

1. MUSEUMSBOOM, LEBENSSTIL UND GLOBALISIERUNG

MUSEEN FÜR MODERNE KUNST UND STADTIMAGEBILDUNG

Der Museumsboom

In vielen Städten haben Kunst und Kultur in den vergangenen drei Jahrzehnten einen stärkeren Akzent innerhalb der lokalen Politik bekommen. Das hat zum Bau von Museen, Theatern und Operngebäuden und zur Organisation von Festivals¹ geführt. Innerhalb dieser neuen Bau- und Planungskultur in den Städten Westeuropas und der Vereinigten Staaten kam den Neu-, Um- und Erweiterungsbauten von Kunstmuseen, insbesondere Museen für moderne Kunst eine besondere Bedeutung zu.

Am umfangreichsten war ihr Planungsmaßstab in der Kunstmetropole New York: Das Museum of Modern Art plante ein 49-stöckiges Hoch-

- 1 Die Urbansozioologen Hartmut Häusserman und Walter Siebel haben Festivals und Festivalisierung als neuen Typus von städtischer Politik im Rahmen eines Städtemarketings analysiert. Sie definierten diese als „eine Politik der großen Ereignisse“ wie Bundesgartenschauen, Olympische Spiele, Weltausstellungen, Stadtjubiläumsfeiern oder die Feierlichkeiten der Europäischen Kulturhauptstädte. Diese seien gekennzeichnet durch die räumliche, zeitliche und thematische Konzentration der Stadtpolitik auf das Projekt. Neu sei an solchen Inszenierungen, dass diese zum Kristallisationspunkt der Stadtentwicklung werden, denn diese großen Ereignisse helfen, Gelder zu mobilisieren und Stadtmodernisierung durchzusetzen (vgl. Häußermann/Siebel 1993: 7ff.). Demgegenüber stehen neueste Erkenntnisse der Festivalisierungsforschung in Städten. Beispielsweise konstatierte Ueli Gyr: „Direkte Verbindungen zwischen Festivalisierung, übergreifender Stadtentwicklung und Stadtpolitik sind in Zürich kaum erkennbar“ (Gyr 2003, 248). Aber auch Gyr registriert eine fortschreitende Erweiterung der urbanen Festlandschaft sowie eine zunehmende eventorientierte Festappetenz in öffentlichen Räumen (vgl. ebd.). Die Kulturanthropologin Gisela Welz konzentrierte sich wiederum in ihrer Analyse der „Festivalisierung“ auf die Formen der Präsentation von „folklore“, „folk culture“ und „folk arts“ bzw. den Sondertypus des „folklife festivals“ und die Effekte dieser volkskundlichen Präsentationstätigkeit bzw. die Konventionen dieses Darstellungsmodus (Welz 1996: 78ff.; vgl. auch Kirschenblatt-Gimblett 1998).

haus mit 6 Museumsetagen² und 250 Miets- und Eigentumswohnungen²; das Guggenheim Museum plante einen 11-stöckigen (inzwischen verwirklichten) Erweiterungsbau und das Metropolitan Museum bekam seine Ausdehnung in den öffentlichen Raum des Central Parks genehmigt. Aber auch in den anderen Städten Amerikas zwischen Kansas City und Los Angeles; überall werden große Pläne geschmiedet und erste Spatenstiche getan.³

In den Niederlanden stieg die Anzahl der Museen zwischen 1980 und 1999 von 485 auf 902, von den 902 Museen waren 109 Kunstmuseen (vgl. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen 1998: 73; Centraal Bureau voor de Statistiek 1993 und 2002). Auf Einzelbauten bezogene Baumaßnahmen, die in den Medien besonderes Aufsehen erregten, betrafen das Groninger Museum, das nach einem Entwurf von Aldesso Mendini erweitert wurde (Eröffnung: Ende 1994), und in Maastricht das neue Bonnefantenmuseum von Aldo Rossi (Eröffnung: März 1995). Umfassendere Projekte waren der Bereich um das Rotterdamer Museum Boymans-van Beuningen, der in den neunziger Jahren mit der Kunsthal (1992) von Rem Koolhaas⁴ und dem Nederlands Architectuurinstituut (1993) von Jo Coenen zum „Museumspark“ eingerichtet wurde. In Utrecht wurde 1994 der Masterplan Museumsquartier präsentiert, nach dem der südliche Teil des historischen Zentrums zum kulturhistorischen Zentrum ausgebaut werden sollte, und in Amsterdam gilt die Aufmerksamkeit der Planer dem *Museumplein* und der Erweiterung des Stedelijk Museums.

In der Bundesrepublik Deutschland stieg die Anzahl der Museen zwischen 1982 und 2000 von 1.454 auf 4.523⁵, im selben Zeitraum stieg die Zahl der Kunstmuseen von 200 auf 486 (vgl. Institut für Museumskunde 1983 und 2000).⁶ Hierzulande wetteiferten vor allem die Städte Frankfurt

- 2 Davon werden allerdings zunächst nur die sechs Museumsetagen und ein acht Etagen umfassendes Education and Research Center realisiert (siehe <http://www.moma.org>).
- 3 Zur Entwicklung der Kunstmuseen in New York siehe z.B. Zukin 1993, zum Museumsbauboom des letzten Jahrzehnts in den USA siehe Wefing 2002.
- 4 Eine Kurzbiographie der in dieser Arbeit genannten Architekten findet sich, nach Maßgabe ihrer Bauten und Entwürfe für das Image der untersuchten Städte, im Anhang.
- 5 Zudem wurden im Jahr 2000 1.304 Museen in den fünf neuen Bundesländern und im ehemaligen Ost-Berlin registriert (vgl. Institut für Museumskunde 2001).
- 6 Kein anderes europäisches Land besitzt eine dermaßen hohe Anzahl dieser Institution, denn in Deutschland waren überall, wo ein kleines Fürstentum oder eine Reichsstadt nach Ansehen strebte, Museen und Theater erbaut worden. Ein wei-

am Main, Berlin, Köln, München, Stuttgart und Hamburg um den sensationellsten Museumsbau. Im Jahr 1982 wurden gleich zwei spektakuläre Neubauten eröffnet: das Städtische Museum Abteiberg Mönchengladbach von Hans Hollein und die Neue Staatsgalerie von Stirling/Wilford in Stuttgart. In Frankfurt wurden im Rahmen des „Museumsuferprojekts“ 1985 die Erweiterung des Museums für Kunsthandwerk (seit 2000: Museum für Angewandte Kunst) von Richard Meier und 1991 das neue Museum für Moderne Kunst von Hans Hollein eröffnet, in Köln wurden das Wallraf-Richartz Museum im Jahr 2001 in einem Neubau von Oswald Ungers untergebracht, parallel wurde das Museum Ludwig von Rem Koolhaas in Zusammenarbeit mit einem deutschen Architektenteam umgestaltet, und in München eröffnete im Jahr 2002 die Pinakothek der Moderne von Stephan Braunfels, um nur einige signifikante Beispiele zu nennen.

Auch in den osteuropäischen Ländern gab es eine ähnliche Tendenz der Museumsentwicklung, wenngleich sich die dortige Datenlage erheblich von der in den Niederlanden und Deutschland unterschied, so dass der direkte Vergleich mit der Museumsentwicklung in z.B. der Tschechischen Republik erschwert wird. Aus einer Statistik des Kulturministeriums ließ sich ablesen, dass die Zahl der Museen dort in den neunziger Jahren um ca. 10 % stieg.⁷ Museumsneubauten gab es nicht in dem Ausmaß wie in den Niederlanden oder der Bundesrepublik Deutschland. Es wurden aber in den letzten Jahren verstärkt neue Museen in restaurierten historischen Gebäuden eingerichtet. So gab es in Prag im Jahr 1997 allein drei Museumsneugründungen – alle Kunstmuseen. Und mit der

teres westdeutsches Phänomen sind die vielen Kunsthallen und Kunstvereine, die inzwischen über ansehnliche Ausstellungsflächen verfügen.

- 7 In Zahlen ausgedrückt stieg die Anzahl zwischen 1993 und 2000 von 422 auf 599 Museen. Bei dieser Steigerungsrate von 42 % muss berücksichtigt werden, dass die Kunstmuseen, die in der Tschechischen Republik zu einer anderen Sparte, den „galerií“ (Galerien) gerechnet wurden, im Jahr 1998 der Sparte der „muzej“ (Museen) angegliedert wurden. Die Zahl der Ausstellungen der muzej wuchs im selben Zeitraum von 1.837 auf 2.517 und die Zahl der Besuche ging von 6.242.975 auf 5.868.439 leicht zurück (vgl. IPOS 1998; IPOS 2001). Der Besucherrückgang bezog sich jedoch weniger auf die Kunstmuseen, wo die Tendenz steigend war, wie mir zwei Prager Museumsdirektoren bescheinigten (I.28; I.26). In einer anderen Statistik, dem Verzeichnis des 1990 gegründeten Verbands tschechischer und mährischer Museen und Galerien von 1998 waren immerhin 566 Institutionen verzeichnet, wobei hier wieder die Kunstmuseen und Kunsthallen fehlten, so dass die Gesamtzahl der Museen schätzungsweise 10 % darüber lag (Adresář 1998).

der Menge der Museen stieg auch die Menge der Besucher und Besuche.⁸

Die Stadtplanerin Irina van Aalst hat auf eine wichtige Implikation des Museumsbaus hingewiesen: Neu sei der Einsatz von spektakulären Museumsneubauten als Revitalisierungsstrategie für Stadtzentren und verarmte Stadtteile (vgl. van Aalst 1997: 15). Als europäischer Auftakt und gelungenes Beispiel einer solchen Planungspolitik gilt der in den siebziger Jahren ausgeführte Bau des Centre Pompidou (Paris), einem Kulturzentrum, das unter anderem ein Museum für moderne Kunst, eine öffentliche Bibliothek, Konferenzräume und ein Restaurant beherbergt. Ein aktuelleres Beispiel stellt das Museo Guggenheim-Bilbao (Eröffnung 1997) von Frank O. Gehry dar. Verortet an einem stark verschmutzten Fluss in einer etwas heruntergekommenen baskischen Industriestadt, deren Stahl- und Schiffsindustrie am Boden liegt und die mit einer Arbeitslosenrate von 19 % zu kämpfen hat, wertete Daniela Horvarth den bildwirksamen Bau in der Zeitschrift *der Stern* als „in Titan gegossene[n] Hoffnungsträger“ (Horvarth 1997). Hier ging es gezielt um die Neudefinition eines Ortes durch architektonische Zeichen, die sinnlich wahrnehmbar und medial vermittelbar sind.

Diese Bauten lassen sich als Imageträger heutzutage besonders dann, wenn sie vom Reißbrett international gefeierter Architekten stammen, schnell und umfassend vermarkten, und sie werden im Rahmen eines Stadtmarketings instrumentalisiert. Das geht so weit, dass Museen für moderne Kunst gebaut wurden, für die zunächst so gut wie keine Sammlung bestand.⁹

Die nicht abreißen wollende Neubauwelle der Museen wurde in den letzten zwei Jahrzehnten von Sozial- und Kulturwissenschaftlern in zunehmendem Maße mit wirtschaftspolitischen Argumenten begründet. Am griffigsten geronnen ist die These von der Einsetzbarkeit der Kultur für die Zwecke des sogenannten Stadtmarketings bei den Stadtsoziolo-

- 8 In den Niederlanden stieg die Zahl der Besucher zwischen 1980 und 1999 um mehr als ein Drittel von ca. 14,5 Millionen auf ca. 20,6 Millionen, davon entfielen 1999 6,5 Millionen, also ein knappes Drittel auf Kunstmuseen (vgl. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen 1998: 73; Centraal Bureau voor de Statistiek 1993 und 2002). Eine ähnliche Entwicklung war in den Museen der alten Bundesländer zu verzeichnen, wo die Zahl der Gesamtbesuche zwischen 1982 und 2000 von ca. 52,4 Millionen auf ca. 74,1 Millionen stieg (vgl. Institut für Museumskunde 1983 und 2001).
- 9 Beispiele einer solchen Image-Politik sind das Museum von Richard Meier in Atlanta, aber auch das Museum für Moderne Kunst von Hans Hollein in Frankfurt am Main (siehe Beaucamp 1993: 126f.).

gen Hartmut Häußermann und Walter Siebel. Diese schrieben dem Ausbau von Kultur in dreifacher Hinsicht eine ökonomische Funktion zu: als Teil der Tourismusbranche, als Industrie und als Standortfaktor (vgl. Häußermann/Siebel 1987: 204). In Bezug auf die Museen soll dies im Folgenden konkretisiert werden.

Museen als Teil der Tourismusbranche

In Zeiten rückläufiger Subventionen¹⁰ sind die Museen noch mehr auf die Einnahmen durch ihre Besucher angewiesen. Und die Planungslogik der Museumsdirektoren richtet sich danach, dass Touristen mehr Einkünfte garantieren als der relativ kleine Kern von Wiederholungsbesuchern. Museumsdirektoren der großen internationalen Kunstmuseen gingen in den späten achtziger bzw. den neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts davon aus, dass drei von vier (vgl. Häußermann/Siebel 1987: 204) oder zwei von drei (vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1998: 137) der Museumsbesucher aus dem Ausland kamen, und drangen in dem Maße, wie die Räumlichkeiten für Dauerausstellungen und große Sonderausstellungen nicht mehr ausreichten, auf Erweiterungsbauten.

Die amerikanische Ethnologin Barbara Kirshenblatt-Gimblett hat darauf hingewiesen, dass die Ausrichtung der Museen auf die moderne Tourismus-Industrie ein relativ neues Phänomen sei. Seit den siebziger Jahren des letzten Jahrhunderts konzentrieren sich die Museen in zunehmendem Maße auf „education“ (Bildung/Vermittlung) und „visitor services“ (Besucher-Services), was zu Lasten der wissenschaftlichen Forschung ginge. Nach Kirshenblatt-Gimblett wird diese Orientierung an den Besucherinteressen durch das Schlagwort „experience“ (Erfahrung/Erlebnis) repräsentiert, was wiederum die Repräsentationspraxis beeinflusst (Kirshenblatt-Gimblett 1998: 136ff.).

10 Irina van Aalst gab beispielsweise für die niederländische Museumspolitik der achtziger und frühen neunziger Jahre an, dass die Zuschüsse von Staat, Provinzen und Gemeinden binnen sieben Jahren von 80 % im Jahr 1985 auf 65 % im Jahr 1992 gesenkt wurden (van Aalst 1997: 29f.). Entsprechende Vergleichsdaten zu Tschechien und Deutschland waren nicht verfügbar, aber auf lokaler Ebene gab es immer wieder Haushaltskürzungen im Kulturbudget. In Frankfurt wurden 1994 immerhin 50 Mio. Mark eingespart, und in Prag wurde 1997 gleich die Hälfte des Personals der Nationalgalerie gestrichen (I.37; I.27). Gleichzeitig dienten seit den achtziger Jahren in zunehmendem Maße die Besucherzahlen als Maßstab für die Verteilung der knapper werdenden städtischen Subventionen an die Museen.

Zu diesen auf Erlebnis ausgerichteten „Besucher-Services“ gehört die „Nacht der Museen“ und die multimediale Aufarbeitung der Ausstellungsinhalte ebenso wie die Einrichtung von Bibliothek, Buchläden, Filmsälen und einem Restaurant oder Café. Vor allem die großen Thementausstellungen¹¹ wie Van Gogh (Amsterdam 1990), Vermeer (Den Haag 1998/Frankfurt 2001) oder Rudolf der IV. (Prag 1997) sind gut besucht und sind mitunter bis Mitternacht geöffnet, um dem Besucherandrang gerecht zu werden.¹²

Mit dem Kunsttourismus haben sich nicht nur die Erwartungen der Besucher an die Häuser geändert, sondern auch der Typ des Museumsbesuchers: Der Kunsthistoriker Ernst Gombrich stellte diesbezüglich bedauernd fest, dass die beinahe religiöse Ehrfurcht, mit der sich Besucher einem Museum zu nähern pflegten, und die Möglichkeit, die ausgestellte Sammlung nach eigenen Eindrücken und Interessen zu ergründen und anzuordnen, verloren gegangen sei (Gombrich 1988: 120). Ähnlich stellte Ilona Lehnard in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* (23.09. 2000) die „Verflüchtigung des individuellen Museumsbesuchers“ fest sowie ein verändertes Rezeptionsverhalten beim in Gruppen reisenden Publikum, das bei aller unbestrittenen Kunstliebe auf raschen Konsum möglichst vieler Schausammlungen dränge.¹³ Das veränderte Rezeptionsverhalten wird wiederum von Kunstsoziologen und Museumspädagogen auf die Auswirkungen der Medienkultur zurückgeführt: Heiner Treinen (1981) bezeichnete dementsprechend die Kulturrezeption eines Massenpublikums im Museum als „aktives Dösen“ und van Stokkom sprach in diesem Zusammenhang von „verstrooide waarneming“ („fragmentarisierte Wahrnehmung“ ist hier die sinngemäße Übersetzung): Man wolle

11 Nur die größten Museen und Kunsthallen sind an diesem „Karussell“ spektakulärer Sonderausstellungen beteiligt, da sie über die notwendigen Voraussetzungen verfügen, das heißt über Räume, Personal und Gelder sowie über Bestände, die sie im Tausch gegen die Leihgaben anderer einsetzen können (vgl. Häußermann/Siebel 1987: 205).

12 Beispielsweise gab es allein in Deutschland im Jahr 2000 9.348 Sonderausstellungen, wovon 38,4 % Kunstausstellungen waren (vgl. Institut für Museumskunde 2001: 3).

13 Rolf Klein ermittelte 1989 eine durchschnittliche Verweildauer von 8 Sekunden, die Museums-, Ausstellungs- oder Messebesucher in Deutschland unabhängig von Alter, Geschlecht, Ausstellungstyp- und Gegenstand vor den Ausstellungsobjekten aufbrächten. (Klein 1989: 119). Für die Entwicklung der Sonderausstellungen in Amsterdam und Prag waren laut Mitarbeitern des Centraal Bureau voor de Statistiek und der Městská statistická správa v hl. m. Praze keine Vergleichszahlen erhältlich.

sich schnell informieren und lasse sich dabei häufig durch den Zufall leiten, analysierte van Stokkom das gängige Besucherverhalten (van Stokkom 1995: 336, zit. nach van Aalst 1997: 52).

Auf das veränderte Rezeptionsverhalten reagierten nahezu alle großen europäischen Museen mit einer Modernisierung, die tiefgreifende konzeptionelle Veränderungen zur Folge hatte. Der neue Eingang des Louvre, die Berliner Museumsinsel, das Wiener Museumsquartier, der Amsterdamer *Museumplein* und das Frankfurter Museumsufer, alle diese Projekte setzen auf eine Verdichtung der städtischen Museumslandschaft und zeugen von dem Willen der Planer, die Städtetouristen über spektakuläre Bauwerke von Stararchitekten in die Museen zu ziehen. Denn um zum Reiseziel zu werden, muss eine Stadt sich von den anderen Städten, mit denen sie um die Kaufkraft der Touristen konkurriert, unterscheiden. In diesem Sinne dient das architektonische Bild des Stadtzentrums inklusive der Museen und deren spezifischen Inhalten dazu, die Einzigartigkeit eines Ortes zu unterstreichen. Für die Tourismuswirtschaft werden ganze Innenstädte zu Museen, innerhalb derer sich Denkmal- und Kunstbetrachtung mit Restaurantbesuchen, Shopping und anderen Lebensstil-Erfahrungen verbinden lassen. Und darauf reagierten, wie wir noch sehen werden, Bürgermeister und Stadtplaner mit entsprechenden Revitalisierungsmaßnahmen im Zentrum bzw. in zentrumsnahen Gebieten.

Museen als Industrie

Museen beschäftigen häufig überdurchschnittlich qualifizierte Arbeitskräfte und erzielen wachsende Umsätze, bringen also Kaufkraft, Steuereinnahmen und Arbeitsplätze. Eine solche direkte Verbindung von Museen und deren positiven wirtschaftlichen Auswirkungen stellen von Land oder Region beauftragte Studien her. In den Niederlanden wurden z.B. Mitte der neunziger Jahre erstmalig durch das „Instituut voor Onderzoek van Overheidsuitgaven“ („Institut zur Untersuchung von Regierungsausgaben“) eine Untersuchung über den Museumssektor als eigenen „Wirtschaftszweig“ gemacht (Leenders/Sips 1996). Aus dieser Untersuchung ging hervor, dass die niederländischen Museen im Jahr 1992 rund 280 Millionen Gulden Umsatz erwirtschafteten, was immerhin 4 % des Umsatzes des Wirtschaftszweigs „Cultuur, recreatie en sport“ („Kultur, Freizeit und Sport“) ausmachte. Laut dieser Studie boten die Museen, was das Arbeitsvolumen anbetraf, ca. 6.000 „Arbeitsjahre“ (vgl. ebd.). Zu Deutschland gab es eine ähnliche Kulturwirtschafts-Studie, die

allerdings auf Hessen beschränkt war (Hessisches Ministerium 2003). Für Tschechien gab es meines Wissens bislang keine systematischen Erhebungen, die in diese Richtung gingen. Dort befanden und befinden sich die Institutionen noch zu stark innerhalb einer Reorganisationsphase von systembedingt staatlich finanzierten zu nunmehr teilsubventionierten Organisationen. So wurde beispielsweise auf einer 1996 in Prag abgehaltenen Konferenz unter dem Titel: „Vztah kultury a ekonomiky ve městě“ („Zum Verhältnis von Kultur und Ökonomie in der Stadt“) auf die Reorganisation der einzelnen Institutionen abgehoben, die sich in Zukunft noch stärker dem Tourismus zuwenden und mit Sponsoren kooperieren wollten, um überlebensfähig zu bleiben (vgl. Pražská informační služba 1996).

Museen als Standortfaktor

In wirtschaftswissenschaftlicher Literatur wird zwischen so genannten harten und weichen Standortfaktoren unterschieden (vgl. van Bommel 1992: 15). Zu den harten Standortfaktoren zählen die Lage der Stadt und ihre Infrastruktur. Zu den weichen Standortfaktoren zählen der „Charme“ bzw. die „Lebensqualität“ einer Stadt. Hierunter werden als wichtige Aspekte neben Wohnqualität und Einkaufsmöglichkeiten die Qualität und die Vielfalt des kulturellen Angebots gefasst. Entsprechend werden attraktive Museumsneubauten innerhalb einer Städtekonkurrenz als Mittel eingesetzt, um den Zuzug von Betrieben mit hochqualifizierten Arbeitsplätzen zu erreichen. Ob Museen als eine Sparte der Kultureinrichtungen tatsächlich zur Ansiedlung von Betrieben und hochqualifizierten Arbeitskräften beitragen, ist schwer messbar.

Drei auf Deutschland bezogene Studien sollen hier herangezogen werden, um diesbezüglich eine Tendenz anzugeben. Die von Dietrich Henckel (1986: 143-55) befragten 140 Repräsentanten aus 110 Betrieben gaben an, dass Kultur als Standortfaktor an dritter Stelle nach Transportmöglichkeiten und Arbeitsmarkt stehe. In einer anderen Studie werteten 69 % der 74 befragten Manager aus dem Ruhrgebiet kulturelle Einrichtungen als einen wichtigen Beitrag zum Image und zur Lebensqualität einer Stadt (Skrodzki 1989: 87).¹⁴ Auf die Vorstellungen der Dienstleister bezogen war dagegen eine Studie von Marianne Rodenstein (1998), die junge, hochqualifizierte Finanzdienstleister am Beispiel von

14 Es ist heute schwer zu beurteilen, inwieweit diese Studien angefertigt wurden, um den damaligen Bauboom von Kultureinrichtungen affirmativ zu bekräftigen.

Frankfurt am Main nach ihren Vorstellungen von Lebensqualität befragte. Sie ermittelte, dass neben dem Gehalt und Wohnkomfort das Vorhandensein von exklusiven Restaurants, Sportclubs und Nachtclubs bestimmend für die Lebens- bzw. Wohnqualität einer Stadt seien. Die neuen Museen bedienen solche Ansprüche, indem in ihren Räumlichkeiten Restaurants von gehobenem Niveau eingerichtet bzw. Partys oder Modenschows veranstaltet werden.

Museen moderner Kunst und Lebensstil

Der Museumsbauboom und die Transformation des Besucherverhaltens stehen in unmittelbarem Zusammenhang mit tief greifenden ökonomischen Restrukturierungen, die alle fortgeschrittenen Industriegesellschaften seit Mitte der siebziger Jahre erfassten.¹⁵ Die Veränderung einer auf Massenproduktion und Massenkonsum basierenden Industriemoderne zu „flexibler Spezialisierung“ und Dezentralisierung wirtschaftlicher Aktivitäten hängt eng mit Globalisierungsprozessen zusammen, die sie von industriegesellschaftlichen Zeit- und Raummustern lösen. Aus der Vielzahl der sozialwissenschaftlichen Definitionen möchte ich mich hier auf die Definition von Anthony Giddens beziehen, der Globalisierung versteht „im Sinne einer Intensivierung weltweiter sozialer Beziehungen, durch die entfernte Orte in solcher Weise miteinander verbunden werden, dass Ereignisse an einem Ort durch Vorgänge geprägt werden, die sich an einem viele Kilometer entfernten Ort abspielen, und umgekehrt“ (Giddens 1995: 85; engl.: 1990).

Richard Sennett zeigt auf, dass unter der Oberfläche des Begriffs Flexibilität, der mit Freiheit und freier Wahl gleichgesetzt wird, sich ein System verbirgt, das aus drei Elementen besteht: „dem diskontinuierlichen Umbau von Institutionen, der flexiblen Spezialisierung der Produktion und der Konzentration der Macht ohne Zentralisierung“ (Sennett 1998: 59). Er beschreibt anhand der Analyse der Beziehungen mittelständischer Firmen in Norditalien, mit der er sich auf eine Studie der Wirtschaftswissenschaftler Michael Piore und Charles Sable (1984) be-

15 Als Auslöser gilt die Krise des „fordistischen“ Produktionssystems in den frühen siebziger Jahren. Massenproduktion, die die linear wachsende stabile Nachfrage von Massenmärkten bedient, verlor ihre Leistungsfähigkeit, weil sie nicht flexibel genug war, eine breite Produktpalette schnell auf den Markt zu bringen. Hinzu kamen die Ölkrise, die Verteuerung von Rohstoffen und die Verschärfung internationaler Konkurrenzen (vgl. Bell 1988; Sennett 1998: 57ff.; Welz 1996: 116).

zieht, was die „flexible Spezialisierung“ beinhaltet: „Firmen kooperieren und konkurrieren zugleich, indem sie Marktnischen suchen, die sie eher vorübergehend als ständig belegen“ (Sennett 1998: 64). Piore und Sable nannten dieses System „eine Strategie der permanenten Innovation: eine Anpassung an den dauernden Wandel“ (Piore und Sable zit. nach Sennett, ebd.). Auch bei den Museen für moderne Kunst, die sich zunehmend als Unternehmen begreifen, macht sich seit den achtziger/neunziger Jahren eine solche „Strategie der permanenten Innovation“ bemerkbar, wo z.B. auf den Marktdruck von Besucherzahlen reagiert wird, indem „Rauminszenierungen für synästhetische Erlebnisse“ geschaffen werden und Ausstellungsinhalte multimedial aufbereitet werden.

Im Folgenden möchte ich die Lebensstilkonzepte von Ulrich Beck, Gerhard Schulze und Pierre Bourdieu hinsichtlich des Museumsbesuchs als Distinktionsmarker diskutieren.

Ulrich Beck hat in der 1986 erschienenen Diagnose der „Risikogesellschaft“ die These aufgestellt, dass sich mit dem Verblässen der leitenden Werte der Industriegesellschaft klassenförmige, ökonomische Formationen der Tendenz nach auflösen. Er diagnostizierte einen „Individualisierungsschub, der die Menschen aus traditionellen Klassenbildungen herausgelöst“ und in die Welt der Lebensstile entlassen habe (Beck 1986: 123f.).¹⁶ Dieser „Individualisierungsschub“ ergab sich nach Beck aus dem Zusammenwirken einer ganzen Reihe von Komponenten, wobei sich seit den sechziger Jahren insbesondere die drei Komponenten „Lebenszeit, Arbeitszeit, Arbeitseinkommen [...] zugunsten einer Entfaltung der Lebenschancen“ verschoben haben (Beck 1986: 124).

Ähnlich wie Beck stellte Gerhard Schulze (1992) in seiner groß angelegten und viel zitierten „Kultursoziologie der Gegenwart“, in der er Deutschland als „Erlebnisgesellschaft“ erschloss, eine Verbindung zwischen wachsendem Einkommen und wachsender Freizeit und der Vielfältigkeit der Lebensformen her. Schulze ging davon aus, dass die Einzelnen in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts ihr Leben in zunehmendem Maße nach eigenen Neigungen und Vorlieben gestalteten, wobei der Wunsch nach Erleben die individuellen Geschmacksvorlieben und den Lebensstil bestimme. Übereinstimmungen von persönlichen ästhetischen Stilschemata sowie in Alter und Bildung wirkten nach Schulze milieu- bzw. großgruppenbildend (vgl. Schulze 1992: 55 u. 108 f.).

16 Nach Beck traten an die Stelle der „Klassenwelten“ ungleiche Konsumstile in Einrichtung, Kleidung, Massenmedien, persönlicher Inszenierung usw. (vgl. Beck 1986: 125).

Im Gegensatz zu den Lebensstilkonzepten von Beck und Schulze hatte Bourdieu 1979 in seiner Theorie der „feinen Unterschiede“, einer Studie zu den Lebensstilen im Frankreich der sechziger und siebziger Jahre, ausgeführt, dass tradierte Muster oder eine soziokulturelle klassenspezifische Determination die Lebensstile bestimmten, und einen Zusammenhang von Klassenlage, kultureller Praxis und Lebensstil entwickelt.¹⁷ Bourdieu unterschied ökonomisches, kulturelles, soziales und symbolisches Kapital und ordnete verschiedene Berufsgruppen, wie z.B. Großindustrielle, Journalisten, Künstler und Arbeiter, Lehrer an Schulen und Hochschulen, nach den ihnen jeweils zur Verfügung stehenden Kapitalsorten innerhalb einer gesellschaftlichen Rangordnung an, wobei eine kulturelle und eine ökonomische Elite unterschied. Trotz vielfältiger Kritik an der Geschlossenheit seines Habituskonzepts hat Bourdieus Umgang mit den Kategorien „Geschmack“ und „Kultur“ erst den Boden für die Durchschlagkraft nachfolgender Lebensstilansätze, wie dem Schulzes, geschaffen. Gisela Welz wies darauf hin, dass Bourdieu in seiner Studie „Kultur“ im eingeschränkten und normativen Sinn von ‚Bildung‘ dem globaleren ethnologischen Begriff von ‚Kultur‘ einfügt¹⁸, was es erlaube, „Kultur“ im doppelten Sinn als im gleichen sozialen Raum eingeschrieben zu begreifen: als Hochkultur und als Lebensweise einer Gruppe (Bourdieu 1989: 17; vgl. Welz 1996).¹⁸

Wie hängen nun die Museumsneubauten mit der Differenzierung der Lebensstile zusammen und welche Rolle können Museumsbesuche als Distinktionsmarker spielen? Der Besuch eines bestimmten Museums kann die Funktion haben, der Außenwelt deutlich zu machen, dass man zu einer bestimmten Gruppe gehört. Der Bau von Kunstmuseen ist also zunächst einmal für deren Nutzer in dem Sinn von Bedeutung, dass er ihnen einen Distinktionsgewinn gegenüber solchen „Milieus“ (Schulze)

17 Es ist vielfach kritisiert worden, dass Bourdieu die Herkunft und den Lebensstil der oberen Klassen als „legitime Kultur“ unterstreiche und ihm die weniger privilegierten Klassen nur als Kontrastmittel diene bzw. er den „proletarischen Lebensstil“ als einen durch „Mangel und Mangelbeziehung bestimmten Lebensstil“ bezeichne, anstatt diesen von innen heraus zu erklären (vgl. Schindler 1985; Kaschuba 1989; Katschnig-Fasch 1998: 14).

18 Für seine Theorie der gegenwärtigen Milieustruktur griff Schulze dann auch auf Bourdieus Distinktionsmodell zurück, dessen Vertikalität er die Vorstellung eines „horizontalen Modells“ gegenüberstellte, „bei dem sich Stilgruppen wie Fußballmannschaften in unterschiedlichem Trikot gegenüberstehen“ (Schulze 1992: 110). Er betonte, dass „die Definition des Schönen und des Hässlichen auch in sozialen Milieus der Gegenwart eine distinktive Komponente“ habe (Schulze 1992: 111).

oder „Klassenlagen“ (Bourdieu) verschafft, die ihre Freizeit anders verbringen.

Innerhalb der Gruppe derer, die Museen besuchen, lassen sich wiederum unterschiedliche Distinktionsformen differenzieren, abhängig von der Art der Museen, der Art der Ausstellungen und der „Qualität der An eignung“, wie z.B. das zügige Konsumieren einer Sonderausstellung im Rahmen einer Reisegruppe oder der regelmäßig aufs Jahr und auf die Woche verteilte, zeitintensive Museumsbesuch (vgl. Bourdieu 1989: 440 u. 793f.). Der Museumsbesuch ist als ein Distinktionsmarker für aufstiegsorientierte Lebensstile geeignet.

Kunstmuseen und Globalisierung

Hinsichtlich der Frage des Zusammenhangs von Museumsbauten und Stadtimagebildung interessiert hier allerdings weniger der Distinktionsgewinn, den ein Museumsbesuch für den Einzelnen bedeuten kann, sondern was der Museumsneubau im Rahmen einer sich zunehmend verschärfenden grenzüberschreitenden Städtekonkurrenz an Distinktionsgewinn für das gesamte Gemeinwesen Stadt bedeuten kann. Die Frage ist, ob dieser Distinktionsgewinn allein über die unterschiedliche Architektur hergestellt wird. Gibt es Städte, die bei ihren aktuellen Imagebildungsprogrammen auf etwas anderes setzten als auf Kunst?

Wenn man sich im europäischen Umfeld umschaute, fällt auf, dass selbst bei Städten, die stark mit ihren Produkten identifiziert werden, wie Pilsen („Bierstadt“) oder Wolfsburg („Autostadt“), Kunst bei der Imageplanung keineswegs ausgeblendet wurde: Pilsen wirbt parallel mit dem Besuch des Bier- und des Kunstmuseums, und in dem neuen Wolfsburger Konzerngebäude wurde eine Galerie mit Werken der Nachkriegsmoderne eingerichtet (vgl. Rauterberg 1999).¹⁹

Ich gehe im Anschluss an Pierre Bourdieu davon aus, dass es sich bei den verdichteten Museumslandschaften um die Akkumulation von „symbolischem Kapital“ handelt, mittels dessen die Stadtoberhäupter für ihre Stadt, dass heißt für die „imaginierte Gemeinschaft“²⁰ ihrer Stadt, je-

19 Der Einrichtung von Kunstgalerien kam in den erlebnisorientierten „brandsca pes“ der letzten Jahre sogar eine gewichtige Rolle zu.

20 Den Begriff der „vorgestellten Gemeinschaft“ führte der amerikanische Historiker Benedict Anderson im Kontext seiner Definition von Nation ein. Die Nation ist nach Anderson eine vorgestellte Gemeinschaft, „weil die Mitglieder selbst der kleinsten Nation die meisten anderen niemals kennen, ihnen begegnen oder auch nur von ihnen hören werden, aber im Kopf eines jeden die Vorstellung

weils nach dem Ruf von Kompetenz, Prestige und Ansehen streben. Auf der visuellen Ebene werden mit den Museumsneu- und -erweiterungsbauten Zeichen der Unterscheidbarkeit gesetzt, die zum Image der jeweiligen Stadt beitragen sollen. Das so hergestellte „Image“ der Stadt überträgt sich zunächst einmal auf alle ihre Bewohner.

Aber lässt sich Bourdieus Konzept, das vom Individuum ausgeht, welches klassenspezifisch im Rahmen eines Habitus agiert, so ohne weiteres entpersonalisieren? Ich denke, die „Entpersonalisierung“ ist nur ein Aspekt, denn zugleich fällt die Gestaltung des Gemeinwesens Stadt ja in den Handlungsbereich von Individuen: Primär der Bürgermeister, Stadtplaner und Kulturdezernenten, in deren Amtszeit bestimmte Gebäude realisiert werden. Diese häufen soziales Kapital bzw. kulturelles Kapital, wenn ihr Name mit der Realisierung bestimmter Bauprojekte verbunden wird. Gleichzeitig können Einzelhandelsgeschäfte und Firmenniederlassungen über die Nähe zu (Kunst-)Museen ihren sozialen Status vergrößern – somit greift hier wieder das Bourdieusche Habituskonzept und die beinhalteten Distinktionen. Bourdieus Konzept differenter und sich zum Teil überlagernder Kapitalsorten, die in meinen Augen für die Imagebildung von Personen und städtischen Gemeinschaften eine gravierende Rolle spielen, von der französischen Gesellschaft auf andere europäische Gesellschaften zu übertragen, halte ich durch die gemeinsame europäische Geschichte für zulässig.

Die baugestützten Bemühungen um das jeweilige Stadtimage sind vor dem Hintergrund von Modernisierungs- und Globalisierungsprozessen zu lesen: Technologische Entwicklungen, wie die Einführung und Verfeinerung elektronischer Datenübertragung und Telekommunikation, Satellitenverbindungen und Glasfasernetze sowie der Ausbau einer weltweiten Verkehrsinfrastruktur, haben die Welt enger zusammenrücken lassen. Die dadurch veränderte Beziehung von Raum und Zeit wurde von den Soziologen David Harvey (1989) und Anthony Giddens (1990) als „time-space-compression“ bzw. als „time-space-distanciation“ bezeichnet. In dem Maße wie nun die Welt enger zusammenrückt, vergleichen die Stadtoberhäupter ihre Stadt in verstärktem Maße auch über die nationalen Grenzen hinaus mit anderen Städten, bzw. die Museumsdirektoren vor Ort ihre Museen mit den Museen in Städten anderer

ihrer Gemeinschaft existiert“ (Anderson 1998: 14f.). Dieses Konzept lässt sich auf Stadt übertragen, weil auch die Bewohner einer Stadt einander nicht umfassend über persönliche Begegnungen kennen.

Länder. Zum Beispiel blickt Frankfurt nach New York, Amsterdam blickt nach Paris oder London und Prag blickt nach Wien oder Berlin.²¹

Bis vor einiger Zeit war die Meinung weit verbreitet, dass eine weltweit durchgesetzte Modernisierung kulturelle Vereinheitlichung befördern helfe. In den vergangenen zwei Jahrzehnten haben die Sozial- und Kulturwissenschaften dem Modernisierungsszenario einer zur Einheitskultur homogenisierenden Welt die Prognose und Diagnose einer spannungsreichen Gegenläufigkeit von Differenzierung und Vereinheitlichung entgegengestellt. Dafür stehen insbesondere die Arbeiten von Arjun Appadurai (1990, 1991), Ulf Hannerz (1992, 1996, 1998), James Clifford (1988, 1997) und George Marcus (1995).²² Die erhöhten Interaktionsfrequenzen und der intensivierete Austausch zwischen Gemeinschaften²³, worunter auch asymmetrische Formen der Kommunikation und Interaktion fallen, wirken zudem als Katalysator für neue kulturelle Unterscheidung und Abgrenzung. Roland Robertson argumentierte beispielsweise, „dass Globalisierung die Wiederherstellung, in bestimmter Hinsicht sogar die Produktion von ‚Heimat‘, ‚Gemeinschaft‘ und ‚Lokalität‘ mit sich gebracht“ habe und schlug den Begriff „Glokalisierung“ vor, um die wechselseitige Durchdringung von homogenisierenden und heterogenisierenden Tendenzen zu fassen (Robertson 1998: 200ff.). Der Vorteil einer solchen Begriffswahl liegt auch darin, dass die räumliche, lokale Ebene, die in kulturalanthropologischen Diskursen über kulturelle „Fließrichtungen“ und „Fließgeschwindigkeiten“²⁴ leicht aus dem Blick gerät, enthalten ist.

- 21 Zur Erleichterung der internationalen Vergleichbarkeit und um Förderprogramme der Europäischen Union leichter in Anspruch nehmen zu können, diskutiert der Deutsche Museumsbund sogar auf seiner Jahrestagung 2004 die Einführung eines Gütesiegels zur Qualitätssicherung bei den deutschen Museen.
- 22 Siehe auch neuere Studien des Frankfurter Instituts für Kulturalanthropologie und Europäische Ethnologie wie „Zypern“ (Welz 2001) und „Global Heimat“ (Bergmann/Römhild 2003).
- 23 Gisela Welz hat ausgeführt, dass „die Erhöhung von Interaktionsfrequenzen und deren wachsende Interdependenz“ ebenso in der Moderne angelegt war wie die Entwicklung von Nationalstaaten (Welz 1996: 99).
- 24 Ulf Hannerz übertrug Anfang der neunziger Jahre das in Immanuel Wallersteins historisch entwickeltem Weltsystemansatz eingeführte Begriffspaar „Zentrum“ und „Peripherie“ (1974) auf die Ebene aktueller kultureller Entwicklungen und sprach in diesem Zusammenhang von asymmetrischen kulturellen Fließrichtungen, die sich vom Zentrum zur Peripherie ausbreiten. Er konstatierte: „When the center speaks, the periphery listens and mostly does not talk back“, wobei die Zentren nicht zwangsläufig identisch mit den politischen und ökonomischen Zentren sein müssten (Hannerz 1992: 219). Zugleich räumte er ein, dass es auch

Der Fokus dieser Arbeit liegt darauf, was sich konkret architektonisch sichtbar, fühlbar vor Ort, das heißt in den Städten, verändert hat. Diesbezüglich interessieren hier vor allem die kulturellen Konsequenzen eines Globalisierungsprozesses auf die Stadt- und Imageplanung in vergleichbaren europäischen Städten: Einerseits reagierten die europäischen Städte auf den Konkurrenzdruck, indem in den letzten dreißig Jahren verstärkt Flughäfen und andere Infrastrukturen ausgebaut wurden, sowie neue Wohnviertel, Bürotürme, Hotels, Einkaufs- und Kongresszentren errichtet wurden. Diese Zeichen wirtschaftlicher Prosperität werden aber nicht als ausreichend angesehen, um attraktiv und konkurrenzfähig zu bleiben. Im Rahmen des Wettbewerbs unter den Städten besinnt man sich mit Hilfe von Marketingstrategen auf das jeweilige Besondere der Stadt, welches sie für Firmen, Besucher und Bewohner attraktiv und unterscheidbar machen soll. Damit soll nicht nur die Position innerhalb der Städte im eigenen Land verteidigt werden, sondern auch die eigene Position in Beziehung zu den Kulturhauptstädten in anderen Ländern bestimmt werden. Also wird das zu vermarktende Einzigartige der Stadt, das sich nicht nur auf die historische Struktur der Altstädte bezieht, sondern auch auf die Konzepte von Neubauten, bestimmt und konstruiert. Hierbei wird der Stadtplanung und Architektur ein erhöhter Wert beigegeben. Wie Gottfried Korff und Martin Roth (1990) dargestellt haben, fungieren die Museen für moderne Kunst als „Flaggschiffe in der Museumsarbeit“ und sind schon deshalb als Objekte städtischen Renommierdrangs besonders gut geeignet.²⁵

Ich werde dieses Phänomen, das heißt das Entstehen unterschiedlichster Architekturen, die jede für sich nicht bloß Hülle und Verpackung

Gegenströmungen gibt, das Beispiel von Popmusik in Nigeria, wo mit der passiven Rolle der kulturellen Konstruktion gebrochen wird (vgl. ebd.: 241). Aufbauend auf Hannerz' Analyse des kulturellen Flusses erörterte Werner Schiffauer „komplexe Strömungsverhältnisse“ in Großstädten mit beschreibbaren Regelmäßigkeiten und Strukturen. Nach Schiffauer hat z.B. die Zentralität einer Stadt unmittelbaren Einfluss auf die Geschwindigkeit des kulturellen Flusses. Er argumentierte: „Zu Zentren werden die Orte, in denen der kulturelle Wandel schneller stattfindet, in denen die Moden, die wissenschaftlichen Richtungen, die ökonomischen Entwicklungen stattfinden, die dann – wie man so sagt – ‚auf die Provinz abstrahlen‘“ (Schiffauer 1994: 37f.).

- 25 Die mediale Vermarktbarkeit der Museumsarchitektur erschöpft sich jedoch schnell, da fortlaufend in einer anderen Stadt ein noch spektakuläreres Museum gebaut wird. Um die Aufmerksamkeit des Publikums und der Medien gefangen zu halten, können dann nur noch die Ausstellungsinhalte und deren Arrangement dienen.

für die Kunst, sondern meist selbst ein Kunstwerk sind, das unverkennbar die Handschrift seines Schöpfers trägt, vor dem Hintergrund von Städtekonkurrenz und Stadtentwicklungsstrategien analysieren.

Die Bedeutung von Museen für moderne Kunst für die Stadtimagebildung

Die Soziologin Carola Scholz fasste die drei Komplexe, die der Begriff „Image“, der vom lateinischen „imago“ abgeleitet ist, umfassen kann, wie folgt zusammen:

„Er kann zum einen die sichtbare, reale Darstellung, das gegenständliche Bild eines Gegenstandes, einer Person bedeuten, im Sinne von Ebenbild, Spiegelbild, Abbild [...]; er kann zweitens ein phantasiehaftes, geistig-ideelles Wert- und Vorstellungsbild (Urbild, Leitbild, Imagination) meinen; und er kann drittens – im heutigen Marketing-Sinne – die Komplexität aller Einstellungen, Kenntnisse, Erfahrungen und Anmutungen meinen, die mit einem bestimmten Meinungsgegenstand verbunden sind (Marken-, Firmenimage)“ (Scholz 1989: 29; vgl. auch Johannsen 1971).²⁶

Was bedeutet nun der Begriff Image im Zusammenhang mit Städtebau und Stadtmarketing? Geistige oder weltliche Eliten haben, soweit man zurückblicken kann, am Image für eine Stadt konstitutiv mitgewirkt, indem sie Schlösser, Kirchen, Plätze, Straßen und Gärten erbauen ließen. Der Imagebegriff kann also mit der gebauten Umwelt in Verbindung gebracht werden. Die Soziologin Carola Scholz (1989) und die Stadtplanerin Irina van Aalst (1997) konstatierten, dass Stadtplanung spätestens seit den achtziger Jahren zur Imageplanung geworden sei.

Die Orientierung am Image setzt eine Sichtweise voraus, die den Stadtraum weniger unter funktionalistischen Gesichtspunkten wie der bestmögliche Organisation der Stadt betrachtet, sondern unter dem Gesichtspunkt seiner sinnlichen Wahrnehmung und seiner Anmutungsqualitäten. Woher kamen diese auf das Stadtbild bezogenen Entwick-

26 Zur Begriffsgeschichte von „Image“ siehe Scholz 1989: 29. Freud hatte den lateinischen Begriff „imago“ in der Bedeutung eines Vorbildes für die Libido-besetzung in die Psychologie eingeführt, und der Imagebegriff wurde zu einem Schlüsselbegriff im Rahmen der Wirtschaftspsychologie, danach sollten Imagesysteme Verhalten steuern und Orientierung geben. Gerade die Indienname des Image als Instrument der Verhaltenssteuerung im Wirtschaftsprozess stieß gegen Ende der sechziger Jahre bei Sozialwissenschaftlern wie Peter Brückner auf Kritik (vgl. ebd.).

lungspläne, in denen Kulturgebäuden und Museen als ästhetische Angebote an ihre Besucher und Bewohner eine wichtige Rolle zugeordnet wurde?

Die Beschäftigung mit dem Stadtbild geschah zunächst im Bereich der Stadtplanung. In den sechziger Jahren entbrannte in den USA, dann auch in den europäischen Städten, als Reaktion auf die damalige auf Kahlschlag und Neubau ausgerichtete Planungspolitik eine Diskussion um die Stadtgestalt. 1960 veröffentlichte Kevin Lynch seine systematische Untersuchung „The Image of the City“. Sein Imagebegriff ist an einer Stadtrealität orientiert, die es zu verbessern galt. Ein Jahr darauf erschien Gordon Cullens „Townscape“. Die beiden Stadtplaner haben insofern eine ähnliche Herangehensweise, als dass sie die Stadt in ganzheitlichen Bildern repräsentierten und eben nicht in funktionale Schichten zerlegten. Lynch ordnete die Stadt anhand von Wegen, Grenzlinien, Brennpunkten und Merkzeichen, und Cullen wiederum nahm die Stadt in unzähligen seriellen Bildausschnitten aus Augenhöhe wahr. Durch ihre Darstellungen und den Gedanken einer Stadt- bzw. Imageverschönerung mit Mitteln des „urban design“, wie der Stadtplaner Michael Trieb weiterführte (Trieb 1977), war es nur ein kleiner Schritt zum Gedanken einer wirtschaftlichen Vermarktung des Gesichts bzw. Image der Stadt. Stadtmarketing hat nach dem Marketingspezialisten Heinrich Haaß – wobei das Stadtmarketing zwangsläufig eng mit der baulich-räumlichen Stadtstruktur verknüpft ist – drei erklärte Ziele:

- „Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Stadt/Region
- Identifikation der ansässigen Unternehmen mit ihrer Stadt/Region
- Imagebildung der Stadt/Region bei Gästen und Besuchern“
(Haaß 1993: 43).

Wie und ob sich diese idealtypisch erklärten Ziele und die Interessen der angesprochenen Großgruppen Bevölkerung, Unternehmen, Besucher vereinen und befriedigen lassen, wird von Haaß nicht angesprochen. Bei den Bauprojekten, die in dieser Arbeit behandelt werden, prallten der Wertekanon der Planer, das heißt der Stadtplaner, Architekten, Museumsdirektoren und Kulturbeauftragten auf die Vorstellungen und Bedürfnisse des Wirtschaftslebens und der Bewohner und Nutzer der zu verändernden Orte.

Das Museum als kulturelles Produkt zu begreifen und seine gesellschaftliche Herstellung im historischen Wandel konkurrierender Interessen und Leitbilder kritisch nachzuvollziehen, ist zu einem wichtigen

Anliegen der Kultur- und Sozialanthropologie geworden. Vor allem zwei große interdisziplinäre Konferenzen der Smithsonian Institution zur Kulturtechnik der Musealisierung in den ausgehenden achtziger Jahren, die in den frühen neunziger Jahren publiziert wurden, haben maßgeblich dazu beigetragen: (1) „Exhibiting Cultures. The Poetics and Politics of Museum Display“ (Karp/Lavine 1991) und (2) „Museums and Communities: The Politics of Public Culture“ (Karp/Kreamer/Lavine 1992). Schwerpunkte bildeten die Untersuchung der Repräsentationsmodi anderer Kulturen in westeuropäischen und amerikanischen Museen bzw. die Analyse der Beziehung von Communitys zu den ihnen örtlich oder inhaltlich zugeordneten Museen. Anthropologische Studien wie die von Joseba Zulaika über das Museo Guggenheim-Bilbao (Zulaika 1997) oder die von Gisela Welz über die Repräsentationsmodi kultureller Vielfalt in Frankfurt am Main und New York, bei denen die Museumskuratoren als „cultural brokers“ konzeptualisiert werden (Welz 1996), oder auch Penelope Harveys Studie über die Expo 1992 (Harvey 1996) zeugen vom Interesse an musealen kulturellen Repräsentationen innerhalb und außerhalb der Institution Museum. Untersuchungen über die Funktionszusammenhänge zwischen künstlerischer Ausbildung, politischen und gesellschaftlichen Kontexten von Kunstwelten und der Reputation der einzelnen Künstler und ihrer Werke bzw. über die Interdependenzen von Klassenbewusstsein, Bildung und Macht beim Publikum der abstrakten Kunst stellen eher die Ausnahme im Fach dar – siehe die Studien von Svašek 1996 und Halle 1992.

Im Fokus dieser Arbeit steht die Frage nach dem Handlungskontext und den Leitideen der Planer von Stadtimage: In welchem Maße und wie bedienen sich vergleichbare Städte national und international der Kunst (-Museen) zur Profilierung ihres Images als moderner Großstadt und Kulturstadt. Oder anders formuliert: Wie wird das Element Kultur, insbesondere die moderne Kunst ins Stadtimage eingebaut bzw. für ein positives Stadtimage genutzt?

Zum einen ermöglicht mir der anthropologische Zugang – anders als in den verschiedenen architektur- und kunsthistorischen Beiträgen, die in den letzten Jahren über die neuen Museumsbauten in Europa und den USA erschienen sind (siehe z. B. Newhouse 1998, Lampugnani/Sachs 1999)²⁷ – die Adaptions- und Widerstandsprozesse zu untersuchen, die

27 Dort wurde eher auf verschiedene Museumstypen und Baustile rekurriert und das Verhältnis von Architektur und Inhalt thematisiert, also die Frage behandelt, ob die Museumsarchitektur eine rein dienende Funktion gegenüber der Kunst einnimmt oder ob sie die Kunst durch Rauminszenierungen dominiere.

die Museumspläne in den einzelnen Städte hervorgerufen haben, sowie Möglichkeiten der Einflussnahme am Planungsprozess durch die Bewohner zu ermitteln. Die Adaptions- und Widerstandsprozesse hingen wiederum eng mit den unterschiedlichen Nutzungsvorstellungen des öffentlichen Raums zusammen. Eine meiner Thesen, die ich aus diesem Kontext heraus entwickelt habe, ist, dass sich durch die Museumsum- und -neubauten die Nutzungsmöglichkeiten und der Nutzerkreis des neu strukturierten öffentlichen Raumes verändern. Und ich werde nachweisen, wie der „umfassende Möglichkeitshorizont“ (Favole 1995) in zunehmendem Maße architektonisch reglementiert wurde und das Recht, sich dort aufzuhalten, in zunehmendem Maße auf den Konsumenten beschränkt wurde. In kulturökologisch orientierten, raumbezogenen Identitätskonzepten stand die Frage im Vordergrund, inwieweit Raum seinen Bewohnern zur lokalen Heimat wird oder welche Ein- und Ausgrenzungen dieser Beheimatung im Wege stehen. Ina-Maria Greverus entwickelte dazu das Raumorientierungsmodell (vgl. 1979, 1994), und eine ihrer Annahmen war, dass die Identifikation mit einem Ort im Sinne von Heimat am größten ist, wenn der Mensch sich „aktiv einen Raum aneignet, ihn gestaltet“ (vgl. Greverus 1979: 28).

Zum anderen möchte ich die Museumsneubauten und deren Ausstellungskonzepte vergleichend vor dem Hintergrund von Globalisierungsprozessen und Stadtimagebildungsprozessen untersuchen und nach kulturellen Fließgeschwindigkeiten bzw. dem Ineinander von homogenisierenden und heterogenisierenden Auswirkungen fragen.

Die Museumsprojekte sind aber nicht nur Orte der Interessengegensätze, sondern die existierenden und erweiterten Kunstmuseen sind auch Orte der Selbstdarstellung – wobei die institutionalisierten Persönlichkeiten zum öffentlichen Ansehen und zur Strahlkraft des Museums beitragen sollen/wollen und damit auch zur Imagebildung der Stadt. Daher werden exemplarisch die Ausstellungskonzepte der Eröffnungsausstellungen vor dem jeweiligen (kultur-)politischen Hintergrund vergleichend analysiert.

Material und Methode

I. Stadt als Forschungsfeld

Die Urbananthropologie bzw. -ethnologie sind vergleichsweise junge Forschungsfelder innerhalb der Fachtradition. Rolf Lindner hat in seinem 1997 erschienenen Aufsatz: „Perspektiven der Stadtethnologie“ auf den antiurbanen Zug der volkskundlichen Großstadtforschung hingewiesen, die sich mit Kulturformen und Gemeinschaftsbildung in der Großstadt nur insoweit abgab, als in ihnen noch ländliches Erbe aufschien. Er führte daher die Metapher „Der Großstadtmensch als Schreiber“ als paradigmatisch für das gesamte Feld ein. Die Forschung in der Stadt blieb dann auch in der Regel auf Erscheinungen ausgerichtet, die nicht stadttypisch sind, z.B. Vereine, Nachbarschaften und Quartiere. Diese Orientierung auf das kleinräumige „Dorf in der Stadt“ teilte sowohl die ethnologische Stadtforschung als auch eine ethnographisch verfahrenende Stadtsoziologie. Der schwedische Urbananthropologe Ulf Hannerz kritisierte in seinem 1980 erschienenen Buch „Exploring the City. Inquiries Toward an Urban Anthropology“ die seit den sechziger Jahren von Urbananthropologen betriebene Forschung in der Stadt („the city as locus“) und postulierte den „fokussierten“ Blick auf das typisch „Städtische“ („the city as focus“). Dieser von Hannerz initiierte Diskurs ging unter dem Stichwort „locus/focus“-Debatte in die anthropologisch-ethnologische Stadtforschung ein. Wobei „locus“ hier den Blick auf Einzelphänomene bzw. ein „Dorf“ in der Stadt bedeutet und „focus“ dagegen den Blick auf das typisch Städtische meint. Als das typisch Städtische analysierte Hannerz die Stadt als ein offenes System von Beziehungsnetzwerken. Der konkrete sichtbare und erlebbare Raum und seine gebaute Form wurde bei einer solchen Fokussierung auf das Städtische vernachlässigt.

Die locus/focus-Debatte war auch Schwerpunkt des internationalen Kongresses und der gleichnamigen Veröffentlichung von 1993: „Urban Europe. Ideas and Experiences“ am Kulturanthropologischen Institut in Frankfurt am Main. In diesem Kontext äußerte Ina Maria Greverus: „Die Stadt als Ganzes ist Fokus des soziokulturellen Lebens einer Zeit, eines Raumes, einer ökonomischen, politischen und kulturellen Entwicklung. Aber auch der fokussierende Blick auf die Stadt geht vom Stadtraum, vom Ort (vom locus) des urbanen Geschehens, der urbanen Erfahrung und des urbanen Ausdrucks aus“ (Greverus 1994a: 64). Und Greverus konkludiert: „Um eine Anthropologie der Stadt und der Städte zu entwi-

ckeln, bedarf es der ‚Anthropologie in der Stadt‘. Diese Anthropologie in der Stadt ist die Erfahrungssuche vor Ort, die Begegnungen mit den Menschen und Dingen, die Nähe“ (Greverus 1994a: 72).

Genau in diesem Kontext ist meine Untersuchung zu verstehen, die den sichtbaren und erlebbaren Raum fokussiert. Wie ich in meiner Arbeit veranschaulichte, ist die Architektur zwar nur Folie des urbanen Lebens, spielt aber gerade im Zusammenhang mit Stadtimagebildungsprozessen eine bedeutende Rolle für die Anmutungsqualität und die Einmaligkeit einer Stadt. In der von Setha Low herausgegebenen Aufsatzsammlung „Theorizing the City“ (1999) finden sich viele vergleichende Studien, die nicht nur innerhalb einer Stadt oder Kultur angesiedelt sind. Themen wie Raum und Macht oder Ökonomie und Kultur werden bei Low unter den Bildern: „die umkämpfte Stadt“, „die Festungsstadt“ oder „die postmoderne Stadt“ gefasst.

II. Die Untersuchungsorte

Die Analyse des Phänomens der Stadtmodernisierung und Stadtimagebildung durch Museumsprojekte beschränkt sich auf die Untersuchung von Fallstudien. Hierfür wurden drei Projekte in drei Städten gewählt: Bei den auf ihre Imagebildungsprozesse hin untersuchten Städten handelt es sich um Amsterdam, Frankfurt am Main und Prag. Die drei Städte nehmen einen unterschiedlichen Status innerhalb ihres Landes ein: Prag ist, anders als Amsterdam und Frankfurt, Landeshauptstadt und hatte im Jahr 2000 1.181.126 Einwohner gegenüber im selben Jahr 731.289 in Amsterdam und 650.804 in Frankfurt (Het Amsterdamse Bureau voor Onderzoek en Statistiek 2000: 10; Amt für Wahlen und Einwohnerwesen 2001; Czech Statistical Office 2000). Trotz seiner geringen Größe wird Frankfurt im Gegensatz zu Amsterdam und Prag zu den „Weltstädten“²⁸ gerechnet. In allen drei Städten wurden seit den achtziger Jahren Museumsprojekte für Stadtimagebildungszwecke instrumentalisiert.

In dieser Arbeit werden dafür exemplarisch untersucht: das Stedelijk Museum und die Neueinrichtung des *Museumplein*, das Frankfurter Museum für Moderne Kunst und das „Museumsufer“ und die Prager Moder-

28 Zu den Weltstädten wird eine kleine Gruppe von etwa dreißig Städten gezählt, die aufhören, ausschließliche Zentralfunktion für das Hinterland bzw. den Nationalstaat, in dessen Territorium sie liegen, zu besitzen, darunter New York, London und Tokyo, aber auch Paris, Frankfurt a.M., Honkong und São Paulo (vgl. Welz 1996: 133). Für eine ausführliche Diskussion des Konzepts der Weltstadt siehe Sassen 1991, Keil 1993 und Welz 1996: 132ff.

ne Galerie im Rahmen der Prager Nationalgalerie. In den ersten beiden Fällen handelt es sich um verdichtete Museumslandschaften, die touristengerecht im Herzen der Stadt an zentralen Orten liegen. In Prag stellt sich die Situation etwas anders dar: Die Kunstsammlungen der Nationalgalerie sind in verschiedenen denkmalgeschützten Gebäuden im historischen Zentrum untergebracht, während sich die Moderne Galerie, die nach dem Gebäude, worin sie untergebracht ist, auch Veletržní Palác (Messepalast) benannt wird, an einer stark befahrenen Straße in einem Stadtteil befindet, der zwar zum innerstädtischen Bereich, aber nicht zum historischen Zentrum zählt.

Die ungleichzeitigen Entwicklungen der Projekte erwiesen sich als fruchtbar für den Vergleich, denn sie boten Anlass zu der Frage, warum die Museumsbauten im einen Fall relativ zügig durchgeführt wurden und in den anderen Fällen mehr Zeit benötigt wurde.²⁹

- 29 Wie Gisela Welz in dem Aufsatz „Dispersed Realities and the Relational Voice: Cross-Cultural Comparison as Dialogue“ diskutierte, ist der interkulturelle Vergleich, der in den letzten Jahren in der internationalen Kultur- und Sozialanthropologie einen Aufschwung erlebte, innerhalb der Sozialwissenschaften keinesfalls unumstritten gewesen (Welz 1997: 109ff.). Die Geschichte der vergleichenden Methodologien ist eng mit der Entwicklung der Anthropologie als Fach verbunden. Noch bevor sie als Fach eingerichtet wurde, wurden systematisch Daten über Lebensweisen, Sprachen, Glaubensinhalte und Artefakte der sogenannten „primitive peoples“ gesammelt. Diese Herangehensweise suggerierte jedoch die Gleichbehandlung von Kulturen zu allen Zeiten und an allen Orten. Die ahistorische und meist positivistische Herangehensweise des klassischen ethnologisch-funktionalistischen interkulturellen Vergleichs mit seinen herauspräparierten Gegenständen, wie z.B. das Stillen oder Initiations- und Begräbnisriten, ist dann spätestens in den achtziger Jahren kritisiert worden. Im Rahmen der Textualisierungsdebatte wurde verstärkt eine Hinwendung zu Reflexivität und interpretativen Verfahren zelebriert. (Siehe hierzu den 1986 veröffentlichte Band von Marcus, George E. und Michael M. J. Fischer: „Writing Culture: The Poetics and the Politics of Ethnography“ bzw. den von Eberhard Berg und Martin Fuchs 1993 auf deutsch herausgegebenen Sammelband „Kultur, soziale Praxis, Text. Die Krise der ethnographischen Repräsentation“). Ein weiterer Kritikpunkt war, dass „cross-cultural-comparison“ oft die Einflüsse zwischen den Kulturen verwischen würde. Ina Maria Greverus hat in ihren Veröffentlichungen unterstrichen, dass Kulturen nicht als isolierte Details interpretiert und repräsentiert werden können, sondern immer als integrierte und interdependente Systeme wahrgenommen werden sollten (siehe Greverus 1982: 211). Aus den gesammelten Einwänden ging die Forderung nach „Comparative Consciousness“ (Nader 1994) hervor, dass heißt ein kritischer Blick darauf wie der Vergleich funktioniert und wie er in Zukunft verwendet werden könne. Vor dem Hintergrund dieser Fachdiskussion ist der hier gewählte Vergleich in Zeit und Raum angelegt, jedoch ohne die Einflüsse zwischen den Kulturen zu ignorieren.

Es handelt sich bei den drei untersuchten Städten, den drei untersuchten Museumsprojekten und den damit intendierten Stadtimagebildungen um geschichtsgesättigte mitteleuropäische Metropolen und historisch gewachsene Institutionen. Die Stadtimagebildungsstrategien können so in ihrer jeweiligen Besonderheit nur auf einer Folie von Geschichte der Stadt, Geschichte der Institution und von (Ver-)Handlungsprozessen gesehen und verglichen werden. Mein Vergleich zielt also verstärkt auf die „feinen Unterschiede“ (Bourdieu 1989) in einer gemeinsamen kulturellen Praxis.³⁰

In Frankfurt ist das Projekt „Museumsufer“ mit Museumserweiterungen und -neubauten weitgehend in den achtziger Jahren durchgeführt worden. In Amsterdam war die Planung möglicher Museumserweiterungen gegen Ende der achtziger Jahre konkreter geworden und führte bis August 1999 zu einer Neugestaltung des *Museumplein* mit der Erweiterung des Van Gogh Museums. Die geplante Erweiterung des Stedelijk Museums steht dagegen noch aus (Bauende vorraussichtlich 2008). In Prag gab es im Jahr 1975 einen ersten Plan für die Restaurierung des Messepalasts als Museum für moderne Kunst. Eröffnet wurde das Museum im Dezember 1994 nach achteinhalb Jahren Bauzeit. Die Miteinbeziehung von Prag als einer ost- bzw. mitteleuropäischen Stadt ermöglicht es, auf Ungleichzeitigkeiten in der Entwicklung vor dem jeweiligen ideologischen und gesellschaftspolitischen Hintergrund abzuheben. Die Miteinbeziehung von Frankfurt erlaubt es, erste Aussagen über das Funktionieren eines abgeschlossenen Projekts zu tätigen.

III. (Multi-)methodische Wahrnehmung in den Städten

Für die Forschung wurden vier methodische Herangehensweisen kombiniert, die sich gegenseitig ergänzten.

30 Ina-Maria Greverus wies darauf hin, dass beim interkulturellen Vergleich das Eigenverstehen und das Fremdverstehen über die Mittel der Juxtaposition, der Gegenüberstellung, vertieft werden können: Diese Juxtaposition „gilt weniger der vergleichenden Suche nach dem Gemeinsamen, als vielmehr der wechselseitigen Erhellung des sich fremd Gegenüberstehenden, wobei gerade das Eigene, die eigene Kultur, sich über das Fremde enthüllt, oder auch das zunächst nur Fremde sich dem Eigenen nähert“ (Greverus 1995a: 198; vgl. auch Greverus 1990b, Greverus 2002 und Giordano 1984).

Expertengespräche

Für meine Analyse von stadtimagebildenden Konzepten und Projekten waren folgende Experten von Relevanz: Stadtplaner, Architekten und Museumsdirektoren sowie Kulturdezernenten und -minister. Dafür wurden die Leute aufgesucht, die die Entscheidungen getroffen haben, auch wenn sie bereits nicht mehr im Amt waren.³¹ Darüber hinaus wurden Galeristen, Kunstkritiker, Kunstpädagogen, Leiter von Kunsthochschulen und Künstler befragt. Bei dieser Art der Befragung ging es gleichsam darum, den „Experten“ über die Schulter zu sehen und deren Perspektiven und Konzepte vermittelt zu bekommen.³² Als Korrektiv wurden außerdem, soweit existent, Vertreter von Bürgerinitiativen befragt, um das Ankommen der Signale der Stadtimagebildung bewerten zu können. Insgesamt wurden 51 Interviews geführt, davon 17 in Amsterdam, 11 in Frankfurt und 23 in Prag (die 51 Interviews setzen sich zusammen aus 45 Kerninterviews und 6 ergänzenden Gesprächen/Interviews – siehe Interviewübersicht und Liste der Interviews im Anhang). Die Expertengespräche waren als offene, leitfadengestützte Interviews gestaltet. Durch die Teilstandardisierung des Frageleitfadens war die Vergleichbarkeit der Interviews gewährleistet. Der Leitfaden umfasste Fragen zu Geschichte und Verlauf der Pläne und Bauprojekte, zu den Beweggründen für den Bau eines oder mehrerer Museen, zur Stadtplanung, zur Wahl der Architekten, zur Charakterisierung der Stadtteile, in denen die Museen liegen, zu Nutzungen und intendierten Nutzungen und Funktionen des öffentlichen Raums, zur Kultur- und Ausstellungspolitik sowie zu den Ausstellungskonzepten.

Teilstrukturierte Beobachtung

Teilstrukturierte Beobachtung wurde situationsgebunden eingesetzt, insbesondere bei den Ausstellungseröffnungen der von mir untersuchten Museen zum Zeitpunkt meines Aufenthalts, um deren Präsentationsformen und -inhalte systematisch zu erheben und Daten über die Menge und Zusammensetzung des Publikums zu erhalten.

- 31 Die Analyse der von der Stadt beauftragten Werbeagenturen und Tourismus-GmbHs hinsichtlich ihrer Modi der Imageproduktion hätte den Rahmen dieser Arbeit gesprengt.
- 32 Die Experten „verstehen“ hieß in diesem Zusammenhang, den „subjektiv gemeintef[n] Sinn“ ihres Verhaltens bzw. die diesem zugrunde liegende soziale Logik („social logic“) und ökonomische Rationalität („economic rationality“) zu rekonstruieren (Giordano 1998: 39).

Dokumentenanalyse

Die Erhebung von Dokumentationsmaterial über die beforschten Städte und die darin erforschten Projekte und Institutionen – Broschüren der Fremdenverkehrsämter, städtebauliche und architektonische Pläne, Magistratspapiere, Programmmankündigungen und Ausstellungskataloge sowie Zeitschriftenartikel – stellte einen weiteren wichtigen Zugang zum „Feld“ dar.

IV. Erhebungszeitraum

In Amsterdam war die Erforschung des Untersuchungsfeldes im wesentlichen auf zwei Erhebungszeiträume beschränkt: den August 1994³³ und den März 1998, wobei der zweite Forschungsaufenthalt darauf abzielte, die veränderte Situation des *Museumplein* und die Bürgerinitiativen, die sich in diesem Zusammenhang in der Zwischenzeit gebildet hatten, mit einzubeziehen. Im Jahr 1994 bestanden die Pläne für eine Platzneueinrichtung und die darin integrierten Museumserweiterungen noch lediglich auf dem Papier. Bei meinem zweiten Aufenthalt war der *Museumplein* eine einzige Großbaustelle.

In Frankfurt gab es wie in Amsterdam zwei Erhebungsmonate: den Oktober 1994 und den Februar 1999. Auch hier ermöglichte mir die zweite Erhebungsphase, eine Weiterentwicklung mit einzubeziehen. Die Kenntnis darüber, dass die Wirtschaftsförderung Frankfurt 1998 das Projekt „Mainpromenade – Orte und Objekte zur Revitalisierung des Mainufers“ ins Leben gerufen hatte, um den öffentlichen Raum am Museumsufer attraktiver zu gestalten, hatte weitere Interviews zur Folge.

In Prag war die Forschung stationär und zeitlich auf März bis Juli 1997 begrenzt. Auch nach Ablauf der Feldforschung blieb ich über die kultur- und museumspolitische Situation informiert. Zudem wurde im Mai 1998 mit zwei Interviewpartnern erneut das Gespräch gesucht. Der längere Forschungsaufenthalt in Prag resultierte daraus, dass ich wegen der vielen politischen Wechsel mehr Zeit und Gesprächspartner benötigte, um mir ein Bild von städtebaulichen Leitbildern, der Museumspolitik

33 Die Aufenthalte und Erhebungsphasen von 1994 in Amsterdam und Frankfurt waren bereits im Rahmen meiner Magisterarbeit angesetzt worden. In dieser Arbeit fragte ich nach der Inszenierung von Internationalität in Museen für moderne Kunst und analysierte vergleichend deren Ausstellungskonzepte seit 1945 (siehe Puhan-Schulz 1995). Das damals gesammelte Material wurde, bezogen auf den veränderten Untersuchungsansatz, neu ausgewertet und umfangreich ergänzt (siehe Interviewliste im Anhang).

und vom aktuellen kulturpolitischen Klima zu machen. Zwischen 1945 und 2002 gab es allein elf Wechsel in der Leitung der Nationalgalerie (bis 1997 neun), davon sechs seit 1989; die Moderne Galerie im Messpalast hatte in der kurzen Zeit ihres Bestehens bis zum Jahr 2002 sechs Direktoren, und auch im Kulturministerium waren von 1989 bis 2002 sieben Ministerwechsel zu verzeichnen.

Der Zeitraum, der in der Untersuchung erfasst wird, ist allerdings wesentlich umfangreicher, denn die Auseinandersetzungen um die Neubauten werden bis zu den siebziger Jahren, wo die ersten Pläne und Konzepte vorlagen, rekonstruiert. Die städtebauliche Entwicklung von Amsterdam, Frankfurt und Prag wird sogar bis ins 19. Jahrhundert zurückverfolgt, um die Imagebemühungen und städtebaulichen Projekte und Entwicklungen der letzten 25 Jahre in ihrem Verhältnis zu früheren architektonisch-städtebaulichen Marketingkonzepten sehen zu können. Denn schließlich war auch die „gewachsene“ Stadt, in die die Neubaukonzepte für Kunstmuseen hineingesetzt wurden, Stück für Stück aus – zu einem früheren Zeitpunkt bewusst gesetzten – städtebaulichen Entscheidungen heraus entstanden.

Gliederung der Arbeit

Nachdem zu Beginn die ökonomischen, sozialen und demographischen Ursachen und Faktoren dargestellt werden, die in die Zunahme des Angebots und der Besucherzahlen von Museen moderner Kunst hineinspielen, und die Forschungsperspektive eingeführt wird, werden in Kapitel 2 zunächst die klassischen stadtsoziologischen Vorstellungen von bürgerlicher Urbanität, die sich mit Kommunikationsformen und Mentalitätsstrukturen befassen, vorgestellt. Diesen werden aktuelle Vorstellungen von bürgerlicher Urbanität entgegengesetzt, welche sich stärker auf das architektonische Bild der Stadt und die Nutzung des öffentlichen Raums beziehen. Das bauliche Stadtbild als ein Ausdruck von Urbanität hatte zeitbedingt unterschiedliche Ausprägungen. Ausgehend vom 19. Jahrhundert, als das städtische Bürgertum begann, seine Kunstsammlungen in repräsentativen Neubauten unterzubringen, soll gezeigt werden, inwieweit die aktuelle Praxis von Bürgermeistern und Stadtplanern, durch Stadtentwicklungsplanung Stadtimageplanung zu betreiben, mindestens in Ansätzen bereits historisch angelegt war. Beginnend mit Haussmanns Paris, das als Prototyp eines städtebaulich-architektonischen Marketingkonzepts eingeführt wird, werden – unter besonderer Berücksichtigung

der Rolle der Kultur- und Museumsbauten – für das 19. Jahrhundert, die Zeit von der Jahrhundertwende bis 1945 und die Zeit ab 1945 die zentralen Stadtentwicklungsmodelle und -konzepte nachgezeichnet, an denen sich die verantwortlichen Bürgermeister und Stadtplaner in Amsterdam, Frankfurt am Main und Prag orientierten. Für diese drei Zeitabschnitte wird ausgeführt, was von den jeweiligen Modellen in den drei Städten übernommen wurde. Ziel der Analyse ist es zu zeigen, wie in den drei Städten abhängig von der jeweiligen vorhandenen Bausubstanz und abhängig vom ideologischen und gesellschaftspolitischen Rahmen unterschiedliche urbane Images konstruiert wurden.

Kapitel 3 gliedert sich in zwei Teile: Zunächst wird ein Abriss über die Entwicklungsgeschichte des Museums von seinen religiösen und weltlichen Ursprüngen bis zu den bürgerlichen (Kunst-)Museen gegeben. In einem zweiten Abschnitt wird vergleichend vor dem Hintergrund der nationalen Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland, der Niederlande und der Tschechoslowakei bzw. der Tschechischen Republik die Entwicklung der lokalen Kultur- und Museumspolitik seit 1945 in Amsterdam, Frankfurt am Main und Prag dargestellt, wobei unter anderem zu zeigen sein wird, wie Kulturpolitik und Stadtentwicklung zunehmend synchron gedacht wurden.

In Kapitel 4 werden die konkreten Projekte *Museumplein* (Amsterdam), „Museumsufer“ (Frankfurt am Main) und *Veletržní Palác* (Prag) als empirische Fallstudien untersucht. Nach einer räumlichen und zeitlichen Einbettung dieser Projekte in die Museumslandschaften der jeweiligen Städte wird der Verlauf der Projekte hinsichtlich der Modi ihrer Beschlussfindungen unter Berücksichtigung der folgenden Fragen dargestellt: Wer waren die Auftraggeber bzw. Initiatoren der Projekte, gab es Gegenstimmen innerhalb einer lokalen Öffentlichkeit, und wer hat sich wie durchgesetzt? Der Fokus liegt auf der Analyse der unterschiedlichen Pläne und der ihnen zugrunde liegenden Nutzungskonzepte und Nutzungsmöglichkeiten des öffentlichen Raums, an den die Museumsgebäude grenzen, bzw. des semi-öffentlichen Raums, der von den Architekten konzipiert wurde. In diesem Zusammenhang wird die Nutzungsgeschichte der Orte, an denen die Museen stehen, rekonstruiert.

In Kapitel 5 werden unter der Überschrift: „Bilder in der Stadt“ die Ausstellungskonzepte der Eröffnungsausstellungen vergleichend hinsichtlich ihres Beitrags zum Image der Stadt analysiert. Diesbezüglich wird folgenden Fragen nachgegangen: Welches Verhältnis von „lokal“, „nationaler“ und „internationaler Kunst“ bzw. von „Ost-“ und „Westkunst“ wurde von den Museumsdirektoren angesetzt, und welche

Ebenen der Akzeptanz ließen sich aus der Fachpresse entnehmen? Aus der Beantwortung dieser Fragen sollen Rückschlüsse auf die jeweilige Bedeutung der Museumsdirektoren für das öffentliche Ansehen des Museums und dessen Beitrag zur Imagebildung der Stadt gewonnen werden.

In Kapitel 6 wird dann abschließend, unter Einbeziehung der drei Ebenen von umgestaltetem öffentlichen Raum, gebautem Museum und dessen Inhalt, vergleichend die Frage diskutiert, inwieweit die Museen für moderne Kunst einen wichtigen Imagefaktor für die Städte Amsterdam, Frankfurt am Main und Prag darstellen.