

Das Amsterdamer Rijksmuseum





Das dem Geist des Historismus verbundene, spätmittelalterlich anmutende Amsterdamer Rijksmuseum kann als niederländische Nationalgalerie gelten (▼ Abb. 19). Es beherbergt Gegenstände, die in der einen oder anderen Form mit der (Kolonial-)Geschichte des Landes verbunden sind, ist aber natürlich vor allem als Schatzhaus des goldenen Zeitalters der niederländischen Malerei berühmt, also der des 17. Jahrhunderts. Das Museum hat die überaus lange Renovierungszeit zwischen 2003 und 2013 dazu genutzt, sich geradezu neu zu erfinden und vor allem einen großen Teil der Sammlung zu digitalisieren. Die Öffnung gegenüber dem Digitalen ist in der Praxis der Museumsarbeit, aber auch in den Äußerungen der Leitung, so radikal, dass Traditionalisten sich kopfschüttelnd abwenden, aber auch aufgeschlossene Modernisten manches in Frage stellen. Was soll man davon halten, dass hier der *culture snacker* ausdrücklich zum Inbegriff des modernen Besuchers der Museums-Website wird, also derjenige, der die Kunst wie eine Knabbererei verzehrt?³⁷

Wim Pijbes, bis Mitte 2016 Direktor des Museums, twittet als einer der wenigen Führungskräfte im internationalen Museumswesen selber, und seinen 13.000 Followern (Stand zu Ende seiner Dienstzeit) bringt er alles zur Kenntnis, was das moderne Museum

ausmacht. Dabei orientiert er sich vor allem an den angelsächsischen Instituten. Offenheit ist für ihn die entscheidende Kategorie, der sein Haus verpflichtet sein soll, und die Tatsache, dass Fahrradfahrer jetzt in einem Tunnel mitten durch das Museum fahren können, steht ihm emblematisch dafür. Pijbes schließt sich damit den Internet-Enthusiasten an, für die *Open Science*, *Open Access* und *Open Culture* als Erneuerungsmotto gilt, das radikale Transparenz garantiert und damit auch ein Signal zur Weiterentwicklung alter europäischer Kultur liefert. Das Rijksmuseum begreift er als einen offenen Raum der Kommunikation mit freiem Zugang zu Foyer und Gärten, und wenn es nach ihm gegangen wäre, der die Besucherzahl in seiner Amtszeit immerhin verdoppelt hat, dann wäre wohl auch der Eintritt in die Sammlungen frei, so wie das für einige der großen englischen Museen schon seit dem Beginn des Jahrtausends gilt, die damit ihre Besucherzahlen deutlich erhöhen konnten. Seiner Liebe zur Offenheit aber kann er sich konsequenter immerhin im Internet widmen, wo 200.000 Reproduktionen in höchster Auflösung zu beliebiger Verwendung zur Verfügung stehen. Auch gegen kommerziellen Gebrauch dieser Abbildungen hat er nichts einzuwenden, und geradezu erfreut stellt er fest, dass die Bilder des Rijksmuseums schon für Danone-Joghurts, T-Shirts und Zigarrenlabels verwendet wurden. Hauptsache, die Marke Rijksmuseum wird damit gestärkt, und damit diejenige holländischer Kunst und holländischer Produktivität ganz allgemein. Man sollte meinen, dass hier ein Äquivalent zur ökonomischen Globalisierung geliefert wird, die die Kultur in ihren Dienst stellt, anstatt sie zu deren kritischer Instanz zu stilisieren.



Abbildung 19 | Ansicht des Rijksmuseums in Amsterdam.

II

Richtig an solchen Überlegungen ist wohl in jedem Fall, dass hier eine Wertschöpfung angestrebt ist, die nicht aus der direkten Monetarisierung von Gütern entsteht, sondern aus deren indirekter Ausbeutung. So wie sich herausgestellt hat, dass man aus den Reproduktionsrechten für Kunstwerke allenfalls bei einer minimalen Anzahl von berühmten Werken seinen Schnitt macht, so sind auch die zu erzielenden Eintrittspreise nicht so hoch, dass sie die Kosten für ein Museum in überdurchschnittlichem Maße abdecken. Bedenkt man, dass ein Drittel aller deutschen Museen keinen Eintritt erhebt und dass alle möglichen Tage mit freiem Eintritt, Sonderregelungen, Jahreskarten und Tickets für Kinder, Senioren und Arbeitslose hinzukommen, so haben die zuletzt ca. 110 Millionen Museumsbesucher vielleicht 350 Millionen Euro Eintrittspreis entrichtet und damit etwas mehr als ein Sechstel der insgesamt für die Museen aufgewendeten Mittel. Im Übrigen ist es bei der Erhebung des Eintrittspreises manchmal so wie meistens bei dem Eintreiben von Reproduktionsgebühren: Es gibt Fälle, wo der Kassenwärter mehr kostet als

das, was er für die Tickets einnimmt. Bedenkt man zudem, dass die indirekte Wertschöpfung dann ansteigt, wenn möglichst viele Besucher zu verzeichnen sind, dann könnte der freie Eintritt auf Umwegen sogar lukrativer sein, allerdings ist dies statistisch nicht leicht zu erfassen und muss deswegen regelrecht erkämpft werden. Viel bedeutender aber ist der volkspädagogische Effekt: Gerade Europa versteht sich eben nicht nur als eine wirtschaftliche, sondern auch als eine kulturelle Einheit. Die Versuche, den Kontinent in die Integration zu führen, welche aus Sicht der globalen Entwicklung völlig unverzichtbar ist, wenn dieser kleine Wurmfortsatz der eurasischen Landmasse im Weltmaßstab ein Wörtchen mitreden will, werden ohne diese Erkenntnis zum Scheitern verurteilt sein.



Die Art, wie die angedeutete Amsterdamer Offenheitspolitik auch ohne den Verzicht auf Eintrittspreise realisiert wird, ist nun tatsächlich beeindruckend. [Rijksstudio](#) ist eine extrem einfach zu nutzende Plattform, auf der man sich ohne großen Aufwand und vor allem ohne Kosten einen eigenen Account anlegen und Sammlungen von Bildern aufbauen kann. Jeder kann hier zum Ausstellungskurator werden, und da die Sammlungen nicht privat bleiben müssen, sondern auf öffentlich gestellt werden können, lässt sich so etwas bei origineller Handhabung zweifellos auch als ein Medium der Qualifizierung, wenn nicht Selbstvermarktung nutzen. Nicht mehr in erster Linie sollen hiermit die Leute zu den Kunstwerken gebracht werden, sondern die Kunstwerke zu den Leuten, gerade eben auch solche, die nicht die Chance haben, nach Amsterdam zu kommen. Wie berichtet, hat das die Besucherzahl nicht reduziert, vielmehr sind beide Zahlen steil nach oben gegangen, die im Internet und die *in real life*. Wer sich zum ersten Mal im [Rijksstudio](#) umtut, wird vor allem von der Größe der Reproduktionen beeindruckt sein, die häufig bildschirmfüllend und mit nur wenigen Textkommentaren versehen daherkommen. Das Ganze wirkt ein wenig wie die großen personalisierten Bildsammlungen vom Typ Pinterest und Instagram, und tatsächlich hat man sich daran ganz ausdrücklich orientiert. Nicht nur wird der Nutzer mit großem Nachdruck dazu aufgefordert, die gezeigten

Bilder herunterzuladen, sondern er oder sie soll etwas damit tun. Über das Zusammenstellen von eigenen Ausstellungen hinaus ist damit vor allem auch die Verformung des Originals gemeint, eine Strategie, die jeden Menschen zum Künstler machen will. Vor Ort im Museum veranstaltete Workshops helfen der Phantasie der Nutzer auf, ebenso die Aufträge an professionelle Künstler, von denen man interessante Verwendungsweisen erwartet.

Der Erfolg des *Rijksstudio* gibt den Machern recht. Mehr als 200.000 persönliche Sammlungen sind seit der Wiedereröffnung des Museums angelegt worden, mehrere Hunderttausend Bilder heruntergeladen. Befördert wird der Erfolg sicherlich auch durch den *remix*-Wettbewerb, der in jedem Jahr Preise für diejenigen auslobt, die die originellsten Überarbeitungen von Kunstwerken aus dem Rijksmuseum gestaltet haben. Den internationalen Widerhall solcher Aktionen macht die Liste der Gewinner aus dem Jahr 2017 klar: Drei von den ersten zehn kamen aus Großbritannien, einer jeweils aus Israel, Italien, Spanien, den USA, der Ukraine, nur einer aus den Niederlanden selber und die Gewinnerin aus – Belarus.

IV

Pijbes hat in seiner Amtszeit diese von manchen sicherlich als Ausverkauf gebrandmarkte Politik in dem klaren Bewusstsein durchgesetzt, dass das Museum heute seine Rolle grundlegend verändert hat. In seinen Augen ist es nicht mehr eine Institution, in der sich gleichsam der Weltgeist kundtut. Nicht mehr, und hier wechselt er in einem englisch gehaltenen Vortrag ins Deutsche, der Inbegriff des Guten, Wahren und Schönen, sondern das Museum hat wie alle anderen Institutionen auch (er nennt Banken, Politiker etc.) in der Gegenwart viel von seiner absoluten Autorität verloren. In der demokratischen Kultur des 21. Jahrhunderts setzt sich der Weltgeist *bottom up* aus den vielen Stimmen der Bürger zusammen, die einen gehörigen Anteil an der Sinnbildung auch durch die Kunst für sich beanspruchen.³⁸

In diesem hier postulierten, säkularen Wandel, der natürlich über die Institution Museum weit hinausgeht und als ein Charakteristikum moderner Kultur gelten kann, haben sich Lehr-

und Vermittlungsinstitutionen von der Schule und Universität über die Bibliothek bis hin eben zum Museum zu verändern. Das gilt insbesondere für die dort tätigen wissenschaftlichen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Deren Stellung ist bis heute weitgehend unangestastet. Ihre Legitimation beziehen sie aus einem langen akademischen Studium, ihre Funktion in der jeweiligen Institution erstreckt sich ganz wesentlich auf die gekonnte Vermittlung der im Studium gelernten Bildungsinhalte. Veränderungen aber kündigen sich an, und dies vor allem im Horizont des Digitalen. An den Universitäten und im Bildungsbereich allgemein werden verstärkt MOOCs (*Massive Open Online Courses*) angeboten, die von Koryphäen des jeweiligen Faches pädagogisch und konzeptionell anspruchsvoll vorgetragen werden. Der Mangel an Kommunikation zwischen Lehrer und Lernendem, der in diesem Genre schon aus praktischen Gründen dominieren muss, kann über Begleitkurse dazu ausgeglichen werden, in denen Möglichkeiten zu Nachfragen, Diskussionen und Vertiefungen gegeben sind. Es könnte sein, dass sich hier auf die Dauer eine Zweiteilung etabliert: Der MOOC mit einer in die Zehntausende gehenden, jede Einzeluniversitätsgrenze überschreitenden Zuhörerschaft auf der einen Seite, daneben eine ganze Reihe von lokalen Begleitveranstaltungen, in denen der Großteil der Dozenten agiert. Diese aber – und das ist in unserem Diskussionszusammenhang das Entscheidende – übernehmen zwangsläufig eine andere Funktion. Vom Präzeptor zum Moderator ließe sich diese Veränderung vielleicht umschreiben. Der einstmals souverän und aus der Fülle seines Wissens heraus Agierende wird tendenziell ersetzt durch denjenigen, der sich als Vermittlungsinstanz begreift, eine Instanz, welche die *ex cathedra* (also im MOOC) vorgegebenen Inhalte sekundär erklärt, vertieft, an die Bedürfnisse der jeweils unterschiedlichen konkreten Lehrsituation anpasst. Wenn ich es hier noch einmal auf die von Roy Ascott beschriebene Konstellation des Tisches bzw. des horizontal angeordneten Bildschirms beziehen darf, ist der Moderierende ein Lehrer, der mit den Studierenden zusammen um diesen Tisch / Bildschirm herum sitzt und mit ihnen auf Augenhöhe interagiert, während die genannte Koryphäe weiterhin die Autorität des Präzeptors verkörpert und damit gleichsam vom gegenüberliegenden Bildschirm herunter spricht.

Der grundsätzliche Wandel wiederholt sich in den anderen Bildungs- und Gedächtnisinstitutionen jeweils ähnlich, wobei hier

natürlich das Museum interessiert. Schon die gestiegene Bedeutung des Besuchers, die diesem im neueren Museumstyp zuwächst, steigert dessen Einflussmöglichkeit. Die Tendenz verstärkt sich unter digitalen Bedingungen. Ein Jugendlicher, der permanent in sozialen Netzwerken interagiert, wird sich schwerlich an die Rolle des rein passiv Rezipierenden gewöhnen und selbst Einfluss nehmen wollen. Es dürfte wenig Sinn machen, auf der eigenen Kompetenz des Kenners zu bestehen und die Entwicklung umdrehen zu wollen. Sinnvoller ist es in jedem Fall, diese völlig unbestreitbar höhere Kompetenz geschickt einzusetzen, also so, dass man die veränderten Gegebenheiten berücksichtigt. Erinnerung sei an die vorhin angedeuteten Erfahrungen im Zusammenhang mit der *OPEN-ACCESS*-Ausstellung in Hamburg. In der sogenannten konstruktivistischen Lerntheorie, die die Eigenaktivität des Lernenden betont und ihn nicht einfach als passiv Aufnehmenden wie durch den Nürnberger Trichter mit Wissen angefüllt sehen will, ist das in der Schule schon vielfach realisiert – zuweilen so weitgehend, dass man schon wieder befürchten muss, dass sich der Unterricht in ziellosem Herumgerede erschöpft. An den Museen aber ist in dieser Hinsicht wohl noch einiges nachzuholen.

V

Zurück zum Rijksmuseum: Wenn das Museum nicht mehr Verkündigungsort des Weltgeistes ist, dann vielleicht Vorlagensammlung für eigene vermarktete Entwürfe, könnte man mit einem gesunden Zynismus einwerfen. Die Leute vom Rijksmuseum würden sich daran nicht stören und es wohl gar als Kompliment verstehen. Etsy, eine *Peer-to-Peer* organisierte Verkaufsplattform mit über 50 Millionen Nutzern, von denen eineinhalb Millionen aktive Verkäufer und 20 Millionen Käufer sind, ist ein Marktplatz vor allem für ästhetisch anspruchsvolle, handgefertigte Produkte. In Etsy gibt es eine Abteilung *Made with Rijksstudio – Clothes & Accessories*, eine weitere *Made with Rijksstudio – Art*, eine dritte *Made with Rijksstudio – Products* und eine vierte *Made with Rijksstudio – Likes* (▼ Abb. 20). In der einen kann man z. B. für 250 Euro eine Brosche „Dragon Tulpen“ erstehen, die in Belgien hergestellt wird und sich

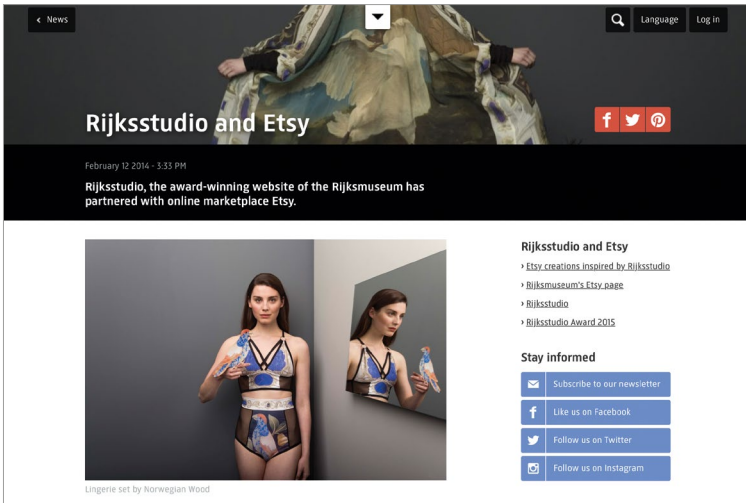


Abbildung 20 | Lingerie mit Rijksmuseum-Motivik bei Etsy.

von einer Zeichnung aus dem 17. Jahrhundert anregen ließ, welche sich im Rijksmuseum befindet. Wer weniger ausgeben will, findet einen kleinen Wandteppich, in den USA gefertigt und von einem im Amsterdamer Museum aufbewahrten Entwurf aus dem späten 18. Jahrhundert inspiriert. Alternativ kann man die Individualisierung des Produktes auf die Spitze treiben, indem man über das Etsy-Portal eine Spezialanfertigung anfordert, die sich dann beispielsweise auf eine Lithographie aus dem 19. Jahrhundert bezieht. Mangel an Modellen besteht ja in keinem Fall, weil das Museum Hunderttausende von Reproduktionen nach seinen Kunstwerken über das Internet zur Verfügung stellt.

Das Museum ermutigt sein Publikum ausdrücklich zu solchen *remixes*. Warum? Es lassen sich wohl verschiedene Gründe finden. Erstens bringt es seine Werke sozusagen in Umlauf, indem es sie in den Wirtschaftskreislauf einspeist. Zweitens dürften auch die Beteiligten, also sowohl die Entwerfer als auch die Käufer, zu denjenigen zählen, die irgendwann einmal auch das Museum selber besuchen werden. Und drittens gibt es natürlich auch einen handfesten Grund: Das Rijksmuseum hat mit der Firma Etsy, die zuletzt unter den Druck des Allesfressers Amazon gekommen ist, einen Vertrag abgeschlossen. Dieser schließt den Aufbau eines Shops bei

dem Online-Marktplatz zu Vorzugsbedingungen ein, und es wäre doch gelacht, wenn dabei nicht auch etwas fürs Museum herausspränge. Am erstaunlichsten dann die Tatsache, dass es sogar Hilfeleistung beim Aufbau eines solchen Shops anbietet. Das Museum als Unternehmensberatung, sozusagen als Start-up-Begleiter! Wer hätte gedacht, dass es so etwas einmal geben würde?

VI

Das, was hier im Rijksmuseum passiert, kommt einem Paradigmenwechsel gleich. Er schreibt sich in einen Rahmen ein, der in avanciertesten ökonomischen Theorien der Gegenwart beschrieben wird. Jeremy Rifkin spricht von dezentraler, kollaborativer und lateral-skaliertes Produktionsweise und meint damit eine Wirtschaftsform, die nicht mehr hierarchisch organisiert und von zentralen Großindustrien bestimmt ist, sondern in hohem Maße verteilt agiert.³⁹ Praktikabel ist eine solche Wirtschaftsweise natürlich erst seit Entstehung des Internets, das die direkte *Peer-to-Peer*-Kommunikation erlaubt, und zumindest im Moment sieht es auch eher so aus, als würden sich die Monopolisten vom Schlage des erwähnten Amazon durchsetzen. Aber wer weiß, ob sich nicht eine Technologie wie die *blockchain*, die mit ihrer verteilten Datenbankstruktur ausdrücklich darauf abzielt, die zentralen Vermittler auszuschalten, auf die Dauer obsiegt? Hinzu kommt eine weitere technische Revolution, die von den Apologeten der *maker*-Bewegung enthusiastisch begrüßte Erfindung des 3D-Druckers, der eine dezentrale Herstellung von Produkten erlaubt, deren Reichweite zur Zeit erst in Umrissen zu ermessen ist. Sie erstreckt sich von der Bauteile-Produktion ganzer Hausteile bis hin zur Generierung von essbaren Fleischprodukten aus druckbarem (!) Protein-Material. Der Ausdruck einer im Museum aufbewahrten und digitalisierten historischen Vase dürfte da zu den einfacheren Übungen gehören. Viel wichtiger aber noch: Wenn sich das Museum auf einen derartigen Wirtschaftskreislauf einlässt, dann unterwandert es einen Grundkonsens, der bislang weithin galt, nämlich den, dass es in erster Linie kompensatorische und reflexive Potentiale besitzt. Kompensatorische insofern, als es Beschleunigungserfahrungen

sistiert, reflexive, indem es zur Nachdenklichkeit über die eigene Befindlichkeit anregt. Fröhliche Affirmation ist im Rijksmuseum der Distanznahme gefolgt, Praxis der Theorie. Die Vermutung liegt auf der Hand, dass hier eine Indienstnahme von Kultur für das ökonomische Leben eines Landes zum Ausdruck kommt, die in den diversen liberal-konservativen Regierungen der Niederlande dominiert. Im Rijksmuseum wird dies konsequenter verfolgt als selbst in den hier notorischen amerikanischen Museen. Es bleibt abzuwarten, wie sehr der Paradigmenwechsel sich auch in Bereichen durchsetzen wird, die hier überhaupt nicht beleuchtet werden, also vor allem in asiatischen Museen. Vorderhand am nächsten kommt ihm z.B. das British Museum, das wohl nicht zufällig in einem ebenso wirtschaftsliberal geprägten Land wie Großbritannien angesiedelt ist. Das British Museum, mit jährlich sechseinhalb Millionen Besuchern das nach dem Pariser Louvre und dem New Yorker Metropolitan Museum unter den Kunstmuseen am dritthäufigsten besuchte Museum der Welt, bietet 3D-Vorlagen von einzelnen Werken an, die dann jeder bei sich zu Hause oder eben da, wo er einen entsprechenden Drucker vorfindet, ausdrucken kann. Die Revolution, die sich hier etwa für die Museumsshops abzeichnet, liegt auf der Hand. Auch wenn die Ergebnisse zurzeit hinsichtlich der Qualität der Ausdrücke noch einigermaßen bescheiden daherkommen, sollte man sich nicht täuschen. Die Entwicklung ist von einer rasenden Geschwindigkeit bestimmt, und auch in diesem Fall wird es so kommen, dass das anfänglich Verachtete und dann Bekämpfte sehr schnell als selbstverständlich akzeptiert wird. Einen Schritt weiter geht noch das Archäologische Museum im bulgarischen Warna: Über einen auf 3D-Druck spezialisierten Dienstleister lässt es Hauptwerke aus seinen Sammlungen digitalisieren und verkaufen – und zwar in beiden Formen, als schlichte Datei, die dann vom Käufer weiterzuverarbeiten ist, oder alternativ als fertigen Ausdruck. Ein Teil des Gewinns wandert schlussendlich in die Kassen des Museums.

VII

Eine moderne Alternative zum Audioguide im Museum bietet die sogenannte App, also eine Software für Mobilgeräte, mit der man durch die Sammlung streifen kann, die aber häufig auch unabhängig zu nutzen ist und die gewöhnlich über das Internet regelmäßig upgedatet wird. Holländische Museen haben allgemein ein gutes Händchen für solche Apps bewiesen, obwohl jüngst die Sinnhaftigkeit solcher Programme auch in Zweifel gezogen wurde.⁴⁰ Vielleicht das Großartigste und Durchdachtteste, was es in diesem Bereich zurzeit gibt, stammt aus dem in unmittelbarer Nachbarschaft zum Rijksmuseum gelegenen van Gogh-Museum. „Touch van Gogh“ heißt die App, und die Aufforderung ist wörtlich gemeint. Der „Blick aus Theos Apartment“ aus dem Jahr 1887 etwa kann vom Nutzer mit dem Finger „aufgerubbelt“ werden, so dass er ein darunterliegendes Motiv entdeckt, das von van Gogh übermalt wurde (▼ Abb. 21). Dient das Streichen über den Bildschirm im Normalfall schlicht dem Wechsel in eine folgende oder zurückliegende Informationsebene, so ist es hier im demonstrierten Gegenstand selber motiviert. Als Nutzer kann man den Eindruck haben, mit seiner Aktion geradezu eine Malschicht von der Bildoberfläche zu entfernen. Ähnlich „naturalistisch“ die Bewegung eines Schiebereglers unter einem „Feld mit Iris-Blumen in der Nähe von Arles“ von 1888, wo der durch den Finger des Benutzers bewegte Regler den kontinuierlichen Wechsel der Beleuchtung von Aufsicht auf Schräglicht simuliert. Vom Prinzip her vergleichbar, aber in der Absicht doch besonders dann „Daubignys Garten“ aus der allerletzten Schaffenszeit van Goghs. Hier dient die Bewegung des Schiebereglers der Verwandlung des Bildes in die reale photographische Ansicht, und zwar auf der Zeitachse von 1890 bis 1950, so dass die Bewegung des Fingers wie eine Zeitreise erscheint. Ungewöhnlich bei der App ist auch die Tatsache, dass hier neueste Forschungsergebnisse eingearbeitet sind, ja, dass diese sogar im Zentrum stehen. Die App ist ganz vom Objekt her angelegt, nicht, wie sonst üblich, vom Kontext. Auch die Möglichkeit, sehr weit in das Werk hineinzuzoomen und feinste Details zu betrachten, unterstützt diesen Eindruck. Installiert worden ist die App immerhin weit mehr als 10.000 Mal.



Abbildung 21 | Reproduktion von van Goghs „Blick aus Theos Apartment“ mit darunter liegendem Motiv.

Eine ähnliche App hat sich das Mauritshuis in Den Haag geleistet, neben dem Amsterdamer Rijksmuseum wahrscheinlich die bedeutendste Sammlung niederländischer Malerei des Goldenen Zeitalters überhaupt, dabei in einem viel intimeren und weniger betriebsamen Ambiente untergebracht. Die „Second Canvas“ genannte App setzt ganz auf die extrem hohe Auflösung, mit der die Bildreproduktionen gemacht werden, daneben auch auf eine ebenso hochaufgelöste Infrarotaufnahme des Bildes, das dessen Unterzeichnung visualisiert. Aus solchen Aufnahmen ergibt sich die einigermaßen paradoxe Tatsache, dass man in der Reproduktion mehr sieht als im Original, was natürlich auch für die Sichtbarmachung der Unterzeichnung gilt, die einen Aufschluss über die Entstehungsbedingungen eines Gemäldes bietet, der mit bloßem Auge ebenfalls nicht zu erlangen wäre. Die App macht sich die Tatsache dafür zunutze, eine Geschichte entlang der Details des Bildes zu erzählen, und auch wenn hier mehr vermittelt wird als vom Künstler wohl jemals intendiert, kann sich kaum jemand der Faszination entziehen, die aus solchen mikroskopischen Aufnahmen resultiert.

VIII

Nicht von einem Museum selbst gemacht, aber mit Material aus Museen bestückt wurde ein App-Wettbewerb, den 2012 die Creative Commons Netherlands im Rahmen der *Open Culture Data*-Initiative organisiert hat. Creative Commons ist die von dem amerikanischen Rechtswissenschaftler Lawrence Lessig erfundene Rechtsform, die einen freien, dabei aber nicht völlig rechtsfreien Gebrauch von digitalen Inhalten ermöglicht und die eine erstaunliche Blüte gerade auch künstlerisch-kultureller Produktivität im Netz hervor gebracht hat. Die gerade in den Niederlanden prosperierende *Open Culture*-Initiative liefert Rahmen und Inspirationsquelle für den im Amsterdamer Rijksmuseum gepflegten Offenheits-Enthusiasmus und kämpft seit dem Beginn der 2010er-Jahre für einen freien Umgang mit kulturellen Daten. Um den Geist dieser Bewegung zu charakterisieren, mag es hier genügen, die drei Gewinner des Wettbewerbes aufzuzählen, welche im Jahr 2012 ausgewählt wurden. Den ersten Preis erhielt die [MuseApp](#), mit der Details aus Haupt-

werken der europäischen Malerei ausgewählt und zu einem neuen Bild rekombiniert werden konnten – eine klassische *remix*-Anwendung, die aber nicht nur Spielerei bleibt, sondern durchaus Kenntnisse über Komposition und Funktionsweise von Bilderzählungen vermittelt. Zweite wurde die inzwischen bereits vom Markt genommene App *Histogram*, die es dem Nutzer erlaubte, historische Bilder in digitale Postkarten zu verwandeln, keine revolutionäre Anwendung, aber doch eine, die den Bedürfnissen eines Laienpublikums entschieden entgegenkommt. Und auf dem dritten Platz landete eine Anwendung, die den Spieler zu einem Museumsdirektor machte, der z. B. mit einem bestimmten Budget Werke ankaufen konnte, eine gute Möglichkeit, der Öffentlichkeit ein Gefühl für das Preisgefüge klassischer und moderner Kunst zu vermitteln. Viel spricht dafür, dass mit diesem Wettbewerb das Ziel der Preisausschreiber realisiert wurde, die Publikumsbasis zu erweitern und eben dieses Publikum auf originelle Weise anzusprechen. Die Unverkrampftheit, mit der hier Bildungsinhalte vermittelt werden, steht in denkbar deutlichem Kontrast zu dem, was bis heute in vielen Kulturinstitutionen vorherrscht. Aber sie befindet sich im Einklang mit dem, was die Leute vom *Rijksmuseum* in Amsterdam umtreibt.

IX

Die Rijksmuseum-App ist weniger experimentell, dafür repräsentativer für den weiten Sammlungsbereich des Museums (► Abb. 22). Sie ist so plausibel aufgebaut, dass man die Funktionsweise innerhalb von Sekunden versteht. Sie umfasst eine Programminfo mit den geplanten Führungen und eine Familienführung mit Spielelementen. Daneben und in der Hauptsache dann eine Suche nach Einzelwerken, die sich aus der Nummerierung neben den im Museum gezeigten Werken speist und zu unterschiedlichen Informationsangeboten führt, sowie eine ganze Reihe von Führungen durch die verschiedenen Abteilungen und Sammlungen des Museums, die außerdem noch in der Länge differenziert sind. Überall werden die Werke multimedial erschlossen und von Mitarbeitern des Museums bzw. externen Experten erklärt. Der Aufwand, der hier betrieben wurde, ist exorbitant, zumal das Ganze sogar noch in neun Sprachen präsentiert

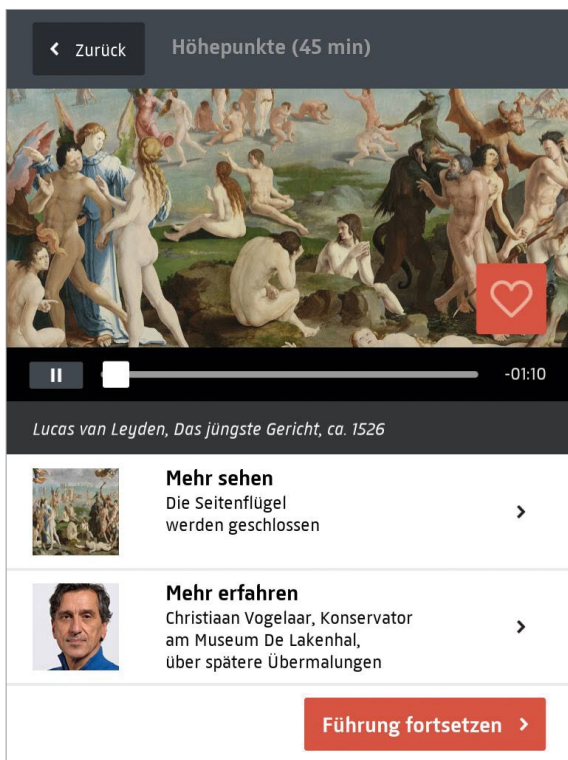


Abbildung 22 |
Ansicht aus der
Multimedia-
App des
Rijksmuseums.

wird. Man mag sich trotzdem fragen, welche Art der Kunstwahrnehmung hier geformt wird. Denn erstens wird der Besucher richtiggehend an die Hand genommen und z. B. genau darüber instruiert, wohin er sich jeweils zu bewegen hat. Und zweitens sind die einzelnen Darbietungen in sich vollkommen geschlossen und leiten kaum dazu an, sich zwischendurch auch einmal den Werken selber zuzuwenden. Wer sich die Mühe macht, einen von einer solchen ungeheuer mächtigen App gelenkten Besucher einmal zu beobachten, wird dann auch schnell merken, wie dessen Rezeptionsverhalten typischerweise aussieht: Er wird in vielen Fällen nur zwischendurch einmal von seinem Smartphone oder Tablet hochschauen und sich mittels des Originalwerkes versichern, ob das, was an teilweise hochinteressanten Informationen über die App vermittelt wird, auch tatsächlich zu sehen ist. Von diesem Blickwinkel aus betrachtet, ist

es sehr die Frage, ob nicht eine solche Führung eher vor oder nach dem Museumsbesuch zu konsumieren wäre. Wir erinnern uns an die nun schon mehrfach erwähnte Gefahr, dass das elektronische Bild die Aufmerksamkeit vom Original abzieht. Das gilt eben nicht nur für fest im Museumsraum installierte Bildschirme, sondern auch für mobile Endgeräte. Es wäre die Frage, ob es auch anders geht, ob man solche Museumsführer-Apps auch so programmieren kann, dass sie sich selbst verstärkt in den Hintergrund drängen. Diese Frage bleibt auch dann legitim, wenn man sich ansieht, wie denn üblicherweise ein Museumsbesuch abläuft, wenn er nicht digital oder durch irgendwelche alternativen Informationsmedien unterstützt wird. Denn auch hier erweist sich, dass das Überkommene nicht immer besser war als das Aktuelle. Bekannt ist, dass ein Bild im Museum durchschnittlich gerade einmal 9 Sekunden angeschaut wird, dass viele Besucher sich intensiver mit der Beschilderung beschäftigen als mit dem Werk an sich, und dass sie ansonsten einigermäßen ziellos durch die Räume irren. Für die Vernachlässigung der Exponate zugunsten ihrer Beschreibung ausschließlich die neuen Medien verantwortlich zu machen, entspräche also zwar vollständig einem in Sachen Digitalität einigermäßen nostalgischen Zeitgeist, wäre aber schlicht irreführend.

X

Im Hintergrund des hier benannten, zentralen Problems der musealen Präsentation steht letztlich etwas, was ein bekannter Museologe einmal als den Widerstreit von Objekt und Information beschrieben hat. „Wer vor die Schaulust die Leselast stellt, hat sich im Medium verirrt und macht das Museum zu einer Agentur der ‚Zerstörung der Sinnlichkeit‘“.⁴¹ Dagegen halten könnte man hier, dass in der App des Rijksmuseums der sinnliche Aufwand der Illustration doch enorm ist. Der Einwand bleibt aber grundsätzlich wohl gültig. Reagieren könnte man auf ihn, indem man digitale Erschließung und eigentlichen Kunstgenuss räumlich und zeitlich trennt, eine Möglichkeit, die wohl am ehesten Tradition und Innovation harmonisieren könnte. Aber auch andere Initiativen ließen sich hier aufzählen, z. B. das von der Europäischen Union finanzierte [meSch-Projekt](#), an dem

bezeichnenderweise wiederum eine Reihe von niederländischen Institutionen beteiligt ist. meSch heißt *Material Encounters with digital Cultural Heritage*, und obwohl dies ein besonders zerebrales Akronym in einer gerade im Umkreis der EU abstruse Blüten treibenden Abkürzungs-Unkultur zu sein scheint, ist doch ein zentrales Problem des digitalen Museums benannt, nämlich das der „materiellen Begegnung“. Gegen die Virtualisierung wird immer wieder das Argument vorgebracht, dass das Museum von der Materialität seiner Gegenstände lebe, ihrer Sinnlichkeit und Greifbarkeit, in die Geschichte eingeschrieben sei, und dass diese durch die Digitalisierung neutralisiert werde. Gerade dieses vielleicht fundamentalste Problem des „digitalen Museums“ scheint die Macher des meSch-Projektes umzutreiben, welches neben den stark vertretenen Holländern im Übrigen eine Reihe von englischen, deutschen, irischen, spanischen und italienischen Museen und Forschungsinstitutionen verbindet. Eines der Ergebnisse der Überlegungen, deren konkrete Umsetzung jeweils einigermaßen komplex ist und in verschiedenen Szenarien erprobt wurde, besteht in der Idee vom fassbaren Objekt, das als Vermittlungsinstanz verwendet werden kann. Eine digitale Erweiterung also wird hier nicht durch das schlichte Drücken eines Knopfes in Gang gesetzt, sondern durch den Einsatz eines konkreten Dinges, das aber mit einem Sensor versehen ist, der eine Aktion auslöst (▼ Abb. 23). In die Richtung wies ja schon der *Pen* des Cooper Hewitt Museum, der einen mit dem körperlich-motorischen Akt des Schreibens mit dem Stift betriebenen Impuls ins Digitale übertrug. Bei meSch werden Ansätze wie die folgenden betrieben: Ein Buch wird in einem Fall als Führer durch die Ausstellung verwendet, aber es ist kein gewöhnliches Buch, sondern ein interaktives, mit einem RFID-Chip versehenes, das ein Tondokument auslöst, sobald es in die Nähe eines dazu gehörigen Gegenstandes gerät. In einer Ausstellung zu antiken Gefäßen wird in einem zweiten Fall das Replikat eines Trinkglases als Steuerungsinstrument für Text- und Tondokumente eingesetzt. Der Benutzer soll somit in ein erfahrbares, nicht mehr nur abstraktes Verhältnis zum künstlerischen Gegenstand versetzt werden. Die Angelegenheit kann auch mehrschichtiger gestaltet werden. Je nachdem, welchen interaktiven Gegenstand ich am Anfang eines Museumsrundganges auswähle, schlüpfe ich in eine bestimmte Rolle, die dann auch die Informationen festlegt, die mir im Laufe des Rundganges geliefert werden. Ausprobiert wurde dies



Abbildung 23 |
Digitale Lupe
im meSch-
Projekt.

bei einer Ausstellung über den Atlantikwall, den die Deutschen im 2. Weltkrieg an den Küsten der besetzten Länder zur Verteidigung anlegten. Ein Bierseidel repräsentiert die deutsche Sicht der Dinge, eine Essensmarke die der Einwohner des besetzten Landes. Zwar ließe sich die unterschiedliche Perspektive natürlich auch über Texttafeln beschreiben, aber die Eindrücklichkeit der Darstellung dürfte doch in der Inszenierung der Ereignisse wesentlich ausgeprägter sein, sie steigert sich von der Information zum Erlebnis – auch wenn der Bierseidel vielleicht sehr klischeehaft wirkt, was aber wiederum in diesem speziellen historischen Kontext kaum zu kritisieren sein dürfte. Das letzte Beispiel zeigt allerdings auch an, dass solche Vorgehensweisen sich in Kunstmuseen eher weniger anbieten.

XI

Das anthropologische Problem, das sich hinter den meSch-Aktivitäten verbirgt, beschreibt sehr schön Christian Henner-Fehr, der sich insbesondere der Beratung von Museen und Kulturinstitutionen im Digitalbereich widmet.⁴² Die Akzeptanz digitaler Medien leidet in seinen Augen insgesamt stark an ihrer fehlenden haptischen Erfahrbarkeit. Denn verschenken zum Beispiel würde man eine Datei wohl kaum, das könnte auch ein Grund dafür sein, dass der CD-Musikmarkt sich gegenüber den Streaming-Angeboten immer noch einigermmaßen behauptet: Die CD kommt mit einem schön gestalteten Booklet und eignet sich daher für das Schenkungsritual. Ein spanisches Unternehmen („nubart“) hat daraus eine Geschäftsidee gemacht und bietet hübsch gestaltete Karten mit integrierten

Codes an, die man sowohl für Bücher als auch für digitale Museumsführungen verwenden kann. In letzterem Fall hat das auch noch den Vorteil, dass die gesamte Technik sich in der Cloud befindet, auf die der Besucher mit seinem eigenen Smartphone zugreifen kann. Und neben der Möglichkeit, so etwas zu verschenken, kommt natürlich auch noch die Erinnerungsfunktion hinzu. Die Karte, an der heimischen Pinnwand verewigt, bietet eine greifbare Erinnerung an ein schönes Erlebnis. Der Erfolg der Fotobücher bestätigt die Bedeutung der Verfahrensweise: Eigentlich liegen diese ganzen Erinnerungsfotos ja digital vor, aber offenbar wird die liebevolle Zusammenstellung in einem greifbaren Album doch als etwas ganz anderes wahrgenommen!

XII

Die in dem niederländischen Projekt realisierte Multiperspektivität geht ein sehr grundsätzliches Problem der Museumsvermittlung zumindest an. Denn dort, wo man den Besucher ermächtigt, einen eigenen Anteil an der Deutung der Objekte zu übernehmen, also nicht mehr nur passiver Zuhörer etwa einer Führung zu sein – und das ist ja schließlich ein wesentliches Merkmal der Digitalisierung im Kulturbereich –, muss die simple, auch etwa in gängigen Audio-tours ganz unvermeidbare Top-down-Vermittlung in die Kritik geraten. Moderne pädagogische und historische Theorien betonen die Unabgeschlossenheit und Standpunktabhängigkeit historischer Einsicht, und wenn bei der Atlantikwall-Ausstellung die Geschichte von gegensätzlichen „Sehepunkten“ aus erzählt wird, dann macht sie sich diese Erkenntnis zu eigen. Auch wenn eben behauptet wurde, dass entsprechende Verfahrensweisen eher bei Museen zum Tragen kommen, die nicht in erster Linie künstlerische Inhalte präsentieren, enthebt es auch letztere nicht der Pflicht, in diese Richtung zu denken. Und sei es, indem ein Ausstellungsgegenstand im Hinblick auf die je nach Alter der Besucher unterschiedliche Befindlichkeit vermittelt würde.