

→ NUR NOCH »EVENTS« ALS BESUCHERMAGNET? KULTURHISTORISCHE MUSEEN IN DER WAHRNEHMUNG DER BESUCHER

INGRID BODSCH, STADTMUSEUM BONN

Als eher kleineres unter den mittelgroßen Museen ist das StadtMuseum Bonn trotz seiner erst sehr späten Etablierung (1998) ein typisches kulturhistorisches Museum mit einem weit gefächerten Bestand von Gemälden, Möbeln, Textilien, Keramik etc. Der größte Teil stammt aus Stiftungen, die in den letzten Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts von begüterten und traditionsbewussten Bildungsbürgern der Stadt Bonn mit der Auflage einer Museumsgründung vermacht worden sind. Diese Bestände repräsentieren vor allem das 18. und 19. Jahrhundert, zwei Jahrhunderte, in denen Bonn seine Blütezeit als kurkölnische Residenzstadt erlebte. Damals übte die neugegründete preußische Rhein-Universität und die reizvolle Lage am Rhein vor der Kulisse des Siebengebirges eine weit ausstrahlende Sogwirkung auf Gelehrte, Schriftsteller, Musiker und Reisende aus. Die oben beschriebenen Bestände sind auch die Hauptattraktionen in der Dauerausstellung des Museums.

Die Rolle Bonns in diesen zwei Jahrhunderten, in denen seine Funktion als Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland – zumindest was die Internationalität und Anziehungskraft betraf – fast vorweggenommen scheint, inspiriert natürlich auch viele der Sonderausstellungen und Veranstaltungen. Das am Rhein gelegene Ernst-Moritz-Arndt-Haus, das einzige erhaltene Professorenwohnhaus aus dem frühen 19. Jahrhundert steht als Dependance des StadtMuseums Bonn als zweites »Standbein« zur Verfügung.

Eigentlich sollte es keine »Events« brauchen, um die kosmopolitische Rolle Bonns seit der Römerzeit den Besuchern nahezubringen. Doch scheinen die Zeiten, wo es ausreichte, eine Sammlung »für sich sprechen« zu lassen, vorbei zu sein. Außer man verfügt über »Ikonen« der bildenden Kunst bzw. über gewiefte Marktstrategen, die bei Besuchermassen den unstillbaren Wunsch einpflanzen, sich mit anderen an der »Mona Lisa« vorbeischieben zu lassen oder hinter vielen Köpfen und im Gedränge einen raschen Blick auf kleinformatige »Van Goghs« werfen zu können. »Normale« Sammlungen müssen dieses Interesse erst wecken, und das geht heute kaum ohne Medien. Diese wiederum werden nur aufmerksam, wenn man sein Produkt besonders anzupreisen versteht. Solche »Events« sind Ausstellungseröffnungen, die Durchführung von Begleitveranstaltungen und möglichst reizvolle Programme für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Für ein Museum von der Größe, den finanziellen und personellen Möglichkeiten des StadtMuseums Bonn sind diese Programme die vielversprechendsten, weil sie tatsächlich die für uns so wichtige Besucherbindung erzeugen, und damit auch eine Identifikation von Besuchern und Gästen mit dem Museum herstellen. Völlig

vom eigentlichen Inhalt und der Programmausrichtung des Museums losgelöste Veranstaltungen haben zwar auch dem StadtMuseum neue Besuchergruppen erschlossen, aber eben nur für dieses eine Ereignis und ohne weitere Nachhaltigkeit.

Wir haben – ebenso wie Vertreter anderer kulturhistorischer Museen kleinerer oder mittlerer Größe – erkannt, dass für eine spezifische Wahrnehmung durch die Öffentlichkeit die gelegentliche Ausrichtung von »Events« unabdingbar ist – schon um einen »Aha« – oder »Wow«-Effekt zu erreichen. »Events« dürfen aber nie Beliebigkeitscharakter haben, sondern sollen zur Schärfung des eigenen Museumsprofils beitragen. Denn schließlich geht es ja darum, die durch besondere Veranstaltungen und Ausstellungen, durch Führungen, Aufführungen und Kinderprogramme angezogenen Besucher dauerhaft für das eigene Museum zu interessieren und zu gewinnen. Das kann nur gelingen, wenn das eigene Museum sich mit Sammlung und Profil als unverwechselbar, ja als einzigartig darzustellen weiß. Bei kulturhistorischen Museen ergibt sich dieses »Alleinstellungsmerkmal« in seinem Sammlungsbestand eigentlich von selbst, da sie jeweils ein ganz spezifisch auf die jeweilige Stadt, Region oder Land bezogenes (materielles und geistiges) Kulturerbe bewahren. Dies zur eigenen Profilstärkung anregend zu vermitteln, und dabei schon bei den noch so erfrischend leicht zu begeisternden Mitbürgern in Kindergartenalter anzufangen, ist eine Chance, die auch von kleineren kulturhistorischen Museen ergriffen werden kann. Verbindende Themen sollten ohne jede Scheu vor kollegialer Zusammenarbeit mit anderen Museen und Institutionen aufgegriffen werden. Das ist die Herausforderung, der sich das kleine, aber aus begeisterungsfähigen Mitarbeitern bestehende Team des StadtMuseums Bonn im Dialog mit seinen Besuchern und Gästen immer wieder aufs Neue stellt!

Kontakt

Dr. Ingrid Bodsch, Museumsleiterin

StadtMuseum Bonn

Altes Rathaus/Markt

53103 Bonn

Telefon: ++ 49 (0)2 28 – 77 20 94

Fax: ++ 49 (0)2 28 – 77 42 98

E-Mail: stadtmuseum@bonn.de

URL: www.bonn.de/stadtmuseum