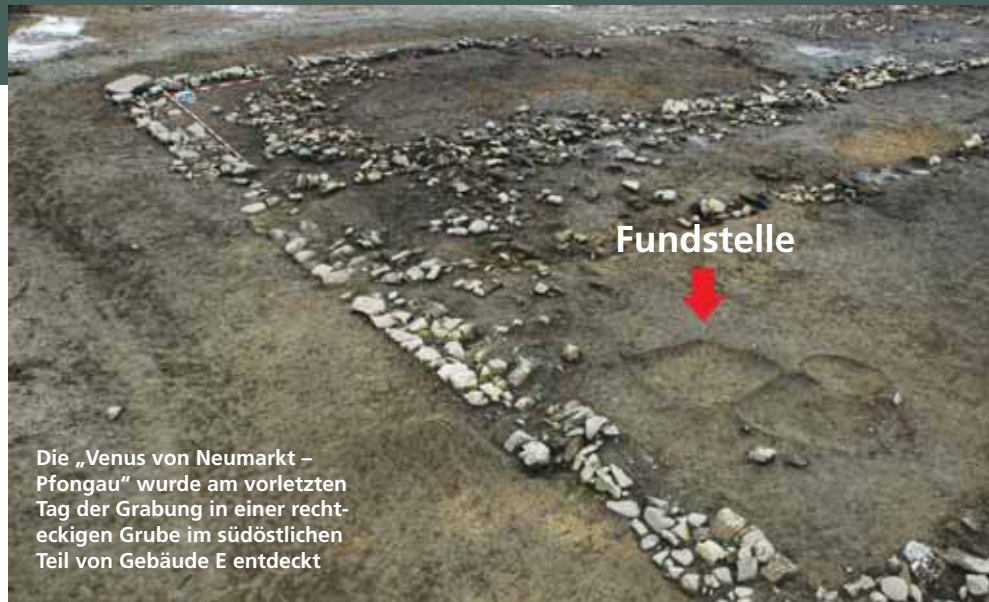
tor für die Region dar. Eine Erweiterung im Bereich der mitten in den Gewerbeflächen liegenden archäologischen Fundstelle ist daher für die Stadt Neumarkt unabdingbar.

Einer gezielten archäologischen Untersuchung und damit kontrollierten Zerstörung im Interesse der Wissenschaft ist der Vorzug vor dem Erhalt der inzwischen denkmalgeschützten Ruinenrestfläche zu geben.

Das Projekt verfolgt dabei im Wesentlichen drei Ziele:

1. Die umfassende archäologische Untersuchung des Wirtschaftsbereiches (*pars rustica*) des römischen Gutshofes mit besonderem Augenmerk auf die antike Land- und Viehwirtschaft mit Hilfe von naturwissenschaftlichen Methoden.
2. Die möglichst rasche Auswertung und Publikation aller Befunde und Funde (inkl. Altgrabungen).
3. Die Information und Präsentation der archäologischen Tätigkeit sowie der erzielten Ergebnisse für die interessierte Öffentlichkeit.





Die „Venus von Neumarkt – Pfongau“ wurde am vorletzten Tag der Grabung in einer rechteckigen Grube im südöstlichen Teil von Gebäude E entdeckt

Die Partner

Das Unternehmen wurde in diesem Jahr gestartet und ist auf **insgesamt vier Jahre** geplant. Es wird in einer Kooperation der **Landesarchäologie am Salzburg Museum**, dem **Museum in der Fronfeste** in Neumarkt / Wallersee und der **Universität Salzburg**, Fachbereich Altertumswissenschaften – Archäologie mit tatkräftiger Unterstützung des **Österreichischen Forschungszentrums Dürnbreg (ÖFD)** durchgeführt. Somit sind erstmals drei der wesentlichen archäologischen Forschungsinstitutionen des Landes Salzburg in einer Kooperation verbunden. Wesentliche Bedeutung kommt auch dem vierten Partner, dem Museum Fronfeste zu, da dadurch der direkte Kontakt zur Bevölkerung der Region garantiert ist. Die Ausgrabungen werden im Rahmen einer Lehrgrabung für Studierende der Universität Salzburg durchgeführt, wobei neben dem Erlernen der feldarchäologischen Praxis auch die Wichtigkeit der Öffentlichkeitsarbeit in das Blickfeld gerückt wird. Die Kosten der Untersuchung werden von der Landesarchäologie am Salzburg Museum und der Universität Salzburg mit großzügiger Unterstützung der Stadt Neumarkt sowie von lokalen Sponsoren getragen. Die Grabungen könnten natürlich nicht ohne Einverständnis des Grundbesitzers, Herrn Gottlieb Epll durchgeführt werden, dem an dieser Stelle für seine Bereitschaft und Kooperation herzlich gedankt sein soll.

Grabung 2008

Die unter der Leitung von Stefan Moser, ÖFD stehenden diesjährigen Ausgrabungen erfolgten auf einer Fläche von **2.500 m²** und konzentrierten sich auf das größte der durch die geophysikalische Prospektion georteten Gebäude (Gebäude E) nördlich der 1988/89 freigelegten Ruinenfläche. Die Ausgrabungen wurden

durch teilweise extreme Witterung und Stürme massiv behindert und verlangten vom Ausgrabungsteam höchsten Einsatz.

Bereits knapp unter der modernen Wiesenoberfläche wurden die Fundamente des rund 18 x 26 m großen Gebäudes mit einem durchlaufenden Mittelkorridor freigelegt. Rund um das Gebäude zeichneten sich auf der antiken Bodenoberfläche zahlreiche zum Teil mit Holzkohle verfüllte Gruben ab. Wie bereits angeführt, ist ein wesentliches Ziel des Projektes, die **Untersuchung und Rekonstruktion der antiken Landwirtschaft und des Landschaftsbildes anhand von verkohlt erhaltenen Nutzpflanzen** (Getreidesorten u.a.m.) und Unkrautsamen. Der Inhalt dieser Gruben bildet daher wertvolles Quellenmaterial. Er wurde sorgsam durchgeschlämmt und somit reiches Probenmaterial für noch ausstehende archäobotanische Untersuchungen gewonnen.

Bedingt durch die Jahrhunderte andauernde Pflugtätigkeit und die seichte Lage der antiken Ruinen war das Mauerwerk des Gebäudes E bereits bis in die Fundamentzone abgetragen. Nur geringe Reste des antiken Fußbodens, eines Mörtelstrichs waren erhalten.

Der markante Grundriss mit dem durchlaufenden Mittelkorridor findet sich vor allem bei römischen Speicherbauten, den sogenannten *horrea* oder *granaria*.

Die bis 0,80 m tief fundamentierten Außenmauern weisen auf ein **zweites Obergeschoß** hin. Auf diesem wurde wohl ähnlich den mittelalterlichen und neuzeitlichen Schüttkästen Getreide trocken und sicher vor Schädlingen gelagert. Das Bauwerk war wohl mit einem Ziegel-Satteldach eingedeckt.

**Der Kulturtourismus boomt und wird laut
Zukunftsforscher Matthias Horx in nächster
Zeit der größte Wachstumsmarkt bleiben**

Die Fundlage der Venusfigur – mit dem Gesicht nach oben – spricht gegen eine Entsorgung als Abfall oder Altmetall, sondern weist auf eine bewusste Platzierung hin.



**Überraschungsfund:
Die „Liebesgöttin im
Getreidespeicher“**

Im südöstlichen Teil des Gebäudes wurden drei in das natürliche Bodenniveau eingeschnittene Gruben angetroffen. In einer dieser Gruben wurde am Ende der Grabungen **ein einzelnes Fundstück** freigelegt: **die Bronzestatuetten einer Venus.**

Die zwölf Zentimeter große Statuette kann durchaus als Überraschungsfund bezeichnet werden. Das qualitativvoll gearbeitete Werk vertritt den innerhalb der römischen Kunst gängigen Typus einer *Venus pudica* (schamhaften Venus).

Die bereits antik beschädigte (rechte Hand abgebrochen) und von ihrem Sockel oberhalb der Beine abgezwickte Statuette kam in zweiter Verwendung an ihren Fundort. Die vorgestreckte rechte Hand der unbedeckten Göttin ist wahrscheinlich mit einer **Spendeschale** zu ergänzen. Die üppige Frisur trägt ein Diadem. Innerhalb der römischen Bronzen aus Österreich ist der Neufund mit einer Venusstatuette aus Gaspoltshofen/Watzing (OÖ. Landesmuseen, Inv.Nr. B595; s. www.archaeologie-ooe.info > Gaspoltshofen) vergleichbar, die vor ca. 100 Jahren in einer Schottergrube gefunden wurde.

Spuren von starker Hitzeeinwirkung bis zum Anschmelzen der Oberfläche sind am Kopf und am Rücken der Figur zu erkennen. Da die Verfüllung der Grube keinerlei Brandspuren erkennen lässt,

Blick über das Grabungsareal bei typischen Witterungsverhältnissen im Juli 2008



„Tag der offenen Grabung“:
Raimund Kastler, Landesarchäologe am
Salzburg Museum begleitet das inter-
essierte Publikum in die Römerzeit

muss dieser Brandschaden bereits vorher und ohne Zusammenhang mit der Deponierung erfolgt sein.

Die Lage der kleinen Skulptur – als einziges Fundstück der Grubenverfüllung – mit dem Gesicht nach oben spricht gegen eine Entsorgung als Abfall oder Altmetall, sondern weist auf eine bewusste Platzierung der Statuette hin. Ob es sich dabei um eine rituelle Beerdigung einer zerstörten Kultfigur handelt, oder ob die Statuette im Bezug auf das Gebäude eine erweiternde Funktion etwa als Bauopfer erhielt, wird wohl ungeklärt bleiben. Die Römer haben Venus auch als nährende und fruchtbringende Göttin (*alma Venus*) verehrt. Ihr Auftauchen in einem Getreidespeicher macht also durchaus Sinn.

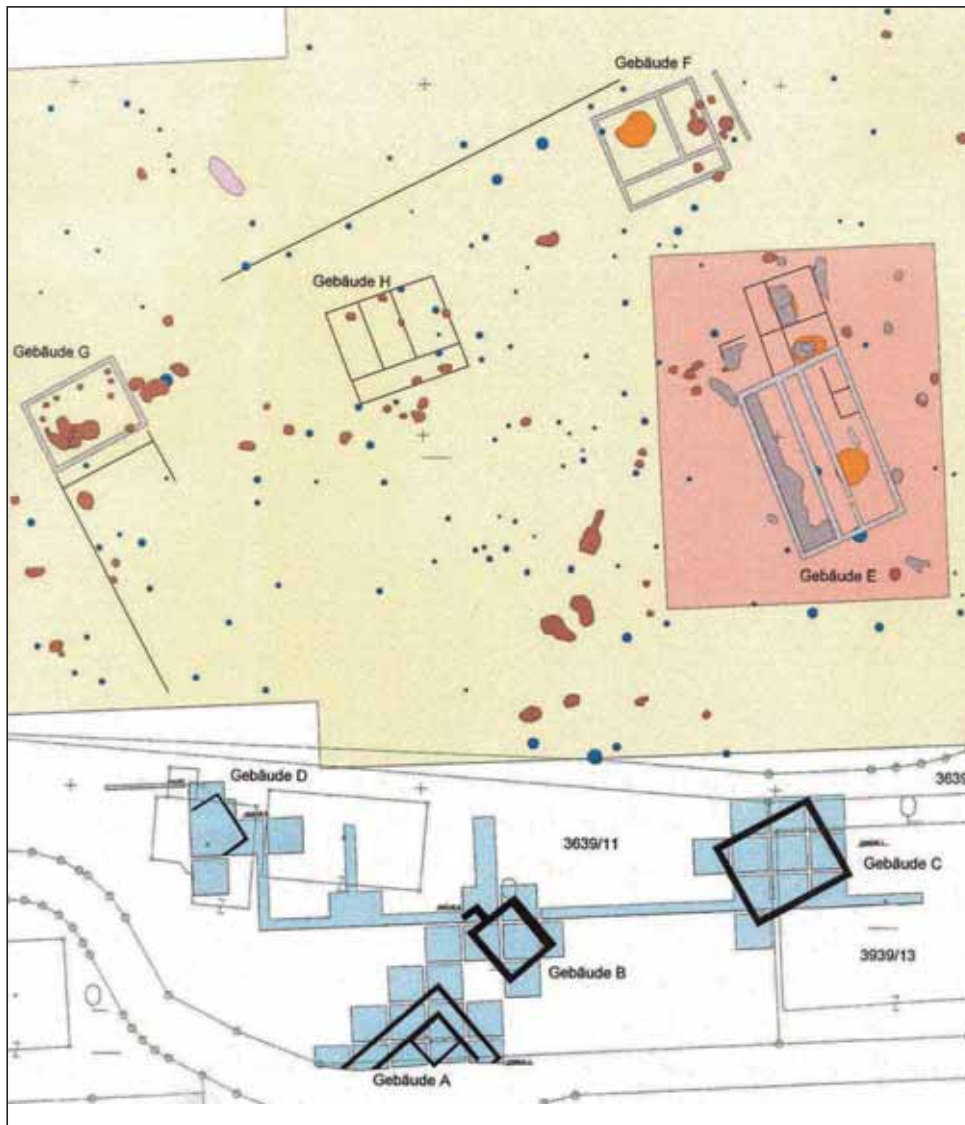
Wesentlich ist dabei, dass es in diesem Fall gelungen ist, die antike Figur aus einem intakten archäologischen Kontext im Zuge einer geregelten wissenschaftlichen Untersuchung zu bergen. Durch diesen sensationellen Glücksfall der Wissenschaft unterscheidet sich die „Venus von Neumarkt – Pfungau“ von zahlreichen weiteren antiken Bildwerken, die entweder ohne nähere Fundumstände als Zufallsfunde oder aus dem Kunsthandel auftauchen. Dies gilt insbesondere auch für die durch so genannte „Hobbyarchäologen“, illegal und unsachgemäß und unter Verlust aller mit der Fundlage verbundenen Informationen freigelegten Objekte.

Zur Verknüpfung mit der Region und geplante Aktivitäten

Neumarkt am Wallersee entwickelt sich zu einem „Schauplatz Forschen“ mit sensationellen Ergebnissen, die sich auf den Tourismus im Ort und in der Region Salz-



Die „Übungsgrabungsfelder“
im Innenhof des Museums in der
Fronfeste veranschaulichen die
Arbeit der Archäologen



Der Plan mit den Ergebnissen der Ausgrabung 1988/89 (unten) und der geophysikalischen Prospektion im Jahr 2000. Das hervorgehobene Rechteck (Mitte rechts) kennzeichnet die Grabungsfläche 2008 mit Gebäude E (©Archaeoprospections, ZAMG / Salzburg Museum)

Mit einem „Tag der offenen Grabung“, Führungen im Grabungsbe-
reich und im Museum und deren Ankündigung in den Medien hat das Projekt weit über

burger Seenland im Sinne von Erhalt und Belebung historischer Kulturgüter auswirken werden.

Für das **Museum Fronfeste als Koordinationsplattform** zwischen der Stadtgemeinde Neumarkt, der Universität Salzburg, der Landesarchäologie am Salzburg Museum und dem Österreichischen Forschungszentrum Dürrnberg wird beispielhaft aufgezeigt, wie zeitgemäße Forschung und wichtige wirtschaftliche Anliegen der Stadtgemeinde im ausgewiesenen Gewerbegebiet funktionieren können.

Mit einer kleinen **Begleitausstellung** zum aktuellen Projekt und mit Ergebnissen der bisherigen Grabungen wurde das öffentliche Interesse geweckt. Mit einem Aktivprogramm und „**Übungsgrabungsfeldern**“ für Laien im Innenhof des Museums konnten Schulklassen und Familien über die Arbeit der Archäologen aufgeklärt werden.

die Region hinaus für Aufsehen gesorgt.

Durch die Entdeckung der „Venus von Neumarkt – Pfongau“ wird wieder ein weiterer Schritt in das Entwicklungspotenzial kulturtouristischer Angebote gesetzt. Das Projekt der archäologischen Lehrgrabung wird noch weitere drei Jahre in den Mittelpunkt des kulturellen Programms der Region gestellt.

Speziell die Synergien im kulturtouristischen Bereich und den Nutzen für die Allgemeinheit muss man höher bewerten. Eine zukünftige Analyse der regionalen Effekte wird die Bedeutung für die gesamte Region aufzeigen. **Der Kulturtourismus boomt und wird laut Zukunftsforscher Matthias Horx in nächster Zeit der größte Wachstumsmarkt bleiben.**

Der Kulturtourismus wird auch für die Region Salzburger Seenland somit als eine der wichtigsten Einnahmequellen angesehen und gehört zu den wachsenden Segmenten des Tourismus.



INFO ZUM PROJEKT „villa rustica“

Projektpartner:

Salzburg Museum, Fachbereich Archäologie
Museum in der Fronfeste, Neumarkt/Wallersee
Universität Salzburg, Fachbereich Altertumswissenschaften – Archäologie
Österreichisches Forschungszentrum Dürrnberg

Sponsoren:

B & B Consult AG (Salzburg)
Geometer Fally ZT GmbH (Salzburg)
Zwingenberger KEG (Neumarkt a.W.)
Mayrhofer Erdbewegungen GmbH (Neumarkt a.W.)
Stadtgemeinde Neumarkt/Wallersee

Blick in die Zukunft

Am 21. November 2008 ist eine Informationsveranstaltung zu den ersten Ergebnissen der Grabungsauswertungen im Museum Fronfeste geplant. Im **Frühjahr 2009** wird eine **Sonderausstellung** ausgerichtet, die bereits vor

der Grabung eröffnet werden soll und in deren Gestaltung wiederum Studierende der Universität Salzburg eingebunden werden.

Zur Eröffnung ist ein **„Römertag“** mit nationalen und internationalen Wissenschaftlern angedacht. Themenvorschläge: Grabung Pongau; villae rusticae im Territorium von Iuvavum; Landwirtschaft in römischer Zeit; Leben in einem römischen Gutshof; Venus – Stammutter der Römer etc.

Als langfristiges Projekt gilt sicher ein Themenweg **„Fenster in die antike Landschaft“**, den es mit einem Outdoor-Guide zu erkunden gilt.

Das Museum Fronfeste als Programmuseum hat sich mit einigen herausragenden Ausstellungen zum Thema „Römer“ einen Namen gemacht. Mit den Son-

derausstellungen „Von Müll, Magie und Medizin“ oder „Tempus Volat. Die Zeit hat Flügel“ wurden hier schon interessante Themen zur Geschichte der Römerzeit angesprochen. Auch bei diesen Präsentationen hat sich die Zusammenarbeit mit der Universität Salz-

burg und der Archäologischen Abteilung des Salzburg Museum bereits bestens bewährt.

Text:

Mag. Dr. Raimund Kastler MAS, Salzburg Museum, Fachbereich Archäologie
Mag. Felix Lang, Universität Salzburg, Fachbereich Altertumswissenschaften
Mag. Stefan Moser, Forschungszentrum Dürrnberg
Ingrid Weydemann MAS, Museum in der Fronfeste, Neumarkt/Wallersee, Museumsleiterin
Univ.Prof. Dr. Wolfgang Wohlmayr, Universität Salzburg, Fachbereich Altertumswissenschaften

Fotos:

Museum in der Fronfeste, Neumarkt/Wallersee; Salzburg Museum; Universität Salzburg, Fachbereich Altertumswissenschaften

artefact

- Museumsdatenbank
- Sammlungsmanagement
- Digitales Archiv
- Bild- und Mediendatenbanken

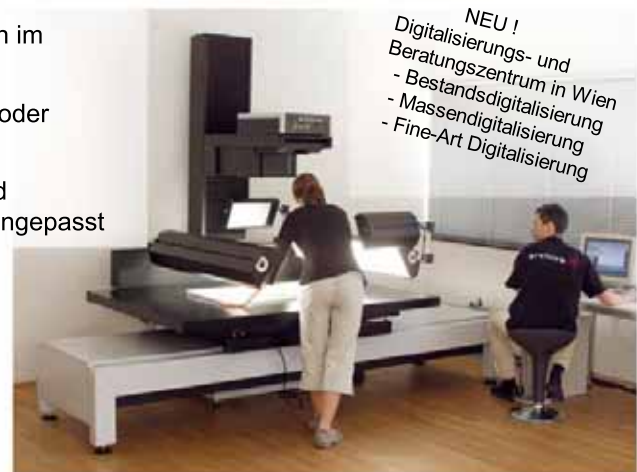


Seit 1997, viele bewährte Installationen im In- und Ausland

Für Großkunden / Museumsverbände oder preisgünstige Einzelplatzinstallationen

Schnell, intuitiv, benutzerfreundlich und immer an individuelle Anforderungen angepasst

CMB Informationslogistik GmbH
Margaretenstr. 56, A-1050 Wien
Tel. 0043 1 5851650
Email: fd@cmb.at
Web: www.cmb.at



NEU!
Digitalisierungs- und
Beratungszentrum in Wien
- Bestandsdigitalisierung
- Massendigitalisierung
- Fine-Art Digitalisierung

Dracula - Woiwode und Vampir

Sonderausstellung
im Kunsthistorischen
Museum, Schloss
Ambras,
Innsbruck
bis 31. Oktober 2008

Margot Rauch

Er sieht immer ein wenig blass aus, scheut das
Sonnenlicht und hasst Knoblauch. Seine
messerscharfen Eckzähne stößt er nächtens
in das Fleisch vorwiegend hübscher junger Frauen
um ihnen jenen Saft zu entziehen, nach dem es ihn
in alle Ewigkeit dürstet: menschliches Blut.



Vlad III. Dracula
(um 1431-1476/77),
anonym 16. Jh.,
Schloss Ambras
(© KHM Wien)

Diesen Dracula treffen die Besucher der Ausstellung im Schloss Ambras zunächst allerdings nicht an, widmet sie sich doch vor allem dem historischen Hintergrund dieser Kultfigur. Als Bram Stoker (1847–1912) vor 111 Jahren seinen berühmten Romanhelden schuf, benannte er ihn nach einem osteuropäischen Fürsten, einem Woiwoden der Walachei des 15. Jahrhunderts. Dieser hatte den Namen von seinem Vater übernommen, der sich nach der ritterlichen Gesellschaft vom **Drachen Dracul** nannte. Durch die Hinzufügung der Endung -a bezeichnete sich sein Nachfolger als Dracula, als **Sohn des Drachen**.

Vlad III. Dracula

Das älteste erhaltene Porträtmalerei dieses Vlad III. Dracula befindet sich seit über 400 Jahren im Schloss Ambras. Es ist das Dracula-Porträt schlechthin und die zentrale Abbildung in allen einschlägigen Publikationen. In der Ambraser Kunstkammer war Dracula Teil der Porträtsammlung berühmter Persönlichkeiten Erzherzog Ferdinands II. (1529–1595).

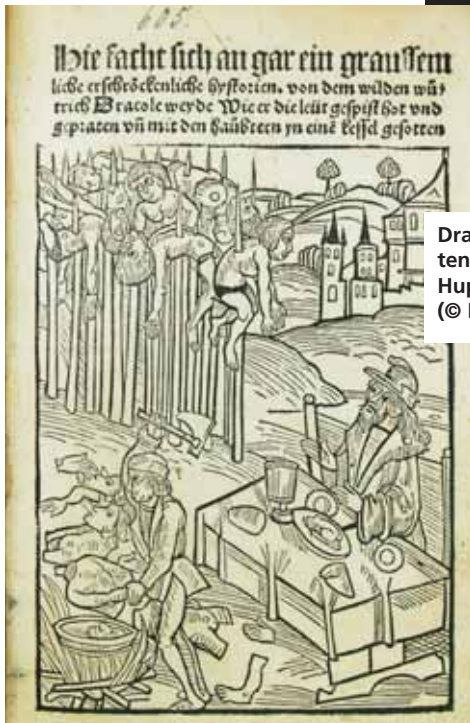
Und berühmt war Dracula zweifellos: Die bedeutendsten Gelehrten und Dichter seiner Zeit, wie Thomas Ebendorfer, Papst Pius II. und Michael Beheim schilderten seine Taten. Trotzdem ist wenig Sicheres über ihn bekannt: Weder seine Geburt um 1431 noch sein Tod um die Jahreswende 1476/77 sind eindeutig überliefert.

Die **Woiwoden der Walachei** waren Vasallen des ungarischen Königs, mussten sich aber immer wieder der Übermacht der Türken beugen und auch ihnen Tribut zahlen. Diese doppelte Abhängigkeit wurde vor allem dann, wenn es zu Auseinandersetzungen zwischen Ungarn und Osmanen kam, zu einem zweischneidigen Schwert. Daneben war Dracula auch in **Machtkämpfe** innerhalb seiner eigenen Familie verstrickt, in der alle Söhne – auch außereheliche – als Nachfolger berechtigt waren. Aufgrund dieser schwierigen Situation war er dreimal an der Regierung: 1448, 1456-1462 und 1476. Dabei gelang es ihm immer wieder, sich eine gewisse Unabhängigkeit zu verschaffen.

Im Osten galt er als zwar grausamer aber gerechter Herrscher und gerissener Kriegsheld im Kampf gegen die



Wer zu Lebzeiten als Hexe galt, wurde besonders des Vampirismus verdächtigt: Aufbruch zum Hexensabbat, David II. Teniers, nach 1633 (© KHM Wien)



Dracula tafelt unter Gepfählten, Titelholzschnitt, Mathias Hupfuff, Straßburg 1500 (© Martinus-Bibliothek Mainz)

Türken. Die durchwegs tendenziösen westlichen Überlieferungen stilisierten ihn hingegen zum Inbegriff des Bösen aus dem Osten. Hinter

dieser Propaganda steckten vor allem die Siebenbürger Sachsen und der ungarische König Matthias Corvinus, die wirtschaftliche und politische Gründe dafür hatten, ihn als **Inkarnation der Grausamkeit** zu schildern. Da kam es ihnen gelegen, dass sich Dracula selbst damit brüstete, bei einem einzigen Feldzug 23.883 Menschen getötet zu haben, zu denen noch unzählige in ihren Häusern Verbrannte hinzukamen. Ebenfalls gut passte, dass das rumänische Wort Dracula auch als „Sohn des Teufels“ übersetzt werden kann. Zweifellos gehört seine bevorzugte Tötungsart – das Pfählen bzw. Aufspießen eines lebenden Menschen – zu den grausamsten Hinrichtungsarten überhaupt. Das Blutsaugen seines literarischen Namensvetters erscheint dagegen geradezu harmlos. Obwohl Dracula diese Tötungsart weder erfunden noch als einziger angewandt hatte – im 16. Jahrhundert wurde auch in Wien und Niederösterreich auf Geheiß österreichischer Behörden gepfählt – ging Vlad III. in die rumänische Überlieferung als Tepeș, der Pfähler, ein.

Habsburger vs. Osmanen und Vampire

Ein weiterer Teil der Ausstellung ist den **Kämpfen zwischen Christen und Osmanen bis zu den großen Türkenkriegen Ende des 17. und Anfang des 18. Jahrhunderts** gewidmet. Die Jahrhunderte andauernden Konfrontationen zwischen Habsburgern und Türken brachten auch eine kulturelle Beeinflussung, wie die ausgestellten Waffen und Porträts deutlich machen. So wird bei westlichen Objekten die Übernahme der orientalischen Formensprache und Ornamentik spürbar und osmanische Herrscher gaben trotz des islamischen Bilderverbots Porträts nach westlichem Vorbild in Auftrag.

Für die ansässige Bevölkerung bedeuteten die zahllosen kriegerischen Heimsuchungen und Verwüstungen aber vor allem eine extreme wirtschaftliche und geistige Verarmung. Dies förderte unter anderem den **Aufbau von Vorurteilen und Aberglauben**. Und genau hier ist die zweite historische Wurzel, die dem Roman des irischen Autors zugrunde liegt, zu finden: die **Vampirphobie**.

An **lebende Leichname** wurde zwar auch in West- und Mitteleuropa geglaubt, wie Publikationen über das **Kauen und Schmatzen der Toten** deutlich machen. Ein Vampir, nämlich ein Untoter, der Lebenden das Blut entzieht und sie dadurch selber zu Vampiren macht, wurde im Westen jedoch erst zu Beginn des 18. Jahrhunderts bekannt.

Angst und Aberglaube ...



Die Verwandlung der Vampire,
Ausstellungsinallation
(© KHM Schloss Ambras)

Vampirklišees

In verschiedenen, durchwegs slawisch besiedelten Dörfern der habsburgischen Militärgrenze zum Osmanischen Reich starben innerhalb kurzer Zeit außergewöhnlich viele Menschen, die vor ihrem Tod behaupteten, von bereits Verstorbenen heimgesucht worden zu sein. Die verängstigte Bevölkerung wusste nur ein Gegenmittel: Sie exhumierte die verdächtigen Leichen. Wurden sie unverwest vorgefunden, rammte man ihnen einen Holzpflöck durch das Herz und verbrannte sie anschließend.

Selten gezeigte Dokumente, wie Berichte der behördlichen Untersuchungskommissionen, bieten Einblick in das Wesen kollektiver Ängste. Die Nachricht von den osteuropäischen Vampiren erlebte in Mittel- und Westeuropa ein gewaltiges Echo. Ab 1732 beschäftigten sich Ärzte, Philosophen und Theologen in den wissenschaftlichen Zentren Wien, Leipzig, Jena und Paris mit dem Thema und veröffentlichten dazu unzählige Publikationen. Dabei wurde der westliche Diskurs über die vermeintliche Vampirkrankheit von dem Klischee der barbarischen, rückständigen Slawen begleitet, die nun durch das politische Erstarken Russlands bedrohlich geworden waren.

Um die Mitte des Jahrhunderts wurde allmählich klar, dass die auffällige Häufung der Todesfälle eine Folge von Seuchen und die Vampirvisionen Fieberphantasien der Erkrankten waren. Für die nicht oder kaum verwesten Leichname konnten ebenfalls natürliche Ursachen, wie Temperatur und Erdbeschaffenheit, gefunden werden. Daher verbot **Maria Theresia** die so genannte **magia posthuma** 1755 in einem eigenen Erlass.

Im folgenden Jahrhundert wurden die Vampire dann zu einem Thema für Dichter. Sie sorgten für die – für unsere heutige Vorstellung wesentliche – Verwandlung des rot angelaufenen, aufgeblähten Bauernlechnams des Volksbergglaubens in einen bleichen, bisweilen melancholischen Aristokraten.

Nach mehreren Erzählungen, Theaterstücken und Opern verband erst **Bram Stoker** den Vampirismus mit „Dracula“. Weder rumänische Volkssagen noch historische Überlieferungen hatten dem Woiwoden ein Blutsaugen oder gar eine untote Existenz zugeschrieben. Stoker folgte vielleicht unbewusst einer Gemeinsamkeit, die die beiden Geschichten dennoch verbindet: das vom Westen konstruierte Bild des grausamen und barbarischen Ostens, ein Mythos, der sich in veränderter Form bis heute gehalten hat.

Zu den Vorstellungen über Vampire, die Stoker aus dem südosteuropäischen Volksglauben übernahm, erfand er andere neu – wie beispielsweise ihre ausschließliche nächtliche Aktivität. Als Fledermäuse tauchen Vampire aber erst im Film auf: Im Volksglauben verwandelten sie sich in Schmetterlinge, Wölfe oder Eulen. Es ist auch nicht so, dass die Vampire nach einer Fledermausart benannt worden wären, sondern umgekehrt verdankt die amerikanische Vampirfledermaus ihren Namen der Tatsache, dass der Zoologe Georges-Louis Leclerc, Comte des Buffon (1707–1788) Berichte über die osteuropäische Vampirphobie gelesen hatte.

Das **weibliche Pendant zu Dracula**, die ungarische Adelige **Elisabeth Bathory**, wurde 1610 beschuldigt, junge Mädchen zu ermorden und aus kosmetischen Gründen in ihrem Blut zu baden. Neigt die neueste Forschung dazu, in diesen Anschuldigungen die Austragung eines Erbstreites zu sehen, wurde die Gräfin in Verfilmungen zum lesbischen Vampir. Bereits die Dichter des 19. Jahrhunderts hatten den Vampirismus mit Erotik verknüpft. In Vampirfilmen der 1970er Jahre trat die Sexualität dann immer mehr in den Vordergrund.

Verschiedene Filmtrailer sowie originale Filmfotos und Plakate machen deutlich, dass das heutige Vampirbild wesentlich von den zahlreichen Dracula- und Vampirfilmen geprägt wurde. Einmal wöchentlich zeigt die Ausstellung den Filmklassiker „**Nosferatu**“ von Friedrich Wilhelm Murnau sowie einen Dokumentarfilm über Roman Polanskis Dreharbeiten zum „**Tanz der Vampire**“ im Südtiroler Grödentale. Wenn es auch keine unsterblichen Vampire geben mag – durch den Film wurde Dracula dennoch unsterblich.

Text: Mag. Margot Rauch, Kunsthistorisches Museum, Schloss Ambras, Ausstellungskuratorin

Fotos: KHM Schloss Ambras; KHM Wien; Martinus-Bibliothek Mainz; Österreichisches Filmmuseum Wien

**Dracula – Woiwode und Vampir
bis 31. Oktober 2008
tgl. 10-17 Uhr**

Katalog: 29,90 Euro

**Schloss Ambras
A-6020 Innsbruck
Schloss Straße 20
www.khm.at/ambras**



Bela Lugosi als Dracula,
Dracula, Regie: Tod Browning 1931
(© Österreichisches Filmmuseum
Wien)

**Zeitgenössische
Kunst aus
Kärnten**



**Kiki Kogelnik, Look again, 1979,
Siebdruck, Privatbesitz
(© Kiki Kogelnik Foundation Wien-
New York)
Zu sehen im Museum Moderner
Kunst Kärnten**

K08 ::

Emanzipation und Konfrontation.

Kunst aus Kärnten von 1945 bis heute

Die Kunst der Nachkriegszeit und die aktuelle Kunstproduktion im Fokus biografischer Zuschreibungen.

Silvie Aigner

Die Jahre nach 1945 werden in der Kunstkritik oft mit dem Begriff **Aufbruch** oder **Neubeginn** bezeichnet. Tatsächlich markierte dieses Jahr einen **Wendepunkt** und bedeutete in vielen **Künstlerbiografien** eine tiefgehende **Zäsur**. Die viel zitierte „**Stunde Null**“ trifft dabei aber nur bedingt zu, denn die **österreichische Avantgarde** nach 1945 hat **international** gesehen **verspätet** begonnen. Sie wurde sowohl von einer **älteren Generation** – wie **Herbert Boeckl** oder **Fritz Wotruba** – durch ihre **Lehrtätigkeit** an der **Akademie** geprägt, als auch von jener **Generation**, die um 1945 ihr **Studium** in **Wien** aufnahm und ihre **Formensprache** in einer **Konfrontation** mit der **internationalen Moderne** entwickeln konnte. Die **Emanzipation** von **traditionellen Gattungsgrenzen** sowie die **Entdeckung** neuer **Materialien** prägte die Jahre nach 1950.

Eine Ausstellung, die einen Einblick in das **Kunstschaffen** in Kärnten von 1945 bis heute geben will, konfrontiert unweigerlich das **Zeitgenössische** mit **historischen Positionen** ebenso wie eine im **Land ansässige Kunstszene** mit **überregional** und **international agierenden KünstlerInnen**. Ein Einblick in das **lokale Kunstgeschehen** eines Landes muss daher in Hinblick auf die **Entwicklung** nach 1945 dem **Umstand** gerecht werden, dass eine **zunehmende Mobilisierung** der **Kunst** und der **KünstlerInnen** selbst die **Domestizierung** einer **Kunstproduktion** auf ein **Land** oder auf eine **Region** nahezu unmöglich macht. Dennoch bildet die **Gemeinsamkeit** für die **Auswahl** der **KünstlerInnen** das **Land Kärnten**: als **Arbeitsmittelpunkt**, als **Geburtsort** oder als **individueller Bezugspunkt** der jeweiligen **Biografien**.

Die Ausstellung „K08 :: Emanzipation und Konfrontation. Kunst aus Kärnten von 1945 bis heute“, wird (bzw. wurde) **an neun Standorten** in Kärnten gezeigt sowie im **öffentlichen Raum** der **Stadt Klagenfurt**, der mit den **Buchstaben „ART PROTECTS YOU“** von **Jochen Traar** bespielt wird. Sie schließt zeitlich an die von **Agnes Husslein** und **Matthias Boeckl** 2004 realisierte **Schau „Eremiten–Kosmopoliten. Moderne Malerei in Kärnten 1900–1955“** an, erweitert jedoch die **Präsentation** um die für die **Gegenwart** **selbstverständlichen Medien** wie **Skulptur**, **Objektkunst**, **Fotografie** und **Film- und Videokunst**. Weiters bezieht sie die **zeitgenössische Architektur** sowie **Kunst im öffentlichen Raum** in die **Ausstellung** und **Publikation** mit ein. **Ziel** war es

vor allem, den Aufbruch nach 1945 zu zeigen, sowie die starke Präsenz der aus Kärnten kommenden oder heute in Kärnten arbeitenden KünstlerInnen der Gegenwart und damit über das Festmachen der Kunstgeschichte an einigen bekannten Positionen hinauszugehen. Durch die Einbeziehung der jüngeren Generation und durch die Vergabe einer Vielzahl an ortsspezifischen Arbeiten wurde auch der Diskursivität der Kunst und ihren Produktionsprozessen ein großer Stellenwert beigemessen. Die für dieses Ausstellungsprojekt geschaffenen „in situ“-Arbeiten mit einer speziellen geografischen, thematischen oder räumlichen Ortsbezogenheit sind daher einer der Schwerpunkte der Ausstellung. Durch die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Kunstmuseen und Kunstinstitutionen im Land konnte in einer einzigartigen Vernetzung ein breiter Bogen über das Land Kärnten gezogen werden. Dadurch ergaben sich auch thematische Schwerpunkte, die sich zum Großteil an der inhaltlichen Ausrichtung der Standorte orientierten. Diese bildeten die Basis, um einen Gegenwartsbezug herzustellen.

Insgesamt findet (fand) die Ausstellung K08 an folgenden Hauptstandorten statt:

Bleiburg: Werner Berg Museum

Einöde bei Villach: [kunstwerk] krastal (Ende der Ausstellung zu K08: 31. August 2008)

Klagenfurt: Museum Moderner Kunst Kärnten; Künstlerhaus Klagenfurt; Alpen Adria Galerie; Napoleonstadel – Kärntens Haus der Architektur und der öffentliche Raum der Stadt Klagenfurt

Nötsch im Gailtal: Museum des Nötscher Kreises

Ossiach: Stift Ossiach (Ende der Ausstellung zu K08: 31. August 2008)

Saag bei Velden: Schau-Kraftwerk Forstsee Kelag (Ende der Ausstellung zu K08: 28. September 2008)

Zusätzlich wurden **Kärntner Galerien** als Partner gewonnen – Galerie 3, Galerie Gmünd, Galerie am Himmelberg, Galerie Magnet, Galerie Unart, Galerie Vorspann, Galerie Sikoronja, Ritter Gallery und Galerie Judith Walker sowie der Kunstraum Grünspan in Feffernitz –, die in Einzel- und Gruppenschauen das künstlerische Potential von Kärntner KünstlerInnen während der Ausstellungsdauer dokumentieren.

Museum Moderner Kunst Kärnten

Nach der Zäsur des Zweiten Weltkrieges setzte in der bildenden Kunst eine Phase der Neuorientierung ein. Sowohl in der Skulptur als auch in der Malerei bildete die Abstraktion der Figur das signifikante Motiv am Weg zur Moderne. Dieser wird mit Werken von **Hans Bischoffshausen, Johann Fruhmann, Wolfgang Hollegha, Arnulf Rainer** und **Hans Staudacher** dokumentiert sowie mit Skulpturen u.a. von **Otto Eder, Anton Marcolin** und **Othmar Jandl**. Daran schließt sich die Präsentation jener Kärntner KünstlerInnen an, die nach dem Zweiten Weltkrieg eine Konfrontation mit der internationalen Avantgarde suchten und sich in Wien, Paris und New York niederließen, wie **Hans Bischoffshausen, Kiki Kogelnik** und **Maria Lassnig**. Neben der Malerei avancierte die Skulptur zu einem Leitmedium der Kunstentwicklung nach 1945. Mit der Übernahme der Meisterklasse für Bildhauerei an der Akademie der bildenden Künste Wien durch den Kärntner **Bruno Gironcoli** begann nach **Fritz Wotruba** eine neue Ära. Seine erste Einzelausstellung erhielt der Bildhauer 1967 in der arrivierten Galerie Hildebrand. Arbeiten, die damals zu sehen waren, ergänzt durch Skizzen und Mischtechniken auf Papier, werden ebenso präsentiert, wie die Plexiglasskulpturen von **Cornelius Kolig**, der damit Anfang der 1970er Jahre in der Tradition der Wiener Avantgarde um Hans Hollein, Hausrucker & Co, Walter Pichler oder Coop Himmelb(l)au stand. Die Malerei steht im Mittelpunkt der weiteren Präsentation mit Arbeiten von **Giselbert Hoke, Gustav Janus, Kurt Kocherscheidt, Peter Krawagna** und **Valentin Oman**. Einzelpositionen,



Kurt Kocherscheidt, Reim, 1985, Öl auf Leinwand, 208 x 80 cm, Hans Schmid Privatstiftung (Foto: Gerd Stadler / Atelier Neumann)
Zu sehen im Museum Moderner Kunst Kärnten

Valentin Oman, Homo Sapiens II, 2005, Mischtechnik auf Leinwand, 200 x 150 cm (Foto: E.P. Prokop), zu sehen im Museum Moderner Kunst Kärnten



Künstlerinnen wie **Ina Loitzl** oder **Gudrun Kampl** zeigen darüber hinaus, dass textile Materialien erneut ein adäquates Ausdrucksmittel in der Objektkunst sind. Künstler wie **Johann Feilacher, Michael Kos** oder **Rainer Wulz** zeigen jedoch, dass eine junge Generation auch wieder mit **Holz und Stein** arbeitet und darin zeitgenössische Problemstellungen der Skulptur formuliert. **Wolfgang Walkensteiner, Franco Kappl, Richard Kaplenig, Heiko Bressnik** oder **Claus Prokop** zeigen andererseits in der Malerei die Autonomie des Materials oder ihre Überschreitung in ein anderes Medium im Spannungsfeld zwischen Figuration und Abstraktion.

Doch wenngleich Medien wie Zeichnung, Objekt und Malerei scheinbar unbelastet von historischen Vorgaben übernommen werden, so ist eine Neuinterpretation ihrer thematischen Inhalte unausweichlich, in dem sie zeitimmanente Fragen und Wahrnehmungen evoziert. So werden auch Arbeiten gezeigt, die sich mit der aktuellen politischen oder gesellschaftlichen Situation im Land, seiner Zweisprachigkeit sowie der Aufarbeitung der Vergangenheit beschäftigen, wie u.a durch Arbeiten von **Jochen Traar, Ernst Logar, Barbara Bernsteiner, Werner Hofmeister** oder **Dietmar Franz**, die den Abschluss des Museumsrundgangs bilden. Die Burgkapelle bespielt der Künstler Johannes Domenig mit der subversiv gesellschaftskritischen Rauminstallation „The Last Support“.

deren Kunst stets auch einen interdisziplinären Diskurs mit Literatur und Film zeigt, wie **Viktor Rogy** und **Bella Ban**, sind ebenso mit Werken vertreten, wie die junge Generation, die in einer steten Überschreitung der Medien arbeitet und die Möglichkeiten der Malerei und Zeichnung an der Grenze zum Objekthaften auslotet.

So können Malerei und Skulptur als die Schwerpunkte im Museum Moderner Kunst gelten. In beiden zeigt die Entwicklung eine zunehmende konzeptuelle und prozessorientierte Auseinandersetzung mit dem Material. Vor allem der Skulpturenbegriff der Gegenwart ist geprägt von einer radikalen Erweiterung der Materialien und durch ein Crossover mit anderen Medien wie Fotografie und Video.

Museum Moderner Kunst Kärnten
Burggasse 8 / Domgasse, A-9020 Klagenfurt
bis 2. November 2008
Di-So, Fei 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
www.mmkk.at

Meina Schellander, RAUM-FIGUR ETA,
1999-2004, Aluminium, Acrylglas, Nylon,
206 x 320 x 160 cm
(Foto: Franz Schachinger)
Zu sehen im Künstlerhaus Klagenfurt



Nicole Six und Paul Petritsch,
Die Innere Grenze, 2008, Fotoserie
(Foto: Nicole Six und Paul Petritsch)
Zu sehen im Künstlerhaus
Klagenfurt

Künstlerhaus Klagenfurt

In den Räumen des Künstlerhauses setzt K08 einen Schwerpunkt auf Arbeiten aus den Bereichen Objektkunst, Fotografie, Rauminstallation, Film und Projektion. Ausgangspunkt ist das Werk der KünstlerInnen **Meina Schellander** und **Inge Vavra**, die bereits früh eine Verbindung zwischen Skulptur, Grafik und Fotografie formulierten.

Seit 1990 arbeitet Meina Schellander an der Serie der Raum-Figuren, die sie nach dem griechischen Alphabet benennt. Diese bestehen wie „RAUM-FIGUR ETA“ zumeist aus mehreren Elementen, in der die Balance zwischen massiven, schweren Metallteilen und der Leichtigkeit transparenter Materialien einen Schwerpunkt bildet. Wie Sichtweite und Sichtweise einander bedingen, untersucht Inge Vavra in den im Rahmen von K08 realisierten Arbeiten, die während eines Arbeitsaufenthaltes im Tessin entstanden sind. Anhand von Zeichnungen, Landkarten, Büchern und eigenen Fotografien erfasste die Künstlerin Aussichten auf und Einsichten in die Landschaft, deren räumliche, zeitliche und

emotionale Dimensionen sie neu interpretierte. Daran schließen Werke einer jungen und mittleren Generation an, deren Arbeiten eng mit einer medienübergreifenden Strategie zwischen Objekt, Fotografie und Videokunst verbunden sind, wie Arbeiten von **Anja Manfredi** oder **Katarina Schmidl** oder die ihre Werke in einer direkten Bezugnahme auf den Raum oder das Thema der Ausstellung erarbeiten. So realisierten **Nicole Six** und **Paul Petritsch** das Projekt „Die innere Grenze“, in dem sie die ca. 160 km lange Grenze, welche 1920 **Thema der Volksabstimmung** in Kärnten war, mit der Kamera erneut vermessen haben und als Plakatobjekt in der Ausstellung präsentieren. Ebenso realisierte **Ines Doujak** für K08 eine neue Rauminstallation. Aus einer dezidiert feministischen Sichtweise, entwickelte sie ein gesellschaftskritisch orientiertes Werk im Spannungsfeld künstlerischer Produktion und zeitgeschichtlicher wie historischer Feldforschung. Die Schnittstelle zwischen Kunst und Wissenschaft bildet den Ausgangspunkt der Arbeiten von **Herwig Turk** und



Melitta Moschik. Durch die Übersetzung in ein neues Material wird das vertraute Erscheinungsbild des Gegenstandes abstrahiert und zu einer autonomen Form. **Luisa Kasalicky** und **Manuel Knapp** realisierten eine ineinander greifende Rauminstallation für das Künstlerhaus, wie auch die Skulpturen von **Roland Kollnitz** in einer ortsspezifischen Auseinandersetzung entstanden. Die Beschäftigung mit dem Material ist ihm dabei ebenso wichtig wie das Evozieren einer sinnlichen Erfahrung der zuweilen polierten Oberflächen. So laden seine Objekte zum kurzen Verweilen ein oder werden zu Orten des Anlehns und Betrachtens innerhalb des Ausstellungskontexts. In der **Kleinen Galerie des Künstlerhauses** präsentiert K08 den Film „Aquarena“ von **Josef Dabernig** und **Isabella Hollauf**.

Künstlerhaus Klagenfurt
 Goetheplatz 1, 9020 Klagenfurt
 bis 2. November 2008
 Di-So 10-18 Uhr
www.kunstvereinkaernten.at



Anja Manfredi, Re-Enactment nach Daniel Chodowiecki, 2007, C-Print, 60 cm x 50 cm (Foto: Anja Manfredi), zu sehen im Künstlerhaus Klagenfurt



Hubert Lobnig, *Die Chromtreppe herabsteigend*,
2008, Videoinstallation / Objekt,
ca. 210 x 200 x 25 cm
Videostill (Foto: Hubert Lobnig)
Zu sehen in der Alpen Adria Galerie

Alpen Adria Galerie

Die beiden Ausstellungsräume der Alpen Adria Galerie wurden Hubert Lobnig und Birgit Knoechl zur Verfügung gestellt, die in einem **Dialog mit der Architektur** den Fokus auf eine thematische, historische oder räumliche Verortung ihrer Arbeiten legten.

Hubert Lobnig bezieht sich in seiner Installation auf die Architektur von Adolf Bucher aus den frühen 1970er Jahren, in der sich Aufbruch und Anlehnung an die internationale Architektur der Moderne wie auch eine Zusammenarbeit zwischen Architektur und Kunst widerspiegeln. In der Videoinstallation „*Die Chromtreppe herabsteigend*“, wird die Treppe aus dem Foyer des Klagenfurter Stadthauses sowie der hohe, quadratische Spiegel von Arnulf Komposch in Anlehnung an Marcel Duchamp zum Leitmotiv. Durch die Projektion auf das Glasobjekt bricht sich das Bild in unterschiedlichen Ebenen. Auch die zweite Videoarbeit von Hubert Lobnig mit dem Titel „*Kärnten nach dem Regen*“ bezieht sich auf eine Arbeit der klassischen Moderne. (Max Ernst: „*L'Europe après la pluie I*“) Die Arbeit ist eine ironische Auseinandersetzung mit Nationalismen aber auch ein Versuch, die Folgen einer auf Events und Oberflächen konzentrierten Boulevardgesellschaft vorauszuahnen.

Birgit Knoechl setzt ihre Arbeit in einer Verschränkung von Zeichnung und Objekt in den Raum. Ausgehend von real existierender Flora artikuliert sie das

Wachstum und den Gestus der Linie bis hin zu einer abstrakten Formensprache. Das Material, das mit Tusche bemalte Papier, wird zum Bildträger ebenso wie zum Motiv selbst. Der Prozess des Ausschneidens, des Cut-Out, transformiert die Linie in ein dreidimensionales Papierobjekt, das buchstäblich in den Raum wuchert.

Alpen Adria Galerie
Theaterplatz 3, 9020 Klagenfurt
bis 2. November 2008
Di-So 10-18 Uhr
www.stadtgalerie.net

Napoleonstadel – Kärntens Haus der Architektur

Neben der Dokumentation regionaler Schwerpunkte etablierte sich Kärntens Haus der Architektur auch als Zentrum für einen überregionalen und internationalen Austausch der **Architekturszene**. Diesen Aspekt greift die Ausstellung unter dem Titel „*architekturTRANSFER*“ auf. Gezeigt wird eine Auswahl an Projekten internationaler Architekturbüros, die durch ihre Bautätigkeit seit



Napoleonstadel –
Kärntens Haus der
Architektur: Aus-
stellungsansicht
(Visualisierung by
SHARE architects)



1990 wichtige Landmarks in Kärnten gesetzt haben sowie komplementär dazu erstmals auch einen Überblick über Kärntner ArchitektInnen, die ihren Arbeitsmittelpunkt außerhalb des Landes gefunden haben. Die Vielzahl an internationalen Einzelprojekten dokumentiert die Bedeutung des Transfers avancierter zeitgenössischer Architektur in alle Richtungen: von außen nach innen und von einer im Land selbst agierenden Architekturszene nach außen. Für die **21 vorgestellten ArchitektInnenteams** haben **SHARE architects** eine unkonventionelle, spielerische Präsentation gestaltet. Darüber hinaus begleitet die Ausstellung als Zusatztool ein grafisch aufbereiteter Einblick („Reality Check“) in die verschiedenen Strukturen und Arbeitsweisen junger Architekturbüros im europäischen Raum.

Napoleonstadel – Kärntens Haus der Architektur
St. Veiter Ring 10, 9020 Klagenfurt
bis 2. November 2008
Mo-Do 7-17 Uhr, Fr 7-12 Uhr
www.architektur-kaernten.at

Werner Berg Museum, Bleiburg

Das 1968 gegründete Werner Berg Museum in Bleiburg widmet sich der Präsentation des malerischen und grafischen Schaffens von Werner Berg, der zu den wichtigsten Kärntner Malern des 20. Jahrhunderts zählt. Ausgehend von seinen, in den 1950er Jahren entwickelten **reduzierten Formen in Figur, Porträt und Landschaft**, beschäftigt sich die Ausstellung mit konstruktiven Aspekten der Malerei bis heute. Vor allem für die ältere Generation war der geometrische Stil eine wichtige Phase in ihrem Frühwerk. Dies wird anhand ausgewählter Werkbeispiele von **Wolfgang Hollegha, Hans Bischoffshausen** und **Kiki Kogelnik** aufgezeigt. Erstmals wird innerhalb der Kärntner Kunst auch die Kontinuität konkreter Tendenzen bis hin zu den vielfältigen Neuinterpretationen durch die KünstlerInnen der Gegenwart fortgeführt. Dabei sind u.a. malerische und skulpturale Werke von **Marianne Bähr, Angelika Kaufmann, Manuel Knapp, Edgar Knoop,**



Gertrud Weiss-Richter, Ohne Titel, 2005, Akryl auf Leinwand, 100 x 150 cm
(Foto: Gertrud Weiss-Richter/Ferdinand Neumüller)
Zu sehen im Werner Berg Museum

Suse Krawagna, Eric Kressnig, Zorka L-Weiss, Manfred Mörth, Ferdinand Penker, Ulrich Plieschnig, Rudolfine P. Rossmann, Karl Vouk, Gertrud Weiss-Richter oder Heimo Zobernig in einen spannungsreichen Dialog gestellt.

Werner Berg Museum, Bleiburg
10.-Oktober-Platz 4, 9150 Bleiburg
bis 2. November 2008
Di-So 10-18 Uhr
www.berggalerie.at

Museum des Nötscher Kreises

Das Museum des Nötscher Kreises, das 2008 sein 10-jähriges Bestehen feiert, repräsentiert mit den Malern des Nötscher Kreises, **Anton Kolig, Franz Wiegele, Sebastian Isepp** und **Anton Mahringer** vier bedeutende Vertreter der modernen Malerei des 20. Jahrhunderts in Österreich. Die Ausstellung K08 setzt diesen Schwerpunkt fort und zeigt einen Einblick in die zeitgenössische figurative Malerei. Ausgehend von **Franz Grabmayr** und **Karl Stark**, die zu den wichtigsten Vertretern einer abstrahierenden Landschaftsmalerei gehören, wird ein generationsübergreifender Bogen zu einer jüngeren Generation gespannt. Diese hat Themen wie Landschaft, Porträt oder Genre wieder verstärkt für sich entdeckt und stellt diese in den Mittelpunkt einer zeitgenössischen Neuinterpretation. Gemeinsam ist den KünstlerInnen neben einer malerischen Bildauffassung auch eine teilweise biografische Nähe zum Ausstellungsort. Gezeigt werden Bilder von **Alex Amann, Helga Druml, Franz Grabmayr, Guido Katol, Richard Klammer, Alina Kunitzyna, Markus Orsini-Rosenberg, Karl Stark, Hugo Wulz** und eine Objektinstallation im Erker von **Johann Feilacher**.

Museum des Nötscher Kreises
Haus Wiegele Nr. 39, 9611 Nötsch im Gailtal
bis 2. November 2008
Di-So 10-18 Uhr
www.noetscherkreis.at

Helga Druml, Bubblesgum
2006, Öl auf Leinen,
140 x 110 cm
(Foto: Helga Druml)
Zu sehen im Museum
Nötscher Kreis



Zur Ausstellung erschien im **Springer Verlag** eine dreibändige Publikation in Deutsch, Slowenisch, Italienisch und Englisch. Im Kontext eines kulturhistorischen Hintergrunds werden hier wesentliche künstlerische Tendenzen beschrieben, Projekte exemplarisch dargestellt und die für Kärnten spezifischen Voraussetzungen einer kritischen Analyse unterzogen. Über die historische und kunsthistorische Aufarbeitung hinaus liegt die Qualität jedoch vor allem auch in den aktuellen Diskursen, geschrieben von einem interdisziplinären Team aus KunsthistorikerInnen, ArchitektInnen, HistorikerInnen, GaleristInnen, KuratorInnen und Kunstschaffenden.

Katalog: Silvie Aigner (Hg.), K08 :: Emanzipation und Konfrontation. Kunst aus Kärnten von 1945 bis heute (Wien 2008)

Band I: Kunst aus Kärnten von 1945 bis heute

Mit Beiträgen von **Silvie Aigner, Irmgard Bohunovsky-Bärnthaler, Nicola Hirner, Christian Kravagna, Andreas Krištof, Eva Maltrovsky, Hedwig Saxenhuber, Franz Smola, Hemma Schmutz, Florian Steininger, Elisabeth Voggeneder, Christine Wetzlinger-Grundnig.**

Band II: Architektur seit 1945 und Kunst im öffentlichen Raum heute

Mit Beiträgen von **Friedrich Achleitner, Fritz Breitfuß, Sonja Gasparin, Beny Meier, Theresia Hauenfels, Otto Kapfinger, Klaura & Kaden, Eberhard Kraigher, Gernot Kulterer, Dietmar Müller, Karin Tschavogova, Reinhold Wetschko.**

Band III: Slowenisch / Italienisch / Englisch

Ausstellungsprojekt und Publikation werden somit zu einem sehr produktiven und stets offenen Handlungs- und Diskussionsraum, der den Zeitraum von 1945 bis heute auf eine neue Forschungsbasis stellt und erstmals auch Archive für den Leser zugänglich macht, deren weitere Aufarbeitung als Desiderate der Kärntner Kunst und Architektur angesehen werden können, um nachhaltig das hier angeschriebene und präsentierte Bild einer Gegenwartskunst in die Zukunft weiterzuschreiben.

Text: Mag. Silvie Aigner, Kuratorin von K08
K08 :: Emanzipation und Konfrontation –
Kunst aus Kärnten von 1945 bis heute
**Nähere Informationen zu allen Standorten
unter: www.k08.at**

THEMENAUSSTELLUNG

Himmelssteine

... von Meteoriten, Kometen und Sternschnuppen
bis 29. März 2009

Foto: Rosalindabel / A. Roth

Meteorite aus der Sicht eines Amateurastronomen

Do., 23. Oktober 2008, LMK

Vortrag von Mag. Alois Kollmitzer inklusive Führung von Ausstellungskuratorin
Dr. Cornelia Bockrath

Mythos und Wahrheit: der Stern von Bethlehem

Do., 11. Dezember 2008, LMK

Vortrag von Prof. Manfred Posch, Astronomische Vereinigung Kärntens
inklusive Führung von Ausstellungskuratorin Dr. Cornelia Bockrath

Führungen je um: 18:00 Uhr

Vorträge je um: 19:00 Uhr

Kosten: € 6,- / Ermäßigt € 4,-

Info und Anmeldung: 050 / 536 30599

oder info@landesmuseum-ktn.at

Museumgasse 2, 9021 Klagenfurt

www.landeshmuseum-ktn.at

Eine Kooperation mit der Astronomischen Vereinigung Kärntens (AVK)



LANDESMUSEUM KÄRNTEN



Bis 11. Jänner 2009 –
Ausstellung im Tiroler Landesmuseum
Ferdinandeum:

MYTHOS WILDERER

Sonia Buchroithner

Um Wilderer geht es in diesem Sommer/Herbst im Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum. Das Thema wird hier nicht romantisch verklärt, es wird vielmehr aus verschiedensten Blickwinkeln grenzüberschreitend betrachtet. Die Ausstellung wartet mit einem breiten Spektrum von Gemälden und Originaldokumenten über skurrile Jagdwaffen bis hin zu Tierpräparationen auf. Die Schau steht auf einer breiten Basis: Sie zeigt die Wilderei als wesentlichen Bereich der Kultur-, Kunst- und Sozialgeschichte, oft auch aus einem unerwarteten Blickwinkel.

Das Konzept der Ausstellung ist, die verschiedenen reichhaltigen und vielfältigen fachlichen Bereiche der Tiroler Landesmuseen (wie Kunst, Geschichte, Naturwissenschaften, Musik, Volkskunst) in einer Ausstellung zu einem interdisziplinären Thema zusammenzufassen. Die Präsentation weicht immer wieder von üblichen Schemata ab. Auch hier wird in gewissem Sinne „gewildert“. Direktor Dr. Wolfgang Meighörner zeichnet gemeinsam mit Dr. Gerhard Tarmann von den Naturwissenschaftlichen Sammlungen für Konzept und Realisierung des faszinierenden Projekts verantwortlich, mit dem das Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum eine Attraktion mit großer Breitenwirkung offeriert.

Grenzüberschreitungen

Die Ausstellung ist dem im Alpenraum und darüber hinaus beliebten Thema „Wilderer“ gewidmet. Fast wöchentlich berichten die Medien über Fälle von Wilderei. Der Polizei gelingt es immer wieder, Wilderer zu stellen, deren logistisches Know-how und technische Ausrüstung selbst langjährige Profis in Staunen versetzt. Das Wildern ist ein eigenartiges Phänomen. Selbst in unserer heutigen Zeit, wo jeder erwachsene Staatsbürger eine Jagdprüfung machen kann und sich dann legal der Jagd widmen könnte, scheint für manche Menschen das illegale Schießen auf Tiere **nichts von seinem Reiz verloren** zu haben. Das Ferdinandeum versucht daher, dieses brisante Thema, das viele Menschen im Lande bewegt, auf-



August Dieffenbacher: Flucht des Wilderers, 1988, Staatliches Museum Schwerin





„Da Wilderei nicht nur ein Thema der Alpen ist, stellt die Ausstellung auch einen Bezug zur **internationalen illegalen Jagd und ihrer Bedeutung für die Gefährdung von bekannten Tierarten** her. ...“

zugreifen. Dabei ist nicht an eine umfassende wissenschaftliche Aufarbeitung des Themas Wilderer gedacht, sondern an das Aufzeigen der vielen Facetten, die hier zu berücksichtigen und zu beobachten sind. Wilderei ist eine Form der Grenzüberschreitung. Wie sehr „Grenzen“ in unserem täglichen Leben eine Rolle spielen, ist daher ebenfalls Thema der Ausstellung. Sie ist der Versuch, die zahlreichen Aspekte, die dieses spannende und tief in der Seele der Völker verankerte Phänomen auszeichnet, zu erspüren und in Bild, Text und Positionen der bildenden Kunst darzustellen.

Der Wilderer als **„Rebell der Berge“** wird sowohl in seiner kulturgeschichtlichen Entwicklung als auch in seiner kontroversiellen Bedeutung beleuchtet. Dabei wird nicht nur auf den bekannten „Wildschütz“, den illegalen Jäger mit Gewehr eingegangen, sondern auch auf andere Formen der illegalen Jagd (Schlingen, Fallen usw.). Auch der in weiten Teilen des Alpenraumes bis

heute bedeutende **Vogelfang** wird gezeigt. Berühmte **„Wildererdramen“** kommen in der Ausstellung ebenso vor wie die strenge Gerichtsbarkeit früherer Zeiten. Neben Werken der Kunstgeschichte – z.B. von Kaspar Jele „Die Wildschützen“ (1841), „Die Flucht des Wilderers“ von August Dieffenbacher (1888) oder Georg Wächters „Tiroler Wildschütz“ (1839), sowie das Bildnis Leopold Vöschers „Im hinteren Pitztal“ (1865) – finden sich zahlreiche **Werke der zeitgenössischen Kunst**, etwa Arbeiten von Helmut Christof Degn, Lois Hochenblaikner, Teun Hocks oder Steve Payne (von Studio output London Design Agency).

Berühmte Wilderer – grausame Wilderei

„Berühmte Wilderer“ nehmen einen besonderen Platz ein, etwa Pius Walder oder die Zillertaler Wilderin

◀ Studio Output, London;
Design: Steve Payne „the
hunter becomes the hunted“,
2005

Begleitbuch zur Ausstellung

Zur Ausstellung erscheint ein Buch (175 Seiten, ca. 200 Farbbildungen) zum Preis von EUR 24,80. Das Buch ist im Museumsshop oder unter sekretariat@tiroler-landesmuseen.at zu erwerben.

Herausgeber: Wolfgang Meighörner; Konzeption und Umsetzung: Lois Hechenblaikner, Hannes Senfter und Gerhard Tarmann; mit Textbeiträgen von Roland Girtler, Sebastian Obermayer, Bernhard Kathan, Marc Cleriot und Helmut Christof Degn.

Museumspädagogische Aktionen

Das museumspädagogische Angebot setzt bei dieser Ausstellung auf Kinder und Jugendliche von der 6. bis 13. Schulstufe. Aufmerksam und kritisch wird aktions- und dialogorientiert der Wilderei nachgegangen. Es kommen u.a. Elemente des Improvisationstheaters zum Einsatz, um die Rollen der beteiligten Protagonisten wie Wilderer, Jäger und Gejagte zu erarbeiten. Die facettenreiche Ausstellung bietet Anknüpfungspunkte für verschiedene Unterrichtsfächer: Geschichte und Sozialkunde, Geografie, Biologie, Bildnerische Erziehung, Psychologie und Ethik. Informationen: Angelika Schafferer, T +43/512/59489 -111,

Email: a.schafferer@tiroler-landesmuseen.at
Freier Eintritt für Schulklassen in die Tiroler Landesmuseen!

Kooperation mit den Innsbrucker Verkehrsbetrieben

Während der Ausstellungsdauer wird im Rahmen der Kooperation der Tiroler Landesmuseen-Betriebsgesellschaft mit den Innsbrucker Verkehrsbetrieben (IVB) ein Linienbus mit dem Sujet der Ausstellung durch Innsbruck fahren, um die gemeinsame Aktion „Sie können ja auch jemanden mitnehmen ... Mit einem IVB-Wochen-, Monats- oder Zeitticket zu zweit in die Tiroler Landesmuseen ... und nur einer zahlt“ zu bewerben.

„Flottenschlagstaude“ Elisabeth Lackner aus Ginzling, die als **treffsichere Schützin** auf diese Weise ihre Kinderschar ernährte. Ein anderer Wilderer hat sich stolz mit Selbstausrücker samt Beute fotografiert. Waffen und beschlagnahmtes Beutegut veranschaulichen das fragwürdige „Handwerk“. Fern aller romantischen Verklärung, wie sie etwa noch in Mozarts „Papageno“, in Webers „Freischütz“ oder in August Dieffenbachers großem Gemälde „Flucht des Wilderers“ anklingt, dokumentieren **Originalfotos und Filme**, etwa der Bert-Breit-Film „Wildererleben“ von 1978, in dramatischen Szenen das „Suchtverhalten“. Schockierend auch die Bilder grausamen internationalen Wilderertums, dem Elefanten, Nashörner und andere **Wildtiere**, die wegen ihrer kostbaren Felle gejagt werden, qualvoll zum Opfer fallen.

Die Ausstellung berührt die verschiedensten Lebensbereiche, den psychologischen des Jagdtriebs und der Jagdleidenschaft, ebenso den historischen und strafrechtlichen, der von der Todesstrafe bis zum Freispruch reicht und mit Urkunden vom „Urfehdebrief“ oder dem „Sachsenspiegel“ fesselnd belegt ist. Sie zeigt rund 100 **Tierpräparate**, die in einem künstlichen „Wald“ ihr Ambiente finden, eine Beobachtungsstation, wo der Besucher mit Fernglas auf die Pirsch gehen kann, ein Wilderer-Auto, eine Trophäenwand, an der die Tiere oft kopfüber hängen sowie Felle, die zu berühren auch ein haptisches Erlebnis vermittelt.

Dass Wilderei durchaus auch Tierarten gefährden kann, wird unter anderem am Beispiel des Alpensteinbocks erklärt, der über Jahrhunderte nicht nur wegen seiner Trophäen, sondern auch wegen seiner in der **Volksmedizin** und im Volksglauben bekannten „**Heilwirkung**“ gejagt und dadurch fast zum Aussterben gebracht wurde. Da Wilderei nicht nur ein Thema der Alpen ist, stellt die Ausstellung auch einen Bezug zur internationalen illegalen Jagd und ihrer Bedeutung für die Gefährdung von bekannten Tierarten her. Zu allen diesen Themenbereichen werden plakative Beispiele gezeigt.

Auf der Pirsch durch das Museum

Die Räumlichkeiten der Ausstellung wurden in einen Wald verwandelt, der Besucher begibt sich sozusagen auf eine Pirsch durchs Museum. In der Schau sollen die Besucher in einer Gesamtinstallation auf zwei Ausstellungsebenen mit einer pfiffigen und überraschenden Inszenierung aktiv bzw. interaktiv mit „Aha“-Effekten neugierig gemacht und in das vielschichtige und sehr differenziert zu betrachtende Thema eingeführt werden.

Die Präsentation des Ausstellungsthemas entzieht sich dem üblichen Kanon einer musealen Darstellung. „Es geht neben der klassischen Faktenvermittlung.





Fotos: Frischauf-Bild, Innsbruck



lung auch um das Erfahren von Emotionen, von Verhalten wie Jagdfieber, Revierverhalten, Hierarchien, Selbstdarstellung, Naturerlebnis – menschlichen Höhen und Tiefen eben.“ (Wolfgang Meighörner im Vorwort zum Ausstellungsbuch). Es wird versucht, das Phänomen „Wildern“ aus verschiedenen Blickwinkeln nachvollziehbar zu machen.

Die gezeigten Objekte stammen aus den eigenen Sammlungen der Tiroler Landesmuseen und von zahlreichen privaten und öffentlichen Leihgebern. Unter anderem gelang es den Organisatoren, viele besonders interessante Schaustücke aus den reichhaltigen Zoll- und Polizeilagern, in denen staatlich konfiszierte, illegale Objekte aufbewahrt werden, für die Ausstellung als Leihgaben zu beschaffen.

Text: Dr. Sonia Buchroithner, Öffentlichkeitsarbeit, Tiroler Landesmuseen-Betriebsgesellschaft m.b.H.

Fotos: Stefan Heim/Tiroler Landesmuseen-Betriebsgesellschaft m.b.H.; Frischauf-Bild, Innsbruck

WILDERER

bis 11. Jänner 2009, Di-So 9-18 Uhr

Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum
Museumstraße 15, 6020 Innsbruck
www.tiroler-landesmuseen.at



HOFKIRCHE · UNIVERSITÄTSSTRASSE 2 · 6020 INNSBRUCK
T +43/512/59489-510 · F -520 · volkskunstmuseum@tiroler-landesmuseen.at
www.hofkirche.at · www.tiroler-landesmuseen.at

Montag-Samstag 9–17 Uhr
Lunedì-Sabato · Mondays-Saturdays · Lundi-Samedi

Sonn- und Feiertage 12.30–17 Uhr
Domenica e Festivi · Sundays and Holidays · Dimanche et Jours Fériés

Juli / August –17.30 Uhr
Luglio / Agosto · July / August · Juillet / Août

 **tiroler
landes
museen**
ferdinandum
volkskunstmuseum

HOFKIRCHE



JOURNAL

JOURNAL / TIPPS

Museum Stein

Neueröffnung

Die **Kunstmeile Krems** ist seit 27. September 2008 um einen Ausstellungsort reicher – das Museum Stein **im ehemaligen Minoritenkloster** vervollständigt gemeinsam mit dem **forum frohner**, dem **Ernst Krenek Forum** und dem **Klangraum Minoritenkirche** den Minoritenkomplex als neues Kunstzentrum. Das Museum Stein sieht sich als ortsbezogenes Museum, doch nicht im klassischen Sinn. Es setzt sich mit dem Gegensatz Großstadt-Peripherie auseinander und präsentiert sich als künstlerische Installation mit Bezug auf die Geschichte und die Menschen der Stadt. In vier Räumen findet das Museum unterschiedliche Zugänge zu Stein und dem Wirken seiner Bewohner.

Raum 1: Im neunten Himmel Interaktive Raumin szenierung

von Sylvia Eckermann und Gerald Nestler, Komposition: Peter Szely
Die Lebensgeschichte des Jesuiten Andreas Koffler aus Stein, der als Missionar am Hof des letzten Ming-Kaisers wirkte, steht exemplarisch für den aufgeklärten und respektvollen Dialog zwischen Europa und China im 17. Jahrhundert. Wechselseitige Inspiration und ein Lebensgefühl im Spannungsfeld von Wissenschaft, Religion und Philosophie bereicherten Kunst, Denken und Wissen beider Kulturen. Im neunten Himmel übersetzt historische Aufzeichnungen und Illustrationen in eine virtuelle Reise durch faszinierende audiovisuelle Impressionen.



Im neunten Himmel ist eine Rauminstallation, deren Medienkörper die Besucher umfängt und sie als Performer von Bild-, Klang- und Erfahrungswelten ihren eigenen virtuellen Reflexionsraum erschaffen lässt.

Sie bewegen sich durch eine hypermediale Welt, deren Architektur und Klangraum nicht statisch, sondern in Bewegung sind. Aus dieser synthetischen Landschaft ergeben sich zeitlose Fragestellungen zu Zentrum und Peripherie, kultureller Einbindung oder Ausgrenzung, zum Subjekt zwischen Identität, Konformität und Wandel. Zeit, Raum und Schwerkraft lösen sich auf und erweitern den individuellen Erfahrungshorizont.

Raum 2: Zeitgenössische Fotografie – Laura Ribero

Die kolumbianische Künstlerin Laura Ribero, geboren 1978, war in den Jahren 2005 und 2006 Stipendiatin von AIR artist-in-residence Krems. Auf ihren Streifzügen durch Stein entstanden mehr als 40 Detailfotografien von historischen Gebäuden mit unerwarteten Einsichten. Riberos Fotografie ist eine Mischung aus zwei Aspekten: Einerseits geht es ihr um eine dokumentarische Perspektive – stets will sie zeigen, was tatsächlich da ist –, andererseits erweitert sie die reine Dokumentation ins Geheimnisvolle und Interpretative. Schon in ihrer Diplomarbeit dokumentierte Ribero akribisch verschiedene Wohnviertel Barcelonas und legte den Fokus auf die Architektur der Stadt, in der sie sich heimisch fühlte. Stellvertretend für die vielen Kunstschaffenden, die das interna-

tionale Kremser Atelierprogramm nach Stein führt, wird mit den Fotografien Riberos die innere Realität des Ortes erkundet.

Raum 3: Fotografien und historische Postkarten aus Stein

Wohnzimmer, Badezimmer, ein langer Flur mit einem grauen Läufer, ein Herrgottswinkel über einer Sitzgruppe: Elemente normaler, völlig unspektakulärer Interieurs und Wohnungen, weit entfernt vom Look in einem Wohn- oder Designmagazin, bilden die Motive der Fotografien aus Stein. Trotzdem sticht sofort die Andersartigkeit der Räume ins Auge; es sind historische Räume aus dem 16., 17. und 18. Jahrhundert, in denen noch heute gelebt und gearbeitet wird. Eine Jacke hängt über einer Sessellehne, ein Kind sitzt auf der Couch, ein altes Telefon hängt an der Wand, eine Frau kehrt den Hof. Es sind diese voyeuristischen Einblicke, die den Fotografien von Joerg Burger, Hertha Hurnaus und Wolfgang Thaler das gewisse Etwas geben.

Dem gegenüber stehen historische Postkarten aus dem Archiv Ernst Kalt, die das Bild von Stein, das für die „Außenwelt“ bestimmt war, zeigen. Sie stammen aus dem späten 19. und dem frühen 20. Jahrhundert. Wichtige Motive sind touristische Ziele, wie etwa der Passauer Hof oder die zahlreichen Steiner Kirchen, außerdem Bauwerke des öffentlichen Interesses, wie die Justizanstalt Stein, die ehemalige Tabakfabrik – heute beherbergt sie die Kunsthalle Krems – oder die Mautener Brücke. Diese war ein besonders beliebtes Motiv, das die Wichtigkeit der Stadt Stein hervorhob, war sie doch über Jahrhunderte die einzige Donaubrücke zwischen Linz und Wien.

Raum 4: Filmpräsentation

Ansichten von Stein, Lieblingsplätze von Bewohnern, historische Kostbarkeiten – eine filmische Aufarbeitung des historischen Stadtkerns von Stein.

Museum Stein
Minoritenplatz 4
A-3504 Krems-Stein
tgl. 11-17 Uhr
Eintritt frei
T +43/ 2732/ 90 80 10
www.kunsthalle.at

Hirsche weltweit

Vom Elch bis zum Pudu

bis 1. Februar 2009
Jagdmuseum Schloss Stainz

Das Jagdmuseum Schloss Stainz zeigt seit September 2006 **Jagdkultur in all ihren Facetten**. Mehr als 44.000 Besucherinnen und Besucher haben sich seit der Eröffnung dem Faszinosum Jagd gewidmet, davon viele Familien, Jägerinnen und Jäger, aber auch solche, die die Jagd selbst nicht ausüben. Bis 1. Februar 2009 ist die Sonderausstellung *Hirsche weltweit. Vom Elch bis zum Pudu* zu sehen.

Vom größten lebenden Hirsch, dem Elch, über den Riesenhirsch, bis hin zum kleinsten Stirnwaffenträger, dem Pudu – die Ausstellung zeigt mehr als 50 Hirscharten. Dabei versteht sie sich nicht als Trophäenschau, sondern beleuchtet auch die kulturgeschichtliche Bedeutung der paarhufigen Wiederkäuer.

Sprechen wir heute über Hirsche, gibt es unterschiedlichste Zugänge zu diesem Thema. In der Jagdwissenschaft spricht man von Stirnwaffen, von Geweihzyklus und wildökologischer Raumplanung, von Verdünnungszonen, rotwildfreien Zonen und von Wildbret. Aus der Sicht der Jagdwirtschaft geht es um Jagdreviere, Pächter, Fütterungen, Trophäen, um die Auslage, die Endenanzahl und auch um internationale Bewertungspunkte und Prämierungen. Aus der Sicht der Forstwirtschaft diskutiert man über die Winter- und Sommerschälung, über Habitate, Verbisschäden sowie über Abschusspläne.

Kulturgeschichte

In der Jagdkultur spricht man vom Hubertushirsch, vom Hirschhornknopf, von Geweihmöbeln, von verzierten Griffschalen bei Jagdmessern, von der Ofenkachel mit dem springenden Hirsch, vom Hirschfänger und von der so genannten Weidgerechtigkeit. Man bestaunt Keramiken, Gläser und auch historische Münzen, wie zum Beispiel Pfennigstücke aus dem 13. Jahrhundert (aus Oberzeiring oder Graz stammend; s. Foto rechts).

Bemerkenswerte Objekte in der Aus-



Der Elch, der derzeit größte lebende „Trughirsch“ (© LMJ, N.Lackner)

stellung sind unter anderem ein Barockhirschkopf aus der Lamberg'schen Geweihsammlung, die Rehtrophäen, sowie die dazugehörigen und erstmals präsentierten Aquarellbücher aus der Mitte des 19. Jahrhunderts.

In der Wirtschaft des 21. Jahrhunderts hat man das Motiv des Hirsches neu entdeckt und ihn zum Symbol für Natürlichkeit, Naturverbundenheit, Stärke und Zeitgeist gemacht. Man findet unzählige Gegenstände mit Hirsch oder Geweih, seien es Garderobenhaken oder Salzstreuer. Immer aber verbinden wir damit den Rothirsch, er ist in unserem Kulturraum eine der am emotionalsten diskutierten Schalenwildart.

Pfennigstücke aus dem 13. Jh. (© LMJ, Numismatik)



Wildbiologie

Die Sonderausstellung zeigt, dass die Säugetierfamilie der *Cervidae* sehr umfangreich ist. Sie umfasst nach neuesten Untersuchungen drei Unterfamilien, 19 Gattungen und über 50 Arten, wobei hier die Unterarten noch nicht mitgezählt werden. Dazu gehören etwa der Elch (*Alces alces*), mit einer Schulterhöhe bis zu 230 cm, der Größte in der Hirschfamilie. Dieser heute noch wie ein „Riesenhirsch“ anmutende Trughirsch (*Capreolinae*) ist zeitweilig auch im nördlichen Waldviertel anzutreffen, ein Grenzgänger aus der Tschechischen Republik. Der am häufigsten in Österreich vorkommende Trughirsch, das europäische Reh (*C. capreolus*), wird ebenso in vielen Facetten gezeigt wie sein Verwandter, nämlich das deutlich größere sibirische Reh (*C. pygargus*). Auch die Muntiake (*Muntiacinae*) aus Südostasien mit einer Widerristhöhe von knapp 60 Zentimetern, die Spießhirsche (*Mazamae*) aus Mittel und Südamerika und die geweihlosen chinesischen Wasserrehe (*Hydropotes inermis*) werden in die Großwildart Hirsche eingereiht. Zur Unterfamilie „echte Hirsche“ (*Cervinae*) gehört „unser“ Rothirsch (*Cervus elaphus*) ebenso wie der europäische Damhirsch (*Dama dama*), dessen bevorzugter Lebensraum offener Laub- und Mischwald mit starkem Unterwuchs ist.

Der größte jemals lebende Hirsch der Gattung *Megaceros* hatte eine Geweihauslage von bis zu 3,5 Metern. Dieser Riesenhirsch, der auch auf dem Gebiet der heutigen Steiermark gelebt hat, ist vor ca. 11.000 Jahren ausgestorben – ein vollständig erhaltenes Skelett finden Sie in der Sonderausstellung Hirsche weltweit.

International

Ein Großteil der gezeigten Trophäen stammt aus der europaweit einzigartigen Sammlung Sallac aus dem Nationalen Landwirtschaftsmuseum der Republik Tschechien, die im Jahre 1910 erstmals in Wien zu sehen war. In den neu gestalteten Sonderausstellungsräumen im Jagdmuseum Schloss Stainz werden nicht nur die Trophäen präsentiert, sondern auch Ölgemälde und Grafiken, Wildtiere in Lebensgröße und jagdkundlich relevante Alltagsgegenstände. Die wissenschaftliche Aufarbeitung der wildbiologischen Aspekte erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Mitteleuropäischen Institut für Wildtierökologie, Wien-Brno-Nitra. Ergänzt werden die Trophäen von Federzeichnungen der Berliner Grafikerin Marianne Merz.

Karlheinz Wirnsberger



Rothirsch, links Abwurfstangenserie aus dem Triebental (© LMJ, N.Lackner)

Hirsche weltweit.
Vom Elch bis zum Pudu
bis 1. Februar 2009

Jagdmuseum Schloss Stainz
Schlossplatz 1
A-8510 Stainz
April bis Oktober
Di-So 9-17 Uhr
November bis März
Di-So 9-16 Uhr
T +43/ 3463/ 2772-0
jagd@museum-joanneum.at

Hubert Schorn „...I did it MY WAY...“

Der sechzigste Geburtstag von Hubert Schorn ist passender Anlass, die ganze – von einem tief pazifistischen Grundgedanken getragene – Bandbreite des Schaffens des Ausnahmekönners Hubert Schorn zu zeigen. „POP Art“ im besten Sinn des Wortes bietet die Schau im Stadtmuseum, in der sich alle Idole und Lichtgestalten der künstlerischen Welt von Hubert Schorn ein Stelldichein geben. Erstmals sind aber auch die zeitkritischen Malereien des Künstlers zu entdecken, in denen plakativ Missstände unserer Zeit aufgegriffen werden. Als Kind der „Pop-Generation“ hat Schorn zu seinem eigenen kraftvollen und farbintensiven Stil gefunden, der in den Arbeiten der Stadtmuseums-Ausstellung eindrucksvoll zur Schau gestellt werden kann.

Hubert Schorn
„...I did it MY WAY...“
bis 26. Oktober 2008

Stadtmuseum St. Pölten
Prandtauerstr. 2
A-3100 St. Pölten
www.stadtmuseum-stpoelten.at



Landesmuseum Joanneum
Jagdmuseum Schloss Stainz

Hirsche weltweit

Vom Elch bis zum Pudu

verlängert bis 1. Februar 2009
www.museum-joanneum.at

Schweres Erbe

Leonding und Linz
Heimat von Adolf Hitler

Das Stadtmuseum Leonding im Turm 9 und die OÖ. Landesmuseen (in Kooperation mit Linz 2009 Kulturhauptstadt Europas) haben das Gedenkjahr 1938 zum Anlass genommen, um neue Facetten aus dem dunkelsten Kapitel der Geschichte aufzuzeigen.

Spurensuche Leonding

1898–1938–2008

bis 19. April 2009

Turm 9 – Stadtmuseum Leonding

Leonding begibt sich auf „Spurensuche“, die in das Jahr 1898 zurückführt: In diesem Jahr kauft sich die Familie Alois Hitler ein Haus in Leonding. Die Konsequenzen daraus sind seit 1938 spürbar. Zunächst sind es vor allem die Ausnahmeregelungen, insbesondere die Tatsache, dass Leonding nicht der „Führerstadt“ Linz eingemeindet wird. Der Ort avanciert gleichzeitig zum beliebten Tourismusziel. Die damit verbundenen Umstände, aber auch der Umgang mit dem ungeliebten Erbe, der sich in den Nachkriegsjahren zwangsläufig ergibt, werden in der Ausstellung im Stadtmuseum Leonding und in der begleitenden Publikation thematisiert.

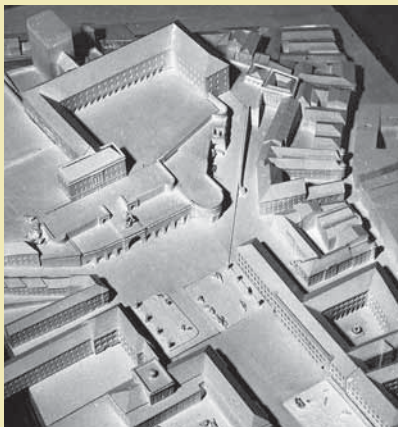
Turm 9 – Stadtmuseum Leonding
Daffingerstraße 55
A-4060 Leonding
www.leonding.at

„Kulturhauptstadt des Führers“ Kunst und Nationalsozialismus in Linz und Oberösterreich

bis 22. März 2009

Schlossmuseum Linz

2009 ist Linz Kulturhauptstadt Europas. Nicht zum ersten Mal steht Linz im Brennpunkt europäischer Kulturpolitik.



Modell vom Linzer Schloss und Umgebung (© Archiv der Stadt Linz)

Linz Nibelungenbrücke, um 1943 (© Walter Frenz Collection, Berlin)



Im Nationalsozialismus wurde die damalige Hauptstadt des Reichsgaus Oberdonau von einer Kleinstadt zu einer Industriestadt und wollte das wohlgefällige Auge des Führers auf sich ruhend wissen. Als „Heimatgau des Führers“ vermeinte man, das Image vom „provinziellen“ Linz und Oberösterreich zu überwinden und erhoffte sich einen Bedeutungszuwachs. Dementsprechend intensiv zeigt sich die Selbstpräsentation des Gaus als „Heimatgau“ auch und vor allem im kulturpolitischen Kontext. Den Hoffnungen des Gaus entsprachen die realen Zuwendungen seitens des „Führers“ und des NS-Staates kaum. Die kulturpolitischen Pläne für Linz sahen zwar zahlreiche kulturelle Neugründungen (u.a. Museum, Oper) vor, es kamen allerdings keine dieser Planungen zur Umsetzung. Als kulturelles Zentrum des Reiches war überdies München ausersehen. Auch Hitlers persönliches Interesse an Linz bestand vielfach nur in Phantasien, die um den „Heimatstadtmythos“ kreisten, kaum in realer Förderung.

Die NS-Kunst doktrin, die rassistischen und ideologischen Kriterien der NS-Kulturpolitik, führten in Linz/Oberösterreich unter den ansässigen Künstlerinnen und Künstlern kaum – und vor allem weniger als anderswo – zu Brüchen in Werk und Biographie. Die „Moderne“ war in Oberösterreich schon vor 1938 kaum vertreten, ebenso wenig jüdische Künstlerinnen und Künstler. Bis auf wenige Ausnahmen, die selbstverständlich dokumentiert werden, gab es keine Schreib-, Mal- oder Aufführungsverbote. Es lässt sich somit ein überaus hoher Grad an Kontinuität sowohl zur Zeit vor 1938 als auch zur Zeit nach 1945 im Bereich der Künstlerschaft aber auch im Bereich der Kulturpolitik konstatieren.

Wenn auch nur wenige der geplanten NS-Projekte realisiert worden sind, haben wir bis heute in Linz und Oberösterreich doch ein dichtes Erbe an Relikten jener Zeit – sowohl auf mentaler als auch faktischer Ebene. Anhand ausgewählter Spuren sollen diese Relikte sichtbar gemacht werden.

Schlossmuseum Linz
Tummelplatz 10
A-4010 Linz
www.schlossmuseum.at

Politische Skulptur Barlach/Kasper/Thorak/Wotruba

bis 16. November 2008

Landesgalerie Linz

Die Ausstellung „Politische Skulptur“ der Landesgalerie Linz zeigt Arbeiten von Ernst Barlach, Ludwig Kasper, Josef Thorak und Fritz Wotruba. Sie bearbeitet dabei die Frage, wie das jeweilige Werk der einzelnen Bildhauer in den unterschiedlichen politischen und gesellschaftlichen Systemen vor und nach 1945 funktioniert hat.

Landesgalerie Linz
Museumstraße 14
A-4020 Linz
www.landessgalerie.at

Publikationen:
B. Kirchmayr (Hg.), „Kulturhauptstadt des Führers“ – Kunst und Nationalsozialismus in Linz und Oberösterreich, (Linz 2008), EUR 34

M. Hochleitner (Red.), Politische Skulptur – Barlach/Kasper/Thorak/Wotruba (Linz 2008), EUR 19

Beide Kataloge zusammen: EUR 49

T +43/ 732/ 67 42 56 -178, F -160
katalogbestellung@landesmuseum.at

JOURNAL / KURZ & BÜNDIG

PLACES OF WORSHIP

Andreas Duscha: Interreligiöse Gebetsräume auf Flughäfen

bis 16. November 2008
Österreichisches Museum für
Volkskunde

Interreligiöse Gebetsräume auf Flughäfen sind Räume, die für Gläubige aller Konfessionen zur Verrichtung ihrer religiösen Praktiken, aber auch für Konfessionslose offenstehen. Sie stellen, gerade vor dem Hintergrund der weltweiten religiösen Spannungen, ein symptomatisches Phänomen für unsere globalisierte Gegenwart dar. Ist es möglich, dass sich gerade am Hochsicherheitszentrum (spätestens seit 9/11) Flughafen, die Utopie des interreligiösen Dialogs umsetzen lässt? Wie kann es sein, dass es „Räume der Stille“ gibt, die völlig aus dem hektischen Bewegungsstrom des Durchgangsortes Flughafen herausgenommen sind? Wie die Ästhetik dieser quasi neutralen spirituellen Orte funktioniert, unter-

suchen die Fotografien von Andreas Duscha. Er hat dazu Flughäfen in Amerika, Asien und Europa besucht. Als zweiter Teil dieser Untersuchung erscheint im Metroverlag Wien eine Publikation, in der fünf AutorInnen diesem Phänomen mit wissenschaftlichen Probebohrungen eine weitere Interpretationsebene hinzufügen.

Parallel zur Ausstellung im Volkskundemuseum sind Andreas Duschas Arbeiten bis 2. November 2008 auch auf der Manifesta 7 zu sehen.

Andreas Duscha
PLACES OF WORSHIP. Interreligiöse
Gebetsräume auf Flughäfen
bis 16. November 2008

Österreichisches Museum für
Volkskunde
Gartenpalais Schönborn
Laudongasse 15-19
A-1080 Wien
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 1/ 406 89 05
www.volkskundemuseum.at

Buchtipp

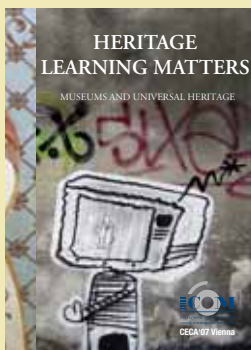
**HERITAGE LEARNING MATTERS.
Museums and Universal Heritage**

Dieser Band dokumentiert die Ergebnisse und Beiträge der ICOM/CECA-Konferenz 2007 (Wien) ansprechend und umfassend. ICOM/CECA ist das Fachkomitee für Museums- und Kulturpädagogik und Museumskommunikation im Internationalen Museumsrat ICOM (<http://icom.museum/>).

Museen gelten im Allgemeinen als vertrauenswürdige und sichere Orte für das Erkunden von Ideen und als einflussreiche Partner in der Weitergabe von öffentlichen Erzählungen und Wissen. Dennoch spielen Museen im Leben vieler Menschen überhaupt keine Rolle. Andere wiederum halten Museen für ausschließlich, sehr akademisch, langweilig und irrelevant.

Museen betreiben und verantworten die Konstruktion ‚unserer‘ und ‚anderer‘ Welten gemeinsam mit ihren jeweiligen





Trägerorganisationen. Das bearbeitbare (Kultur-) Erbe ist in den Sammlungen materiell ausgedrückt, aber auch in Sprachen, Beziehungen und Denkweisen. Wie können die vielfältigen Möglichkeiten und die Bedeutung von Lernen mit dem Kulturerbe überzeugend dargestellt werden, für die Entscheidungsträger in den Museen und außerhalb, für die Politiker, die Medien und die breite Bevölkerung?

Welche Konzepte, welche institutionellen und gesellschaftlichen Strukturen tragen dazu bei, um diese Prozesse demokratisch, verantwortlich und solidarisch zu gestalten? Bietet die Besucherforschung Resultate und ‚Erfolgsfaktoren‘ an, Ergebnisse, die ‚best practice‘ versprechen? Wie können empirische Forschung, Fachwissen, Ausbildungsangebote und interdisziplinärer Diskurs wirksam eingesetzt werden für eine tatsächlich gesellschaftlich integrierte Nutzung der Museen als produktive, entwicklungsorientierte Lernorte?

Der ICOM/CECA'07-Konferenzband bringt mehr als 50 Beiträge aus aller Welt, die sich mit diesen Themen auseinandersetzen. Aufsätze von bekannten MuseologInnen, Praxisberichte und Fallbeispiele aus der Arbeit der Museen spiegeln den aktuellen Forschungsstand und die gängige Praxis und laden zur Teilnahme an der laufenden Diskussion ein.

Das Buch bietet fundierte Behandlung und Analyse dieser unterschiedlichen Themen des Museumslernens und der Museums- und Kulturvermittlung, verknüpft Wissen um internationale und lokale Theorie und Praxis und ermöglicht somit informierte und zukunftsorientierte Diskurse.

Hadwig Kraeutler (Hg.), HERITAGE LEARNING MATTERS. Museums and Universal Heritage (Wien 2008) Englisch, broschiert, ca. 350 Seiten, ca. 50 s/w Abbildungen ISBN 978-3-85160-131-2 EUR 38

Schlebrügge.Editor, Wien schlebruegge.editor@aon.at www.schlebruegge.com

Buchtipp

Kärntner Museumsschätze 2008

Gehen Sie auf Entdeckungsreise mit der Kärntner Museums-Broschüre!

Kärnten bietet eine Vielzahl an interessanten Museen, die durch die ausgeprägte Sammelleidenschaft der Kärntner in Verbindung mit großer Offenheit gegenüber Kunst und Kultur reich gefüllte Schatzkammern besichert. Besondere Kostbarkeiten und viel Wissenswertes sind zu bestaunen.

102 Kärntner Museen werden in der vom Kulturreferenten der Kärntner Landesregierung, Landeshauptmann Jörg Haider in Auftrag gegebenen Broschüre „Kärntner Museumsschätze 2008“ präsentiert. Darin finden Sie alle wichtigen Informationen zu den Kärntner Museen (Bilder, Beschreibung, Eintrittspreise, Öffnungszeiten, Anreise etc.), die eine Fülle an Auswahl bieten: Kulturgeschichte, Naturwissenschaft, Literatur, Musik, Volkskultur, Zeitgeschichte, Trachten, Archäologie, Bergbau, Tierwelt, Botanik, Ausgrabungen, religiöse Kunst, Sternkunde, alte Fahrzeuge, bäuerliches Leben und Handwerk, Wachfiguren, Tropfsteinhöhlen usw.

Sie können diese umfangreiche Broschüre bei der Kärntner Landesregierung kostenlos anfordern: T +43/ 50/ 536 -53000 servicestelle@ktn.gv.at www.kulturchannel.at

2008



Kärntner Museumsschätze



Alle Kärntner Museen auf einen Blick

Eine Initiative von Kulturreferent LH Dr. Jörg Haider

„Schönsein ist wichtig“

Alfredo Barsuglia: The Importance of Being Beautiful

bis 2. November 2008
Gironcoli Museum



Ein leerer Raum. Eine Szene nach dem Fest. Die Gäste haben den Schauplatz bereits verlassen. An der Decke eine Discokugel. Der Geruch der eben noch herrschenden Ausgelassenheit erfüllt den Raum. In der Mitte des Raumes ein verlorener Damenschuh. Wem gehört er? Wer hat ihn verloren? Warum wurde er verloren? Und warum hier? Was ist passiert? Die Szenerie erinnert an das Märchen Aschenputtel aus der Sammlung der Gebrüder Grimm, in dem fortan nach der Besitzerin des Schuhs gefahndet wird. Sitzt die rechte Braut noch daheim?

Alfredo Barsuglia stellt in seiner Installation die Frage nach der Dauerhaftigkeit von Glamour und Starkult. Welche sind die Mechanismen für die Akzeptanz von Schönheit? Er spielt mit den Stilelementen des Märchens ebenso wie mit erotischen Anspielungen und Seitenblicken in die Welt des Showbiz. Nichts ist sicher. Außer: Schönsein ist wichtig. Schönsein mit Ablaufdatum.

Der junge aufstrebende Künstler Alfredo Barsuglia, der vielen durch seine Portraits von Mädchen und Jungen, welche mit Produkten aus der Zahnhygiene ausgestattet sind, bekannt ist, hinterfragt mit seiner Ausstellung im Gironcoli Museum nicht nur gängige Schönheitsideale, sondern auch die Stabilität unserer Grundbedürfnisse. Wie Bruno Gironcoli, der in seinen Skulpturen Gegenstände des alltäglichen Lebens wie Schaufel oder Besen einarbeitet, beschäftigt sich Alfredo Barsuglia in seinen Zeichnungen und Malereien immer wieder mit einem ganz banalen Akt: dem ritualisierten Akt der Mundhygiene. Kann Zähneputzen Kunst sein? Schönsein ist wichtig. Zähneputzen auch.

Alfredo Barsuglia: The Importance of Being Beautiful
bis 2. November 2008

Gironcoli Museum im Tier- und Naturpark Schloss Herberstein Buchberg 1 A-8222 St. Johann bei Herberstein www.gironcoli-museum.com

JOURNAL / TERMINE

3. Europäischer Monat der Fotografie

Wien & sechs Partnerstädte

November 2008 (Eröffnung: 30. Okt.)
Wien, 100 Ausstellungen an 72 verschiedenen Orten

Im November steht Wien zum dritten Mal ganz im Zeichen der Fotografie. Die dritte Auflage des größten Fotografiefestivals zur Förderung der europäischen Foto-Szene präsentiert alleine in Wien 100 Ausstellungen an 72 verschiedenen Orten. Zeitgleich finden in den Partnerstädten Berlin, Bratislava und Paris Fotofestivals statt, die gemeinsam mit Luxemburg, Moskau und Rom am „Europäischen Monat der Fotografie“ beteiligt sind.

Den Auftakt in Wien macht die Gemeinschaftsausstellung MUTATIONS II am 30. Oktober 2008, um 19 Uhr im Museum auf Abruf (MUSA), Felderstraße 6-8, 1010 Wien.

Der Monat der Fotografie in Wien schafft einen losen Rahmen für Fotoausstellungen und -präsentationen an verschiedensten Orten zu verschiedensten Themen. Das Festival wird von der Kulturabteilung der Stadt Wien maßgeblich gefördert.

Information:
www.monatderfotografie.at
www.europeanmonthofphotography.eu

Kulturelles Erbe & Neue Technologien

Archäologie und Computer

3.–5. November 2008
Wien, Rathaus

Bereits zum 13. mal findet in Wien die internationale Tagung „Kulturelles Erbe und Neue Technologien“ statt. In sechs Workshops werden neue Ansätze und Möglichkeiten vorgestellt und diskutiert.

Information & Anmeldung:
Museen der Stadt Wien – Stadtarchäologie, Mag. Wolfgang Börner
kongrarchae@ma07.wien.gv.at
www.stadtarchaeologie.at

Regionalmuseen & Bibliotheken

als Begegnungsort mit MigrantInnen

9. November 2008
Stadt Baden, Rollettmuseum

KulturKontakt Austria startet ein Kulturvermittlungsprojekt mit MigrantInnen im südlichen Niederösterreich. Ziel der Tagung ist es, Anregungen für die Zusammenarbeit mit MigrantInnen zu geben und ein Forum für den fachlichen Austausch über Kulturvermittlungsarbeit mit bisher wenig repräsentierten Zielgruppen zu bieten.

Information & Anmeldung:
Begrenzte TeilnehmerInnenzahl, Anmeldung erforderlich!
KulturKontakt Austria, Mag. Eva Kolm
T +43/ 1/ 523 87 65 -34, F -20
eva.kolm@kulturkontakt.or.at
www.kulturkontakt.or.at

Ehrenamt und Freiwilligkeit

Steirischer Museumstag 2008

14./15. November 2008
MuseumHartberg

Information & Anmeldung:
MUSIS
Strauchergasse 16
A-8020 Graz
T&F +43/ 316/ 73 86 05
office@musis.at
www.musis.at

Und wer kümmert sich eigentlich um den Text?

Beiträge zu einem fehlenden Diskurs

28./29. November 2008
Graz, Museumsakademie Joanneum

Workshop in Kooperation mit der FH Joanneum Graz | Studiengang Ausstellungs- und Museumsdesign

Objekt oder Text: Was hat Vorrang in der Konstruktion von Bedeutung? Was sind Objekte von sich aus und inwieweit bedarf es ihrer sprachlichen Vermittlung? Wie können sich Gestaltung und Text ergänzen, wann Inszenierungen sinnvolle Alternative zum geschrie-

benen Wort sein? Fragen wie diese wurden in der Literatur immer wieder diskutiert. Museumsleute befassen sich hingegen kaum mit ihnen, sondern scheinen eher an Seminaren und Handbüchern interessiert, die über zu beachtende sprachliche Regeln oder klare Informationsgliederung informieren.

Grund genug, sich dieser Fragen anzunehmen, zumal sich auch die Vorzeichen, unter denen Museums- und Ausstellungstexte zu diskutieren sind, in den letzten Jahren verändert haben. So wird der Objekt-Diskurs von neuen Impulsen belebt, Gestaltung und Design erscheinen nicht nur anders, sie haben sich als Bedeutungsträger emanzipiert. Der fachwissenschaftliche Blick auf das Museum als Institution ist kritischer geworden und den Publikumsbedürfnissen wird mit neuen Konzepten mehr Bedeutung eingeräumt.

Die Frage, was diese Entwicklungen für die Text-Qualität und -Quantität bedeuten, wurde noch nicht ernsthaft formuliert. An dieser Stelle setzen wir an.

Kosten für Workshop (inkl. Unterlagen; exkl. Anreise & Unterkunft): € 140/100
10% Ermäßigung für Mitglieder des Museumsbundes Österreich

Information & Anmeldung:
Museumsakademie Joanneum
F +43/ 316/ 8017 9808
office@museumsakademie-joanneum.at
www.museumsakademie-joanneum.at

Museumsgestaltung

7. OÖ. Museumstag 2008

22./23. November 2008
lebensspuren.museum.at &
Stadtmuseen Wels

Information & Anmeldung:
Verbund OÖ. Museen
Welser Straße 20
A-4060 Leonding/Austria
T +43/ 732/ 68 26 16
F +43/ 732/ 68 26 15
info@oemuseumsverbund.at
www.oemuseumsverbund.at

NODEM 08

International conference

Experiences in Natural and Cultural Heritage

3.–5. December 2008
Reykjavik, University of Iceland

NODEM (Nordic Digital Excellence in Museums) is a professional forum for exchanging knowledge and establishing collaboration between museums, research institutions, galleries, science and discovery centres, cultural/natural heritage sites and similar organisations.

The location of the NODEM 08 conference, Reykjavik, the capital city of Iceland, helps to set the background for this year's theme: Experiences in Natural and Cultural Heritage. Iceland is well known for its long tradition in natural/cultural heritage communication in both digital and non-digital forms. That makes Iceland an interesting catalyst for thinking about alternative ways that digital excellence can support experiences rather than to merely support information.

The conference will invite several keynote speakers as well as calling for paper and project presentations. The conference will also include workshops, an exhibition of outstanding projects, digital solutions, and other features related to the theme of the conference, an awards ceremony and visits to exhibitions.

NODEM 08 invites submissions of papers, project presentations and exhibition proposals from museum and exhibition designers, museum experts, researchers, curators, social scientists, interaction designers, media producers, artists, ICT developers and engineers or anyone else who has an interest in the field.

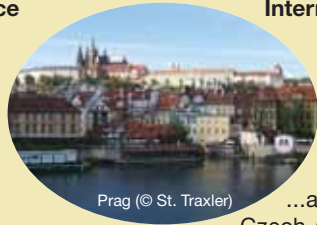
Official language: English

Information und Anmeldung:
Margrét Guðmundsdóttir (coordinator)
Centre for Research in the Humanities
University of Iceland
T +354 525 4462
mgu@hi.is
www.nodem.eu

Museum and Change

International conference

17.–19. Februar 2009
Prague, CZ
Pantheon of the National Museum



...after three years the Czech Association of Museums and Galleries in cooperation with other entities decided to organize the third year of the international conference called „The Museum and Change III.“ Its previous years (2002, 2005) tried to answer many questions concerning the activities of museums and everyday museum practice. The starting point of our meeting 2009 should be the spectrum of issues, which were not discussed in previous conferences or which were dealt with only marginally.

The conference will be divided into five theme blocks:

- I. Construction, Innovation, Reconstruction
- II. Expositions, Exhibitions, Presentations
- III. Marketing, Public Relations, Lobbying in Non-profit Sphere
- IV. Economy and Culture
- V. Digitalization and Protection of Movable Cultural Heritage

Official language: Czech and Slovak / English (simultaneous interpreting)

Information & Anmeldung:
Czech Association of Museum and Galleries, Jindřišská 901/5, 2nd stairway, CZ-11000 Prague 1 – New Town
T +42/ 0224 210 037-9
F +42/ 0224 210 047
amg@cz-museums.cz
www.cz-museums.cz

Museen und Tourismus

Internationaler Museumstag 2009

17. Mai 2009

Bereits seit 1977 wird alljährlich im Mai weltweit der Internationale Museumstag begangen. ICOM definiert jeweils ein Thema und alle Museen sind eingeladen, sich im Rahmen von Veranstaltungen und Sonderaktionen zu beteiligen. Das Thema 2009: „Museen und Tourismus“ (vgl. Bodenseekonferenz)

Information:
http://icom.museum/imdact_2002.html

Museen und Tourismus

Internationale Bodenseekonferenz 2009

17.–21. Juni 2009
Lindau (Bodensee)

Im kommenden Jahr wird die traditionelle, im Rhythmus von drei Jahren stattfindende gemeinsame Tagung der ICOM Nationalkomitees von Deutschland, Österreich und der Schweiz wieder in Lindau veranstaltet. Das Thema der Tagung lautet wie beim Internationalen Museumstag am 17. Mai 2009 „Museen und Tourismus“.

Information:
ICOM Österreich
Mag. Heimo Kaindl
Diözesanmuseum Graz
Mariahilferplatz 3
A-8020 Graz
T +43/ 316/ 713994
heimo.kaindl@graz-seckau.at
www.icom-oesterreich.at

Museen : Identitäten

21. Österreichischer Museumstag

14.–17. Oktober 2009
Linz, Schlossmuseum

2009: Linz ist Kulturhauptstadt Europas, und mit dem Ausbau des Ars Electronica Centers (AEC) und des Linzer Schlossmuseums werden zwei wichtige kulturelle Mittelpunkte der Stadt weiter aufgewertet. Aus diesem Grund findet der 21. Österreichische Museumstag in Linz statt und widmet sich dem Spannungsfeld Museen : Identitäten (Arbeitstitel).

Information:
Museumsbund Österreich
Welserstraße 20
A-4060 Leonding
T +43/ 732/ 67 42 56 -182
s.traxler@museusbund.at
www.museusbund.at



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
T +43/ 2682/ 777 -235 oder
+43/ 2682/629 -432
www.martinus.at

Europäisches Hundemuseum

A-7444 Kloster Marienberg
Mai bis Oktober
Do-So 14-17 Uhr
T +43/ 2611/ 3248 oder 2204
www.cislethanien.at/hundemuseum.htm

Freilichtmuseum Ensemble Gerersdorf

A-7542 Gerersdorf 66
April bis Anfang November
Mo-Fr 9-17 Uhr
Sa, So, Fei 10-18 Uhr
Juni-August Do bis 20 Uhr
T +43/ 3328/ 322 55 oder 322 72
www.freilichtmuseum-gerersdorf.at
bis 19. Oktober 2008
Friedensreich Hundertwasser.
Das druckgrafische Werk

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
T +43/ 2682/ 719 -3000
www.haydnhaus.at
bis 11. November 2008
Zwischen Klassik und Romantik –
Der Komponist Johann Nepomuk
Hummel (1778-1837)

Landesmuseum Burgenland

Museumgasse 1-5
A-7000 Eisenstadt
Di-Sa 9-17 Uhr, So, Fei 10-17 Uhr
T +43/ 2682/ 600 -1209
www.landemuseum-burgenland.at
bis 11. November 2008
Die Bernsteinstraße. Evolution
einer Handelsroute

Lisztmuseum

Franz-Liszt-Platz 1
A-7321 Raiding
Palmsonntag bis 31. Oktober
tgl. 9-12 & 13-17 Uhr
T +43/ 2619 7472
www.lisztverein.at

muba – museum für baukultur

Hauptstraße 58
A-7343 Neutal
Sa, So, Fei 14-17 Uhr
und nach Vereinbarung
T +43/ 2618/ 2414 -0
oder mittels Ruffaste beim Eingang
www.muba-neutal.at

Österreichisches Jüdisches Museum

Unterbergstraße 6
A-7000 Eisenstadt
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 2682/ 651 45
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

Uhrenstube Aschau

Aschau 49
A-7432 Oberschützen
Mai bis Ende September
nach tel. Vereinbarung
T +43/ 1/ 350 50 13 oder
+43/ 3353/ 66 20 oder 71 85
www.uhrenstube-aschau.at

KÄRNTEN

1. Kärntner Handwerksmuseum

A-9805 Baldramsdorf/Unterhaus
1. Juni bis 30. September
tgl. 10-17 Uhr
Mai & Oktober nach Vereinbarung
T +43/ 4762/ 7140
www.baldramsdorf.at/museum

Bunkermuseum Wurzenpass

Bundesstraße B 109
A-9601 Arnoldstein

10. Mai bis 26. Oktober
Mai, Juni, September, Oktober
Mi-So 10-18 Uhr
Juli, August
Mi-So 10-18 Uhr
T +43/ 664 622 1164
www.bunkermuseum.at

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

Eboardmuseum

Florian Groeger Strasse 20
A-9020 Klagenfurt
T +43/ 699 1914 4180
T +43/ 699 1914 4180
www.eboardmuseum.com

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

Kunstverein Kärnten Künstlerhaus Klagenfurt

Ort Goetheplatz 1
A-9020 Klagenfurt
Di-So 10-18 Uhr
www.kunstvereinkaernten.at
bis 2. November 2008
K08 :: Emanzipation und
Konfrontation (www.k08.at)

[KUNSTWERK] KRATAL

Krastalerstraße 24
A-9541 Einöde bei Villach
Do-So 14-19 Uhr
T +43/ 4248/ 3666
www.kratal.com

Landesmuseum Kärnten
www.landmuseum-ktn.at

Landesmuseum Kärnten
„Rudolfinum“, Museumgasse 2
A-9021 Klagenfurt
Di-Fr 10-18 Uhr, Do 10-20 Uhr
Sa, So, Fei 10-17 Uhr
T +43/ 50/ 536 305 52
bis 16. November 2008
Schmetterlinge – ganz schön
flatterhaft

bis 29. März 2009
Himmelssteine ... von Meteoriten,
Kometen und Sternschnuppen
Themenausstellung bis 2009
Reineke Fuchs – Schlau im Bau

Archäologischer Park
Magdalensberg
A-9064 Pischeldorf
1. Mai bis 15. Oktober
tgl. 9-19 Uhr
T +43/ 4224/ 2255

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
T +43/ 463/ 502 715

Römermuseum Teurnia
St. Peter in Holz 1a
A-9811 Lendorf
1. Mai bis 15. Oktober
Di-So 9-17 Uhr
T +43/ 4762/ 338 07

Wappensaal im Landhaus
A-9020 Klagenfurt
Landhaushof
1. April bis 31. Oktober
tgl. 9-17 Uhr
T +43/ 50/ 536 -30 552

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 der Marktgemeinde
Arnoldstein**

Klosterweg 2
A-9601 Arnoldstein
Mai, Juni, September, Oktober
nach tel. Voranmeldung
Juli, August Mo-Fr 13-19 Uhr
und nach tel. Voranmeldung
T +43/ 4255/ 2260 -14
Sonderausstellung 2008
Zoll und Grenze(n)

Museum der Stadt Villach

Widmannngasse 38
A-9500 Villach
30. April bis 31. Oktober
Mo-Sa. 10-16.30 Uhr
T +43/ 4242/ 205 3500
www.villach.at/museum
Sonderausstellung 2008:
Knotenpunkt – Villach und
die Eisenbahn

Museum des Nötscher Kreises

Haus Wiegele
A-9611 Nötsch im Gailtal 39
Mi-So, Fei 15-19 Uhr
Gruppenanmeldung jederzeit
www.noetscherkreis.at
bis 2. November 2008
K08 :: Emanzipation und
Konfrontation (www.k08.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
T +43/ 4762/ 2890
www.museum-spittal.com

**Museum Moderner
Kunst Kärnten**

Burggasse 8/ Domgasse
A-9020 Klagenfurt
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
T +43/ 50/ 536 305 42
www.mmkk.at
bis 2. November 2008
K08 :: Emanzipation und
Konfrontation (www.k08.at)

Museum St. Veit

Hauptplatz 29
A-9300 St. Veit
1. April bis 31. Oktober
tgl. 9-12 & 14-18 Uhr

Juli & August tgl. 9-18 Uhr
www.museum-st.veit.at

Napoleonstadl – Kärntens

Haus der Architektur
St. Veiter Ring 10
A-9020 Klagenfurt
bis 2. November 2008
K08 :: Emanzipation und
Konfrontation (www.k08.at)

Robert-Musil-Literatur-Museum

Bahnhofstrasse 50
A-9020 Klagenfurt
T +43/ 463/ 501 429
www.musilmuseum.at

Schloss Albeck

A-9571 Sirnitz
Mi-So, Fei 10-21 Uhr
T +43/ 4279/ 303
www.schloss-albeck.at

Schau-Kraftwerk Forstsee Kelag

Ort Saag 15
A-9220 Techelsberg
Mai, Juni, Sep. Di-So 10-18 Uhr
Juli, August tgl. 10-18 Uhr
www.kelag.at/schaukraftwerk

Stadtmuseum Völkermarkt

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

**Museum Stift Griffen mit Peter-
Handke-Literaturdokumentation**

Stift Griffen Nr. 1
A-9112 Griffen
tgl. Di-So 9-19 Uhr
www.kulturdreieck-suedkaernten.at

Stiftsmuseum St. Paul/Lavanttal

Benediktinerstift St. Paul
Hauptstraße 1
A-9470 St. Paul im Lavanttal
tgl. 9-17 Uhr
T +43/ 4357/ 20 19 -22
www.stift-stpaul.at

Werner Berg Museum

10. Oktober-Platz
A-9150 Bleiburg
Di 14-17 Uhr
Mi-So, Fei 10-13 & 14-17 Uhr
T +43/ 4235/ 2110 -27 oder -13

www.berggalerie.at
bis 2. November 2008
K08 :: Emanzipation und
Konfrontation (www.k08.at)

NIEDERÖSTERREICH

Archäologischer Park Carnuntum

Hauptstraße 3
A-2404 Petronell-Carnuntum
Freilichtmuseum & Amphitheater
21. März bis 14. Nov. tgl. 9-17 Uhr
Museum Carnuntinum
21. 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
T +43/ 2163/ 3377 -0
www.carnuntum.co.at

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
bis 30. November 2008
Heiligtümer der Druiden –
Opfer & Rituale bei den Kelten

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-Oktober
So, Fei 14-17 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
T +43/ 2756/ 2506 oder 2388 oder
+43/ 676 930 2555
www.randhartinger.at

Bezirksheimatmuseum Lilienfeld

mit Zdarsky-Skimuseum
& Zdarsky-Archiv
Babenbergerstraße 3
A-3180 Lilienfeld
Do, Sa, So 16-18 Uhr
T +43/ 2762/ 524 78
www.zdarsky-ski-museum.at

Bezirksmuseum Stockerau

Belvederegasse 3

A-2000 Stockerau
So, Fei 9-11 Uhr
T +43/ 2266/ 63 588 oder 65 188
www.stockerau.gv.at
Sonderausstellung 2008
Unbekannte Schätze. Die Bilder
unserer Stadt

Diözesanmuseum St. Pölten

Domplatz 1
A-3100 St. Pölten
T +43/ 2742/ 324 -331
www.dz-museum.at
bis 31. Oktober 2008
Im Zeichen des Glaubens. St.
Pöltner Zunft- und Vereinsfahnen

Egon Schiele Museum

Donaulände 28
A-3430 Tulln an der Donau
1. April bis 1. November
Di-So Fei 10-12 & 13-17 Uhr
T +43/ 2272/ 645 70
www.tulln.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

Kulturfabrik Hainburg

Hauptstraße 3
A-2404 Petronell-Carnuntum
T +43/ 2163/ 3377 -0
www.kulturfabrik-hainburg.at

Klangturm St. Pölten

Kulturbezirk 1
A-3109 St. Pölten
24. April bis 2. November 2008
Di-So Fei 9-17 Uhr
T +43/ 2742/ 90 80 50
www.klangturm.at
bis 2. November 2008
musik:macht:medien

Kunstmeile Krems

www.kunstmeile.cc
Artothek
Steiner Landstraße 3
A-3500 Krems
Di-So 14-18 Uhr
T +43/ 2732/ 908 022 -60
www.artothek.cc

bis 9. Dezember 2008
KünstlerInnen der Artothek: René
Herar – Liquid Land – Liquid life

Factory – Kunsthalle Krems

Steiner Landstraße 3
A-3504 Krems
tgl. 10-18 Uhr
T +43/ 2732/ 90 80 10 -40
www.factory.kunsthalle.at
bis 15. Februar 2009
Teresa Margolles – Anstelle
der Tatsachen

Forum Frohner

Minoritenplatz 4
A-3504 Krems
tgl. 11-17 Uhr
T +43/ 2732/ 908010 -19
www.forum-frohner.at
bis 15. Februar 2009
„Ein Vehikel irgendwo“ Joseph
Beuys – die Multiples

Karikaturmuseum Krems

Steiner Landstraße 3a
A-3504 Krems
tgl. 10-18 Uhr
T +43/ 2732/ 90 80 20
www.karikaturmuseum.at
bis 8. Februar 2009
Erotik in der Karikatur
bis 22. März 2009
Michael Pammesberger.
Immer ist irgendwas!

Kunsthalle Krems

Franz-Zeller-Platz 3
A-3500 Krems
tgl. 10-17 Uhr
T +43/ 2732/ 90 80 10
www.kunsthalle.at
bis 15. Februar 2009
Duane Hanson. Sculptures
of the American Dream
bis 15. Februar 2009
Peder Balke. Ein Pionier
der Moderne
bis 15. Februar 2009
Go NYC. Nin Brudermann – Rainer
Ganahl – Mathias Kessler
bis 1. März 2009
Joseph Beuys. Schamane

Museum Stein

Minoritenplatz 4
A-3504 Krems-Stein
tgl. 11-17 Uhr
T +43/ 2732/ 90 80 10

www.kunsthalle.at
Österreichischen Filmgalerie
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
A-3500 Krems
Mo-Fr 14-18.30 Uhr,
Sa, So, Fei 11-18.30 Uhr
T +43/ 2732/ 90 80 00
www.filmgalerie.at
bis 26. Oktober 2008
Kino im Kopf. Träume, Triebe
und Täter im Film

Landesmuseum Niederösterreich

Franz-Schubert-Platz 5
A-3109 St.Pölten
Di-So, Fei 10-18 Uhr
T +43/ 2742/ 90 80 90 -100
www.landmuseum.net
bis 15. Februar 2009
Mammut, Mensch & Co –
Die Steinzeit in der Eiszeit
bis 23. August 2009
Jäger und Gejagte.
Landeskundliche Kostbarkeiten

Liechtenstein Schloss Wilfersdorf

Hauptstraße 1
A-2193 Wilfersdorf
1. April bis 1. November
Di-So 10-16 Uhr
in Winterpause nach Vereinbarung
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

Michelstettner Schule

Niederösterreichisches Schulmuseum
A-2151 Michelstetten 8
Di-So 9-17 Uhr
T +43/ 2525/ 640 37
www.michelstettnerschule.at

Mödlinger Stadtverkehrsmuseum

Tamussinostraße 3
A-2340 Mödling
So- & Fei 10-12 Uhr
und gegen Voranmeldung
T +43/ 2236/ 463 75
bis 26. Oktober 2008
Electrisch in die Zukunft.
Elektrische Bahnen Europas zu
Werner von Siemens' Lebzeiten

Museum Alte Textilfabrik

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

Museum Kierling

Hauptstraße 114
A-3412 Kierling/Klosterneuburg
Fr 18-20 Uhr, So 10-12 Uhr
T +43/ 2243/ 838 82
http://members.a1.net/museum.kierling
bis Anfang 2009
Prof. Edmund Rothansl
(1876-1937)

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
T +43/ 2236/ 241 59

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
T +43/ 2236/ 241 59

Museum Petronell-Carnuntum

Auxiliarkastell, Hauptstraße 78
A-2404 Petronell-Carnuntum
Anfang Mai bis Ende Oktober
Sa/So/Fei 10-17 Uhr
Gruppen und Schulklassen auch
wochentags nach Vereinbarung:
+43/ 1/ 718 84 48 oder
+43/ 699 1012 1911

Museum Retz im Bürgerspital

Znaimerstraße 7
A-2070 Retz
www.retz.at

Museumszentrum Mistelbach

Waldstraße 44-46
A-2130 Mistelbach an der Zaya
Di-So 10-18

T +43/ 2572/ 207 19
www.mzmistelbach.at
bis 8. Dezember 2008
Wein/4 – Landsleute

Hermann Nitsch Museum
bis 11. Jänner 2009
Gigantisch Rot: 20. Malaktion
Wiener Secession 1987

Museum Vösendorf

Schlossplatz 1
A-2331 Vösendorf
Sa 14-17 Uhr
Gruppenführungen jederzeit
nach Anmeldung
T +43/ 1/ 699 03 -11
www.voesendorf.at
bis 20. Dezember 2008
Das awarische Gräberfeld
von Vösendorf

NÖ DOK für Moderne Kunst

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

Rollettmuseum Baden

Weikersdorferplatz 1
A-2500 Baden
Mo Mi-So 15-18 Uhr
Gruppen nach Vereinbarung
T+43/ 2252/ 482 55

Römermuseum Tulln

Marc-Aurel-Park 1b
A-3430 Tulln an der Donau
1. April bis 1. November
Di-So 10-12 & 13-17 Uhr
T +43/ 2272/ 659 22
www.tulln.at

Sammlung Essl

An der Donau-Au 1
A-3400 Klosterneuburg
tgl. 10-19 Uhr, Mi bis 21 Uhr
T +43/ 2243/ 370 50 77
www.sammlung-essl.at
bis 26. Oktober 2008
overlapping voices – Israeli
and Palestinian Artists
bis 11. Jänner 2009
Neue Einblicke in die
Sammlungsbestände
bis 1. Februar 2009
Muntean / Rosenblum. Between
what was and what might be

Schloss Schallaburg
A-3382 Schallaburg 1
Mo-Fr 9-17 Uhr
Sa, So, Fei 9-18 Uhr
T +43/ 2754/ 63 17
www.schallaburg.at
bis 19. Oktober 2008
Indianer – Ureinwohner
Nordamerikas

**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
T +43/ 2243/ 444 -299 bzw. 293
www.klosterneuburg.at/stadtmuseum

Stadtmuseum St. Pölten
Prandtauerstraße 2
A-3109 St.Pölten
Mi-So 10-17 Uhr.
T +43/ 2742/ 333 -2643
www.stadtmuseum-stpoelten.at
bis 26. Oktober 2008
Hubert Schorn „...I did it MY WAY...“

Galerie im Rathaus St. Pölten
Rathausplatz 1
A-3100 St. Pölten
zu den Amtsstunden des
Magistrats 7.30-16 Uhr
T +43/ 2742/ 333 -203
bis 6. November 2008
150 Jahre Eisenbahn in St. Pölten

Stiftsmuseum Klosterneuburg
Stiftsplatz 1
A-3400 Klosterneuburg
Mai bis November
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 2243/ 411 -0
www.stift-klosterneuburg.at
bis 21. November 2008
Das Stift von A bis Z

Zeitbrücke – Museum
Kollergasse 155
A-3571 Gars am Kamp
T +43/ 2985/ 2249
www.zeitbruecke.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

WEINSTADTMuseum Krems
A-3500 Krems
3. März bis 23. November 2008
Di-So 10-18 Uhr
T +43/ 2732/ 801 -567, -571, -572
www.weinstadtmuseum.at

OBERÖSTERREICH

AEC – Ars Electronica Center
Hauptstraße 2
A-4040 Linz
Mi & Do 9-17 Uhr, Fr 9-21 Uhr
Sa & So 10-18 Uhr
T +43/ 732/ 7272 -0
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

Anton-Bruckner-Gedenkstätte
Augustinerstraße 3
A-4052 Ansfelden
1. April bis 31. Oktober
Mi 14-17 Uhr, So 10-12 & 14-17 Uhr
T +43/ 7229/ 871 28 oder 823 76

**Evangelisches Museum
Oberösterreich**
Rutzenmoos 21
A-4845 Rutzenmoos
15. März bis 30. Oktober
Do-So 10-12 & 14-18 Uhr
und nach Vereinbarung
T +43/ 7672/ 26 878
www.evangel.at/museum-ooe

**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 Vereinbarung
T +43/ 7258/ 48 88
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
29. April bis 31. Oktober
Di-So 10-12 & 13-17 Uhr
T +43/ 7224/ 8031
www.sumerauerhof.at
bis 30. Oktober 2008
Schmuckstücke – einst und heute

Galerie der Stadt Wels
Pollheimer Straße 17
A-4600 Wels
Di-Fr 10-12 & 14-18 Uhr
So, Fei 10-16 Uhr
T +43/ 7242/ 207 030 21
www.galeriederstadtwels.at

Handarbeitsmuseum Traunkirchen
ehem. Klosergebäude
Klosterplatz 2
A-4801 Traunkirchen
Mai bis Oktober
Mi, Sa, So 14-16 Uhr
Juli, August
tgl. 14-16 Uhr
Gruppenanmeldung jederzeit

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

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

Heimatmuseum Schwarzenberg
Schwarzenberg 113
A-4164 Schwarzenberg am
Böhmerwald

nach Vereinbarung
T +43/ 7280/ 357 oder 306
www.oberoesterreich.at/
schwarzenberg

Kammerhof Museen Gmunden

Kammerhofgasse 8
A-4810 Gmunden
21. April bis 2. November 2008
Di-So 10-18 Uhr
3. November bis 31. Dez. 2008
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 7612/ 794 -420
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
T +43/ 7713/ 6603
www.landesmuseum.at
bis 31. Oktober 2008
Ernst Barlach – Druckgrafik

Künstlervereinigung MAERZ

Eisenbahngasse 20
A-4020 Linz
Di-Fr 15-18 Uhr
Sa 13-16 Uhr
T +43/ 732/ 771 786
www.maerz.at

Lebensspuren.Museum

Pollheimer Straße 4
A-4600 Wels
Di-Fr 10-16 Uhr
Sa, So, Fei 12-18 Uhr
T +43/ 7242/ 706 49
www.lebensspuren.at
bis 29. März 2009
Faszination Siegel.
Neuerwerbungen eines
leidenschaftlichen Sammlers

Lentos Kunstmuseum Linz

Ernst-Koref-Promenade 1
A-4020 Linz
Mi-Mo 10-18 Uhr, Do bis 22 Uhr
T +43/ 732/ 7070 -3600 oder -3614
www.lentos.at
bis 8. Dezember 2008
Lichtspuren. Fotografie aus der
Sammlung
24. Okt. 2008 bis 25. Jänner 2009
Lois & Franziska Weinberger

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
T +43/ 7764/ 6644
www.lignorama.com

Lorcher Basilika

Lauricumstraße 4
A-4470 Enns
1. April bis 15. Oktober
Mo-Fr 9-11.30 & 14.30-16.30 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
T +43/ 7223/ 822 37 oder 84010
www.stlaurenz.com

Mühlviertler Schlossmuseum Freistadt

Schlosshof 2
A-4240 Freistadt
Mo-Fr 9-12 & 14-17 Uhr
Sa, So, Fei 14-17 Uhr
T +43/ 7942/ 722 74
bis 26. Oktober 2008
Welt der Frau –1930
bis 26. Oktober 2008
„allerlei Steine und Erddinge“
Bunte Steine aus dem Mühlviertel
und Südböhmen
bis 26. Oktober 2008
Welt der Frau – 1930

Museum Arbeitswelt Steyr

Wehrgrabengasse 7
4400 Steyr
4. März bis 18. Dezember 2008
Di-So 9-17 Uhr
T +43/ 7252/ 773 51 -0
www.museum-steyr.at
ElefantART oder
bis 18. Dezember 2008
Der 2. Bildungsweg
Kunstinstallation Michael Pand
bis 18. Dezember 2008
Graffiti.Rechts.Extrem

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
T +43/ 6132/ 301 -14 oder 254 76
www.stadtmuseum.at
bis 30. Oktober 2008
Augenschmaus & Gaumenfreuden
„Sisi und ihre Gäste“

Museum Hallstatt

Seestrasse 56
A-4830 Hallstatt
November bis März
Di-So 11-15 Uhr
April
tgl. 10-16 Uhr
Mai bis September
tgl. 10-18 Uhr
Oktober
tgl. 10-16 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 Vereinbarung
T +43/ 7752/ 901 -301 oder -302
www.ried-innkreis.at/museum
bis 29. November 2008
Johann Baptist Wengler –
von Cowboys und Indianern

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 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
Sa, So 13-17 Uhr
T +43/ 732/ 7070 -1912

www.nordico.at
bis 11. Jänner 2009
Fritz Aigner. Wunderkind und
Malmaschine

OÖ Landesmuseen
www.landeseum.at

Landesgalerie
Museumstraße 14
A-4020 Linz
Di-Fr 9-18 Uhr
Sa, So, Fei 10-17 Uhr
und nach tel. Vereinbarung
T +43/ 732/ 77 44 82
www.landeseum.at
bis 26. Oktober 2008
Michael Janiszewski –
Heimsuchungen
bis 16. November 2008
Politische Skulptur –
Barlach/Kasper/Thorak/Wotruba
bis 16. November 2008
Peter Senoner – Cosmorama

Schlossmuseum
Tummelplatz 10
A-4010 Linz
Di-Fr 9-18 Uhr
Sa, So, Fei 10-17 Uhr
T +43/ 732/ 77 44 19
www.schlossmuseum.at
bis 7. Jänner 2009
Mit Brief und Siegel
bis 22. März 2009
„Kulturhauptstadt des Führers“
Kunst und Nationalsozialismus
in Linz und Oberösterreich

Biologiezentrum
J.W.-Klein-Straße 73
A-4040 Linz/Dornach
Mo-Fr 9-12 & 14-17 Uhr
So, Fei 10-17 Uhr
T +43/ 732/ 759 733 -0
www.biologiezentrum.at
bis 22. März 2009
Der Pfad des Jaguars. Tropen-
station La Gamba, Costa Rica

Zoll- und Finanzgeschichtliche
Sammlung Linz
Kaarstraße 21
A-4040 Linz
+43/ 732/ 7605 -2263 oder -2453

OK Centrum für Gegenwartskunst
Dametzstraße 30
A-4020 Linz

Di-Do 16-22 Uhr, Fr 16-24 Uhr
Sa & So 10-18 Uhr
T +43/ 732/ 784 178 -0
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

**Österreichisches Papiermacher-
Museum Steyermühl**
Museumsplatz 1
A-4662 Steyermühl
29. April bis 2. November 2008
Mo-So 9-18 Uhr
und nach Voranmeldung
T +43/ 7613/ 3951
http://papiermuseum.freyerweb.at

Photomuseum Bad Ischl
Jainzen 1
A-4820 Bad Ischl
1. April bis 31. Oktober
tgl. 9.30-17 Uhr
T +43/ 6132/ 244 22
www.landeseum.at
bis 31. Oktober 2008
Historische Adelsporträts aus
der Sammlung Hans Frank

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
T +43/ 7268/ 7007 -18
www.schloss-greinburg.at

Schlossmuseum Peuerbach
Rathausplatz 2
A-4722 Peuerbach
1. Mai bis 31. Oktober und 1. Ad-
ventso. bis So. nach Hl. Drei Könige
Di & Do 11-17 Uhr (nach Vereinba-

ung mit Stadtamt Peuerbach)
Fr & Sa 11-17 Uhr
Gruppenanmeldung jederzeit
T +43/ 7276/ 2014 oder 2255 -18
www.schlossmuseum-peuerbach.at

Stadtmuseum Wels – Minoriten
mit der Archäologischen
Sammlung
Minoritenplatz 4, Schießerhof
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

Stelzhamer-Gedenkstätte Pramet
Großpiesenham 26
A-4874 Pramet
1. April bis 31. Oktober
tgl. 9-12 & 13-17 Uhr
T +43/ 7754/ 8387

Turm 9 – Stadtmuseum Leonding
Daffingerstraße 55
A-4060 Leonding
Mi & Fr 10-17 Uhr
Do 10-20 Uhr
Sa, So, Fei 13-18 Uhr
T +43/ 732/ 674 746
www.leonding.at
bis 19. April 2009
Spurensuche Leonding
1898-1938-2008

**Waffensammlung Schloss
Ebelsberg**
Schlossweg 7
A-4030 Linz
Ende Mai bis Ende Oktober
Sa, So, Fei 10-12 & 13-17 Uhr
und nach Vereinbarung
T +43/ 732/ 307 632
www.schloss-ebelsberg.at
bis 31. Oktober 2008
Münzen aus der Zeit der
napoleonischen Kriege
bis 31. Oktober 2008
Eine Medallensuite auf
Persönlichkeiten des Wiener
Kongresses 1814/15

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
bis 31. Oktober 2008
Geprägte Geschichte – 800 Jahre
Münzen im Erzstift Salzburg

**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
T +43/ 662/ 8047 -1860 od.-1870
www.kirchen.net/dommuseum
26. Oktober 2008
Österreichische Barockkunst
aus der Sammlung
Monsignore Sammer

Haus der Natur Salzburg

Haus der Natur
Museumsplatz 5
A-5020 Salzburg
tgl. 9-17 Uhr
T +43/ 662/ 84 26 53 -0
www.hausdernatur.at

**Heimathaus und Schimuseum
Saalbach-Hinterglemm**

A-5753 Saalbach 58
Di & Do 15-18 Uhr
T +43/ 6541/ 7958 oder 6611 -13

**Heimatmuseum 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
T +43/ 662/ 84 22 94 -0
www.salzburger-kunstverein.at

**Lungauer Heimatmuseum
Tamsweg**

Kirchegasse 2
A-5580 Tamsweg
1. Juni bis 15. September
und nach Vereinbarung
T +43/ 6474/ 6504 oder
+43/ 650 964 58 33
www.museumportal.com

Museum Burg Golling

Markt 1
A-5440 Golling
Anfang Mai bis Ende Oktober
Di-So 10-12 & 13-17 Uhr
T +43/ 6244/ 7492 od. 30 314

Museum der Moderne Salzburg

tgl. außer Mo 10-18 Uhr
Mi 10-21 Uhr
T +43/ 662/ 84 22 20 -0
www.museumdermoderne.at

Rupertinum
Wiener-Philharmoniker-Gasse 9
A-5020 Salzburg
bis 11. Jänner 2008
Nobuyoshi Araki. Silent Wishes
8. Nov. 2008 bis 8. Februar 2009
System Mensch. Werke aus der
Sammlung der Fotogalerie

Mönchsberg 32
A-5020 Salzburg
26. Okt. 2008 bis 1. Februar 2009
Paul Klee. Melodie / Rhythmus /
Tanz
8. Nov. 2008 bis 8. Februar 2009
Karl Geiser. Fotografien
8. Nov. 2008 bis 8. Februar 2009
Balthasar Burkahrd & Naoya
Hatakeyama

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 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
8. März bis 2. November 2008
tgl. außer Mo 10-17 Uhr
T +43/ 662/ 840 451
www.residenzgalerie.at
bis 2. November 2008
Sünde. Süße Laster – Lässliche
Moral in der bildenden Kunst
bis 2. November 2008
Kann denn das Sünde sein? –
Jugend macht Museum
15. Nov. 2008 bis 8. Februar 2009
Fürsterzbischof Guidobald von
Thun 1616–1668. Ein Bauherr
für die Zukunft

Salzburger Barockmuseum

Orangerie im Mirabellgarten
Mirabellplatz 3
A-5020 Salzburg
Di-Sa 10-17 Uhr
So, Fei 10-13 Uhr
T +43/ 662/ 877 432
www.barockmuseum.at

Salzburger Freilichtmuseum

Hasenweg
A-5084 Großgmain
28. März bis 1. November
tgl. außer Mo 9-18 Uhr
www.freilichtmuseum.com

Salzburg Museum

www.salzburgmuseum.at

Salzburg Museum
Neue Residenz
Mozartplatz 1
A-5020 Salzburg
Di-So 9-17 Uhr, Do 9-20 Uhr
Juli, August und Dezember
tgl. 9-17 Uhr, Do 9-20 Uhr

T +43/ 662/ 620 808 -0
bis 2. November 2008
Lebens(un)wert. NS-Euthanasie
im Land Salzburg

Panorama Museum
Neue Residenz 9
A-5010 Salzburg
T +43/ 662/ 620 808 -730
bis 9. November 2008
Metropolen und Gebirgswelten

Domgrabungsmuseum
Residenzplatz
A-5020 Salzburg
Juli und August
tgl. 9-17 Uhr
T +43/ 662/ 84 52 95

Festungsmuseum
Festung Hohensalzburg
tgl. 9.30-17 Uhr
5. Juni bis 14. September
tgl. 9.30-18 Uhr
T +43/ 662/ 620 808 -400

Spielzeug Museum
Bürgerspitalgasse 2
A-5020 Salzburg
Di-So 9-17 Uhr
Juli, August & Dezember
tgl. 9-17 Uhr
T +43/ 662/ 620 808 -300
bis 9. November 2008
Darf's ein bisschen mehr sein? Kauf-
läden aus der Spielzeugsammlung
bis 11. Jänner 2009
Tiere mit Herz – Österreichische
Spielwaren mit Geschichte

Volkskundemuseum im
Monatsschlössl Hellbrunn
A-5020 Salzburg
1. April bis 31. Oktober
tgl. 10-17.30 Uhr
T +43/ 662/ 620 808 -500
bis 31. Oktober 2008
Blütenzier – Tracht, Mode, Design

STEIERMARK

Benediktinerstift Admont
Bibliothek & Museum
A-8911 Admont 1
1. April bis 4. November
tgl. 10-17 Uhr u. auf Anfrage
T +43/ 3613/ 2312 -601
www.stiftadmont.at

bis 9. November 2008
Die Bibliothek – Geistreiche Fülle
in kostbarer Hülle

bis 9. November 2008
Installation: Wolfgang Becksteiner
Library of transformed information
(2003)

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

**FRida & freD – Das Grazer
Kindermuseum**
Friedrichgasse 34
A-8010 Graz
Mo, Mi, Do 9-17 Uhr
Fr 9-19 Uhr
Sa, So, Fei 10-17 Uhr,
T +43/ 316/ 872 7700
www.fridaundfred.at

garnisonsMUSEUMgraz
Schlossberg, Kanonenbastei
A-8010 Graz
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 316/ 713 994
www.stadtmuseum-graz.at

**Gironcoli Museum, im Tier- und
Naturpark Schloss Herberstein**
Buchberg 1
A-8222 St. Johann b. Herberstein
März bis Oktober
tgl. 10-17 Uhr
T +43/ 3176/ 8825
www.gironcoli-museum.com
bis 30. Oktober 2008
LebensZeichen. TraumZeitSpuren.
KraftQuellen.

bis 2. November 2008
Alfredo Barsuglia: The Importance
of Being Beautiful
bis 2. November 2008
zu Gironcoli – eine Hommage II

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
www.uni-graz.at/kriminalmuseum

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
T +43/ 7156/ 5638
www.schell-collection.com

Jagdmuseum Schloss Stainz
Landwirtschaftliche Sammlung
Jagdmuseum
A-8510 Stainz
Di-So 9-17 Uhr
T +43/ 3463/ 2772 -0
www.museum-joanneum.at
bis 1. Februar 2009
Hirsche Weltweit. Vom Elch
bis zum Pudu

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

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

Landesmuseum Joanneum
www.museum-joanneum.at

Büro der Erinnerungen
Neutorgasse 45/Ecksaal
A-8010 Graz
T +43/ 316/ 8017 -9703
bis 24. Oktober 2008
Romale! Roma in Bewegung

Kunsthau Graz
Lendkai 1
A-8020 Graz
Di-So 10-18 Uhr
T +43/ 316/ 8017 -9200
www.kunsthaugraz.at
bis 26. Oktober 2008
Thyssen-Bornemisza Art Contem-
porary. Sammlung als Aleph

bis 11. Jänner 2009
Leben? Biomorphe Formen
in der Skulptur

Künstlerhaus Graz
Burgring 2
A-8010 Graz
Mo-Sa 9-18 Uhr
So, Fei 9-12 Uhr
T +43/ 316/ 827 391

bis 26. Oktober 2008
Dietmar Tanterl Rotweinrot

Museumsgebäude Raubergasse 10
Geologie & Paläontologie,
Mineralogie, Zoologie, Botanik
A-8010 Graz
Di-Sa 15-18 Uhr
T +43/ 316/ 8017 -9716

Landeszeughaus
Herrngasse 16
A-8010 Graz
15. März bis 31. Oktober
Mo-So 10-18 Uhr
1. November bis 14. März
Mo-Sa 10-15 Uhr
So, Fei 10-16 Uhr
T +43/ 316/ 8017 -9810

Neue Galerie
Sackstraße 16
A-8010 Graz
Di-So 10-18 Uhr
T +43/ 316/ 82 91 55
www.neuegalerie.at
bis 9. November 2008
Christoph Schlingensief:
african twin towers

bis 16. November 2008
Max Frey

bis 23. November 2008
Otto Beckmann (1908-1997):
Retrospektive

bis 25. Jänner 2009
Viaggio in Italia. Italienische
Kunst 1960 bis 1990

18. Okt. 2008 bis 25. Jänner 2009
Brus's + Blake's Jobs

Schloss Eggenberg
Eggenberger Allee 90
A-8020 Graz
Park
1. April bis 31. Oktober
tgl. 8-19 Uhr
1. November bis 31. März
tgl. 8-17 Uhr

Prunkräume
Palmsamstag bis 31. Oktober
Di-So Führungen 10,11,12,14,15,
16 Uhr und nach Vereinbarung
T +43/ 316/ 583 264 -9532 oder
-9510

Alte Galerie (Schloss Eggenberg)
1. April bis 31. Oktober
Di-So 10-18 Uhr
1. November bis 31. März
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 316/ 8017 -9770

bis 11. Jänner 2009
Mit kühnen Pinselstrichen –
Barocke Ölskizzen

Archäologie, Lapidarium, Münz-
kabinett (Schloss Eggenberg)
1. April bis 31. Oktober
Di-So 10-18 Uhr
1. November bis 31. März
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 316/ 8017 -9513
bis 31. Oktober 2008
Semper Victor. Politische Program-
me auf Münzen und Medaillen

Volkskundemuseum
Paulustorgasse 11-13a
A-8010 Graz
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 316/ 8017 -9881
bis 26. Oktober 2008
Blut, Schweiß und Tränen.
Botschaften des Körpers
31. Okt. 2008 bis 11. Jänner 2009
125 Oberlandler

Landschaftsmuseum Schloss Trautenfels

A-8951 Trautenfels
Palmsamstag bis 31. Oktober
tgl. 10-17 Uhr
T +43/ 3682/ 222 33
www.museum-joanneum.at
bis 31. Oktober 2008
Spiegelbilder. Emmerich Millim
1909–1971
bis 31. Oktober 2008
EigenArt. 80 Jahre August Plocek

Metallurgie Museum Donawitz

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

Museumspavillon Flavia Solva

Marburgerstraße 111
A-8435 Wagna
Mai bis Oktober
Mi 12-18 Uhr, Do-So 10-16 Uhr
T +43/ 3452/ 717 78
www.museum-joanneum.at
bis 2. November 2008
Flavia Solva. Der Blick in die Tiefe

MuseumsCenter – Kunsthalle Leoben

A-8700 Leoben
tgl. 9-18 Uhr
T +43/ 3842/ 4062 -408
www.leoben.at
bis 30. November 2008
Die Wikinger

MUWA

Museum der Wahrnehmung

Friedrichgasse 41
A-8010 Graz
tgl. außer Di 14-18.30
T +43/ 316/ 811 599
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
T +43/ 676/ 308 8505
oder +43 3338/ 3425
www.aichberg.at

stadtmuseum graz

Sackstraße 18
A-8010 Graz
Di-So 10-18 Uhr
T +43/ 316/ 872 -7600
www.stadtmuseum-graz.at
bis 30. Oktober 2008
„Kaddisch“ Fotografien
von Branko Lenart
bis 2. November 2008
Linz, Texas. Eine Stadt mit
Beziehungen
bis 29. März 2009
unsichtbar. NS-Herrschaft:
Verfolgung und Widerstand
in der Steiermark

Steirisches Feuerwehrmuseum

Marktstraße 1
A-8522 Groß-St. Florian
28. Februar bis 31. Oktober
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 3464/ 8820
www.feuerwehrmuseum.at
bis 31. Oktober 2008
high-tech im einsatz

Südbahn Museum Mürzzuschlag

Heizhausgasse 2
A-8680 Mürzzuschlag am
Semmering
tgl. 10-17 Uhr
1. November bis 30. April
Do-So 10-17 Uhr
und nach Vereinbarung
T +43/ 3852/ 2530 326 oder
+43/ 664 910 8201
www.kulturbahnhof.at

Winter!Sport!Museum!

Wiener Straße 13
A-8680 Mürzzuschlag
Di-So 10-18 Uhr
T +43/ 3852/ 3504
www.wintersportmuseum.com

SÜDTIROL

Südtiroler Landesmuseen

Bozner Straße 59
I-39057 Eppan/Frangart (BZ)
T +39/ 471/ 631 233
www.landesmuseen.it

Bergbauwelt Ridnaun Schneeberg
Maiern 48
I-39040 Ridnaun
April bis Oktober
Di-So 9.30-16.30 Uhr
T +39/ 472/ 656 364
www.bergbaumuseum.it

Bergbaumuseum im Kornkasten
Steinhaus 99
I-39030 Steinhaus
26. Dezember bis April
Di, Mi 9-12 & 15-18 Uhr
Do 15-22 Uhr, Sa 15-18 Uhr
So 14-18 Uhr
1. April bis 31. Oktober
Di-So 9.30-16.30 Uhr
Do 9.30-22 Uhr
T +39/ 474/ 651 043
www.bergbaumuseum.it

Museum für Jagd und Fischerei,
Schloss Wolfsthurn
Kirchdorf 25
I-39040 Mareit
1. April bis 15. November
Di-Sa 9.30-17.30 Uhr
So, Fei 13-17 Uhr
T +39/ 472/ 758 121
www.provinz.bz.it/
volkskundemuseen

Museum Ladin Ciastel de Tor
Torstraße 72
I-39030 St. Martin in Thurn
Palmsonntag bis 31. Oktober:
Di-Sa 10-18 Uhr; So 14-18 Uhr
August Mo-Sa 10-18 Uhr
26. Dezember bis Palmsonntag:
Mi-Fr 14-18 Uhr
T +39/ 474/ 524 020
www.museumladin.it

Naturmuseum
Bindergasse 1
I-39100 Bozen
Di-So 10-18 Uhr
T +39/ 471/ 412 964
www.naturmuseum.it

Schloss Tirol, Museum für
Kultur- und Landesgeschichte
Schlossweg 24
I-39019 Dorf Tirol
15. März bis 30. November
Di-So 10-17 Uhr
1. bis 31. August Di-So 10-18 Uhr
T +39/ 473/ 220 221
www.schlosstirol.it

Südtiroler Archäologiemuseum
Museumstraße 43
I-39100 Bozen
Dienstag bis Sonntag
Di-So 10-18 Uhr
Dez., Juli, August tgl. 10-18 Uhr
T +39/ 471/ 320 100
www.iceman.it

Südtiroler Landesmuseum für
Volkskunde
Herzog-Diet-Straße 24
I-39031 Dietersheim/Bruneck
April bis Oktober
Di-Sa 9.30-17.30 Uhr
So, Fei 14-18 Uhr
T +39/ 474/ 552 087
www.provinz.bz.it/
volkskundemuseen

Touriseum – Landesmuseum
für Tourismus
St. Valentinstraße 51a
I-39012 Meran
1. April bis 15. November
tgl. 9-18 Uhr
15. Mai bis 15. September
tgl. 9-21 Uhr
T: +39/ 473/ 270 172
www.touriseum.it

Weinmuseum
Goldgasse 1
I-39052 Kaltern
1. April bis 11. November
Di-Sa 10-17 Uhr
So, Fei 10-12 Uhr
T +39/ 471/ 963 168
www.provinz.bz.it/
volkskundemuseen

TIROL

1. Tiroler Holzmuseum und Holzschnitzerei

A-6313 Wildschönau-Auffach/
Ortsmitte
Mitte Mai bis Ende Oktober
Mo-Fr 8-12.30 & 14-17 Uhr
Sa 8-12 Uhr
So nur für Gruppen auf Anfrage
Dezember bis Ostern
Di-Fr 8-12.30 & 14-17 Uhr
Sa 8-12 Uhr
So nur für Gruppen auf Anfrage
T +43/ 664 380 3212
www.holzmuseum.com

Fasnacht- und Heimatmuseum Telfs, Noafhaus

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

Haus der Fastnacht Imst

Streleweg 6
A-6460 Imst
Fr 16-19 Uhr
Führungen jederzeit nach Vereinb.
T +43/ 5412/ 6910 -0
www.fasnacht.at

Haus der Völker – Museum für Kunst und Ethnographie

Christoph-Anton-Mayer-Weg 7

A-6130 Schwaz
tgl. 10-18 Uhr
T +43/ 5242/ 660 90

Heimatmuseum Fügen

Lindenweg
A-6263 Fügen
Juni bis Anfang Oktober &
Weihnachten bis Mitte März
Di, Fr 16-18 Uhr
Juli und August
Di & Fr 16-18 Uhr, Mo 20-22 Uhr
T +43/ 5288/ 630 44 oder
+43/ 664 273 5223
www.heimatverein.at

Jenbacher Museum

Achenseestraße 21
A-6200 Jenbach
26. April bis 25. Oktober
Mo, Do-Sa 14-17 Uhr
Adventsamstage 15-19 Uhr
Gruppenanmeldung jederzeit
T +43/ 664 951 7845
www.jenbacher-museum.at
Sonderausstellung 2008:
UHRige Zeiten im Jenbacher
Museum. Wand, Tisch- und
Taschenuhren im Wandel der Zeit

Kaiserliche Hofburg zu Innsbruck

Rennweg 1
A-6020 Innsbruck
tgl. 9-17 Uhr
T +43/ 512/ 587 186 -12
www.hofburg-innsbruck.at

Münze Hall / Burg Hasegg

Burg Hasegg 6
A-6060 Hall in Tirol
April bis Oktober
Di-So 10-17 Uhr
November bis März
Di-Sa 10-17 Uhr
3. Jännerwoche bis 2. Märzwoche
nur für Gruppen nach Vereinbarung
T +43/ 5223/ 5855 -167
www.muenze-hall.at

Museum Goldenes Dachl

Herzog-Friedrich-Straße 15
A-6020 Innsbruck
Mai bis September
tgl. 10-18 Uhr
Oktober bis April
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 512/ 58 11 11
www.innsbruck.at/goldenesdachl

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
bis 31. Oktober tgl. 10-17 Uhr
T +43/ 1/ 52 524 -745
www.khm.at/ambras
bis 30. Oktober 2008
Dracula – Woiwode und Vampir

Schloss Bruck. Museum der Stadt Lienz

A-9900 Lienz
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 4852/ 635 80
www.museum-schlossbruck.at

Stadtarchiv/Stadtmuseum Innsbruck

Badgasse 2
A-6020 Innsbruck
Stadtmuseum: Mo-Fr 9-17 Uhr
T +43/ 512/ 58 73 80
www.innsbruck.at/stadtmuseum
bis 3. April 2009
Stadtgeschichte

Tiroler Landesmuseen

www.tiroler-landesmuseen.at

Ferdinandeum
Museumsstraße 15
A-6020 Innsbruck
Di-So 9-18 Uhr
T +43/ 512 /594 89

bis 11. Jänner 2009
Wilderer
bis 11. Jänner 2009
Franz Pöhacker. Befindlichkeiten

Hofkirche
Universitätsstraße 2
A-6020 Innsbruck
Mo-Sa 9-17 Uhr
So, Fei 12.30-17 Uhr

Museum im Zeughaus
Zeughausgasse
A-6020 Innsbruck
Di-So 9-18 Uhr

T +43 /512 /594 89 -311
bis 11. Jänner 2008
BAHNbrechend. 150 Jahre
Eisenbahn in Tirol

Naturwissenschaftliche Sammlung
Feldstraße 11a
A-6020 Innsbruck
nach Vereinbarung
T +43/ 512/ 594 89 -410

Tiroler Volkskunstmuseum
Universitätsstraße 2
A-6020 Innsbruck
T +43/ 512/ 594 89 -514
www.tiroler-volkskunstmuseum.at
wegen Umbaumaßnahmen bis
Mai 2009 geschlossen!

Turmmuseum Oetz Sammlung Hans Jäger

Schulweg 2
A-6433 Oetz
Di, So, Fei 14 bis 18 Uhr
T +43/ 5252/ 20063
www.turmmuseum.at

VORARLBERG

Angelika Kauffmann Museum

Brand 34
A-6867 Schwarzenberg
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
T +43/ 5512/ 264 55
www.angelika-kauffmann.com
bis 26. Oktober 2008
Angelika Kauffmann. In Liebe
ans Vaterland

inatura Erlebnis Naturschau

Jahngasse 9
A-6850 Dornbirn
tgl. 10-18 Uhr
T +43/ 5572/ 232 35
www.inatura.at
bis 7. November 2008
Optische Täuschungen & Illusionen

Jüdisches Museum Hohenems

Villa Heimann-Rosenthal
Schweizer Straße 5
A-6845 Hohenems
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 5576/ 739 89
www.jm-hohenems.at
bis 29. Oktober 2008
Hier. Gedächtnisorte in
Vorarlberg 38-45

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
T +43/ 5574/ 485 94 -0
www.kunsthaus-bregenz.at

Kunst im Rohrerhaus
Kirchstrasse 14
A-6923 Lauterach
Mi-Sa 11-17 Uhr, Fr 11-20 Uhr,
So Sonderöffnungszeiten beachten
T +43/ 5574/ 729 23

Montafoner Museen
T +43/ 5556/ 747 23
www.stand-montafon.at

Montafoner Heimatmuseum
Kirchplatz 15
A-6780 Schruns
Juli, August 2008
Di-Sa 10-17 Uhr, So 14-17 Uhr
bis 26. Oktober 2008
Grenzüberschreitungen

Montafoner Tourismuseum
Gaschurn
ab 9 Mai
Di, Fr 16-18 Uhr

Montafoner Bergbaumuseum
Silbertal
Mai bis Oktober
Mi, Fr 16-18 Uhr
Sonderausstellung 2008
Gold, Seide und Lüster. Die
Silbertaler Tracht im Spiegel der
historischen Fotografie

Otten Kunstraum
Schefelbadstraße 2
A-6845 Hohenems
Do 16-18 Uhr
Gruppen nach Vereinbarung
T +43/ 5576/ 90 400
www.ottenkunstraum.at
bis 5. Februar 2009
Russische Avantgarde. Wurzeln
der Sammlung Otten

Vorarlberger Landesmuseum
Kornmarkt 1
A-6900 Bregenz
Di-So 10-17 Uhr
Do 10-20 Uhr
T +43/ 5574/ 460 50
www.vlm.at
25. Okt. 2008 bis 25 Januar 2009
„Kanton Übrig“ – Als Vorarlberg zur
Schweiz gehören wollte

WIEN

A9 Forum Transeuropa
Quartier 21, MuseumsQuartier
Museumsplatz 1
A-1070 Wien
Di-So 14-20 Uhr
T +43/ 1/ 526 49 99
www.aneun.at

Akademie der bildenden Künste
Schillerplatz 3
A-1010 Wien
Di-So, Fei 10-18 Uhr
T +43/ 1/ 58 816 -225
www.akademiegalerie.at

Albertina
Albertinaplatz
A-1010 Wien
tgl. 10-18 Uhr, Mi bis 21 Uhr
T +43/ 1/ 534 83 -0
www.albertina.at
bis 10. August 2008
Paul Klee. FormenSpiele
bis 23. November 2008
Die Weite des Eises
bis 8. Dezember 2008
Van Gogh
bis 11. Jänner 2008
Nach 1970. Österreichische Kunst
aus der Albertina

Architekturzentrum Wien
Museumsplatz 1
A-1070 Wien
Tgl. 10-19 Uhr, Mi bis 21:00 Uhr
T +43/ 1/ 522 31 15
www.azw.at
bis 2. Februar 2009
Architektur beginnt im Kopf

Architekturzentrum West
Flachgasse 35-37
A-1150 Wien
Mi-So 14-20 Uhr zu
Ausstellungszeiten

Artbits Galerie & Edition
Lindengasse 28
A-1070 Wien
Di-Fr 14-19 Uhr
Sa 11-15 Uhr
T +43/ 1/ 526 76 23
www.artbits.at

BA-CA Kunstforum
Freyung 8
A-1010 Wien
tgl. 10-19 Uhr, Mi bis 21 Uhr
T +43/ 1/ 537 33 26
www.ba-ca-kunstforum.at
bis 29. Oktober 2008
FOTOGRAFIS collection reloaded
14. Nov. 2008 bis 1. März 2009
Georges Braque

Bauholding Strabag Kunstforum
Donau-City-Straße 9
A-1220 Wien
Mo-Do 9-17 Uhr, Fr 9-13 Uhr
T +43/ 1/ 224 22/ 1848

BAWAG Foundation
Wiedener Hauptstraße 15
A-1040 Wien
Mo-Sa 10-18 Uhr
T +43/ 1/ 504 98 80 -38
www.bawag-foundation.at

Belvedere
www.belvedere.at

Oberes Belvedere
Prinz-Eugen-Straße 27
A-1030 Wien
Di-So 10-18 Uhr
T +43/ 1/ 79 557 -0

Unteres Belvedere / Orangerie
Rennweg 6
A-1030 Wien
Di-So 9-18 Uhr
bis 11. Jänner 2009
Arnulf Rainer – Dieter Roth.
Misch- und Trennkunst
bis 18. Jänner 2009
Gustav Klimt und die
Kunstschau 1908

Augarten Contemporary
Scherzergasse 1a
A-1020 Wien
Do-So 11-19 Uhr
T +43/ 1/ 79 557 0
www.atelier-augarten.at

bis 14. Dezember 2008
Constantin Luser. Handlungswolken

Bestattungsmuseum Wien

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

Bezirksmuseum Josefstadt

Schmidgasse 18
A-1080 Wien
September bis Juni
Mi 18-20 Uhr
So 10-12 Uhr
und nach Vereinbarung
T +43/ 1/ 403 64 15
www.bezirksmuseum.at/josefstadt

Bezirksmuseum Penzing

Penzinger Straße 59
A-1140 Wien
Juli, August geschlossen
Mi 17-19 Uhr
So 10-12 Uhr
www.bezirksmuseum.at/penzing
bis 21. Dezember 2008
Aquarelle aus Penzing
bis 28. Juni 2009
Arch. Max Hegele ein Vertreter
des Jugendstils aus Hadersdorf -
Weidlingau

di:'angewandte – Universität für angewandte Kunst Wien

Oskar Kokoschka-Platz 2
Mo-Fr 14-18 Uhr
A-1010 Wien
T +43/ 1/ 711 332 160
www.dieangewandte.at

Dommuseum Wien

Stephansplatz 6
A-1010 Wien
Di-Sa 10-17 Uhr, ausgen. Fei
T +43/ 1/ 515 52 -3689
www.dommuseum.at
bis 31. Oktober 2008
Helden, Heilige, Himmelsstürmer
Fußball und Religion

Geldmuseum der Österreichischen Nationalbank

Otto-Wagner-Platz 3
A-1090 Wien
Di-Fr 9.30-15.30 Uhr
T +43/ 1/ 4040 20 -6631
www.oenb.at

Haus der Musik Wien

Das Klangmuseum
Seilerstätte 30
A-1010 Wien
tgl. 10-22 Uhr
T +43/ 1/ 516 48 51
www.hdm.at

Heeresgeschichtliches Museum

Arsenal
A-1030 Wien
tgl. außer Fr 9-17 Uhr
T +43/ 1/ 795 61 -0
www.hgm.or.at
bis 9. November 2008
Einmarsch '38. Militärgeschichtliche
Aspekte des März 1938

Hofmobiliendepot

Möbel Museum Wien
Andreasgasse 7
A-1070 Wien
T +43/ 1/ 524 33 57
www.hofmobiliendepot.at

Jüdisches Museum Wien

www.jmw.at

Jüdisches Museum
Palais Eskeles, Dorotheergasse 11
A-1010 Wien
So-Fr 10-18 Uhr
T +43/ 1/ 535 04 31
bis 1. Februar 2009
Die „Gefahren der Vielseitigkeit“.
Friedrich Torberg zum
100. Geburtstag

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
T +43/ 1/ 521 89 -0
www.kunsthallewien.at

Kunsthistorisches Museum

www.khm.at

Hauptgebäude
Maria-Theresien-Platz
A-1010 Wien
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
T +43/ 1/ 525 24 -0

bis 2. November 2008
Additionen Erwerbungen
1990-2008

2. Dez. 2008 bis 28. Februar 2009
Vom Mythos der Antike

Neue Burg

Sammlung alter Musikinstrumente,
Hof-, Jagd- und Rüstkammer,
Ephesosmuseum
Heldenplatz
A-1010 Wien
Mo, Mi-So 10-18 Uhr
T +43/ 1/ 525 24 -476

Schatzkammer Schweizerhof
A-1010 Wien
Mi-Mo 10-18 Uhr
T +43/ 1/ 525 24 -0

Wagenburg Schloss Schönbrunn
A-1130 Wien

April bis Oktober
tgl. 9-18 Uhr
November bis März
Di-So 10-16 Uhr
T +43/ 1/ 877 32 44

bis 26. Oktober 2008
Sisi auf der Spur. Kutschen,
Kleider, Kultobjekte der Kaiserin
Elisabeth von Österreich

Künstlerhaus Wien

Karlsplatz 5
A-1010 Wien
tgl. 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
T +43/ 1/ 587 96 63
www.k-haus.at
bis 26. Oktober 2008
Gabriele Kutschera – Zeitlinien
bis 26. Oktober 2008
walden I – transformation
johann schmied
bis 2. November 2008
zeitraumzeit
31. Okt. bis 23. November 2008
Markus Krottendorfer
5. bis 30. November 2008
Marianne Greber. Sou Glamour
5. Nov. bis 8. Dezember 2008
Robert Zahornicky
13. Nov. bis 8. Dezember 2008
Monat der Fotografie

Kunstraum NOE

Herrngasse 13
A-1014 Wien
Di-Fr 11-19 Uhr, Do bis 20 Uhr
Sa 11-15 Uhr
T +43/ 1/ 9042 111
www.kunstraum.net
bis 29. November 2008
La Petite Histoire

Leopold Museum

Museumsplatz 1
A-1070 Wien
Mi-Mo 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
T +43/ 1/ 525 70 -0
www.leopoldmuseum.org
bis 6. Jänner 2009
Christian Schäd. Retrospektive

Liechtenstein Museum

Die Fürstlichen Sammlungen
Fürstengasse 1
A-1090 Wien
Fr-Di 10-17 Uhr
T +43/ 1/ 319 57 67-0
www.liechtensteinmuseum.at
bis 18. November 2008
Oasen der Stille. Die großen
Landschaftsgärten in Mitteleuropa

MAK, Wien

www.mak.at

MAK Stubenring 5
A-1010 Wien
Di 10-24 Uhr, Mi-So 10-18 Uhr
T +43/ 1/ 711 36-0
bis 26. Oktober 2008
Formlose Möbel
bis 25. Jänner 2009
Günter Brus. Mitternachtsröte
bis 8. März 2009
Rebecca Baron, Dorit Margreiter:
Poverty Housing. Americus,
Georgia
bis 29. März 2009
2 x Japan. Katagami / Textilien

MAK-Ausstellungshalle

Weiskirchnerstraße 3
A-1010 Wien
Di 10-24 Uhr
Mi-So 10-18 Uhr

MOYA – Museum of Young Art

Löwelstraße 20
A-1010 Wien
T +43/ 1/ 535 1989
www.moya-vienna.at

MUMOK Museum moderner

Kunst Stiftung Ludwig
Museumsplatz 1
A-1070 Wien
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 21 Uhr
T +43/ 1/ 52 500
www.mumok.at
bis 11. Jänner 2009
Andreas Eriksson: walking the
dog – lying on the sofa
31. Okt. 2008 bis 11. Jänner 2009
Peter Kogler. 79-08

MUSA – Museum auf Abruf

Felderstraße 6-8,
A-1010 Wien, neben dem Rathaus
Di-Fr 11-18 Uhr, Do 11-20 Uhr
Sa 11-16 Uhr
T +43/ 650/ 921 9168
www.musa.at
31. Okt. 2008 bis 31. Jänner 2009
Mutations II. Moving Stills

**Museum für Verhütung und
Schwangerschaftsabbruch**

Mariahilfer Gürtel 37/ 1. Stock
A-1150 Wien
Mi-So 14-18 Uhr
T +43/ 699/ 178 178 04
www.muvs.at

Museum für Völkerkunde

Neue Burg
A-1010 Wien,
T +43/ 1/ 534 30 -0
www.ethno-museum.ac.at

Museum Josefstadt

Schmidgasse 18
A-1080 Wien
Mi 18-20 Uhr, So 10-12 Uhr
www.bezirksmuseum.at

Museum im Schottenstift

Freyung 6
A-1010 Wien
Do-Sa 11-17 Uhr, Fei geschlossen
T +43/ 1/ 534 98 -600
www.schottenstift.at

Naturhistorisches Museum

Maria-Theresien-Platz
A-1010 Wien
Mi-Mo 9-18.30 Uhr, Mi bis 21 Uhr
T +43/ 1/ 521 77 -0
www.nhm-wien.ac.at
bis 1. Februar 2009
Venus von Willendorf. Rätsel
Steinzeitkunst

net.culture.space

tgl. 10-20 Uhr
quartier21/MQ (transeuropa)
Museumsplatz 1
A-1070 Wien
www.netculturespace.at
bis 3. November 2008
u19 – freestyle computing

Österreichisches Filmmuseum

Augustinerstr. 1
A-1010 Wien
tgl. 2-3 Vorstellungen
Büro: Mo-Do, 10-18 Uhr
Fr 10-13 Uhr
T +43/ 1/ 533 70 54
www.filmmuseum.at

**Österreichisches Museum
für Volkskunde**

Laudongasse 15-19
A-1080 Wien
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 1/ 406 89 05
www.volkskundemuseum.at
bis 16. November 2008
Andreas Duscha: Places of
Worship – Interreligiöse
Gebetsräume auf Flughäfen

Österreichisches Theatermuseum

Lobkowitzplatz 2
A-1010 Wien
Mi 10-20 Uhr
Di-So 10-17 Uhr
T +43/ 1/ 525 24 -610
www.theatermuseum.at

**Papyrusmuseum der Österrei-
schen Nationalbibliothek**

Heldenplatz, Neue Burg
A-1010 Wien
Juli bis September
Mo, Mi-Fr 10-16 Uhr
Oktober bis Juni
Mo, Mi-Fr 10-17 Uhr
T +43/ 1/ 534 10 -0
www.onb.ac.at

Secession

Friedrichstraße 12
A-1010 Wien
Di-So 10-18 Uhr, Do bis 20 Uhr
T +43/ 1/ 587 53 07
www.secession.at
bis 9. November 2008
multiplex fiction / Ralo Mayer

bis 9. November 2008
Tilo Schulz. Stage Diver
bis 9. November 2008
Klaus Weber

siemens forum wien
Dietrichgasse 25
A-1030 Wien
T +43/ 517 07/ 37 200
www.siemens.at/forum

Sigmund-Freud-Museum Wien
Berggasse 19
A-1090 Wien
tgl. 9-17 Uhr
T +43/ 1/ 319 15 96
www.freud-museum.at
bis 25. Jänner 2009
Ferdinand Schmutzer : Freud
und seine Zeit im Porträt

**T-B A21. Thyssen-Bornemisza
Art Contemporary**
Himmelpfortgasse 13
A-1010 Wien
Di-Sa 12-19 Uhr
T +43/ 1/ 513 98 56
www.TBA21.org
bis 26. Oktober 2008
Sammlung als Aleph
bis 21. September 2008
other than yourself – an investigation
between inner and outer space

Technisches Museum Wien
Mariahilfer Straße 212
A-1140 Wien
Mo-Fr 9-18 Uhr
Sa, So, Fei 10-18 Uhr
T +43/ 1/ 899 98 -6000
www.tmw.ac.at
bis 19. Oktober 2008
klimafreundlich mobil. Ideen
für den Verkehr der Zukunft
bis 31. März 2008
Ölrausch. Frühe Erdölindustrie
in Galizien

bis 30. April 2008
50 Jahre Herzschrittmacher –
Technik im Körper
22. Okt. 2008 bis 21. Juni 2009
Geschmacksache. Was Essen
zum Genuss macht

**WAGNER:WERK Museum
Postsparkasse**
Georg-Coch-Platz 2
A-1018 Wien
Mo-Mi, Fr 8-15 Uhr
Do 8-17.30 Uhr
Sa 10-17 Uhr
T +43/ 1/ 534 53 -338 25
www.ottowagner.com
bis 25. Oktober 2008
Die Möbel von Charles und
Ray Eames für Vitra

**WestLicht. Schauplatz für
Fotografie**
Westbahnstraße 40
A-1070 Wien
Di, Mi, Fr 14-19 Uhr
Do 14-21 Uhr
Sa, So, Fei 11-19 Uhr
T +43/ 1/ 522 6636-0
www.westlicht.com

wiener kunst schule
Lazarettgasse 27
A-1090 Wien
Tel +43/ 1/ 409 43 42-43
www.kunstschule.at

Wien Museum
www.wienmuseum.at

Wien Museum – Karlsplatz
A-1040 Wien
Di-So 9-18 Uhr
T +43/ 1/ 505 87 47 -0
bis 26. Oktober 2008
Am Puls der Stadt.
2000 Jahre Karlsplatz
bis 9. November 2008
Türkei modern. Fotografien von
Othmar Pferschy

Mozarthaus Vienna
„Figarohaus“, Domgasse 5
A-1010 Wien
tgl. 10-20 Uhr
T +43/ 1/ 512 17 91
www.mozarthausvienna.at

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
T +43/ 1/ 804 13 24
bis 11. Jänner 2009
Steinerne Zeugen. Relikte
aus dem alten Wien

Wien Museum in der Stadt
Herrengasse 6-8
A-1010 Wien

Wien Museum – Römermuseum
Hoher Markt 3
A-1010 Wien
T +43/ 1/ 535 56 06
Di-So, Fei 9-18

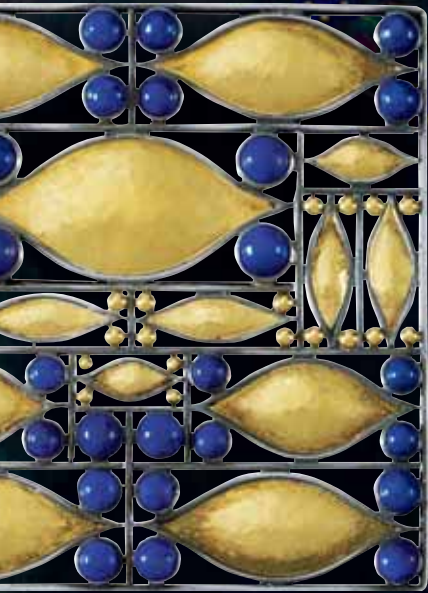
Wien Museum – Uhrenmuseum
Schulhof 2
A-1010 Wien
Di-So 10-18 Uhr
T +43/ 1/ 533 22 65

ZOOM Kindermuseum
Museumsplatz 1
A-1070 Wien
Mo-Fr 8-16 Uhr
Sa, So, Fei 9.30-15.30
T +43/ 1/ 524 79 08
www.kindermuseum.at

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

MÖ
MUSEUMSBUND ÖSTERREICH
WWW.MUSEUMSBUND.AT

WIEN MUSEUM
KARLSPLATZ



GLANZSTÜCKE

EMILIE FLÖGE UND DER SCHMUCK
DER WIENER WERKSTÄTTE



13.11.08 BIS 22.2.09

WWW.WIENMUSEUM.AT



Nepal. Tradition – Consumption – Destruction
5/2007
Foto: Gerhard Holzer, Eferding

VLM

Vorarlberger Landesmuseum



»Kanton übrig«

Als Vorarlberg zur Schweiz gehören wollte
25. Oktober 08 – 25. Januar 09



VLM, Kornmarktplatz 1, A-6900 Bregenz | www.vlm.at | Di bis So 10 – 18 Uhr, Do bis 20 Uhr, Mo geschlossen