

Wozu ein Mission Statement?

Untersuchung anhand des Ausstellungs- und Vermittlungsprogramms sowie der Sammlungspolitik von drei Museen in Österreich

Master-Thesis Arbeit

Universitätslehrgang
„ECM – Exhibition and Cultural Communication Management“

Universität für angewandte Kunst Wien
Institut für Kunst und Kulturwissenschaften – Kunstpädagogik

Vorgelegt von:

Dr. Andrea Domesle

BegutachterInnen:

Dr. Claudia Haas, Senior Consultant, Lord Cultural Planning and Management, Wien

Mag. Peter Donhauser, ECM, Institut für Kunst und Kulturwissenschaften –
Kunstpädagogik, Universität für angewandte Kunst Wien

Wien, Oktober 2004

2020
HAS 14

Inhalt

Einleitung

Situation in Österreich	1
Situation in den USA	2
Was ist ein Mission Statement?	2
Weshalb braucht es ein Leitbild, ein Mandat oder ein Mission Statement?	4
Wo sollte ein Mission Statement erscheinen?	5
Umfang und Länge	5
Untersuchungsansatz und These	5
Material der Untersuchung	7
Untersuchungsmethode	8

Hauptteil

I.) Das Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig (MUMOK) als Beispiel eines Bundesmuseums

- 1.) Bedeutung der öffentlichen Präsentation auf der Homepage 9
- 2.) Das Mission Statement 9
- 3.) Bezug zur Geschichte des Hauses 11
- 4.) Bezug zur Sammlung 12
- 5.) Bezug zum Ausstellungsprogramm 14
- 6.) Bezug zum Vermittlungs- und Begleitprogramm 17
- 7.) Werden die Zielgruppen, die das Museum ansprechen möchte, im Mission Statement angesprochen? Und welche Auswirkungen hat das auf die Arbeit des Museums? 21
- 8.) Bezug zur Ankaufspolitik 21
- 9.) Bezug zur Trägerschaft 22
- 10.) Bezug zur Positionierung des Hauses innerhalb der österreichischen und internationalen Museumslandschaft 24
- 11.) Fazit MUMOK 25

II.) Das Museum der Moderne Salzburg (MDM) als Beispiel eines Landesmuseums

- 1.) Bedeutung der öffentlichen Präsentation auf der Homepage 28
- 2.) Das Mission Statement 28
- 3.) Bezug zur Geschichte des Hauses 33
- 4.) Bezug zur Sammlung 34
- 5.) Bezug zum Ausstellungsprogramm 36
- 6.) Bezug zum Vermittlungs- und Begleitprogramm 40
- 7.) Werden die Zielgruppen, die das Museum ansprechen möchte, im Mission Statement angesprochen? Und welche Auswirkungen hat das auf die Arbeit des Museums? 41
- 8.) Bezug zur Ankaufspolitik 42

Einleitung

Situation in Österreich

Betrachtet man die österreichische Museumslandschaft im Bereich bildende Kunst, so ist ein Mission Statement noch lange nicht selbstverständlich. Folgende Landesmuseen haben ein Mission Statement oder ähnliches auf ihre Homepage gestellt: das Museum Moderner Kunst Salzburg und das Oberösterreichische Landesmuseum in Linz stechen unter den Landesmuseen heraus, da sie dezidiert unter dem Begriff „Mission Statement“ ein solches aufweisen, das Niederösterreichische Landesmuseum in St. Pölten hat ähnliches unter dem Begriff „Programmatik des Museums“, die Neue Galerie Graz am Joanneum unter dem Titel „Geschichte und Programm“ und das Salzburger Carolino Augusteum (Träger: Stadt und Land Salzburg) unter dem Titel „Museumsleitbild“ gefasst. Die Abteilung Kunstgeschichte des Landesmuseum Kärnten hat eine Rubrik „Sammlungsschwerpunkte/Aufgabenbereiche“. Das Landesmuseum Joanneum beschreibt unter dem Titel „wir über uns“ eher einen geschichtlichen Abriss. Das Linzer Schlossmuseum (am Oberösterreichischen Landesmuseum) konzentriert sich unter dem Titel „Philosophie“ auf eine Beschreibung des Sammlungsinhalts und der Ausstellungsformate. Auch in Wien, auf Gemeinde-, Stadt- und Bundesebene, ist ein Mission Statement nicht selbstverständlich. Ein solches findet sich im Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig, im Museum für Angewandte Kunst als „MAK Mission Statement“, in der Kunsthalle Wien als „Mission Statement – Erweiterter Kunstbegriff“. Interessant ist der Weg des Wien Museum, den der neue Direktor Wolfgang Kos geht und auf der Homepage eine Rubrik „Seit 1. Oktober 2003: WIEN MUSEUM als neue Marke der Museen der Stadt Wien“ eingeführt hat. Er hat einen neuen Namen eingeführt und die Beschreibung dieses Nameplacements beinhaltet zum Teil Bereiche (Sammlungen, Aufgaben) des Mission Statements (wobei abzuwarten bleibt, ob ein solches noch entwickelt wird). Auffallend ist, dass einige der großen, aufgrund der Sammlungen in Österreich führenden Bundesmuseen auf dem Gebiet der bildenden Kunst in Wien wie das Kunsthistorische Museum, die Albertina und die

Das *Mandat* beschreibt

- den Inhalt, das heißt, das Spektrum von Objekten und Themen, für die das Haus verantwortlich ist, gegliedert in
 - fachwissenschaftliche Disziplin
 - geographischen Bereich
 - historische Epoche
 - Spezialgebiet
- Die Grenzen und die Reichweite des Spektrums sollten klar gemacht sein; nach innen wie nach außen.

Das *Mission Statement* beschreibt

- die Wirkung, die das Museum erzielen will
- welche Zielgruppe angestrebt wird
- welche Leistungen erbracht werden
- welchen Wert diese für die Gesellschaft haben

Mit dieser Definition hat Claudia Haas die Definition von der American Association of Museums (4) abgewandelt. Nach dieser sei beantwortet:

- "How the organization uniquely relates to the various facets of its public and community,
- How it enhances the well-being of others and improves the quality of life,
- Who benefits as a result of its work,
- What services it provides."

(4: www.aam-us.org/programms/accreditation/mission.cfm)

Die beiden Definitionen des Mission Statements weichen im jeweils erstgenannten Punkt inhaltlich voneinander ab. Was bei Claudia Haas allgemein als "Wirkungen" genannt ist, ist in der Definition der American Association of Museums in Bezug zum Publikum und zur Fachwelt bzw. Museumslandschaft gesetzt. Die AAM verlangt somit eine Angabe der Stoßrichtungen der Wirkungen.

Die AAM (5) erklärt weiterhin, welche Punkte ein deutliches Mission Statement in Museen auszeichnet:

die Orientierung im Management. (9) (9: Zum selben Ergebnis kommt die American Association of Museums: „A well-used mission statement is a key governance and management tool.“, zitiert nach: www.aam-us.org/programs/international/ipam0507_missionstatement.cfm)

Wo sollte das Mission Statement erscheinen?

Die europäische Vereinigung Minerva project (wird von den europäischen Kulturministern seit 2002 getragen) hat Richtlinien für eine qualitätvolle, professionelle Erscheinung von Homepages von Kulturinstitutionen erstellt und in der sogenannten „Charter of Parma“ 2003 präsentiert. (10)

(10: „Commentary and exploration of the ten ‚Quality Principles‘ Published by the Minvera Project and agreed at the 5th NRG meeting in Parma“, Draft version 11. in: www.minervaeurope.org/publications/qualitycommentary040622draft.pdf)

Es wird empfohlen, dass das Mission Statement für den User so schnell als möglich zugänglich gemacht werden sollte, d.h., auf der ersten Seite der Homepage. Hier sollte es zusammen mit dem Namen der Homepage und jenem der Organisation, welche für diese verantwortlich ist, stehen. (11)

(11: Man hat diese Richtlinien für Websites angesichts der Bedeutung, die diese in der heutigen sogenannten Informationsgesellschaft gewonnen haben, aufgestellt.)

Zu **Umfang und Länge** empfiehlt das Minerva project (12) für die Websites: das Mission Statement sollte kurz sein, nicht mehr als 50 Wörter haben und in so vielen Sprachen wie nötig übersetzt sein (12: Minerva, a.a.O., Anm. 10). Diese Vorgabe des Umfangs des Minerva project entspricht jenen, wie sie als vorbildlich von der American Association of Museums (13) vorgestellt werden (13: vgl. www.aam-us.org/programs/international/ipam0507_missionstatement.cfm).

Untersuchungsansatz

Da dem Mission Statement eine so große Bedeutung zukommt, es laut der AAM „the heart and essence of an organization“ (14) ist (14: www.aam-us.org/programs/international/ipam0507_missionstatement.cfm), wird es zum Ausgang dieser Untersuchung genommen. Anhand von drei österreichischen Museen wird dargelegt, was die Mission Statements versprechen und was sie davon einhalten.

schlecht formuliertes für eine ungenügende museologische Arbeit sein. (Es steht hier „kann“, da die Untersuchung von drei Beispielen zu wenig ist, um auf eine Verallgemeinerung schließen zu können.)

Als **Untersuchungsgegenstand** wurden drei Museen in Österreich ausgewählt, welche das gleiche Fachgebiet, die Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts vertreten, und die Kunst der Gegenwart als Schwerpunkt betonen sowie die österreichische Kunst als weiteren Schwerpunkt haben, besonders jene nach 1945.

Durch die Wahl von drei Häusern mit gleichem Fachgebiet sollen Unterschiede im Agieren und in der Wechselwirkung zwischen formulierten Mission Statement und der Ausstellungs- und Sammlungspolitik aufgezeigt werden. Darüber hinaus wurde in Betracht gezogen, dass jeweils eines der drei ausgewählten Häuser vom Bund (MUMOK), von einem Land (MDM) und privat (Sammlung Essl) gefördert wird, um Rückschlüsse auf die Trägerschaft ziehen und Auswirkungen, welche diese auf die Aufgaben und Ziele der einzelnen Häuser sowie das Mission Statement hat, darlegen zu können.

Im *Fazit* eines jeden Kapitels sollte folgendes beantwortet sein:

- Steht das Mission Statement im Bezug zur Ausstellungs- und Sammlungspolitik oder nicht?
- Hilft das Mission Statement der Positionierung des Hauses innerhalb der österreichischen Kunstszene oder nicht?
- Gibt es bezüglich der Trägerschaft (Land, Bund, Privat) Auswirkungen auf das Mission Statement?

Als **Material der Untersuchung** dienten die von den drei Häusern veröffentlichten schriftlichen Zeugnisse, die Homepage und die Sammlungs- und Ausstellungskataloge, Aufsätze der Mitarbeiter sowie andere Veröffentlichungsquellen wie die Statistik Austria (Zahlen bis 2002) und die Kulturberichte des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur 1998, 2001 und 2002 (2003 ist noch nicht erschienen) sowie der Augenschein vor Ort, d.h., die Raumaufteilung und die Präsentationen der Sammlungen und Ausstellungen. Zudem wurde punktuell in den einzelnen Häusern nachgefragt

Hauptteil

I.) Das Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien – MUMOK

1.) Bedeutung der öffentlichen Präsentation des Mission Statements auf der Homepage

Das Mission Statement findet sich auf der Homepage als eine eigene Rubrik innerhalb der zwei am oberen und unteren Bildrand stehenden Statuszeilen, die erscheinen wenn man auf der ersten Seite „MUMOK“ anklickt und die gegliedert sind in: „Das MUMOK“, „Die Sammlung“, „Sonderausstellungen“, „Bildung“, „Services“, „Veranstaltungen“, „Presse“, „Allgemeine Informationen“, „Zahlen-Fakten-Geschichte“, „Mission Statement“, „Führungen“, „Home“, „Kontakt“, „Newsletter“, „Diskussionsforum“, „Sitemap“. Mit zwei Handgriffen lässt es sich somit abrufen. Daraus lässt sich folgern, dass es im MUMOK eine Bewusstheit über die Bedeutung eines Mission Statements gibt. Es wird für eine Signalwirkung nach außen benutzt. In wieweit es sich auch nach innen fortsetzt und eine Folgerichtigkeit bezüglich des Programms und der Präsentation aufweist, müssen die folgenden Analyseschritte zeigen.

2.) Das Mission Statement

„Das **MUMOK** hat die Zielsetzung, die seit Gründung des Museums des 20. Jahrhunderts angelegte Sammlung der Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts nach aktuellsten wissenschaftlichen und museologischen Erkenntnissen und Methoden zu bewahren, auszubauen, zu erforschen und der Öffentlichkeit zu vermitteln. Das Museum ist Sammlungsort, Archiv, Forschungsstätte und Ausstellungsraum.

Ein wesentliches Anliegen ist die Auseinandersetzung mit der Kunst der Gegenwart. Daher ist das Museum auch Veranstaltungsort für Events und Diskussionen mit dem Ziel, das Verständnis für die neue und experimentelle Kunst im Zusammenhang mit der Vermittlung kunsthistorischer und kunsttheoretischer Entwicklungen zu fördern. Dieser Geschichte und Gegenwart verknüpfende museologische, wissenschaftliche und bildungspolitische Auftrag verpflichtet das MUMOK, sich umfassend mit der Sammlung, Erforschung und Vermittlung internationaler Kunst der Moderne, der jüngeren Vergangenheit sowie der Gegenwart zu befassen.

Mit seinen Sammlungsschwerpunkten **Pop-Art** und **Fotorealismus** aus der Österreichischen Ludwig Stiftung, **Fluxus** und **Nouveau Realisme** aus der Sammlung Hahn und dem **Wiener**

Der dritte Absatz nennt als fachwissenschaftliche Disziplin die Sammlungsschwerpunkte (Pop-Art, Fotorealismus, Fluxus, Nouveau Realisme, Wiener Aktionismus) und erklärt deren stilistische Besonderheit, „gesellschafts- und realitätsbezogener sowie performativer Kunst“ zu sein, womit sogleich auch aus den Sammlungsobjekten Themen angesprochen sind. Ein weiteres Themengebiet ist zum Schluss benannt – hergestellt durch den „Rahmen des Gegenwartsbezugs“: es soll „Stellung zum gesellschaftspolitischen Diskurs“ genommen werden und man will „sich gegen Tendenzen, die eine freie Entwicklung der Kunst und des kulturpolitischen Klimas in Frage stellen“, wenden. Hiermit wird das Themenspektrum der bildenden Kunst verlassen und in das gesellschaftspolitische überführt.

Der geographische Bereich ist im vierten Absatz mit „internationale moderne und zeitgenössische Kunst“ angegeben.

Eigentliche Punkte des Mission Statements sind die folgenden, verteilt auf die ersten vier Absätze:

Als *Leistungen* werden genannt: 1. die klassischen Museumsaufgaben: sammeln, bewahren, erforschen und vermitteln. 2. „Events und Diskussionen“. 3. „die museologische Integration der in Österreich vertretenen Kunst- und Diskurspositionen in den internationalen Kontext“ fördern.

Als *Werte für die Gesellschaft* sind angesprochen: 1. der „museologische, wissenschaftliche und bildungspolitische Auftrag“; 2. „freie Entwicklungen der Kunst und des kulturpolitischen Klimas“.

Die *Wirkungen*, die das Museum erzielen will, sind: 1. „die Auseinandersetzung mit der Kunst der Gegenwart“, 2. „Die Gesellschaftsrelevanz des Mediums Kunst“ vermitteln. 3. Die Vermittlung von „Internationalität innerhalb seines [des MUMOK] lokalen Umfeldes“.

Zu den *Zielgruppen* wird nichts gesagt.

3.) Bezug zur Geschichte des Hauses

Bei der Nennung der Sammlungsschwerpunkte im Mission Statement sind zwei Sammlungen, die Ludwig Stiftung und die Sammlung Hahn, angegeben. Diese

realitätsbezogener sowie performativer Kunst“ definiert. Diesem Bild entspricht auch der letzterschienene Sammlungskatalog. Die genannten Charakteristika werden jedoch nur auf die „jüngste Kunstgeschichte“ bzw. die „Kunst des 20. Jahrhunderts“ bezogen. Hieraus entwickelt sich die Frage, ob sie auch für die jüngste Kunst des 21. Jahrhunderts gelten? Sozusagen für die „medienbezogenen und diskursiven Tendenzen“? Aufgrund des Sammlungsauftrages bezüglich der Ludwig-Stiftung, die zu ergänzen sei, würde es Sinn machen. Ein Blick auf die kürzlich getätigten Ankäufe kann hier Auskunft geben (siehe Kapitel 8).

Die ständige Sammlung wird jährlich neu eingerichtet und unter dem Titel „Fokus“ das ganze Jahr über präsentiert. Sie wird auf drei Raumebenen gezeigt. Die letzten Präsentationen boten einen repräsentativen Querschnitt über die einzelnen Kunstentwicklungen seit den sechziger Jahren und bestätigen die genannten Schwerpunkte. Darüber hinaus war die klassische Moderne in der Eröffnungsausstellung des Neubaus von September 2001 bis Ende 2002 (Ebene 1) und ist nun wieder seit Juli 2004 (Ebene 7 und 8) zu sehen. Die Hängung wird durch didaktisches Material, Wandtexte und Begleittexte, die bei Fokus 1 und 2 als Kurzführer zu erwerben sind, besucherfreundlich begleitet. Die ständige Sammlung ist ebenso wie die Sonderausstellungen regelmäßig in das Vermittlungsprogramm (siehe unten) einbezogen.

Provenienzforschung gab es 1998/1999, damals ohne belastende Ergebnisse. Derzeit wird wieder an eine weitere Provenienzforschung im MUMOK nachgedacht (21) (21: siehe E-Mail Rainer Fuchs an die Autorin, 29.09.2004).

2002 wurde eine Kuratorenstelle gegenüber den Vorjahren gestrichen (Dr. Monika Faber ging an die Albertina). Seitdem ist die Zahl des führenden Personals und der Kuratoren gleich geblieben: ein Direktor, ein Sammlungsleiter, ein Ausstellungsleiter, vier Kuratoren. 2002 gingen zwei Kuratoren in Pension und zwei neue Kollegen kamen ans Haus (22) (22: siehe E-Mail Rainer Fuchs an die Autorin, 29.09.2004).

Umsetzung des Mission Statements im Rahmen des Ausstellungsprogramms 2003 und 2004 (23) (23: siehe Homepage vom 25.08.04):

In diesen beiden Jahren wurden 16 Sonderausstellungen organisiert, wobei eine außerhalb des Hauses, jedoch auf dem Areal des Museumsquartiers, stattfand. Hinzu kommen noch jährlich wechselnde Präsentationen aus der ständigen Sammlung unter dem Titel „Fokus“, auf die unter der obigen Rubrik „Bezüge zur Sammlung“ eingegangen wurde.

1. 9 Ausstellungen sind allein der Gegenwartskunst gewidmet, so dass hier eindeutig das Hauptgewicht liegt. Hierbei finden sich KünstlerInnen, welche sowohl in den 70er Jahren ihr Werk begonnen haben als auch in den 90er Jahren und damit eine jüngere Generation vertreten. 5 Ausstellungen sind historischen Positionen des 20. Jahrhunderts gewidmet, entweder in Form von Werküberblicken (Max Weiler sowie Martin Kippenberger) oder einer kunsthistorischen Strömung (Wiener Aktionismus, „Kurze Karrieren“, „X-Screen“). 2 Ausstellungen bilden eine Brücke zwischen Gegenwart und Vergangenheit („Mothers of Invention“ und „Mike Kelley – Das Unheimliche“).
2. Performative, handlungsbezogene und gesellschafts- und realitätsbezogene künstlerische Positionen stehen eindeutig im Vordergrund – vor allem auch, da häufig Rückbezüge zu ihren Anfängen in den 60er und 70er Jahren gezogen werden. Performative Kunst wurde gezeigt in: „Mothers of Invention“, eine Schau, welche die internationale Performance-Kunst von den 70er Jahren bis heute thematisierte. „Kunst & Revolte“ präsentierte den Wiener Aktionismus. „X-Screen“ mischte filmische Installationen und Aktionen der 60er und 70er Jahre. Weitere handlungsbezogene Kunst wird durch die Medien Film und Video vertreten, was medienimmanent angelegt ist, wobei hier genauso Bezüge zu Themen der Gesellschaft und zur Realität vorhanden sind: „Matthew Buckingham – A Man of the Crowd“, „Mathias Poledna – Western Recording“, „Öffentliche Rituale – Kunst/Video aus PC“. Das Gleiche gilt für die ausgesuchten fotografischen Positionen: „Jeff Wall“ und „Mise en Scene“, letztere mit Lois Renner, Erwin Wurm und Anna und Bernhard Blume. Gesellschafts- und Realitätsbezüge finden sich ebenso in den anderen Ausstellungen, welche u.a. anderen Medien gewidmet sind: „Kurze Karrieren“, „Hanne

somit durch das Ausstellungsprogramm ergänzt, vor allem auch hin zur jüngeren Künstlergeneration. Bei der ganz jungen Generation könnte man sich bezüglich des Fachgebiets des MUMOK und bezogen auf die kritische und diskursive Stoßrichtung durchaus Positionen mit mehr gesellschaftlicher Brisanz vorstellen, vor allem auch, weil wesentliche Kunstströmungen der jüngsten Gegenwart z.B. mit Interventionen arbeiten bzw. die Autorschaft durch den Einbezug von fremden Personen öffnen oder sich ganz auf das Feld der sozialen Recherche und des politischen Diskurses begeben. Die im Statement geforderten neuen, experimentellen Tendenzen sind derzeit noch rar vertreten.

Der Erfolg des Museums bemisst sich für den Ausstellungsleiter Dr. Rainer Fuchs (24) „aus der Akzeptanz des Programms in der Fachwelt und an den Besucherzahlen“ (24: Rainer Fuchs in e-mail vom 29.09.2004 an die Autorin). Diese waren 2001: 97.123, 2002: 145.523, 2003: 94.132, 2004 bis 29.09.: 77.563. Diese Zahlenangaben entsprechen in etwa (um 100.000 pro Jahr) den Besucherzahlen des Oberösterreichischen Landesmuseums sowie des Museum und Kunsthalle der Stadt Leoben sowie des zoom Kindermuseum, Wien. Das MAK – Österreichisches Museum für angewandte Kunst, Wien, hat mehr Besucher: 2001: 161.400, 2002: 170.700 (25) (25: siehe Statistik Austria, statistik.at/fachbereich_03museen.pdf, M4). Da das MAK zum überwiegenden Teil in den Sonderausstellungen zeitgenössische Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts – somit dasselbe Fachgebiet wie das MUMOK – zeigt, könnte man daraus schließen, dass das MUMOK eventuell noch ein zusätzliches Besucherpotential von 30.000 - 50.000 pro Jahr haben könnte, vor allem auch angesichts der Tatsache, dass das MUMOK laut eigener Angaben meint, vom „attraktiven Standort im Museumsquartier“ (26) profitiert zu haben (26: siehe Jahresbericht 2002, hg. Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, S. 86).

6.) Bezug zum Vermittlungs- und Begleitprogramm

Die Vermittlungsabteilung des MUMOK bietet generell regelmäßig ein breitgefächertes, auf Zielgruppen und Altersstufen zugeschnittenes Programm

Lehrlingsfestivals des Büros für Kulturvermittlung sowie die Schulen der Bundesländer im Rahmen der Wien-Aktion des Ministeriums. Für die Lehrer gibt es einen eigenen Newsletter. Unterrichtsmaterialien zur Vor- und Nachbereitung in der Schule zu den Sonderausstellungen wurde bis vor kurzem kostenlos zum Download bereitgestellt. Da dieser Service nicht breit genug genutzt wurde, wurde er eingestellt. (29) (29: Jörg Wolfert, Telefonat am 16.09.2004 mit der Autorin).

Des Weiteren gibt es seit Frühjahr 2004 das Schulprojekt „MUMOKmedia“ online. Es soll ab Herbst 2004 eine online-Plattform zur Diskussion von Moderner Kunst für Schüler sein (30) (30: Auszug aus Jahresbericht 2003, „Museumspädagogik, Kunstvermittlung und Besucherservice“ MUMOK, E-mail an die Autorin, 30.09.2004). Zur Erstellung von Internetseiten und zur Recherche steht im MUMOK ein Medienlabor mit 10 Computern, 6 Digitalkameras und einem ausgestatteten Atelier für Schulklassen zur Verfügung. Für Workshops ist zudem im MUMOK nahe bei den Ausstellungssälen ein 130 qm großes Atelier eingerichtet.

Auffallend sind im Vermittlungs- und Begleitprogramm zwei Ansätze, zum ersten der diskursive: Dieser findet sich als formulierte Einladung zur Diskussion im Schulprojekt MUMOKmedia sowie in den wissenschaftlichen Diskussionsrunden (31) (31: die auf der Homepage eingerichtete Diskussionsplattform wird vom Haus laut Jörg Wolfert nicht genutzt, d.h., sie wurde bei der Erstellung der Website eingerichtet, aber dann nicht mit Inhalt gefüllt) und in Beschreibungen von Themen, die die MUMOK-Vermittlungsabteilung für einzelne Schulstufen vorschlägt. Zum zweiten wird ein kritischer, über den Bereich bildende Kunst hinausgehender Vermittlungsansatz genannt: „fachübergreifendes Kunstgespräch“, „gesellschaftskritische Aspekte der Moderne zugänglich und lebendig machen“, „kunsthistorische bzw. gesellschaftskritische Zusammenhänge“ darlegen sowie „über die Bedeutung von Provokation, Grenzüberschreitung und Konflikt damals [Anmerkung: 60er Jahre] und heute“ diskutieren. (32) (32: Homepage, MUMOK, 03.09.04, „Bildung“).

Die im Mission Statement angesprochenen Werte sind somit umfangreich umgesetzt, woraus sich folgern lässt, dass der Vermittlungsabteilung (die aus zwei

7.) Werden die Zielgruppen, die das Museum ansprechen möchte, im Mission Statement angesprochen? Und welche Auswirkungen hat das auf die Arbeit des Museums?

Die Zielgruppen werden im Mission Statement nicht benannt, obwohl es ein ausdifferenziertes Bewusstsein für Zielgruppen der Vermittlungsabteilung gibt.

8.) Bezug zur Ankaufspolitik

Durch die letzten Neuerwerbungen wurden massiv die Sammlungsschwerpunkte ausgebaut: 2003 wurde eine umfangreiche Sammlung mit bedeutendem Archiv- und Dokumentationsmaterial zum Wiener Aktionismus, die Friedrichhof-Sammlung, erworben, wodurch das MUMOK international zum bedeutendsten Forschungszentrum für diese Kunstströmung avancierte. Auch wurde der zweite Teil der Sammlung Hahn (internationale Kunst der 60er und 70er Jahre), wobei viele der Arbeiten sich schon seit 1979 als Leihgaben im Haus befanden, vor dem Hintergrund angekauft, dass der Verbleib der Kunstwerke im MUMOK durch das Interesse anderer Museen gefährdet war. (37) (37: Homepage MUMOK, 03.09.04, „Aktuelle Pressemeldungen“). 2002 gab es Sammlungsankäufe einzelner Künstler (38) (38: vgl. Kulturbericht 2002, hg. Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, S. 84), wobei Manfred Leve, Yves Klein und Wolf Vostell mit ihrem Dokumentationsmaterial zum Schwerpunkt „Fluxus“ gehören, und Kurt Krenn, Günter Brus und Hermann Nitsch zum Schwerpunkt „Wiener Aktionismus“. Durch die Ankäufe wurde das Ziel, zu sammeln, ebenso die im Mission Statement genannten Schwerpunkte bestätigt. Diese Schwerpunkte wurden unter der neuen Direktion von Professor Mag. Köb noch verstärkt. Sein Vorgänger, Lóránd Hegyi hat in seinem letzten Amtsjahr neben den Schwerpunkten auch Kunst aus Osteuropa angekauft (39) (39: vgl. Kulturbericht 2001, hg. Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, S. 90).

Sammeln, Bewahrens und Erschließens hinaus“, legt das Gesetz einen Schwerpunkt auf „den wissenschaftlichen Auftrag“ (62) (62: vgl. Bundesgesetz über die Rechtsstellung, Errichtung, Organisation und Erhaltung der Bundesmuseen [Bundesmuseen-Gesetz], in: Kulturbericht 1998, S. 17f). Alle vier Punkte sind im Mission Statement des MUMOK genannt. Der Forderung nach einer „zeitgemäßen und innovativen Vermittlungsarbeit für Kinder und für die heranwachsende Jugend“ geht die Tätigkeit der Vermittlungsabteilung nach (63) (63: Bundesgesetz, a.a.O., Anm. 62, S. 18). Andere Formulierungen, die sich im Mission Statement des MUMOK befinden, finden sich im Museums-Entwicklungsplan. So fordert dieser für Bundesmuseen „Orte des Dialogs“ und des „permanenten gesellschaftlichen Diskurses“ (64) (64: vgl. Museums-Entwicklungsplan, a.a.O., Anm. 60, S. 13). Im Mission Statement des MUMOK steht: „Diskussionen“, „Stellung zum gesellschaftspolitischen Diskurs“ nehmen.

Die im Mission Statement beschriebenen Werte und Wirkungen sowie die Museumsaufgaben sammeln, bewahren, forschen, vermitteln erklären sich auch aus der Trägerschaft. *Deutlicher wäre dies jedoch, wenn die Trägerschaft genannt wäre und bestimmte Aufgaben und Ziele von ihr abgeleitet wären. Es wird hier ein Insiderwissen vorausgesetzt.*

Das umfangreiche Vermittlungs- und Begleitprogramm, das breitgefächerte, z.T. kostenlose Angebot (65) (65: alle öffentlichen Führungen sind laut Jörg Wolfert, Telefonat vom 16.09.2004, seit neuestem kostenlos!), das reduzierte Angebote für Schüler (2 € Eintritt und je nach Dauer des Vermittlungsprogramms zusätzlich 2 €, 4 € bzw. 6 €), das spezielle Angebot für Schulen aus den Bundesländern im Rahmen der Wien-Wochen des Ministeriums (bis 30 Schüler ein Pauschalpreis für ein Vermittlungsangebot inklusive Eintritt 35 €) erklären sich auch aufgrund der Trägerschaft und dem damit verbundenen Bildungsauftrag und die gemeinnützige öffentliche Aufgabe (siehe oben).

Kunstpublikum in Wien – vorwiegend von der hiesigen Kunstszene rezipiert werden. So ist die Vermittlung von österreichischer Kunst überwiegend auf den Agitationsradius Wien beschränkt. [Bewusst ausgeklammert wurde die Frage, was unter „lokal“ zu verstehen ist? Ist es das Museumsquartier, die Heimatstadt Wien oder das Heimatland?]

Auch Kooperationen mit anderen Häusern bei Ausstellungsproduktionen kann man dem internationalen Austausch zurechnen: Das MUMOK kooperierte 2003 bei der der Mike-Kelley-Ausstellung, die auf einem Konzept des Künstlers basiert, mit der Tate Liverpool. Zwar wurde hierbei ein internationaler Künstler importiert, jedoch lässt sich durch das Mittel der Kooperation allein der Bekanntheitsgrad des Museums steigern.– vor allem auch, wenn wie geschehen, diese sich in einer gemeinsam konzipierten Ausstellung, die an beiden Orten gezeigt wird, und einem gemeinsam produzierten Katalog mit jeweiligen Textbeiträgen niederschlägt. Die internationale Vermittlung österreichischer Kunst wäre steigerbar, wenn gemeinsam produzierte Ausstellungen, bei denen österreichische Kunstschaaffende beteiligt sind, auch im Ausland gezeigt werden. Dies geschah 2002 bei „Heimo Zobernig“ mit der Kunsthalle Basel.

11.) Fazit MUMOK

Das Mission Statement des MUMOK formuliert deutlich die Aufgaben, Ziele, Werte und angestrebten Wirkungen. Es kann daher für das Haus die interne Arbeitsgrundlage bilden. Zu erkennen ist, dass es in den untersuchten Abteilungen – bei den Ausstellungen, der ständigen Sammlung und dem Vermittlungs- und Begleitprogramm – umgesetzt ist. Man kann daher ableiten, dass es im Team bekannt ist und aus diesem heraus entwickelt wurde. Dem ist so, wie der Ausstellungsleiter und stellvertretende Direktor Dr. Rainer Fuchs darlegt. Das Mission Statement wurde nach seiner Fertigstellung im Juni 2001 an alle Museumsmitarbeiter versandt (69) (69: siehe e-mail von Rainer Fuchs an die Autorin vom 29.09.2004 und seinen Aufsatz in: Neues Museum, hg. vom österreichischen Museumsbund). Das Mission Statement ist in Teamarbeit in „einer offenen Diskussion“ über einen Zeitraum von ca. sieben Monaten erstellt. Es ist unter dem scheidenden Direktor

Die Entwicklung des Mission Statements aus dem Team heraus mag dazu beigetragen haben, dass es sich, wie oben gezeigt, in den nach außen wesentlichen Bereichen Sammlung, Ausstellungen, Vermittlung niederschlägt. Das Beispiel des MUMOK zeigt, dass ein gut erarbeitetes und formuliertes Mission Statement ein Kriterium für den Erfolg (gemessen an den eigenen formulierten Aufgaben und Zielen) eines Hauses ist.

Direktorin prägt, verdeutlicht werden soll und dass es womöglich nicht in kollektiver Teamarbeit mit den Mitarbeitern des Hauses entstanden ist. Es stellt sich die Frage, ob das Mission Statement intern seine Wirkung entfalten kann, d.h., ob es sich auf Programmplanung und Sammlungspolitik folgerichtig auswirkt? Dies soll anhand der Prägung des Hauses in den folgenden Kapiteln überprüft werden.

Das Salzburger Mission Statement vermischt ebenfalls wie jenes des MUMOK Themen des Leitbildes, des Mandats und des eigentlichen Mission Statements. Als „vorrangiges *Ziel*“ wird „eine zeitgemäße Kunstvermittlung“ (im Sinne der pädagogischen) genannt. Dies überrascht bei einem Museum, das im eigentlichen Sinn und erstrangig eine Sammlung verwaltet und nicht eine Lehranstalt ist – bei aller Bedeutung, welche die Pädagogik hat!

Als *Leistungen* werden genannt: 1. „aktiver Vermittler von zeitgenössischer bildender Kunst“, 2. „Internationalisierung und Pflege der bestehenden umfangreichen Sammlung“, 3. „thematische Erweiterung durch Dauerleihgaben“, 4. „Präsentation internationaler Positionen“ und 5. „Vertreter der österreichischen Kunstszene“ würdigen und „in einen internationalen Kontext“ stellen, 6. Künstlergespräche, Führungen, Diskussionsrunden, 7. Vergabe von drei Kunst-Preisen

Zu *Werten*, die das Museum der Moderne Salzburg der Gesellschaft vermitteln möchte, wird nichts gesagt.

Als *Wirkungen* werden angestrebt: 1. „den Horizont in Richtung Moderne“ erweitern (aber anscheinend nur durch eine „zeitgemäße Kunstvermittlung“).

Als *Zielpublikum* wird erwähnt: 1. die österreichische und internationale Öffentlichkeit (sieht man von einem Schreibfehler, dem „und“ ab, dann macht der Satz dahingehend einen Sinn.), 2. „die Jüngsten“ sollen im Rahmen von Vermittlungsprogrammen für zeitgenössische Kunst begeistert werden.

So wird als *Leistungen* beschrieben: 1. „Wechselausstellungen unterschiedlichster Formate“, 2. „Wechselausstellungen internationaler zeitgenössischer und moderner Kunst erstmals in Salzburg“ zeigen, 3. „thematische Präsentationen der eigenen Sammlungen“, 4. thematische Ausstellungen wie Le Grand Spectacle“ (2005), 5. Ausstellungen, die aus dem Kontext der Sammlungen entwickelt werden, 6. monographische Präsentationen, 7. Schwerpunkt österreichische Kunst, hier besonders Arbeiten auf Papier, 8. „Experimentell arbeitenden jungen KünstlerInnen bieten Ausstellungsformate wie Project Room und Transit eine Plattform.“ 9. „kontinuierliche Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Kunstströmungen, die unsere Gegenwart reflektieren“, 10. „aktuelle Positionen zur Diskussion stellen“.

Als *Wirkung* wird angestrebt: Museum der Moderne soll 1. „Ort lebendiger Kommunikation“ werden, 2. keine Event-Produktion“ im Vordergrund.

Im „Konzept“ erfährt man ebenfalls nichts über die Charakteristika der Sammlung, wo doch auch Ausstellungen aus diesen entwickelt werden sollen, wie unter Punkt 5 genannt. Zielsetzungen der weiteren Sammlungstätigkeit werden nur als solche, als Begriff, angesprochen, bestehende werden nicht benannt. Der Leser wird auf die ab Oktober 2004 stattfindende Ausstellung „Vision einer Sammlung“ verwiesen. Der Passus thematisiert darüber hinaus vor allem die Art und Weise des Ausstellungsprogramms. Die Begriffe, die in obigen zehn Punkten genannt sind, wiederholen sich zum Teil bzw. werden in Variationen genannt. Dass es thematische oder monographische Ausstellungen gibt, ist z.B. nur eine grobe Einteilung nach Formaten. Man erfährt nichts über die Inhalte der Ausstellungen: behandelte Kunstströmungen, Themen, Gattungen, Medien (einzig Arbeiten auf Papier wird erwähnt!), wissenschaftliche oder museologische Ansätze noch Leitlinien, die das gesamte Programm durchziehen oder Schwerpunkte bzw. Haltungen, für die das Haus einsteht.

„ausstellungskonzept

Das Museum der Moderne Salzburg sieht seine Aufgaben in einem aktiven Ausstellungsprogramm, einer umfassenden Vermittlungstätigkeit und in einer konsequenten Sammlungs- und Ankaufspolitik.

Ebene“. Zu fragen ist, was eine Kooperation mit der Öffentlichkeit den sein kann? Bekannt sind Kooperationen mit Individuen oder Institutionen.

Grundsätzlich ist der Begriff „Ausstellungskonzept“ als Fachbegriff für die Beschreibung des Konzepts einer bestimmten, spezifischen Ausstellung bekannt und nicht in der Weise, wie er hier verwendet wird.

Das „Konzept“ und „Ausstellungskonzept“ haben jeweils fünf Abschnitte und sind damit um zwei Absätze länger als das Mission Statement. Im Wesentlichen wiederholen und variieren sie die im letzteren getroffenen Aussagen und ergänzen sie in einigen Punkten (siehe oben). Doch auch bei beiden gelingt es nicht, klare Zielvorstellungen, Besonderheiten sowie eine spezifische Sammlungs- und Ausstellungspolitik des MDM zu verdeutlichen.

Da Punkte des Mission Statements sich auch unter „Konzept“ bzw. „Ausstellungskonzept“ finden, werden die dort zusätzlich genannten im folgenden in die Untersuchung im zweiten Schritt einbezogen.

3.) Bezug zur Geschichte des Hauses

Ein Bezug zur Geschichte des Hauses ist sowohl im Mission Statement als auch unter „Ausstellungskonzept“ bzw. „Konzept“ nicht explizit genannt. Interessant könnte der Hinweis auf drei Preisvergaben im Mission Statement sein: den Herbert Boeckl-Preis für internationale Malerei, den Karl Rössing-Preis für internationale Zeichnung (aber für einen Künstler in Österreich deklariert!) und den Foto-Preis für österreichische Künstler, die alle zwei Jahre vergeben werden sollen. Die Künstler, nach denen die Preise benannt sind, stehen in einem besonderen Bezug zum Haus. Sie gehören zu den Sammlungsschwerpunkten.

Die Preisvergaben sind explizit als die Besonderheit des Museum der Moderne erwähnt, das „als einziges Museum Österreichs drei bedeutende Kunst-Preise“ vergibt. Betrachtet man jedoch den Turnus der Vergaben, sind gerade in den letzten Jahren Lücken festzustellen. Der Foto-Preis wäre 2003 fällig gewesen, der

Sammlung definiert. Die Sammlung setzt im wesentlichen mit der Fotografengeneration nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs ein. Einige dieser Fotografen, wie die genannte Inge Morath (1923-2002), sind jedoch schon tot – *so dass zu überlegen wäre, den Begriff des „zeitgenössischen“, der in der Regel auf noch lebende Kunstschaffende zutrifft, zu überdenken.* Auch bei der Fotografie überwiegen die älteren, traditionellen Positionen. Die Präsentation von zeitgenössischer Kunst aus der Sammlung heraus scheint demnach mehr Zukunft zu sein. Das gleiche gilt für internationale Künstler, da bei weitem österreichische in der Sammlung überwiegen. Die Würdigung der österreichischen Kunst bleibt als einziger Bezug zwischen dem Mission Statement und der Sammlung übrig. (78)

(78: Als Anmerkung sei noch hinzugefügt, dass von einem Museum Epochenbegriffe richtig eingesetzt werden sollten, so werden die Wiener Aktionisten Nitsch, Schwarzkogler, Muehl und Brus auch als Vertreter von Fluxus bezeichnet. (Homepage Museum der Moderne Salzburg, „gemaelde & skulpturen“, 27.08.2004)

Im Mission Statement ist noch ein weiterer wichtiger Punkt – „die Pflege der bestehenden umfangreichen Sammlung“ – angegeben. Betrachtet man die Präsentationen im Rupertinum in den letzten zwei Jahren, gab es wenige mit einer Auswahl aus der Sammlung. Die Präsentationen der Sammlung werden in Form von Ausstellungstiteln und im Rahmen des Ausstellungsprogramms aufgelistet: 2003 werden 15 Ausstellungen auf der alten Homepage („Japanese Experience zu 2004 gezählt) aufgelistet (79) (79: wobei „Arc de Triomphe“ keine Ausstellung, sondern war und hier daher nicht mitgezählt wurde, sondern das Kunstprojekt von Gelatin im öffentlichen Raum und eine weitere, „under[construction]“ auf der Kunstmesse Salzburg stattgefunden hat). Zwei Präsentationen stellen die Neuankäufe vor (mehr dazu unten), und zwei, „Selbst und Andere“ und „under[construction]“, eine thematische Auswahl aus der ständigen Sammlung. 2004 werden insgesamt 13 Ausstellungen gezeigt, eine davon in der Universität und drei im neuen Gebäude am Mönchsberg. Zwei Ausstellungen beziehen sich 2004 wesentlich auf die ständige Sammlung, und zwar „Vision einer Sammlung“, die im neuen Gebäude zu sehen sein wird, und „Farbige Plastik“. Letztere war eine kleine, aus der Sammlung entwickelte Schau, ergänzt mit Leihgaben, die in der Arkadenhalle des Rupertinum gezeigt wurde. So gab es 2004 bis Anfang September nur eine kleine, sehr spezielle Präsentation der Sammlung im Rupertinum, dem Stammhaus des Museum der Moderne.

des Sonderausstellungsprogramms nicht auf den ersten Blick deutlich. Ein ständiger Ort für die Sammlung ist bis jetzt im Neubau am Mönchsberg nicht zu finden.

5.) Bezug zum Ausstellungsprogramm

Der Anteil von zeitgenössischer Kunst: 2003: von den 15 Ausstellungen 9 jener Kunst gewidmet („Spotlight 01“, „Sigmar Polke“, „36 Ideas from Asia“, „Ane Mette Ruge“, „Per Kirkeby“, „Spotlight 02“, „Malerei von den Rändern her ...“, „under[construction]“, „Walter Brendel“), bei zwei Ausstellungen sind die Zeitgenossen zu einem Anteil vertreten („Selbst und Andere. Das Bildnis in der Kunst nach 1960“, „art brut: ‚vor ort‘“), vier Ausstellungen zeigen kunsthistorische Positionen des 20. Jahrhunderts („Nolde, Schmidt-Rottluf und ihre Freunde“, „Jean Dubuffet“, „Jaroslav Rössler“, „Herman Leonard“). 2004 sind von den zwölf Ausstellungen sieben der zeitgenössischen Kunst gewidmet („The Japanese Experience“, „With love & respect“, „Farbige Plastik“, „Philippe Bradshaw“, „Donald Baechler“, „Gudrun Kampl“, „Einleuchten“, eine enthält sie („Vision einer Sammlung“) und vier vertreten ältere Positionen („Herbert von Karajan“, „Gustav Klimt und Wien um 1900“, „Fernand Khnopff“, „Alfred Wickenburg“). Internationale Positionen sind 2003 in acht Ausstellungen berücksichtigt; 2004 in sechs, Vertreter der österreichischen Kunstszene 2003 ebenso in acht und 2004 in sechs (Stand Anfang September 2004).

Dass österreichische Künstler in einen internationalen Kontext gestellt sind, kann man höchstens durch das Zeitgleiche der Ausstellungen sehen. Selten wird konkret ein inhaltlicher Bezug hergestellt. Dieser findet sich allein in der Parallelität von „Fernand Khnopff“ und „Gustav Klimt und Wien um 1900“, wobei die letztere Ausstellung mit österreichischen Symbolisten zur ersteren konzipiert wurde, um den Einfluss des belgischen Symbolisten auf die damalige Wiener Kunstszene darzustellen, sowie durch die zeitgleiche Präsentation der jungen österreichischen Künstlerin Gudrun Kampl mit Vertretern des Surrealismus.

Die Zusammenfügung des Ausstellungsprogramms ergibt keine einheitliche Linie: es gibt eine Fotoausstellung von Herman Leonard mit eher dokumentarischem Wert, einen informellen, regional auftretenden Maler wie Walter Brendel neben jungen, international agierenden japanischen Künstlern. Solche Kombinationen sind nicht dienlich zur Positionierung eines Hauses. Dies zeigt sich ganz deutlich bei den ersten Präsentationen im neuen Haus am Mönchsberg: einerseits „einleuchten“, eine Zusammenstellung von internationalen, sehr qualitätvollen Gegenwartskünstlern und andererseits Fotografien von Herbert von Karajan, die einen eher dokumentarischen Wert besitzen. Dem gleichen „Prinzip“ des Divergierenden folgt man anlässlich der „richtigen“ Eröffnung des neuen Hauses im Oktober 2004: auf dem Mönchsberg „Vision einer Sammlung“ und im Rupertinum „Alfred Wickenburg“, ein Vertreter der expressiven Malerei von eher regionaler Bedeutung.

Ein Teil der gezeigten Kunst ist, wie im Mission Statement steht, erstmals in Salzburg gezeigt, wenn man einschränkend „in dem Umfang“ hinzufügt. Denn Donald Baechler und Philippe Bradshaw z.B. gehören beide zu den Künstlern der Salzburger Galerie Ropac. Dass ein Landesmuseum, das auf seinem Gebiet in einer Stadt wie Salzburg eine Monopolstellung besitzt, Künstler zeigt, die in der Stadt noch nicht zu sehen waren, sollte eine Selbstverständlichkeit sein. Dass es sich jedoch eng an eine vor Ort mächtige Galerie bindet und deren vertretene Künstler in einem Jahr gleich in zwei Einzelausstellungen mit Katalog würdigt, dürfte nicht selbstverständlich sein. Denn so werden kommerzielle Interessen von einer öffentlichen Institution massiv unterstützt.

Derzeit gibt es die Direktorin und vier Kuratoren, eine Person davon in Leitungsfunktion (Österreichische Fotogalerie), und eine davon als externe Mitarbeiterin. Die Zahl wurde in den letzten Jahren erhöht: 2003 gab es nur drei Kuratoren und 2002 nur zwei. Hinsichtlich der Eröffnung des neuen Hauses auf dem Mönchsberg im Oktober 2004 wurde die Mitarbeiterzahl kontinuierlich aufgestockt (siehe die neue und alte Homepage des MDM 2004, 2003). Vergleicht man diese Zahl mit dem MUMOK und seiner 4.800 m² Ausstellungsfläche, d.h. 800 m² pro Kurator, so ist das MDM (3.000 m²) adäquat ausgestattet, hat es doch nur zwei Stellen (Kuratoren bzw. leitende wissenschaftliche Mitarbeiter) weniger.

Der rasche Zuwachs der Besucherzahlen bestätigt den Erfolg der Abteilung, da diese sich innerhalb von zwei Jahren fast verdoppelt haben und 2003 mehr als 4.000 Teilnehmer (81) aufweisen konnten. (81: Ihrenberger, a.a.O., Anm. 80) Die Vermittlungsabteilung ist ab 2004 vergrößert worden. Davor war eine hauptamtlich tätige Fachkraft neben zwei freien Mitarbeitern angestellt. Seit Frühjahr 2004 kam eine halbtags tätige Fachkraft hinzu – mit Hinblick auf die Eröffnung des neuen Hauses im Herbst dieses Jahres. Die freien Mitarbeiter sollen ebenfalls mit vier weiteren (82) aufgestockt werden. (82: Telefonat mit MDM-Vermittlerin Mag. Elisabeth Ihrenberger am 28.09.04). Die Behauptung des Mission Statements bezüglich der Vermittlung ist somit ganz eingelöst.

Zu erwähnen ist, dass beim Schulvermittlungsangebot die sonst hohen Eintrittspreise moderat sind: Im Klassen- bzw. Kindergruppenverband ist der Eintritt frei und das Vermittlungsangebot kostet pro Kopf 2 €. Die Mittwoch-Abend-Führungen sind gratis, Samstag und Sonntag kosten sie pro Person 2 €. (83) (83: Telefonat mit den MDM-Vermittlerinnen Mag. Martina Berger am 16.09.2004 und Mag. Elisabeth Ihrenberger vom 28.09.2004).

7.) Werden die Zielgruppen, die das Museum ansprechen möchte, im Mission Statement angesprochen? Und welche Auswirkungen hat das auf die Arbeit des Museums?

Als Zielgruppe wird im Mission Statement die österreichische und internationale Öffentlichkeit sowie „die Jüngsten“ erwähnt. Für letztere gibt es ein zielgruppenspezifisches Programm, wie im obigen Abschnitt beschrieben, und auch Informationen in Form von regelmäßigen Einladungskarten. Es ist jedoch zu fragen, in wieweit eine gesamte Öffentlichkeit erreicht werden kann und ob das überhaupt möglich ist? Das Programm ist in Tageszeitungen, anderen Medien und über Werbemethoden, per E-mail-Einladungen und Postkarteneinladungen bekannt gegeben. Sicher kann man davon ausgehen, dass innerhalb der Besucherstruktur Personen aus Salzburg, dem Umland und dann je nach Entfernung überwiegen, trotz dem hohen Touristenanteil in Salzburg.

Auffallend ist, dass die vom MDM benannte Sammlungspolitik nichts mit dem Bestand des Hauses – dem Schwerpunkt an österreichischer Kunst – zu tun hat, vielmehr sich eindeutig von diesem distanziert.

9.) Bezug zur Trägerschaft

Bezüglich der neuen Struktur mit der GmbH und deren Verhältnis zum Land erfährt man im Mission Statement des MDM nichts. Hier wäre bei einer öffentlichen Einrichtung *Transparenz* wünschenswert. Das ehemalige Landesmuseum wurde – im Rahmen der Ausgliederungen in Österreich – im Oktober 2003 eine GmbH. Nach wie vor ist es jedoch an das Land Salzburg gebunden, welches das Haus finanziert und im Aufsichtsrat sitzt. Der große Stellenwert, den die Vermittlung einnimmt, lässt sich somit auch aus einem Bildungsauftrag ableiten, die übrigen Aufgaben, das Sammeln und Bewahren (85) (85: das vom MUMOK betonte Forschen wurde nicht erwähnt) aufgrund des Bezugs zum Land. (86)

(86: Weder auf der Homepage Land Salzburg, „Kultur“, 30.09.2004, konnte ein Hinweis gefunden werden, in welcher Art, z.B. mit einem Gesetz oder einem Vertrag, das Land Salzburg die Arbeit der Landesmuseen regelte bzw. mit der MDM GmbH jetzt regelt, noch auf dem von der Rechtsabteilung des Landes angegebenen Pfad <http://ries.bka.gv.at/lr-salzburg/>. Ein Landesmuseumsgesetz ist in der Rechtsabteilung des Landes Salzburg nicht bekannt, wie das Telefonat mit Frau Frauenschuh und Frau Dr. Leitner am 05.10.2004 ergab, ebenso nicht in der Abteilung von Landesrat Dr. Haslauer, siehe Telefonat mit Dr. Elisabeth Stocker vom 06.10.2004. Laut letzterer hat das Land mit den einzelnen Museen Verträge abgeschlossen bzw. Statuten festgelegt, die jedoch nicht öffentlich zugänglich sind. Auf der Homepage von der Kulturabteilung des Landes weisen die Kulturberichte nur die jährlichen Fördersummen aus. Die dortige Erwähnung von einem Verein als Rechtsträger des MDM muss laut der dortigen Mitarbeiter, Telefonat am 04.10.2004, eine Verwechslung mit dem Freundeskreis des MDM sein.)

Der Umgang mit der Sammlung und die Ausstellungspolitik, welche, wie oben gezeigt, an der eigenen Identität vorbei zielen, stellt sich in Bezug zur Trägerschaft als bedenklich dar. Vom Land müsste es einen klar definierten Auftrag bezüglich des ehemaligen Landesmuseums, der auf die GmbH übertragen ist, geben. In der Regel ist dieser auf den eigenen Kulturbesitz bezogen. Dass ein von einem Land gefördertes Haus an dessen Bestand vorbei agiert, kann mit dem Auftrag nicht in Einklang stehen. Vielleicht ist die Unterschreibung des Mission Statements durch eine einzige Person, die Direktorin, ein Hinweis auf dieses Agieren?. Auf der alten

der Homepage auf. Das Mission Statement ist jedoch von einer Gruppe von Personen, Dr. Gerald Matt, Mag. Bettina Leidl, Geschäftsführerin, Dr. Sabine Folie, Leitende Kuratorin, Claudia Bauer, Leitung Presse/Marketing, unterschrieben. www.kunsthallewien.at/cgi-bin/page.pl?id=7;lang=de, 28.09.2004)

10.) Bezug zur Positionierung des Hauses innerhalb der österreichischen und internationalen Museumslandschaft

Die im Mission Statement genannte Positionierungsabsicht innerhalb der Museumslandschaft ist die Vergabe von drei Kunstpreisen, was man als einziges Museum in Österreich machen würde. Doch die Vergabe eines Kunstpreises ist nicht so einzigartig, wie behauptet (vielleicht nur durch die Anzahl drei?): Das Ars Electronica Center in Linz vergibt z.B. regelmäßig Preise im Rahmen des „Ars Electronica Festivals“, ebenfalls finden z.B. Preisvergaben im Oberösterreichischen Landesmuseum in Linz sowie künftig in der Sammlung Essl statt. Die Fokussierung auf einzelne Gattungen – Malerei, Zeichnung, Fotografie – im MDM vertritt einen traditionellen Kunstbegriff, der seit den intermediär arbeitenden Kunstströmungen der 90er Jahre überholt ist. So ist also hinsichtlich einer inhaltlichen Positionierung mit den Preisvergaben eine traditionelle Stoßrichtung vorgegeben. Die Art und Weise der Ausschreibung und Dotierung der Preise hebt sie nicht von anderen ab. Wenn man sich schon durch Preisvergaben positionieren will, dann müsste es eine ganz besonders hohe Dotierung oder ein auf einem Gebiet einzigartig vergebener Preis sein. Dies ist nicht der Fall. Die Unregelmäßigkeit der Salzburger Preisvergabe zeigt, dass selbst das Museum der Moderne Salzburg diese nicht so wichtig zu nehmen scheint.

Im Unterschied zu den anderen hier besprochenen Institutionen arbeitet das MDM sehr häufig in Kooperationen. Dies kann ein Mittel der internationalen Vernetzung und des Austausches von Fachkenntnissen und Inhalten sein. Es fällt jedoch auf, dass in seltensten Fällen die benannte Kooperation auf Gegenseitigkeit und auf ein Miteinander beruht. Dies glückte bei der Ausstellung „Jean Dubuffet. Spur eines Abenteurers“ nur zum Teil, da im Prinzip die Ausstellung von den Kuratorinnen Agnes Husslein-Arco und Caroline Messensee konzipiert wurde, wobei letztere

Auch sind die Ausstellungen – mit wenigen Ausnahmen – im Nebeneinander und Nacheinander nicht schlüssig sind. Der zeitgenössische Anteil konzentriert sich im wesentlichen auf Künstler der mittleren und älteren Generation der Fünfzig- bis Siebzigjährigen. Die in den Statements behaupteten jungen und experimentellen Tendenzen sind sehr gering vertreten. Teilweise werden auch Künstler von regionaler Qualität und unbedeutend in der Kunstgeschichte gezeigt, und solche mit Werkgruppen, deren Blütezeit woanders lag. Von einem internationalen Niveau ist man daher entfernt. Die vage Formulierung des Mission Statements bezüglich des Ausstellungsprogramms spiegelt sich somit in dessen Konturlosigkeit.

Das Mission Statement trägt auch nicht zur Positionierung des Hauses innerhalb der Museumsszene bei, so dass die Wechselwirkung zwischen einem klar formulierten Mission Statement und einem erfolgreichen Museum, welche die American Association of Museums beobachten konnte, mit diesem Beispiel im Negativen bestätigt wird. Man kann daraus ableiten, dass ein ungenügend formuliertes Mission Statement auf ein erfolgloses Haus hindeutet. Die drei verschiedenen Begriffe „Mission Statement“, „Konzept“, „Ausstellungskonzept“, deren Inhalte sich z.T. wiederholen oder diese variieren, sind für sich genommen eine Bestätigung, dass eine Formulierung nicht ausreicht, zufriedenstellend die Mission des Hauses auszudrücken. Ob die Nennung der Direktorin als Urheberin des Mission Statements ein Hinweis darauf sein kann, dass ein von einer Person unterzeichnetes Mission Statement (93) (93: ob es von einer Person geschrieben wurde, konnte nicht nachgegangen werden) sich nicht im Team niederschlägt, könnten nur weitere Untersuchungen von solchen unterschriebenen Statements zeigen.

Die Sammlungspolitik, der Umgang mit der eigenen Sammlung und dem in der Regel darauf nicht abgestimmten Ausstellungsprogramm, lassen für ein außen keine Rückschlüsse zum eigenen Bestand zu. Dieser tritt vielmehr – durch das lange nicht regelmäßige Zeigen – in den Hintergrund. Dass im neuen Haus der eigenen Sammlung kein bestimmter, ständiger Ort zugewiesen wird (dies war immerhin einer der Gründe für den Neubau), ist ein weiteres Argument, dass das MDM eigentlich mit seiner Sammlung nichts zu tun haben möchte. Hier scheint auch die künftige Sammlungspolitik keine Änderung herbeizuführen, da sie sich

III.) Die Sammlung Essl, Klosterneuburg

1.) Bedeutung der öffentlichen Präsentation auf der Homepage

Um es vorweg zu sagen: Einen als „Mission Statement“ bezeichneten Abschnitt gibt es nicht, dafür einen mit dem Titel „Aufgabe und Ziele“. Da mit beiden Begriffen ein wesentlicher Teil der Inhalte eines Mission Statements bezeichnet ist, wird im folgenden „Aufgabe und Ziele“ besprochen.

Die erste Seite der Homepage der Sammlung Essl weist als Hauptkapitel auf: „Ausstellungen“, „Kunstvermittlung“, „Die Sammlung“, „Das Haus“, „Musik“, „Künstler/Innen“, „Bookshop“, „Vermietung“, „Information“, „Partner“, „Presse“, „Kontakt“. „Die Sammlung“ ist unterteilt in „Die Exponate“, „Die Sammler“, „Die Stiftung“. Unter letzterer findet sich „Aufgabe und Ziele“. Dieses Kapitel ist in zwei nacheinander aufzublätternde Ebenen gegliedert und beides mal mit „Chronologie“ überschrieben. Die erste Ebene besteht aus einem Abschnitt. Hier wird generell der Stiftungszweck beschrieben. Der zweite, längere, in zwei Absätze gegliederte Teil beschreibt eher das Mandat. Trotzdem man das Statement erst etwas suchen muss, kann man in der Sammlung Essl ein Bewusstsein über das eigene Agieren annehmen. Obwohl ein Privatmuseum, wird nämlich das Handeln öffentlich begründet.

2.) „Aufgabe und Ziele“ als Mission Statement

Erster Teil:

„Um die in der Zwischenzeit auf etwa 5000 Kunstwerke angewachsene Sammlung Essl jetzt und in der Zukunft künstlerisch, wissenschaftlich und konservatorisch betreuen zu können, wurde 1995 die ‚Sammlung Essl Privatstiftung‘ ins Leben gerufen. Der ‚Stiftungszweck‘ besteht darin, Werke der bildenden Gegenwartskunst zu sammeln, auszustellen und zu publizieren. Um dieser Aufgabe gerecht zu werden, veranstaltet die Stiftung neben Ausstellungen auch Kunstvermittlungsprojekte, Seminar- und Vortragsprogramme, stellt die Kunstwerke der Forschung im Bereich von Wissenschaft und Kunst zur Verfügung und fördert die Neue Musik.“ (95)
(95: Homepage Sammlung Essl 04.05.04)

Zweiter Teil:

3.) Bezug zur Geschichte des Hauses

Die Formulierung von „Aufgabe und Ziele“ wird an die Sammlungserwerbungs-geschichte – einsetzend in den 70er Jahren – durch den chronologischen Abriss geknüpft. So wird der Aufbau der Sammlung nachvollziehbar gemacht. Des weiteren erfährt man, dass 1995 die „Sammlung Essl Privatstiftung“ gegründet wurde. Das neue Gebäude wurde im Jahr 1999 eröffnet. Bezüglich der kurzen Geschichte des Kunsthaus Essl erscheint die Erwähnung adäquat.

Neu hinzu kommt die Verleihung des „Essl Award – für Zentral- und Südosteuropa“ im Jahr 2005. (97) (97: siehe Homepage, Ausstellungsprogramm 2005) Angesichts des bisherigen Sammlungskonzeptes kann man schließen, dass sich hiemit ein neuer Schwerpunkt ankündigt (siehe auch die Ausstellung „Blut & Honig“ zur Kunst Zentraleuropas, folgendes Kapitel) und das Haus somit kontinuierlich fortentwickelt und neu positioniert. (98) (98: Die Region Zentral bzw. Osteuropa entspricht den Firmeninteressen der Schömer-Gruppe, siehe Homepage Sammlung Essl.)

4.) Bezug zur Sammlung

Die im zweiten Teil von „Aufgabe und Ziele“ umschriebenen Gebiete entsprechen dem Sammlungsbestand. Durch die Ankaufsgeschichte erklärt, überwiegt der Anteil an österreichischer Kunst nach 1945 (99) (99: siehe Publikationen, 2 Bände zur Sammlung) vor der amerikanischen und europäischen Gegenwartskunst. Malerei ist als Medium prägend. Es gibt aber auch Skulpturen, Fotografien, Objekte und Installation. Als weiterer Schwerpunkt ist seit 2000 australische Kunst hinzugekommen, besonders „Aboriginal Art“. (100) (100: siehe Kurier, Sonderausgabe zur Ausstellung „Aboriginal Art“, 01.04.04, S. 3).

Der Ankauf erfolgt, wie im zweiten Teil erwähnt, persönlich durch das Ehepaar Essl und begründet auf deren Vorlieben, die sich zunächst auf österreichische Kunst, dann auf amerikanische und europäische Kunst konzentrierten. Den

Hauses – Kunsthaus genannt – im Jahr 1999 hatten bis 2004 drei Präsentationen, die annähernd ein Jahr dauerten, stattgefunden. Die letzten beiden hatten die Titel „Permanent 02“ im Jahr 2002 bzw. „Permanent 04“ im Jahr 2004. Durch die Wiederholung und Nummerierung des Titels wird eine Reihe erkennbar gemacht – durch den Begriff die permanente Sammlung.

5.) Bezug zum Ausstellungsprogramm

In „Aufgabe und Ziele“ wird gefordert, die Gegenwartskunst auszustellen. Dieser Forderung trägt das Ausstellungsprogramm Rechnung.

Als Ausstellungsorte bespielt die Sammlung Essl das Schömer-Haus, den Firmensitz, und das neue Gebäude, was als „Kunsthaus“ bezeichnet wird. Darüber hinaus wurde 2003 eine Auswahl aus der Sammlung im Ludwig Museum Budapest gezeigt. Im Schömer-Haus findet jährlich eine Sonderausstellung, kuratiert von Agnes Essl, der Gattin von Karlheinz Essl, statt. Im Kunsthaus wurden 2003 vier und 2004 drei Ausstellungen organisiert. Hinzu kommt die von 2000 bis 2003 stattfindende Reihe „emerging artists“ im Depot, die der jungen Kunst gewidmet ist und von der 2004 verstorbenen Chefkuratorin Dr. Gabriele Bösch entwickelt und betreut wurde. Ab 2005 soll diese Reihe einmal jährlich in Form einer großen Ausstellung fortgesetzt werden.

Die einzelnen Ausstellungen beziehen sich im Schömer-Haus auf österreichische Kunst nach 1945: 2003 wurde „Die Figur in der Malerei“, Österreichische Malerei von 1960 bis 1990, und 2004 „St. Stephan. Wolfgang Hollegha, Josef Mikl, Markus Prachensky, Arnulf Rainer“ gezeigt. Im Kunsthaus werden Wechsellausstellungen und die Reihe zur ständigen Sammlung (siehe Punkt 4 oben) gezeigt. Da diese „Permanent“-Präsentationen fast ein Jahr dauern, überschneiden sie sich mit den Sonderausstellungen. So lässt sich nachvollziehen, in welchem Bezug diese zur Sammlung stehen. 2004 endet Permanent 04 zeitgleich mit „Aboriginal Art – Spirit and Vision“ am 03.10.04. Die Aboriginal Art ist ein neuer Schwerpunkt in der Sammlung, der seit dem Jahr 2000 aufgebaut wird. Die heuer stattfindende Sonderausstellung hatte einen Vorläufer im Jahr 2001 unter dem Titel „Dreamtime“. In der jetzigen Ausstellung wird neben der eigentlichen Kunst der

6.) Bezug zum Vermittlungs- und Begleitprogramm

Unter der Hauptrubrik „Kunstvermittlung“ auf der ersten Homepageseite der Sammlung Essl wird das gesamte Vermittlungsprogramm vorgestellt. Es gibt praktische Workshops für Kinder und Erwachsene, Führungen in den Ausstellungen und der ständigen Sammlung, die regelmäßig, z.T. an bestimmten Tagen, angeboten werden. Das Angebot wird für die Ausstellungen extra konzipiert. Zielgruppen sind einerseits die Öffentlichkeit, differenziert nach Kinder und Erwachsene, sowie Schulen und Firmen. Es gibt eine eigene Unterrubrik „Schule“, die sich an Schulklassen, Horte und Kindergruppen richtet. Hier wird auf Lehrerführungen – jeweils zu Beginn der Ausstellungen stattfindend – verwiesen und an den Newsletter für Lehrer. (103)

(103: Einen Newsletter für diese hat auch das MUMOK.)

Auch wird versucht, neue Wege der Vermittlung zu beschreiten. Hier ist das „Offene Atelier“ zu nennen, in dem an bestimmten Tagen unter Anleitung Kinder zwischen drei und sechs Jahren praktisch tätig werden können und das eben jedem einzelnen Kind offen steht. Als „Sonntagsmaler“ können sich Kinder und ihre Begleitung an Sonntagen betätigen. Des weiteren sind die Vermittlungsprojekte mit Wirtschaftsvertretern in der Sammlung Essl zu nennen, welche wie eine Art Coaching für Gruppendynamik und Kreativitätsprozesse zu verstehen sind. Darüber hinaus versucht man mit kostenlosen oder sehr günstigen bzw. besonderen Aktionen, Publikum zu gewinnen, so die „Sommerüberraschung“, das sind Gratisführungen zu einem Kunstwerk, die ebenfalls kostenlose „Kunstauskunft in der Bibliothek“, das „1 Euro-Wochenende“, freie Eintrittstage anlässlich des eintägigen Sommerfests sowie des Jahresfests an einem Novemberwochenende, bei denen zudem das Vermittlungsangebot kostenlos genutzt werden kann. (104) (104: der Vermittler der Sammlung Essl, Andreas Hofer im Telefonat mit der Autorin am 16.09.2004) Hervorzuheben ist auch der Mittwoch Abend, an dem ebenfalls freier Eintritt für das gesamte Haus gestattet wird. Schul- und Kindergruppen haben ebenfalls freien Eintritt und zahlen nur für die Nutzung eines Vermittlungsangebots (siehe der Preisvergleich der drei Häuser im Anhang).

7.) Werden die Zielgruppen, die das Museum ansprechen möchte, im Mission Statement angesprochen? Und welche Auswirkungen hat das auf die Arbeit des Museums?

Zielgruppen werden in „Aufgabe und Ziele“ nicht genannt. Die Stiftung hat sich jedoch als Stiftungsziel u.a. auch „Kunstvermittlungsprojekte, Seminar- und Vortragsprogramme“ gesetzt. Dies wird, wie oben gezeigt, umgesetzt. Der Vermittlung wird somit ein sehr hoher Stellenwert beigemessen. Die Umsetzung erfolgt wie bei einem öffentlichen Träger (belegt auch durch die Kataloge zu den Ausstellungen), der einen Bildungsauftrag hat. Die Sammlung Essl macht sich ebenfalls einen öffentlichen Bildungsauftrag zu eigen.

Bei den Eröffnungen der großen Ausstellungen des Hauses sind zahlreiche Vernissagegäste anwesend, auch und vor allem aus Wien (105) (105: Augenschein der Autorin seit 2002). Man kann vermuten, dass dies auf das deutlich entwickelte Profil der Stiftung zurückzuführen ist. (106)

(106: da im Rahmen dieser Untersuchung keine Museumsanalyse des Hauses, basierend auf internem Material, gemacht wurde, kann hier, wie auch des öfteren, nur eine Vermutung geäußert werden.)

Andreas Hofer (107) bestätigt den Eindruck der Autorin, dass es ein Stammpublikum gibt. (107: Hofer im Telefonat vom 16.09.2004) *Aus der Beobachtung ihres Besucherkreises könnte die Sammlung Essl sicher ein Zielpublikum formulieren.*

8.) Bezug zur Ankaufspolitik

Die auf der Homepage genannten Neuerwerbungen der letzten Jahre (108) (108: siehe „Exponate“) sind 42 Namen bzw. Gruppen. Acht davon (Renner, Gugginger Künstler, Gironcoli, Kubin, Moll, Oberhuber, Zoberning, Wotruba) sind österreichische Künstler bzw. Gruppen. Die Sammlung Essl hat sich zunächst auf diese konzentriert. Dann seit den 80er Jahren hat das Ehepaar Essl seinen Blick international geöffnet.

Die Sammlung Essl agiert in Punkto Sammeln, Ausstellen und Vermitteln, wie gezeigt, konsequent und damit professionell. Diese Punkte sind im Statement „Aufgabe und Ziele“ erwähnt und damit umgesetzt. Zum ICOM-Kanon (110) für die Grundaufgaben von Museen gehört noch das Bewahren (110: siehe www.icom-oesterreich.at, Kodex, 04.09.2004). Jedoch ist auch das Bewahren für die Sammlung Essl angesichts ihrer neuen und klimatisierten Depots – was bei Museen oft keine Selbstverständlichkeit ist –, auch eine wichtige Aufgabe. Die Sammlung Essl hat sich somit die wesentlichen Aufgaben von Museen zu eigen gemacht und agiert in diesem Sinn. (111)

(111: Ein Seitenblick auf die Sammlung Leopold lässt ein ähnliches Arbeiten und einen vergleichbaren Bezug zwischen Statement und der Umsetzungsweise und dem Erfolg des Agierens erkennen. Dort finden sich Punkte des Mission Statements auf der Homepage unter dem Titel „Die Sammlung Leopold“, www.leopoldmuseum.org. Auch hier scheint sich ein Privatsammler Aufgaben und Erscheinungsweise von öffentlichen Häusern zu eigen zu machen.)

10.) Bezug zur Positionierung des Hauses innerhalb der österreichischen und internationalen Museumslandschaft

Im Statement findet sich keine Aussage zur Positionierung. Sie wird jedoch deutlich gemacht am Ende der ersten Seite der Homepage: hier bezieht sich ein Abschnitt auf die Zeitschrift „Art Review“, 2003, in der das Sammlerehepaar Essl im Ranking der hundert einflussreichsten Persönlichkeiten der internationalen Kunstwelt auf Platz 34 landete. Die Essls haben somit zahlreiche Museumsleute u.a. hinter sich gelassen. Es bleibt zu fragen, warum sie zu den einflussreichsten gewählt worden sind?

Das liegt sicher zunächst einmal daran, dass es ihnen gelungen ist, ihr Haus innerhalb kürzester Zeit (damals vier Jahre, die Eröffnung war am 06.11.1999) bekannt zu machen. Dies gelingt nur durch ein Profil: die wiedererkennbare Handschrift im Ausstellungsprogramm und ein eingegrenzter Themen- und Fachbereich, für den das Haus steht, sowie die inhaltliche Verbindung und das harmonische Zusammenspiel von Ausstellungen und Sammlungsaufbau. Nicht zuletzt hat das umfangreiche Vermittlungsprogramm mit einer eigenen Vermittlungsabteilung (zudem gibt es eine Mitarbeiterin für Presse und Marketing)

Mandat und seine Aufgaben und Ziele bewusst ist und diese formuliert und vermittelt (wobei das Statement „Aufgabe und Ziele“ verbesserungswürdig ist).

Ein Privatmuseum agiert hier mit einer Aufmerksamkeit, wie sie in einem Privathaushalt zu finden ist, bei dem alles die Hausherren selbst überwachen und prägen. Dies geschieht auch durch das Sammlerehepaar persönlich. Es fängt in der Auswahl der Künstler an und endet im Neubau, wie an den architektonischen Details zu erkennen ist. Gleichzeitig agiert das Kunsthaus wie ein öffentliches Museum, dessen Auftrag zu sammeln, zu bewahren, zu forschen und zu vermitteln, es sich zu eigen gemacht hat. In vielem wird dieser weit aus besser als in öffentlichen Häusern umgesetzt (immerhin hat die Sammlung das Statement „Aufgabe und Ziele“ und andere öffentliche Häuser in Österreich haben kein Mission Statement). Der durch die Stiftungsstruktur vorgeschriebene Auftrag, zum Wohle der Öffentlichkeit tätig zu sein (festgeschrieben besonders im Punkt Vermittlung), wird verwirklicht, wie einerseits anhand der zahlreichen Vernissagegäste und des breiten Vermittlungsangebots ablesbar ist.

Das Statement „Aufgabe und Ziele“ ist von einer Firma geschrieben worden (113) (113: Nina Alvarez, Presse, im Telefonat mit der Autorin am 27.09.04). Es prägt trotzdem, wie oben gezeigt, die Bereiche Ausstellen, Sammeln, Vermitteln, so dass davon ausgegangen werden kann, dass die einzelnen Mitarbeiter es kennen.

noch von einer Programmatik noch von Zielen und einer Positionierung von außen zu erkennen sind.

Das Mission Statement des MUMOK und sein gesamtes Agieren hinsichtlich Präsentieren, Vermitteln, Sammlungsaufbau und Forschen ist von einer inneren Logik und zeugt von einer Handschrift. Ebenso ist es mit dem Statement der Sammlung Essl, deren Ziele und deren Handeln. Beide Häuser entwickeln ihr Ausstellungsprogramm aus dem Sammlungsbestand heraus und bauen die Sammlung konsequent auf dem Bestand auf. Sie zeigen vor allem – im Gegensatz zum Museum der Moderne Salzburg – regelmäßig ihre Sammlung, d.h., sie arbeiten mit ihr. Es gibt eine kontinuierliche, schlüssige und nachvollziehbare Weiterentwicklung der Ankaufspolitik und der Fachkompetenzen sowie der Themen, die durch die Vermittlung und das Begleitprogramm abgedeckt werden. Man kann daher sagen, dass bei beiden Einrichtungen internationales Niveau erreicht ist. Beide Institutionen haben ein klares Profil gewonnen, das Schwerpunkte setzt. Interessant ist, dass das MUMOK als Österreichs größtes Haus auf seinem Spezialgebiet auch nicht mehr alles sammeln kann und sich von diesem enzyklopädischen Gedanken, der die Museen seit dem 19. Jahrhundert prägte, verabschiedet hat. Die Sammlung Essl besitzt derzeit genauso viele Werke wie das MUMOK. Sie scheint sich am MUMOK zu orientieren und diesem seinen behaupteten Superlativ, das größte Museum auf dem Fachgebiet, der Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts, in Österreich zu sein, schon streitig gemacht zu haben.

Interessant ist die unterschiedliche Herangehensweise, welche jeweils zur konsequenten Handschrift und zum Profil führen: im MUMOK ist es die Fachkompetenz des Teams, aus dem heraus das Mission Statement entwickelt und geschrieben wurde, und des Direktors, welcher im Rahmen der vom Bund gesetzten Vorgaben und in der Nachfolge seiner Vorgänger handelt. In der Sammlung Essl sind es die Sammlerpersönlichkeiten mit ihren individuellen Vorlieben (die vor der entwickelten intuitiven Professionalität zu dominieren scheinen), die sich selbst ihren Stiftungsrahmen gesetzt und das Mission Statement bei einer Firma in Auftrag gegeben haben.

Mission Statements und dem Erfolg – gemessen an den jeweiligen Vorgaben – von amerikanischen Institutionen machte.

Alle drei Mission Statements sind verbesserungswürdig: jenes des MUMOK mit den geringsten Änderungen (Zielpublikum, Trägerschaft fehlen).

Als hilfreich hat sich erwiesen, wenn im Mission Statement, wie beim MUMOK, kurz das Mandat umrissen wird. So lässt sich nicht nur verfolgen, in welchem Verhältnis das Ausstellungsprogramm und die Ankaufspolitik zum Sammlungsbestand stehen, sondern vor allem auch die Stoßrichtung für eine Positionierung in der Museumslandschaft in Österreich und international ist vorgegeben – nach innen wie nach außen. Sie kann sowohl intern wie extern, wie die Beispiele MUMOK und Sammlung Essl (hier ist das Mandat an anderer Stelle auf der Homepage verdeutlicht) wahrgenommen werden. Das gleiche gilt für das Leitbild.

Die Trägerschaft ist nur in jenem Statement der Sammlung Essl genannt, beim MUMOK findet sich ein indirekter Hinweis. Angesichts der Umstrukturierung der Museen in Österreich im Zuge der Vollrechtsfähigkeit der Bundesmuseen und der Ausgliederungen anderer Häuser wäre eine Transparenz bezüglich des Trägers, der Struktur und der Finanzierung in Betracht zu ziehen, da immerhin bei zwei Häusern mit öffentlichen Steuergeldern gearbeitet wird und diese damit auch öffentlich Rechenschaft über ihr Tun abzulegen haben bzw. hätten. Transparenz würde auch eine Einschätzung der Häuser von außen erleichtern, um z.B. die Arbeitsweise und Nutzung eines Hauses einordnen zu können (115) (115: z.B. ggf. kostenlose Vermittlungsangebote bei öffentlichen Einrichtungen für bestimmte Gruppen aufgrund des Bildungsauftrags). Beim MUMOK, das jetzt eine wissenschaftliche Anstalt öffentlichen Rechts ist, gibt es Vorgaben durch den Bund, formuliert im Bundesmuseen-Gesetz und im Museums-Entwicklungsplan. Diese wirken sich auch auf das Mission Statement aus, indem einzelne Formulierungen des Gesetzes bzw. des Entwicklungsplanes aufgegriffen sind. Der Träger hat somit die Möglichkeit, im Mission Statement seine Kernvorgaben abzulesen und erhält damit ein leicht zugängliches Signal, ob mit diesen auch gearbeitet wird. In Salzburg gibt und gab es zuvor kein Landesmuseengesetz. Das Land hat mit den

Im Gegensatz zu den Anforderungen an Mission Statements der American Association of Museums sind die behandelten drei Statements und auch jene anderer Landes-, Stadt- und Bundesmuseen in Österreich, die in der Einleitung erwähnt wurden, länger und ausführlicher, manche füllen gar eine Seite. Die Homepage der American Association of Museums führt als Beispiele Mission Statements an, welche aus ein bis zwei Sätzen bestehen. Doch nicht alle entsprechen dieser Kürze. Beispielsweise ist jenes des Museum of Modern Art in New York ebenfalls eine Seite lang und findet sich erst auf einer Unterseite der Hauptseite der Homepage (jenes vom P.S.1, New York, besteht dagegen aus einem Absatz und ist auf der ersten Homepage präsentiert). Die vor einigen Jahren gegründete europäische Vereinigung Minerva project empfiehlt eine ähnliche Länge (bis zu 50 Wörter soll ein Statement erhalten) wie die AAM. Will man jedoch Leitbild, Mandat und Mission ausdrücken, ist dies in der geforderten Kürze wohl nicht immer möglich. Die untersuchten drei Mission Statements sind nicht auf der ersten Seite der Homepage, wie von Minevera gefordert, sondern erst mit zwei bis drei Schritten abzurufen. Aber auch amerikanische Beispiele (siehe MOMA) haben vergleichbare Platzierungen gewählt.

Dass in Österreich noch nicht einmal jedes Bundes- und jedes Landesmuseum ein auf der Homepage publiziertes Mission Statement besitzt, zeigt, dass es hier noch nicht selbstverständlich ist eines zu haben und dass man wohl auch nicht davon ausgehen kann, dass Mission Statements eine Rolle in jedem Museumsmanagement spielen. Die unterschiedliche Begrifflichkeit für die Statements, ihre Differenz in den angesprochenen Themen und die Vielfalt der Positionierung auf der Homepage weisen ebenfalls noch auf offene Fragen hin. Was genau ein Mission Statement beinhalten soll, wo es positioniert ist, wie es entstehen und wie lang es sein soll, gilt es für viele Häuser in Österreich noch zu klären. Dass sich dies lohnt, haben die beiden positiven Beispiele gezeigt.

Die Anforderungen des Museums-Entwicklungsplans verlangen von den Bundesmuseen, dass sich deren Strategien „an erfolgreichen internationalen Beispielen“ orientieren, eine „zeitgemäße, wirtschaftliche Betriebsführung sowie eine Steigerung der Wirksamkeit in Bezug auf die den Museen vom Gesetz übertragenen Aufgaben“. (117) (117: Museums-Entwicklungsplan, in: Kulturbericht 1998, S.

Anhang

Preisvergleich in €

	MUMOK	MDM/Kombi	MDM/Berg	MDM/Rup	Essl
<u>Eintritt:</u>					
Erwachsen:	8,-	14,-	10,-	8,-	6,-
Senioren, ermäßigt:	6,5	10,-	8,-	5,5	4,5
Studenten:	6,5	7,-	8,-	4,-	3,5
					1,- (Freitag)
6-18 Jahre					
(Lehrlinge, Schüler):	2,-	7,-	8,-	4,-	3,5
Kinder Frei:	bis inkl. 5		bis 5 Jahre		bis 7 Jahre
Familien:	keine		keine		12,-
Schulgruppen:	2,-		frei		frei
<u>Vermittlung:</u>					
Führung Erw.:	Frei	2,-	2,-	2,-	2,5
Führung Schulgr.:	2,-	2,-	2,-	2,-	1,5
Workshop Schulen:	2 – 6,-	2,-	2,-	2,-	3 – 6,-
Workshop Kind:	2,-	2,-	2,-	2,-	6,-
Workshop Erw.:	auf Nachfrage		derzeit keine		12,-

Alle drei Häuser haben **Spezialangebote**, hervorzuheben sind:

Das MUMOK bietet im Rahmen der Wien-Wochen des Ministeriums Schulklassen Sondertarife bei Führungen, z.B. bis 30 Personen 35,- € inklusive Eintritt an. Eine Jahreskarte für Familien kostet 70,- €.

MDM: Die öffentlichen Führungen an Mittwoch-Abende sind kostenlos (Eintritt muss bezahlt werden).

Sammlung Essl: Am Mittwoch Abend ab 19 Uhr ist der Eintritt frei.

Kulturbericht 2001, hg. Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur
(www.bmbwk.gv.at/medienpool/)

Kulturbericht 2002, hg. Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur
(www.bmbwk.gv.at/medienpool/)

Kulturbericht 2003, Auszug des MUMOK, "Museumspädagogik, Kunstvermittlung
und Besucherservice" (noch nicht auf Homepage des bmbwk)

The Museum Mission Statement, Characteristics of an Effective Mission
Statement, hg. American Association of Museums, Auszug aus: Museum Mission
Statements: Building a Distinct Identity, hg. Gail Anderson, Roxana Adams, 1998,
in: www.aam-us.org/programs/international/ipam0507_missionstatement.cfm

Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien. Prestel Museumsführer, hg.
Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien, München 2002

Museums-Entwicklungsplan für die österreichischen Bundesmuseen bis zum Jahr
2010, in: Kulturbericht 1998, hg. Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und
Kultur, S. 13-16

Sammlung Essl. The first view, hg. Sammlung Essl, Köln 1999

Die Sammlung, hg. Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien, 2. erweiterte
Auflage, Wien 2001

Sonderausgabe zur Ausstellung „Aboriginal Art“, Kurier, 01.04.2004

Statistik Austria – Bildung und Kultur,
www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt14.shtml

Statistik Austria – Museen und Ausstellungen,
www.statistik.at/fachbereich_03museen.pdf

The Uncanny by Mike Kelley, hg. Cristoph Grunenberg, Köln 2004

Zuckriegl, Margit (Hg.): Österreichische Fotografie seit 1945. Aus den Beständen
der Österreichischen Fotogalerie im Rahmen der Salzburger Landessammlungen
Rupertinum, Salzburg 1989

Homepages

www.aam-us.org

www.albertina.at

www.atelier-augarten.at

www.belvedere.at

Abstract

Thema: Wozu ein Mission Statement? Untersuchung anhand des Ausstellungs- und Vermittlungsprogramms sowie der Sammlungspolitik von drei Museen in Österreich

Als **Untersuchungsgegenstand** wurden drei Museen in Österreich ausgewählt, welche das gleiche Fachgebiet, die Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts mit Schwerpunkt Gegenwart vertreten. Um Rückschlüsse auf die Trägerschaft ziehen zu können, wurde ein vom Bund (Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig), ein von einem Land (Museum der Moderne Salzburg) und ein privat (Sammlung Essl) gefördertes Haus berücksichtigt.

Als **Methodik** wurde die Analyse, die Referenz und der Vergleich gewählt.

Ergebnisse und Schlussfolgerungen: Die Art und Weise der Formulierung des Mission Statement wirkt sich auf die Umsetzungsweise der Versprechungen und Aufgaben aus. Das Mission Statement kann damit ein Indikator für Professionalität, Erfolg bzw. Misserfolg sein. Seine Entwicklung im Team hat sich beim MUMOK bewährt: die Bereiche Sammeln, Ausstellen, Vermitteln sind von den formulierten Wirkungen und Zielen durchdrungen.

In Österreich sind Mission Statements auf der Homepage der Kunstmuseen noch nicht überall zu finden, es herrscht eine Begriffsvielfalt. Angesichts Forderungen nach einem zeitgemäßen Management in Museen kann man davon ausgehen, dass Mission Statements aufgrund ihrer zentralen Rolle im Managementkreislauf verlangt werden. Nicht zuletzt kann der Träger in ihnen ablesen, ob mit seinen Kernvorgaben gearbeitet wird.