

*Axel Burkarth*

## *Heimat, einmal anders gesehen*

### Wer braucht die Museen? Eine Selbstbefragung

Baden-Württemberg ist ein Museumsland. Das jedenfalls könnte man glauben, wenn man sich die schiere Zahl der Museen im Land vergegenwärtigt: 1.270 Einträge verzeichnet der aktuelle Museumsführer 2009, mehr als jemals zuvor. Und auch mehr als die meisten anderen deutschen Bundesländer, von Bayern einmal abgesehen. Angenommen, man würde jedes Wochenende einen Museumsbesuch einplanen, dann würde es 25 Jahre dauern, um das alles sehen zu können. So viel Museum braucht kein Mensch. Oder doch?

Auch wenn niemand auf die Idee käme, einen solchen Vorsatz in die Tat umzusetzen, das Argument, weniger wäre vielleicht mehr, gewinnt in Krisenzeiten an Gewicht und wird, zumindest hinter vorgehaltener Hand, auch von Museumsleuten in Anschlag gebracht. Denn es fehlt an Geld für die Museen, und wenn kleinere Brötchen gebacken werden müssen, so lohnt es sich vielleicht, die Zahl der hungrigen Esser zu verringern. Aber das ist natürlich nur ein Reflex, denn die Museen werden nun einmal nicht aus einer Hand finanziert. Und über-

haupt, wer würde denn wen verdrängen, und mit welchem Recht? Schließlich weiß man aus Erfahrung, dass im Fall des Falles nicht unbedingt die Qualität des Angebotes das Überleben sichert, sondern am Ende die Finanzverfassung des Museumsträgers über Wohl oder Wehe, Sein oder Nicht-Sein entscheidet – mit andern Worten, das knappe Geld bleibt ein Problem, so oder so.

*In 40 Jahren von 346 auf 1.270 Museen –  
Wirtschaftskrise bedroht Zeugen der Erinnerungskultur*

Doch wie kommt es überhaupt zu einer solchen Museumsdichte im Land? Zu Recht heißt es, darin spiegle sich die historische Vielfalt des deutschen Südwestens mit mehr als 250 selbstständigen Territorien am Vorabend der Französischen Revolution und dem Ende des Alten Reiches. Allerdings erklärt dies nicht, warum sich die Zahl der Museen in Baden-Württemberg seit Mitte der 1970er-Jahre mehr als verdreifacht hat: Als 1976 zum ersten Mal ein landesweiter Museumsführer erschien, waren

*Vom Tourismus versprechen sich viele Museen mehr in Zukunft. Allerdings ist die Besucherfrequenz vom Standort abhängig. Das Zeppelinmuseum im ehemaligen Hafengebäude von Friedrichshafen profitiert nicht zuletzt von seiner attraktiven Lage.*





*Nach jahrelanger Sanierung hat das Freiburger Augustinermuseum vor wenigen Wochen seine Tore neu geöffnet. Das Museum will sich künftig nicht nur in der Stadt, sondern auch in der Region neu positionieren. Bis zum Abschluss der Sanierungsarbeiten wird aber noch einige Zeit vergehen. Die Politik blickt vor allem auf die Besuchszahlen, um den Erfolg solcher Investitionen zu beurteilen und zu rechtfertigen.*

dort erst 346 Museen verzeichnet. Ein Jahr zuvor hatte die Neuordnung der kommunalen Landkarte durch die Verwaltungsreform der Regierung Filbinger ihren Abschluss gefunden. Statt 63 gab es nur noch 35 Landkreise und 9 Stadtkreise, die Zahl der selbstständigen Gemeinden verringerte sich von 3.379 auf 1.111. Nicht ohne Stolz auf die Integrationsleistung seiner Verwaltungsreform schrieb der Ministerpräsident damals im Vorwort zur neuen amtlichen Landesbeschreibung: *Die Vergangenheit ist bewältigt, eine mit dem Blick auf die Zukunft des Landes geschaffene Ordnung hergestellt.*

Das sah man in einigen der neuen Teilgemeinden etwas anders. Die Verwaltungsreform wurde vor Ort vielfach als Autonomieverlust erlebt, die siedlungsbezogene kommunale Selbstverwaltung musste effizienter steuerbaren, standardisierten Strukturen

weichen. Offenkundig war die Gründungswelle von Stadt- und Ortsteilmuseen in den Folgejahren eine Kompensation dieser Verlufterfahrung. Die Kommunalreform der 1970er-Jahre ist längst Geschichte. Man hat sich an größere, weiterreichende Veränderungen der Lebensumstände gewöhnt, die in immer kürzeren Abständen auf uns zurollen und – irgendwie – bewältigt sein wollen. Aus heutiger Sicht mag es da fast schon naiv erscheinen, mit der Gründung von Museen kleine Fluchten der Erinnerung einzurichten. Hat sich das nicht erledigt?

Man hätte die grundsätzliche Bedeutung der Erinnerungskultur für unsere Gesellschaft völlig verkannt, wenn man diese Frage umstandslos mit Ja beantworten würde. Aber angesichts der Häufung und Verdichtung schwerer Wirtschaftskrisen im Zuge der Globalisierung sind es akute existentielle



Sorgen, die die Menschen umtreiben, so dass es augenblicklich schwer fällt, auch noch für die Probleme von Museen Gehör zu finden. Es macht allerdings einen großen Unterschied, ob man diese Probleme als Folge der aktuellen Finanzkrisen betrachtet oder als eine Sinnkrise der Institution Museum verstehen will.

*Bildungsauftrag der Museen unbestritten –  
Erfahrungsschatz der Vergangenheit nutzen*

Auch wenn die Behauptung auf den ersten Blick verwegen erscheint: Eine Sinnkrise des Museums ist nicht erkennbar. Vielmehr befindet sich unsere Gesellschaft in einer ernsthaften Krise, und man wundert sich, dass nicht längst eine groß angelegte gesellschaftliche Debatte darüber in Gang gekommen ist, wie wir uns künftig Solidarität und Zusammenhalt vorstellen, wie die immensen sozialen und ökologischen Herausforderungen bewältigt werden sollen, vor denen wir stehen. Die Museumsgründungen der siebziger und achtziger Jahre boten nicht zuletzt Artikulationsraum für Selbstverständigungsdebatten dieser Art. Museen sind für diesen Zweck nicht nur geeignet, sondern – und man kann nicht oft genug daran erinnern – sie sind zu eben diesem Zweck als kulturelle Institution der Moderne überhaupt erst entstanden.

Ein Wesenszug der modernen Welt ist der Bedeutungsverlust menschlicher Erfahrung: eine immens beschleunigte Wissensproduktion macht es immer schwieriger, die Folgen des Fortschritts für die Zukunft zu kalkulieren. In dieser Lage ist Orientierungswissen gefragt, das sich jedoch ohne Erfahrung nicht denken lässt. Orientierungswissen ist aus der Gegenwart alleine nicht sinnvoll zu gewinnen, hierzu braucht es den Erfahrungsschatz der Vergangenheit. Ein Philosoph kann sinnvoll mit Aristoteles argumentieren, ein Naturwissenschaftler tut sich da schwer. Mit anderen Worten: Orientierungswissen ist grundsätzlich an Bildung gebunden, während zur Beherrschung der Technik im Alltag Verfahrenskennnisse ausreichen.

In einer Gesellschaft, in der sich zunehmend die Frage stellt, wo dem technisch möglichen Fortschritt Grenzen gesetzt werden müssen, sollte sich das Interesse an der Nachhaltigkeit von Bildungseinrichtungen eigentlich von selbst verstehen. So gesehen ist es durchaus eine politische Grundsatzfrage, ob der Öffentlichkeit Artikulationsräume der Selbstverständigung zur Verfügung stehen, und wer diese zur Verfügung stellt. In der Diskussion um Bildungsnotstände ist auch der Bildungsauftrag der Museen wieder vermehrt ins Blickfeld gerückt. Viel zu lange

schon war es üblich geworden, die Museen als Teilnehmer auf dem Freizeitmarkt zu betrachten – als einen Konkurrenten unter vielen, deren Kundenattraktivität sich durch Angebot und Nachfrage von selbst regelt. Dem entsprechend zielten und zielen Marketingmaßnahmen auf Konsumanteile, die sich ausschließlich in Besucherzahlen spiegeln. Aber was wird im Museum konsumiert?

*Man lernt, Dinge zu hinterfragen –  
In der Heimatstube wie in der Staatsgalerie*

Wenn Museen ihre Angebote auf Konsumierbarkeit ausrichten, richten sie sich dann nicht selbst zugrunde? Diese Gefahr droht zweifellos dann, wenn die Museen ihren Bildungszweck aus den



*Nach zehn Jahren von der Schließung bedroht: Das Alamanenmuseum in Ellwangen steht zur Disposition. Das Stadtsäckel tut sich schwer mit den Betriebskosten. Doch ohne professionelle Leitung sind Museen dieser Art nicht zu betreiben. Wenn bei der Einrichtung üppige Fördermittel locken, werden Unterhaltskosten gerne verdrängt.*



*In Aalen scheint kein Platz mehr für Museen zu sein. Nach der Schließung des Stadtmuseums soll nun auch das Urweltmuseum seine Pforten dicht machen. Ob es so weit kommt, hängt nicht nur von den städtischen Finanzen ab. Nun sind Bürgerproteste laut geworden. Wenn diese anhalten, könnte auch anders entschieden werden.*

Augen verlieren. Museen können unterhaltend sein, der Zerstreung dienen, zum Zeitvertreib genutzt werden oder zur Ablenkung, aber sie dürfen darin nicht aufgehen. Wenn ein Hotelbetrieb auf Wellness setzt, erwartet niemand einen Beitrag zur Volksgesundheit. Bei kulturellen Angeboten setzt man dagegen immer voraus, dass sie sich als Teil des Kulturlebens definieren, sonst werden sie gar nicht ernst genommen. Erwartet wird eine Grenzüberschreitung, sie mag noch so klein sein, zumindest muss ein glaubwürdiges Kulturangebot das Potential dazu aufweisen. Ohne dieses Versprechen wäre jede Lernanstrengung, wie sie Bildung nun einmal fordert, vergeblich. Die wichtigste Motivation zur Bildung ist die Horizonterweiterung; die Richtgröße des Konsums ist die Befriedigung der Erwartungshaltung.

Die wichtigste Botschaft des Museums ist eben die, dass alles anders sein kann, als es zunächst aussieht, und auch anders aussieht, als es einmal gedacht war. Man lernt die Dinge zu hinterfragen, und zwar grundsätzlich. Die Aktualität dieses Wissens stellt sich her, wenn man Geschichte als vergangene Zukunft begreifen lernt. Das klingt kompliziert, aber diese Erfahrung zu ermöglichen, ist schließlich auch alles andere als trivial. Wichtig in unserem Zusammenhang ist die Einsicht, dass diese Botschaft in der kleinsten Heimatstube genauso vermittelt werden kann wie in der Gemäldegalerie von internationalem Rang. Aus der Perspektive des Besuchers ist entscheidend, dass solche Sinnzusammenhänge aus der Anschauung erfahrbar werden und sich nicht nur als didaktische Lesehilfe mitteilen.

Von welchen äußeren Bedingungen es abhängt, dass für den Besucher im Museum Geschichte lebendig wird, ist schwer zu sagen. Erfolgsgarantien gibt es dafür nicht. Und Erfolgsrezepte erledigen sich im Zuge ihrer Vervielfältigung schnell von selbst. Es dürfte überhaupt schwer fallen, den Vermittlungserfolg von Museen mit standardisierten Komponenten zu steigern und wie in der Unterhaltungsindustrie über Formate zu steuern. Es ist jedoch unverkennbar, dass die Methoden und Maßstäbe der Freizeit- und Unterhaltungsindustrie auch in den Museen an Einfluss gewonnen haben; ob deren Marktorientierung geeignet ist, die Probleme der Museen zu beheben, darf zumindest bezweifelt werden. Ein Blick auf die jüngere Geschichte der öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Rundfunksender genügt, um Vorbehalte gegen die einschlägigen Popularisierungsstrategien zu hegen. Der Anspruch, aus Leistungskennziffern auf Qualität zu schließen, ist jedenfalls naiv. Wenn die Museen mit den – zertifizierten – «Erlebniswelten» der Freizeit- und Vergnügungsparks konkurrieren wollen (oder sollen), dann dürfte ihnen über kurz oder lang das gleiche Schicksal beschieden sein wie den Programmen von ARD und ZDF.

*Kulturförderung wirtschaftspolitisch –  
Aufwändige Präsentation und populäre Vermittlung*

Dass die Wirtschaft in unserer Lebenswelt die Leitbilder für den gesellschaftlichen Fortschritt vorgibt, ist eine Binsenweisheit, ebenso dass ökonomisches Vokabular und ökonomische Denkfiguren inzwi-



schen auch den Bildungssektor und die Kultur prägen. Dementsprechend gab es in der Museumswelt in den letzten Jahren immer wieder Versuche, den ökonomischen Nutzen einer Investition in kulturelle Werte zu belegen. Umwegrentabilität war eines der Zauberworte dieser Diskussion. Kulturförderung erschien so im besten Falle Struktur- und Wirtschaftspolitik. Wenn sich die Wertschöpfungsanalyse aber nur auf den aktuellen Nutzwert bezieht, kann eine ökonomische Bewertung schnell dazu führen, dass diejenigen Einrichtungen auf der Strecke bleiben, deren Nutzwertbilanzierung negativ ausfällt.

Mit Tücken verbunden ist auch eine zweite Abwehr- und Überlebensstrategie der Museen. Um die Relevanz der verwalteten Kulturgüter und Wissensbestände zu demonstrieren, wurde deren Attraktivität durch aufwändige Präsentationsweisen und den massiven Einsatz populärer Vermittlungsformen gesteigert. Beides ist mit erheblichem finanziellem Aufwand verbunden, den sich nur die wenigsten Häuser leisten können. Doch auch hier wird die Absicht, durch Erlebnisorientierung eine möglichst breite Öffentlichkeit für das Museum zu gewinnen, um dadurch die Institution zu legitimieren, durchkreuzt von der Eigendynamik des Freizeitmarktes. Erlebnisorientierung ist immer auf die unmittelbare Befriedigung von Bedürfnissen ausgerichtet. Man investiert als Nutzer Geld und Zeit, zeigt Engagement und erwartet dafür sofort einen konsumierbaren Gegenwert. Besucherbindung hängt in diesem Fall entscheidend davon ab, dass

der Anbieter bereit und fähig ist, gesellschaftliche Trends aufzugreifen und möglichst schnell in neue Attraktionen umzusetzen. Ein Museum, das mit letzter Kraft seine Dauerausstellung auf den neuesten Stand gebracht hat, kann aber im Wettlauf der Trendsetter nicht mithalten.

*Bei Sparrunden Verbündete für Werte finden –  
Gesellschaftliche Relevanz des Kulturerbes*

Durch gesteigerte Besucherattraktivität die Bedeutung der Sammlungsbestände zu unterstreichen und so die gesellschaftliche Legitimation der Museen zu stärken, diese Rechnung ist offenkundig nicht aufgegangen. Das große Zittern vor der nächsten Sparrunde ist nicht schwächer geworden, im Gegenteil. Allein die Hoffnung, auch die nächste Haushaltskonsolidierung zu überleben, wirkt nicht eben beflügelnd auf die Museen. Vielleicht wäre es tatsächlich an der Zeit, grundsätzliche Fragen in die Debatte zu werfen und die Legitimation der Museen direkt anzugehen, zu fragen, was uns die Museen als eine der wichtigsten Formen des praktizierten Kulturschutzes wert sind. Auch die Denkmalpflege, Bibliotheken und Archive trifft diese Frage, aber auch den Naturschutz.

Es kann nicht darum gehen, die Kultur vor dem Zugriff der Ökonomie zu retten, sondern deren ökonomischen Wert jenseits von Angebot und Nachfrage, Marktpreis, Nutzen oder Gebrauch zu erfassen. Für solche Wertzuschreibungen kann es unterschiedliche Motive geben. Typisch für Kunst

*Das ehemalige Heilig-Geist-Spital in Ehingen hat nach einer Generalsanierung Anfang der Achtzigerjahre dem neuen Stadtmuseum Raum gegeben. Vor kurzem ist die Einrichtung von Grund auf erneuert worden. Dauerausstellungen gelten heute als kurzlebig. Allerdings werden in der Praxis selten Standzeiten von unter 25 Jahren erreicht – das ist fast länger als die Nutzungsdauer von Gebäuden in der Immobilienwirtschaft.*





*Die Heuneburg ist ein Denkmal von europäischem Rang. Zur Erhöhung der touristischen Attraktivität wurden vor wenigen Jahren mit Hilfe von EU-Mitteln auf dem Burggelände ein Teil der Mauer und einige Gebäude rekonstruiert. Aber auch hier muss die Gemeinde Herbertingen den Unterhalt selbst schultern. Touristische Attraktivität kostet Geld und Betriebsmittel sind notorisch «nicht förderbar». Für den Haushalt kleinerer Kommunen in Krisenzeiten eine kaum zu stemmende Last.*

und Kultur ist eine Wertschätzung, die nicht einer unmittelbaren Nutzungsabsicht entspringt. Allein die Option auf ihre Nutzung kann ihre Existenz rechtfertigen, zum Beispiel auch für künftige Generationen. Das Alter einer Sache kann Grund für die Wertschätzung sein oder ihr Identitätspotential. Die ideellen Werte, um die es hierbei durchweg geht, befinden sich allerdings in einem grundlegenden Transformationsprozess, der sich inzwischen selbst auf unseren Alltag störend auswirkt, weil wir uns dauernd über Dinge neu verständigen müssen, die wir an sich für selbstverständlich gehalten haben. Und ideelle Ziele durchzusetzen, fällt immer dann besonders schwer, wenn der Horizont verschwimmt, vor dem solche Ziele fraglos gut und richtig erscheinen.

Um den Existenz- oder Vermächtniswert oder auch den Erhaltungswert einer Sache zu realisieren, muss ich deshalb Verbündete finden, die meine Wertschätzung teilen; sie lässt sich erst dann in öffentliches Handeln umsetzen, wenn andere die gleiche Einstellung zu diesen Eigenschaften zeigen und zwar in der Weise, dass deutlich wird, welche Kosten man bereit ist, mit dem Erhalt oder dem Unterhalt der Sache zu verbinden. Wenn also zum Beispiel die aufgebrauchten Steuermittel nicht ausreichen, um die Entscheidung für den Erhalt zu tragen,

so muss entweder auf etwas anderes verzichtet werden oder man muss Steuererhöhungen zulassen. Es geht um die Entscheidung, welche öffentlichen Mittel wir jetzt und in Zukunft für welche Zwecke investieren wollen.

Gefragt ist Überzeugungsarbeit zur gesellschaftlichen Relevanz der Wissensbestände, die sich mit dem Schutz und der Erhaltung des Kulturerbes verbinden. Mit der Optimierung museumspädagogischer Aktionen und Verfahren allein lassen sich keine ausreichend wirksamen Kriterien für die ökonomischen Prioritäten von Kulturschutzmaßnahmen entwickeln. Diese Überzeugungsarbeit ist anspruchsvoll und erfordert einen langen Atem, aber sie ist unverzichtbar. Wenn uns die Vergangenheit vollends abhanden kommt, sieht es für unsere Zukunft düster aus. Ihre Marginalisierung ist längst eingeleitet: Noch nie gab es eine Gegenwart, die über weniger reale Vergangenheit verfügen konnte. Wenn man sich vor Augen hält, dass nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges in Baden-Württemberg mehr Fläche überbaut worden ist als in der gesamten Besiedlungsgeschichte zuvor, wird deutlich, dass auch die Zahl von 1.270 Museen kein Überangebot an Vergangenheit produzieren kann. Unsere alles verdrängende Gegenwart ist die Hypothek für künftige Generationen.