

# Resümee

Zeitgenossen, für die der Museumsgang zum regelmäßigen Bildungs- und Freizeiterlebnis geworden ist, werden sich über so manches wundern, was in diesem Buch berichtet wurde, vielleicht auch über das Thema ganz allgemein. Die meisten von ihnen dürften darüber die Stirn runzeln, dass die erhabene Stille des Museumsraumes, die sich so wohltuend vom Getriebe des Alltags unterscheidet, jetzt von den Technologien unterwandert wird, die dafür verantwortlich sind, dass dieses Getriebe in den letzten Jahren und Jahrzehnten noch entschieden getriebener daherkommt. Es wäre eine Schande, wenn diese Zeitgenossen vergrault würden um den vermuteten Gewinn einer neuen Besucherschaft willen, deren Treue zur Institution auch noch längst nicht erwiesen ist. Vielfalt könnte damit die wichtigste Botschaft sein, die aus dem Berichteten zu destillieren ist, eine Vielfalt, die unter dem Begriff der *Diversität* aktuell für intensive und kontroverse Diskussionen in Soziologie und Feuilleton sorgt. An dieser Stelle ist sie eigentlich ganz harmlos zu verstehen, wenn auch in der Verwirklichung höchst mühsam. Der Wunsch könnte also darin bestehen, Museen und gerade auch Kunstmuseen so vielfältig anzulegen, dass sie die unterschiedlichsten Bedürfnisse bedienen, und zwar so, dass das eine das andere jeweils nicht unterwirft. Das gilt für die Gesamtheit der Museen wie für jedes einzelne.

Aufs Gesamte bezogen: Das Provinzmuseum mit den knarrenden Holzböden kann hier genauso bestehen wie das hypermodernistische Design eines Frank-Gehry-Baus, und auch wenn das Provinzmuseum das Digitale ohne Weiteres nutzen sollte, um ein wenig mehr Besucher anzusprechen, so würde es einen Teufel tun, diese atmosphärenreiche Charakteristik so mir nichts, dir nichts aufzugeben. Im Spektrum der hier vorgestellten Institute zeigt sich bei der durchwegs zu beobachtenden Digitalpraxis, die ja überhaupt dazu geführt hat, dass sie in diesem Buch besprochen wurden, eine weite Vielfalt zwischen der offensiven Verwendung des Technologischen im New Yorker Cooper Hewitt und der schlichten und edlen Klassizität etwa der Frankfurter, aber auch der meisten anderen Ausstellungsräume. Dabei ist auch deutlich geworden, dass die Wahl der Mittel unverkennbar von der Zielsetzung und vor allem dem Inhalt des jeweiligen Museums abhängt. Das gleichsam alltagsnähere Designmuseum verträgt mehr technische Mittel als das klassische Kunstmuseum. Das Entscheidende bleibt immer, die Technologien als Serviceinstrument für die künstlerische Botschaft zu verstehen und sie nicht in naiver Begeisterung für das Machbare zu generalisieren.

Aber auch jedes einzelne Museum wird sich die Frage stellen müssen, wie es Vielfalt garantieren kann. Denn die Anforderungen an es werden in Zukunft vor allem disparater werden. Wenn es stimmt, was der zu Beginn genannte Museums-Zukunftsforscher behauptet, dass es in der Mitte des 21. Jahrhunderts auch Museen geben wird, die dem Besucher Meditationsräume anbieten, dann passt das wenig zum digital überhöhten Museumsraum, der eine Tendenz hin zur Geschäftigkeit besitzt. Aber warum sollte nicht beides möglich sein? Warum in einem Museum nicht unterschiedliche Zonen einrichten, die einmal mehr der Verinnerlichung, ein anderes Mal mehr der Diskursivität dienen? Museumsräume, die in dem einen Raum eher dem individuellen Zwiegespräch dienen, im nachfolgenden vielleicht stärker die gemeinschaftliche Erfahrung betonen? Das Digitale ist in dieser Konstellation eigentlich privilegiert, bietet es doch Möglichkeiten genug, dem Interessierten Erfahrungserweiterungen im Ausstellungsraum selber zu bieten, ohne dass seine Umwelt etwas davon mitbekommen muss. Denn der digitale Erfahrungsraum kann sich über den analogen so legen, dass letzterer davon ganz unberührt bleibt. Wenig zielführend wäre es

daher wohl in jedem Fall, alle Räume mit technischen Geräten zu komplementieren, die allen das aufzwingen, was sie vielleicht gar nicht wollen.

Wer genau hinschaut, stellt fest, dass das Interesse am Thema „Museen digital“ gerade auch in Deutschland an Fahrt gewinnt. Das gilt weniger für die Leitungsebenen, wo es immer noch nur in Ausnahmefällen registriert wird, als bei den jungen Museumsangestellten. Es häufen sich die Tagungstermine mit einschlägigem Gegenstand, und hier mischen sich auf für kunsthistorische Veranstaltungen ganz untypische Weise Informatik-Nerds mit Geisteswissenschaftlern, was auch schon rein phänomenologisch einen *clash of cultures* darstellt, den inhaltlich zu überwinden kein ganz leichtes Unterfangen scheint. Weniger zögerlich öffnen sich die kulturfördernden Organisationen einschließlich der Politik, die ja an Innovationen ein starkes Interesse haben. In extern finanzierten Digitalisierungskampagnen widmen sich Museen jetzt der Virtualisierung ihrer Bestände und – seltener – auch digital gestützten Vermittlungskonzepten. Entscheidend im Sinne der Nachhaltigkeit des Engagements dürften dabei zwei Dinge sein: Erstens gilt es, anstatt gleich irgendwie loszulegen, so etwas wie eine digitale Strategie zu entwickeln, in der die grundsätzlichen Ziele definiert, das dem Publikum und dem eigenen Personal Zumutbare beschrieben und die finanziellen Ressourcen eruiert werden. Für so etwas gibt es keine allgemeinen Regeln, und es ist jeweils lokal und vor dem individuellen Hintergrund zu benennen. Sobald das passiert ist, sollten nur Projekte angegangen werden, die auch über eine längere Dauer und angemessen zu stemmen sind, eventuell auch im Verbund mit mehreren Museen, damit nicht alles immer wieder neu erfunden wird bzw. um auf vorhandene Ressourcen gemeinsam zuzugreifen. Nichts ist dysfunktionaler als ein Twitter-Account, der selten und konfus bedient wird, nichts peinlicher, als eine unprofessionell gestaltete Webpräsenz. Aber wer hier durchdacht und mit langem Atem agiert, wird längerfristig die Früchte seiner oder ihrer Arbeit ernten. Ohne das Museum damit auf dem Altar des Zeitgeistes zu opfern, könnte hiermit einer vielfach konstatierten Krise der Institution begegnet werden, die sie noch stärker als bisher schon zu einem Pfeiler der modernen Gesellschaft werden lässt.