



**Das Cooper Hewitt,
Smithsonian Design Museum /
New York**



Das Cooper Hewitt Museum wurde 1896 gegründet und widmet sich den angewandten Künsten in Geschichte und Gegenwart, übrigens als einziges in den USA. Es folgt damit etwas verspätet einer Gründungswelle von Design-Museen in Europa, die einer letztlich staatlicherseits aufgestellten Forderung gehorchten, Kunst als Teil einer ökonomischen Produktionsgemeinschaft zu verstehen. Auch im Museum sollten nicht mehr nur idealistische Werke des Geistes präsentiert werden, sondern Vorbilder für eine gute und konkurrenzfähige Gestaltung. Hierzu gehören das Wiener Museum für Angewandte Kunst (1863), das Londoner Victoria & Albert Museum (1852) und das heute als Gropius-Bau firmierende Ausstellungshaus in Berlin, das 1881 als königliches Kunstgewerbemuseum ins Leben gerufen wurde. Ursprünglich Teil einer schon 1859 von dem Industriellen und Philanthropen Peter Cooper gegründeten Kunst- und Ingenieursschule, ist das Cooper Hewitt in den späten 1960er-Jahren als erstes Museum außerhalb Washingtons unter das Dach der berühmten Smithsonian Institution gekrochen, zu deren in der Hauptsache technischen und naturwissenschaftlichen Ausrichtung es insofern passt, als es mit seinen kunstgewerblichen Produkten jenseits eines klassischen Hochkunstbegriffs angesiedelt ist. Es residiert seit 1976 in der Andrew Carnegie Mansion in New Yorks vor-

nehmer Upper East Side ganz in der Nähe des ungleich größeren Metropolitan Museum und konnte erst vor kurzem nach umfassender Restaurierung wieder für den Publikumsverkehr geöffnet werden (► Abb. 16). Die Durchführung des Umbaus wurde in die Hände von Diller Scofidio + Renro gelegt, einer der Design-Agenturen, die nicht nur im musealen Bereich berühmt sind für ihre gekonnte Integration von Architektur und elektronischen Medien. Dabei sind die Räumlichkeiten vergleichsweise intim, eben die eines Wohnhauses, wenn auch des Wohnhauses eines Industriemagnaten. Wie in anderen Fällen auch, wurde die relativ lange Schließzeit zu einer gerade auch technologischen „Aufrüstung“ verwendet, die die ausgesprochen modernistisch inspirierte Leitung des Museums durchaus als gegen die als einengend begriffene, gediegen-historistische Architektur der Behausung gerichtet auffasste. Bill Moggridge, als Direktor bis 2012 im Amt, plante sogar, am Eingang Personal zu postieren, das die eintretenden Besucher persönlich begrüßen sollte, und der technologischen Erweiterung war grundsätzlich die Richtschnur gezogen, sich an den Bedürfnissen des Publikums zu orientieren. Die konsequente Befolgung dieses Ziels hat mit dazu geführt, dass sich das Museum in Sachen Digitalisierung von keinem anderen auf der Welt etwas vormachen lassen muss, was zweifellos auch mit der Tatsache zu tun hat, dass es bei seiner Ausrichtung am Kunstgewerbe nicht mit dem Ballast bedeutungsschweren Tiefgangs verbunden ist. Denn insbesondere in idealistischer Tradition ist hohe Kunst und Technologie, umso mehr Industrie, tendenziell gegenläufig. Schon Jean-Auguste-Dominique Ingres, der erzklassizistische Porträt- und Historienmaler des 19. Jahrhunderts, formulierte apodiktisch: „Von der Industrie wollen wir nichts wissen. Sie möge an ihrem Platz bleiben und sich nicht auf den Stufen unserer Schule niederlassen.“²⁸ Als 1889 anlässlich der Weltausstellung in Paris der Eiffelturm gebaut werden sollte, dieser Inbegriff einer technologisch und industriell überformten Baukunst, liefen die Traditionalisten dagegen Sturm. Genau gegen diese wirklichkeitsabgewandte, nur den ewigen Sphären des Geistes hörigen Einstellung musste sich eine eher pragmatische Kunstauffassung durchsetzen.



Abbildung 16 | Das Cooper Hewitt Museum.

II

Die Smithsonian Institution wurde im Jahr 1846 gegründet und hat sich zum weltweit größten Museumskonglomerat entwickelt. Zu ihm gehört sogar ein Zoo, der ja im Übrigen eigentlich auch ein Museum ist. Die meisten Institute sind in Washington angesiedelt. Ihre Mission beschreibt sie mit der in den Vereinigten Staaten geläufigen Emphase als Unternehmen, „die Zukunft durch Bewahrung der kulturellen Überlieferung zu gestalten, neues Wissen zu entdecken und die Ressourcen mit der Welt zu teilen“,²⁹ eine Absicht, die den zur Zeit in den USA dominierenden politischen Verhältnissen in jeder Hinsicht entgegenläuft. Mit seinem Büchlein „Best of both worlds. Museums, Libraries, and Archives in a Digital Age“³⁰ hat der ehemalige Generalsekretär der Institution, G. Wayne Clough, eine der umfangreichsten und weitreichendsten Strategiepapiere zur Museumsdigitalisierung verfasst, die in den unterschiedlichen Instituten seitdem konsequent umgesetzt

werden. Dabei werden starke Thesen geliefert, etwa dann, wenn Wayne Clough behauptet, entweder beziehe man das Digitale in die Museen ein oder man werde marginalisiert. Die These entfaltet ein fast bedrohliches Potential, wenn er hinzufügt, dass neue Technologien Gesellschaften immer umgekrempt hätten, ob diese darauf vorbereitet gewesen seien oder nicht. Denkbar wäre dagegen natürlich auch, dass das Museum gerade ein Alternativort zur wirklichen Welt bleibt, eine Heterotopie, wie das bei Michel Foucault heißt, dem einflussreichsten Kulturtheoretiker der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Vielleicht muss man bei Kunstmuseen auch auf eine Parallelstrategie setzen und digitale Instrumente im Zugriff von außen favorisieren, am Ort selbst aber relativ technologiefern bleiben. Ein Computerbildschirm in einem Wissenschaftsmuseum neben einer historischen Dampfmaschine dürfte unproblematisch sein, neben einer Botticelli-Beweinung aber ist er das ganz und gar nicht. All das sind Fragen, die in den nächsten Jahren die Diskussion mitbestimmen, bei Smithsonian aber jetzt schon sehr offensiv und futuristisch angegangen werden. Mit seinen fast 140 Millionen auf die 19 Institute verteilten Objekten lässt sich die Smithsonian Institution aber auch nur begrenzt mit klassischen Kunstmuseen vergleichen. Der Masse von Gegenständen, von umfangreichen Schmetterlingsarchiven bis zu afrikanischen Masken, versucht man auch, durch Massen von Bearbeitern Herr zu werden, was man über spezielle Formen des *crowdsourcing* anstrebt. *Crowdsourcing* bezieht die interessierten Laien ein, anders allerdings, als wir das beim Brooklyn Museum beobachten konnten. Bei den riesigen Mengen nämlich muss es um eine eher basale Beschreibungs- und Klassifizierungstätigkeit gehen, wofür man eben auch Laien heranziehen kann, die diese Aufgabe zudem aus reinem Idealismus übernehmen. Das Smithsonian setzt Laien in gleich mehreren Dutzend Projekten ein, in denen vor allem Biodiversitätsangaben zu leisten und Transkriptionen anzufertigen sind, also Übertragungen aus handschriftlichen Quellen in maschinenlesbaren Text. Überhaupt ragen die pädagogischen Bemühungen der Institution hervor. In einer „Smithsonian Center for Learning and Digital Access“ genannten Abteilung werden etwa systematisch Untersuchungen über die Gestaltungsnotwendigkeiten von digitalen musealen Quellen angestellt, wenn diese z.B. in einem schulischen Kontext eingesetzt werden sollen.

Mit seinen inzwischen fast 14 Millionen hervorragend erschlossenen Datensätzen verfügt die Smithsonian Institution über eine der weltweit umfangreichsten digitalen Inventarisierungsdatenbanken, obwohl selbst diese ja nur ein Zehntel des Gesamtbestandes abdeckt. Die Herstellung solcher riesiger Datenbanken setzt eine Professionalisierung voraus, die jede Form von Improvisation und *do it yourself*-Attitüde verbietet, wie sie in manchen Museen bis heute dominiert. In den Diskussionen darum schwirrt einem der Kopf von Begriffen wie Ontologie, *Linked Open Data*, Standardisierung etc., die aber an dieser Stelle nicht ausführlicher thematisiert werden können. Museen können derartig hochspezialisierte und umfangreiche informatische Kenntnisse und Fähigkeiten voraussetzende Arbeiten gar nicht mehr im Haus selbst durchführen, oder sie müssten alternativ eigene Techniker in ihrem Museum anstellen.

Auch sonst ist man an der Smithsonian wenig zimperlich, was den Einsatz der Elektronik angeht, und dabei ist die Institution häufig wegweisend. Zuletzt hat das Institut sogar eine globale Initiative angekündigt, mit der sie ihre Sammlung weltweit im Internet vermarkten will. Die auf asiatische Kunst spezialisierte Freer/Sackler Gallery im Verbund der Smithsonian widmet gleich mehrere reine Online-Ausstellungen dem amerikanischen Maler Whistler, der von ostasiatischer Kunst entschieden beeinflusst war und dessen berühmter *Peacock Room* in der Galerie wiedererstanden ist. Der Verdacht der Digital-Skeptiker, dass hier keine Ergänzung des Originalbestandes vorliegt, sondern dessen Ersatz, mag an dieser Stelle eine gewisse Berechtigung finden. Andererseits stellt eine solche Ausstellung ja die Werke im Museum nur in einen Rahmen, der sonst gar nicht möglich gewesen wäre. Als allererstes organisierte das Smithsonian American Art Museum schon 2008 ein *Alternate Reality Game*, eine merkwürdige Fantasy-Mischung aus Schnitzeljagd und der Möglichkeit, eigene Objekte zu schaffen, die dann in der Online-Galerie des Museums ausgestellt werden. Einiges von diesem fröhlich kreativen Geist ist auch in das Selbstverständnis des Cooper Hewitt nach seiner Wiedereröffnung eingeflossen.



Als Kunstgewerbemuseum verfügt das Cooper Hewitt zwar nicht über Millionen von Objekten, aber doch über sehr viel mehr als ein klassisches Kunstmuseum. In der institutionellen, aber auch geistigen Nähe zu den Parallelinstituten des Smithsonian-Verbundes zeigt das Cooper Hewitt dementsprechend auch eine größere Nähe zur Digitalität, und zwar in der Sammlung selber. Eher das Gegenteil gilt für alle bisher angesprochenen und im Folgenden noch zu diskutierenden Museen: Zwar lässt sich bei diesen ein massiver Einsatz vor allem auch des Internets beobachten. Aber aus den Ausstellungshallen wird es gewöhnlich doch herausgehalten. Nicht so im Cooper Hewitt, von dem ein Kenner einmal behauptet hat, es sei eine digitale Experimentierstation mit angehängter Sammlung. Hier gibt es Räume, in denen Realität und Virtualität eine bruchlose Verbindung eingegangen sind, andere, in denen mehr großflächige Touchscreens vorhanden sind als Kunstwerke.

Zu einem veritablen Symbol für die Möglichkeiten des Digitalen im Museum ist im Cooper Hewitt vor wenigen Jahren *The Pen* geworden, ein elektronischer Stift, der nach allen Regeln des Museumsmarketings als revolutionäres Gadget vermarktet wurde. Dabei ist sein Funktionsumfang eigentlich simpel, wenn auch überaus effektiv. Jedes ausgestellte Objekt ist einschließlich Foto und Metadaten mit einem Identifikationscode versehen, der von dem Stift durch einfaches Annähern und Anklicken registriert werden kann. Das Kunstwerk wird daraufhin auf einem jedem Besucher persönlich zugewiesenen Festplattenplatz gespeichert und kann dort über eine auf der Eintrittskarte verzeichnete Adresse abgerufen werden. Umständliches Fotografieren, das erstens störend sein kann und zweitens meistens erbärmliche Ergebnisse liefert, wird damit überflüssig. Praktisch alle Besucher leihen sich den Stift beim Betreten des Museums aus, in wenigen Monaten haben sie mehrere Millionen Objekte angeklickt und in Reproduktion mit nach Hause genommen. Sicherlich ist dabei einiges an Spielerei und nie wieder angesehen worden. Aber das Ganze hat doch so etwas wie eine Tagebuch- und Erinnerungsfunktion, die auch dazu dienen dürfte, Wiederholungen des Besuches zu provozieren. Und es kommt noch etwas ganz Wichtiges hinzu, was mit

der Spezifik eines Kunstgewerbemuseums zu tun hat. Diese waren, wie angedeutet, schon im Europa des späten 19. Jahrhunderts als Hilfesteller im industriellen Konkurrenzkampf der Nationen gegründet worden. Sie wandten sich sehr explizit auch an Handwerker und Produktgestalter, um ihnen qualitätvolle Entwürfe für das Produktdesign zu liefern, das im Zeichen eines beliebig wirkenden Historismus um die Jahrhundertmitte einen qualitativen Tiefpunkt erreicht hatte. Wenn das Cooper Hewitt mit dem *Pen* die Möglichkeit bietet, die Werke aus seinem Bestand problemlos „mit nach Hause“ zu nehmen, so steht es in dieser Tradition und wendet sich tatsächlich besonders auch an Kreative und Designer. Aber auch darüber hinaus will es eigene künstlerische Aktivität bei den Besuchern anregen, deutlich mehr in jedem Fall, als das bei einem klassischen Hochkunstmuseum gängig ist, wo es vorrangig um die bewundernde Kontemplation herausragender Geniestreiche geht: An verschiedenen Stellen im Haus werden die Besucher angeregt, museale Werke zum Vorbild zu nehmen und sie mit dem *Pen* digital zu bearbeiten oder sie gleich ganz neu zu gestalten, das Ganze auf riesigen Horizontalbildschirmen, die auch zur gemeinsamen Arbeit von mehreren Besuchern genutzt werden können. Überflüssig zu erwähnen, dass auch diese Entwürfe dann gespeichert und zu Hause abgerufen werden können.

IV

Der Museumsraum aber liefert noch mehr. Im sogenannten *Immersion Room* kann man einen historischen Tapetenentwurf auswählen, von denen das Museum zigtausende besitzt. Auf die Größe des Raumes skaliert, wird dieser dann an die Wände projiziert, so dass auch hier wieder die Restituierung eines Gebrauchswertes von Kunsthandwerk erzielt werden kann, der in der simplen Präsentation des Papierstückes abhandenkommt. Das abstrakte Muster wird zur Gesamtraumgestaltung, das Ganze erzielt einen fast schon psychedelischen Charakter, und wenn hier eigene *remixes* vor anderen Besuchern präsentiert werden, dann kann sich jeder als Künstler fühlen. Denn hier wie auch an den meisten anderen Stellen wird man als Besucher eingeladen, auch eigene Tapeten-

entwürfe digital zu gestalten. Dabei wird an allen Stellen großer Wert darauf gelegt, das museale als ein gemeinschaftliches Erlebnis zu definieren. Die Selbstbezüglichkeit, die aus dem Gebrauch des Smartphones vor den Werken resultiert, ist ausdrücklich nicht gewünscht. Wer das Cooper Hewitt besucht, bekommt von der Atmosphäre daher auch einen deutlich anderen Eindruck als in andern Museen. Ist in diesen der Kunstkonsum meistens ein individueller, der vom häufig allenfalls zugelassenen Smartphone eher noch verstärkt wird, so stellt er sich in dem New Yorker Kunstgewerbemuseum entschieden kollektivistischer dar. Zu erkennen ist das vor allem daran, dass hier die Besucher sehr viel mehr untereinander agieren als gewöhnlich. Auch sonst favorisieren die Verantwortlichen im Cooper Hewitt, das sich ja der extrem kompetitiven musealen Szene der Weltstadt New York zu stellen hat, ein kooperatives Museumserlebnis, für das sie erneut stark auf das Digitale setzen. Bei *Make it Better* wurden die Besucher im Geist der *maker*-Bewegung dazu aufgefordert, einen auf einen horizontalen Bildschirm projizierten Alltagsgegenstand gestalterisch zu verbessern. Der Vorschlag sollte dann von anderen beurteilt werden. Weiteres ließe sich ergänzen, aber alles läuft auf eine Praxis hinaus, die das Gemeinschaftliche gegenüber dem Individuellen betont, dabei aber durchaus vom Einzelnen ausgeht. Es liegt auf der Hand, hierin auch eine Position zu vermuten, die der radikalen Individualisierung der hypermodernen, kapitalistisch durchstrukturierten Gesellschaften entgegenläuft, welche ihre Apotheose in der berühmten Formel Margaret Thatchers fand, sie kenne keine Gesellschaft, sondern nur Individuen. Darauf deutet auch manche Äußerung des Museumspersonals hin. Foucaults Worte über die musealen Heterotopien erhalten hierin einen neuen Akzent und weisen den spezifischen Raum als einen Sehnsuchtsort aus, der sich dem Getriebe des Alltäglichen entzieht.

V

So ein berührungsempfindlicher, horizontal angeordneter Bildschirm mag phantasievolle Museumsleute noch auf ganz andere Ideen bringen als die im Cooper Hewitt verwirklichten. Eignet sich ein normal großer Monitor für die Bearbeitung durch ein einzelnes Individuum, so kann man sich um den „Tischbildschirm“ mit mehreren herum versammeln und zusammen darauf zugreifen, ja er provoziert das richtiggehend. Mit etwas Phantasie erinnert dieser horizontale Bildschirm an zentrale Orte, um die herum der große amerikanische Architekt Frank Lloyd Wright seine Häuser organisierte und um die sich die Bewohner zur gemeinsamen Aktivität versammelten. „Der Tisch ist das Analogon des Hauses. Der Tisch ermöglicht es uns, um unser Diskurs-Universum herum zu sitzen und untereinander in diesem Universum zu interagieren“, heißt das einigermaßen dithyrambisch bei dem englischen Kybernetik-Künstler Roy Ascott,³¹ der sein Ideal des Bildschirms an einem Tisch ausrichtet und damit ausdrücklich gegen den vertikalen Bildschirm polemisiert, der reine Ansichtigkeit vermittele. Eine *user-generated* Ausstellung, wie wir sie im Kontext des Brooklyner Museums kennengelernt haben, drängt sich hiermit geradezu auf. Stellen wir uns Folgendes vor: Eine Gruppe von Schülern lädt sich eine Sammlung von Kunstwerken auf den Bildschirm – es könnten z.B. eine solche sein, die bei einer *social tagging*-Aktion mit dem Begriff „Liebe“ annotiert wurden –, um sie dann gemeinschaftlich zu organisieren, zu kommentieren und zu präsentieren. Dies alles natürlich unter kundiger Anleitung, und sei es der des Museumskurators, der sein eigenes Wissen genauso einsetzt, wie er der Phantasie seiner Zöglinge Gehör schenkt. Das Ganze ließe sich dann abspeichern und als Leistung der Klasse X über die Museumshomepage im Internet präsentieren – und über die der Schule. Wäre damit die Chance, solche Schüler zur Rückkehr in das Museum zu bewegen und sie vielleicht sogar zu dessen dauerhaften Anhängern zu machen, nicht eher gewahrt, als durch eine fakten- und bildungsgeschwängerte Führung durch den Lehrer? Dazu beitragen würde natürlich auch eine die Bedürfnislage zeitgenössischer Besucher eher bedienende Ausstellungsthematik wie die hier gewählte. Sie setzt sich bewusst

gegenüber geläufigen Themensetzungen ab, die meist künstlerzentriert und strikt historisch agieren.

Gegenüber einem horizontal angeordneten Bildschirm wie dem in New York übrigens, der schon in seiner Anordnung die Vergemeinschaftung um einen zentralen Fokus herum suggeriert, ist eine megalomane Lösung wie die im amerikanischen *Cleveland Museum of Art* konzeptionell eher bescheiden. Das bedeutet nicht, dass sie nicht ungeheuer beeindruckend wäre. In einer [ArtLens Gallery](#) haben die Museumsverantwortlichen einen fast 13 Meter langen und eineinhalb Meter hohen Bildschirm aufgestellt, der Tausende von Werken aus dem Museum projiziert, die von den Besuchern vergrößert, zu Gruppen zusammengestellt und dann über eine Docking-Station auf ihrem Tablet abgespeichert werden können. Zwar können mehrere Personen vor dem technologischen Wunderwerk jeweils für sich gleichzeitig aktiv werden, eine Kooperation aber ist nicht vorgesehen. Und es kommt etwas hinzu: Die abgespeicherte Werkzusammenstellung dient in erster Linie der Strukturierung des dann folgenden Besuches in den Ausstellungsräumen. Ob allerdings dieser nach dem Erlebnis der ArtLens Wall genannten Installation mit ihren hochgezüchteten technischen Möglichkeiten noch ebenso viel Spaß macht, mag man bezweifeln. Vor allem, wenn man sich auch noch die insgesamt 1250 qm (!) großen Räumlichkeiten anschaut, in denen ArtLens Wall installiert ist. Auch die diversen Youtube-Filme geben einen großartigen Eindruck davon, wie hier vor allem Kinder zur virtuellen Werkproduktion durch Ganzkörpereinsatz angehalten werden und wie künstlerische Techniken durch eine intelligente Form von Interaktivität nicht nur gezeigt, sondern recht eigentlich praktiziert werden. Manches davon ist von der Idee her weniger revolutionär als es zunächst den Anschein hat, was die Eindrücklichkeit nicht relativieren soll. Vor allem fallen die diversen Anwendungen auf, in denen das schon im Klassizismus um 1800 beliebte „Lebende Bild“ auf dem technologischen Stand der Gegenwart reinszeniert wird: In einem Fall soll der Besucher vor dem ausgestellten Kunstwerk die Haltung einer darin dargestellten Person nachahmen. Seine Stellung wird gescannt und mit dem Original verglichen, die Auswertung zeigt, wie nahe man ihm in der Nachstellung gekommen ist (► Abb. 17). Andersherum verläuft eine Übung, die ebenfalls bei Kindern wie Erwachsenen beliebt ist. Der Kunstenthusiast



 CLEVELAND MUSEUM OF ART

Abbildung 17 | Direktor Bill Griswold posiert in der ArtLens Gallery.

zieht eine Grimasse, und der Rechner identifiziert Werke aus der Sammlung, die einen ähnlichen Gesichtsausdruck aufweisen, eine Anwendung, die auch Google zuletzt in sein erfolgreiches Repertoire von Apps aufgenommen hat. Ob solche Anwendungen den Zugang zu historischer Kunst erleichtern können?

Der eigene Körper als Schnittstelle zur virtuellen Welt geht einher mit dem Hereinwachsen des Computers in den menschlichen Körper. Ist schon das Tablet sehr viel stärker als Verlängerung der Arme zu deuten als der normale Computer oder die Tastatur, so kündigen uns Futurologen und Science-Fiction-Autoren an, dass Rechner auch ins Innere der Körper hineinwandern – wenn das nicht sogar schon längst passiert ist. Eine besonders eindrückliche Form des körperlichen Engagements inszeniert Amit Sood in einer Demonstration, die über einen *Ted Talk* bekannt geworden ist.³² Vorweggeschickt werden muss hier, dass der Inder Sood Chef des *Google Cultural Institutes* ist, eines Teils des kalifornischen Suchmaschinenbetreibers, der in den letzten Jahren zu einem der wertvollsten und gleichzeitig einflussreichsten Unternehmen der Welt avancierte und vielen als bedrohliche Datenkrake erscheint. Sood führt eine Anwendung aus, in der der Körper selbst zum Steuerungsinstrument der Interaktion geworden ist. Ein Mitarbeiter Soods zeigt in dem erneut über Youtube abfragbaren Film eine

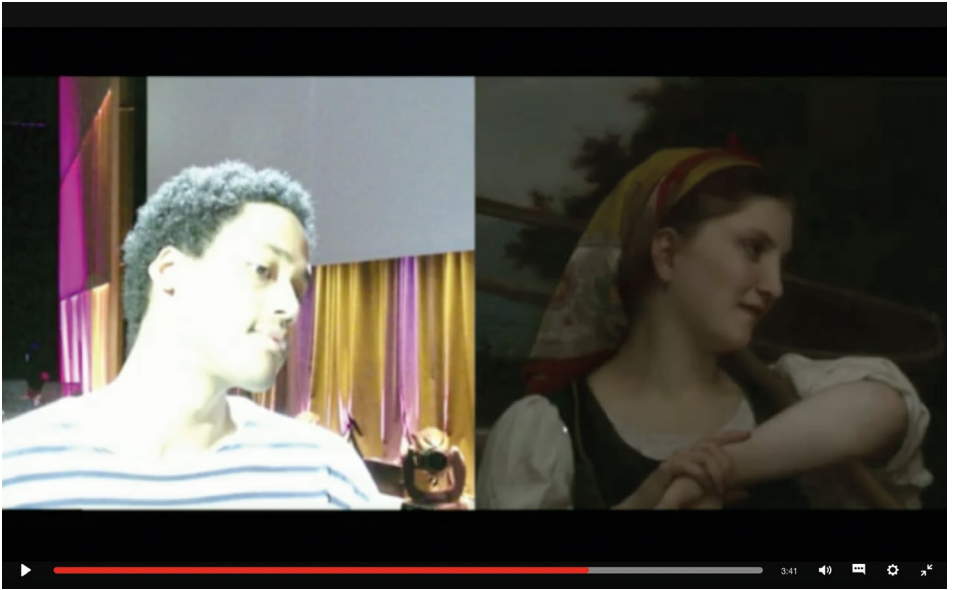


Abbildung 18 | Still aus dem TED-Talk *Every piece of art you've ever wanted to see – up close and searchable* von Amid Sood.

wahrlich faszinierende Bildinszenierung, wenn er mit den Bewegungen des eigenen Kopfes *on the fly*, also in Echtzeit, eine Anzahl von gemalten Porträts so steuert, dass diese immer der jeweiligen Haltung seines Kopfes entsprechen. Dreht der Mitarbeiter seinen Kopf ins Profil, erscheinen lauter Profilbilder aus der Kunstgeschichte, zieht er sein Gesicht in die Falten eines Trauergestus, tauchen lauter Trauernde auf, und dreht er den Kopf nach oben, schaut eine Armada von Hans-Guck-in-die-Luft-Porträts aus dem Bild heraus (◀ Abb. 18). Die Steuerung ist hier keine abstrakt-konzeptionelle mehr, sondern nutzt die sinnliche Ähnlichkeit von Subjekt und Objekt, agiert also ästhetisch. Ob diese faszinierende Perspektive eine ist, die sich im Museum anwenden lässt, bliebe zu untersuchen, denn alles käme hier darauf an, den Impuls der elektronischen Suche in den Realraum der Ausstellung zu verlängern. Aber es ist ja jetzt schon mehrfach festgestellt worden, dass die Digitalität dem Musealen auch außerhalb von dessen Räumlichkeiten aufhelfen kann – wenn nicht besonders dort.

VI

Das Museum nicht nur als einen Raum der Betrachtung zu definieren, sondern es in einen Aktionsraum zu verwandeln, ist eigentlich keine neue Idee. Lange Zeit war die aktive Teilnahme des Publikums am künstlerischen Geschehen, im Theater, der Oper, der Ausstellungshalle, die Regel. Intensives Engagement stand da anstelle von distanzierter Kontemplation. Bildnerische Darstellungen und kunstkritische Berichte zum Pariser Kunstsalon evozieren seit dem mittleren 18. Jahrhundert eine Atmosphäre des lauten Gesprächs und des Trubels, der etwas von einem Jahrmarkt hatte. Im 19. Jahrhundert war das Museum vielfach Inspirationsraum für Künstler in ihrer Ausbildungsphase. Kopisten konnte man an allen Ecken und Enden vor den Werken eines Ausstellungsraumes beobachten, das ist heute eine extreme Ausnahme. Eigene künstlerische Aktivität ist aktuell auf Kinder beschränkt, denen im Museum vielfach eigener Raum zur Entfaltung gegeben wird, in der – berechtigten oder unberechtigten – Vermutung, dass hierfür in der Schule zu wenig Gelegenheit gegeben sei. Im Zeichen der Digitalisierung pas-

siert hier inzwischen mehr, bei der Präsentation des Metropolitan Museum war davon ja auch schon einiges zu hören. Enthusiasten, die vor allem in den Vereinigten Staaten die Trommel rühren, sehen in diesem digital gestützten Engagement des Besuchers eine veritable Möglichkeit zur Neugründung der Institution als Ort der kreativen Selbstverwirklichung, andere allerdings auch einen Agenten der Trivialisierung oder der Einübung in elektronisch überformte Existenzweisen. Auf indirekte Weise ist es aber vor allem eines: der Beleg für den Versuch, das Museum stärker in einer Gesellschaft zu verankern, die zukünftig mehr noch als bisher darauf angewiesen sein wird, das schöpferische und innovative Potential ihrer Mitglieder zu fördern.

Hierhin gehört sicherlich auch das, was zu Beginn schon einmal angesprochen wurde und was im Bewusstsein der Öffentlichkeit wohl am stärksten verankert ist. Gemeint ist die von den meisten als Unsitte wahrgenommene Angewohnheit einer wachsenden Anzahl von Besuchern, vor den Werken photographische *Selfies* mit ihrem Smartphone aufzunehmen (▲ Abb. 3). Auch hier wieder dürfte unsere Abneigung gegenüber solchen Praktiken vor allem in der Vorstellung begründet sein, die wir als moderne Bürger eines aufgeklärten Staatswesens mit dem Museum verbinden, das weiterhin als Ort einer aus dem Alltag herausgehobenen Sphäre der Eigentlichkeit gilt. Mit Pierre Bourdieu könnte man allerdings auch sagen, dass sich hier der Habitus der gehobenen Klassen niederschlägt, die ihre Form zurückhaltender Reflexivität gegenüber der Kultur tendenziell lautstarker Extroversion der einfachen Leute hochhält. Die Künstler der Avantgarden des 20. Jahrhunderts sind genau gegen solche Auffassungen bürgerlicher Selbstversicherung Sturm gelaufen und hätten in der Mehrheit Selfie-produzierende Museumsbesucher wohl enthusiastisch begrüßt. Und zwar als Menschen, die endlich das verwirklichten, was sie selber als (Wieder-)Vereinigung von Kunst und Leben propagierten. Eine zukünftige Form der Museumspädagogik wird daher das Selfietum als solches nicht einfach ablehnen dürfen (wenn der Gebrauch von Smartphones im betreffenden Institut nicht sowieso verboten ist). Viel eher wird sie darauf hinwirken müssen, einen kreativen Gebrauch des Selfies anzuregen. Zwar gehorcht diese Praxis meist der immer gleichen Erinnerungsfunktion, aber es gibt doch eine Menge von Beispielen, wo dies nicht der Fall ist, oder besser: Wo Erinnerung mit Phantasie verbunden

ist. Sogar Wettbewerbe hat es gegeben, bei denen zu originellen Formen von Museumselfies angeregt wurde – und demnächst kommt ein eigenes Museum für dieses aktuelle Genre in Los Angeles hinzu, der Kapitale modernen Schauspielertums. Dabei kann es um das originelle Nachstellen von Künstlerporträts gehen – eine schon einmal genannte Praxis, die als „lebendes Bild“ seit langem bekannt ist – bis hin zu Darstellungen der eigenen Person in z. B. räumlicher Bezugnahme auf ein im Bild erzähltes Motiv. Einen echten Erfolg erzielte die Bremer Kunsthalle, als sie 2015 bei einer Ausstellung zu dem französischen Symbolisten Émile Bernard die Selbstbildnis-Praxis per Handy in einen produktiven Rahmen stellte. Der dortige Kurator installierte an verschiedenen Stellen Spiegel, die mit Motiven aus Bernard-Gemälden beklebt waren und lud die Besucher ein, vor diesem Spiegel zu posieren und sich damit in ein Verhältnis zu dem Werk zu setzen. Die von vielen befolgte Aufforderung, diese Selfies dann über die sozialen Medien zu verbreiten, genügte dem Selbstdarstellungstrieb der meist jugendlichen Kunstinteressierten, vor allem aber diente sie der Werbung für die Ausstellung. Dass auch in Zukunft Selfies wie die mit der Wachsfigur von Adolf Hitler, so in einem indonesischen Museum geschehen und zuletzt vom SPIEGEL berichtet,³³ eher im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen, dürfte trotzdem außer Frage stehen. Überhaupt muss der aufmerksame Leser der veröffentlichten Meinung ja feststellen, dass vor allem in Deutschland eine fast schon habituelle Abwertung der sozialen Medien vorherrscht, die sich vor allem in deren Trivialisierung äußert. Auch hierin zeigt sich, neben der fraglos nachvollziehbaren Genervtheit durch allzu billige Rezeptionspraktiken heutiger Museumsbesucher, der Wunsch, traditionelle bürgerliche Gewohnheiten zu verteidigen.

VII

Ausgangspunkt für die Nutzerbeteiligung ist im Cooper Hewitt ein Unternehmen, das in dieser Form bislang nur hier realisiert wurde. Mit einem Laserscanner ist das gesamte Gebäude auf allen seinen Etagen elektronisch vermessen worden, der entstandene Datensatz wird jedem Interessierten zur Verfügung gestellt. Zunächst muss man den dokumentarischen Wert einer solchen 3D-Ansicht herstellen, eignet er sich doch perfekt, um einzelne Ausstellungen und Hängungen zu dokumentieren. Das setzt natürlich voraus, dass der Vorgang jedes Mal, wenn eine Änderung vorgenommen wurde, wiederholt wird. Das aber wird immer einfacher und kostengünstiger. Die Aufregung war groß, als 2013 ein Informatiker der ETH Zürich eine App vorstellte, die es möglich macht, mit einem Smartphone einen dreidimensionalen Scan von einem tiefenräumlich organisierten Gegenstand zu erzeugen.³⁴ Als im Londoner Science Museum im Jahr 2012 die 1963 eingerichtete Schifffahrtsabteilung geschlossen wurde, gaben die Verantwortlichen einen hochauflösenden Scan von deren Einrichtung in Auftrag, der jetzt auf Youtube zu besichtigen ist. Auf diesem Weg ist nicht nur die bislang allenfalls übliche Praxis gesichert, die Werke als solche zu dokumentieren, die in einem bestimmten Museumsraum ausgestellt wurden, sondern auch deren Anordnung. An dieser Stelle wichtiger aber ist der Wert, den eine solche Aufnahme für den Nutzer hat. Dieser kann jetzt sein eigenes Museum einrichten und damit zum Kurator werden, was mit einem existierenden Haus attraktiver sein dürfte als mit einem künstlichen Raum. Wenn die Museumsverantwortlichen schlau sind, schreiben sie einen Wettbewerb für die originellste Hängung aus und antworten damit auf die skeptische Bemerkung der *New York Times*: „How it might be used is still a mystery.“³⁵ Denn man sollte sich über einen solchen Vorschlag nicht lustig machen: Weltweit frönen Millionen von Enthusiasten solchen Aktivitäten, die man ebenfalls als Teil der *maker*-Bewegung verstehen kann. Speziell Jugendliche wird man mit solchen Möglichkeiten begeistern und sie gleichzeitig an Bildungsinhalte heranführen können. Warum nicht etwa auch in einem historisch ausgerichteten Kunstunterricht?

Wer so einem Vorhaben trotzdem noch mit Stirnrunzeln begegnet, wird aber zumindest zustimmen, dass man eine solche Raum-

simulation hervorragend zur Ausstellungsvorbereitung im professionellen Kontext der Museumsverwaltung nutzen kann. Wenn bislang zukünftige Hängungen immer nur mit mehr oder weniger abstrakten Behelfen zu planen waren, lässt sich jetzt die Präsentation in quasi realistischer „Vorahnung“ erproben, bis hin zu Wirkungen von künstlichem Licht und eingebauten Stellwänden. Wenn noch dazu zu diesem Zweck eine sogenannte CAVE benutzt wird, also ein virtueller Raum wie der des Cooper Hewitt, oder eine der jetzt auf den Markt strebenden Datenbrillen vom Typ *Oculus Rift*, können gleich mehrere Kuratoren gemeinsam die Ausstellung planen und in ihrer Wirkung schon im Vorhinein prüfen. Das British Museum in London ist übrigens einen anderen Weg gegangen, um einen ähnlichen Effekt zu erzielen. Es hat das Gebäude mit *minecraft* nachbauen lassen, eigentlich eine Software zur Generierung von Abenteuerspielen, bei der dreidimensionale Baublöcke manipuliert und texturiert werden können, woraus ganze gebaute Welten entstehen. Wenn auch kommerzielle Anwendungen hier vielleicht auf ein Versteckspiel im Museum à la Dan Brown mit seinen Schatzsuch-Romanen abzielen dürften – warum nicht, wenn es das Museum im Gespräch hält? –, lässt sich *minecraft* genauso gut für ein Ausstellungsdesign verwenden. Alternativ können auf diesem Weg natürlich auch Gebäudeerweiterungen geplant werden, so wie man überhaupt feststellen muss, dass noch nicht einmal von Ferne abzusehen ist, was mit solchen avancierten elektronischen Instrumenten alles angestellt werden kann.

VIII

Seit dem Jahr 2008 nimmt die Smithsonian Institution an einem Projekt der Foto-Plattform Flickr teil, das laut offizieller Verlautbarung „verborgene Schätze der öffentlichen Fotoarchive auf der ganzen Welt allgemein verfügbar zu machen“ bestrebt ist.³⁶ Hinter der USA-typischen Jubelrhetorik verbirgt sich ein auch für Museen durchaus bedenkenswertes Programm, das mit dem der vorhin thematisierten Open-Access-Idee übereinstimmt: Glauben die allermeisten traditionellen Museen, dass sie ihre Besucher nur dadurch anlocken können, dass sie ihre Inhalte verknapen, also

außerhalb ihrer eigenen Räumlichkeiten und vor allem in den Medien nicht offensiv verbreiten, so spricht einiges dafür, dass dies in einer radikal veränderten Welt nicht mehr funktioniert – wenn es denn überhaupt jemals eine gute Idee gewesen ist. Die Plattform Flickr ist den meisten Internetnutzern ein Begriff: Vor gerade einmal gut 10 Jahren gegründet und schon nach kurzer Zeit in den Besitz von Yahoo übergegangen, laden knapp 100 Millionen registrierte Amateur-Photographen jeden Tag fast 4 Millionen Bilder hoch, was in der Summe fast 7 Milliarden ausmacht. Betrachtet und heruntergeladen werden können diese Bilder auch von nicht-registrierten Nutzern, der Vorgang wird durch eine sehr ausgeklügelte Suchfunktion befördert, die eine ganze Reihe der vielen Flickr-Nutzer auch immer wieder zu den Smithsonian-Bildern führt. Schon im Jahr 2011 waren hier 4500 Zugriffe pro Tag zu verzeichnen, sehr viel mehr als die gleichen Werke auf der Smithsonian-eigenen Website verzeichneten. Das Gleiche gilt übrigens für eine ganze Reihe weiterer der 46 Museen, die an dem Flickr-Programm für Kulturinstitutionen teilnehmen. Selbst wenn hier die einzelnen Downloads vielleicht nicht immer ganz ernst zu nehmen sind – aber was heißt das schon? –, so wird man in jedem Fall zugestehen müssen, dass durch diesen gewaltigen Netzverkehr eine ebenso gewaltige Werbewirkung für die Institution herauskommt. Aber das ist noch lange nicht alles, denn das Smithsonian ließ seine Online-Besucher auf Flickr nicht nur Werke aus dem eigenen Bestand abgreifen, es forderte sie auch zur Mithilfe auf: So geschehen im Fall von acht im Besitz eines Smithsonian-Archivs befindlichen Porträts, von denen immerhin die Hälfte von Flickr-Usern identifiziert werden konnte. Das ist ein Paradebeispiel für die „Weisheit der Massen“, die häufig auch dort zum Zuge kommt, wo die berühmte Stecknadel im Heuhaufen gefunden werden soll.

Interessant auch der zweite Effekt, der letztlich auf die gleiche Ausgangskonstellation zurückzuführen ist. Eine Besucherin war so begeistert von den vom Smithsonian zur Verfügung gestellten Fotos eines historisch bedeutenden Gerichtsprozesses, dass sie dem Anbieter noch 10 weitere Bilder zu dem Gegenstand schenkte. Es stellte sich heraus, dass sie die Tochter eines Prozessbeteiligten und glücklich war über die Tatsache, dass über Flickr die Erinnerung an das Ereignis wachgehalten wurde. Hinzu kommt in beiden Fällen, dass zusätzliche Informationen von den

Beteiligten überbracht wurden, deren Dokumentation ureigenste Aufgabe einer Gedächtnisinstitution zu sein hat. Ein klassischer Fall von *oral history*. Dabei stellen die beiden geschilderten Fälle nur die Spitze eines Eisberges dar: Die vielen Besucher, die dem Smithsonian über Flickr zugeführt werden, sorgen für eine sehr umfassende Vergabe von Beschreibungsdaten für die Bilder. Diese Tätigkeit erhöht deren Auffindbarkeit in dem Meer von Digitalisaten im Internet auch dort entscheidend, wo kein Spezialwissen zur Verfügung gestellt wird.

Als ein Institut, das im Spektrum der Kunstmuseen eher eine Randrolle einnimmt, wird man den offensiven Gebrauch der digitalen Medien im Cooper Hewitt nicht verallgemeinern wollen. Die dort realisierten Präsentationsweisen aber sollten in jedem Fall als experimentelle Auslotung des Möglichen ernst genommen und auf Adaptierbarkeit oder Übertragbarkeit hin befragt werden. Vor allem der Enthusiasmus und auch die Unbeschwertheit, mit der das Personal des Museums hier an die Dinge herangeht, sollten vorbildlich wirken.