

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Verortung der Vermittlung.

Das Verhältnis von Raum und personaler Vermittlung in
deutschsprachigen Kunstmuseen

Laura Luzianovich, MA

angestrebter akademischer Grad

Master of Arts (MA)

Wien, 2021 /Vienna 2021

Matrikelnummer: 01205718

Studienrichtung: /ecm – educating/curating/managing
Masterlehrgang für Ausstellungstheorie & -praxis

Betreut von: Beatrice Jaschke, Sen.Sc. Mag.

Danksagung

Gut Ding braucht Weile. Dies trifft wohl auf diese Arbeit zu, deren Recherche im Jahr 2020 – das Jahr, das als Pandemiejahr in die Annalen eingegangen ist – begonnen wurde und nun 2021 abgeschlossen werden kann. Für die Unterstützung in dieser Zeit möchte ich mich bei meiner Betreuerin Beatrice Jaschke ganz herzlich bedanken, die durch ihre inhaltlichen Ratschläge zum Thema von Raum und Vermittlung als auch durch ihre motivierenden Worte diese Arbeit mitgeformt hat.

Besonders möchte ich mich bei meiner Mama von ganzem Herzen bedanken, dass sie mich das ganze Studium über in all meinen Entscheidungen begleitet und bestärkt hat und dies auch darüber hinaus tut. Genauso gilt mein Dank meinen wundervollen Freundinnen und Freunden, Arbeits- sowie Studienkolleg_innen, die immer mit großem Interesse nach den Fortschritten meiner Masterarbeit nachgefragt und zugehört haben. Vielen Dank auch an meine geschätzte Kommilitonin Eva Hörmanseder, die das Lektorat dieser Arbeit übernommen hat.

Zuletzt möchte ich ein ganz großes Dankeschön an meine fünf Interviewpartnerinnen aussprechen, die sich die Zeit und Muße zu einem Gespräch genommen haben, sich Gedanken gemacht haben, um ihre Sicht und wertvollen Erfahrungen zu teilen und somit auch einen wichtigen Beitrag zur wissenschaftlichen Aufarbeitung der Vermittlung zu leisten.

Dank Euch allen konnte diese Arbeit ermöglicht werden. Viel Freude beim Lesen!

Inhalt

Einleitung	7
Forschungsstand	8
Methode & Vorgangsweise	10
1. Definition von Raum & Vermittlung	14
2. Der Ausstellungsraum – Auswirkung des Raums auf die personale Vermittlung ↔ Auswirkung der personalen Vermittlung auf den Raum	18
2.1. Die Raumstruktur	18
2.1.1. Größe und Raumeinheit	18
2.1.2. Öffnungen & Schließungen: Von Türen, Durchgängen, Fenstern und Absperrungen	20
2.1.3. Sitzgelegenheiten	21
2.1.4. Akustik	23
2.2. Ausstellungsobjekte und –gestaltung	24
2.2.1. Art des Mediums & Positionierung im Raum	24
2.2.2. Vermittler_innen & Kurator_innen – Raum für beide?	28
2.3. Individualbesucher_innen	32
2.4. Museumsrichtlinien	37
3. Räume für Vermittlung	41
3.1. Das Atelier/Die Werkstatt	42
3.2. Vermittlungsraum in der Ausstellung	43
3.3. Platz für Vermittlung	48
4. Vermittlung im Außenraum	51
5. Der digitale Museumsraum	54
5.1. Der Sprung ins Digitale	55
5.2. Beispiele für das Verhältnis von Vermittlung und digitalem Raum	56
Schluss	59

ANHANG – Expertinneninterviews	63
1 – Interview mit Christine Erharter, Belvedere 21, Wien.....	65
2 – Interview mit Mirabelle Spreckelsen, Museum der Moderne Salzburg.....	74
3 – Interview mit Andrea Hubin, Kunsthalle Wien	90
4 – Interview mit Julia Hagenberg, K20 und K21 in Düsseldorf.....	103
5 – Interview mit Karin Schneider, Lentos Kunstmuseum, Linz.....	113
Literaturverzeichnis.....	123
Abbildungsverzeichnis	126
Abstract	127

Einleitung

“The best thing, though, in that museum, was that everything always stayed right where it was. Nobody’d move. You could go there a hundred times, and that Eskimo would still be just finished catching those two fish, the birds would still be on their way south, the deers would be drinking out of that water-hole, with their pretty antlers and their pretty, skinny legs, and that squaw with the naked bosom would still be weaving that same blanket. Nobody’d be different. The only thing that would be different would be you. [...]”¹

Dies denkt sich der 16-jährige Holden Caulfield, Hauptperson und Ich-Erzähler im Roman *The Catcher in the Rye* von J. D. Salinger, als er durch das Naturkundemuseum in New York spaziert. Die Unruhe und ständige Veränderung des Erwachsenwerdens lassen den Jungen das Museum als einen statischen, ruhevollen Ort wahrnehmen, an dem die Zeit still zu stehen scheint. Das Inventar als auch der Raum bleiben immer gleich, nichts bewegt sich, nichts verändert sich – nur das eigene Selbst habe sich von Museumsbesuch zu Museumsbesuch verändert. Dieser zwar fiktive Blick eines Jugendlichen aus den 1950er Jahren beschreibt das Museum als einen starren Ort, gleichzeitig aber erhält dieser eine romantisierende Note, da das Museum als etwas uns Überdauerndes dargestellt wird.

Mit dem Blick aus dem 21. Jahrhundert auf das Museum scheint für einige diese Institution nach wie vor ein Ruheort zu sein, wo die ausgestellten Objekte stillstehen und für die Dauer der Ausstellung ihren fixen Platz haben. „*Nobody’d move*“. Doch ganz im Gegenteil findet im Museum von heute durchaus sehr viel Bewegung statt. Es sei denn wir haben es gerade mit einem pandemischen Virus zu tun, der weltweit in unser Leben eingreift und unseren Alltag verändert. Aufgrund von Covid-19 wurden erstmals im März 2020 öffentliche Institutionen über mehrere Wochen geschlossen, ebenso im Rahmen der später folgenden weiteren Lockdowns. Auch die Museen waren davon betroffen. Seit der Coronakrise, die u. a. auch die Museen in eine Krise stürzte, ist allen Beteiligten bewusst geworden welche Relevanz der physische Raum und die Versammlung im realen Raum für die Menschen und somit auch für die Museumsbesucher_innen haben. Während man im Lockdown versucht hat in den digitalen Raum auszuweichen, ist die Sehnsucht nach einem realen Treffen und dem analogen Museum groß geworden und die Bedeutung von letzterem ganz klar hervorgetreten. Es wurde uns bewusst wie sehr das Museum Raum benötigt.

Damit ergibt sich der erste Untersuchungsschwerpunkt der Arbeit: der Museumsraum. Dieser wurde in der Museologie bereits viel erforscht, meistens in Zusammenhang mit der

¹ J. D. Salinger 1951, S. 127.

Architektur, der Ausstellungsgestaltung und dem Design sowie der Analyse des kuratorischen Ausstellungsinhaltes. Mich interessiert nun eine weitere Perspektive, die personale Vermittlung. Diese wird oft anhand der Produktion von (Wissens-)Inhalten, pädagogischen Methoden und Besucher_innenstudien erforscht, jedoch wurde sie selten gemeinsam mit dem Raum analysiert. Es stellt sich also die Frage wo die Vermittlung, insbesondere die personale Vermittlung, im Museumsraum ihre Verortung findet. Wie wirkt sich der Raum auf die Vermittlung aus? Und im Umkehrschluss: Welche Wirkung hat Vermittlung auf den bestehenden Raum und kann sie diesen auch verändern? Können wir Salingers Satz „*Nobody'd be different*“ auf den Museumsraum umschreiben?

Forschungsstand

Die Beschäftigung mit der Forschungsliteratur zeigt deutlich, dass die Themen Raum und Vermittlung bislang wenig gemeinsam behandelt wurden. Deshalb stützt sich dieser Text nicht nur auf Publikationen von Autoren und Autorinnen, die die beiden Felder zusammen betrachten, sondern ebenso auf solche, in denen sie sich ausschließlich mit einem der beiden Themenkomplexe auseinandergesetzt haben.

In Bezug auf den Raum ist es sinnvoll sich mit den unterschiedlichen Raumtheorien zu beschäftigen. In vielen wissenschaftlichen Disziplinen spielt dieser eine wichtige Rolle, unter anderem in der Mathematik, der Physik, der Geografie, der Kunst, der Geschichtswissenschaft, der Architektur, der Philosophie, etc. Der Raumbegriff dieser Arbeit stützt sich auf dessen Definition in den Sozialwissenschaften, da dort der Raum nach aktuellem Stand weder als ausschließlich absolut noch als ausschließlich relativistisch bezeichnet wird und diese Auffassung von Raum auf das Museum und die Ausstellung angewandt werden kann. Eine kompakte und übersichtliche Zusammenfassung der unterschiedlichen Raumtheorien von der Antike bis heute, die für die Sozialwissenschaften von Relevanz sind, gibt Markus Schroer mit seiner Publikation *Räume, Orte, Grenzen* (2006).² Darin sind drei Modelle ersichtlich, – absolut, relativ und relational – welche in Kapitel 1 *Definition von Raum und Vermittlung* vorgestellt werden. Die aktuellste eigenständige Raumtheorie, die dieser Arbeit zugrunde liegt, stammt von Martina Löw. Sie plädiert in *Raumsoziologie* (2001) für das relationale Modell.³ Diese Theorie ermöglicht die Argumentation, den Ausstellungsraum sowie Museumsraum nicht nur als räumliche Strukturen wahrzunehmen, sondern diese auch als soziale Räume mit seinen

² Schroer 2006.

³ Löw 2001.

Besucher_innen zu sehen. Durch „*die Verflechtung zwischen Mensch, Objekt und Raum*“ wird der Raum zu einem „*dynamischen Gebilde*“, der veränderbar ist, was für die Fragestellung dieser Arbeit von Relevanz ist.⁴

Die Kunst- und Kulturvermittlung ist im Vergleich zum Thema Raum ein sehr junges Forschungsfeld. Allerdings wurden in den letzten Jahren viele Publikationen hervorgebracht, die sich mit unterschiedlichsten Aspekten der Vermittlung beschäftigen. Lisa Spanier hat mit *Kunst- und Kulturvermittlung im Museum. Historie – Bestandsaufnahme – Perspektiven* (2014) ein sehr umfangreiches Werk zur Vermittlung verfasst.⁵ Dabei wird, wie der Titel sagt, zurückgeblickt auf die Entwicklung der Vermittlung; weiters wird die aktuelle Situation beobachtet, wo Methoden der Vermittlung als auch Besucher_innenforschung eine wichtige Rolle einnehmen; und schließlich gibt es einen Ausblick wie man sich die Vermittlung in Zukunft vorstellen kann. Viele Publikationen zur Vermittlung sind eben dabei diesen Bereich in der Museologie zu verankern und sichtbarer als auch wertgeschätzter zu machen. Dies führt natürlich auch dazu, dass die Vermittlung viel um sich selbst kreist und immer wieder neudefiniert wird. Eine der aktuellsten Auseinandersetzungen mit dem Begriff der Vermittlung findet sich bei Alexander Henschel (2020), der diesen Begriff von einem philosophischen Standpunkt aus verhandelt.⁶

Dass dem Museumsraum in der deutschsprachigen museologischen Literatur bislang weniger Aufmerksamkeit gewidmet wurde als im angelsächsischen, zeigt Stefan Paul in seinem Aufsatz *Kommunizierende Räume. Das Museum* (2005) auf.⁷ Er betont das Physische und Leibliche der Ausstellung. Für ihn liegt der „*Unterschied zu vielen anderen vermittelnden Medien*“ darin, dass Ausstellungen physisch zu begehen sind und daher wird die Verschränkung von Raum und Kommunikation hierbei besonders deutlich.⁸ Schließlich ist es Luise Reitstätter, die in *Die Ausstellung verhandeln* (2015) den Ausstellungsraum und seine Besucher_innen genauer analysiert und auf eine gegenseitige Wechselwirkung untersucht.⁹ Ihre Publikation bildet damit eine gute und spannende Grundlage für diese Arbeit. Sie fragt wie Raum und Handeln sich in Ausstellungen bedingen, was ein wichtiger Punkt für die personale Vermittlung

⁴ Reitstätter 2015, S. 60.

Vgl. Röttele 2017, S. 189-190: Im Sinne von Michel de Certeau beschreibt Röttele die Unterscheidung von Ort und Raum. Während der *Ort* einen fixen und festen Punkt meint, ist *Raum* flüchtig und veränderbar.

⁵ Spanier 2014.

⁶ Henschel 2020.

⁷ Paul 2005.

⁸ Paul 2005, S. 341, 356-357.

⁹ Reitstätter 2015.

ist, welche in ihrer Arbeit jedoch nicht Forschungsschwerpunkt ist.¹⁰ Reitstätter untersucht die Ausstellung als potentiellen *Handlungsraum* – ein zentraler Begriff ihrer Publikation.¹¹ Dabei analysiert sie die Ausstellung als räumliches Konstrukt, als körperliche Erfahrung sowie als soziales Ereignis, womit ihren Thesen ein plurales Raumverständnis zugrunde liegt.¹² Sie ist eine der ersten, die den relationalen Raumbegriff von Martina Löw auf den Ausstellungsraum anwendet und damit zeigt, dass der Ausstellungsraum mehr als ein Behälter ist, der mit Objekten und Kunstwerken gefüllt wird. Bereits vor Reitstätter spricht Bill Masuch von Handlungsräumen in Kunst- und Kulturvermittlung und plädiert dafür, dass Raum und Handlung nicht zu trennen sind und sie sich gegenseitig konstituieren.¹³ Der theoretische Teil von Masuchs Texts *Der Offene Raum* (2006) stützt sich unter anderem auch auf die Ideen von Martina Löw.

Eine der jüngsten Publikationen, die schließlich Raum und Vermittlung zusammen betrachtet, – *Kunstvermittlung im Museum. Ein Erfahrungsraum* (2017) – wurde von Kristine Preuß und Fabian Hofmann herausgegeben. Darin wird die „*Vermittlung im Museum als Erfahrungsraum*“ aufgefasst und damit steht das Handeln im Zentrum der Definition.¹⁴

Der Forschungsstand zeigt auf, dass es bislang kaum Literatur zum Verhältnis von Raum und personaler Vermittlung in Kunstmuseen gibt. Diese Arbeit soll einen Beitrag dazu leisten.

Methode & Vorgangsweise

Im ersten Teil der Arbeit werden die Begriffe Raum und Vermittlung definiert. Auf den Raumtheorien aufbauend werden im zweiten Teil die Auswirkungen von Raum auf die personale Vermittlung untersucht sowie vice versa mögliche Auswirkungen der Vermittlung auf den Raum. Dabei greife ich einerseits auf meinen persönlichen Erfahrungsschatz in meiner Tätigkeit als Kunstvermittlerin zurück und biete diesen in die bereits vorhandenen Erkenntnisse der Forschungsliteratur ein. Die Untersuchungen erstrecken sich vom realen, physischen Ausstellungsraum (Kapitel 2) über den Vermittlungsraum (Kapitel 3) und den Raum außerhalb des Museums (Kapitel 4) bis hin zum digitalen Raum, dem das fünfte Kapitel gewidmet ist.

¹⁰ Reitstätter 2015, S. 107f.: Reitstätter verfasst ein kurzes Unterkapitel zur Kunstvermittlung, allerdings liegt das Hauptaugenmerk ihrer Publikation auf dem Verhältnis von Raum und Handeln der Individualbesucher_innen.

¹¹ Reitstätter 2015, S. 8-9, S. 23.

¹² Reitstätter 2015, S. 214.

¹³ Masuch 2006.

¹⁴ Preuß/Hofmann 2017, S. 13.

Andererseits nehmen von mir durchgeführte und analysierte Expertinneninterviews einen großen Teil der Arbeit ein.¹⁵ Anhand der empirischen Methode des qualitativen Expert_inneninterviews wurden Leiterinnen und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen der Vermittlungsabteilung sowie eine Kuratorin für Community Outreach von ausgewählten Kunstmuseen im deutschen Sprachraum befragt. Die Auswahl der Interviewpartner_innen erfolgte aufgrund von drei Parametern.

1.) Moderne und Zeitgenössische Kunst:

Mein persönliches Forschungsinteresse liegt in und rund um Kunstmuseen. Gerade die Kunst wirft immer eine Diskussion auf, ob sie überhaupt Vermittlung benötigt. Einerseits brauche die Kunst keine Vermittlung, meinen die einen, denn sonst würden die Künstler_innen ja mit Worten beschreiben, was sie so in ihren Werken ausdrücken. Andererseits stößt man aber häufig im Museum zu moderner und zeitgenössischer Kunst auf ratlose Besucher_innen, die sich gerne mehr Informationen zu Künstler_innen, Werk und Kontext wünschen. Daher ist gerade das Kunstmuseum ein spannender Ort, um die Vermittlung zu untersuchen.

2.) Deutscher Sprachraum: Um das Feld auch geografisch einzugrenzen, werden bei den Fallbeispielen Museen aus Deutschland und Österreich miteinbezogen.¹⁶

3.) Vielfalt der Vermittlungspraxis: Die Diversität der Vermittlungsabteilungen sowie verschiedene Arten Vermittlung zu denken waren ebenso ein Auswahlkriterium. Folgende Personen nahmen an der Untersuchung teil¹⁷:

¹⁵ Mir ist bewusst, dass für die Beantwortung der Fragestellungen dieser Arbeit die empirische Methode der Feldbeobachtung optimaler gewesen wäre. Ursprünglich waren Beobachtungen von Vermittlungsrundgängen in einzelnen Kunstmuseen geplant, die aber aufgrund der Coronabedingten Museumsschließungen verworfen werden mussten. Stattdessen wird anhand von Expertinneninterviews vorhandenes Wissen von Vermittlerinnen und Kuratorinnen aufgegriffen, das durch eine Analyse Informationen generieren kann.

¹⁶ Andere Länder sollen nicht ausgegrenzt werden, aber im Rahmen einer Masterarbeit können nicht alle Museen weltweit analysiert werden.

¹⁷ Reihenfolge der Aufzählung der Gesprächspartnerinnen erfolgt nach dem Datum der Interviews.

Christiane Erharter, Kuratorin für Community Outreach am Belvedere21 in Wien.

Schwerpunkt: Außenraum des Museums. Erste Stelle für Community Outreach an einem österreichischen Bundesmuseum.

Mirabelle Spreckelsen, Leitung Kunstvermittlung im Museum der Moderne Salzburg.

Schwerpunkt: Junge Kunstvermittlung, der im Vergleich zu anderen Institutionen viel Freiraum zur Verfügung gestellt wird.

Andrea Hubin, Wissenschaftliche Mitarbeiterin der Kunstvermittlung in der Kunsthalle Wien.

Schwerpunkt: Kritische und experimentelle Kunstvermittlung. Theorie der Kunstvermittlung.

Julia Hagenberg, Leitung der Abteilung Bildung im K20 und K21 in Düsseldorf.

Schwerpunkt: Starker Gegenwartsbezug. Kritische Kunstvermittlung in einer klassischen, eher konservativen Museumseinrichtung. Sozialer Raum im Museum.

Karin Schneider, Leitung Kunstvermittlung im Lentos Kunstmuseum in Linz.

Schwerpunkt: Kritische Kunstvermittlung. Vergleich zwischen Kunstvermittlung als selbstorganisierte Arbeit und als institutionell gebundene Arbeit.

Die Expertinnen wurden im Rahmen eines qualitativen Interviews zum Thema Raum und Vermittlung befragt. Dabei wurden die Fragen offen formuliert, um den Interviewpartnerinnen möglichst viel Freiheit bei den Antworten zu geben. Als Grundlage zur Erstellung des Interviewleitfadens sowie deren Auswertung wurde das Buch *Qualitative Experteninterviews* von Robert Kaiser (2014) verwendet.¹⁸ Die transkribierten Gespräche finden sich im Anhang am Ende dieser Arbeit. Da man aus der Forschungsliteratur bislang nur wenig Informationen zum übergreifenden Thema Raum und Vermittlung ziehen kann, wird der Einsatz dieser Methode als Möglichkeit erachtet, Informationen zu generieren, die helfen den Forschungsschwerpunkt zu erweitern und von der Praxis Erfahrungswerte in die Theorie zu übersetzen.¹⁹

Die erwähnten Schritte und nachfolgenden Kapitel untersuchen, was Raum im Museum im Zusammenhang mit Vermittlung bedeuten und welche Räume die Kunstvermittlung erschließen kann. Wie beeinflussen die unterschiedlichen Raumverständnisse die personale

¹⁸ Kaiser 2014. Robert Kaiser gibt eine praktische Anleitung zur Durchführung von qualitativen Interviews in Bezug auf das Gebiet der Politikwissenschaften. Da seine Ausführungen und Tipps aber auch auf andere Geisteswissenschaften angewandt werden können, dient es hier problemlos als theoretische Anleitung.

¹⁹ Vgl. Reitstätter 2015, S. 17: Reitstätter erwähnt, dass in vielen wissenschaftlichen Publikationen im Bereich der Museologie „die Variable des Publikums oft unterbeleuchtet, da mit dem Fokus auf räumliche Konzepte und visuelle Strategien die Perspektive der Macher innen dominant bleibt.“ Außerdem überwiegt eine eher quantitative und marketingorientierte Besucher_innen- und Evaluationsforschung. Aus diesen Gründen wendet sie sich der qualitativen Sozialforschung zu. Ich konnte dieselben Aspekte in der Forschungsliteratur feststellen und entschied mich ebenso zu einem sozialwissenschaftlichem Zugang (qualitative Expert_inneninterviews).

Vermittlung und wie kann die Vermittlung sich auf die Räume auswirken? Wie viel Raum wird der Vermittlung schließlich im Museum gegeben bzw. kann sie sich Raum nehmen? Mit der Beantwortung dieser Fragen und der Unterstützung von Expertinnen soll versucht werden ein aktuelles Bild der Kunstvermittlung und ihrem Raumverständnis abzubilden.²⁰

“The best thing, though, in that museum, was [...]”²¹: ...

²⁰ Durch den Einblick in verschiedene Institutionen und deren Auffassung von Raum und Vermittlung im Rahmen von Expert_inneninterviews können punktuell aktuelle Sichtweisen eingefangen werden. Diese Ergebnisse erheben keinen Anspruch auf eine Generalisierung auf alle Kunstmuseen und deren Vermittlungspraxis.

²¹ ²¹ J. D. Salinger 1951, S. 127.

1. Definition von Raum & Vermittlung

Im Zusammenhang mit dem Museum spricht man von allerhand Räumen. Es gibt den Ausstellungsraum, das Foyer, den Vermittlungsraum, den Kassenraum, das Depot, das Café, den Erfahrungsraum, den Denkraum, den digitalen Raum usw. Das Spektrum reicht von sehr konkreten Räumen, die wir physisch betreten können, bis zu abstrakten Formen, wo wir uns diese vorstellen müssen. Trotzdem spricht man in all diesen Fällen von Raum. Was also ist Raum?

Wie in der Einleitung bereits erwähnt, spielt der Raum in vielen Wissenschaften eine zentrale Rolle und wurde daher auf unterschiedliche Weisen definiert. Für diese Arbeit wird der Raumbegriff aus den Sozialwissenschaften herangezogen und auf den Bereich der Kunstmuseen und Ausstellungen angewandt. Grundsätzlich ist von drei Modellen die Rede: absolutistisch, relativistisch und relational.

Ersteres wird auch als *Container-Modell* bezeichnet und gilt als die älteste Raumtheorie, u.a. findet man diese Auffassung bei Aristoteles.²² Seit der Antike wurde der Raum als Behälter aufgefasst, der mit Dingen befüllt werden kann, die ihren festen Platz darin haben. Der Raum ist somit nur „die Hülle für die darin befindlichen Körper“.²³ Dieses absolutistische Modell ermöglicht zwar, dass der Raum auf die Objekte wirkt, allerdings haben die Körper keine Auswirkungen auf den Raum.²⁴ Überträgt man dieses Modell auf den Ausstellungsraum, würde man diesen ausschließlich als ein Zimmer mit vier Wänden, Boden und Decke beschreiben, wo Kunstwerke einen fixen Platz zugeordnet bekommen haben. Die gezeigten Objekte hätten keinerlei Rückwirkung auf den Raum und dieser bliebe unverändert.

Im ersten Moment ist das gut nachvollziehbar, aber das absolutistische Modell setzt voraus, dass Raum unabhängig vom Handeln existiert. Und das passt mit der heutigen Auffassung von Ausstellungen im Museum nicht zusammen. Gerade in Ausstellungen geht es um die Wechselwirkung von Raum und Körpern, um die Herstellung von Beziehungen zwischen den Objekten, aber natürlich auch zwischen Objekten und Besucher_innen. Die Handlungen im Ausstellungsraum sind von zentralem Interesse. Denn eine Ausstellung, wenn man sie als ein Medium versteht, erfüllt nur dann ihren Zweck, wenn sie von Besucher_innen

²² Schroer 2006, S. 33.

²³ Schroer 2006, S. 44.

²⁴ Schroer 2006, S. 45.

rezipiert wird. Zudem kann die absolutistische Raumauffassung auch nicht mehr die virtuellen Räume erklären, die mittlerweile Teil unserer alltäglichen Lebensrealität geworden sind.²⁵

Das relativistische Modell, welches ab dem 18. Jahrhundert aufkommt, lehnt hingegen den absoluten, bereits existierenden Raum ab. Stattdessen wird Raum durch die Lagebeziehung der Dinge zueinander konstituiert. *„Die Lage eines jeden Körpers ergibt sich aus seiner jeweiligen Relation zu einem anderen, also immer nur ‚in Relation zu‘ und nicht absolut.“*²⁶ Immanuel Kant zum Beispiel behandelt den Raum nicht länger als Gegenstand, *„sondern als reine Form der sinnlichen Anschauung“*.²⁷ *„Der Raum ist also nicht bereits vorhanden, vielmehr wird er durch die Vorstellungen der Menschen erst geschaffen“*, schreibt Markus Schroer.²⁸ Wiederum auf den Ausstellungsraum umgelegt, würde dieser jetzt nur über die Relationen zwischen den Kunstwerken und den Menschen definiert werden, allerdings auf einer Ebene, wo die Dinge nicht im selben physischen Raum sein müssten. Das würde nun unglaublich große Räume schaffen, da überall hin Bezüge gemacht werden könnten.

Durch das relativistische Modell, das sich spätestens mit Albert Einstein durchsetzt, wird deutlich, dass die ständige Handlung für die Herstellung von Raum wichtig ist. Schroer macht dabei aber auf einen wichtigen Punkt aufmerksam:

*„Wenn es also ein Produzieren von Raum gibt, dann gibt es auch das Produkt Raum. Zwar mögen Räume niemals ein für allemal fertig, starr und unveränderbar sein; aber Räume sind eben auch nicht permanent im Fluss und beliebig veränderbar. Individuen machen die Erfahrung, dass sie in Räume eintreten, die sie nicht (mit)geschaffen haben und die sich nicht verändern können.“*²⁹

An dieser Stelle kommt die dritte Raumtheorie zum Zug. Das relationale Modell von Martina Löw verbindet die beiden Merkmale der absolutistischen und der relativistischen Raumauffassung. Sie schreibt in ihrer *Raumsoziologie*: *„Raum ist eine relationale (An)Ordnung sozialer Güter und Menschen (Lebewesen) an Orten.“*³⁰ Damit vereint sie die fixe Struktur in einem vorgegebenen Raum (sie spricht von *Ordnung* an bestimmten *Orten*) mit dem zentralen Handeln, durch das Raum erst entstehen und verändert werden kann (sie erwähnt die *Anordnung*). Durch Handlungsprozesse von Akteur_innen kann Raum entstehen, welche wiederum räumliche Strukturen bedingen.

²⁵ Löw 2001, S. 689.

²⁶ Schroer 2006, S. 40.

²⁷ Schroer 2006, S. 42.

²⁸ Schroer 2006, S. 43.

²⁹ Schroer 2009, S. 137.

³⁰ Löw 2001, S. 682.

Dieses Raumverständnis von Löw bildet die Grundlage für diese Arbeit. Denn der Raum im Museum, wie zum Beispiel die Ausstellung, hat bestimmte physische, räumliche Strukturen, die die Besucher_innen nicht verändern können. Diesen Strukturen sind die Exponate eingeschrieben, gleichzeitig haben jene aber auch eine Rückwirkung auf den Raum und auf die Wahrnehmung des Publikums. Ebenso spielen die Beziehungen zwischen den Objekten untereinander, aber auch zu den Besucher_innen sowie die Relation der Besucher_innen untereinander eine raumstiftende Rolle. Man kann hier vom *sozialen Raum* sprechen.³¹ Das Handeln im Raum erzeugt gleichzeitig Raum und kann diesen verändern. Löw schreibt weiter: „*Räumliche Strukturen ermöglichen Handeln und schränken gleichzeitig Handlungsmöglichkeiten ein.*“³² Und dieser Punkt ist nun besonders spannend, denn hier kommt neben den Besucher_innen auch die personale Kunstvermittlung ins Spiel. Diese ist eine weitere Akteurin, deren Aufgabe es ist, im Museum, sei es im physischen oder im virtuellen Raum, durch Handlungen Räume zu eröffnen und zu ermöglichen. Durch die Verbindung von Raum und Vermittlung kann das Museum als *Erfahrungsraum*³³ verstanden werden. Dieser wird von Preuß und Hofmann ähnlich wie bei Reitstätter als *sozialer Raum* beschrieben: „*Das Museum ist somit keine Gegebenheit, sondern situativ, sozial, performativ. Es ist ein Raum, der sowohl durch äußere Vorgaben und physische Gestaltung als auch durch das Wahrnehmen und Handeln der unterschiedlichen Menschen darin gebildet wird.*“³⁴ Diesem Verhältnis von Raum und Vermittlung wird in den folgenden Kapiteln nachgegangen.

Zuvor wird aber noch die Vermittlung kurz näher beleuchtet. Dabei soll keine Entwicklungsgeschichte des Begriffs oder der Tätigkeit wiedergegeben, sondern angesprochen werden, wie ich Vermittlung in dieser Arbeit ansetze. Der Begriff der Kunstvermittlung hat viele Bedeutungen, der von Bildungsarbeit und Museumspädagogik bis zu Kulturmanagement und Marketing sowie Verkauf reichen kann. Mit personaler Kunstvermittlung im Museum ist hier die Arbeit von Vermittler_innen gemeint, die an der Schnittstelle zwischen dem Museum, den Kurator_innen, dem Publikum und den Kunstwerken stehen und wo ein Wissensaustausch

³¹ Löw 2001, S. 684.

³² Löw 2001, S. 684.

³³ Preuß/Hofmann 2017, S. 15-16: Laut Preuß/Hofmann wurde mit dem Begriff der Kunstvermittlung bislang das Konzept des Lernens, des Wissenszuwachs und der Vernunft verbunden. Durch die Einführung der Bezeichnung *Erfahrungsraum* für die Vermittlung im Museum soll deutlich gemacht werden, dass neben der Vernunft auch die Sinneswahrnehmung als auch die Seins-Wahrnehmung zentrale Aspekte für Erfahrung und Lernen im Museum sind.

³⁴ Preuß/Hofmann 2017, S. 15.

stattfindet.³⁵ Dabei sollten nicht die Interessen einer dieser vier Player im Vordergrund stehen, sondern der/die Vermittler_in sollte zugleich alle Interessen vertreten und zugleich keine repräsentieren und bevorzugen. Es geht darum Inhalte der Ausstellungen und auch Aspekte darüber hinaus näher zu bringen ohne diese als die ultimative Wahrheit darzustellen, gleichzeitig ist es auch ein Infragestellen derselbigen Inhalte gemeinsam mit den Besucher_innen. Alexander Henschel teilt die Kunstvermittlung in zwei Richtungen ein: er spricht einerseits von der *harmonistischen Kunstvermittlung*, die versucht Brücken zwischen Publikum und Kunst zu bauen, und andererseits von der *kritischen Kunstvermittlung*, die eine vollständige Übermittelbarkeit von Wissen und eindeutige Verständniserklärung von Kunst ablehnt.³⁶ Zweitere vergleicht er mit der Metapher eines Risses. Für den Vermittlungsbegriff in dieser Arbeit sind sowohl die Aspekte der Brücke als auch des Risses wichtig. Kunst ist ambivalent, Kunst wirkt auf jeden anders. Somit gibt es Momente, wo Kunstvermittlung harmonisierend sein muss, damit ein Kontakt mit dem Publikum vielleicht überhaupt erst möglich ist. Wer möchte denn schließlich mit jemandem reden bzw. in ein Gespräch treten, wenn dieses nur als anstrengend und herausfordernd gesehen wird bzw. wenn keine Anknüpfungspunkte gefunden werden können. Andererseits ist es spannend gemeinsam kritisch mit dem Publikum zu sein. Einerlei, ob sich der/die Vermittler_in auf dieser Skala für eine „pädagogische, differentielle, affirmative, reproduktive, dekonstruktive oder transformative Kunstvermittlung“³⁷ entscheidet, eine Handlung bzw. ein Prozess mit den Besucher_innen und den Objekten stehen im Mittelpunkt. Dies findet meistens physisch im Museum statt, hat aber mittlerweile, vorrangig coronabedingt, auch den digitalen Raum erreicht. Die personale Vermittlung ist sehr aktiv in den Ausstellungsräumen, welche Form diese auch immer haben.³⁸ Welche Wirkung diese Räume haben und welche Effekte die Vermittlung auf die Räume haben kann, das ist Gegenstand der folgenden Untersuchung.

³⁵ Vgl. Österreichischer Verband der KulturvermittlerInnen im Museums- und Ausstellungswesen 2017: Berufsbild Kulturvermittlung: „*KulturvermittlerInnen initiieren inklusive Bildungs- und Kommunikationsprozesse und schaffen Erfahrungsräume. Sie informieren, moderieren und sie fördern die kritische Auseinandersetzung mit musealen und gesellschaftspolitischen Fragestellungen. Hierfür recherchieren, selektieren und interpretieren sie auf Basis aktueller Forschungserkenntnisse Inhalte für ein heterogenes Publikum. Sie betreiben interdisziplinäre Netzwerkarbeit.*“

³⁶ Henschel 2020, S. 20-21.

³⁷ Henschel 2020, S. 29.

³⁸ Vgl. Spanier 2014, S. 171: Laut Lisa Spanier ist „*die wichtigste und beliebteste Vermittlungsform*“ nach wie vor die Führung, deren Ausführung in der Praxis ein weites Spektrum zwischen klassischer Führung bis zu einem Gespräch mit dem Publikum besitzt.

2. Der Ausstellungsraum – Auswirkung des Raums auf die personale Vermittlung ↔ Auswirkung der personalen Vermittlung auf den Raum

Anhand von Verhaltensstudien von Einzelbesucher_innen in Ausstellungen konnte bereits mehrmals gezeigt werden, dass der Raum eine enorme Wirkung auf die Betrachtenden hat.³⁹ Allerdings wurde bislang kaum untersucht wie sich Raum auf den Rundgang einer Gruppe von Personen auswirkt, die an einem Vermittlungsprogramm eines Museums für moderne und zeitgenössische Kunst teilnehmen. Dabei gibt es mehrere räumliche Parameter, die sowohl die Entscheidung des/der Vermittler_in beeinflussen können als auch die Gruppendynamik sowie das Gruppenverhalten. Genauso wird dieser Gedanke aber auch in der vorliegenden Arbeit umgekehrt: Auf die Frage, ob personale Vermittlung auch Auswirkungen auf den Raum haben kann, sind allen Interviewpartnerinnen Punkte eingefallen, wo dies der Fall ist, meistens in temporärer Weise. Dabei lautet die Frage nicht, ob die Vermittlung Einfluss hat, sondern inwiefern. In den folgenden Unterkapiteln werden diese räumlichen Parameter anhand von Beispielen aus meiner beruflichen Praxis sowie anhand von Erfahrungen der Interviewpartnerinnen gesammelt und vorgestellt.⁴⁰

2.1. Die Raumstruktur

2.1.1. Größe und Raumeinheit

Der Aufenthalt einer Gruppe in einem Ausstellungsraum hängt bereits von der Größe des Raumes als auch der Gruppe ab. Kleine, enge, schlauchartige Räume müssen mit großen Gruppen oft ausgelassen werden bzw. eignen sie sich nur eingeschränkt für einen längeren Besuch. Durch bewegliche Stellwände können Räume vergrößert, aber auch verkleinert werden, um eine Ausstellung zu gliedern. Mirabelle Spreckelsen erzählt von kleinen, engen Gängen, die extra für eine Ausstellung im Museum der Moderne Salzburg gebaut wurden, damit der Sound einer Videoausstellung besser gelenkt werden konnte. Die Frage für die Vermittlung war aber: „*Wie sollen sich da Gruppen durchzwängen?*“⁴¹ Hier gibt es klar den Wunsch nach mehr Rücksicht auf Gruppenprogramme. Häufig ist das Museum aber an fixe

³⁹ Reitstätter 2015, S. 163: Bei einer Studie von Bernd Günter zur Untersuchung der Museumsarchitektur (2003) stellte sich heraus, dass für 94% der Befragten ein angenehmes Raumgefühl bei einem Ausstellungsbesuch von Bedeutung ist.

⁴⁰ Dabei wird bei der Auflistung kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben, sondern es wäre sogar wünschenswert diese Punkte zukünftig zu ergänzen.

⁴¹ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 77.

Wandstrukturen gebunden, die einfach zum historischen Kern des Gebäudes gehören oder eine tragende Rolle in der Statik einnehmen. Da kann an den Größen der Räume nicht gerüttelt werden. In der Albertina gibt es zum Beispiel einen schlauchartigen Raum in der Propter Homines Halle, wo man sogar mit einer kleinen Gruppe von fünf Personen den Durchgang blockieren würde. So ein Raum kann schnell zu einem Durchzugsort für Gruppen werden, da weder die Teilnehmenden noch die Individualbesucher_innen glücklich sind, wenn ein Raum besetzt ist.

Aber nicht nur kleine Passagen haben einen Einfluss, sondern auch große Säle wirken sich auf die Gruppe und die Vermittlung aus. Weite Räume laden dazu ein sich auszubreiten, viel Platz in Anspruch zu nehmen. Meistens ist das sehr angenehm, kann aber auch dazu führen, dass die Teilnehmer_innen sich verstreuen und es eine Herausforderung wird die Gruppe zusammenzuhalten und ein Gespräch in angemessener Lautstärke zu führen. Außerdem macht Julia Hagenberg vom K20 in Düsseldorf darauf aufmerksam, dass manche Räume für bestimmte Communities zu groß und offen sind.⁴² Die dortige Bildungsabteilung arbeitet unter anderem mit Aktivist_innen aus dem Umfeld von People of Color zusammen und diese benötigen Safe Spaces. Sie konnten zum Beispiel nicht gemeinsam in den temporären OPEN SPACE gehen, – ein offener, kostenlos zugänglicher, konsumfreier Raum im K20, der als Kontaktzone definiert wurde – weil die dortige transparente Architektur für sie kein Safe Space war.

Die Größe von Räumen bzw. auch von ganzen Ausstellungen kann auch überfordernd sein für die Besucher_innen. Hier können Vermittler_innen gegenlenken und die bereits getrennten Säle erneut „in Häppchen unterteilen“, wie Karin Schneider erzählt.⁴³ Bei selbstständigen Erkundungen der Teilnehmenden eines Vermittlungsprogramms, hat die Erfahrung Schneiders gezeigt, „dass die Erkundungen [...] intensiver und akkurater werden, wenn du ihnen vorher den Raum in Häppchen teilst [...]“.⁴⁴ Die Autorin kann das ebenfalls bestätigen, da zum Beispiel Schüler_innen bei selbstständigen Arbeits- und Suchaufträgen in großen Ausstellungen schnell überfordert sind mit der Fülle an Kunstwerken. Dabei hilft eine gezielte räumliche Vorgabe, damit die Schüler_innen das Gefühl haben sie können die Aufgabe zu ihrer Zufriedenheit bewältigen. Besonders bei Kleinkindern weist Schneider darauf hin, dass die Voreinteilung der Räume durch die Vermittler_innen ein Stabilisierungsfaktor ist, obwohl

⁴² Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 107.

⁴³ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 117.

⁴⁴ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 117.

Schneider aus einer kritischen Vermittlungstradition kommt, wo versucht wird, die Räume zu öffnen und nicht vorzugeben.⁴⁵

2.1.2. Öffnungen & Schließungen: Von Türen, Durchgängen, Fenstern und Absperrungen

Da Türen und Durchgänge ständig passierbar bleiben müssen, versuchen Vermittler_innen mit ihren Gruppen solche Durchzugsorte zu vermeiden, damit diese Bereiche nicht blockiert werden, natürlich auch aus Sicherheitsgründen (Stichwort Fluchtweg). Außerdem sind Türen und Durchgänge Plätze der Unruhe, da es zu ständiger Bewegung kommt und diese Orte nicht zum Aufenthalt gedacht sind. Daher werden Objekte, die nahe an Durchgängen stehen, bei einem Rundgang lieber weggelassen. Natürlich kann man Kunstwerke, die neben Durchgängen platziert wurden, mit der Gruppe besprechen: entweder man positioniert sich direkt am Objekt und kann sich auf Unterbrechungen und Ermahnungen des Aufsichtspersonals einstellen sowie auf Staubildung bei hohen Besucher_innenzahlen oder man bespricht das Werk von der Mitte des Raumes aus, die oft frei von Exponaten und somit auch von Besucher_innen ist. Häufig werden solche Öffnungen und Durchgänge von den konzentrierten Besucher_innen selbst gar nicht wahrgenommen, erst eine Aufforderung durch das Museumspersonal oder ein „Entschuldigung, darf ich hier kurz vorbei“ einer anderen Person erinnert sie daran.

Was hingegen manchmal mehr auffällt, sind die Öffnungen, die geschlossen sind, wie z.B. verriegelte Türen oder Absperrungen. Hier würden die Besucher_innen oft gerne wissen was sich dahinter befindet. Kordeln und andere Absperrsysteme verleihen manchen Bereichen und Objekten im Museum etwas sehr Wertvolles und Auratisches, da eben nicht jede_r sich nähern darf. In manchen Fällen ist es den Vermittler_innen erlaubt, solche verschlossenen Türen für ihre Gruppen zu öffnen und Absperrungen aufzuheben. Hier können sie einen zusätzlichen und neuen Raum für die Teilnehmenden des Rundgangs aufmachen und den Museumsraum erweitern, der den anderen Besucher_innen verborgen bleibt.

Eine weitere Form der Öffnung sind schließlich Fenster. In Kunstmuseen werden diese in Ausstellungshallen meistens als Problemzone aufgefasst, da das Tageslicht mit konservatorischen Maßnahmen von Kunstwerken nicht vereinbar ist, als auch Video- und Digitalarbeiten davon in ihrer Präsentation und Wahrnehmung gestört werden. Daher werden Fenster in Ausstellungsräumen sehr oft weggelassen oder abgedunkelt. Das ist womöglich auch

⁴⁵ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 118.

einer der Gründe – neben der Vielzahl an Kunstwerken und der starken Reizüberflutung – für die sogenannte *museum fatigue*.⁴⁶ Räume mit Fensterfronten werden entweder als Aussichtspunkt verwendet oder wie im Fall des Museums für Moderne Kunst Salzburg der Vermittlung zur Verfügung gestellt, um dort den Raum zu bespielen.⁴⁷ Die Vermittler_innen können Fenster in ihren Rundgängen miteinbeziehen, damit das Auge der Betrachtenden auch wieder weiter in die Ferne schweifen kann. Oft haben Museen eine tolle Lage und einen wundervollen Blick über die Stadt oder Landschaft. Somit kann man die Außenwelt unter anderem miteinbeziehen. So beschreibt auch Spreckelsen ihren Lieblingsplatz am Fenster im Museum der Moderne Salzburg: „Das finde ich total schön, dass man immer diesen Bezug nach außen hat und nicht nur in seiner Bubble im Museum ist.“⁴⁸ Auf diesen Austausch zwischen dem Innen und Außen kann die Vermittlung aufmerksam machen, dieser geht nämlich oft im Ausstellungsdisplay des Museums unter.

2.1.3. Sitzgelegenheiten

Ein räumlicher Parameter der für die Vermittlung relevant ist und der von dreien der fünf Interviewpartnerinnen unabhängig voneinander genannt wurde, betrifft die Sitzgelegenheiten. Bänke innerhalb von Ausstellungen sind eine große Diskussion zwischen den Kurator_innen und den Vermittler_innen.⁴⁹ Erstere empfinden Sitzmöglichkeiten häufig als Störfaktor für die Wahrnehmung der Kunst und der Raumrezeption, während die Kunstvermittlung als Sprachrohr der Besucher_innen für mehr Bänke plädiert.

Sitzgelegenheiten, die oft in der Mitte des Raumes aufgestellt werden, da dort seltener Kunstwerke präsentiert werden, haben eine starke Anziehungskraft auf die Besucher_innen. In zahlreichen Führungen konnte ich feststellen, dass die Teilnehmenden sich nach einer gewissen Zeitspanne gerne ab und zu niederlassen, aber auch dass insbesondere Schüler_innen das Bedürfnis haben, sich beim Anblick einer Bank hinzusetzen. Die bereitgestellten Sessel oder Bänke tragen zur Gruppenzerstreuung im Raum bei, da nicht alle Teilnehmenden einen Platz haben. Das passiert natürlich noch einmal mehr, wenn die Besucher_innen mit Gruppenführungssystemen ausgestattet sind und den/die Vermittler_in über ihre Kopfhörer

⁴⁶ Spanier 2014, S. 229-230: „Anstrengungen von Körper- und Augenmuskulatur ermatteten den Museumsbesucher“. Hierbei spricht man von der Museumsmüdigkeit, ein Begriff, den Benjamin Ives Gilman geprägt hat.

⁴⁷ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 75: Im Rahmen der Ausstellung *Die Spitze des Eisbergs* hat die Vermittlung den Auftrag bekommen, sich an der Ausstellung zu beteiligen und dafür den Raum mit Fensterfront zur Verfügung gestellt bekommen.

⁴⁸ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 89.

⁴⁹ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 106 & Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 77.

auch aus einer gewissen Distanz hören können. Es kann aber auch dazu führen, dass die gesamte Gruppe sich um die Bank versammelt und von dort aus das Kunstgespräch stattfindet oder dass überhaupt ein Werk ausgewählt wird, das sich in der Nähe zu einer Sitzgelegenheit befindet, was manchmal für Schüler_innen unbewusst ein Auswahlkriterium ist, wenn sie selbstständig durch die Ausstellung wandeln.

Das Thema Sitzmöglichkeiten kann aber auch von den Vermittler_innen direkt gesteuert werden. Um einen Ausstellungsbesuch angenehmer zu gestalten, können Vermittler_innen gezielt Bänke in ihren Rundgang einbauen. Damit befindet man sich zwar in einer gewissen Distanz zu einem Kunstwerk, aber dies kann auch eine neue Perspektive auf ein Exponat ermöglichen. Sessel sowie Bänke können natürlich auch absichtlich vermieden werden, denn bei manchen Schulgruppen entsteht ein richtiger Wettlauf um die Bänke, was dazu führt, dass die Schnelleren immer einen Sitzplatz ergattern, während andere mehrere Räume lang stehen müssen. Eine gute Alternative zu fehlenden Bänken für Schulklassen ist der bewährte Boden mit der von der Vermittlung zur Verfügung gestellten Sitzkissen. Vorteile sind hier, dass 1.) alle sitzen, 2.) alle auf demselben Level sind, 3.) alle besser auf die Werke sehen, 4.) sich die Kinder und Jugendlichen mehr entspannen und sich auf das Zuhören bzw. Mitmachen konzentrieren können. Auch Mirabelle Spreckelsen ist überzeugt, dass das Hinsetzen vor einem Werk zum Innehalten und zur Konzentration beiträgt.⁵⁰ Mit dem Platznehmen vor einem Werk verdeutlicht man der Gruppe auch einen längeren Aufenthalt und nicht ein Weiterlaufen durch die Ausstellung. Auch für die anderen Besucher_innen wird deutlich, dass die Gruppe hier länger verweilen wird.

Für manche ein nebensächliches Element im Raum, fällt es jedoch auf, wenn keine Bank vorhanden ist. Nach der Eröffnung der Albertina Modern Ende Mai 2020 kurz nach dem Ende des ersten Corona-Lockdowns hat man die Bänke aus den Ausstellungsräumen entfernt, was mir als Besucherin und Vermittlerin sofort aufgefallen ist, einerseits weil ich mich selbst setzen wollte, andererseits auch, weil die Teilnehmenden in ihren Führungen nach Bänken Ausschau gehalten haben. Der Wunsch nach solchen ist also sehr stark bei den Besucher_innen und keine Frage des Alters oder der Fitness. Es ist mehr eine einladende Willkommensgeste und wird auch als Ruhezone zwischen den vielen Reizen und Impulsen empfunden. Spreckelsen dazu: *„Das sind für mich die besten Ausstellungen, wo ich merke, dass auf mich Acht gegeben wird als Besucherin und nicht nur auf die Kunst. Ich glaube, dass muss eine Balance sein. Auf beide*

⁵⁰ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 77: *„Manchmal konzentriert man sich besser, wenn man sitzt. Wir haben das bei den Kindern in den Führungen. Wir sitzen mit denen auf dem Boden auf Pölstern, damit sie sich konzentrieren, damit sie einfach mal kurz in sich gehen.“*

*muss Acht gegeben werden.*⁵¹ Die Vermittlung kann genau hier ansetzen und diese einladende Geste unterstützen mit Sitzpölstern für Kinder und Jugendliche, aber auch mit tragbaren Klapphockern für Erwachsene.

Durch vereinzelte Sitzmöglichkeiten im Ausstellungsraum wird auf die Besucher_innen eingegangen, allerdings für die personale Vermittlung weist Andrea Hubin auf einen wichtigen Punkt hin: *„Für die Einzelbesucher_innen gibt es da dann schon manchmal Konzessionen, da steht dann vor dem Video der Sessel. [...] Aber was es halt ganz selten gibt, sind Räume, wo sich Gruppen niederlassen können als Gruppe, um dann ein Gespräch zu haben, das ist sehr selten vorgesehen. Das denken die Kurator_innen ganz selten mit, dass es für das auch Zonen braucht.“*⁵² Als Vorzeigebeispiel nennt sie die documenta XII (2007), wo an verschiedenen Orten in der Ausstellung Sesselkreise aufgestellt waren und diese von den Kurator_innen selbst als ein kollektiver Bildungsraum verstanden wurde.⁵³

2.1.4. Akustik

Ein weiterer Aspekt, der von der Größe und Beschaffenheit eines Raumes abhängt, ist die Akustik. Halte die Stimme im Raum, potenzieren sich kleinste Geräusche stark, knarzen der Fußboden oder gibt es einen schalldämpfenden Teppich? Dies kann darüber mitentscheiden, ob die Vermittler_innen mit freier Stimme oder mit einem Gruppenführungssystem sprechen, falls ein solches vorhanden ist. Die Verwendung von letzterem schafft natürlich eine eindeutige Sprecher_innenrolle, die dem/der Vermittler_in mit dem Mikrofon zugewiesen wird sowie eine Zuhörer_innenrolle für die Besucher_innen, die mit Kopfhörern ausgestattet sind. Hier benötigt es noch mehr Einfühlung und womöglich Anstrengung des/der Vermittler_in, um ein Gespräch in der Gruppe zu erzeugen. Ohne Gruppenführungssystem herrscht eine gleichberechtigte Gesprächsbasis von Beginn an. Allerdings muss ich an dieser Stelle hinzufügen, dass die Besucher_innen der Albertina und Albertina Modern besonders während der Mund-Nasenschutzpflichtigen Zeit in Museen bislang sehr zufrieden mit den Führungssystemen waren, da Abstandsregelungen ohne akustische Einbußen somit gut eingehalten werden konnten, aber auch darüber hinaus fassen sie die Verwendung solcher Geräte zum Großteil als positiv auf.

Prinzipiell spielt Ton und Lautstärke eine wichtige Rolle in Ausstellungsräumen von Kunstmuseen, die lange Zeit als Orte der Ruhe und Kontemplation wahrgenommen wurden.

⁵¹ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 77.

⁵² Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 94.

⁵³ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 94.

Die Vermittler_innen können die Akustik des Raumes so wenig verändern wie sie die Wände verstellen können, aber sie können damit arbeiten. Mirabelle Spreckelsen meint: „*Allein wenn man ins Museum geht, man betritt einen ganz anderen Raum. Man betritt eine andere Architektur, der Boden, der ist total hallend bei uns oder ähnliches. Also es geht wirklich auch um ein Gefühl, das zusätzlich vermittelt wird. Museumsgefühle.*“⁵⁴ Also nicht nur visuelle, sondern auch akustische Reize zählen zum Museumserlebnis. Der heutige Museumsraum ist nicht mehr ausschließlich still und ruhig – das kann er auch sein – sondern besonders wenn Vermittlung im Spiel ist, wird es lauter und aktiv. Zur Akustik zählen darüber hinaus auch die künstlerischen Arbeiten, die Ton und Geräusche inkludieren. Der Einfluss solcher auf die Vermittlung sowie die Rückwirkung der Vermittlung auf geräuschvolle Räume wird u.a. im nächsten Unterkapitel behandelt.

2.2. Ausstellungsobjekte und –gestaltung

2.2.1. Art des Mediums & Positionierung im Raum

Über die Platzierung von Objekten im Raum, ihre Relation zueinander, die Präsentationsform sowie über das Design der Ausstellung wurde bereits viel geforscht und geschrieben. Dabei wurde auch immer deutlich gemacht, dass diese Aspekte eine starke Wirkung auf die Betrachter_innen haben und deren Wahrnehmung beeinflussen können.⁵⁵ Ebenso wirken sich diese Punkte auf die personale Vermittlungstätigkeit aus, die hier angeführt werden.

Die jeweilige Art des Objekts und seine Positionierung im Raum führen zu unterschiedlichen Verhaltensweisen der Gruppe. Die Hängung von Kunstwerken wie Gemälde, Grafiken und Fotografien auf Augenhöhe an der Wand, veranlassen die Teilnehmenden meistens zur Aufstellung im Halbkreis um das Objekt, was dem Großteil der Gruppe einen Blick auf das Werk gewährt. Ebenso verhält es sich bei der Aufstellung von Vitrinen entlang der Seiten des Raumes. Allerdings erschwert die dabei häufig hüfthohe Präsentation der Werke allen Teilnehmenden eine zeitgleiche Betrachtung. Für die Vermittlung stellen solche Vitrinen eine Herausforderung dar aufgrund ihrer Platzierung im Raum als auch ihrer Sichthöhe, die oft nicht angemessen für alle Besucher_innengruppen ist, meint Spreckelsen.⁵⁶ Einfacher für

⁵⁴ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 84.

⁵⁵ Black 2005, S. 271-279.

⁵⁶ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 76.

Gruppen zugänglich sind daher Vitrinen, aber auch andere dreidimensionale Objekte wie Skulpturen oder Installationen, wenn sie in der Mitte des Ausstellungsraumes aufgestellt werden, da sich die Teilnehmenden ringartig um das zentrale Objekt platzieren können.

Künstlerische Arbeiten mit Sound oder Video wirken sich im Ausstellungsraum noch viel stärker auf eine Führung aus als „stille“ Objekte, da sie sich durch Ton bzw. Bewegung oft sogar über mehrere Räume hinweg bemerkbar machen und Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Das Abspielen von Tonaufnahmen steht in einer akustischen Konkurrenz zum Vermittlungsprogramm, das ja auf Kommunikation basiert. Dadurch kann es zu Konzentrationschwierigkeiten bei den Sprecher_innen als auch bei den Zuhörer_innen der Führung kommen. Um eine Überlagerung von Tonspuren, Klängen, Gesprächsfetzen und Musik mit parallelen Vermittlungsgesprächen und eine damit einsetzende Sinnesüberreizung der Besucher_innen zu vermeiden, werden Räume mit lautem Ton vermieden bzw. fällt der Aufenthalt mit Gruppen dort relativ kurz aus. Alternativ können Vermittler_innen das Gespräch unterbrechen, damit sich die Gruppe auf den Sound konzentrieren kann. Auch Andrea Hubin macht auf den Einfluss der Soundkulisse in Ausstellungshallen auf Rundgänge aufmerksam und erwähnt, dass Multisoundimpulse im Raum *„zum Teil richtiggehend verhindern, dass du dort gescheit Vermittlung machen kannst.“*⁵⁷

Videos, die in einem Raum mit anderen Objekten präsentiert werden, wirken für die Besucher_innen visuell aufgrund der bewegten Bilder sehr anziehend.⁵⁸ Die oft in separaten, abgedunkelten Räumen gezeigten Filme und Videoarbeiten, haben geringen Einfluss auf die Vermittlung, während Videoinstallationen, die in einem Raum mit anderen Objekten präsentiert werden, die Aufmerksamkeit der Gruppe während des Rundgangs auf sich ziehen können. Das Aufgreifen und Thematisieren von präsentierten Videos liegt im Ermessen der Vermittler_innen, die Aufmerksamkeit der Besucher_innen wird so oder so zum Video wandern. Ein Beispiel ist die Hermann Nitsch Ausstellung in der Albertina im Jahr 2019. In einem Raum mit Gemälden des Künstlers wurden mehrere Filmausschnitte von seinen Aktionen an eine Wand im Zentrum projiziert. Der Besuch mit einer Gruppe in diesem Raum hat gezeigt, dass man die Videoaufnahmen nicht unkommentiert lassen konnte bzw. man den Besucher_innen Zeit für das Video geben musste. Die Kunstwerke, die das Video umgaben, erschienen fast nebensächlich. Es war aber nicht nur der Inhalt der Aufnahmen, der die

⁵⁷ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 94.

⁵⁸ Reitstätter 2015, S. 145.

Betrachter_innen anzog (manche aber auch abstieß), sondern auch die zentrale Platzierung gegenüber vom Raumeingang, womit diese sofort für alle sichtbar waren.

Dies zeigt auch, dass nicht nur die Art des Mediums Einfluss auf die Vermittlung hat, sondern dass auch Platzierung eine gewichtige Rolle spielt. In Kunstmuseen ist der von Kurator_innen zugewiesene Platz für die Wahrnehmung eines Objektes von großer Bedeutung. Hier sind sich die Interviewpartnerinnen einig, dass die Ausstellungsmacher_innen den Raum bestimmen. Eine prominente Platzierung oder eine große Inszenierung eines Kunstwerkes haben es zum Ziel Besucher_innen anzuziehen. Das trifft sowohl auf die Individualbesucher_innen als auch die Teilnehmenden einer Führung zu. Sofern sich die Gruppe in einem Raum mit einem prominenten Schauobjekt oder einem gut platzierten Werk befindet, erhält dieses meist Einzug in jeden Rundgang, ohne dass die Vermittler_innen dies aktiv steuern könnten. Greifen die Kunstvermittler_innen das Thema nicht auf, sind es häufig die interessierten Besucher_innen, die dies tun. Karin Schneider spricht ein Element der Ausstellungsgestaltung an, mit dem Kurator_innen aktiv arbeiten, das von den Besucher_innen aber meist unbewusst wahrgenommen wird: die Sichtachse. Sie ermöglicht eine spannende Inszenierung, erlaubt bewusste Setzungen und erzeugt Bezüge zwischen verschiedenen Objekten in der Ausstellung. Die Vermittler_innen können diese räumlichen Begebenheiten nicht physisch ändern, aber sie können Bewusstsein dafür schaffen bei den Besucher_innen. Die Aufgabe der Vermittlung ist es laut Schneider, die Teilnehmenden darauf aufmerksam zu machen, wie ihre Blicke gelenkt werden und welchen Erzählstrang die Kurator_innen damit verfolgen, da dies eben nicht immer offensichtlich ist.⁵⁹ Auch Mirabelle Spreckelsen sieht es als Job der Vermittler_innen an, *„jemanden auch Dinge sehen zu lassen, die man vielleicht selbst nicht entdecken würde. So ein bisschen das Auge führen.“*⁶⁰

Ein Beispiel aus der Praxis zeigt wie stark dieser Einfluss der Blickführung durch kuratorische Setzungen auf die Vermittlung ist. Bei der Ausstellung zu Albrecht Dürer (2019) in der Albertina wurde das Porträt eines Unbekannten (aus dem Prado, Madrid) von Dürer gemalt an sehr prominenter Stelle präsentiert. Beim Durchschreiten von einem Raum in den nächsten befanden sich die Besucher_innen unmittelbar gegenüber dem Unbekannten. Das Bildnis war in einen aufwendigen Rahmen mit Säulen eingepasst und somit ein wahrhafter Blickfang. Da in der unmittelbaren Umgebung des Porträts viele Druckgrafiken von Dürer hingen, auf denen es meiner Meinung nach viel mehr zu entdecken und zu denen es viel zu

⁵⁹ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 117.

⁶⁰ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 86.

erzählen gab, ließ ich den Unbekannten meistens aus. Einige Male kam es jedoch vor, dass Teilnehmer_innen der Führung im Vorbeigehen die Frage stellten, wer denn dieser Mann und was das für ein besonderes Gemälde sei. Obwohl in dieser Ausstellung viele Werke bei einer Führung aus Zeitgründen ausgelassen werden mussten, wurde bei keinem anderen Objekt so häufig nachgefragt. Dies lässt sich auf die Positionswahl und Inszenierung durch die Ausstellungsmacher_innen zurückführen.

Ein weiterer Punkt stellt auch die Anzahl der ausgestellten Objekte dar.⁶¹ In einer Ausstellung mit über 100 Objekten ist es nachvollziehbar, dass die Gruppe im Rahmen einer Führung nicht alle Kunstwerke betrachten kann. Die Vermittler_innen müssen eine Auswahl treffen, was auch gemeinsam mit dem Publikum passieren kann, und die Anzahl der zu besprechenden künstlerischen Arbeiten reduzieren. Das Auslassen von Exponaten kann beim Publikum das Gefühl von Unvollständigkeit und Versäumnis auslösen. Somit kann z. B. eine sehr umfangreiche Ausstellung dazu führen, dass die Teilnehmer_innen den Besuch als lückenhaft empfinden. Es kann aber genauso zum gegenteiligen Effekt führen, dass die Besucher_innen dankbar für die Auswahl und Übersicht durch die Vermittlung in einer umfassenden Schau sind.

Im Falle der Ausstellungsgestaltung sind der Handlungsspielraum und der Einfluss auf den Raum durch Vermittler_innen beschränkt. Einerseits können Kunstvermittler_innen im Rahmen der Führung eine Auswahl an Objekten treffen und über die Reihenfolge der zu betrachtenden Werke entscheiden, auch wenn ein „Pfad“ durch die Kurator_innen vorgegeben ist. Sie können Werke auslassen, einen anderen Fokus setzen, wenig beachtete Werke hervorheben oder auch groß inszenierte künstlerische Arbeiten relativieren. Andererseits können die Vermittler_innen die Entscheidung über die Auswahl der zu besprechenden Werke auch den Teilnehmer_innen überlassen. Zum Beispiel kann der Rundgang an das Interesse der Besucher_innen angepasst werden oder auch bei Schüler_innengruppen hat es sich bewährt ihnen ein Mitbestimmungsrecht bei der Werkauswahl zu geben. Damit gibt man die Entscheidung ab, das heißt aber nicht, dass die personale Kunstvermittlung nun keinen Einfluss mehr hat, sondern genau hier liegt auch die Stärke, dass man einen Freiraum für neue, zufällige Wege bereitstellt.

Gleichgültig welche von den beiden Herangehensweisen für eine Führung gewählt wird, die Gruppe schenkt so oder so einem Werk mehr Aufmerksamkeit als einem anderen und

⁶¹ Vgl. Aumann/Duerr 2013, S. 92-93: Häufig überfordern Ausstellungsmacher_innen das Publikum durch eine zu hohe und dichte Anzahl an Exponaten, da man den Bildungsanspruch für möglichst viele Besucher_innenzielgruppen erfüllen möchte.

verweilt länger vor einem Objekt. Dies wirkt sich auf die Individualbesucher_innen aus und somit auch auf den Raum und seine Dynamik. Eine Gruppe Menschen vor einem Kunstwerk führt entweder dazu, dass die Individualbesucher_innen nun dieses Objekt für einen Moment meiden, oder aber es anziehend wirkt, weil der Geschmack vieler ja nicht falsch liegen kann, was die Wichtigkeit dieses Exponates betrifft.⁶² Die Gruppe verleiht dem Objekt damit eine Aura, die eventuell ohne die personale Vermittlung nicht aufgetreten wäre. Somit sind in einer Ausstellung nicht nur Inszenierung und Positionierung von Objekten für die Bewegung der Besucher_innen verantwortlich, sondern die Vermittlung kann mit der Gruppe temporär neue Schwerpunkte in der Ausstellung setzen und sich so einem eventuell vorgeschriebenen Parcours widersetzen. Gleichzeitig bekommen die Vermittler_innen ein Gespür für die Kunstwerke, die das Publikum faszinieren und dieses Wissen könnte in einer Neupositionierung der Exponate einfließen und zu einer Raumveränderung beitragen – dies geschieht nach momentanem Stand kaum.⁶³

2.2.2. Vermittler_innen & Kurator_innen – Raum für beide?

Der Raum in österreichischen Kunstmuseen ist stark von den Kurator_innen besetzt.⁶⁴ Diese Ansicht teilen alle Gesprächspartnerinnen, mit denen ein Interview geführt wurde. Laut den Expertinnen hat die Vermittlung bislang noch selten die Möglichkeit aktiv und dauerhaft in die Raumgestaltung und das Display von Ausstellungen einzugreifen. Ähnliche Ergebnisse finden sich in der Forschungsliteratur, wo beschrieben wird, dass die beiden Tätigkeiten Ausstellen und Vermitteln häufig als zwei voneinander getrennte Vorgänge in den Museen behandelt werden.⁶⁵ Auch wenn das Kuratieren ebenso eine Form des Vermittelns ist, wird die Vermittlungsabteilung meist erst nachdem die Ausstellungskonzeption vollendet ist zur Entwicklung eines pädagogischen Programms hinzugezogen.⁶⁶

⁶² Reitstätter 2015, S. 135.

⁶³ Vgl. Deutscher Museumsbund 2008, S. 15: Unter „*Besucherorientierte Ausstellungskonzipierung und -gestaltung*“ findet sich folgende Beschreibung, die bei den analysierten Museen noch eher selten zutrifft: „*Ausstellen ist die originäre Form der Vermittlung im Museum. Erfahrungen und Erkenntnisse aus der Besucherorientierung und Didaktik werden bei der Ausstellungskonzipierung und -gestaltung berücksichtigt.*“

Vgl. ICOM CECA Austria und der Österreichische Verband der KulturvermittlerInnen 2019: „*Die Kulturvermittlung kennt die Bedürfnisse, Interessen und Erwartungen des Publikums.*“

⁶⁴ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 76.

Auch in der Literatur wird konstatiert, dass die Verantwortung für die Konzeption von Ausstellungen und für die räumliche Planung bis heute bei den Ausstellungsmacher_innen liegt. Vgl. dazu z.B. Dech 2003.

⁶⁵ Schwan 2017, S. 179.

⁶⁶ Schwan 2017, S. 179.

Vermittler_innen werden ausschließlich dort zu Kurator_innen bzw. erhalten Mitsprache, wo der Ausstellungssaal zu einem Vermittlungsraum umfunktioniert wird. Die Expertinnen führten dafür unterschiedliche Beispiele an. Mirabelle Spreckelsen erzählte von zwei Projekten aus dem Museum der Moderne Salzburg. Einerseits erhielt die Vermittlung den Auftrag bei der Ausstellung *Die Spitze des Eisbergs* (November 2019 – April 2020) einen Raum (ca. 50 m²) zu bespielen.⁶⁷ Aufgrund einer Fensterfront wurde genau dieser an die Vermittlung abgegeben. Andererseits wurde der Vermittlungsabteilung in der Lockdown-Zeit von März bis Mai 2020 vom Direktor des Hauses eine 300 m²-Fläche einer Ausstellungsebene anvertraut, um dort eine Schau der Vermittlung zu organisieren.⁶⁸ Es wurde kompletter Freiraum gestattet und somit hat die Abteilung einen *Gestaltungsraum* (Juni bis Oktober 2020) eingerichtet. Das Schöne an dem Projekt war, dass diese Ausstellung für alle Besucher_innen gestaltet wurde, nicht nur für Kinder, was oft der Fall ist bei Projekten der Vermittlung. Laut Spreckelsen hat sich das Projekt ihrer Abteilung bewährt, sodass sie für die nahe Zukunft bereits weitere Aufträge zu Ausstellungsräumen erhalten hat.⁶⁹

In der Kunsthalle Wien kann die Vermittlung ebenfalls eigene Ausstellungen produzieren, die allerdings räumlich ausgelagert sind in die Kunsthalle am Karlsplatz. Dieses Gebäude, das zur Kunsthalle im Museumsquartier gehört, wird seit einigen Jahren für Kinderausstellungen genutzt, die von der Vermittlungsabteilung kuratiert werden, wie u.a. die letzte Schau *Space for Kids. Denk(dir)mal!* (Oktober bis November 2020).⁷⁰ Es ist allerdings eine Seltenheit, dass Ausstellungsfläche regelmäßig für die Vermittlung zur Verfügung gestellt wird. Häufig ist es ein immer wiederkehrendes Neuverhandeln über die Raumnutzung. Das zeigen die beiden soeben erwähnten Beispiele aus dem Museum der Moderne Salzburg, wo die Ausstellungsflächen davor und danach auch wieder in das Zuständigkeitsgebiet der Kurator_innen wandern. Ebenso verhält es sich im Nordico Stadtmuseum in Linz, wo Karin Schneider vom Lentos ebenso für die Vermittlungsabteilung verantwortlich ist. Der Vermittlungsraum im Erdgeschoss zur Graffiti-Schau, Schneider bezeichnet ihn als „*On-and-Off-Raum*“, ist für die nächste Ausstellung bereits wieder nicht mehr so klar als solcher definiert.⁷¹ Auch Julia Hagenberg erzählt, dass das Labor, eine Art Experimentalraum im K20, unter der neuen Museumsleitung wieder zu einem Ausstellungsraum umfunktioniert wird und dass die Zuteilung der Zuständigkeiten über Räume sehr eng mit dem Vorstand der Institution

⁶⁷ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 75.

⁶⁸ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 74-75.

⁶⁹ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 75.

⁷⁰ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 96.

⁷¹ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 120.

verknüpft ist.⁷² Anhand dieser Beispiele lässt sich erkennen, dass aktuell in Kunstmuseen eine Art Hybridraum existiert, der bei der Nutzung und Verantwortung zwischen Kurator_innen und Vermittler_innen variieren kann. Ein interessantes Modell, bei dem beiden Abteilungen jeweils abwechselnd wertvoller (Frei-)Raum gegeben wird. Damit wird deutlich, dass Raum nicht nur auf die Vermittlung Einfluss hat, sondern dass auch Vermittlung wiederum auf längere Zeit auf den Ausstellungsraum wirken kann, allerdings getrennt von den Räumen der Kurator_innen.

Während dauerhafte Einwirkungen der personalen Vermittlung bislang eher selten in den untersuchten Kunstmuseen vorkommen, gibt es einige Beispiele für temporäre Interventionen, wie z.B. im Museum der Moderne Salzburg oder auch in der Kunsthalle Wien. Die Vermittlungsabteilung von Spreckelsen arbeitet mit kleinen Wägelchen, auf denen das Material für Gruppen transportiert und im Ausstellungsraum abgestellt und verwendet werden kann.⁷³ Diese sind im Raum sichtbar und als Vermittlungstools gekennzeichnet. In der Kunsthalle Wien wurde ein mehrere Meter großer Tisch von der Vermittlung in der oberen Halle dauerhaft für die Ausstellung *...of bread, wine, cars, security and peace* (März bis Oktober 2020) platziert. Dieser hat viel Platz eingenommen zwischen den Kunstwerken und konnte für Vermittlungsprogramme als auch von Einzelbesucher_innen zum Hinsetzen, Schreiben, Zeichnen, Diskutieren etc. genutzt werden. In großen Kunstinstitutionen ist so eine Vermittlungsstation für die Dauer einer Ausstellung nach wie vor eine Seltenheit. Was man vielleicht öfters vorfindet, sind kleine Interventionen, wo Kinder- und Jugendgruppen sich im Rahmen des Vermittlungsprogramms mit Dingen im Museum bewegen und diese z.B. vor einem Bild platzieren. „[...] das ist wie so für einen Moment, so dachten wir immer, [...] dass wir das Display verändern. Dass die nächsten Besucher_innen, die kommen, das Display anders wahrnehmen aufgrund dieser Mini-Interventionen, die es für einen kurzen Zeitraum da gibt. Diese Art von Vermittlung hat sicher dazu beigetragen, dass es Vermittlung in der heutigen akzeptierten Form gibt“, beschreibt Karin Schneider ihre frühe Zeit der Vermittlungstätigkeit.⁷⁴

Andrea Hubin erzählt von zwei konkreten Vermittlungsprojekten, an denen sie beteiligt war, die den Ausstellungsraum temporär verändert haben. Sowohl bei den *Seriösen Séancen* (2013/14) im Volkskundemuseum als auch beim *Salon Imaginaire* (2013) in der Kunsthalle Wien wurden jeweils mehrmals für ein paar Stunden Möbel im Ausstellungsraum aufgestellt, die als Bühne für Diskursperformances sowie das spezifische Vermittlungsprogramm gedient

⁷² Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 105.

⁷³ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 80.

⁷⁴ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 119.

haben.⁷⁵ Der Ausstellungsraum wurde durch die Vermittler_innen zum Bühnenraum umgewertet und als solcher herausgefordert.⁷⁶ Durch Projekte wie diese kann der Raum verändert werden, der so stark in kuratorischer Hand liegt, was per se nicht wertend gemeint ist, sondern einfach als Feststellung betrachtet werden soll.

Der Wunsch nach einer gelegentlichen Mitsprache der Vermittlung an Raumfragen zeigt sich auch anhand der Diskussion von Wandtexten und Objektlabels in Ausstellungen. Einige Kurator_innen empfinden Labels für die Objektwahrnehmung als störend und verzichten darauf bzw. bringen diese sehr klein neben den Werken an, während sich in der Praxis zeigt, dass Besucher_innen sich häufig explizit Bildbeschriftungen wünschen bzw. diese vermissen, wenn keine angebracht wurden.⁷⁷ Nicht nur Individualbesucher_innen legen Wert auf Labels, sondern auch bei zahlreichen Rundgängen ist mir aufgefallen, dass die Teilnehmenden gerne den Namen des/der Künstler_in oder den Titel des Werkes nachlesen. Und für Vermittler_innen sind die Beschriftungen schließlich auch eine gute Gedächtnisstütze für etwaige Informationen. Die Texte im Raum können also ebenso von Vermittler_innen eingesetzt werden, auch wenn sie vorrangig für Einzelbesucher_innen angebracht werden. Besonders die Positionierung von Texten im Raum wirkt sich aber auf die Vermittlung aus. Als Vermittler_in sollte man kein Kunstwerk verdecken, deshalb wird oft eine Stelle neben dem Bild zur Aufstellung gewählt, wo jedoch in vielen Fällen Texte angebracht sind. Diese sind dann wiederum für die Einzelbesucher_innen blockiert. Somit sind Vermittler_innen oft während dem Sprechen mit Positionswechseln beschäftigt, um auf die unterschiedlichen Interessen im Raum Rücksicht zu nehmen. Dieser Punkt ist wahrscheinlich der herausforderndste in der Vermittlung: das Verhandeln des Raumes und des Platzes in der Ausstellung zwischen der Gruppe und den Individualbesucher_innen, was im Folgenden behandelt wird.

⁷⁵ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 98.

⁷⁶ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 98.

⁷⁷ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 106.

Reitstätter 2015, S. 211: Kontextinformationen durch Wandtexte sowie Kunstvermittlungsangebote werden von Besucher_innen sehr geschätzt.

2.3. Individualbesucher_innen

Die Struktur sowie die Gestaltung des Ausstellungsraumes wirken sich auf alle Besucher_innen und ihre Wahrnehmung aus. Aber auch die Menschen selbst haben Einfluss auf den Museumsraum. Da die Ausstellung ein Medium ist, das sich an Besucher_innen richtet und nicht ohne diese funktioniert, werden diese zu einem Teil des Raumes. Alle interviewten Expertinnen fassen den Ausstellungsraum eben nicht nur als ein befüllbares Gefäß auf, sondern betonen die Wichtigkeit von Beziehungen, die Räume schaffen können. Damit sind nicht nur die Relationen zwischen den Schauobjekten und den Betrachtenden gemeint, sondern die Interaktion der Besucher_innen untereinander gilt ebenso als ein wichtiger Aspekt.⁷⁸ Reitstätter spricht vom sozialen Raum, der dadurch entsteht.⁷⁹ Das lässt den Schluss zu, dass das Publikum als Teil des Raumes einen Einfluss auf die Vermittlung nehmen und diese wiederum eine mögliche Rückwirkung haben kann. Der „*Einfluss von personalen Vermittlungsangeboten*“ sei laut Reitstätter nicht zu unterschätzen: Die Anwesenheit von Vermittler_innen, ihre Rolle als Sprecher_innen sowie der von ihnen kommunizierte Inhalt, prägt den Ausstellungsraum und das sich darin befindliche Publikum.⁸⁰

Da die Positionierung der Gruppe ein wichtiger Aspekt ist, damit alle Teilnehmenden gut sehen und hören können, alle Platz haben und sich wohlfühlen, ist es die Aufgabe der Vermittler_innen einen geeigneten Ort in der Ausstellung zu finden. Neben der Beachtung von der Aufstellung und der Hängung der Objekte, den Wandtexten und den Raumverhältnissen, gilt es auch die Individualbesucher_innen im Blick zu behalten. Bei einer großen Anzahl an Einzelbesucher_innen, kann es vorkommen, dass sich die Vermittler_innen ihren Platz „erkämpfen“ müssen, wie es Spreckelsen und ich des Öfteren in der Albertina erlebt haben.⁸¹ Die Vorgehensweise obliegt da individuell den Vermittler_innen. Es zeigt sich aber, dass es gewisse Hotspots gibt, wo sich das Publikum innerhalb einer Ausstellung vermehrt aufhält. Sie sammeln sich oft vor Raumtexten, im Speziellen vor den Introtexten.⁸² Des Weiteren findet man Trauben von Besucher_innen eher vor besonderen Kunstwerken, sogenannte Meisterwerke oder Highlights, vor auffälligen oder überraschenden Arbeiten, vor Werken mit Audioguide-Symbol, wo die Betrachtenden lauschend länger verweilen. Hier liegt es im Ermessen der Vermittler_innen, ob man sich mit der Gruppe zu einem „besetzten“ Werk

⁷⁸ Reitstätter 2015, S. 135.

⁷⁹ Reitstätter 2015, S. 170.

⁸⁰ Reitstätter 2015, S. 122.

⁸¹ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 78.

⁸² Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 76.

dazugesellt oder ob man lieber ein freies auswählt. Es gibt Momente, da müssen Kunstwerke oder ganze Räume ausgelassen werden, aufgrund von der großen Anzahl an Einzelbesucher_innen.⁸³

Eine Alternative, um Punkte in der Ausstellung nicht überspringen zu müssen, bietet die Mitte des Raumes. In klassischeren Kunstmuseen findet ein Großteil der Präsentation an den Wänden und somit an den Rändern der Hallen statt, wohin sich auch die Besucher_innen für eine nähere Betrachtung begeben.⁸⁴ Somit bleibt, wie weiter oben bereits erwähnt, die Mitte häufig relativ frei.⁸⁵ Diese Leerstelle kann sich die Kunstvermittlung zu Nutze machen.

Mit Menschen in der Ausstellung verringert sich nicht nur die benutzbare Fläche, sondern auch eine Zunahme der Lautstärke geht damit einher. Luise Reitstätter, die die Ausstellung als soziales Ereignis betrachtet, zeigt auf, dass die regulären Individualbesucher_innen meistens nicht alleine, sondern in der Gruppe ins Museum kommen. Sie führt drei Studien aus den 1980er und 1990er Jahren an, bei denen die Anzahl der Besucher_innen in Begleitung von Familie und Freund_innen bei 75-95 % liegt.⁸⁶ Daher darf und kann der Ausstellungsbesuch durch etwaige Gespräche des gemeinsamen Museumsbesuchs auch lauter ausfallen. Aber nicht nur Konversationen heben den Lautstärkepegel, sondern auch ganz grundlegende Dinge wie zum Beispiel die Schritte vieler Menschen gleichzeitig in einem hallenden Raum oder auf einem knarrenden Holzboden. Die Lautstärke, auf die schon in den vorhergehenden Kapiteln eingegangen wurde (s. 2.1.4. *Akustik* und 2.2.1. *Art des Mediums & Positionierung im Raum*), hängt somit auch stark von den Individualbesucher_innen ab und wirkt sich auch auf die Vermittlung aus, die mit der vorgefundenen Geräuschkulisse umgehen muss.

Bei vielen Führungen ist mir persönlich außerdem aufgefallen, dass die Gruppe bei einer hohen Anzahl an Individualbesucher_innen eher zusammenbleibt. Ich hätte eher damit gerechnet manche Teilnehmenden im großen Besucher_innenandrang zu verlieren, aber das Gegenteil war der Fall und die Gruppe versucht beieinander zu bleiben. Im Gegenzug breiten sich die einzelnen Teilnehmer_innen aber über den Raum aus, wenn kaum andere

⁸³ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 118.

⁸⁴ Vgl. Reitstätter 2015, S. 134: „Ob Personen sich eher an der Wand oder im Raum bewegen, steht nachvollziehbarerweise in eindeutigem Zusammenhang mit der Frage, ob Bilder an der Wand oder Skulpturen im Raum präsentiert werden. Räumliche Konstellationen wie etwa Skulpturen im Raum veranlassen demnach Besucher_innen verstärkt dazu, den Raum auch in seiner Mitte zu nutzen.“

⁸⁵ Vgl. Black 2005, S. 279: Black zitiert eine Studie von B. Serrell (1998) zum Besucher_innenverhalten in Museen. Eine wichtige Beobachtung und Feststellung war, dass nur wenige Besucher_innen sich in der Mitte von Ausstellungsräumen aufhalten, um dort Exponate zu betrachten.

⁸⁶ Reitstätter 2015, S. 183-184: Reitstätter zitiert eine Studie von Lee Draper aus den 1980er Jahren und verwendet Angaben von Waidacher (1996) sowie von George Hein (1998).

Besucher_innen anwesend sind. Wie sich anhand dieser Punkte zeigt, hat der Aspekt der Anwesenheit oder Abwesenheit von Einzelbesucher_innen erheblichen Einfluss auf die Vermittlungstätigkeit.

Die Auswirkungen der Vermittlung auf die Individualbesucher_innen und somit auf den Raum sind ein wichtiger Punkt, der nicht unterschätzt werden darf. Grob gesagt, kann die personale Vermittlung in der Ausstellung einerseits als Störfaktor, andererseits als Anziehungspunkt gesehen werden.

Vermittlung als Störfaktor macht sich oft durch große Gruppen bemerkbar, von denen sich Individualbesucher_innen genervt oder irritiert fühlen. Entweder diese versuchen der Gruppe zu „entkommen“, indem sie in einen anderen Raum gehen, oder es kommt zu einer Konfrontation mit der Gruppe, welche nicht immer angenehm ausfallen muss. Besonders in stark besuchten Ausstellungen können die Gemüter überkochen, wodurch eine schlechte Stimmung nicht nur im Raum, sondern in der gesamten Ausstellung entstehen kann.

Auch Kindergruppen können als negativ empfunden werden, da mit ihnen meistens eine Zunahme der Lautstärke durch Gespräche, Fragen und Gelächter einhergeht. Dies widerspricht dem Bild des Museums als Tempel der Ruhe und Bildung, das für einige Besucher_innen den Inbegriff eines Museums darstellt. Julia Hagenberg erzählt von einem Fall, wo es zu Reibungen nicht nur zwischen der Gruppe und den Individualbesucher_innen gekommen ist, sondern auch zwischen unterschiedlichen sozialen Gruppen. Da sich eine Schulklasse mit emotional-sozialem Förderbedarf bei einem Vermittlungsprogramm nicht so verhalten hat, wie man es vielleicht von Oberstufenschüler_innen erwarten würde, hat ein Besucher seinen Ärger darüber kundgetan.⁸⁷ Mit seiner Reaktion wird einmal mehr deutlich, dass der Ausstellungsraum ein sozialer Raum ist mit zwischenmenschlichen Interaktionen, dem bestimmte ungeschriebene Verhaltensregeln eingeschrieben sind, die von manchen eingefordert und von der Vermittlung häufig herausgefordert werden.⁸⁸ Die Vermittlungsabteilung im K20 in Düsseldorf arbeitet im Rahmen von Kooperationen zum Beispiel mit Schulen aus sozial schwachen Schichten zusammen. Hagenberg meint dazu, dass Ausstellungsräume bei ihnen häufig wie Bühnen strukturiert sind, dass sich dadurch „*Muster von Privilegien und von Deprivilegierung*“

⁸⁷ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 107.

⁸⁸ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 93-94: „*Und dann gibt es aber ganz viele informelle Regelwerke wie das richtige Benehmen in diesen Räumen ausschaut, die für die Vermittlung manchmal das relevantere Element sind, mit dem man zu tun hat oder gegen die man explizit auch anarbeiten wollen würde, um ein anderes Raumgefühl zu ermöglichen.*“

besonders stark im Museum reproduzieren.⁸⁹ Sowohl aufgrund von Raumgestaltung und Verhaltensweisen, die diese vorgeben, als auch aufgrund des Benehmens der Einzelbesucher_innen (im Falle des K20 zählt dazu vor allem das sogenannte Bildungsbürgertum) kann dies zu diskriminierenden Erfahrungen bei weniger privilegierten Menschen führen. Da Vermittlung den Anspruch hat für alle Besucher_innen da zu sein und Museum für alle zugänglich sein sollte, stehen Vermittler_innen an der Schnittstelle von unterschiedlichen Besucher_innengruppen.⁹⁰

Umgekehrt können Kindergruppen aber auch eine große Anziehungskraft auf Individualbesucher_innen ausüben und Begeisterung auslösen. Erwachsene sind oft fasziniert wie sich junge Menschen im Museum verhalten oder wie man auch die Kunst kindgerecht im Rahmen von Vermittlungsprogrammen thematisieren kann. Aber auch Rundgänge für Erwachsene erwecken bei den Einzelbesucher_innen Neugier und ziehen andere an. Als Kunstvermittler_in erkennt man die „externen“ Besucher_innen, die gerne mit einem Ohr lauschen sofort. Sie begleiten die Gruppe manchmal sogar für ein bis zwei Bilder, um mehr zu erfahren. In manchen Fällen stellen sie sogar Fragen an den/die Vermittler_in und werden kurz ein Teil des Vermittlungsrahmens. Spreckelsen kennt diese Situationen sehr gut und erklärt, dass sie im Museum der Moderne Salzburg teilweise offene Ateliers anbieten, wo sich die Besucher_innen anschließen können.⁹¹

Das Vermittlungsprogramm wirkt sich also nicht nur auf die Teilnehmer_innen aus, sondern auch auf die Anwesenden rundherum und somit auf den sozialen Raum. Das längere Verharren einer Gruppe vor einem Kunstwerk kann bei den Individualbesucher_innen zwei unterschiedliche Reaktionen hervorrufen. *„Neben der Taktik, Orte anzusteuern, wo sich bereits andere Besucher_innen befinden, lässt sich gleichzeitig auch die gegenläufige Tendenz erkennen, dass Besucher_innen Orte meiden, an denen sich bereits andere Besucher_innen aufhalten.“*⁹² Die Wirkung anderer Besucher_innen oder Gruppen auf ein Objekt sollte nicht unterschätzt werden. Reitstätter hält fest, *„dass sich für eine Person die Bedeutung eines Kunstwerkes nicht allein aus ihm selbst oder aus der solitären Rezeption erschließt, sondern vielmehr daraus, wie andere in Bezug auf das Kunstwerk handeln.“*⁹³ Somit kann die personale

⁸⁹ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 107.

⁹⁰ Vgl. Spanier 2014, S. 429: Auch Spanier sieht die Förderung der Kommunikation „zwischen den Angehörigen verschiedener gesellschaftlicher Gruppen“ als aktuelle Herausforderung der Vermittlungsarbeit in Museen.

⁹¹ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 78.

⁹² Reitstätter 2015, S. 135.

⁹³ Reitstätter 2015, S. 37.

Vermittlung, auch wenn vielleicht unbewusst, Einfluss auf die Rezeption der Individualbesucher_innen nehmen. Letztlich lassen sich keine ultimativen Aussagen über die Wirkung der Vermittlung treffen, da die Wahrnehmung der Besucher_innen unterschiedlich sein kann in gewissen Situationen. Es lassen sich lediglich Tendenzen erkennen. Ein Beispiel hierfür ist ein Theaterprojekt der Schule Lessinggasse im Volkskundemuseum Wien, wo sich die Schüler_innen den Ausstellungsraum angeeignet haben, dort gearbeitet, gegessen, geschlafen und Szenen performt haben.⁹⁴ Zwischendurch gab es immer wieder Besucher_innenbeschwerden, dass man sich dadurch nicht auf die Exponate konzentrieren könne, doch im Allgemeinen wurden die Theaterszenen als ein positives Extra in der Ausstellung empfunden.⁹⁵

Bei meinen Beobachtungen eigens durchgeführter Rundgänge als auch bei der Teilnahme an Führungen wurde deutlich, dass es immer wieder zu einer Interaktion zwischen Individualbesucher_innen und Gruppen kommt, die sich hin und wieder in einem Konkurrenzverhalten äußert, aber häufig auch zu angenehmen Aufeinandertreffen führen kann. Andrea Hubin meint dazu: *„Du bist in einem öffentlichen Raum, wenn du in so einem Ausstellungsraum bist, den du nicht für dich reserviert hast.“*⁹⁶ Hier bekommt das Wort *Vermitteln* nun eine weitere Bedeutung und kann als ein Verhandeln zwischen zwei Parteien verstanden werden. Vertreten die Kunstvermittler_innen automatisch die eigene Gruppe? Oder sind sie Stellvertreter_innen der Institution oder auch unabhängig von dieser und somit weder auf der Seite der Gruppenteilnehmer_innen noch auf derer der Einzelbesucher_innen? Einerseits verhalten sich manche Gruppen so als hätten sie das Vorrecht in der Ausstellung zu sein, andererseits geben manche Vermittler_innen auch den Individualbesucher_innen den Vortritt und steuern mit ihrer Gruppe ein anderes Objekt an. Was bedeutet das für die Beziehung zwischen den Vermittler_innen und den Teilnehmenden? Auf alle Fälle muss der Platz und der Raum in der Ausstellung verhandelt werden. Diese ständige Bewegung, Veränderung und Neupositionierung sowohl von Individualbesucher_innen als auch von Gruppen machen deutlich, dass die Ausstellung als sozialer Raum verstanden werden kann, der von der personalen Vermittlung beeinflusst wird. Für das „richtige“ Verhalten lässt sich kein Patentrezept niederschreiben, sondern jede Situation muss abhängig von Kunstvermittler_in, Gruppe und Individualbesucher_innen neu verhandelt werden. Karin Schneider spricht hier vom

⁹⁴ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 95.

⁹⁵ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 95.

⁹⁶ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 94.

„inkorporierten Wissen“ („*embodied knowledge*“) der Vermittler_innen.⁹⁷ „Aber ich glaube, das ist auch so eines dieser inkorporierten Wissen von Vermittler_innen, wie man das so smooth handhabt, so dass es nicht zu Spannungen zwischen Gruppe und Einzelleuten kommt oder das man mit der umgeht.“⁹⁸

2.4. Museumsrichtlinien

Ein letzter Punkt, der das Verhältnis von Raum und Vermittlung im Ausstellungsraum beleuchten soll, betrifft Regelungen und Vorschriften innerhalb des Museums. Dazu zählen unter anderem die Öffnungszeiten, die angeben wann der Raum überhaupt für Besucher_innen betretbar ist. Für die personale Vermittlung ist vor allem die Gruppengrößenregelung von großer Relevanz. Die Institutionen können und müssen Teilnehmer_innenbeschränkungen für Programme wie Führungen oder Workshops einführen, damit die Durchführbarkeit gewährleistet bleibt. Dies hat einerseits mit Sicherheitsvorkehrungen zu tun (z.B. Brandschutzgefahr), andererseits sollen die Besucher_innen problemlos die Objekte sehen und ihnen Teilhabe ermöglicht werden, was sich bei einer zu hohen Teilnehmer_innenanzahl schwierig gestaltet. Dabei konnte ich als Vermittlerin häufig beobachten, dass sich die Gruppengröße auf das Verhalten der Teilnehmenden auswirkt. Auch durch die neuen Corona-Regelungen, die die Gruppengrößen extrem verkleinerten, wurde dies deutlich. In der Albertina wurde die Anzahl von den üblichen 25 auf sechs Personen im Juni 2020 nach dem ersten Lockdown minimiert. Danach wurde die Gruppengröße auf zehn Teilnehmer_innen festgesetzt. Auch im Museum der Moderne Salzburg trat die 10-Personenregel in Kraft, wo Spreckelsen ebenfalls den Vorteil von kleineren Gruppen deutlich spürte: „*Man kommt viel mehr ins Gespräch.*“⁹⁹ Wenn man aus dieser Krisenzeit im Jahr 2020 etwas für die Vermittlung mitnehmen sollte, dann ist es auf alle Fälle die reduzierte Teilnehmer_innenanzahl an Vermittlungsprogrammen. Hier zeigt sich aber auch die Kehrseite der Medaille: Bei großen Gruppenbuchungen (z.B. Schulklassen mit 25 Schüler_innen) als auch bei einer hohen Nachfrage von Einzelbesucher_innen an Museumsangeboten, muss die Institution auch das Angebot erfüllen können. Spreckelsen berichtete, dass bei Schulgruppen aufgrund der 10-

⁹⁷ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 116: „Dass Vermittler_innen wie von selber wissen, wie sie gehen sollen, wie sie sich das absprechen müssen, wer wohin geht, wo Orte sind, wo man Platz nimmt und wo Orte sind, wo man schneller durchgeht. Und es wäre wirklich höchst interessant und relevant sich das genauer anzuschauen wie das funktioniert.“

⁹⁸ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 118.

⁹⁹ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 79.

Personenregel dann anstatt eines/einer Vermittler_in, drei benötigt wurden und dies zu Personalengpässen führte.¹⁰⁰

Neben solchen Regelungen, wie die, die sich auf die Brandschutzverordnung oder auf Sonderregelungen wie bei Corona beziehen, hat jede Institution womöglich auch interne Vorschriften und Richtlinien. In der Albertina gibt es immer wieder Vorgaben der Direktion zur Ausführung von Rundgängen. Hier ist zum Beispiel erwünscht, dass die Chronologie der Ausstellung bei einer Führung eingehalten wird und dass die Vermittler_innen nicht gegen die Erzählrichtung bzw. gegen den Besucherstrom gehen. Bei stark besuchten Ausstellungen können sich Anweisungen verändern bzw. kann es in diesen Fällen überhaupt erst zu Vorgaben kommen. Die Erfahrung zeigt, dass bei hohem Besucher_innenandrang meistens besonders der erste Raum schnell überfüllt ist, da sich die Betrachtenden dort am längsten aufhalten. Besucher_innen sind am Beginn der Ausstellung noch sehr motiviert, schauen sich meistens jedes Kunstwerk an und lesen den Einführungstext. Die Konzentration nimmt aber im Laufe der Ausstellung ab – bereits nach 20 bis 30 Minuten setzt die zuvor erwähnte Museums-müdigkeit im Durchschnitt ein.¹⁰¹ Dies führt dazu, dass in den hinteren Sälen häufig weniger los ist, weil die Besucher_innen hier oft nicht mehr mit derselben Aufmerksamkeit durchgehen und dies den Besucherstrom beschleunigt.¹⁰² Somit kam zum Beispiel bei der Albrecht Dürer Ausstellung in der Albertina 2019, bei der an manchen Tagen die Ausstellungshallen unglaublich gut gefüllt waren, die Anweisung die Ausstellung rückwärts zu führen. Das scheint vielleicht im ersten Moment eine Herausforderung zu sein, hat aber erstaunlich gut funktioniert, da man sich nicht schon von Beginn an mit der Gruppe durch die ersten vollen Räume gezwängt hat. Auch wenn mehrere Gruppen parallel starten, hat es sich als positiv erwiesen in unterschiedlichen Räumen zu starten bzw. auch hier wieder die Ausstellung von hinten aufzurollen. Das Wichtige daran ist nur, die Teilnehmenden zu informieren, wie man sich als Gruppe die Räumlichkeiten erschließt. Meine Erfahrungen als Vermittlerin haben gezeigt, dass die Besucher_innen sehr dankbar sind, wenn sie einen Einblick bekommen, wo man im Haus verortet ist und wie viele Räume es gibt, wie man sich durch die Ausstellung bewegt und wie die Verbindungen zwischen den Räumlichkeiten sind. Somit können sie sich selbst auch viel besser positionieren.

¹⁰⁰ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 79.

¹⁰¹ Aumann/Duerr 2013, S. 93.

¹⁰² Vgl. Black 2005, S. 279: Die Studie von B. Serrell (1998) bestätigt, dass Exponate am Ausstellungseingang genauer beachtet werden als jene am Ende.

Ebenfalls in der Dürer Ausstellung gab es eine Vorgabe für Führungen mit Volksschulklassen. Die Vermittler_innen sollten sich mit der Gruppe nicht direkt vor das Original setzen und dieses für mehrere Minuten besetzen, sondern sich in die Mitte des Raumes platzieren und das Kunstwerk anhand von einer mitgebrachten Kopie besprechen. Anschließend könne die Gruppe sich vor das Objekt begeben und dieses kurz betrachten. Solche Vorgaben sind im Rahmen von großem Besucherandrang nachvollziehbar, stellen aber eine große Herausforderung für Vermittler_innen dar und werden einer offenen, spontanen und auf die Besucher_innen eingehenden Vermittlung nicht gerecht.

Eine weitere Einschränkung in der Vermittlungstätigkeit können auch Konzepte darstellen, die spezifisch für verschiedene Altersgruppen von Besucher_innen und Themenschwerpunkte innerhalb einer Ausstellung ausgearbeitet werden. Dadurch sind bestimmte Themen oder auch Objekte bereits vorgegeben, die den Rundgang bestimmen. Dies ist nicht als Nachteil aufzufassen, denn durch das Konzept ist ein gewisser roter Faden vorbereitet, der für Vermittler_innen auch eine große Stütze sein kann. Allerdings kann sich die Ausführung solcher Konzepte als Herausforderung erweisen, wenn mehrere Gruppen zeitgleich denselben Themenschwerpunkt behandeln und dieselben Objekte dazu besprochen werden. Bei Parallelführungen ist eine Absprache unter Kolleg_innen essentiell.

Diese angeführten Vorgaben und Beispiele von Anweisungen sowie die angeführten Punkte der vorangegangenen Unterkapitel (Raumstruktur, Raumgestaltung und Individualbesucher_innen) variieren nicht nur von Institution zu Institution, sondern auch von Ausstellung zu Ausstellung und oft sogar von Tag zu Tag.¹⁰³ Daher ist eine sehr wichtige Eigenschaft der Vermittler_innen die Flexibilität.¹⁰⁴ Sie kennen die Raumparameter, den Inhalt der Ausstellung, die gewünschten Vorgaben und sie lernen die Gruppe des Vermittlungsprogramms im Laufe des Rundgangs kennen. Trotzdem gleicht keine Führung der vorangegangenen. In Bezug auf den Ausstellungsraum, der Vermittlung und den Besucher_innen meint Hubin: *„Das ist auch das Potential, dass du da Überraschungen erlebst, wem du begegnen wirst. Damit umzugehen ist sicherlich auch eine Anforderung an Vermittlungsarbeit.“*¹⁰⁵

¹⁰³ Vgl. Reitstätter 2015, S.162: „Allerdings gleicht auch in einer folgsamen Betrachtung der Ausstellung kein Besuch dem anderen [...]“

¹⁰⁴ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 79.

¹⁰⁵ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 94.

Bei einigen Punkten, die weiter oben genannt wurden, haben die Vermittler_innen tatsächlich immer wieder Einfluss auf den Raum. An den Museumsrichtlinien – dazu zählen natürlich auch die Basics wie leise sein, kein Essen und Trinken, nichts berühren – kann die Vermittlung kaum bis gar nicht rütteln. Wo allerdings eine Ausnahme gemacht werden kann, sind die Öffnungszeiten der Ausstellungshallen. Im Rahmen von Vermittlungsprogrammen können Museen manchmal außerhalb der regulären Zeiten besucht werden. Die Albertina öffnet ihre Pforten zum Beispiel für gebuchte Schulklassenführungen bereits um acht Uhr früh, zwei Stunden vor den offiziellen Öffnungszeiten. Hiermit ermöglicht die Vermittlungsabteilung den jungen Besucher_innen viel Platz und ungestörte Konzentration in den Ausstellungshallen. Genauso gibt es an manchen Abenden das Angebot die Türen länger offen zu halten für exklusive Abendführungen. Die Besucher_innen erleben das Gefühl ganz „alleine“ im Museum zu sein. Ausstellungshallen ohne Individualbesucher_innen sind natürlich angenehm für Vermittler_innen, allerdings steckt hinter solchen Exklusivangeboten nicht ausschließlich die Vermittlung, sondern auch die Marketingabteilung.

3. Räume für Vermittlung

Neben den Ausstellungshallen ist für die Vermittlung ein Raum oder ein Ort innerhalb des Museums wichtig, wo Regeln wie *Leise sein!*, *Nicht berühren!* und *Essen und trinken verboten!* nicht gelten; wo der Sehsinn allein nicht derart im Vordergrund steht; wo das Hinterlassen von Spuren im Raum akzeptiert ist. In der Literatur werden diese Bereiche als „didaktische Räume“ und „Aktionsräume“ bezeichnet, in der Praxis spricht man eher von *Vermittlungsräumen* und *Ateliers*.¹⁰⁶

In Kunstmuseen handelt es sich dabei meistens um ein Atelier oder eine Werkstatt, wo kreativ gearbeitet, gebastelt, geplaudert, getanzt, gemalt, gespielt, experimentiert etc. werden kann. Heutzutage ist die Frage nicht, *ob* es so einen Raum in den Institutionen gibt, sondern die Diskussion, die schon länger die Vermittlungsabteilungen beschäftigt, dreht sich um die Frage: „*Wo ist das Atelier?*“¹⁰⁷ In manchen Museen ist ein Vermittlungsraum in die Ausstellung eingebettet, wie zum Beispiel im Weltmuseum Wien, wo in einem Raum ein großer Tisch mit eingebauten Touchscreens aufgestellt ist, der in Kombination mit mehreren Hockern für eine Gruppe gedacht ist. Auch im Haus der Geschichte Österreichs in Wien gibt es zwei Plätze innerhalb der Ausstellung, wo sich Gruppen niederlassen können: Einerseits eine Tribüne im ersten Raum, andererseits eine Sitzgruppe mit einer Post-It-Wand am Ende der Ausstellung.¹⁰⁸ Dies sind zwei Beispiele für Vermittlungsräumlichkeiten innerhalb der Ausstellung, allerdings handelt es sich dabei nicht um reine Kunstinstitutionen. In solchen sind die Ateliers meistens etwas abseits der Ausstellungshallen untergebracht, wie zum Beispiel im Belvedere und Belvedere 21 in Wien, wo die Arbeitsräume im Untergeschoss untergebracht sind, und im Kunsthistorischen Museum, wo fernab der Ausstellung bei den Garderoben ein Werkraum vorzufinden ist. Allerdings lassen sich auch Gegenbeispiele in der österreichischen Kunstmuseumslandschaft finden: In der Albertina sind die Ateliers bereits seit Jahren im Erdgeschoss untergebracht, wobei sie durch den Museumsshop abgetrennt vom Ausstellungsbereich sind. Rezente Exempel sind das Dom Museum Wien, wo durch den Umbau (2013-2016) das Atelier ebenerdig beim Zwettlerhof untergebracht wurde, und die Landesgalerie Niederösterreich in Krems (Eröffnung 2019), wo der Raum für Vermittlung im Obergeschoss neben den Ausstellungen vorzufinden ist. Bei diesen beiden Einrichtungen, die

¹⁰⁶ Spanier 2014, S. 167.

¹⁰⁷ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 93.

¹⁰⁸ Der tatsächlich als solcher bezeichnete Vermittlungsraum befindet sich im HdGÖ aber außerhalb der Ausstellung, nämlich neben dem Eingangsbereich.

erst neu eröffnet wurden, wird deutlich, dass eine Zugangserleichterung zum Vermittlungsraum angestrebt wurde sowie ein stärkerer Integrationsversuch in die Gesamtstruktur des Gebäudes.

3.1. Das Atelier/Die Werkstatt

Die befragten Expertinnen operieren alle in Kunstinstitutionen, wo es mindestens ein Atelier oder eine Werkstatt gibt. Eine Ausnahme davon bildet die Kunsthalle Wien, die keinen speziell dafür vorgesehenen Raum zur Verfügung hat, sondern in den Zwischenräumen des Hauses kreativ arbeitet.¹⁰⁹ Ein Spezifikum der Werkstatt ist, dass die Besucher_innen sie in den meisten Häusern nur mit einem/einer Vermittler_in betreten können im Rahmen eines Programms. Das bedeutet, dass dieser Raum ohne personale Vermittlung nicht aktiviert werden kann und viele Besucher_innen die Möglichkeiten eines solchen gar nicht kennen. Während also der Ausstellungsraum für alle Besucher_innen offen und betretbar ist, betrifft dies die Werkstatt nur unter bestimmten Bedingungen.¹¹⁰

Eine weitere Besonderheit des Ateliers ist, dass es nicht den Regeln des Ausstellungsraumes obliegt und die Gruppe zum Verändern und aktiven Handeln einlädt – mehr als dies zumindest der Ausstellungsraum in vielen Fällen tut. Tische und Sitzgelegenheiten können verschoben, Arbeitsmaterialien ausgebreitet werden und die Gruppe kann sich verteilen sowie den Raum für eine gewisse Zeit beanspruchen. Danach wird das Atelier meistens in seinen Ursprungszustand aufgeräumt, manchmal besteht jedoch die Möglichkeit die Veränderungen im Raum zu belassen. Dies ist ein großer Unterschied zum Ausstellungsraum. Während es Ateliers gibt, die ausschließlich für praktisches sowie kreatives Arbeiten als auch für Experimente genutzt werden, wie zum Beispiel im Museum der Moderne Salzburg und im K20 in Düsseldorf, gibt es Museen, wo diese Räumlichkeiten darüber hinaus auch für erweiterte Aufgaben, wie interne Besprechungen oder Catering bei Veranstaltungen, verwendet werden, wie im Falle des Lentos oder auch der Albertina. Unterschiedliche Nutzungen können positiv gesehen werden, allerdings zwingt es die Vermittlungsabteilungen auch dazu diesen Bereich möglichst sauber zu halten und Veränderungen durch Besucher_innen sind eher von temporärer als von langer Dauer.

¹⁰⁹ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 92.

¹¹⁰ In manchen Kunstmuseen werden mittlerweile sogenannte *Offene Ateliers* angeboten, bei denen man teilweise gratis als Individualbesucher_in die Atelierräumlichkeiten verwenden kann. Aber auch hier ist die Anwesenheit von Vermittler_innen notwendig, um die Räume und Materialien sowie Besucher_innen zu betreuen und mit den Arbeitsmaterialien und Techniken vertraut zu machen. *Offene Ateliers* wurden zum Beispiel von der Albertina als auch vom Museum der Moderne Salzburg angeboten.

Andrea Hubin beschreibt das vom Ausstellungsraum separat gelegene Atelier folgendermaßen: „*Ein Atelier ist einerseits ein Raum, wo du bestimmte Freiheiten des Agierens hast, die du im Ausstellungsraum nicht haben würdest [...]. Gleichzeitig ist es auch ein Ausschluss. Man ist irgendwo hingeschickt, also man ist nicht in der Ausstellung, man ist nicht im Kern der Institution oder im Kernort, wo die Institution ihre Inhalte zur Darstellung bringt und ist so ein bisschen ins Abstellkammerl abgestellt.*“¹¹¹ Dieser Problematik wird in manchen Kunstinstitutionen mittlerweile mit einem Vermittlungsraum innerhalb der Ausstellungshallen entgegengewirkt.

3.2. Vermittlungsraum in der Ausstellung

Der Vermittlungsraum, der sich im Ausstellungsbereich befindet, ist ein Hybridraum, in dem ähnliche Verhaltensregeln wie im Atelier gelten, jedoch in eingeschränkter Form, da dieser auch Schauobjekte beinhalten kann und Individualbesucher_innen anwesend sind (was im Atelier nicht vorkommt). Es darf etwas lauter sein (z.B. Diskussionen, Gespräche, Musik), es gibt Dinge zum Angreifen sowie genügend Sitzgelegenheiten, etc. Solche Vermittlungsräume können unterschiedliche Formen annehmen, wie in den folgenden Beispielen gezeigt werden soll. Sie bedürfen nicht zwingend einer personalen Vermittlung, sondern können auch von Einzelbesucher_innen betreten und verwendet werden. Das Charakteristikum des Vermittlungsraums ist, dass bei der Gestaltung und Konzeption die Vermittler_innen stark eingebunden sind, teilweise sogar zu den alleinigen Kurator_innen werden, die in die räumlichen Strukturen und das Design sowie den Inhalt eingreifen, was im klassischen Ausstellungsraum bislang selten vorkommt. Auffällig ist aber bei den folgenden Beispielen, dass es bei einem abgegrenzten Raum zum Rest der Ausstellung oder zu den kuratorischen Setzungen bleibt.

Mirabelle Spreckelsen hat im Museum der Moderne Salzburg vom Direktor einen Teil der Ausstellungsfläche zur Verfügung gestellt bekommen, um eine Schau zu kuratieren, bei der ihr jeglicher Freiraum gegeben wurde, um die Vermittlung präsent werden zu lassen.¹¹² Auf

¹¹¹ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 93.

¹¹² Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 74-75.

einer Fläche von 300 m² hat die Vermittlungsabteilung innerhalb von kürzester Zeit einen *Gestaltungsraum* (Abb. 1) auf die Beine gestellt, der von Juni bis Oktober 2020 zu sehen war.¹¹³



Abb. 1 *Gestaltungsraum*, Museum der Moderne Salzburg, 2020.
© Museum der Moderne Salzburg, Foto: Rainer Iglar.

In diesem Hybridraum wurden Objekte aus der hauseigenen Sammlung präsentiert, die die Vermittlungsabteilung ausgesucht hat, kombiniert mit partizipativen Stationen für Besucher_innen. Das Besondere daran war, dass dieser *Gestaltungsraum* nicht für Kinder konzipiert wurde, sondern sich die Vermittlung an alle wandte und dieser Raum somit ebenso Erwachsene wie Kinder ansprechen sollte.¹¹⁴ Vor diesem Projekt hatte die Vermittlung im Museum der Moderne Salzburg bereits einmal den Auftrag, einen Raum innerhalb einer Ausstellung zu bespielen: Bei *Die Spitze des Eisbergs* konnte die Vermittlung in die Gestaltung des Raumes eingreifen (Abb. 2).¹¹⁵ Sie erhielt einen Saal mit einer großen Fensterfront, die für die Präsentation von Kunstwerken ungeeignet ist, aufgrund des Tageslichts und der großen Glasfläche, dafür aber für die Vermittlungsarbeit umso schöner ist, wenn man als Besucher_in in einem Raum mit Tageslicht sein kann.

¹¹³ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 74-75: Die Vermittlung hat die Räumlichkeiten erhalten, weil aufgrund der Corona-Pandemie die Ausstellung zu Yinka Shonibare mit vielen Leihgaben aus England nicht zustande gekommen ist.

¹¹⁴ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 75.

¹¹⁵ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 75.



Abb. 2 Raum der Vermittlung innerhalb der Ausstellung *Die Spitze des Eisbergs*, Museum der Moderne Salzburg 2019-2020.

© Museum der Moderne Salzburg.

Auch in der Kunsthalle Wien gibt es für die Vermittlungsabteilung die Möglichkeit der Beteiligung an Ausstellungspräsentation und –gestaltung von Raum und Inhalten. An der Expositur am Karlsplatz der Kunsthalle Wien werden immer wieder Ausstellungen für Kinder von der Vermittlung produziert, bei der auch künstlerische Arbeiten gezeigt werden, wie bei regulären Ausstellungen.¹¹⁶ Bei *Space for Kids. Denk(dir)mal!* von Oktober bis November 2020 konnten junge Besucher_innen ihre eigenen Ideen und Zeichnungen neben den Kunstwerken von zeitgenössischen Künstler_innen anbringen und ausstellen (Abb. 3). Hier geschah ebenso wie im Museum der Moderne Salzburg eine Verschmelzung von Ausstellungsraum und Atelier. Die Vermittlung taucht in das Aufgabengebiet der Kurator_innen ein und ermöglicht eine tatsächliche Raumveränderung durch Vermittlung und durch die Besucher_innen.



Abb. 3 Ausstellungsansicht: *Space for Kids. Denk(dir)mal!*, Kunsthalle Wien, 2020.

© Kunsthalle Wien.

¹¹⁶ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 96.

Im Haupthaus der Kunsthalle Wien im Museumsquartier gab es bislang keine eigene Ausstellung der Vermittlung, aber im Rahmen der Schau *How to live together* (Mai – Oktober 2017) sollte die Vermittlung eine eigene Zone bekommen. Das Thema lädt gerade dazu ein einen Gemeinschaftsraum zu schaffen. Dieser wurde im Eingangsbereich installiert. Hubin erklärt die Platzierung am Rand und nicht *in* der Ausstellung mit zwei Gründen.¹¹⁷ Ein pragmatischer Grund ist die Lautstärke eines solchen Gemeinschaftsraumes, in dem Gespräche erwünscht sind. Dies wäre mit dem bereits vorhandenen Sound von künstlerischen Arbeiten in Konkurrenz gestanden. Der zweite ist von kuratorischer Natur, der eine ästhetische Trennung der Räume vorsieht in eine schön organisierte Zone sowie einen Bereich, der durch Besucher_innen benutzt aussehen kann.

Es lässt sich eine Tendenz beobachten, dass Vermittlungsabteilungen mehr Mitsprachemöglichkeiten beim Ausstellungsraum erhalten. Es wird dabei aber zwischen Räumen der Kurator_innen und Räumen der Vermittlung getrennt, auch innerhalb einer Ausstellung. Eine Kunstinstitution, wo die kuratorische Arbeit sowie der Vermittlungsaspekt sehr stark miteinander verwoben sind, ist die Ars Electronica in Linz. Dort ist der Ausstellungsraum für die Besucher_innen konzipiert, wie man anhand von einer Kombination aus Exponaten und vielen partizipativen Stationen auf allen Ausstellungsebenen ablesen kann.

Im K20 in Düsseldorf wurde 2018/2019 für die Dauer von vier Monaten eine Ausstellungsfläche von 600 m² einem Vermittlungsprojekt gewidmet, dem sogenannten OPEN SPACE (Abb. 4 & 5). Dieser wurde als dritter Ort nach der Theorie von Ray Oldenburg definiert.¹¹⁸ Dabei entspricht der dritte Ort, in dem Fall der OPEN SPACE, einem Raum für sozialen Austausch. Es wurde *„eine Kontaktzone zwischen dem öffentlichen Raum auf dem Platz vor dem Museum und dem, was im Museum stattfindet“* geschaffen.¹¹⁹ Es war schließlich ein Raum, den man ohne Eintrittsgeld betreten konnte, in dem gegessen und getrunken werden durfte, ein Gesprächs- und Diskussionsort, wo Veranstaltungen und Workshops, u.a. durchgeführt durch die Bildungsabteilung, stattgefunden haben. Das Konzept des OPEN SPACE wurde von der Vermittlung entwickelt und wird in Zukunft noch einmal aufgenommen werden. In der Zwischenzeit ist die Fläche allerdings wieder zu einem Ausstellungsraum geworden und in die Obhut der Kurator_innen zurückgewandert. Ein und derselbe physische Raum wird von beiden Abteilungen genutzt, aber nicht zum selben Zeitpunkt. Daran zeigt sich

¹¹⁷ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 97.

¹¹⁸ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 105: Theorie von Ray Oldenburg (1989), *„die dritte Orte so definiert: der erste Ort ist der Wohnort, der zweite Ort ist der Arbeitsplatz und der dritte Ort sind Räume des sozialen Austauschs.“*

¹¹⁹ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 105.

wie eng Kuratieren und Vermitteln beieinander liegen und dass der Raum, der sich klar in den Händen der Ausstellungsmacher_innen befindet, von beiden Abteilungen bearbeitet werden könnte. Julia Hagenberg erzählt, dass der OPEN SPACE schließlich zu einem der Lieblingsräume der Vermittler_innen wurde, da man sich darin gerne mit Gruppen, aber auch mit Kolleg_innen aufhielt.¹²⁰



Abb. 4 Einblick in den OPEN SPACE, K20 Düsseldorf, 2018/19.
© K20 Düsseldorf, Foto: Achim Kukulies.



Abb. 5 Einblick in den OPEN SPACE, K20 Düsseldorf, 2018/19.
© K20 Düsseldorf, Foto: Wilfried Meyer.

¹²⁰ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 112.

Die Mitwirkung der Vermittlung an der räumlichen Gestaltung von Ausstellungen hält sich im K20 in Düsseldorf in Grenzen, da dieses Museum eine eher konservative Institution ist, wo die Aufgabenbereiche von Kuratieren und Vermittlung stark getrennt sind. Das K20 in Düsseldorf verfügt einerseits über einen Sammlungs- und Ausstellungsbereich und andererseits über separate Werkstätten. Seit 2010 gab es darüber hinaus einen Experimentalraum, der ursprünglich zur Fläche des Sammlungsbereiches gehörte.¹²¹ Darin fanden partizipative Projekte von Künstler_innen und der Vermittlung für und mit Besucher_innen statt. Unter der neuen Direktion wandert dieser Raum nun wieder in der Zuständigkeit zurück in den Sammlungsbereich und wird in einen Ausstellungsraum verwandelt. Julia Hagenberg hätte diesen Raum, „*der changiert und umdefiniert werden kann*“ gerne behalten.¹²²

3.3. Platz für Vermittlung

An den Beispielen vom Museum der Moderne Salzburg, von der Kunsthalle Wien und vom K20 in Düsseldorf wird deutlich, dass über die Platzfrage innerhalb des Museums immer wieder neu verhandelt werden muss. Es ist immer eine Frage der Direktion oder des Vorstandes, wo die Vermittlung im Haus untergebracht ist, ob es Räume für Vermittlung innerhalb von Ausstellungshallen gibt und wie die Zusammenarbeit zwischen Kurator_innen und Vermittler_innen gelebt wird.¹²³

Obwohl die Vermittlungsabteilungen in den Institutionen der interviewten Expertinnen stark und wichtig sind und von der Geschäftsführung unterstützt werden, ist es spannend zu sehen wie unterschiedlich viel Platz und Raum sie jeweils zur Verfügung haben. Außerdem ist es interessant, dass die Vermittlungsabteilungen der hier erwähnten Institutionen alle einen zweiten Standort haben, der von derselben Abteilung betreut wird: Kunsthalle Wien mit der Kunsthalle am Karlsplatz; Lentos in Linz mit dem Stadtmuseum Nordico; K20 in Düsseldorf mit dem K21; Museum der Moderne Rupertinum sowie am Mönchsberg; Belvedere 21 in Wien gehört zum Oberen und Unteren Belvedere; und die Albertina ist seit 2020 mit der neuen Dependence Albertina Modern im Künstlerhaus Wien eingemietet. Die Vermittlung arbeitet also häuserübergreifend und mit unterschiedlichen räumlichen Situationen.

Während die Kunsthalle Wien über keinen eigenen Vermittlungsraum oder Ateliers verfügt, sondern Zwischenräume wie das Ziegelfoyer oder das Ziegelvordach bei Schönwetter

¹²¹ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 105.

¹²² Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 111.

¹²³ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 109.

für Workshops genutzt werden, haben das Museum der Moderne Salzburg und die Albertina eigene Bereiche, wo die Vermittlungsabteilung konzentriert untergebracht ist.¹²⁴ Im Museum der Moderne gibt es am Standort Mönchsberg einen eigenen Turm, der extra für die Vermittlung eingerichtet wurde.¹²⁵ Darin befinden sich die Büros als auch die Ateliers. In der Albertina gibt es den sogenannten Klostergang, in dem sich die Büros der Vermittlung, die Ateliers und die Schulklassengarderoben befinden. Im Vergleich dazu verfügt die Albertina Modern über keinen eigenen Vermittlungsbereich, was überrascht, da es sich hierbei um die jüngste Institution der genannten Beispiele handelt.¹²⁶ Das K20 als auch das K21 in Düsseldorf verfügen über mehrere Werkräume, die sogenannten Studios sowie eine Medienwerkstatt. Die Studios im K20 sind zwar ebenerdig im Museum angesiedelt, allerdings kann man diese ausschließlich über den Außenbereich erreichen. Dass es keinen direkten Zugang zu den Werkräumen vom Ausstellungsbereich aus gibt, zeigt eine Variante mehr auf welche Art und Weise diese beiden Zonen in Kunstmuseen getrennt sein können. Im Lentos in Linz ist die Vermittlung räumlich auch nicht im Sammlungsbereich angesiedelt, während im Stadtmuseum Nordico versucht wurde, die Vermittlungsräume in die Ausstellungen zu integrieren.

Die verschiedenen Beispiele machen deutlich wie unterschiedlich viel Platz die Museen der Vermittlung geben. Ob die Platzfrage einen Schluss auf den Stellenwert der Vermittlung innerhalb der Institution zulässt, ist fraglich. Einerseits ja, denn es wird in den genannten Institutionen deutlich, dass die Vermittlung fast immer an beiden Standorten vertreten ist. Im Museum der Moderne Salzburg, im K20 und K21 in Düsseldorf sowie in der Albertina gibt es mehrere Ateliers zur Verfügung. Weitere Räume für Vermittlung, die zum Beispiel in Ausstellungen eingebettet sind, finden sich im Museum der Moderne Salzburg, im Stadtmuseum Nordico in Linz und in der Kunsthalle Wien am Karlsplatz. Das ist viel Platz – mehr Platz als manch andere Museen zur Verfügung haben. Andererseits lässt sich der Stellenwert der Vermittlung nicht nur an Raumfragen festmachen, sondern auch die Personalfrage und die Wertschätzung der Arbeit sind dafür wichtig.¹²⁷ Karin Schneider warnt auch davor den Stellenwert nur anhand der Platzfrage zu messen, denn die Vermittlung tendiere aufgrund ihrer Entwicklungsgeschichte und den damit verbundenen prekären Arbeits-

¹²⁴ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 92.

¹²⁵ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 82.

¹²⁶ Es finden Vermittlungsprogramme statt, aber die Vermittlung verfügt über keine Ateliers oder andere Räume der Vermittlung.

¹²⁷ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 83.

verhältnissen eine Opferrolle einzunehmen, die zu wenig Platz und Anerkennung erhalten habe.¹²⁸

Anhand der angegebenen Fallbeispiele kann ich einen Zusammenhang zwischen Raumfragen und Stellenwert erkennen. Mehrere Ateliers sowie räumliche Mitgestaltung in den Ausstellungen als auch Räume für Vermittlung innerhalb von Ausstellungen verschaffen der Vermittlung mehr Sichtbarkeit als auch Möglichkeiten des Handelns. Gute Vermittlungsarbeit ist sicher auch mit wenig Raum möglich, das beweist die Flexibilität der Vermittler_innen, aber mehr Raum kann diese Arbeit erleichtern. In der Albertina Modern wurde mir dies bewusst, da dort nur eine kleine Kammer für Gruppenführungsgeräte und Materiallagerung vorgesehen ist. Die Vermittler_innen haben darin nur gering Platz sich vorzubereiten und kreatives Arbeiten wird durch das Fehlen eines Ateliers, abgesehen von den Dingen, die innerhalb der Ausstellung erlaubt sind, verunmöglicht.

Dies soll nun aber keine Forderung nach mehr Raum sein, sondern eine Beobachtung, dass Vermittlung Platz benötigt und Raum ein wichtiger Aspekt in der Vermittlungsarbeit ist, der manchmal zu kurz kommt. Niemand aus der Expertinnenrunde hat sich dezidiert mehr Platz für ihre Vermittlungsabteilung gewünscht. Denn wie Spreckelsen betont, bedeuten zusätzlicher Raum und weitere Aufgaben, wie zum Beispiel Mitgestaltungsmöglichkeiten bei Ausstellungsprojekten, auch mehr Verantwortung und mehr Arbeit, die das bestehende Team bewältigen muss.¹²⁹ Dafür bräuchte es dann auch mehr personale Ressourcen und Know-how. Hagenberg hätte nichts dagegen, manche Räume anders zu nutzen, damit diese mehr publikumsorientiert und weniger objektzentriert sind.¹³⁰ Andrea Hubin von der Kunsthalle Wien schlägt für die Vermittlungsabteilung vor, den bestehenden Museumsraum mehr und verdichteter zu nutzen.¹³¹ Aber nicht nur der Raum innerhalb der Institution beschäftigt die Vermittlungsabteilungen. Für einige Kunstmuseen nimmt der Außenraum ebenso an Bedeutung zu.

¹²⁸ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 121.

¹²⁹ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 83.

¹³⁰ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 111.

¹³¹ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 102.

4. Vermittlung im Außenraum

In manchen Institutionen wird der Außenraum rund um die Museumsmauern verstärkt in das Vermittlungsprogramm miteinbezogen. Ein Beispiel hierfür sind die erst vor kurzem angelaufenen Kunstspaziergänge am Mönchsberg des Museums der Moderne Salzburg, die sich Objekten im Außenbereich bzw. der Kunst im öffentlichen Raum widmen und zeigen sollen, dass Kunstwerke nicht nur für Innenräume konzipiert werden.¹³² Vermittlungsprogramme im Freien stellen wieder andere Herausforderungen an die Vermittlung, wie zum Beispiel Witterungsbedingungen oder Barrierefreiheit.¹³³

Ein weiterer Schritt im Außenraum fällt schließlich unter den Begriff Community Outreach, der über den Vorplatz des Museums hinausgeht. *„Die prinzipielle Idee ist schon, aus dem Museum rauszugehen mit der Community Outreach und das Programm außerhalb des Museums zu machen“*, beschreibt Christiane Erharter ihre Aufgabe als Kuratorin für Community Outreach am Belvedere 21 in Wien, das die erste Stelle für Community Outreach an einem österreichischen Bundesmuseum eingerichtet hat.¹³⁴ Während diese Tätigkeit im angelsächsischen Raum schon längere Zeit stärker verankert ist, wie zum Beispiel Spreckelsen von einem sehr aufwendigen und intensiven Community Outreach Programm vom Brooklyn Museum in New York erzählt, ist dieser Bereich in deutschsprachigen Ländern erst ein junges Thema für Kunstmuseen.¹³⁵ Für Stadtmuseen, die stark mit der umliegenden Bevölkerung zusammenarbeiten, ist diese Tätigkeit naheliegend, aber *„für das Kunstmuseum müsste man sich da noch ein bissl mehr überlegen“*, meint Karin Schneider vom Lentos.¹³⁶ Gerade Museen für zeitgenössische Kunst sollten sich um *„das Außerhalb des Museums kümmern“*, weil sie sich mit aktuellen Fragestellungen zu gesellschaftlichen Themen auseinandersetzen.¹³⁷

Mit dem Außenraum ist hier nicht ausschließlich die öffentliche Fläche im Freien rund um das Museum gemeint, sondern es geht um das Kontakteknüpfen mit Gemeinschaften oder Institutionen in der Nachbarschaft als auch um das Schließen von Kooperationen zum Beispiel mit Communities, für die ein Museumsbesuch nicht Teil ihres alltäglichen Lebens darstellt, die von gesellschaftlichen Ausschlüssen betroffen sind oder aus finanziell benachteiligten

¹³² Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 86.

¹³³ Barrierefreiheit ist auch ein Thema innerhalb der Museumsräume, mit dem sich viele Museen schon beschäftigt haben und daher einen möglichst hürdenfreien Zugang ermöglichen, während der Außenraum vielleicht nicht immer für alle erschließbar ist, da er bislang nicht im Fokus der Museen stand.

¹³⁴ Erharter, 16.10.2020, s. Anhang 1, S. 2, 66.

¹³⁵ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 88.

¹³⁶ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 121.

¹³⁷ Erharter, 16.10.2020, s. Anhang 1, S. 72.

Verhältnissen kommen. Dabei sei es wichtig, als Museum nicht die eigenen Themen nach außen zu tragen und diese den Kooperationspartner_innen aufzuoktroieren, sondern es gehe darum auf die Bedürfnisse des Gegenübers einzugehen, erklärt Hagenberg.¹³⁸ Christiane Erharter gibt dafür Beispiele aus ihrem Arbeitsalltag als Kuratorin für Community Outreach. Das Belvedere 21 arbeitet sehr stark mit den einzelnen Nachbar_innen des neuen Sonnwendviertels und in der Umgebung des Hauptbahnhofes zusammen. Es gibt das sogenannte *Nachbarschaftsforum* und Erkundungstouren, die mittlerweile fast nie mehr im Belvedere 21 stattfinden, sondern immer an unterschiedlichen Orten, wie z.B. in der Anker Brotfabrik, im Heeresgeschichtlichen Museum im Arsenal oder im Kempelenpark.¹³⁹ Es geht darum gemeinsame Themen zu finden und zu verhandeln, die die verschiedenen Teilnehmer_innen beschäftigen. Diese können dann wiederum Einzug ins Museum finden. Erharter beschreibt Community Outreach als noch offenes Feld, das noch nicht zu genau definiert sei und daher gemeinsam mit seiner Ergebnisoffenheit vieles möglich mache.¹⁴⁰ Community Outreach ist raumungebunden, kann also überall stattfinden und nicht nur dezidiert im Museum.¹⁴¹ Aber obwohl es ortsunabhängig ist, hat der Raum Einfluss auf das Feld und die damit verbundenen Veranstaltungen und Treffen. Erharter merke natürlich Unterschiede, ob ein Event des Community Outreach im Freien stattfindet oder im Veranstaltungsraum des Belvedere 21. Ein Punkt, der für Erharter aber viel zentraler ist als der Ort sind die Beziehungen.¹⁴² Diese schaffen Vertrauen und Kontinuität in der Arbeit mit der Nachbarschaft. Wie im Kapitel 2 über den Ausstellungsraum deutlich wurde, ist die Beziehung zwischen Besucher_innen in der Ausstellung raumgenerierend und –verändernd. Genauso wie Community Outreach Beziehungen knüpft, baut auch die Vermittlung eine Bindung zu den Besucher_innen auf. Worin sich die beiden allerdings laut Erharter unterscheiden, sei, dass die Kunstvermittlung im Haus bleibe und sich an den Ausstellungen orientiere, während das Outreach außerhalb der Ausstellungshallen agiere und auch davon losgelöste Inhalte behandle.¹⁴³ Ein Projekt, wo Erharter Synergien mit der Kunstvermittlung eingegangen ist, betrifft das Programm *Queering the Museum*. Es ist

¹³⁸ Hagenberg, 03.11.2020, s. Anhang 4, S. 110.

¹³⁹ Erharter, 16.10.2020, s. Anhang 1, S. 67.

¹⁴⁰ Erharter, 16.10.2020, s. Anhang 1, S. 73.

¹⁴¹ Erharter, 16.10.2020, s. Anhang 1, S. 70.

¹⁴² Erharter, 16.10.2020, s. Anhang 1, S. 69.

¹⁴³ Erharter, 16.10.2020, s. Anhang 1, S. 69.

Vgl. Spanier 2014, S. 186-187: Im Gegensatz zu Erharter versteht Spanier unter Outreach mit dem museumspädagogischen Programm außerhalb des Museums zu agieren, Interesse für Kunst bei museumsfernen Gesellschaftsschichten zu wecken und die Institution im öffentlichen Bewusstsein zu verankern. Daran lässt sich erkennen, dass Outreach unterschiedlich aufgefasst werden kann und manchmal mehr an die Institution gebunden ist, manchmal weniger.

einerseits ein häuserübergreifendes Projekt in Bezug auf die einzelnen Standorte des Belvedere, andererseits ist die Zusammenarbeit mit der LGBTQ-Community sehr wichtig. In diesem Rahmen wird auch eine Queer-City-Tour veranstaltet, die außerhalb der unmittelbaren Umgebung des Museums stattfindet.

Die interviewten Expertinnen sehen in der Kunstvermittlung das Potential Community Outreach zu machen bzw. sich daran zu beteiligen. Allerdings könne die Vermittlungsabteilung nicht alles übernehmen, betont Spreckelsen, die darauf hinweist, dass auch andere rezente relevante Themen wie zum Beispiel Inklusion ein neues Aufgabenfeld der Vermittlung geworden sind.¹⁴⁴ Man müsse aufpassen, welche Angelegenheiten bei der Vermittlung angesiedelt und welche Teile von der gesamten Institution gelebt werden sollten. Die Befragten sind der Meinung, dass letzteres auf das Community Outreach zutreffe. Ebenso verhält es sich bei der Digitalisierung im Museum, was Thema des letzten Kapitels ist.

¹⁴⁴ Spreckelsen, 24.10.2020, s. Anhang 2, S. 87.

5. Der digitale Museumsraum

Die digitale Strategie ist eine Aufgabe, die die gesamte Institution betrifft und nicht von einer Abteilung allein übernommen werden kann.¹⁴⁵ Trotzdem ist es interessant einen Blick darauf zu werfen, wie Vermittlung und der digitale Raum zueinander stehen.

Durch die Coronakrise und die damit verbundene Schließung von Institutionen wurde der Fortschritt der Digitalisierung ungemein vorangetrieben und diese hat auch verstärkt Einzug in die Museen erhalten. In österreichischen Kunstmuseen war dies zwar bis dahin kein Fremdwort, aber digitale Tools und Medien (abgesehen von Audioguide, Social Media und Videos) wurden verhalten eingesetzt. Eine Studie des österreichischen Museumsbundes zum Museum im digitalen Raum aus dem Jahr 2019 zeigt auf, dass erst 18% der hauptamtlichen Museen hierzulande eine digitale Strategie besitzen.¹⁴⁶ Durch den ersten Lockdown im März 2020 sahen sich die Museen gezwungen, schnell ihre virtuellen Tore zu öffnen. In kürzester Zeit versuchten die Kunstinstitutionen die Startseite ihrer Homepage mit Youtube-Videos, Online-Bastelanleitungen, Podcasts und Onlinesammlungen zu bestücken sowie ihre Social Media Accounts vermehrt zu bespielen. Dieses spontane Reagieren auf die Krise muss man den Kulturinstitutionen hoch anrechnen, allerdings hatte es zu Beginn den Anschein, dass es dabei weniger darauf ankam, langfristig zu denken und bleibende, konstante digitale Infrastrukturen zu schaffen, die in der Zukunft auch weiterhin genutzt werden können. Beispielsweise erzählt Andrea Hubin von einem Online-Angebot der Kunsthalle während dem ersten Lockdown, das nach der Öffnung der Museen wieder verschwunden war.¹⁴⁷ Jedoch nach fast einem Jahr seit der ersten Schließung der Museen lässt sich konstatieren, dass einige Formate doch Bestand bewiesen haben, wie zum Beispiel die regelmäßigen Videobeiträge des Belvedere und des Kunsthistorischen Museums in Wien, der seit Juni 2020 regelmäßig ausgestrahlte Podcast vom Salzburg Museum genauso wie die Online-Führungen der Albertina via Zoom.

Im Gespräch mit den Expertinnen wurde deutlich, dass sie sich in Bezug auf den digitalen Raum nicht als solche bezeichnen würden. Die Unsicherheit auf diesem Gebiet erklären sie mit fehlender Erfahrung und Know-how, da die Vermittlungsabteilung bislang sehr stark an den physischen Ort gebunden war. Hinzu kommt, dass Website und Social Media bisher als ein eher einseitiges Kommunikationsmittel wahrgenommen wurden, die zum Informieren und zur Ankündigung von Terminen verwendet wurden. Diese Bereiche sind in

¹⁴⁵ Grottrian 2020, S. 59.

¹⁴⁶ Muchitsch 2019, S. 29.

¹⁴⁷ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 99.

größeren Kunstmuseen häufig in der Hand von Marketing und Presseabteilung. Somit mussten sich die Vermittler_innen mit dem digitalen Raum erst anfreunden bzw. musste mehr abteilungsübergreifend gearbeitet werden.

5.1. Der Sprung ins Digitale

Die Diskussion über den Ersatz des analogen Museums durch eine virtuelle Version wurde vor einem Jahrzehnt geführt. Damals wie heute besteht der Schluss, dass das Museums-erlebnis vor Ort und das physische Ausstellungsobjekt mit seiner Aura unersetzbar sind und dass das digitale Museum als Erweiterung zum physischen Raum gesehen werden kann, aber niemals als Ersatz. Hier sind sich auch alle Interviewpartnerinnen einig.

In den 1980er Jahren fand die Informatik Einzug ins Museum, vorrangig in Verwaltung und Dokumentation, während das Internet ab den 1990ern als Marketingtool für Homepages und Blogs verwendet wurde.¹⁴⁸ Ab der Jahrtausendwende kamen virtuelle Räume, Museen und Ausstellungen auf. Der digitale Museumsraum kann seither zweierlei verstanden werden: einerseits handelt es sich um digitale Gadgets wie zum Beispiel Multimediaguides, Computer-animationen, digitale Hands-on-Stationen, Augmented und Virtual Reality Visualisierungen, etc., die sich im physischen Ausstellungsraum befinden und diesen vor Ort erweitern; andererseits Online-Angebote, die auch außerhalb des analogen Museumsraums verwendet werden können, z.B. Homepage, Podcasts, Online-Ausstellungen, Online-Sammlungen, Youtube-Videos, Online-Führungen, etc.

Dadurch verändert sich natürlich die Raumerfahrung. Die Atmosphäre des Ausstellungsraumes (mit bestimmter Beleuchtung, einer besonderen Stimmung, möglicherweise mit einer spannenden Architektur, mit anderen Besucher_innen) und die körperliche Erfahrung gehen verloren.¹⁴⁹ Im Gegenzug ermöglicht der digitale Museumsraum einen grenzenlos scheinenden Ort, ohne Mauern, der ständig erweiterbar ist.¹⁵⁰ Diesen Vorteil hat man in der Coronakrise stärker wahrgenommen. Durch die Digitalisierung ist der Museumsraum nicht mehr an Ort und Zeit gebunden.¹⁵¹ Dies stellt die Vermittlung auch vor

¹⁴⁸ Fackler/Pellengahr 2019, S. 35.

¹⁴⁹ Vgl. Paul 2005, S. 356: Stefan Paul, dessen These „*Raum wird durch ‚leibliche Anwesenheit‘ (Gernot Böhme) erfahrbar*“ lautet, sieht den digitalen Museumsraum kritisch und darin nur eine Hülle für Installationen und Objekte.

¹⁵⁰ Fackler/Pellengahr 2019, S. 39.

¹⁵¹ Museumsbund Österreich 2017, S. 1.

neue Herausforderungen, wie in den Interviews deutlich geworden ist und gleichzeitig ermöglicht es der Forderung nach der Öffnung der Museen für ein breiteres Publikum nachzukommen als auch Community Outreach zu betreiben.

Die aktuellen Schwierigkeiten, die sich in den Vermittlungsabteilungen abzeichnen, sind das fehlende Know-How in digitalen Angelegenheiten sowie das fehlende Personal hierfür. Die Museumbund-Studie von 2019 zeigt, dass 75 % der hauptamtlichen Museen Social Media Accounts betreiben, aber nur 13% davon eine eigene Stelle haben, die sich ausschließlich mit dieser Agenda beschäftigt.¹⁵² Ähnliches zeigt eine internationale Studie von NEMO (=Network of European Museum Organisations) von April 2020, die besagt, dass durch den Lockdown im Frühjahr 2020 60 % der Museen ihre Online-Präsenz erhöht, allerdings nur 13,4 % das dafür nötige Online-Budget erhöht haben und dazu gaben 96,4 % an, keine Neuanstellungen für den Online-Bereich getätigt zu haben.¹⁵³ Dies bedeutet, dass die Tätigkeit der Museen im digitalen Raum sich stark erhöht hat, während finanzielle sowie personelle Ressourcen marginale Veränderungen erfahren haben. An dieser Stelle wäre es spannend, eine weitere österreichische Studie zum digitalen Museumsraum zu starten, um die Veränderungen in diesem Bereich, ausgelöst durch die Krise, festzuhalten.

Während manche Museen weltweit schon seit Längerem auf die digitale Welle aufgesprungen sind und auch die Vermittlung daran angeschlossen hat, haben österreichische Kunstmuseen größtenteils erst im Jahr 2020 ihre virtuelle Seite für sich und Ihre Besucher_innen ernsthaft erweitert. Trotz des Sprungs ins kalte Wasser, haben die Museen versucht, ihre digitalen Pforten zu öffnen, virtuelle Ausstellungsräume anzubieten und das Museum per Internet zu den Besucher_innen nach Hause zu bringen. Ein paar Ideen und ihre Umsetzungen in österreichischen Institutionen werden im folgenden Kapitel vorgestellt und ihr Raumverhältnis analysiert.

5.2. Beispiele für das Verhältnis von Vermittlung und digitalem Raum

Die Initiativen mit den Besucher_innen digital zu kommunizieren und Vermittlung zu betreiben war abgesehen von Social Media am Anfang des Lockdown im März 2020 sehr zurückhaltend. Dennoch wurden einige Vermittlungsformate entwickelt und gelauncht. Welche räumlichen Situationen werden durch die unterschiedlichen Arten der Vermittlung geschaffen?

¹⁵² Muchitsch, 2019, S. 24.

¹⁵³ NEMO 2020, S. 6. Diese Studie basiert auf einer Umfrage, an der 650 Museen in 41 Ländern (darunter alle 27 EU-Staaten) teilgenommen haben.

Eine der ersten Reaktionen kam aus dem Belvedere, wo ein Vermittler täglich ein Kunstwerk der Sammlung in Form eines Videos präsentierte. Hier wurden Besucher_innen eingeladen in einen Raum einzutreten, der für sie momentan geschlossen war. Dies führte zu einem Gefühl von zwei unterschiedlichen Welten: der Vermittler im Museum, die Besucher_innen zuhause. Diese vom Belvedere produzierten Videos fanden einerseits ein Publikum, andererseits wurden sie auch kritisch gesehen. Beim Versuch die bisherigen Erfahrungswerte eins zu eins ins Digitale zu übersetzen, landet „*man ganz schnell bei einer klassischen Idee von Vermittlung eines Top-Down-Systems.*“¹⁵⁴ Hier war der Versuch da einen Museumseinblick zu gewähren, die Videos konnten den Besuch einer Führung jedoch nicht ersetzen, weil aufgrund des Formates nur eine Einweg-Kommunikation möglich war (Vermittler spricht zum Publikum). Die Besucher_innen hatten keine Möglichkeit zur direkten Rückmeldung oder spontane Fragen zu stellen und waren somit zu keinem Zeitpunkt im selben Raum wie der Vermittler. Auch wenn das Publikum das Video liken oder kommentieren kann, hat das Format etwas sehr Abgeschlossenes an sich.

Einen anderen Versuch startete das Kunstforum in Wien mit dem *Virtuellen Kunstsalon* mit Viktoria Pfefferstein.¹⁵⁵ Die ersten Abende, wo Pfefferstein die aktuelle Ausstellung zu Cindy Sherman auf andere Art und Weise präsentierte, fanden im April 2020 statt. Das Vermittlungsprogramm fand über Zoom mit circa zehn Teilnehmenden statt. Pfefferstein gestaltete den Abend sehr interaktiv, indem sie abwechselnd erzählte und Fragen an das Publikum stellte, die dieses wiederum über den Chat beantworten konnte. Durch ein spielerisches Rollenverteilen an die einzelnen Teilnehmenden am Anfang des digitalen Treffens, konnte jede_r für den Abend in einen Charakter schlüpfen. Dadurch wurde ein eigener Rahmen und somit auch ein virtueller Raum geschaffen, der nicht versucht hat den Realraum nachzuahmen, sondern einen neuen Ort der Zusammenkunft ermöglicht hat. Immer wieder zeigte die Vermittlerin Fotos der Werke Shermans und Ausstellungsansichten, aber als Teilnehmende hatte man nie das Gefühl, dass Pfefferstein im Museum sei und man selbst zuhause, sondern dass man sich irgendwo dazwischen getroffen habe.

Eine neue Variante von Onlineführungen in Österreich hat schließlich die Albertina im Herbst 2020 hervorgebracht. Auch dieses Vermittlungsangebot läuft über Zoom. Die Teilnehmendenanzahl bei solchen sogenannten öffentlichen Onlineführungen beträgt ein Maximum von 50 Personen, was das normale, im analogen Museum geltende

¹⁵⁴ Schneider, 06.11.2020, s. Anhang 5, S. 115.

¹⁵⁵ Ich habe aus Neugierde und mit großem Interesse am 24. April 2020 an einem solchen virtuellen Kunstsalon zu Cindy Sherman teilgenommen.

Teilnehmer_innenlimit klar übersteigt. Der virtuelle Rundgang findet in einem digitalisierten 3D-Modell der Ausstellungen der Albertina und Albertina Modern statt, wo die Vermittler_innen von Raum zu Raum gehen und von Kunstwerk zu Kunstwerk springen können. Die Besucher_innen können im Chat ihre Fragen stellen und Kommentare hinterlassen, die live von den Vermittler_innen aufgenommen und thematisiert werden. Auf den ersten Blick erscheint dieses Format wie eine Übersetzung des Realraums in die digitale Welt. Einerseits muss man dieser Annahme zustimmen, da die Führung genauso auch im analogen Ausstellungsraum stattfinden könnte. Andererseits wird hier der Versuch unternommen, die Besucher_innen an einem neuen Ort der Albertina zu treffen. Die Vermittler_innen als auch die Teilnehmenden befinden sich im selben 3D-Modell und man bewegt sich zusammen vorwärts, rückwärts, seitwärts im selben Raum, auch wenn dieser virtueller Natur ist. Im Vergleich dazu verhält es sich anders bei den Live-Führungen, die einige Kunstmuseen auf Social Media Plattformen anbieten. Hier bewegen sich Kurator_innen, Direktor_innen oder Vermittler_innen durch den realen Ausstellungsraum und erzählen, während die Besucher_innen von zuhause aus den Ort sehen, an dem sie gerade nicht sein können. Der innovative Teil an den Onlineführungen der Albertina ist daher, dass sich Vermittler_innen und Besucher_innen gemeinsam einen neuen Raum schaffen. Das 3D-Modell ermöglicht einen Ort, an dem beide Gruppen zwar nicht physisch sein können, aber wo sie trotzdem digital vereint sind.

Diese drei Beispiele sollen einen Einblick geben, wie momentan die Vermittlung mit dem digitalen Raum umgeht bzw. wie sie sich darin verhält. Andrea Hubin antwortet auf die Frage nach Online-Vermittlungsangeboten der Museen, dass für sie viele Formate noch zu sehr am Realraum angelehnt sind.¹⁵⁶ Bei all den aufgezählten Beispielen kann man ganz klar ein Nahverhältnis zum analogen Museum erkennen, aber dies scheint nachvollziehbar, da die digitale Kunstvermittlung sich noch am Anfang ihrer Entwicklung befindet. Was man aus den Projekten, die in den letzten Monaten entstanden sind, lernen kann, ist, dass der virtuelle Raum unabhängiger vom realen Ausstellungsraum gestaltet sein kann und man sich darin auch neue Handlungsmöglichkeiten schaffen kann, die man so im Realraum vielleicht gar nicht erleben könnte.

¹⁵⁶ Hubin, 27.10.2020, s. Anhang 3, S. 100.

Schluss

In den vorangegangenen Kapiteln konnte aufgezeigt werden, wie eng Raum und Vermittlung miteinander verbunden sind. Vermittlung kann in so vielen unterschiedlichen Räumen agieren, – Ausstellungsraum, Vermittlungsraum, Außenraum und digitalem Raum – sodass man sie als ortsunabhängig beschreiben möchte. Dies trifft allerdings nicht genau zu. Vermittlung kann überall stattfinden, aber sie ist sehr stark von den ihr vorgegebenen Räumen beeinflusst. Dies ergibt die Analyse der Expertinnenmeinungen sowie meiner eigenen Erfahrung als Kunstvermittlerin.

Das relationale Raummodell der Sozialwissenschaften ermöglicht es, den Museumsraum – ob physisch oder digital – als potentiellen Handlungsraum zu sehen, der einerseits ein räumliches Konstrukt aufweist und andererseits soziale Räume mit Besucher_innen eröffnet.¹⁵⁷ Es geht immer um die Wechselwirkung zwischen Objekten, Besucher_innen und der Vermittlung, die vorhandene Räume bespielbar machen und neue Räume entstehen lassen.

Anhand des Ausstellungsraumes wurde deutlich, dass dieser in Bezug auf Gestaltung und Positionierung der Exponate stark in kuratorischer Hand ist und die Vermittlung mit dem vorgegebenen Raum arbeitet und wenig Rückwirkung auf selbigen hat, obwohl die Expertinnen darauf hingewiesen haben wie stark die beiden miteinander verknüpft sind. Lisa Spanier macht darauf aufmerksam, dass in einer „*zukunftsorientierten Kunstvermittlung*“ räumliche Aspekte wie Architektur, Technik und Gestaltung stärker miteinbezogen werden sollten.¹⁵⁸ „*Kunstvermittlung durch Raumgestaltung*“ ist möglich, kann aber nur gelingen, wenn es zu einem engeren, gemeinsamen Arbeitsprozess zwischen Ausstellungsmacher_innen und Vermittler_innen kommt.¹⁵⁹ Ein paar wenige Beispiele der befragten Expertinnen zeigen jedoch, dass manche Museen Hybridräume eingeführt haben, die in der Verantwortung und Bespielung zwischen Kurator_innen und Vermittler_innen wechseln. Ebenso bei den Museumsrichtlinien sind Vermittler_innen an die räumlichen Vorgaben gebunden. Spannend hingegen ist, dass bei der räumlichen Struktur von Ausstellungsräumen, die oft als eher unflexibel gelten, es Möglichkeiten der Veränderung bzw. Anpassung durch die Vermittlung gibt. Die (Infra-)Struktur des Ausstellungsraumes hat zwar einen starken Einfluss auf die Vermittlung, aber diese findet verschiedene Wege um Rückwirkungen zu erzielen (Neuunterteilung von Räumen, Sitzgelegenheiten, sich Platznehmen, etc.). Die stärksten

¹⁵⁷ Reitstätter 2015, S. 61-62.

¹⁵⁸ Spanier 2014, S. 455.

¹⁵⁹ Schwan 2017, S. 181.

Wechselwirkungen zwischen Raum und Vermittlung konnten beim Kapitel der Individualbesucher_innen festgestellt werden. Diese tragen dazu bei, dass unterschiedliche soziale Räume entstehen (Unterschiede im Alter, des Bildungsniveaus, des sozialen Status, der Sprache, etc.). Vermittler_innen sind während einer Führung durch die Einzelbesucher_innen permanent mit dem Verhandeln von Platz und Raum beschäftigt, da sich die Beziehungen zwischen der Gruppe und den Individualbesucher_innen sowie deren räumliche Verortung ständig verändert. Aufgrund der Analyse und der dargebrachten Beispiele wurde deutlich, dass die Wirkung des Raumes auf die Vermittlung permanent ist, während der Einfluss der Vermittlung meistens temporären Charakter hat und selten in der fixen räumlichen Struktur der Ausstellung einen Niederschlag erfährt.

Hier liegt ein gewaltiger Unterschied zum digitalen Raum, der keinen so strikten und starren räumlichen Ordnungsprinzipien wie dem Realraum unterliegt. Dies kann von der Vermittlung als Vorteil gesehen werden, weil hier die Gestaltungsmöglichkeiten viel größer sind als im meist kuratorisch besetzten Ausstellungsraum. Körperliche Erfahrung sowie räumliche Strukturen sind im digitalen Raum nicht vorhanden, was zu einer Offenheit und noch nicht vordefinierten Räumlichkeit führt. Hier erhält die Vermittlung die Gelegenheit Räume nach ihrer Vorstellung zu denken, zu erschaffen und zu erweitern. Die Schwierigkeit daran ist, dass der virtuelle Raum für unsere Vorstellung und Planung sehr abstrakt ist und es Erfahrung benötigt, die bislang noch nicht ausreichend gesammelt wurde. Das führt dazu, dass viele digitale Formate noch stark an den Erfahrungen im Realraum angelehnt sind.

Das ist verständlich, denn die Vermittlung hatte bislang vorrangig mit und in verschiedensten physischen Räumen zu arbeiten.¹⁶⁰ Räume der Vermittlung wie Ateliers und Werkstätten standen in den letzten Jahrzehnten im Fokus. Diese spielen eine wichtige Rolle, da sie andere Handlungen ermöglichen als die mit vielen Regeln auferlegten Ausstellungsbereiche. Gleichzeitig muss man sich bewusstmachen, dass Ateliers häufig abseits vom Hauptgeschehen des Museums liegen. Daher lässt sich eine Tendenz erkennen die Vermittlung mehr und mehr auch im Ausstellungsbereich sichtbar werden zu lassen, wie einige Beispiele gezeigt haben, jedoch wird um diesen Platz meistens mit den Kurator_innen verhandelt. Anstatt zusätzlicher Fläche wünschen sich die Expertinnen mehr Personal, um die vielen Aufgabenbereiche, die teilweise an die Vermittlung übergegangen sind, bewältigen zu können. Darunter fallen die

¹⁶⁰ Auch anhand dieser Arbeit und der Länge der Kapiteln zu den einzelnen Räumen wird deutlich, dass der Fokus nach wie vor auf der analogen Ausstellungsform liegt und die Erfahrungen in Bezug auf Außenraum und digitaler Raum noch gering sind.

Themen Inklusion und Digitalisierung, neben welchen nun auch das Community Outreach an den Türen der Vermittlungsabteilungen anklopft.

Community Outreach und der Außenraum rund um das Museum sind auch ein immer mehr bedeutend werdender Aspekt für Kunstmuseen. Einerseits wird es für diese Institutionen attraktiv mit dem Raum, der direkt um das Museum verläuft, zu arbeiten. Andererseits geht es auch um die Verknüpfung mit Orten und das Eingehen von Kooperationen mit Communities, die auf den ersten Blick nichts mit dem Museum zu tun haben. Themen, die diese Gemeinschaften beschäftigen, nicht aber vom Museum vorgegeben werden, können im Museum dank Community Outreach Platz finden. Hierfür ist eben das Knüpfen von Beziehungen mit z.B. der Nachbarschaft wesentlich, wie es auch für die Vermittlung zentral ist, eine Beziehung mit dem Publikum aufzubauen. Deshalb ist es naheliegend, dass Community Outreach ein Teil der Vermittlungsabteilung sein könnte. Allerdings ist die Vermittlung nach wie vor ortsgebunden, – im Sinne von an die Museumsinhalte der Ausstellungen gebunden – während Community Outreach davon losgelöst arbeitet. Die Expertinnen machen deutlich, dass Community Outreach großartig sei und sie es auch in ihre Verantwortung nehmen würden, aber dass es eigentlich die Aufgabe der gesamten Institution sei und nur so sinnvoll funktionieren könne.

Zusammenfassend lässt sich konstatieren: Alle Räume der Untersuchung (Ausstellung, Vermittlungsraum, Außenbereich und digitale Welt) wirken unterschiedlich auf die Vermittlung und verlangen ihr unterschiedlich viel Ressourcen ab. Im Falle des Ausstellungsraumes ist das Know-how sehr groß, da die Vermittlungsabteilungen über Jahrzehnte Erfahrungen sammeln konnten, während die virtuellen Räume und der Außenbereich nun andere und neue Anforderungen stellen. In den vorangegangenen Kapiteln wurden Beispiele gegeben wie nun die Vermittlung die verschiedenen Räume beeinflussen und verändern kann, und es ist spannend zu sehen, dass die meisten Möglichkeiten gerade in den noch jungen, digitalen Räumen bestehen, wohingegen der altbekannte Ausstellungsraum häufig noch zu starken Strukturen durch Kurator_innen unterliegt. Gemein ist den Räumen, dass sie sich trotz ihrer etwaigen strukturellen Vorgaben, doch ständig im Fluss befinden unter anderem durch die Vermittlungsarbeit.¹⁶¹ Es ist wichtig, das Bewusstsein zu schaffen, dass jeder Raum spezielle Anforderungen mit sich bringt und dass das Handeln darin und auch das Verändern viel Kreativität und Flexibilität seitens der Vermittler_innen benötigt.

¹⁶¹ Vgl. Reitstätter 2015, S. 56: Sie macht auf Michel de Certeaus Unterscheidung von Ort und Raum aufmerksam, bei der der Ort mit dem Stabilem und der Raum mit dem Prozessualen verbunden wird. Die Veränderungsmöglichkeit liegt also in der Natur des Raumes.

Seit dem Roman *The Catcher in the Rye* aus den 1950er Jahren hat sich vieles im Museum verändert. Durch Kunstvermittlung, Community Outreach und Digitalisierung sind Räume hinzugekommen, mit denen man vor 70 Jahren nicht gerechnet hat. Der Satz des Protagonisten Caulfield darf in unserer Zeit umgeschrieben werden:

“The best thing, though, in that museum [...]” is that the exhibitions and spaces are changing, that everybody moves and that with the aid of the educational department and digitalisation new spaces can potentially evolve.

ANHANG – Expertinneninterviews

1 – Interview mit Christine Erharter, Belvedere 21, Wien

Gesprächspartnerin: Mag. Christiane Erharter, Kuratorin für Community Outreach am Belvedere 21

Datum: 16. Oktober 2020, 11 Uhr.

Dauer: 51:10 Min.

LL [Laura Luzianovich]: Ich habe schon kurz angedeutet, in meiner Arbeit beschäftige ich mich mit Vermittlung in Kunstmuseen und auch mit dem Verständnis von Raum und wie man Raum auffasst in der Kunstvermittlung. Jetzt ist es nicht nur interessant, sich anzuschauen wie das innerhalb vom Museum funktioniert im Ausstellungsraum, sondern eben auch außerhalb. Und deswegen habe ich mich an Dich gewandt, ans Community Outreach, weil es eben genau nicht eine Vermittlungsabteilung ist, wie es sie in jedem Museum mittlerweile gibt. Seit 2018 bist du hier als Kuratorin für Community Outreach. Vielleicht könntest Du jetzt nochmal ganz kurz sagen, was Community Outreach genau bedeutet für dich und was deine Aufgaben sind.

CE [Christiane Erharter]: Ich bin jetzt genau zwei Jahre hier im Haus. Ich habe am 1. Oktober 2018 begonnen auf dieser Position der Kuratorin für Community Outreach im Belvedere 21. Und diese Stelle hat sich eigentlich daraus ergeben, dass dieses Museum für zeitgenössische Kunst, das Belvedere 21, in einer Umgebung liegt, an einem Ort, der sich stark verändert hat in den letzten Jahren und sich noch immer stark verändert in Zukunft. Das war die Idee, diese Stelle hier anzusiedeln. Und mit dem Museum Teil dieser Veränderung zu sein. Das Museum ist ja schon sehr lange hier. Nachdem der Pavillon seine Funktion bei der Weltausstellung in Brüssel 1958 erfüllt hat, wurde das adaptierte Gebäude 1962 als Museum des 20. Jahrhunderts hier an der Peripherie des Schweizer Gartens eröffnet. Das ist eine Gegend, die früher als Peripherie wahrgenommen wurde. Da war ja früher auch der Südbahnhof, aber er war eben nicht so ein wichtiger Kopfbahnhof. Jetzt ist es der Hauptbahnhof und dadurch hat sich das alles in der Wahrnehmung sehr verändert. Wir, also das Museum und auch diese Umgebung hier, der Ort, sind in der Wahrnehmung viel mehr ins Zentrum gerückt. Die Idee, die Community Outreach hier zu machen, war eben, ich sag nicht zu gern, um diese Veränderungen zu begleiten, sondern wirklich das Museum als Teil dieser Veränderung zu begreifen. Das war die Idee dahinter. Soll ich dir noch was erzählen zum Ort?

LL: Ja, gerne, noch ein bisschen etwas zum Ort, weil da geht's ja um den Raum.

CE: Der Ort ist hier, ich hab's ja eh schon gesagt, ein Pavillon. Da ist es natürlich naheliegend, dass er in einem Garten liegt und hier liegt er an dieser Schwelle zum Schweizer Garten. Dann haben wir in unmittelbarer Nachbarschaft den Hauptbahnhof, das war früher der Südbahnhof und warum ich das so oft betone ist, weil dieser Bahnhof Themen vorgibt für die Community Outreach. Also der Südbahnhof war wie ein Hub zwischen Süd- und Nordeuropa und Ost- und Westeuropa. Es war einfach ein Bahnhof, wo viele sogenannte „Gastarbeiter“ aus der Türkei seit den frühen 1960er Jahren angekommen sind, und auch sogenannte „Gastarbeiter“ aus dem ehemaligen Jugoslawien. Das ist so diese Geschichte der Arbeitsmigration, die für mich interessant ist, für die Community Outreach. Dann die Geschichte der Flucht, der Geflüchteten, weil in den 1990er Jahren sind durch Kriege im ehemaligen Jugoslawien, vor allem im Bosnienkrieg, viele Leute auch hier als Kriegsgeflüchtete am Südbahnhof angekommen. Egal ob per Bus oder per Bahn, weil es war ja ein Busbahnhof und ein Zugbahnhof. Und dann nochmal 2015, wo der Hauptbahnhof eigentlich schon teilweise in Betrieb war. Er war noch nicht ganz fertig gestellt, aber der Bahnhof war schon in Betrieb, und das war so diese letzte große Fluchtbewegung, wo viele Kriegsgeflüchtete aus Syrien hier ankamen, um dann weiterzureisen nach Deutschland oder Nordeuropa, aber, und das ist auch interessant für die Community Outreach, wo sich schon die Nachbarschaft zivilgesellschaftlich engagiert hat, hier mit den Geflüchteten Zeit verbracht hat, Deutsch gelernt hat, ihnen Essen und Kleidung zur Verfügung gestellt hat, also einfach wo so ein zivilgesellschaftliches

Engagement sichtbar wurde. Und das sind einfach für mich wichtige Punkte, die ich immer wieder betone, weil sie auch Themen für die Community Outreach vorgeben.

Und dann haben wir auch in unserer Nachbarschaft das Sonnwendviertel, von dem vor allem in Wien sehr viel die Rede ist. Das neue Sonnwendviertel mit vielen verschiedenen Quartiershäusern, sozialen Wohnbauten, Gemeindewohnungen, Wohn- und Baugruppen, die sich selbstorganisieren, aber auch selbst verwalten und das sind natürlich alles Aspekte, die in die Community Outreach einfließen. Also auch was den Ort angeht.

Wir sitzen jetzt hier im Belvedere 21, mein Büro ist auch hier im Belvedere 21 und ich mache auch verschiedene Programme im Belvedere 21, aber die prinzipielle Idee ist schon, aus dem Museum rauszugehen mit der Community Outreach und das Programm außerhalb des Museums zu machen.

LL: Aber es kann auch sein, dass Themen von außen auch wieder ins Museum reinfinden?

CE: Natürlich, und das ist wichtig, was ich eben gesagt habe mit diesem, dass ich nicht so gern sage, dass wir das begleiten, sondern dass wir das Museum als Teil dieser Veränderung sehen und dann natürlich auch diese Veränderung mitmachen oder auch mitgestalten. Dann kommt noch ein wichtiger Aspekt dazu, nämlich was das für ein Museum ist, also ein Museum für zeitgenössische Kunst. Das heißt, welche Fragestellungen werden hier behandelt im Museum und verhandelt. Es geht schon darum, diese gesellschaftlichen Fragen aus dem Heute, aus einem zeitgenössischen Standpunkt her zu sehen. Das sind halt auch Fragen wie *Wie leben wir? Wie möchten wir leben? Wie möchten wir zusammenleben?* Das sind Fragen, die hier in Ausstellungen behandelt werden, aber natürlich sind das auch Fragen, die die Community Outreach begleiten und mir geht's eigentlich auch darum, dass sich das so noch stärker gegenseitig befruchtet und dass es da noch mehr Synergien gibt. Dass sich das Außen, das, was uns umgibt, im Museum abbildet, und dass das, was im Museum verhandelt wird sich auch draußen abbildet. Also eigentlich könnte man auch sagen, am Ende oder am Horizont steht so ein Museum für alle von allen. So kann man das auch sagen.

LL: Kannst du mir ein Beispiel geben für ein ganz konkretes Projekt?

CE: Ich kann Dir jetzt verschiedene Beispiele aufzählen, was ich mache. Du kannst dir dann ein Beispiel rausgreifen, das dir gut oder am besten gefällt. Und ich kann dir über das dann noch mehr erzählen. Aber ich möchte auch ein bisschen sagen wie ich hier die Stelle so begonnen habe. Weil das, was ich dir erzählt habe, wie sich diese Nachbarschaft hier verändert oder diese Umgebung, wie sich der Ort verändert, das ist etwas, das ich schon vorher mitverfolgt habe, bevor ich ans Haus gekommen bin. Dann kommt eben das dazu, dass es eines der größten innerstädtischen Stadtentwicklungsgebiete ist, in dem wir uns hier befinden. Eines ist innerhalb der Stadt der ehemalige Nordbahnhof im 2. Bezirk und das zweite große Stadtentwicklungsgebiet, innerstädtisch, ist also hier um den ehemaligen Südbahnhof, was jetzt der Hauptbahnhof ist und da ist einfach dieses Stichwort Sonnwendviertel neu, das hier drüben über der Gleisanlage ist. Dann habe ich begonnen einmal wirklich zu kartieren, also einen Plan zu machen. *Mapping the hood* hab ich das auch genannt, für mich so eine Recherche, wo sind wir und dann war mir ziemlich schnell klar, so eine Achse zu machen. Die beginnt im Zentrum, also am Karlsplatz unten geht weiter mit der Prinz-Eugen-Straße, vorbei am Unteren Belvedere und am Oberen Belvedere, vorbei am Erste Campus in die Arsenalstraße mit Belvedere 21 und Arsenal, über das Sonnwendviertel und weiter in den 10. Bezirk bis zur Brotfabrik. Das war so eine gedankliche Achse, die ich verwendet habe, um zu schauen, wer ist da aller so in meiner Nachbarschaft. Und eben davon ausgehend, ist es einfach so, dass wir hier sehr viele Kulturinitiativen, Institutionen in der Nachbarschaft haben. Wir haben im 10. Bezirk die Brotfabrik, das ist so ein Creative Industries Cluster, einer der ersten in Wien mit verschiedenen spannenden Initiativen. Da hat auch die Caritas viele Büros, das Atelier 10 zum Beispiel, das ist ja auch von der Caritas, Superar, dann der Stand 129, der Community Outreach am Viktor Adler Markt macht, hat dort sein Büro. Also die war schon so ein wichtiger Anknüpfungspunkt, die Brotfabrik. Dann der Kempelenpark, Zwischennutzungsareal auch im 10. Bezirk. Dann im Arsenal Heeresgeschichtliches Museum, die ganzen Workshops von Impulstanz, und dann natürlich wir, das Museum,

aber auch das Schloss unten, Oberes Belvedere und Unteres Belvedere. Erste Campus auch so ein wichtiger Anknüpfungspunkt, weil die einerseits eine große private Kunstsammlung haben, die Kontakt Kunstsammlung, mit dieser Kunstsammlung auch Projekte vermitteln, Kunst am Bau, also die sie eben in diesen Campus eingebettet haben und dann ein Teil der Büros öffentlich ist, was die Erste Stiftung betrifft, mit ihrer wirklich großartigen Bibliothek zu vor allem Zentral- und Südosteuropa, also mit so einem geografischen Schwerpunkt. Und dann haben wir in der Prinz-Eugen-Straße den Zsolnay-Verlag, die Arbeiterkammer mit Kunst- und Kulturprojekten. Also haben wir hier viele Nachbarinnen und Nachbarn, die im Feld der Kunst und Kultur und Bildung tun und arbeiten.

Die wollte ich alle zusammenbringen und habe dann eben Ende Jänner 2019 das erste Nachbarschaftsforum organisiert. Und dieses Forum findet bis heute statt. Alle sechs Wochen treffen wir uns. Es kommen da verschiedene Leute. Es kommen einerseits Vertreter_innen dieser Initiativen und Institutionen, die ich erwähnt habe. Es kommen auch einfach kunstinteressierte Privatpersonen. Es kommen Nachbarinnen und Nachbarn, die in den Wohnprojekten zum Beispiel jetzt schon wohnen oder dort hinziehen werden. Also es sind unterschiedliche Player, die sich in diesem Forum vernetzen. Wir haben auch gemeinsam in diesem Forum dann uns zusammengesprochen, was wir gemeinsam machen wollen. Es gibt viele tolle Ressourcen, viele Initiativen im gleichen Feld und es geht auch um den Wunsch gemeinsam sichtbar zu werden, gemeinsam etwas zu machen. Wir haben auch begonnen, das war auch eine Idee, ein Vorschlag, der in diesem Forum entstand, dass wir uns gegenseitig besuchen und zwar Erkundungstouren machen, das heißt, wir treffen uns alle sechs Wochen, mittlerweile fast nie mehr im Belvedere 21 im Museum, sondern immer bei einem dieser Teilnehmer_innen des Nachbarschaftsforums. So haben wir schon verschiedene Exkursionen gemacht, also wir waren am Erste Campus in der ERSTE Stiftung, im Heeresgeschichtlichen Museum, wir waren am Kampfenpark, wir waren im Gleis 21 im Sonnwendviertel, in der Brotfabrik, wir waren im Kunstraum toZOMIA im Sonnwendviertel, wir gehen im Dezember wieder ins Sonnwendviertel, zu Bikes and Rails, einem Wohnprojekt. Ganz verschiedene Erkundungstouren, die wir bis jetzt gemacht haben und die wir weiter machen.

Wir treffen uns vor Ort bei jemandem und schauen uns das an. Die Leute präsentieren sich da selbst mit ihren Initiativen, was sie machen. Dann haben wir schon immer auch noch Zeit für Plenum, also um unser Forum zu machen. Da tun wir uns updaten und dann eben für die Zukunft planen. Jetzt muss ich auch sagen, wir waren schon irgendwie weiter oder es war irgendwie schon klarer, dass wir etwas gemeinsam machen werden, aber dann muss ich auch sagen, kam Corona, der Lockdown. Jetzt ist es wieder auch bisschen anders von der Jahreszeit her. Es ist jetzt Mitte Oktober, das Wetter wird wieder schlechter. Man kann nicht mehr so viel draußen machen. Wir werden schauen. Das ist einfach eine Idee, die wir weiter verfolgen. Uns schwebt vor, so ein Wochenende gemeinsam zu programmieren, wo wir praktisch wie so einen gemeinschaftlichen Tag der offenen Tür oder Open House haben.

Und dann möchte ich vielleicht neben diesem Nachbarschaftsforum, das alle sechs Wochen stattfindet, noch etwas rausgreifen von vergangenem Sommer. Das ist jetzt neu im Museum. Man würde das eigentlich als selbstverständlich erachten. Ich habe es erwähnt, wir liegen hier an der Grenze zum Schweizer Garten und wir waren aber immer getrennt vom Schweizer Garten. Also um in diesen Park zu gelangen, musste man immer ums Haus herum und einen Umweg machen. Wir haben seit diesem Frühling, also jetzt seit einem halben Jahr, hier einen direkten Zugang zum Schweizer Garten. Und der wirkt jetzt selbstverständlich; er war es aber nicht. Wir haben ihn jetzt und für mich war klar, ich möchte dann gleich ein Programm anbieten, was eben diesen direkten Zugang aufnimmt in den Park und habe die Wiener Künstlerin Marlene Haussegger gebeten, eine partizipative Skulptur zu entwickeln. Sie hat etwas entwickelt und das hatten wir jetzt an sechs Terminen über den Sommer, wir haben im Juli begonnen. Juli, August, September, an sechs Terminen haben wir diese Pop-Up Skulptur von ihr aufgestellt. Das war ganz simpel, wie so eine Art Sonnensegel, aus einem Markisenstoff, eine Fläche, die von zwei Alustangen getragen wurde, und die vom Sujet her, diese Architektur der Nachbarschaft aufgegriffen hat, also diese neuen Stelzenbauten da von Renzo Piano, die dort entstanden sind [CE zeigt auf die Gebäude gegenüber dem Belvedere 21]. An die hat sie dieses Sujet angelehnt und das war mit einer Frage verknüpft: *Do you want to sit in the sun or do you want to sit in the shadow?* Also *Möchtest du einen Sonnenplatz, einen Platz an der Sonne oder einen Platz im Schatten?* Mit diesen Fragen geht sie natürlich auch in diese Richtung *Wem gehört der öffentliche Raum?*, *Wer sitzt da in der Sonne?* und *Wer darf eigentlich nur im Schatten sitzen?* Dann kam noch etwas dazu, speziell weil heuer im Lockdown diese Frage verhandelt wurde: die Schließung der

Bundesgärten. Es wurden ja Parks in Wien geschlossen, die Bundesgärten waren zu, die Stadtgärten waren offen, das heißt der Schweizer Garten war immer offen. Den kann man auch schlecht zusperren, weil er nicht wie der Augarten eine Mauer rundherum hat. Den Augarten kann man zusperren, der Schweizer Garten ist offen in alle Richtungen. Also auf alle Fälle hat das auch noch mal so eine Aktualität dann in diese Fragestellung gebracht und das waren diese zwei Fragen, die sie gestellt hat auf diesem Sonnensegel. Sie hat sich mit dieser Skulptur angelehnt an verschiedene radikale Designgruppen aus den späten 1960ern, frühen 1970ern in Italien. Dann hat sie eben dieses Sonnensegel entwickelt, das haben wir dann an sechs Terminen immer aufgestellt, danach wieder abgebaut und an diesen Terminen hatten wir auch praktisch so einen offenen Lesezirkel, also kollektives Lesen. Ich habe dafür verschiedene Texte ausgesucht. Einerseits Texte, die starke Naturbezüge haben, aber auch Texte, wo es um Utopien des Zusammenlebens oder des Lebens geht. Also von Henry Thoreau haben wir sein *Walden* gelesen. Also diesen Selbstversuch, da wo er an einem See in der Wildnis lebt für ein paar Jahre. Dann aber auch von Marlen Haushofer *Die Wand*, also diesen Ökothriller von ihr. Sie hätte ja 2020 ihren hundertsten Geburtstag gehabt. Von Maya Lunde *Die Biene* aus ihrem Klimaquartett. Also eben verschiedene literarische Texte, da wo eben aktuelle Fragen zum Klimawandel behandelt werden, Fragen zum Mensch-Natur-Verhältnis, und das wurde dann kollektiv gelesen.

Das war dieses Projekt über den Sommer mit der Marlene Hausegger und dann hatte ich noch eine andere Künstlerin gebeten, die Anita Fuchs aus Graz, die viel mit Pflanzenbestimmungen arbeitet, auch mit Neophyten, also diesem ganzen Themenkomplex der Pflanzen, die sich praktisch unerwünscht ansiedeln, mit Spontanvegetationen. Ich hab sie gebeten, dass sie ein Projekt entwickelt. Sie hat drei Spaziergänge vorgeschlagen, Biodiversitätsspaziergänge haben wir das dann genannt. In diesen Spaziergängen haben wir praktisch die Vegetation in der Umgebung erkundet. Also wir haben begonnen im Skulpturengarten des Belvedere 21, haben dort diese Neophyten analysiert, und auch den Inhalt des Wild Cubes von Lois Weinberger kartiert. Das ist ja eine permanente Arbeit, die wir hier im Außenraum präsentieren, und die Idee vom Lois Weinberger, der leider im Frühjahr verstorben ist, war ja, dass er praktisch diesen Käfig, also im Gegensatz zum White Cube, einen Wild Cube, also diesen wilden Ausstellungswürfel hinstellt und nur Erde rein gibt und das „Kunstwerk“ dann sich selbst überlässt. Dort ist praktisch nur Vegetation, Flugsamen, die sich dort angesiedelt haben jetzt über die Jahre und der ist voll bewachsen. Anita Fuchs hat im Rahmen einer dieser Spaziergänge auch diesen Inhalt kartiert mit einer Umweltökologin, mit einer Botanikerin, was dort jetzt drinnen wächst. Wir haben uns dann praktisch vom Skulpturengarten rausgehantelt in diesen Spaziergängen in den Schweizer Garten. Wir haben aber auch sehr viele Baustellen, das hab ich vorher schon erwähnt, in der Nachbarschaft und natürlich entstehen da verschiedene Brachen und Spontanvegetationen auf den Baustellen. Da wird auch teilweise über das verwendete Material, über verschiedene Baumaterialien verschiedene Samen verbreitet, die vielleicht in Wien gar nicht so verbreitet sind, und das waren eben alles so Aspekte bei diesen Spaziergängen. Da war immer die Anita Fuchs dabei, und sie hat zu jedem Spaziergang eine Expertin/einen Experten eingeladen und mit ihnen haben wir da dann die Vegetationen in der Nachbarschaft erkundet.

LL: Das hört sich eigentlich auch an wie ein Vermittlungsprojekt im Endeffekt. Da wollte ich gleich anknüpfen. Welche Rolle spielt die Vermittlung im Community Outreach? Gibt's auch Zusammenarbeiten mit der Vermittlungsabteilung innerhalb des Hauses?

CE: Mit dem Programm der Community Outreach gibt's natürlich Synergien in verschiedene Abteilungen im Haus. Das Belvedere 21 ist wie jedes Museum in Österreich durchstrukturiert. Es gibt verschiedene Abteilungen. Wir haben eine große Kunstvermittlungsabteilung und wir haben eine große Marketingabteilung und es gibt natürlich auch die kuratorische Abteilung. Es gibt Research Center und meine Stelle hat natürlich viele Schnittpunkte, sowohl mit der Kunstvermittlung als auch mit Marketing. Angesiedelt ist die Stelle eben bei den Kurator_innen und das macht einfach auch einen Unterschied im Arbeiten, weil es geht halt, wie soll ich sagen...im Marketing geht's darum, mehr Leute ins Museum zu bringen, bei mir ist das nicht vorrangig, weil ich arbeite gar nicht so viel im Museum. Ich gehe ja hauptsächlich raus mit meinem Programm, also es ist schon noch mal eine andere Mission, die ich habe. Aber natürlich Kunstvermittlung, da gibt's Schnittmengen. Der große Unterschied ist vielleicht der, dass die Kunstvermittlung hier im Haus, also im Belvedere und im Belvedere 21, vor allem im

Haus bleibt und nicht so viel rausgeht. Also die Kunstvermittlung im Belvedere 21 ist an den Ausstellungen orientiert und vermittelt die Ausstellungen, die wir zeigen im Erdgeschoss, im Obergeschoss und wir bekommen auch wieder dieses Untergeschoss dazu als Ausstellungsraum, der war jetzt ein Jahr wegen Umbauarbeiten zu. Das ist eigentlich die Mission der Kunstvermittlung hier im Haus. Ich vermittele auch das Haus nach außen, aber eben mit Inhalten, die jetzt von den Ausstellungen losgelöst sind, so würde ich das sehen. Und das bringt mich auch schon zu einem nächsten wichtigen Punkt. Du schreibst über Räume, aber bei mir in meiner Arbeit geht's auch ganz stark um Beziehungen. Also ich knüpfe Beziehungen in die Nachbarschaft. Da geht's einerseits darum sich besser kennenzulernen, sich dann auch natürlich in einem nächsten Schritt zu vernetzen und es geht auch um Vertrauen.

LL: Das heißt der direkte Kontakt ist auch immer sehr wichtig oder?

CE: Natürlich. Er ist total zentral, weil genau dieser direkte Kontakt das ist, was Vertrauen schafft.

LL: Den direkten Kontakt teilen sich ja in dem Sinne auch Outreach und Vermittlung, während Kurator_innen oft abseits von Besucher_innen arbeiten, sag ich jetzt einmal so. Die arbeiten dafür mit den Künstler_innen.

CE: Genau. Ich meine, jetzt in der Zeitgenössischen Kunst würde ich schon sagen, dass sich das ein bisschen auflöst, also dass viele Kuratoren und Kuratorinnen viel mit dem Publikum arbeiten. Aber ja natürlich, es ist einfach so. Ich arbeite ganz stark in der Nachbarschaft auch über Beziehungen, die ich knüpfe. Die knüpfe nicht ich als Privatperson Christiane Erharter, sondern die knüpfe ich in meiner Funktion als Kuratorin für Community Outreach am Belvedere 21. Und das wissen die Leute auch. Also das ist schon klar, in welcher Funktion gehe ich da rein in die Nachbarschaft und das ist meine Rolle, in der bleibe ich.

Und was ich sagen wollte zu diesem Vertrauen sind zwei Dinge: Das eine ist diese Kontinuität, also zum Beispiel, dass sich die Leute, die kommen, die dieses Angebot des Nachbarschaftsforums annehmen, sich darauf verlassen können, das findet alle sechs Wochen statt, wir sind immer an einem Donnerstag von 17 bis 19 Uhr da, also zwei Stunden. Diese Kontinuität schafft auch Beziehung. Und natürlich dieses Vertrauen, das hier beidseitig ist. Vertrauen entsteht auch durch Kooperationen und wir haben auch schon verschiedene Kooperationen gehabt in der Nachbarschaft. Also zum einen, dass sich Initiativen, Bauprojekte, Gemeinschaftsprojekte im Haus präsentieren bei unserem Public Program, für das ich auch verantwortlich bin (Anmerkung: gemeinsam mit Claudia Slanar). Da haben wir verschiedene Player eingeladen, um entweder ein Wohnprojekt oder ein Gemeinschaftsprojekt zu präsentieren. Der Kulturraum 10 zum Beispiel, das ist ein sehr interessanter Verein aus der Nachbarschaft, Verein für Alltags- und Bezirkskultur, gibt's schon viele Jahre, der hat hier ein Kinoprogramm zusammengestellt und eine Diskussionsveranstaltung. Also ich würde sagen, es ist auch so eine Wechselwirkung da, wie die Nachbarschaft auch ihre Inhalte in das Museum trägt.

LL: Wie war das dann während dem Lockdown mit Corona? Von März bis Mai war das Belvedere 21 ja geschlossen. Was hat das für deine Abteilung, für deine Arbeit bedeutet? Hast du sie trotzdem fortsetzen können? Weil viele Museen waren ja dann damit konfrontiert, dass viele Mitarbeiter zuhause bleiben mussten und die Besucherinnen und Besucher gefehlt haben. Wie war das für die Community Outreach?

CE: Der Lockdown war eine sehr spezielle Situation, die alle Abteilungen vor neue Herausforderungen gestellt hat. Die Kunstvermittlung hat relativ rasch begonnen über Social Media Kunstwerke zu präsentieren im Oberen Belvedere. Also ein Kunstvermittler hat praktisch jeden Tag ein Kunstwerk präsentiert und so ging diese Kunstvermittlung weiter, obwohl man das Museum ja nicht besuchen konnte, weil das Museum ja zu war. Man kann dann auch sagen, das Museum ist rausgegangen, das Museum ist zu den Leuten gekommen in den Sozialen Medien.

Für mich war das ja schon so, dass wir im Freien etwas machen oder draußen außerhalb des Museums, das war ja schon viel länger klar. Museen sind große Institutionen, die eigentlich langsam arbeiten, das heißt wir planen immer schon lange voraus, auch das Programm der Community Outreach. Jetzt praktisch entsteht oder ist das abgeschlossen, was nächstes Jahr stattfinden wird. Nicht ein Jahr im Voraus, aber so ein Dreivierteljahr im Voraus wird das geplant. Das heißt das war schon vor dem Lockdown klar, wir werden ganz viel draußen machen. Auch das Public Program wird draußen stattfinden im Skulpturengarten. Und natürlich hat uns das in die Hände gespielt, dass dann klar war, es ist sowieso besser außerhalb von geschlossenen Räumen ein Programm zu machen, weil das haben wir ja auch gelernt aus dieser Coronakrise, also dass man, wenn man irgendwie kann, dann die Dinge nach draußen verlagert. Uns hat das sehr in die Hände gespielt und es wurde natürlich gut angenommen. Und insofern habe ich mir gar nicht zu große Sorgen gemacht. Ich hatte keine Identitätskrise, was das jetzt für die Community Outreach bedeuten würde.

Wir haben im Garten mit unserem Programm begonnen unter diesem Titel *Draußen sein* und setzen dies auch fort, so gut das halt geht. Man kann nicht alles draußen machen. Im September hatten wir jetzt den zweiten Termin und es folgen noch zwei Termine, ein *Open Mic*, also ein öffentliches Mikrofon. Da konnte der erste Termin im Freien stattfinden und alle weiteren finden jetzt unten im Veranstaltungsraum im Untergeschoss statt. Da kann man gut lüften. Das sind dann halt so Aspekte, die wichtig werden: In welchen Räumen ist man? Kann man da die Fenster aufmachen? Kann man da lüften?

LL: Aber prinzipiell könnte man sagen, dass Community Outreach überall stattfinden könnte?

CE: Natürlich. Und zu einem gewissen Teil macht es das auch.

Jetzt noch kurz zu dem, was du gefragt hast mit diesen Synergien von der Vermittlung. Es gibt *Queering Belvedere*, *Queering the Museum*, das ist ein Programm, wo ich eigentlich ganz stark mit der Kunstvermittlung zusammenarbeite, weil die dann auch Touren zu diesem Thema anbieten, und das ist auch so ein häuserübergreifendes Projekt. Häuserübergreifend heißt in meinem Fall, dass es an allen Standorten stattfindet, also im Unteren Belvedere, Oberen Belvedere und im Belvedere 21. Da gibt's konkrete Synergien im Haus nach außen. Und dieses *Queering Belvedere* ist auch so ein gutes Beispiel. Community Outreach heißt ja eben nicht nur, dass wir jetzt mit der unmittelbaren Nachbarschaft zusammenarbeiten, sondern ich arbeite natürlich auch mit verschiedenen Communities. Die LGBTIQ-Community ist eine dieser Communities und die sprechen wir immer an in diesem *Queering Belvedere*. Heuer hat das in einer sehr abgespeckten Form stattgefunden, weil nicht klar war, ob das Museum im Juni offen haben wird. Es war einfach zu kurzfristig, das dann noch zu machen. Wir hatten es dann im September beim Public Program. Und es wird wieder kommen nächsten Juni. Im Pride Month Juni werden wir wieder so ein Programm anbieten, wo ich ganz konkret mit der Kunstvermittlung zusammenarbeite. Und warum erwähne ich das jetzt? Weil wir machen auch so eine Queer-City-Tour und das geht dann wirklich auch weiter weg vom Museum, es geht einfach über die unmittelbare Nachbarschaft hinaus, weg davon. Und insofern kann ich sagen, ja du hast Recht, Community Outreach kann überall stattfinden. Also es kann raumungebunden sein, raumunabhängig.

LL: Dann eben die Frage, ob die unterschiedlichen Räumlichkeiten dann auch unterschiedliche Auswirkungen haben auf das Community Outreach?

CE: Definitiv. Aber das hat es auch auf Veranstaltungen. Wir haben das jetzt auch gesehen. Es funktioniert einfach ganz anders, wenn man mit einer Veranstaltung draußen ist, egal ob das eine Lesung ist oder eine Diskussion, oder ob du drinnen bist, das ist einfach so. Der Raum hat eine Auswirkung auf den Inhalt. Das Setting auch. Ich würd sagen, die Form beeinflusst den Inhalt.

LL: Dann noch zu einem ganz anderen Raum als den physischen. Nämlich der digitale Raum würde mich auch noch interessieren. Man hat gemerkt, dass sich die Museen jetzt vermehrt im digitalen Raum aufgehalten haben wegen Corona. Wie hat das deiner Meinung nach funktioniert? Hat das gut funktioniert? Wie hast du diese Situation wahrgenommen?

CE: Ich kann dir das nur persönlich sagen, wie ich das halt so finde, dass die österreichischen Museen da halt teilweise im internationalen Vergleich in den Kinderschuhen stecken und erst entdecken, was das für ein Potential haben könnte und was man machen könnte. Aber so wie ich das ja vorhin erwähnt habe, es hat begonnen mit diesen Vermittlungsvideos über die sozialen Medien von einzelnen Kunstwerken aus der Sammlung des Oberen Belvedere. Aber für mich haben die Neuen Medien eine andere Funktion, weil ich nütze diese auch als Dialogforum, als Austausch, für mich ist das wichtig. Es gibt verschiedene Gruppen, da wo ich auch Teil davon bin mit der Community Outreach, diese Diskussionsgruppe Sonnwendviertel, also verschiedene Foren auf Facebook zum Beispiel, da wo ich halt teilnehme als Kuratorin für Community Outreach. Und das ist für mich so ein wichtiger Aspekt in den Sozialen Medien, dass man das nützt, um so eine Diskussion auch dort weiter zu führen. Natürlich geht's auch darum, ganz simpel oder ganz banal, um Veranstaltungen zu bewerben oder zu sagen „Hey da ist wieder das Nachbarschaftsforum, kommt's!“ Aber natürlich geht's auch darum, das spielt vor allem beim Open Mic (beim öffentlichen Mikrofon) eine größere Rolle, dass man eben auch wirklich so diskutiert, verschiedene Fragen und Inhalte, wie sich Leute auch selbst präsentieren, was sie auch präsentieren wollen. Also so würde ich das sehen mit den digitalen Medien oder mit Social Media.

LL: Es ist nicht so, dass es ein digitales Format gibt?

CE: Wir sind dabei. Es gibt natürlich eine Website vom Museum, und die Community Outreach hat da auch eine Unterwebsite. Wir arbeiten daran, dass das praktisch so eine dialogische Form bekommen könnte, also dass man da so eine Chatfunktion hat, aber das ist Zukunftsmusik für mich.

LL: Also so eine Art die Kommunikation zu fördern?

CE: Genau, etwas Kommunikationsförderndes, dass man einfach in einen Dialog treten kann.

LL: Vor einigen Jahren gab es schon diese Diskussion, dass das analoge Museum durch das digitale ersetzt werden könnte. In der Literatur herrscht meistens der Konsens, dass das nicht der Fall sein wird, sondern dass das Digitale einfach als Erweiterung gesehen werden kann und eben nicht als Ersatz für das Museum. Kannst du da zustimmen?

CE: Ja also, auf alle Fälle. Ich denke mir, sicher gibt es Formate oder Inhalte von Museen, die können in den digitalen Raum oder in den virtuellen Raum verlegt werden. Wenn man jetzt so an etwas denkt wie Ars Electronica oder eben wo es wirklich um neue Medien geht. Also warum soll so etwas nicht nur virtuell stattfinden? Aber dann, würde ich wieder sagen, bei einem Kunstmuseum, ist es halt so, da geht es wirklich um dieses Liveerlebnis der Kunst. Das ist etwas anderes, ob ich hier durch eine Installation von Henrike Naumann durchgehe, mich da durch bewege und auch das merke wie klaustrophobisch das eigentlich ist oder wie eng das alles an mich herankommt, oder ob ich mir das nur im Internet anschau. Also ich glaube, dieses haptische Erlebnis spielt halt nach wie vor eine Rolle. Das hat man ja dann auch gesehen nach dem Lockdown, dass die Leute schon ein Bedürfnis hatten wieder irgendwie physisch aufeinander zu treffen, sich zu sehen, dass das einfach etwas anderes ist,

ob ich mich jetzt in einem Kaffeehaus eine halbe Stunde wirklich treffe oder auf ein Mittagessen, als wenn ich mich eine halbe Stunde auf Zoom verabrede. Ich würde nicht sagen, das eine ist besser als das andere. Es ist einfach eine gute Ergänzung, eine Erweiterung. Es sollte sich ergänzen.

LL: Und wirkt sich jetzt der digitale Raum auf das Community Outreach aus?

CE: In dem Sinn, dass ich einfach merke, diese Leute sind einfach viel vernetzter. Die Leute sind auf Facebook, auf Instagram. Es ist einfach ein zusätzlicher Informationskanal. So wirkt sich das auch aus auf die Community Outreach. Ich glaube, dass so etwas vielleicht kommen wird, dass man jetzt, zum Beispiel wenn man einen Aufruf macht zu einem bestimmten Thema, da kann ich mir vorstellen, dass das dann über Social Media vor allem noch mal anders funktioniert und da auch Sinn macht. Aber bis dato habe ich keinen Aufruf gemacht in den Sozialen Medien, sondern habe es eben mehr genutzt, um zu informieren und zu diskutieren, und das funktioniert ganz gut.

LL: Weil du vorher noch die Beziehungen angesprochen hast... Jetzt haben wir den analogen, physischen Raum gehabt, den Außenraum und auch den digitalen Raum. Es gibt in der Literatur die Ansicht, dass ein Raum nicht nur eben vier Wände sind und da befinden sich Objekte drinnen, sondern eben die Beziehungen dazwischen machen es aus. Und ich finde es sehr schön, dass du das eben auch erwähnt hast, dass die Handlung selbst den Raum eigentlich ausmacht. Das ist jetzt auch ganz schön herausgekommen beim Community Outreach.

Würdest du dir wünschen, dass die Museen noch mehr nach draußen gehen? Mir kommt vor, dass dieser Posten, der hier eingerichtet wurde am Belvedere 21, einer der ersten in Wien ist? Oder gibt es andere Museen, die auch dieses Community Outreach fördern?

CE: Zum einen kann ich die Frage ganz klar beantworten: Es macht nicht für alle Museen Sinn, aber ich finde schon, dass ein Museum für zeitgenössische Kunst sich auch um das Außen, um das Außerhalb des Museums kümmern sollte, weil vor allem zeitgenössische Kunst so nah dran ist an Gesellschaft und gesellschaftlichen Diskussionen und Fragestellungen. Das ist einmal die ganz klare Antwort: Museen für zeitgenössische Kunst sollen mehr rausgehen. In den Österreichischen Bundesmuseen ist das Belvedere das erste und einzige Museum mit einer Kurator_innenstelle für Community Outreach. Das kann schon sein, dass in der Kunstvermittlung und in den Kunstvermittlungsprogrammen schon draußen im Außenraum operiert wird, also außerhalb des Museums, aber dass es eine explizite Stelle gibt, wo es um Community Outreach, egal ob bei den Kurator_innen oder in der Kunstvermittlung, da ist das Belvedere einfach das einzige Bundesmuseum bis dato.

Dann zu der anderen Frage, ob es das in den anderen Museen gibt. Im Wien Museum am Karlsplatz wurde eine Stelle eingerichtet, die heißt nicht Community Outreach, sondern ist eine Kuratorenstelle für Stadtgesellschaften, und das macht der Kollege Can Gülcü. Ich glaube, ich habe im Oktober begonnen und er hat im November begonnen im Wien Museum. Also das ist das, wovon ich weiß. Und dann weiß ich natürlich, dass viele Museen sich für das interessieren und viele Museen, glaube ich, das auch gerne machen möchten, aber bis dato halt noch nicht machen. Es ist ein Thema, das sicher noch viel stärker kommen wird in den nächsten Jahren. Das ist so in den Kinderschuhen und wird jetzt dann so nach und nach Einzug finden in mehrere Museen, auch in die Bundesmuseen.

LL: Würdest du dir wünschen, dass es dann in jedem Museum zu finden ist, immer mit einer eigenen Stelle oder fändest du, es wäre auch eine Möglichkeit, wenn man Vermittlung und Outreach zusammengibt?

CE: Ja natürlich. Ob das jetzt dann ein_e Kurator_in für Community Outreach ist, das interessiert ja den Besucher im Prinzip dann nicht. Die Museen sind schon sehr ausdifferenziert, in dem was diese ganzen Professionalisierungen auch angeht. Aber was nimmt denn der Besucher wahr? Der Besucher nimmt wahr, dass das da ein Angebot ist und ob das dann eine Kurator_innenstelle oder eine Vermittlungsstelle ist, ist wahrscheinlich für den Besucher egal. Ich weiß nicht, wie ich dir diese Frage beantworten soll, weil ich bin Kuratorin für Community Outreach. Ich denke, dass natürlich die Kunstvermittlung auch das Potential hat Community Outreach zu machen.

Ich glaube aber, dass es eben an dem manchmal scheitert, weil die Kunstvermittlung so sehr an die Ausstellungen geknüpft ist, nicht nur bei uns, sondern bei allen Häusern. Und dann ist eigentlich die vorrangige Aufgabe der Kunstvermittlung die hausinternen Ausstellungen zu vermitteln und nicht so sehr noch mal raus zu gehen in die Nachbarschaft. Das wird mehr als so ein Luxus empfunden, als etwas, was man dann macht, wenn man die Kapazitäten dafür hat. Und in dem Sinn ist es schon ziemlich einzigartig hier. So fühle ich mich auch privilegiert und ich muss auch sagen, es macht mir auch sehr Spaß, dass dieses Feld noch so offen ist und befüllt werden kann, mit dem, was es sein kann. Dass es eben noch nicht so eine fixe Definition gibt, was ist es. Und warum macht mir das Spaß? Weil es natürlich toll ist, dass man Formate ausprobieren kann, man kann Angebote ausprobieren und man kann schauen was passiert. Das ist mir ganz wichtig bei meiner Arbeit, dass es ergebnisoffen ist, dass es nicht gebunden ist an ein Resultat. Ich muss nicht jetzt 50 Leute hier bei einem Angebot haben, um zu wissen, dass es ein Erfolg ist. Sondern ich kann verschiedene Dinge ausprobieren, ich kann auch, wie soll ich sagen, scheitern ist immer so ein Wort. Ja, es kann auch daneben gehen und dann kann man daraus etwas lernen. Und das ist vielleicht auch etwas ganz Wichtiges. Wenn jemand schnelle Resultate möchte, dann wird diese Institution keine Community Outreach machen, weil die Community Outreach von dieser Mission her so angelegt ist, dass es längerfristig geht und ergebnisoffen ist. Ich sehe es ja. Es geht eben um dieses Ephemere, dieses, was nicht so greifbar ist, um diese Beziehungen und dann kann man vielleicht nach drei Jahren mal etwas sagen, evaluieren oder so ein Impact Measurement machen, was das jetzt für eine Wirkung gehabt hat.

LL: Wie du ja auch gesagt hast, man ist und man möchte sich als Community Outreach auch als Teil sehen von dieser Entwicklung rundherum.

CE: Hier wird das eh so sein, dass nach drei Jahren mal geschaut wird, wie hat sich das entwickelt, wo stehen wir und wo kann das hingehen.

LL: Also noch eine spannende Zeit vor dir.

CE: Ja, ich hab noch eine spannende Zeit vor mir!

2 – Interview mit Mirabelle Spreckelsen, Museum der Moderne Salzburg

Gesprächspartnerin: Mirabelle Spreckelsen, MA, Leitung der Kunstvermittlung am Museum für Moderne Salzburg.

Datum: 24. Oktober 2020, 17 Uhr.

Dauer: 65:28 Min.

LL: Liebe Mirabelle, du bist hier als die Leiterin der Kunstvermittlung vom Museum der Moderne Salzburg. Es gibt zwei Standorte: das Rupertinum in der Altstadt und den Mönchsberg. Ich bin schon gespannt, was du jetzt alles so erzählst. Seit 2019 bist du dort oder?

MS [Mirabelle Spreckelsen]: Seit August 2019.

LL: Es ist schön, dass die Vermittlung im Museum wieder möglich ist. Durch Corona waren ja viele Museen zugesperrt, viele waren zuhause. Mich würde interessieren: Wie hat sich das auf deine Institution ausgewirkt und auch auf deine Abteilung?

MS: Wir hatten geschlossen wie auch alle anderen. Mitte/Ende März bis 19. Juni. Eigentlich sehr lang. Und wir hätten ganz unterschiedliche Projekte geplant und haben auch während der Kurzarbeit gearbeitet. Ich hatte da auch mit Kurzarbeit noch 16 Stunden, die ich arbeiten konnte. Eine Kollegin von mir, die sowieso nur 8 Stunden angestellt ist, die war plötzlich auf 48 Minuten, weil das ja so runtergebrochen war. Natürlich bei 48 Minuten pro Woche kannst du kurz mal in die Emails reingehen und mehr nicht. Also das war total unterschiedlich für jeden diese Situation von Corona und Kurzarbeit.

Wir sind plötzlich vor der Situation gestanden, ok unser Museum ist zu, wir wollen arbeiten. Wir können natürlich Dinge aufarbeiten, aber wir wollen nicht den Kontakt mit unseren Besucher_innen verlieren, weil ich glaube, für jeden war die Zeit schwierig, aber jeder hat irgendwie auch versucht weiter zu leben und auch das normale Leben weiterzudenken. Wir haben da auch begonnen mit Ateliervideos, dass wir Bastelanleitungen gemacht haben. Die hat eine Kollegin immer zuhause gemacht und hat sich halt die Bastelmaterialien nachhause schicken lassen, hat dort dann gearbeitet und das gefilmt. Was, glaube ich, eine süße Überbrückung war, aber jetzt nicht die personale Vermittlung oder was wir eigentlich typischerweise machen.

Wir haben uns das bei verschiedenen Museen angeschaut, weil, ich glaube, jeder ist plötzlich so in diesem Loch gewesen: Oh Gott, wir sind eigentlich auf personale Vermittlung. Und was heißt jetzt eigentlich digital? Was ist denn jetzt der digitale Raum? Was schön war: es gab ganz viele Zoom-Workshops mit vielen Vermittler_innen. Es gab ja auch von der Helga Embacher dieses Mittwochs-Vermittlungstreffen von ganz vielen Vermittler_innen, wo ich öfter mitgemacht habe. Es waren, glaube ich, viele Fragen im Raum und wenig Antworten. Etwas Schönes war vom Fluxguide, das ist eine Wiener App-Firma, die haben Museum Stars gegründet. Das ist eine kostenlose App und da konnte man eben Challenges erstellen, also Quizze und Quizfragen machen und wir haben mitgemacht. Wir haben die App mitentwickelt, was ganz cool war. Da sind ganz viele deutschsprachige Museen dabei, auch das Dommuseum und viele in Wien, auch regionale Museen. Das war eine Form von Entwicklung im digitalen Raum. Ich glaube bei uns, war es immer auch dieses: Wann sind wir endlich wieder im Museum? Wann können wir wirklich wieder mit den Besucher_innen arbeiten und ein bisschen auch weg von dem Homeoffice von unserem Tisch ins Museum rein?

Ich glaube, es war für uns ein großes Glück, dass eine Ausstellung nicht zustande gekommen ist. Da wären ganz viele Leihgaben aus England gekommen. Das war der Yinka Shonibare, den haben wir dann nächstes Jahr, hoffentlich, wenn alles gut ist. Das heißt 300m², eine Hälfte der Ebene, war einfach frei und der Direktor hat uns gebeten, die Kunstvermittlungsabteilung, ob wir nicht eine Ausstellung machen wollen für die Kunstvermittlung. Er hat uns totalen Freiraum gegeben. Er hat gesagt, macht was ihr wollt. Die Kunstvermittlung darf präsent werden. Es soll ab 19. Juni zu sehen sein. Wir haben einerseits den digitalen Raum zu füllen, aber auch das Museum. Wir haben natürlich darauf gewartet, dass wir

wieder öffnen und haben eine Ausstellung gemacht, einen Gestaltungsraum. Also wir haben es rund um das Gestalten gemacht. Wir haben verschiedene Videos gedreht. Wir haben eine Warmup-Station gehabt, wo man sich aufwärmen konnte zum Zeichnen, weil wir auch natürlich sehr viel in unseren Programmen zeichnen und praktische Dinge in der Ausstellung machen. Da war auch dabei, dass man die Angst vorm weißen Blatt verliert und auch körperliche Aufwärmübungen. Das haben wir alles gefilmt. Dann konnte man wirklich Skulpturen aus unserer Sammlung auswählen. Die Sammlung ist ja in Salzburg, deswegen war es praktisch, da hatten wir keinen internationalen Leihverkehr, der uns in die Quere gekommen wäre. Wir haben Tierskulpturen ausgewählt. Das war eben unser Zeichensaal. Es gab ganz am Schluss auch einen Raum zum Reflektieren, wo man mit Kärtchen auf eine Wand schreiben konnte. Da konnte man draufschreiben: „Ich bin hoffnungsvoll, weil...“ Die andere Wand: „Ich bin beunruhigt, weil...“ Das Schöne, es gab dann auch eine Poststation, wo man eine Postkarte an die Zukunft schicken konnte. In einem Jahr schicken wir die alle an unsere Besucher_innen, die bei uns waren. Das waren viele Postkarten und dann können sie auch vergünstigt ins Museum kommen und sehen dann was sie zu dieser Zeit gefühlt haben. Bei uns war es auch ganz wichtig auf die Zeit einzugehen, auf die Gefühle, auf die Emotionen, alles was gerade in unseren Köpfen herumschwirrt. Dann ist noch *blacklivesmatter* aufgekommen in der gleichen Zeit. Also man hat auch von den Wänden ablesen können, was unsere Besucher_innen denken, was sie gerade fühlen.

Das fand ich eine ganz tolle Erfahrung, dass wir trotz Corona jetzt irgendwie auch präsent waren in der Ausstellung. Die Ausstellung ist jetzt bis 10. Oktober gelaufen. Sie ist super angekommen. Wir waren sehr oft oben. Das Tolle ist auch, dass es keine Kinderausstellung war, sondern da sind Erwachsene, ältere Personen, alle möglichen Leute waren da oben. Das war eben das Schöne, dass die Vermittlung nicht immer auf Kinder gerichtet ist, sondern eigentlich an alle. Und das war auch unser Ziel.

LL: Das heißt, durch Corona habt ihr ein bisschen mehr Platz bekommen oder? Auch mehr Sichtbarkeit!

MS: Ja, nicht nur durch Corona. Wir hatten schon einen kleinen Vorgeschmack, da war Corona noch gar kein Thema. Das war bei der Ausstellung *Die Spitze des Eisbergs*. Das war nämlich eine Sammlungsausstellung und alle unsere Kurator_innen und das sind zwölf Kurator_innen am Haus, haben einen Aspekt aus der Sammlung hervorgehoben. Da haben wir, die Vermittlung, einen nicht so riesigen Raum bekommen, aber es waren auch sicher 50 m² Raum. Da war die Fensterfront, deswegen durften wir den haben, weil natürlich Fenster und Licht nicht gut für Kunst ist. Deswegen haben wir ihn bekommen. Aber da haben wir uns auch gefreut. Da haben wir für die Ausstellung, die schon dort war, ein Thema gefunden wie man das noch besser vermitteln kann. Das war schon ein bissl ein Vorgeschmack, dass wir wirklich auch in die Ausstellungsarchitektur eingreifen, in die Ausstellung. Dass wir da präsent sind, das ist ganz gut. Das Schöne ist, wir haben uns gut bewiesen. Wir haben wieder zwei Bestellungen für zwei Ausstellungen nächstes Jahr bekommen. Also 2021 geht es dann weiter mit der Kunstvermittlung innerhalb der Ausstellung.

LL: Und da sind wir jetzt im Rupertinum oder am Mönchsberg?

MS: Am Mönchsberg. Mönchsberg ist riesengroß. Da haben wir sehr sehr viele große Flächen. Rupertinum ist eher klein und verschachtelt. Da gab es früher Kinderausstellungen. Ich glaube, die letzte ist fünf bis sechs Jahre her. Aber die waren wirklich sehr speziell auf Kinder. Das war zum Beispiel die Freundeausstellung *Durch Dick und Dünn*. Und jetzt ist es wirklich immer ein Teil der Ausstellung oder eben unsere ganz eigene, groß und für ein ganz breites Publikum.

LL: Und diese Ausstellung, in der es um die Vermittlung geht und die ihr konzipiert habt: Wart ihr da selbst noch anwesend? Habt ihr euch selbst vermittelt?

MS: Wir haben uns selbst vermittelt in dem Sinne, dass wir in den Videos vorgekommen sind. Das haben wir bei der *Spitze des Eisbergs* auch schon gemacht. Da war es dann auch so ein bissl der Sinn, also die Spitze des Eisbergs hat geheißen, dass man unter das Wasser schaut, unter die Oberfläche und schaut was da eigentlich für ein großer Brocken ist. Damit war die

Sammlung gemeint. Wir haben das Haus beleuchtet. Da haben wir schon mal die Kunstvermittlung vorgestellt in einem Video und auch die Technik und die Registrar_innen. Das gibt es eh auch online auf Youtube. Diesmal waren wir halt beim Gestaltungsraum einfach dabei, dass wir die Übungen gemacht haben und vorgezeigt haben. Bei Führungen, wenn welche möglich waren, sind wir dann auch hingegangen. Nur da ist auch der Fokus auf Besucher_innen gewesen, dass sie sich selbst damit beschäftigen. Also es war weniger, dass wir da sind. Das war ja unser Backup, also falls wir nochmal Corona haben und im Homeoffice sitzen und das Museum offen ist, was anscheinend jetzt bald passieren wird, dass trotzdem irgendwo Vermittlung stattfinden kann.

LL: Kann Vermittlung überall in eurem Haus stattfinden, also in allen Ausstellungen und an beiden Standorten?

MS: Ja genau.

LL: Mir ist aufgefallen, dass wenn man über Vermittlung spricht und über die Besucher_innen, dass es dann oft um die Konzepte geht bei der Vermittlung oder dass man sich verschiedene Zugangsweisen der Vermittlung genauer anschaut, oder dann sich auch zum Beispiel Besucher_innenzahlen oder Zielgruppen anschaut. Aber man spricht eben selten über den Raum, kommt mir vor. Deswegen wollte ich mir das ein bisschen genauer anschauen. Mich würde jetzt interessieren wie die Vermittlung Raum beeinflusst und wie der Raum auch die Vermittlung beeinflusst.

MS: Ich finde das eine total spannende Frage, weil ich glaube, der Raum, überhaupt in österreichischen Museen oder in vielen Museen, ist total von den Kurator_innen bestimmt. Ich glaube, der Raum ist noch einfach: das ist die Ausstellung, da hängen die Bilder, die Skulpturen, da kommt die Kunst rein oder die Sammlung, die da eben präsentiert wird. Und ich glaube, es ist manchmal schwierig, da eine Schnittstelle zu finden zwischen Kurator_innen und Kunstvermittler_innen. Viele sind dafür offen. Viele Kurator_innen wollen auch schon, dass man einen Vermittlungsansatz in ihren Ausstellungen sieht. Oder überhaupt Räume anders denken. Ich glaube, da ist auch ganz wichtig: Was soll überhaupt ein Raum sein? Soll es einfach nur ein Raum sein, der Kunst präsentiert? Soll es ein Raum für Besucher_innen sein? Weil das sind ja zwei für mich ganz unterschiedliche Dinge, weil ein Raum für Besucher_innen heißt, dass vielleicht Sitzmöglichkeiten da sind, dass es Zonen gibt, die nicht vollgeladen sind mit Bildern oder Kunstwerken, sondern dass es auch mal Zonen gibt, die impulsfrei sind und wo sich das Auge vielleicht ausruhen kann, wo man nicht ständig einen Impuls kriegt und ermattet ist von so viel Kunst, von so vielen Eindrücken. Und das geht natürlich noch weiter, wenn wir über Inklusion oder Ähnliches sprechen. Man braucht auch manchmal Ruhezonen für das Auge, für das Gemüt, für die Erholung des Geistes, dass man weiterschauen kann. Besucherströme zum Beispiel, wir haben das auch öfters in der Albertina erlebt und ich sehe das in vielen Ausstellungen: da häufen sich alle beim Introtex und stehen davor. Da stehen dann 50 Leute vorm Infotext, den es einmal gibt in Deutsch und Englisch, obwohl wahrscheinlich viele unterschiedliche Sprachen dorthin kommen. Das ist der einzige Punkt und dann strömen sie aus. Dann sind wahrscheinlich alle Hauptwerke in einem Raum, weil man sie so schön vergleichen kann, aber da häuft sich halt alles. Ich glaube, allein wenn wir jetzt Corona mitdenken und Abstandsregelungen einhalten müssen, aber vorher ist auch schon Dingen Raum geben ganz wichtig, auch den Besucher_innen. Um wen geht's? Geht's darum, die Geschichte der Kunst zu erzählen? Wahrscheinlich auch, aber auch um die Geschichte *jemandem* zu erzählen. Und wem? Den Besucher_innen. Und das können Besucher_innen sein, die sehr klein sind. Können Kinder sein, können Besucher_innen im Rollstuhl sein. Das ist ganz wichtig, wenn Vitrinen aufgestellt werden. Wir sehen so oft, dass Vitrinen viel zu hoch sind oder vor einem Hauptwerk stehen. Dann denk ich mir: Wir wollen da mit einer Gruppe davor stehen und dann steht die Hälfte der Gruppe hinter der Vitrine und sieht es nicht richtig. Da finde ich es so wichtig, dass man auch ein bisschen praktisch denkt. Wie geht der/die Besucher_in durch die Ausstellung? Wann will er sich das erste Mal setzen? Vor welches Werk stelle ich eine Bank? Also bei uns, haben wir einen Kurator, der macht fast nie Bänke. Und ich frage ihn jedes Mal: „Bitte wo sind deine Bänke in dieser Ausstellung?“ Weil ich – ich bin ein junger Mensch, und ich glaub schon, dass ich ganz gut fit bin – ich will mich auch hinsetzen. Manchmal braucht man das. Manchmal konzentriert man sich besser, wenn man sitzt. Wir haben das bei den Kindern in den Führungen.

Wir sitzen mit denen auf dem Boden auf Pölstern, damit sie sich konzentrieren, damit sie einfach mal kurz in sich gehen. Ich glaube, das ist ganz wichtig, dass man den Raum bisschen aus den Händen der Kurator_innen nimmt und in ein allgemeines Wie-denkt-man-Ausstellung setzt. Da finde ich den Beruf der Ausstellungsarchitekt_innen ganz wichtig, dass die viel mehr ins Museum kommen. Dass man einfach etwas Grundlegender denkt.

LL: Da wären wir eh genau bei der Frage angelangt, nämlich: Welche Parameter gibt es im Raum, die Vermittlung beeinflussen, die den Rundgang einer Gruppe und der Vermittler_in beeinflussen? Eines ist eben, was du gerade angesprochen hast, die Architektur. Was fällt dir da so ein zum Beispiel zu Raumstrukturen? Die Bänke hast du schon angesprochen. Die Raumgestaltung und die Vitrinen hast du angesprochen.

MS: Vitrinen auf alle Fälle. Also ich bin jetzt gerade durch unsere neue Ausstellung, die öffnet am 31. Oktober, gegangen, und dadurch dass wir einen Betonbau oben haben und sie ganz viele Videoausstellungen hatten und Filme zeigt, muss sie schauen wie der Sound travelled, also wie der Sound sich im Raum bewegt, einfach damit er gut hörbar ist, aber dass er nicht in der ganzen Ausstellung ist, wenn sie mehrere Videos hat. Und dadurch hat sie ganz kleine Gänge gebaut und ich bin da rein und mal durchgegangen und habe mir gedacht: Wie sollen sich da Gruppen durchzwängen durch kleine Gänge in den nächsten Raum? Also das sind aufgestellte Wände, das kann man beeinflussen. Wie ist der Abstand zu einander, zu einer anderen Wand? Wenn ich einen kleinen Gang mache, muss der wirklich nur einen Meter sein oder kann der vielleicht zwei Meter sein? Wie kann ich die Ausstellung immer noch idealerweise zeigen, aber immer noch für die Besucher_innen. Wenn man ausstellt, dass man auch auf die Ausstellungsarchitektur schaut. Wenn Wände aufgestellt werden, zu schauen wie sie stehen.

Dann Bänke, auf alle Fälle Sitzmöglichkeiten schaffen.

Licht ist sehr wichtig. Licht ist natürlich etwas, wo wir auch auf die Kunstwerke achten müssen, ich glaube, das ist klar. Als Kunstvermittlung wissen wir zum Beispiel, dass Zeichnungen nicht das stärkste Licht bekommen müssen oder überhaupt dass die Luxanzahl stimmen muss. Aber ich glaube, dass Licht diese Momente schafft, und dass das Auge sich wieder ausruhen kann, dass man Zonen hat für die Besucher_innen. Das sind für mich auch die besten Ausstellungen, wo ich merke, dass auf mich Acht gegeben wird als Besucherin und nicht nur auf die Kunst. Ich glaube, das muss eine Balance sein. Auf beide muss Acht gegeben werden.

LL: Was noch natürlich wichtig ist, sind auch die Ausstellungsobjekte selbst. Die haben sicher auch einen Einfluss, natürlich welches Medium auch gezeigt wird. Wie du auch gesagt hast, wenn ein Sound dabei ist, hat das einen irrsinnigen Einfluss auf die Gruppe, kann auch ablenken von dem, was gerade passiert. Texte sind auch ein wichtiges Vermittlungstool im Raum. Können diese die Gruppe beeinflussen?

MS: Ich glaube, das ist total unterschiedlich je nach Museum. Ich glaube, zum Beispiel im Belvedere hat uns eben die Leitung von der Kunstvermittlung erzählt, dass sie die Texte von den Kurator_innen bekommt und dann werden die erst in die Ausstellung gebracht. Auch das Salzburg Museum, das ist eben ein größeres Museum in Salzburg, ein Regionalmuseum, die haben leichte Sprache und eben die kuratorische Sprache. Die bieten zwei Texte an. Was ganz spannend ist, weil leichte Sprache ist ja eine sehr eigene Sprache. Zum Beispiel die Landesausstellung von den Salzburger Festspielen. Da steht jetzt *Theater-Aufführung* mit einem Bindestrich. Also es geht da auch nicht um grammatikalisch korrekt, sondern darum wie kann ich das am besten einfach lesen. Das ist leider in unserem Museum nicht unser Tool. Wir dürfen uns da nicht einmischen bei den Texten, weil das noch so stark in den Händen der Kurator_innen liegt. Ich habe das schon mal angesprochen und habe böse Blicke geerntet. Das ist auf alle Fälle, wo die Vermittlung eingreifen sollte oder wo die Kurator_innen zu Vermittler_innen werden. Ich glaube einfach, dass sich da diese Berufe einfach viel mehr vermischen müssen und viel mehr Absprache und Kommunikation herrschen muss. Es ist ok, dass man Texte anschaut oder vielleicht umschreibt, weil ich glaube, wir wissen alle, dass Kurator_innen schlau sind und ich weiß nicht wen aller zitieren können, aber vielleicht interessiert das den/die

Besucher_in in diesem Moment gerade nicht. Sondern es ist vielleicht diese Botschaft, die sie haben, diese Geschichte, die sie erzählen wollen, anders auszudrücken, leichter. Selbst ich als Kunsthistorikerin stehe manchmal vor Texten und denke mir so: Wie bitte? Was will der eigentlich gerade sagen? Ich verstehe die Beschreibung des Werks nicht. Ich glaube, da verliert man auch das Interesse.

Was es noch gibt sind Audioguides. Wir haben keinen. Aber ich borge Audioguides irrsinnig gerne aus, weil ich das gerne über das Audio höre. Das ist einfach nochmal eine andere Schiene, dass man es sieht und man hört die Geschichte dazu. Weil auch das Lesen lenkt immer wieder ein bisschen ab. Man kann es zeitgleich machen. Aber ich finde, es gibt so viele schlechte Audioguides, wo einfach eine Geschichte nochmal irgendwie runtergelesen wird. Für mich ist aber der Audioguide eine Geschichte, die *erzählt* wird, dieses Narrative, wo man vielleicht auch die Stimme des Künstlers/der Künstlerin hört durch Zitate oder Ähnliches. Es gibt ja manchmal die Option weiterzudrücken und einen zweiten Punkt zu hören. Ich glaube, es gibt schon viele Tools, nur die sind je nach Museum so unterschiedlich und liegen unterschiedlich in der Verantwortung.

LL: Wie siehst du es mit den Besucher_innen, die nicht am Vermittlungsprogramm teilnehmen? Die sind ja auch schließlich in diesem Raum, im Ausstellungsraum zum Beispiel. Wie wirken sich die auf das Vermittlungsprogramm oder auf die Gruppe aus? Kann das einen Einfluss haben?

MS: Auf alle Fälle. Ich glaube, da kommt es wieder auf das Museum drauf an. Weil wir haben sehr große Räume und das ist sehr weitläufig. Wir haben sehr selten das Problem, dass wirklich die selbstständigen Besucher_innen irgendwie die Vermittlung stören. Ich habe das oft erlebt in der Albertina, dass du dich vorkämpfen musst, wenn du ein Bild der ganzen Gruppe beschreiben willst und dann erkämpfst du dir irgendwie den Ort und dann ist es so laut. Die Lautstärke spielt auch eine Rolle. Ich finde selbstständige Besucher_innen überhaupt nicht störend. Ich finde es schön, wenn man sieht, dass Kunst unterschiedlich erfahren werden kann. Entweder in der personalen Vermittlung, dass man sieht: ok, da ist jetzt eine Führung, da ist jetzt ein Workshop. Wir haben da zum Beispiel ein Tool, das ist *Friday Sketching*. Da zeichnet man in der Ausstellung, jeden ersten Freitag im Monat. Das ist halt eine ganz andere Weise von Vermittlung, aber auch eben Vermittlung. Wir machen auch teilweise offene Ateliers mit offenen Programmen, wo sich Besucher_innen anschließen können. Vielleicht wissen sie das gar nicht, dass sie das wollen und sie sehen es dann und denken sich dann: „Das mag ich auch gerne, aber...“

LL: Das passiert öfters im Ausstellungsraum, dass du beobachten kannst, dass Besucher_innen bei einer Führung auf einmal mitgehen möchten. Sich gerne anschließen oder kurz lauschen und dann wieder weitergehen.

MS: Ich mach das teilweise auch im Museum. Wenn ich mir denke, die könnten etwas Interessantes sagen, aber ich will's doch gerade nicht für mich persönlich. Ich will eigentlich alleine durchgehen, aber das was sie gerade gesagt hat, fand ich ganz spannend. Und wir haben es ja oft erlebt, dass sich Personen drangehängt haben und dann sagt man halt danach, wenn's wirklich einen Führungsbeitrag gibt, „Würden Sie den auch begleichen?“ oder Ähnliches. Aber ich finde, the more the merrier...natürlich nicht in Coronazeiten.

LL: Da gibt es ja dann auch die Museumsrichtlinien, die man einhalten muss. Wie wirken sich die auf das Ganze aus?

MS: Also ich finde es ganz schwierig. Wir haben auch über die Namen, über die Bezeichnungen gesprochen, wie zum Beispiel Museumsrichtlinien oder Museumsregeln. Museumsregeln bespricht man mit Kindern. „Du darfst die Kunst nicht angreifen“ oder „Wir passen auf die Kunst auf“ oder Ähnliches. Aber plötzlich jetzt auch vorzuschreiben, was du machen darfst und was du nicht machen darfst außerhalb den ganz normalen leise sein, nicht angreifen, nicht essen, Rucksack abgeben oder vorne tragen oder Ähnliches. Dass wir jetzt noch mehr alles restriktiv machen im Museum ist schwierig, aber ich glaube, jeder hat es mittlerweile akzeptiert, dass Corona da ist, dass es trotzdem mit Maske möglich ist in den Museumsraum zu gehen, dass

Abstand einzuhalten ist. Wir sehen das bei den Schulvermittlungen. Das ist ganz schwierig, wie die 10-Personenregel war, weil wir für eine 25er-Gruppe auf einmal drei Vermittler_innen haben mussten. Und das ging sich bei uns teilweise aus, aber nicht immer. Da sind wir teilweise wirklich sehr ins Strudeln gekommen, weil du einfach gewohnt bist zwei Personen zu haben und plötzlich sind drei Personen eingeteilt. Was aber auch wieder schön war: es gab kleine Gruppen. Ich finde, in der kleinen Gruppe merkt man sich den Namen viel besser, man kommt viel mehr ins Gespräch.

LL: Das habe ich auch als positiv empfunden.

MS: Wir sind eher dialogbasierend, dass wir auch so Schulgespräche anbieten, also Kunstgespräche heißen sie bei uns. Dass man viel mehr in dieses „Ok da reden wir mal drüber“ und nicht so „Ich erzähl euch jetzt was“, sondern „Erzählt’s mir etwas, das, was ihr seht.“ Das finde ich total schön. Die Führungen, die ich gemacht habe – ich habe auch jetzt eine mit Englisch gemacht, wo es bei uns sehr stark ums Reden geht – da ist das super gut angekommen, wo wir wirklich jetzt nur zu fünf oder sechs waren.

LL: Die Leute fühlen sich auch mehr aufgehoben, glaube ich, und sagen dann vielleicht auch lieber etwas dazu in einer kleineren Runde, als wenn 25 Leute mitgehen.

MS: Das einzige ist bei den Erwachsenengruppen, also bei unseren öffentlichen Führungen hat man sich nie anmelden müssen. Wir hatten immer bis 25, also vor Corona, bei öffentlichen Führungen am Sonntag und am Mittwoch und dann sind aber auch so viele Leute gekommen. Wenn wirklich 25 dagestanden sind, dann war das super, aber das war meistens nicht so. Jetzt müssen sie sich anmelden, was schon mal eine Umstellung war. Und in der Anfangszeit von Corona haben sie das gar nicht gemacht. Die sind einfach nur dagestanden und wir haben gesagt, es sind 10 angemeldet und wir können sie nicht mitnehmen. Das war halt auch für uns schwierig. Am Sonntag hast du vielleicht keine zweite Kunstvermittler_in, die herumschwirrt und sofort einspringt und doch eine Führung macht. Das war sehr unwahrscheinlich, dass das passiert. Deswegen war das auch so ein bisschen...sie haben Regeln nicht eingehalten, hier ist die Konsequenz. Also dass man auch so die direkte Konsequenz sieht, war auch negativ für den Besucher/die Besucherin. Man hat es aber nicht ändern können, weil es war die Regel. Wir müssen das irgendwie kontrollieren und 10 ist 10. Deswegen haben wir dann auch mehr Führungen gemacht, also noch eine öffentliche Führung dazugenommen. Oder wir haben auch angeboten, eine Stunde später nochmal eine zu machen. Also die gleiche Kunstvermittlerin, die schon vorher dort war, dass sie noch eine macht, wenn die Leute warten wollten.

Man findet halt Zwischenlösungen, aber man verliert ein bisschen von der Flexibilität. Ich glaube, das ist so ein großes Tool von uns Kunstvermittler_innen, dass wir flexibel sind, auch vor allem auf alle möglichen Menschen einzugehen. Ich kann mich erinnern in der Albertina, das war wirklich eine sehr interessante Vorgabe in der Schiele-Ausstellung: eine jüdische Kindergartengruppe, die keine Aktzeichnungen sehen wollte.

LL: Das ist eine Herausforderung.

MS: Ja, wir sind flexibel, das machen wir, klar!

LL: Vielleicht noch umgekehrt jetzt. Du hast ganz viele Sachen aufgezählt, die sich auf die Vermittlung auswirken. Wie kann sich jetzt die Vermittlung auf den Raum auswirken. Geht das und wie, wenn es geht? Oder geht es nicht?

MS: Meinst du in permanenter Form?

LL: Ganz gleich. Sowohl in permanenter Form als auch eben vielleicht nur kurzzeitig.

MS: Was die Vermittlung auf alle Fälle kann: sie kann sich Raum nehmen. Und das machen wir auch öfters, zum Beispiel dieses *Friday Sketching*. Da sitzen wir wirklich eine bis eineinhalb Stunden in der Ausstellung und zeichnen. Natürlich blockieren wir dann für andere Besucher_innen ein Bild, aber wir nehmen uns den Raum. Wir eignen uns den Raum auch an, um auch wirklich zu vermitteln. Also dass nicht nur die Kunstwerke für sich hängen, sondern da ist auch dieser Zeitpunkt, da muss die Vermittlung jetzt passieren, aber nicht eben, dass man nur darüber spricht, sondern vielleicht dass man zeichnet, dass man schaut, wie hat der Künstler oder Künstlerin das gemacht, wie ist sein Strich, wie zeichnet er oder sie oder wie ist die Komposition des Bildes. Das finde ich ganz schön, dass man den Raum auch einnimmt in der Führung oder ähnliches. Wir lassen unsere Schüler_innen sehr oft ausschwirren und Arbeitsaufträge machen, und dann müssen sie halt herumflitzen und schauen sich das Bild an, oder müssen darüber diskutieren. Das finde ich immer ganz schön, wenn plötzlich dieser stille Raum lauter wird. Und natürlich für die Aufsicht ist das immer so ein „Oh mein Gott!“, aber man merkt immer, es passiert etwas. Es wird darüber geredet und es ist so ein aktives Beleben. Deswegen finde ich das immer ganz schön, dieses Raum einnehmen, und dass man auch immer einfach in der Ausstellung sein kann. Das ist eine Form, dass man einfach da drinnen ist.

Man kann sich den Raum auch gestalten. Wir haben so kleine Wagerl. Das ist ganz süß. Da haben wir unser ganzes Zeug drauf und dann gehen wir in die Ausstellung und dann sind die Materialien auch immer schon in der Ausstellung die ganze Zeit. Das Gute ist, wir müssen nichts mitschleppen. Die Kisten in der Albertina, wie schwer die teilweise waren, an das kann ich mich erinnern [lacht], die wir da über die Treppen hochgetragen haben. Also wir bereiten wirklich so Stationen in der Ausstellung vor und da steht dann ein kleines Schild „Kunstvermittlung - bitte nicht berühren“. Es hält auch jeder ein. Wir haben die Aufsicht, die eingeschult ist und das auch weiß, die uns auch hilft, auch beim Zusammenräumen, wenn es mal eine Anschlussführung gibt. Ich glaube, da ist es ganz schön.

LL: Die Kunstvermittlung ist schön sichtbar.

MS: Total sichtbar, ja.

LL: Ist dann in jedem Raum so ein Wägelchen?

MS: Wir haben ein Wägelchen pro Kunstvermittler_in. Und die Materialien werden dann auf die Räume aufgeteilt.

LL: Also jeder und jede nimmt sich dann das mit, was sie braucht?

MS: Genau, das ist sehr praktisch. Wir fahren dann auch mit dem Lift hoch, damit wir das transportieren können. Und da sind die ganzen Stationen. Je nachdem welches Programm gerade stattfindet, benützt ein_e Kunstvermittler_in alle Stationen oder jeder hat wirklich seine Stationen. Das kommt auch immer auf die Gruppengröße drauf an, also wie viele da auch immer dabei sind.

LL: Toll! Ihr seid wirklich vor Ort.

MS: Wir sind vor Ort, wir sind sichtbar. Das ist aber auch gewünscht von unserem Direktor. Er ist, glaube ich, im November 2017 gekommen. Er war davor in der Schweiz und auch in Dänemark. Seine Frau ist Kunstvermittlerin. Und da merkt man immer ganz schön, dass da auch dieses Verständnis da ist und auch der Wille und auch dieses er lässt uns auch den Raum, also jetzt nicht den physischen Raum, sondern einfach er lässt uns den Freiraum, um Sachen zu machen.

Das Schöne ist auch an meiner Position jetzt in der Leitung, dass ich auch das Rahmenprogramm mache für viele Ausstellungen, was Talks oder so etwas beinhaltet. Ich muss dauernd über die Ausstellung mit den Kurator_innen sprechen. Wir sind ein kleines Team, wir sind nur 12. Fast alle sind im gleichen Gebäude oben am Mönchsberg. Und da bekommen wir auch als Kunstvermittler_innen immer eine Vorstellung der Ausstellung, circa ein halbes Jahr davor, damit wir uns Gedanken machen können. Die wollen auch, dass wir zusammen darüber reden, dass wir unseren Senf dazugeben. Sie zeigen uns schon

den Raumplan und Ähnliches. Nicht dass das gleich übernommen wird, wenn wir sagen „Ah, na das sieht ein bisschen eng aus“ oder sowas, aber wir könnten es theoretisch ansprechen.

LL: Ich wollte da auch fragen, ob ihr auf die Raumstruktur Einfluss habt oder vielleicht auch auf die Art der Hängung oder auf die Art der Kunstwerke, die Medien.

MS: Nein, das nicht. Da sind die Grenzen einfach noch zu sehr abgesteckt. Die haben ihr Konzept und das verstehe ich auch. Die Hängung fand ich spannend bei *Spitze des Eisbergs*, weil da hat sich eine Kuratorin, Stefanie Jones, Gedanken gemacht über die Höhe der Hängung, weil die ist ja meistens bei 1,55 m. Sie hat die ganz unterschiedlich gehängt, auch *Das Mädchen* von Kokoschka hat sie ganz weit unten gehängt und man hat auch gesehen, wie das das beeinflusst, wenn es ein bisschen weiter unten ist oder ein bisschen weiter höher.

Und wir hatten dazu auch eine sehr ähnliche Aktion, indem man auch parallel dazu auf einer Wand sich abmessen konnte, also die Höhe des Besuchers oder der Besucherin und dann hat man eben den Namen dazugeschrieben und das Datum des Besuchs. Dann sind wirklich im Laufe der drei Monate ganz viele Linien entstanden und man hat gesehen, unsere Besucher_innen sind nicht Augenhöhe 1,55 m, sondern sehr sehr unterschiedlich. Da haben wir auch sehen können, wer sind unsere Besucher_innen und wie sollten wir eigentlich hängen. Das fand ich vom Ansatz her, darüber zu reflektieren, sehr positiv.

LL: Also es findet schon ein guter Austausch statt, kommt mir vor, zwischen den Kurator_innen und den Vermittler_innen.

MS: Ja schon.

LL: Wie findest du das im Allgemeinen, also jetzt nicht auf deine Institution umgemünzt, sondern prinzipiell? Ist es noch sehr stark getrennt?

MS: Ich glaube es kommt wirklich auf die Institution an.

LL: Am Anfang des Gesprächs hast du auch gesagt, dass die Kurator_innen nach wie vor sehr viel Einfluss haben auf den Raum und die Vermittlung weniger, die kommt eher an zweiter Stelle.

MS: Es ist auch sehr oft so, dass wir dann am Schluss kommen. Das habe ich auch schon öfters in vielen Museen erlebt, dass dann alles schon fix und fertig steht und dann kommen die Vermittler_innen. Dabei fängt unser Job schon sehr viel früher an, was sich bei uns ein bisschen verschiebt. Bei uns sind wir schon ein bisschen früher dabei, aber nicht so früh, dass wir wirklich bei den Konzepten und bei der Stellung oder ähnlichem dabei sind oder bei der Hängung. Aber ich glaube, da bräuchten wir auch als Kunstvermittler_innen eine andere...nicht Ausbildung, schon auch...ich glaube, das würde dann unseren Beruf sehr zerstreuen. Weil ich merke es teilweise, man kann nicht für jede Ausstellung wirklich dabei sein, man kann nicht Ausstellungsarchitektur...ich glaube, das muss man auch lernen. Ich glaube, da müssten wir dann andere Schulungen und Fortbildungen bekommen. Aber ich glaube auch, dass das Wissen wirklich da sein muss. Wir merken das auch wie wir das jetzt gestellt haben, auch coronamäßig mit den Abständen. Wie Skulpturen miteinander wirken. Weil wir hatten da sechs Skulpturen in diesem Raum und allein auf welche Podeste man die stellt, wie viel Skulptur, wie viel Podest braucht man oder Ähnliches. Es ist schon auch ein ganz anderer Wissensbereich. Und ich glaube, da kann man auf das Studium zurückkommen. Wenn die Ausbildungen für Kunstvermittler_innen, für Kunsthistoriker_innen, für Kurator_innen, wenn die einfach fundierter, praktischer angelegt wären, hat man da schon einiges gewonnen.

LL: Kommen wir vielleicht mal vom Ausstellungsraum weg und gehen mehr zum Vermittlungsraum. Du hast eh schon gesagt, dass ihr einen habt. Wo ist der? Gibt es einen Vermittlungsraum an beiden Standorten?

MS: Der Vermittlungsraum wird bei uns noch sehr praktisch einfach *Atelier* genannt. Wir haben unsere Vermittlungsräume, die in der Ausstellung sind, aber auch unsere Ateliers, wo wir sehr praktisch sind. Wir haben an beiden Standorten eines. Der Amalie-Redlich-Turm, das ist der Turm, also wenn wir am Mönchsberg sind, das ist dieser Betonbau und gleich daneben ist dieser alte Wasserturm. Das war mal da, wo das ganze Eis eingelagert war, weil eigentlich war das Museum davor ein Casino, das Café Winkler war dort und ein Tanzcafé. Deswegen hat man dort das Eis gebraucht für die ganzen Eiskaffees. Und das war unser jetziges Büro. Wir haben einen Gustav Klimt restituiert an eine kanadische Familie, also jetzt kanadisch und da haben wir eine sehr große Spende vom Verkauf des Gustav Klimt bekommen und in den Turm gesteckt. Der wurde restauriert und ausgebaut für die Kunstvermittlung, also das war wirklich gewidmet, dass der ganze Turm und ein Artist-in-Residency-Program eingerichtet werden. Ganz oben eine zweistöckige Wohnung, wo – diesen Sommer ist es leider nicht gewesen – aus Kanada aus einer bestimmten Universität immer ein Artist in Residence wohnt, mit dem wir auch zusammenarbeiten. Unten sind eben unsere Büros. Und nochmal drunter ist eben unser Atelier. Wir sind da im Turm drinnen.

LL: Gibt es im Rupertinum auch etwas?

MS: Da sind wir im dritten Stock unten im Rupertinum. Es ist denkmalgeschützt, also haben wir da nochmal ein paar Restriktionen, was wir wirklich machen können. Aber in unserem kleinen Atelier da können wir sehr viel Unterschiedliches machen. Da haben wir unser Mini-Atelier für die 3-5 Jährigen und unser Atelier 6+, das ist eben für die 6-10 Jährigen. Ganz spannend während Coronazeiten jetzt ist das Mini-Atelier. Kinder unter sechs Jahren müssen ja keine Maske tragen und das boomt. Da sind so viele Anfragen. Wir überlegen uns jetzt schon ein zweites Mini-Atelier in der Woche anzubieten, weil es einfach so gut geht. Vor Corona war es auch gut, aber jetzt gibt es Wartelisten, die plötzlich angelegt werden müssen und Mütter, die verzweifelt anrufen, warum kein Platz mehr da ist. Also ganz lustig, dass wirklich auch die Nachfrage da ist.

LL: Vielleicht sind andere Aktivitäten momentan ein bisschen eingeschränkt, dass man halt nach Raum sucht, wo man sein kann.

MS: Das merkt man, dass das geschätzt wird. Ich glaube auch, durch Corona hat man es auch wirklich zu schätzen gelernt. Wir haben jetzt auch ein neues Programm während Corona eingeführt. Das ist dieses *Abendma(h)l*. Das ist ein Workshop für Erwachsene. Das heißt eigentlich *Abendma(h)l. Pinsel, Brot und Wein*, wo wir natürlich gemeinsam auf Leinwänden, natürlich auch mit einer Musikuntermalung und mit einem Gedichtimpuls einen Workshop haben. Einen Malworkshop in dem Atelier und danach würden wir noch Wein trinken und Brot essen, das dürfen wir jetzt nicht, weil keiner essen darf. Vielleicht gibt es ein Goodie-Bag, was wir ihnen mitgeben können, also das können sie zuhause essen. Man muss natürlich flexibel sein. Das ist zum Beispiel auch voll ausgebucht. Das haben wir jetzt im Oktober gehabt und das zweite im November. Was echt super ist. Es ist nur einmal im Monat. Da merkt man, Erwachsene wollen Beschäftigung, wollen trotzdem in der Gruppe sein, wollen eine Art von Vermittlung. Da gehen wir auch immer in die Ausstellung. Da haben wir gerade Marina Faust, das ist eine Wiener Fotografin, die ist gerade ausgestellt. Diese Ateliers werden sehr aktiv genutzt gerade, was gut ist.

LL: Kann man sich auch im Ausstellungsraum kreativ austoben oder ist das auf den Vermittlungsraum fokussiert?

MS: Das ist auf den Vermittlungsraum fokussiert...oder je nach Ausstellung. Zum Beispiel in der *Fly me to the moon*-Ausstellung, das war im Sommer 2017, wo ich gekommen bin, da gab es eine Museumsrallye. Da konnte man das wirklich innerhalb der Ausstellung machen. Da gab es auch einen Basteltisch und ähnliches. Da konnte man dann wirklich in der Ausstellung kreativ werden. Oder auch mit Programmen kann man in der Ausstellung kreativ werden, wie bei *Friday Sketching*

oder ähnliches. Da sind wir halt dabei. Mit dem jungen Museumsfolder, der ist dann vielleicht für Kinder, wenn sie kreativ werden und das Spiel hinten machen.

LL: Für mich hört sich das an, als hättet ihr wirklich viel Platz für die Vermittlung. Eben mit diesem Turm, dann auch in den Ausstellungen. Ihr habt diesen Erfahrungsraum dazubekommen und selbstgemacht. Hast du das Gefühl, dass ihr genug Platz habt oder hättest du gerne noch mehr?

MS: Jetzt, wo wir auch so auf die Architektur von Ausstellungen eingreifen, also das eine war jetzt wirklich unsere eigene Ausstellung, der Gestaltungsraum, das kam aus einer Lücke von Corona heraus, weil der Leihverkehr einfach eingestellt worden ist international. Was für uns sehr gut war, aber wir merken, dass das natürlich ein irrsinniger Zeitaufwand ist. Deswegen sind wir jetzt eigentlich auch an einer personalen Grenze. Wir sollen vermitteln, wir sollen Ateliers machen, wir sollen jetzt plötzlich Räume entwickeln, was eine ganz eigene Art von Vermittlung ist. Weil du musst räumlich denken und was kann man ständig präsentieren. Zum Beispiel bei unserem Gestaltungsraum haben wir auf Corona-Richtlinien achten müssen, dass wir für Bleistifte jeweils eine Box haben desinfiziert, nicht-desinfiziert und jeden Tag runtergehen mussten und desinfizieren oder ähnliches. Es ist ja dann nicht so, dass das dann so steht so ein Raum, sondern der muss betreut werden. Das ist natürlich auch eine ganz andere Form. Ich merke gerade, dadurch dass wir so viele Aufgaben bekommen, was super ist, was gut ist, brauchen wir viel mehr Personal. Es muss einfach auch die Wertigkeit, die Wertschätzung da sein, also auch dieses wir machen das alles, deswegen brauchen wir auch die Leute dazu. Das versuche ich momentan auch voranzutreiben. Ich glaube, das sieht man auch. Das ist jetzt natürlich gerade in so einer Krise nicht das Wichtigste, dass wir mehr Personal haben, sondern dass wir das Personal halten, das wir haben. Aber ich glaube, das wird so der nächste Schritt, dass wir größer werden müssen, damit wir unsere Aufgaben auch besser verteilen können, damit wir uns fokussieren können auf einzelne Projekte. Also wirklich so Teams bilden, die sind für das zuständig, die sind für Konzepte für Kinder zuständig, weil ich glaube, wir können uns einfach nicht verteilen und das verlangt man so ein bisschen, also „ah ihr könnt’s eh alles“. Ich glaube, dass ist immer so dieses, es wird sehr viel verlangt, aber vielleicht nicht immer gewertschätzt. Auch wenn man an Löhne von Vermittler_innen denkt. Gott sei Dank sind bei uns alles Fixanstellungen, also da gibt es keine Honorarnoten oder ähnliches oder irgendwelche Verträge, die auf eine Zeit befristet sind. Das ist ganz angenehm. Diesen Sprung haben sie aber auch erst vor eineinhalb Jahren gemacht in unserem Museum. Den habe ich Gott sei Dank gar nicht mitbekommen, weil ich glaube, da muss man einfach ein ganz anderes arbeitsrechtliches Wissen haben, was ich nicht mitbringe. Deswegen ist es gut, dass das schon passiert ist, das merkt man einfach.

LL: Machen wir nochmal einen Sprung in einen anderen Raum. Den digitalen Raum haben wir noch vor uns. Da hast du ja schon ein bisschen was dazu erzählt. Welche Rolle hat die Kunstvermittlung im digitalen Raum gespielt. Habt den ausschließlich ihr bespielt? Gab es den schon vorher bei euch oder noch nicht? Wart ihr gezwungen, wie viele andere Museen, auf diesen Zug aufzuspringen und auch einen Beitrag dazu zu machen, um eben auch präsent zu bleiben, im Kontakt zu bleiben mit den Besucher_innen? Haben auch die Kurator_innen den digitalen Raum bespielt?

MS: Es war wirklich auch ein Sprung in diesen digitalen Raum, weil wir waren einfach so konzentriert und fokussiert auf die personale Vermittlung im Ausstellungsraum vor Ort, dass es für uns sehr plötzlich war, dass wir zuhause waren, andere Mittel hatten und, oder vielleicht manchmal auch gar nicht die richtigen Mittel. Im digitalen Raum heißt es vielleicht auch, dass man einen Computer braucht mit Kamera oder vielleicht ein richtiges Stativ oder ähnliches, also allein unsere Ausstattung für diesen digitalen Raum ist noch immer irgendwo am Anfangsbereich. Wir sind hier noch gar nicht professionell aufgestellt. Wie ich schon vorher gesagt habe, wir haben kleine Schritte gemacht mit Ateliervideos, wir haben bei dieser App mitgemacht, bei Blogeinträgen, das war bei uns schon vorher so, das gab es schon bei uns auf der Webseite. Aber sonst ist bei uns der digitale Raum nicht vorhanden, weil unsere Sammlung ist auch noch nicht digitalisiert. Es sind ein paar Bilder online. Wir haben eine Sammlung von 55.000 Kunstwerken. Ich glaube es sind 100 auf der Webseite. Das ist ein Riesenprojekt, was gerade

beginnt. Weil man immer merkt, eine digitalisierte Sammlung ist irrsinnig wichtig für die Besucher_innen und für uns als Kunstvermittler_innen. Die Sammlung ist im Depot und das Depot ist nicht im Museum. Wir haben ein Depot außerhalb von der Stadt. Wenn man die Kunstwerke nicht mal sehen kann...Für uns war das eine Schwierigkeit. Ok ja, wir können irgendwelche Aktionen machen, aber wenn wir den Leuten nicht mal sagen können, "bitte schaut's auf unserer Webseite hier das Bild an". Ich will wissen, wie das Bild genau aussieht, das ist in unseren Ordnern drinnen. Da geht es auch um Bildrechte, die noch nicht geklärt sind, das hat dann auch viel losgetreten, weil wir auch für die App Bilder gesucht haben aus unserer Sammlung. Das Bildrecht besitzen wir gar nicht und das und das Video nicht. Da merkt man glaube ich, dass da noch ganz viele Steine im Weg sind. Also ich würde sagen, unser Schritt in den digitalen Raum, der passiert erst gerade.

Wir werden wahrscheinlich jetzt ein Projekt machen mit einer in Salzburg, die gerade während Corona sehr viel im digitalen Raum gearbeitet hat, die da auch Workshops anbietet. Wir haben sie als Consulterin, als Beraterin dazugezogen, weil wir auch noch nicht die Fähigkeiten und die Erfahrungswerte haben. Mit der werden wir jetzt ein Projekt für Schulen entwickeln, was ganz cool ist. Da warten wir eben darauf. Wir sind jetzt gerade in der Brainstorming-Phase, was wir genau wollen. Schulgruppen waren jetzt wieder bei uns und es gab so viele Anfragen, die wurden jetzt alle wieder storniert, weil eben bei uns in Salzburg gerade sich keine Schüler außerhalb der Schulen bewegen dürfen oder Distance-Learning kommt auch bald wieder. Da müssen wir einfach Alternativen haben. Wir haben interessierte Schüler_innen und interessierte Lehrer_innen. Wie können wir sie trotzdem mit der Kunst verbinden? Ich glaube, da ist es nur schwierig mit dem digitalen Raum, weil man braucht auch das Original vor sich, finde ich. Es geht so viel vom Original aus, vom Originalkunstwerk wie es wirkt. Allein wenn man ins Museum geht, man betritt einen ganz anderen Raum. Man betritt eine andere Architektur, der Boden, der ist total hallend bei uns oder ähnliches. Also es geht wirklich auch um ein Gefühl, das zusätzlich vermittelt wird. Museumsgefühle. Dann hat das alles seine Wertigkeit. Im digitalen Raum, finde ich, ist es manchmal schwierig, diese Wertigkeit zu vermitteln, dieses „hier seht ihr ein Foto von einem dreidimensionalen Werk, das ist eine Skulptur, ihr seht aber ein Foto davon.“ Also da muss man zum Beispiel auch schauen, wie kann man das dann vielleicht umsetzen, vielleicht gibt es dann 3D-Videos oder ähnliches. Nur da fehlt uns die Technik, also da fehlt uns einfach das Know-how.

LL: Da bräuchte man dann wirklich Programmierer oder Entwickler, um solche Sachen zu machen.

MS: Und das würde wahrscheinlich unsere Webseite gar nicht mehr hergeben, weil die ist auch noch nicht im digitalen Raum angekommen [lacht]. Nein, aber es gibt schon Webseiten, die das schon mehr können. Da sind wir im Museum, denke ich, sehr stark vor Ort verankert.

LL: Also man merkt, du bist ein Fan vom Original und vom Live-Erlebnis im Museum.

MS: Ja, ich muss sagen, ich habe sehr viele Zoom-Workshops mitgemacht und man redet über die Themen, und man redet mit den Menschen, aber man redet anders darüber. Der Dialog passiert anders. Und wenn ich mit jemanden irgendwo sitze mit einer Gruppe und dann kann man sich, vielleicht nicht unterbrechen, aber man kann miteinander sprechen, man kann viel besser diese Begeisterung, die man selbst hat für die Ausstellung, für das Museum irgendwie übertragen. Im digitalen Raum, auch wenn man da auf stumm oder auf lautlos geschaltet wird, dann...

LL: ...man kann da gar nicht spontan reagieren oder?

MS: Genau. Soll man vielleicht auch gar nicht. Es ist eine ganz andere Etikette irgendwie. Was auch in Ordnung ist, aber diese Vermittlung kennen wir, glaube ich, noch nicht. Ich finde es ganz schwierig, wenn man Dinge, die in Echt funktionieren, mit echt meine ich jetzt im Ausstellungsraum, im physischen Raum plötzlich einfach übersetzt. Wenn man ein Video macht von sich, vorm Bild stehend und das Bild erklärt. Also das finde ich total uninteressant und das hat man auch in Museen gesehen, oder hat man auf Facebook gesehen. Dieses direkte Übersetzen, finde ich, funktioniert nicht. Man muss da neue Methoden entwickeln.

LL: Das war aber, glaube ich, auch so ein bisschen die Angst, dass das analoge Museum ersetzt werden kann durch das digitale. Das hat man jetzt gemacht oder man hat es versucht, indem man genau das macht, es direkt zu übersetzen. Aber in der Literatur kommt das immer wieder auf und das hört man auch von ganz vielen Seiten, dass eigentlich das Virtuelle nicht als Ersatz, sondern als Erweiterung gesehen werden soll. Dass es ganz eigene Möglichkeiten gibt, das Museum nochmal anders oder neu zu erleben und auch die Kunstvermittlung.

MS: Ich glaube auch, dass das Digitale das Analoge nicht ersetzen kann, sondern das ist etwas Zusätzliches. Ich erinnere mich zum Beispiel an den Multimediaguide, den viele Museen haben. Das Bank Austria Kunstforum hat zum Beispiel einen. Das hilft dir einfach vor Ort das Bild nochmal besser zu verstehen. Und du kannst zum Beispiel ein Video schauen über etwas Passendes, über einen Zusatzinhalt, der nicht präsentiert werden kann, weil es einfach nicht Teil der Ausstellung ist, sondern du hast es in deinem Handy oder auf diesem Multimediaguide. Das finde ich dann unterstützend. Und das finde ich wichtig, dass man Infos vielleicht durchs Handy oder eine App dabei hat. Das Art Institute in Chicago ist zum Beispiel total spannend. Die haben eine tolle App, da kannst du dich auch verorten im Museum und ähnliches. Sowas finde ich dann wieder total praktisch, wenn das Digitale deinen Besuch unterstützt. Aber ich glaube nicht, dass es ihn ersetzen kann.

Ich glaube, wir finden trotz Corona so viele Wege an unsere Besucher_innen heranzutreten, um mit ihnen in Kontakt zu sein. Das ist irgendwie auch das Schöne an dieser Krise, auch wenn uns wenige zugestehen, wie wichtig Kultur ist, wie wichtig Kunst und Museen sind, was wir für eine Aufgabe haben und auch was für eine soziale Aufgabe, für die Menschen da zu sein, was wir für sie machen können oder ähnliches. Das finde ich schön, dass man auch nochmal mehr merkt, dass das Interesse da ist, dass Leute kommen wollen, trotz des Virus. Bis jetzt, heute ist der 24. Oktober, war noch keine Ansteckung innerhalb des Museumsraums. Das muss man auch mitbedenken. Das finde ich auch gut. Wir hatten Kreativwochen im Sommer, wir hatten Kinder da, was wir im Sommer immer haben. Unsere Ferienateliers. Die 8-9-Jährigen haben sich so brav daran gehalten ihre Masken zu tragen und dann denke ich mir, wenn dieser Wille da ist das alles zu tun für die Kunst, für ein Programm, für eine Vermittlung, damit man da etwas mitbekommt, dann merkt man einfach auch, dass das einfach wichtig ist, was wir machen.

LL: Das wären ja fast schon wunderbare Schlussworte, aber ich muss dich trotzdem noch etwas fragen. Mich würde jetzt noch zum Abschluss der Außenraum interessieren. Wenn wir außerhalb des Museums gehen und das ist auch spannend, weil ihr ja zwei Standorte habt. Der eine ist ja wirklich wunderbar am Berg oben, man hat eine wunderbare Aussicht. Und da wollte ich eben fragen, wie ist das mit dem Außenraum. Kann man den reinholen oder kann man den Museumsraum rausholen?

MS: Ich finde das sehr spannend, dass du das fragst, weil wir haben gerade ein Programm dazu entwickelt.

LL: Darfst du das schon verraten?

MS: Ja, es ist schon alles publiziert und draußen. Aber ich habe mich das Gleiche gefragt. Weil wir haben total viele Kunstwerke, die nicht nur uns gehören, sondern auch der Stadt Salzburg rundherum am Mönchsberg. Zum Beispiel von Not Vital, das ist ein Schweizer Künstler, den wir jetzt haben werden. Ab Dezember haben wir so ein *Schlafendes Haus*. Das ist eine Drahtskulptur, 10 m hoch, die sich jeden Tag schlafen legt. Das ist ein Kegel, der sich runter bewegt, also der geht wirklich schlafen und wacht wieder auf. Immer wenn das Museum aufwacht um 10 Uhr, wacht er auf und stellt sich auf. Um 18 Uhr legt er sich wieder hin. Das ist zum Beispiel etwas total Cooles, und das merken viele nicht, weil du musst wirklich um 9 Uhr aufstehen. Es dauert 45 Minuten, also du musst wirklich von 9 - 10 Uhr dort stehen, damit du es mitbekommst, dass sich etwas verändert. Wir haben von James Turrell einen Turm. Also es sind total tolle Kunstwerke, die im Außenraum sind. Kunstwerke sind nicht immer für den Innenraum konzipiert worden. Jetzt haben wir eben ein neues Programm und das heißt

Kunstspaziergang. Da gehen wir raus, bei jedem Wetter, das steht extra im Text drinnen. Mit Regenschirm, Schneeschuhen oder Sonnenbrille gehen wir raus und schauen uns die Kunst an.

LL: Rund ums Museum oder in der ganzen Stadt? Wie macht ihr das?

MS: Rund ums Museum. Wir haben uns auch schon überlegt runter ins Rupertinum, aber da müssten wir es länger ansetzen. Aber wir starten mal oben, wir starten mal oben bei unserem Raum und auch die Museumsfassade und auf die Architektur eingehend.

LL: Da war ja das von Lawrence Weiner oben. Ist das noch oben?

MS: Ja ganz genau, das ist noch da. Auch wenn viele Protestschreiben kamen im Laufe der Zeit. Ich glaube, das ist nicht sehr beliebt in Salzburg. Die sind da doch ein bisschen altertümlich eingestellt. Nein, aber wir haben zum Beispiel auch die Museumsfassade an sich, die ganz toll ist, weil sie ist nach *Don Giovanni* von Mozart konzipiert worden. Also da sind Fugen drinnen, Schlitz in den Fassaden, die eigentlich so die Töne angeben. Wenn man sich das genau anschaut, vielleicht könnte man sowas ja auch nachspielen, ist da eben die Ouvertüre von *Don Giovanni* zu finden. Es gibt halt so ganz tolle Facts wie dieses Museum gebaut worden ist. Es ist ja erst 16 Jahre alt, 2004 gebaut worden, da gibt es viele Dinge, die man sehen kann. Und ich glaube, das ist auch unser Job als Vermittler_innen wie zum Beispiel jemanden auch Dinge sehen zu lassen, die man vielleicht selbst nicht entdecken würde. So ein bisschen das Auge führen.

Die erste Gelegenheit ist am 1. November. Wir machen das zu jeder Jahreszeit, also es ist ein Kunstspaziergang zu jeder Jahreszeit und auch im Winter. Da haben wir den 8. Dezember und hoffen auf Schnee, einfach nur weil es total schön ist durch den Schnee zu stapfen und Kunst anzuschauen. Wir haben auch bei den Anmeldungen, die jetzt schon reingekommen sind, gesagt: „Bitte ziehen Sie sich warm an“ oder „Bitte nehmen Sie einen Regenschirm mit, falls da irgendwas kommt“. Und die so „Ja klar, sicher mach ma das. Freu ma uns“. Ich glaube, die Leute sind auch total drauf eingestellt. Der nächste Schritt wäre eben auch beide zu verbinden. Da haben wir halt immer das Zwischenstück, also den Lift, der durch den Berg fährt, oder hinten rum um den Berg. Das ist natürlich ein längeres Stück gehen, aber auch in Salzburg in der Stadt selbst. Also wir haben gleich Erwin Wurm, die Essiggurken, die haben wir gleich bei uns neben dem Rupertinum. Da wäre auch total viel zu sehen. Oder beim Rupertinum selbst an der Fassade sind von Friedensreich Hundertwasser ja die Zungenbärte. Das sind so Zungen aus Mosaikstücken, die runterhängen von den Fenstern. Ich glaube, man kann auch im Außenraum ganz viel vermitteln und sehen.

LL: Ist das auch für alle gedacht von groß bis klein, von jung bis alt?

MS: Wir haben jetzt nicht ganz barrierefreie Gründe. Also man kann das Museum nicht barrierefrei umrunden. Da muss man wirklich durch das Museum durch. Also es ist jetzt mal eher angelegt für Erwachsene, Jugendliche und Erwachsene. *Friday Sketching* da sind auch öfters Kinder dabei beim Zeichnen in der Ausstellung. das hat auch kein Alterslimit. Aber ich glaube da muss man sich auch am Schotterplatz bewegen, wo wir sind. Wir haben leider die architektonischen Vorrichtungen, die nicht inklusiv sind, die sind nicht inklusiv gedacht worden. Bis jetzt eher Erwachsene, wo wir einfach spazieren gehen können.

Wir versuchen halt auf allen möglichen Ebenen oder auch für viele verschiedene Besucher_innen etwas zu machen. Was auch jetzt entsteht, weil ich habe meine Masterarbeit über Demenz geschrieben: Menschen mit Demenz, wie man im Museumsbereich darauf eingeht oder Menschen mit Beeinträchtigungen, also es war ein bisschen allgemeiner gehalten. Anhand von zwei Case Studies vom Met und vom MoMA, wo ich ganz viele Case Studies dort gemacht habe, was voll schön war. Das werde ich jetzt auch machen. Wir haben mit der Stadt Salzburg eine Kooperation, die das eben fördert und sie haben gesagt auch trotz Corona, obwohl das auch die Risikogruppe schlechthin ist, weil es meistens ältere Personen sind, dass die auch

rausgehen wollen, dass sie auch etwas erleben wollen. Nur weil du eine Risikoperson bist, heißt das nicht, dass du dich freust, dass du nur drinnen sein kannst. Du willst auch raus, du willst deine Sinne beleben und etwas machen. Das ist, glaube ich, auch ganz wichtig, dass personale Vermittlung nicht einfach stoppt. Es ist einfach so „ach wir geben auf, der Virus hat uns irgendwie geschnappt“, sondern ok wie können wir da reinarbeiten. Wie ist es mit Maske zu sprechen, dann sprechen wir halt mit Maske. Jeder hat eine Maske auf. Wir haben jetzt Gesichtsvisiere gehabt und werden jetzt aber auf Maske umstellen. Man muss da einfach durch...

LL: Dein Enthusiasmus ist schön. Das ist richtig ansteckend. Das heißt ihr geht auch Kooperationen ein?

MS: Genau. Wir haben jetzt mit der Modeschule Hallein eine Kooperation. Wir suchen auch ein bissl lokal Kooperationen zu machen, eben mit der Stadt Salzburg. Das ist natürlich toll, wenn die uns unterstützen und das auch kostenlos machen für die Besucher_innen. Das ist halt das Schöne auch, dass das nichts kostet. Kooperationen sind ganz wichtig, finde ich. Auch vom OeAD sind immer Förderungen ausgeschrieben, überhaupt jetzt für den digitalen Raum. Da kam gerade eine in mein Postfach reingeflattert. Das ist natürlich super, wenn sowas auch gefördert wird.

LL: Mit dem Außenraum arbeiten, Kooperationen eingehen, vor allem eben mit den Nachbarn oder in der Region, da spricht man dann oft vom Community Outreach. In Österreich noch nicht so angekommen oder noch nicht so präsent. Es gibt eine eigene Stelle dafür im Belvedere 21. Wie siehst du das? Du warst ja in den USA. Community Outreach kommt ja aus dem englischen Sprachraum und ist dort stärker als bei uns. Siehst du das auch als etwas, das man ins Museum reinholen kann in Österreich? Soll das dann ein Teil der Vermittlung werden? Du hast genug Aufgaben wie ich gerade gehört habe, aber wäre das auch noch eine Möglichkeit, das dazu zu holen oder eben auch eine eigene Stelle dafür einzurichten?

MS: Ich glaube schon, dass wir da aufpassen müssen, was alles in die Vermittlung fällt, weil zum Beispiel auch das Thema Inklusion ist plötzlich bei der Vermittlung gelandet. Natürlich wir sind die, die den Kontakt mit den Menschen haben, aber Inklusion ist ja nicht nur etwas, das eine Kommunikation ist, sondern es hat auch mit Barrieren zu tun, die im Museum vorherrschen, architektonische, finanzielle oder ähnliche. Also das darf oder muss auch raus aus der Vermittlung. Und genauso Community Outreach. Ich finde, es super, dass das Belvedere eine eigene Stelle dafür hat. Ich weiß nur nicht, ob die in der Vermittlung angesiedelt ist?

LL: Nein, die ist eine Kurator_innenstelle, die aber auch ab und zu mit der Vermittlung zusammenarbeitet und dann auch mit vielen Außenstellen.

MS: Es gibt eben auch das, dass sich die Bezeichnungen verändern. Im Mumok heißen sie auch Kurator_innen der Vermittlung in der Kunstvermittlung und nicht Kunstvermittler_innen. Ich finde das ganz wichtig, wie ich auch vorher schon gesagt habe, wenn wir so eine starke Verantwortung haben und immer mehr Aufgabenbereiche dazubekommen, dass wir auch die Wertigkeit nicht nur in unserer Bezeichnung ändern, das reicht nicht, sondern auch wie das angesiedelt ist in diesem ganzen Organigramm in einer Institution. Ich finde Outreach total wichtig. Während Corona vielleicht nicht möglich. Wir haben Programme angedacht, wo wir in die Schulen gehen mit einem Museumskoffer und dort das Original natürlich nicht mitbringen, aber vermitteln, vielleicht Texte bearbeiten und Bilder bearbeiten, was jetzt aber nicht erlaubt ist. Also fällt das flach. Bei uns ist es schwierig, wir sind da am Berg oben. Also unsere Community ist ganz stark unten im Tal. Es gibt da wirklich Berg- und Talstation bei uns. Deswegen sprechen wir immer von lokal, also das ist jetzt eben nicht die Tal-, sondern die Lokalbevölkerung. Da haben wir gemerkt, dadurch dass wir an der Grenze zu Deutschland sind, dass unsere lokale Bevölkerung eigentlich total groß ist. Es sind nicht nur die Salzburger, sondern auch vielleicht die aus Berchtesgaden, Bad Reichenhall, Freilassing, rundherum, das ist eigentlich so unsere Lokalbevölkerung, dass wir die auch ansprechen. Zum Beispiel mit Programmen für die Mütter und Väter, um 15 Uhr irgendwann, damit sie auch, wenn sie von der Arbeit fertig sind, gleich den Workshop mitmachen können oder ähnliches. Ich glaube, wir sind noch nicht beim Community Outreach, aber ich finde es

irrsinnig wichtig die Position. Ich weiß zum Beispiel, dass das Brooklyn Museum, da haben wir innerhalb meiner Ausbildung – also ich hab Museum Studies gemacht – da haben wir sehr viel mit wirklichen Projekten, also wirklich im Museum Projekte machen müssen. Und wir mussten *Target Friday* evaluieren, das ist eben ein Gratis-Freitag gewesen im Brooklyn Museum, das war mit Tanzveranstaltung, mit Essen, mit DJ im Museum, ein ganzer Abend. Das haben wir evaluieren müssen. Deren Community Outreach ist ein Wahnsinn. Also die müssen sich um ihre Community kümmern, um die Menschen, die rundherum wohnen in Brooklyn. Da wo das Brooklyn Museum ist, ist es auch sehr unterschiedlich, sehr divers. Also sie müssen die Besucher_innen und die gesamte lokale Community auch ins Museum ziehen. Das ist finde ich auch für die eine ganz andere Notwendigkeit, dass sie das machen müssen.

Bei uns haben wir einen sehr starken Durchreiseverkehr von Touristen, die da normalerweise mit den Salzburger Festspielen kommen, die sind dann immer bei uns im Sommer, wenn die wirklich stattfinden. Sie haben natürlich stattgefunden, aber das Jahr davor, da hat es geboomt in unserem Museum, während den drei Monaten als die Salzburger Festspiele waren und davor und danach. Das ist bei uns so ein Durchreisen und das ist nicht die lokale Bevölkerung. Das sind dann irgendwelche Touristen, die da einfach durchkommen. Ich glaube, das dauert noch ein bisschen, dass wir da von Community Outreach sprechen können.

LL: Man kann auch nicht alles auf einmal machen. Ich sehe ihr habt viel zu tun.

MS: Ja genau, deswegen mehr Personal für die Kunstvermittlung, weil wir machen sehr sehr viel.

LL: Ich wollte schon fragen: Wünschst du dir mehr Platz, mehr Raum? Aber ich glaube, den habt ihr schon. Du wünschst dir fast mehr Menschen.

MS: Mehr Diversität auch. Was ich total schätze in meinem Team, dass wir jemanden haben, die sich mit Bühnengestaltung auseinandergesetzt hat. Eine kommt aus der Literatur, eine kommt aus der Geschichte, also ganz unterschiedliche Personen, die da mitarbeiten. Und ich glaube, das ist auch wo wir vielleicht offener sein müssen, vielleicht sind es eh schon viele. Wenn wir wen Neuen suchen, ich würde gerne jemanden, der nicht aus der Kunstgeschichte kommt. Das ist natürlich genauso wichtig oder jemand, der zusätzlich noch etwas anderes kann. Weil ich glaube einfach, unsere Anforderungen ändern sich so stark. Ich finde das so förderlich, dass meine Kollegin Christine da eine Bühnengestaltung gemacht hat, weil sie einfach ein Raumverständnis hat, weil sie einfach weiß, wie man etwas anlegt, eben wie eine Bühne, die für die Besucher_innen, für die Zuschauer_innen so wichtig ist. Das hat mir total gefehlt. Mit sowas bin ich nie in Kontakt gekommen in einem Seminar an der Kunstgeschichte. Ich glaube, da ist es wichtig, dass wir divers werden. Auch von den Sprachen her, dass wir offener sind.

LL: Gibt es einen Ort, einen Raum, ein Plätzchen, das du deinen Besucher_innen empfehlen würdest? Dein Lieblingsplätzchen im Museum der Moderne Salzburg kann eben im physischen oder virtuellen Raum sein.

MS: Das Schöne ist bei uns im oberen Museum: Es sind immer wieder riesige Fenster, die nach draußen führen. So ist es auch angelegt. Das eine ist eine ganze Fensterfront. Da siehst du auf die Stadt runter und da kann man sich auch hinsetzen. Das finde ich so schön, weil man immer auch die Natur hat. Weil das nicht nur ein Kubus ist, natürlich wir sind ein Kubus, aber man hat trotzdem immer dieses „Ah, da ist die Natur draußen“. Es gibt ein Fenster auf der Ebene 3, liebe Besucher_innen [lacht], wo man den Wald sieht und für mich ist das ein wunderschönes Plätzchen, weil man sieht auch wie der Wald sich verändert. Jetzt ist gerade Herbst und das ist so schön die Blätter anzuschauen. Wir hatten eine Bank direkt dort, da hat man sich hinsetzen können. Einfach nur im Museum sein, das finde ich auch ganz wichtig. Das finde ich total schön, dass man immer diesen Bezug nach außen hat und nicht nur in seiner Bubble im Museum ist, sondern immer so „Ah da draußen. Wir sind irgendwo.“

LL: Also man sieht was drinnen passiert, aber auch draußen.

MS: Genau, dieser Austausch, der immer auch da sein muss.

3 – Interview mit Andrea Hubin, Kunsthalle Wien

Gesprächspartnerin: Mag. Andrea Hubin, Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Kunstvermittlung an der Kunsthalle Wien.

Datum: 27. Oktober 2020, 15:30 Uhr

Dauer: 92:46 Min.

AH [Andrea Hubin]: Es ist wirklich hart, dass du keine Feldbeobachtungen machen kannst, weil das gerade für die Raumfrage wichtig wäre. Theorien kann man viele haben, aber in der Vermittlungsarbeit ist ja die Raumnutzung dann auch, wie soll man sagen...mit dem versucht man sich auseinanderzusetzen oder den versucht man auch zu benutzen, weil er als Erfahrungs Mittel viel mit Theorien bricht oder auch Dinge, die man sich vorher nicht gedacht hat, hervorbringen kann. Weil alle Beteiligten haben irgendein Verhältnis zum Raum, in dem man sich trifft. Damit kann man dann ja arbeiten.

LL: Möchtest du kurz erzählen wie du zur Vermittlung gekommen bist und etwas zu deiner Stelle an der Kunsthalle Wien?

AH: Ja, ich habe Kunstgeschichte studiert. Habe das kurz unterbrochen Anfang der 90er Jahre für ein Tanzstudium in Amsterdam. Das waren aber nur so ein zwei Jahre. Bin dann zurückgekommen und habe dann weiter Kunstgeschichte studiert. Dann habe ich mich in der Unipolitik oder Studienpolitik in der ÖH engagiert. Irgendwo in dem Umfeld hat sich so ein kritisches Nachdenken über Vermittlungsprozesse in der Kunst oder Wissensgenerierung und vor allem über die Rolle der Rezeption im Verhältnis zur Kunst gebildet. Diese politische Tätigkeit hat einfach geholfen oder nahegelegt, dass man auch so gewichtige, alte Institutionen und deren Strukturen der Wissensvermittlung in Frage stellen kann. Die Rolle des/der Rezipient_in ist ja wirklich eine sehr interessante, nämlich dahingehend wie sehr von der Positioniertheit des/der Betrachter_in abhängt, was man sehen kann oder was man zu sagen weiß über ein Kunstwerk. Irgendwo in dem Umfeld hatte ich dann ein/zwei Mal relativ Glück, auch während dem Studium noch zu Jobs zu kommen. Eine Studienkollegin, die befreundet war mit der Karin Schneider, hat mich dann gefragt, ob ich Vermittlung in der damaligen Generali Foundation machen mag. Das war von der Generali Versicherung eine private Sammlung zu österreichischer Kunst, die dann in den 90er Jahren sehr wichtig geworden ist, weil sie die Anlaufstelle war, um über institutionskritische Kunst, über Konzeptkunst und über politische Kunst nachzudenken. Das war so richtig der Ort, wo man Kunst treffen konnte, die auch das Betriebliche rund um die Kunst in Frage gestellt hat. Parallel dazu oder ein bisschen danach bin ich auch an die Wiener Kunstschule gekommen und habe dort zuerst eine Kunstgeschichte-Lehrveranstaltung gehabt und bin dann sehr schnell in den organisatorischen Bereich gewechselt. Der Lehrkörper hat sich da organisiert und hat versucht an dieser Schule Dinge zu ändern, etwa den Lehrplan oder die Bekanntheit der Schule und war sehr engagiert. Ab einem Punkt hab ich die Öffentlichkeitsarbeit gemacht und habe Ausstellungen organisiert im Zuge dessen, aber auch wiederum sehr viel über Bildung nachgedacht. Dann irgendwann war ich in der Basis Wien, das ist ein Dokumentationszentrum und Archiv für zeitgenössische Kunst. Das ist sehr stark mit einer Datenbank verlinkt. Daran schloss sich an, dass ich immer weiter nachgedacht habe über die Konstruiertheit der Zugänge zur Kunst, auch über Ausschlussprozesse oder wie man Institutionen öffnen und gegen das Elitäre von dem zeitgenössischen Kunstbetrieb anarbeiten kann und vielleicht nicht nur öffnen, damit Leute hineinkommen, sondern auch wie kann das, was in der Kunst diskutiert wird, hinauswirken in einen größeren gesellschaftlichen Raum.

Das heißt, ich war sehr viel free-lance und hier und dort usw. Dann kamen die 2000er Jahre, da kam Schwarz-Blau, die ÖVP-FPÖ-Regierung. Um das herum hat sich eine sehr engagierte Kunst- und Politikszene formiert. 2002 war die documenta 11, da gab es dann Anschlussstellen zum Wiener Kontext, der eben politische Theorien diskutiert hat und 2007 war dann eine documenta von Ruth Noack und Roger M. Bürgel, die auch in Wien in der Generali Foundation sehr aktiv waren und wo dann ein größerer Call kam, sich für die Vermittlung zu melden. Dieser Call war schon etwas anderes. Der war nicht: Melde dich, damit du Führungen machen kannst bei dieser Großausstellung. Sondern: Melde dich an bei einem Projekt, das nicht nur

die Vermittlungsarbeit dort macht, sondern eigentlich ein Forschungsprojekt ist über Vermittlung und eine richtige Agenda hatte auch Vermittlung und kritische Vermittlungspraxen auf ein ganz neues Niveau zu bringen. Die Initiatorin von dem oder eine der Leitungsfiguren war Carmen Mörsch, die eben später an die ZHdK gekommen ist und da gab es immer schon auch Beziehungen zu dem, was in Wien und Österreich an kritischen Kunstvermittlungspraxen entwickelt worden ist, also personelle Beziehungen. Eva Sturm ist da ein ganz wichtiger Name gewesen, die auch eingeladen wurde auf die documenta, um dort zu sprechen. Das ist in Folge dann ein mindesten den deutschsprachigen Raum überspannendes Netzwerk geworden, aber mittlerweile ist es ein globales Netzwerk geworden, weil Carmen Mörsch ein Projekt initiiert hat, das angetreten ist, um den Begriff der kulturellen Bildung zu hinterfragen, der von der UNESCO vertreten wird. Diesem Begriff sehr kritisch gegenüber zu stehen, formierte sich ein internationales Netzwerk unter dem Namen *Another Roadmap for Arts Education*. Und das war dann ab 2013/2015 ein weiterer an die documenta anschließender Kontext und wirklich eine internationale Vernetzung auch zur Frage einer kritischen bzw. selbstkritischen Kunstvermittlung. Der selbstkritische Blickwinkel ist ganz stark verbunden mit einem von post- und dekolonialen Konzepten geformten Nachdenken oder Verstehen, dass Bildungsprozesse immer ganz stark auch mit bestimmten Machtstrukturen verknüpft sind. Und wenn man etwas in der Bildung ändern will, dann muss man auch etwas an diesen Machtstrukturen ändern. Diese Machtstrukturen sind sehr stark nach dem Muster kolonialer Beziehungen geformt.

In der Kunsthalle Wien habe ich 2007 begonnen, allerdings in der Bibliothek. Das war damals während der documenta-Zeit, das war dann über Jahre ein Nebenjob, wo ich acht Stunden die Bibliothek dort betreut habe. Dann ist die neue Leitung gekommen, nämlich der Nicolaus Schafhausen und der hat, glaube ich, irgendwie mitgekriegt, dass ich in diesen Vermittlungszusammenhängen Dinge getan habe oder Projekte hatte, vor allem auch im Volkskundemuseum Wien. Er hat dann gesagt, ich soll in die Abteilung Dramaturgie gehen. Die Bezeichnung der Abteilung kam von deren Leiterin Vanessa Joan Müller. Der Gedanke war, eine Abteilung zu schaffen, die neben der kuratorischen Abteilung ebenfalls Content produziert – in Publikationen, in Texten, in Diskursveranstaltungen usw. In der wurde ich positioniert, und habe mich dort eine Zeit lang auf die Gestaltung experimenteller Diskursprogramme fokussiert, die für mich aber immer auch „Vermittlungs-“projekte waren. Aber durch die Positionierung in dieser anderen Abteilung hatte ich auch ein bisschen einen anderen Spielraum, nämlich vor allem in der Hinsicht, dass ich bei der Tätigkeit nicht bestimmte Standard-Vermittlungsformen auch noch betreuen musste. Es gab eine separate Vermittlungsabteilung parallel. 2019 kam dann eine neue Direktion durch das Kollektiv WHW, die die Dramaturgieabteilung aufgelöst hat und in Folge bin ich dann in die Vermittlungsabteilung gewandert und seitdem bin ich in diesem Team. Da werden kollektiv Projekte entwickelt und zum Teil betreue ich immer noch stark die Erwachsenen-diskursprogramme, aber ich bin mittlerweile auch im Mitdenken oder Durchdenken der anderen Vermittlungsprogramme der Institution. Also ich bin Vermittlerin. Das ist auch eine angenehme Position. Aber ich habe sicherlich auch einen sehr glücklichen Gang durch die Institutionen genommen, der mir immer auch sehr viel Spielräume ermöglicht hat.

LL: Wie hast du die Situation jetzt empfunden mit Corona? Es ist sehr schön, dass Vermittlung im Museum wieder möglich ist, was sich ja zwischen März und Mai recht schwierig gestaltet hat, da ja viele Museen geschlossen waren. Wie hast du das für die Institution empfunden und wie für eure Abteilung?

AH: Ich glaube, wir waren eine Insel der Seligen in der Kunsthalle Wien. Ich war kürzlich in einem Vortreffen zur CECA-Tagung mit Kolleg_innen und die haben alle auch von den Erschwernissen und den Kündigungen und Kurzarbeit und allen möglichen Restriktionen berichtet. In der Kunsthalle war das einfach ganz anders. Von Tag 1 des Lockdowns an, war das so, dass die Geschäftsleitung, sowohl kuratorische als auch kaufmännische Geschäftsführung, gesagt hat, ok wir gehen da jetzt voll aktiv hinein und machen Programm. Die Player, die dieses Programm entwickeln sind alle, also Vermittlungsabteilung, Marketingabteilung, kuratorische Abteilung, Direktion, und wir hatten wöchentlich digital-strategy-Meetings, wo Programm entwickelt worden ist und wo alle alles gemacht haben. Wo alle eingeladen waren Textbeiträge zu schreiben, dann auch die Vermittlungsabteilung sehr stark eingeladen war Online-Workshopangebote für Jugendliche und Kinder zu entwickeln. Und das ist einfach passiert. Oder Online-Führungen, Facebook-Live-Führungen zu organisieren. Da war überhaupt keine Diskussion,

dass wir weniger zu tun hätten, wir waren so richtig am Arbeiten. Da sind tolle Sachen entstanden, die auch dann wieder sehr den digitalen Raum insofern verlassen haben, also zum Beispiel dass die Workshops, die online zu der Ausstellung *...of bread wine cars security & peace* entwickelt worden sind und auch Beiträge aus einer Kooperation mit einer Akademie-Lehrveranstaltung ebenfalls in einem Booklet gelandet sind, das man an der Kassa bekommen konnte und das fast wie ein paralleler Ausstellungsguide nutzbar war für Besucher_innen; und die Erwachsenen haben sich das auch genommen, weil halt in all diesen Workshops Bezug genommen worden ist auf einzelne künstlerische Positionen, die dann auch kurz erläutert wurden. Das war so ein richtiges kollektives Projekt, wo wir gemeinsam Content produziert haben.

Aber man muss die Rahmenbedingungen von dem kennen. Die Kunsthalle ist eine fast gänzlich von der Stadt Wien finanzierte Institution. Die lebt von diesen Fördergeldern und ist finanziell nicht grundlegend abhängig von Besucher_innen-Eintritten. Natürlich in der Legitimation total, aber finanziell macht es das Kraut nicht fett. Dadurch hat sich nicht so viel geändert während des Lockdowns. Also das Zuschließen hat auf der Ebene nicht so viel geändert und dadurch war das möglich.

LL: Wenn jetzt Kunstvermittlung bei euch stattfindet in der Kunsthalle, wo ist das denn möglich bei euch mit den Besucher_innen? Welche Räumlichkeiten gibt es dafür?

AH: Es gibt keinen separaten Vermittlungsraum. Das heißt es ging immer darum irgendwelche Zwischenzonen oder Räume, die auch für etwas anderes genutzt werden, auch für die Vermittlung zu nutzen. Zunächst findet die einfach in der Ausstellung statt, also Führungen. Dann gibt es bei der Kunsthalle so ein Ziegelfoyer, das vor allem für Kinderworkshops oft so genutzt wird, dass da sehr unkompliziert herbeischaffbare Tische aufgestellt werden, die dann auch wirklich Arbeits- und Basteltische sind. Wenn das Wetter entsprechend ist, gibt es ein Ziegelvordach im Außenraum und dann kann man draußen agieren. Ein Raum, den es jetzt nicht mehr gibt, war die früher so genannte "Lounge", wo ihr mit dem */ecm* auch damals wart, ein Raum im Kellergeschoss. Das war früher ein Veranstaltungsraum, dann ist er immer wieder für Ausstellungsscreenings genutzt worden, dann konnte man da drinnen nicht so agieren, weil dann war er einfach während der Ausstellung bespielt. Und jetzt ist er komplett zu einem Ausstellungsraum umfunktioniert. Also gibt es diesen Raum auch nicht mehr als autonom verfügbaren Raum für irgendwelche Treffen und Meetings.

LL: Gab es da eine Begründung dafür, warum der umgewidmet wurde?

AH: Einerseits ist das kein schöner Raum gewesen, auch kein angenehmer Raum, dadurch, dass er so eine Blackbox war, glaube ich. Es war nie ein ausschließlicher Vermittlungsraum. Es war immer ein Raum der Institution für Veranstaltungen. Aber ich glaube, dass WHW Veranstaltungen lieber im Ausstellungsraum machen wollen, wobei jetzt wirklich auch seit Beginn der ersten Ausstellung noch nicht die großen Anforderungen entstanden sind gleich mal 100 Leute zu hosten. Das heißt der Lockdown hat jetzt auch keine Erfahrungen generiert, dass man so einen Raum brauchen würde. Das wird sich eventuell ändern. Weg ist der Raum ja nicht, aber er ist jetzt mal gebucht eher für Ausstellungen. Nach dem Lockdown gab es auch in der Ausstellung schon Diskussionen und eine Veranstaltung. Das war eine Zeit, da gab es noch nicht so viele Platzbeschränkungen im Sommer. Aber ich glaube, dass es schon so einen Denkwandel gibt, dass man eine Ausstellung auch als Ort des Zusammentreffens sieht und gerne in diesem Display, in diesem Material, das man zur Verfügung stellt, sein will. Ich habe immer wieder für Ausstellungsräume Vermittlungsprogramme gemacht, experimentelle Diskursveranstaltungen, die dort so etwas wie eine eigene Bühne eingerichtet haben. Aber der Ausstellungsraum an sich stellt bestimmte Anforderungen, damit man sowas machen kann, die auch anstrengend sein können, und die du in einem normalen Veranstaltungsraum nicht in der Form hast. Also wie zum Beispiel du kannst keine Getränke reinnehmen in den Raum. Das hängt nicht nur mit irgendwelchen Regeln zusammen, weil du mit Getränken etwas verschmutzen könntest, sondern eher auch mit Versicherungsauflagen, dass du bestimmte Standards garantieren können musst wie ein Raum reguliert ist, damit du bestimmte Versicherungsauflagen oder -verträge kriegst.

LL: Da wären wir schon bei der Frage, die mich auch sehr interessiert für die Arbeit. Der Raum ist mir speziell wichtig bei der Untersuchung. Wenn man Literatur über Vermittlung liest, dann geht es oft um die Beschäftigung mit den Besucher_innen, um Konzepte und Ideen der Vermittlung, wie man sich Ausstellungen nähern kann, es geht auch oft um die Pädagogik oder die Zugangsweisen, eben eine eher harmonisierende Kunstvermittlung oder eine kritische Kunstvermittlung oder man beschäftigt sich mit Zielgruppen. Aber ich finde, dass das Thema Raum manchmal ein bisschen auf der Strecke bleibt und deshalb habe ich mich damit beschäftigt. Du hast schon angesprochen, der Raum gibt oft auch Dinge vor, wie wir uns im Raum verhalten, was wir darin machen können wie zum Beispiel das mit den Getränken, was du gerade gesagt hast. Mich würde interessieren, was du noch für Parameter im Raum siehst, die eben personale Vermittlung beeinflussen oder verändern können. Welche Ein- oder Auswirkungen kann das auf die Gruppe oder den/die Vermittler_in haben? Das können eben die Architektur und die Raumstruktur sein, können auch Dinge sein wie Museumsrichtlinien. Gibt es Dinge, die dir dazu einfallen?

AH: Ich meine, es gibt einen Streitpunkt, den schon über Jahre viele Vermittlungsabteilungen haben: Das ist die Frage *Wo ist das Atelier?* Und gibt es ein Atelier überhaupt? Und ist das Atelier im Keller? Ist das Atelier ganz jenseits der Ausstellungen? Kommt man ins Atelier ohne Ausstellungseintritt zu zahlen? Oder hat man schon eine Impression der Ausstellung, wenn man im Atelier landet? Wie ist das Atelier ausgestattet? Ist das einfach nur ein Raum oder gibt es dort Toiletten und Wasseranschlüsse für Malfarben und all diese Dinge?

Gleichzeitig ist mit diesem separaten Atelier verknüpft: Ein Atelier ist einerseits ein Raum, wo du bestimmte Freiheiten des Agierens hast, die du im Ausstellungsraum nicht haben würdest, wie dass du mit Farben rumklecksen kannst und nirgends an etwas anstoßen kannst, das ein Kunstwerk ist. Gleichzeitig ist es auch ein Ausschluss. Man ist irgendwo hingeschickt, also man ist nicht in der Ausstellung, man ist nicht im Kern der Institution oder im Kernort, wo die Institution ihre Inhalte zur Darstellung bringt und ist so ein bisschen ins Abstellkammerl abgestellt. Das hat beides Vor- und Nachteile und labelt sehr oft auch die Vermittlung. Das kann bis zu dem führen: Vermittlung ist für Basteln zuständig und Kurator_innen sind fürs Reden zuständig. Also das kann solche Ungleichgewichte verstärken. Auch dahingehend, wie sich ein Norm-Ausstellungsraum anfühlt: also einerseits hat man in der Vermittlungsarbeit dann nicht unmittelbar die Impulse und Eindrücke der ausgestellten Kunst griffbereit, aber die Verschiebung ins Atelier bereinigt auch den Ausstellungsraum, weil die Kinder und ihr spezifisches Tun & Schauen dort dann nicht mehr sichtbar (und hörbar) sind.

LL: Auf den Ausstellungsraum hin gesehen, wie nimmst du das da wahr?

AH: Im Ausstellungsraum, da würde ich in die Geschichte des Museums als einem Disziplinarraum oder als einen Bildungsraum, der dann dadurch auch ein Disziplinarraum ist, hineinschauen. Oder ein Regulationsraum, der Verhalten reguliert, wo sich ein erstaunliches Protokoll von informellem und formellem So-macht-man-das entwickelt hat seit der Erfindung dieser Räume, mit denen die Vermittlung natürlich auch interagiert. Das eine sind offizielle Regeln, wie man sich in diesen Räumen bewegt, also die einfach heißen: „Kunstwerke nicht angreifen“, meistens außer es steht das Gegenteil dort – im Sinne einer angenommenen Logik. Nicht rauchen, das ist in allen öffentlichen Räumen so, aber es gibt so ein paar Dinge, wie nicht Essen/Trinken in den Räumen, die als allgemein akzeptierte offizielle Regeln gelten. Oder du kommst nur rein, wenn du gezahlt hast, du kannst nicht einfach rein- und wieder rausgehen. Und dann gibt es aber ganz viele informelle Regelwerke wie das richtige Benehmen in diesen Räumen ausschaut, die für die Vermittlung manchmal das relevantere Element sind, mit dem man zu tun hat oder gegen die man explizit auch anarbeiten wollen würde, um ein anderes Raumgefühl zu ermöglichen. Das bezieht sich zum Teil auch auf Stimmen und die Frage, wie sieht die Soundkulisse aus in diesen Räumen. Was sagt die Soundkulisse dahingehend aus wofür diese Räume gemacht sind? Da geht es einerseits darum, hat man schreiende Kinder, die durch die Räume laufen oder die wahnsinnig lachen oder sich irgendwo zusammensetzen und lautstark miteinander argumentieren oder sich Worte zuwerfen. Also kann man laut reden oder stört das irgendwen? Und das andere ist aber auch, dass Ausstellungsräume mittlerweile auch Räume sind, wo Sounds sind. Das sind nicht unbedingt mehr stille Räume, also keine reinen Kontemplationsräume mehr. Da sind oft Multisoundimpulse im Raum von irgendwelchen Videos oder

Soundinstallationen, die zum Teil richtiggehend verhindern, dass du dort gescheit Vermittlung machen kannst. Weil das einfach so ablenkend ist, dass du dich richtig anstrengen musst da drüber hinwegzureden.

LL: Wie ist das mit Raumstrukturen, die Art der Ausstellungsräume, Größe zum Beispiel, Öffnungen wie Türen? Oder die Ausstellungsobjekte selber, haben die einen Einfluss auf die Vermittlung? In gewissen Sinne hast du es auch schon gesagt, mit dem Sound zum Beispiel, dass es auch von den Medien abhängt, was gezeigt wird, dass die natürlich einen Einfluss haben mit dem Sound, wenn der die Stimme übertönt oder auch noch drei Räume weiter hörbar ist.

AH: Vielleicht ist der Unterschied oder ein wichtiger Faktor, dass es Räume gibt, die dafür gedacht sind, dass du durch sie durchgehst und sie wie eine Kette an Objekten konsumierst. Du machst eine Führung und gehst von Objekt A zu Objekt B und sagst immer ein bissl was dazu, dann gehst du zum nächsten Raum und zum nächsten Raum. Dann sind das eigentlich keine Räume, die nahelegen, dass man sich in ihnen niederlässt oder einrichtet oder verweilt oder sie sich aneignet. Vermittlungsprojekte müssen damit dann halt einen Umgang finden. Z. B. wenn eingeplant wird, dass man irgendwo auch kurz Pause macht oder sich hinsetzen kann oder auf den Boden setzen kann und dann Polster hat, aber die müssen irgendwo griffbereit sein, weil so lang kannst du das nicht unterbrechen oder Zeit verwenden, um einen Sesselkreis aufzustellen. Für die Einzelbesucher_innen gibt es da dann schon manchmal Konzessionen, da steht dann vor dem Video der Sessel. Oder da stehen dann im Kunsthistorischen Museum diese fixen Bänke, wo du dich vor einem Kunstwerk hinsetzen kannst. Aber was es halt ganz selten gibt, sind Räume, wo sich Gruppen niederlassen können als Gruppe, um dann ein Gespräch zu haben, das ist sehr selten vorgesehen. Das denken Kurator_innen ganz selten mit, dass es für das auch Zonen braucht. Wie bei der documenta, wo ich war, 2007, da war das explizit mitgedacht. Da gab es Sesselkreise mit Stühlen von Ai Wei Wei, das waren so antike oder antiquarische chinesische Stühle mit verschiedensten Ornamenten, die an verschiedenen Orten der Ausstellung als Sesselkreise aufgestellt waren und dadurch waren sie Kunstwerke, aber auch Orte, wo man sich hinsetzen konnte, die man auch für sich so zu Recht rücken konnte. Da haben die Kurator_innen explizit auf diesen Bedarf reagiert. Es war für sie aber auch Bildung eine der Säulen ihres Ausstellungskonzepts. Das heißt sie wollten den Ausstellungsraum umdefinieren als einen kollektiven Bildungsraum. Solche Einlassungen in die Ausstellungsräume selber gibt es halt wirklich ganz selten. Ich glaube aber, dass die entscheidend sind dafür, ob jemand einen Raum als Raum für sich sieht...im Sinn von: da gehör ich hin oder das ist auch mein Ort und an dem muss ich nicht gleich wissen, was ich tun kann und wie ich richtig bin, sondern ich kann mal kurz vor Ort eine Zeit verbringen bis ich auf die Idee komme, was ich eigentlich machen will.

LL: Wie ist es dann mit den Besucher_innen, die jetzt nicht zur Gruppe gehören, die Individualbesucher_innen, andere Gruppen, die sich im Raum befinden? Wie können die die Gruppe und die Vermittlung beeinflussen? Haben die einen Einfluss auf das Geschehen?

AH: Naja, mit denen rechnet man immer. Du bist in einem öffentlichen Raum, wenn du in so einem Ausstellungsraum bist, den du nicht für dich reserviert hast. Das ist auch das Potential, dass du da Überraschungen erlebst, wem du begegnen wirst. Damit umzugehen ist sicherlich auch eine Anforderung an Vermittlungsarbeit. Das heißt du hast Leute, die sich deiner Führung anschließen, die nicht sie gebucht haben, das aber trotzdem tun. Aber das ist ja auch nett, weil das heißt es gibt Neugier und Interesse. Aber es gibt schon auch Situationen, wo du andere Personen störst, die sich dann auch beschweren, weil du halt irgendwelche lauterer Gespräche führst oder auch Aktionen machst in der Vermittlungsarbeit. Im Volkskundemuseum hatte ich in den letzten zwei, drei Jahren mit einem Lehrer, Stefan Engelhart von der Schule Lessinggasse, ein Theaterprojekt mit einer Schüler_innengruppe, wo wir dann mindestens ein halbes Jahr in den Museumsräumen gearbeitet haben und die Schüler_innen sich diese Räume für alles angeeignet haben. Das Volkskundemuseum ist eine sehr offene Institution, dadurch war das möglich, aber dadurch gab es dann manchmal da eine schlafende Schülerin, dort eine essende Schülerin, die halt diesen Raum eben für sich als Pausenraum genommen haben und dann aber zum Teil, es war ja ein Theaterprojekt in den Räumen, ihre Szenen performt und geübt haben. Und da hatten wir zwischendrin immer wieder auch Besucher_innen der Ausstellungen,

die sich beschwert haben, dass sie sich nicht auf die Ausstellungsobjekte konzentrieren können. Aber das ist sehr selten und meistens wird es eher als ein Zuwachs angesehen: „Ah wie nett, das ist interessant, da sehe ich noch was abgesehen von den Kunstwerken“.

LL: Das heißt, da hat die Vermittlung wieder eine Rückwirkung auf den Raum? Wie siehst du das? Welche Auswirkungen hat die Vermittlung auf den Raum?

AH: Das eine ist, dass du halt mitsprichst im kuratorischen Prozess und vorneweg Räume beanspruchst. Ok wir brauchen mindestens für Aktivität A, B, C die Rahmenbedingungen, weil sonst können wir es nicht durchführen und dann habt ihr halt dieses Vermittlungsangebot nicht. Das andere ist, wie ändert sich der Raum, wenn eine Vermittlungsaktivität dann in dem Raum stattfindet. In dem Sinne auch, wo der Raum nicht nur als ein Gefäß wahrgenommen wird, sondern die Handlungen der Menschen, die drin stattfinden, den Raum für alle ändert, die in ihm sind.

LL: Ich finde zweiteres sehr spannend. Aber ich würde gerne dann noch auf das, was du gerade als ersten Punkt gesagt hast zurückkommen, wie das Verhältnis zwischen Kurator_innen und Vermittlung ist, ob die Abteilungen zusammen oder getrennt sind. Wer wie viel Einfluss auf den Raum hat.

AH: Die Frage wie sich die Räume ändern, wenn Vermittlung in ihnen stattfindet: Ich glaube, es gibt mal den trivialen Aspekt, dass die Räume dann plötzlich benutzt ausschauen oder belebt oder wenn da mehrere Leute sind, die sich was anschauen und darüber diskutieren, dann unterstreicht das natürlich die Wichtigkeit der dort verhandelten Inhalte oder dass viele Leute da Interesse dran haben. Und in den Menschen, die in den Räumen sind, erkennt man sich möglicherweise auch wieder oder bekommt eine Perspektive was möglich ist. Man denkt sich, ok wie machen die das, wie schauen die die Sachen an, die schauen interessiert aus oder die reden ganz viel drüber oder die sitzen am Boden und da wird auch schon viel kommuniziert über was geht in den Räumen. Finde ich mich? Gehöre ich da her? Vermittlungsarbeit kann das auch zu einer offenen Frage machen, dass man das gemeinsam auslotet, was geht alles in den Räumen und nach welchen Gesichtspunkten kann man sie benutzen ohne irgendwelche offiziellen Regeln zu übertreten. Natürlich kannst du in einer Ausstellung Vermittlungsarbeit zu den Kunstwerken machen, aber du kannst auch vorschlagen, jeder sucht sich den für ihn/sie angenehmsten Ort aus oder den Ort, wo man sich verstecken können würde oder den Ort, wo man jetzt gerne ein Lagerfeuer machen würde hypothetisch. Dass man den Raum an sich nach sowas befragt und sich dann an diese Stellen begibt und dann von dort nochmal in die Ausstellung schaut und nochmal schaut, ok dieser Ort, dieser Punkt in der Ausstellung, wenn ich mich dort hinstelle, dann verknüpft sich das mit dieser und jener Emotion und jetzt schaue ich nochmal in die Ausstellung, schaue was sieht man von hier oder resoniert das irgendwie oder erschließt sich ein Kunstwerk durch dieses Gefühl, das ich dadurch in mir aufgerufen habe nochmal neu. Das heißt, vielleicht kann man das so sagen, dass man den Ausstellungsraum mit anderen Raumerlebnissen überlagern kann. Weil das ja immer nicht nur ganz definierte eindeutige Räume sind, sondern einen Museumsraum als einen Bildungsraum zu begreifen, ist ja schon eine Überlagerung von Erfahrungsräumen, also man überlagert ihn vielleicht auch mit einer ganz stereotypen Vorstellung von einem Schulraum und sieht dadurch auch plötzlich mehr im Museumsraum oder im Ausstellungsraum.

LL: Das sind einige Dinge. Vielleicht magst du auch noch etwas zum Verhältnis von Kurator_innen und Vermittlung auf den Ausstellungsraum hin gesehen sagen? Bei euch in der Kunsthalle sind es zwei getrennte Abteilungen.

AH: Es gibt Kurator_innen und eine Vermittlungsabteilung. Die jetzige Phase ist auch erst in the making. Die jetzige Direktion ist sehr sehr interessiert an Vermittlungsaktivitäten. Das war die vorige Direktion unter Nicolaus Schafhausen auch. Da sind sehr interessante Projekte entstanden in der Zeit. Die jetzige Direktion hat einfach auch eine richtige politische Agenda, diese Institution, die Kunsthalle Wien, für alle zu öffnen...für alle, die da sind; für alle, die es beanspruchen; für die, die es noch

nicht beanspruchen. Als eine geförderte Institution muss sie sich öffnen. Das heißt, da gibt es nochmal einen anderen Vermittlungsanspruch, der schon von der Direktion kommt. Dadurch wird die Vermittlungsabteilung in der kuratorischen Entwicklung mitgedacht und befragt, was könnte man in der Kunstvermittlung machen, etwa ein Workshop-Programm für bestimmte Zielgruppen. Die Vermittlungsabteilung ist sehr gefragt. Was noch nicht ist, das ist, dass wir richtig in den kuratorischen Prozess in der Hinsicht eingebunden sind, dass wir zum Beispiel die Räume gemeinsam gestalten, aber ich würde das jetzt noch nicht als fertigen Befund sehen, weil sich das auch erst gerade einspielen muss. Es war gerade die erste große Ausstellung, dann kam Corona, und jetzt fängt die zweite große Ausstellung gerade an, *Želimir Žilnik*. Das muss sich erst formieren, auch in der Vermittlungsabteilung brauchen wir überhaupt noch mehr Mitspracherecht an den Räumen wie sie dann kuratorisch gestaltet werden. Von wegen, nur dann wird die Vermittlungsabteilung ernst genommen, wenn sie vom Zeitpunkt Stunde Null in die Ausstellungskonzeption eingebunden ist...so ist es nicht im Moment und trotzdem muss man sagen, dass die Vermittlungsabteilung sich Räume nehmen konnte. Das beginnt bei, dass jetzt der gesamte Ausstellungsraum der Kunsthalle am Karlsplatz gerade der Vermittlungsabteilung gehört mit einer *Space for Kids*-Ausstellung, einer Mitmachausstellung für Kinder und Erwachsene, deren Basis-Idee schon unter Nicolaus Schafhausen entwickelt wurde und diese Ausstellung ist explizit von der Vermittlungsabteilung kuratiert, also bis hin zur Auswahl der Künstler_innen. Natürlich war das in Rücksprache, aber eigentlich ist das eine Ausstellung der Vermittlung.

LL: Ist das dann zum ersten Mal der Fall bei diesem Format?

AH: Nein, das Format findet jetzt schon das dritte Mal statt, es hat also eine über Direktionswechsel hinwegreichende Selbstverständlichkeit gewonnen. Eigentlich war das immer ein eigener Raum, den die Vermittlung bespielen konnte. Das ist eben nicht das erste Mal. Es war klar, dass die Vermittlungsabteilung Ausstellungen für Kinder machen kann, die aber ganz normale künstlerische Arbeiten auch präsentiert. Das ist ganz ungewöhnlich und toll. Also thumbs up für Kunsthalle Wien.

Bei der Ausstellung *...of bread, wine, cars, security and peace*, die eine riesige Gruppenausstellung war, bei der WHW ihr Programm vorstellen wollten bzw. die Horizonte, in denen sie denken und agieren, vorstellen wollten, da haben wir zu einem sehr späten Zeitpunkt eine Idee eingebracht, nämlich, dass wir einen Riesentisch in der Ausstellung haben wollten, an dem man einerseits sitzen kann, der aber auch mit wechselnden Tischplakaten bespielt wird, die immer eine andere Frage in den Raum gestellt haben. Ein Riesentisch, also 5 x 2 m ungefähr. Normalerweise gibt es keinen Platz mehr für sowas, wenn du sowas nicht von Anfang an anmeldest. Es kam uns natürlich entgegen, dass die Ausstellung zu einem sehr späten Zeitpunkt noch nicht so richtig räumlich gesetzt war und es kam auch entgegen, dass die Kurator_innen die Idee gut fanden und dann gesagt haben: Ja, wir schaffen das. Ja, wir schaffen dafür den Raum. Und der Tisch stand dann einfach zentral in der Ausstellung. Das ist ein bisschen ein Beweis, dass bestimmte Standards der Vorstellung, dass wir von Anfang an in die Kuratierung eingebunden sein müssen, damit wir solche Räume buchen können oder beanspruchen können, dass das nicht so ist. Manchmal, wenn die Beteiligten sensibilisiert sind für Vermittlung, dann ist das gut, dann geht das schon. Dann findet man noch Lösungen für solche Vorschläge.

LL: Das hört sich so an, als hättet ihr viel Platz für die Vermittlung oder als würde der Vermittlung viel Platz eingeräumt werden.

AH: Naja, ja...also ich würde sagen, zumindest hört sich das jetzt mal so an. Das ist die zweite Ausstellung unter dieser Direktion. Ich glaube, da geht noch was, da geht noch mehr. Aber zugegeben, ist jetzt schon einiger Platz für die Vermittlung.

LL: Zumindest im Vergleich zu anderen Institutionen.

AH: Ja, genau. Dass das eben nicht so in einen Extraraum abgeschoben ist. Die Idee war, dass an diesem Tisch Workshops stattfinden sollen, Kunstgespräche stattfinden sollen, richtige Interaktion rund um den Tisch sein soll. Das war halt alles wegen Corona dann nicht möglich. Es war auch nach der Eröffnung nicht möglich. Aber er ist unglaublich angenommen worden, der Tisch. Besucher_innen haben angeregt durch die Fragen und bereitgelegte Stifte zahlreiche Kommentare hinterlassen. Eigentlich war der Plan am Abschlusswochenende alle Tischfahnen mit den Besucher_inneninschriften nochmal auszuhängen. Auch da war WHW im Prinzip nicht dagegen. Die Direktorinnen hätten Riesen-Fünf-Meter-Fahnen in ihre Ausstellung gehängt. Wir waren nur dann so mit anderen Projekten beschäftigt, dass wir das nicht mehr realisieren konnten. Aber es war denkbar. Es war nicht so ein „Um Gotteswillen, was denken sich die da schon wieder aus.“ Die Vermittlung und die Ästhetik ihrer „Produkte“ hätte eine richtige Präsenz am Finissagewochenende bekommen können. Also da gibt es wirklich eine andere Einstellung zu den Dingen.

LL: Meinst du dann auch, dass man von der Platzfrage aus auf den Stellenwert der Vermittlung innerhalb der Institution schließen kann?

AH: Ich glaube nicht im Sinne von einem Eins-zu-Eins-Schluss. Aber ich glaube, dass du Recht hast mit der Idee, dass das ein wichtiges Analyseelement wäre, also an dem man sehen kann, welches Gewicht der Vermittlungsarbeit gegeben wird, oder ob sie zum Sprachrohr gemacht oder zum quasi Parken von besonderen Besucher_innengruppen wie Kindern an irgendeiner Stelle genutzt wird oder zum Regulieren von Besucher_innenströmen, indem man halt Gruppen durch die Räume bugsiert organisiermaßen und nicht irgendwelche autonomen Bewegungsströme hat.

Ich möchte nur noch ein paar Projekte erwähnen, wo wirklich eigene Zonen entstanden sind, zum Beispiel das *Community College*. Das *Community College* als Label entstand eigentlich als Veranstaltungsprogramm bei der Ausstellung *How to live together* noch unter der Direktion von Nicolaus Schafhausen 2017. Nicolaus Schafhausen hat zu Beginn der Ausstellungsplanung zu mir gesagt, du fährst jetzt zum Ausstellungsdesigner nach Berlin und besprichst dich mit dem und sagst ihm was du brauchst, um eine eigene Zone zu haben. Die Zone war dann im Eingangsbereich der Ausstellung. Das heißt, da war schon auch diese andere Agenda, die Vermittlung wird einen eigenen Raum brauchen bei einer speziellen Ausstellungsthematik. *How to live together* braucht auch irgendeinen Raum der Gemeinschaftlichkeit. Dass der dann aber auf keinen Fall in der Ausstellung sein wird, sondern eben am Rand, war einerseits eine pragmatische Entscheidung, und war auch für die geplanten Aktivitäten besser, weil dort Getränke möglich waren und auch die Lautstärke erträglich. Ein Gemeinschaftsraum in einer Ausstellung ist kaum denkbar, wenn die auch noch Sound hat. Das heißt es gab pragmatische Gründe zu sagen, dass ist in der Zone draußen. Aber ich glaube auch, es war auch eine ästhetische Trennung der Räume nach der Idee, halten wir die Zonen getrennt zwischen einer schön kuratierten Ausstellung und einer Zone, in der dann doch ein oder zwei Post-its an der Wand hängen, die irgendwann abfallen.

LL: Hattet ihr für das *Community College* einen eigenen Raum oder habt ihr das auch in der Ausstellung gemacht?

AH: Nein. Es ist so wie ich gesagt habe: Es gibt keinen eigenen Raum für die Vermittlung in der Kunsthalle. Das heißt nach der Ausstellung, als sich alles in ein Gruppenprojekt transformierte, waren wir zum Teil in diesem Loungeraum im Untergeschoss als die Gruppe größer geworden ist und sonst gab es einen Besprechungsraum in den Büros, der genutzt worden ist für die Treffen. Das war immer ziemlich ein Heckmeck, das heißt, dafür dass das *Community College* ein Vermittlungsprojekt war, war das nicht gut, dass es keinen Raum gab, wo du zum Beispiel auch Dinge lassen kannst oder wo du sagst, letztes Mal haben wir auf das Flipchart das und das geschrieben und das hängt jetzt bis nächste Woche noch da. Und vor allem ein wichtiger Faktor ist: Who has the keys? Ist ein total entscheidender Faktor für alles. Nämlich auch im Team intern, um im Zweifelsfall dann doch das Rollgitter einmal hochzufahren, weil irgendwer sein Handy im Raum vergessen hat. Musst du den Sicherheitsbeauftragten holen, damit du da noch reinkommst oder hast du als Vermittler_in den Schlüssel? Weißt

du wie die Alarmanlage aufzudrehen ist usw. Über dieses Schlüsselloch könnte man metaphorischerweise auch sehr viel erfahren über: Wem gehören die Räume und diese Kunstinstitutionen?

LL: Wie macht ihr das dann bei Vermittlungsprogrammen, wo man sich vielleicht auch kreativ betätigt? Wo habt ihr da die Materialien?

AH: Da gibt es ein Mini-Abstellkammerl. Also wirklich eines, wo du dich nicht einmal umdrehen kannst. Das ist auf jeden Fall kein Ort, wo du sein kannst, sondern da ist eine Stellage und vieles verteilt sich auch in die Büros. Manches ist in den Lagern. Aber so ein Mini-Abstellkammerl gibt es. Aber auch da: Wer hat den Schlüssel?

LL: Möchtest du noch von einem Projekt erzählen?

AH: Ja, vielleicht nur um es genannt zu haben. Das Volkskundemuseum ist sicherlich ein Ort, der von der Raumpolitik her ganz wichtig ist. Die haben eine Vermittlungsküche, die haben noch einen Durchgangsraum, in dem schon mal Tische stehen, wo man sich zusammensetzen kann. Die haben eine Trennung zwischen der Ebene, wo die Ausstellungen stattfinden und der Schausammlung. Auf der Ebene, wo Ausstellungen stattfinden, kannst du dich ein bissl freier bewegen. Da sind die Räume größer, da sind Veranstaltungsräume, große und zwar mehrere, die dann zum Teil als Konferenzräume nutzbar sind. Ein Projekt, wo ein spezieller Vermittlungsraum, irgendwie dann auch noch installiert worden ist, weil die Ausstellung fast ein bisschen mitkuratiert worden ist auch aus Vermittlungsperspektive, war ein Raum wo wir *Seriöse Séances* veranstaltet haben, wo es auch drum ging: im Zentrum gab es einen großen Tisch, an den man sich hinsetzen konnte, an dem fanden die Séances statt. Dann gab es einen kuriosen Kasten, wo wir Sachen aufgestellt haben, ein paar Bücher, alles war abgedunkelt und dann ein Scheinwerfer. Da ging es richtig auch darum, so Bühnen zu kreieren, auf denen fast sowas wie Performances stattfinden mit Besucher_innen gemeinsam, also Diskursperformances halt. Das Volkskundemuseum ist für so etwas offen. Da gibt es auch eine Direktion, Matthias Beitzl, der einfach auch neu definieren will, was können Museen, für wen sind die da, für welche Veranstaltungstypen sind die da. Da steht auch eine sehr verständige Direktion dahinter, muss man sagen.

In der Kunsthalle Wien habe ich ein Projekt gehabt, das hat *Salon Imaginaire* geheißen, wo es auch darum ging, für fünf Termine jeweils in der Ausstellung im Grunde innerhalb von einer Stunde eine Bühne aufzubauen, die hatte einen Teppich, einen Couchtisch, Sesselanordnungen, Stehlampe. Das war ein Spielsetting, für das ich den Ablauf zusammen mit der Philosophin Katherina Zakravsky entwickelt habe und das Bühnensetting von der Möbeldesignerin Sabine Heine gestaltet wurde. Da ging es wirklich darum, den Ausstellungsraum als Bühnenraum umzuwerten. Um da wirklich auch eine kuriose Szenerie zu gestalten. Das war ein richtiger Aufwand, eine Pop-up Bühne da hinzustellen. Hat auch das Team vollkommen herausgefordert bis hin zu genervt, weil wir sind keine Theaterproduktionsstätte. Das heißt, das war dann sehr stressig auch die Strukturen und Routinen herauszufordern. Wurde dann alles sehr unterstützt und hat bestens funktioniert. Aber war ein Stressfaktor. Wir haben das jedes Mal an einer anderen Stelle in der Ausstellung gemacht. Also nur um die Diversität der Projekte, die den Ausstellungsraum herausfordern, zu sagen.

Ein Hinweis, wo es auch viel um Nachdenken über Räume geht, in denen etwas stattfindet, ist das Hidden Curriculum von Annette Krauss. Das würde ich mir anschauen an deiner Stelle, weil sie viele Methoden entwickelt hat, in denen Schüler_innen, nicht unbedingt Ausstellungsräume vielleicht, aber ihre Schulräume nach anderen Raumoptionen durchforstet haben. Da gibt es nämlich auch viel schönes Bildmaterial mit Schüler_innen.

LL: Ich möchte dich gerne auch noch zum digitalen Raum befragen, weil der sehr relevant geworden ist bzw. hat man sich mehr damit auseinandergesetzt durch Corona. Viele Museen haben eben versucht in den digitalen Raum auszuweichen, weil das Museum geschlossen hatte. Wie gut hat das deiner Meinung nach funktioniert? Wie hast du das wahrgenommen?

AH: Ich habe das Gefühl, dass, so wie meine Kolleg_innen aus anderen Institutionen berichten, dass manche der Institutionen einfach nicht sehr dynamisch reagieren konnten. Oder nicht im Vertrauen, dass man da etwas zu bieten hat. Dass dadurch dann die Reaktion war, es gibt jetzt einfach keine Führungen, weil wir den realen Raum nicht haben. Im Digitalraum können wir halt bestimmte Texte veröffentlichen oder Bilder von den Ausstellungen zeigen, aber das wurde nicht produktiv als Herausforderung angenommen, kommt mir vor. Warum, ist eine andere Frage. Weil das eben sehr oft auch die ökonomischen Rahmenbedingungen, unter denen die Institutionen agieren, sehr stark betroffen hat. Und wenn ein Vermittlungsprogramm sich durch viel internationales Publikum finanziert, also auch in der Bilanz finanziert, dann wird man da anders reagieren...in einer Schockstarre sein und nicht, ok dann lenken wir einfach die Ressourcen um und machen ganz was Neues mit diesen Ressourcen, die da jetzt frei geworden sind, weil es dieses internationale Publikum jetzt nicht gibt. Auf der anderen Seite hat sich, glaube ich, viel getan. Ich habe nicht viel konsumiert von den Vermittlungsprogrammen der Häuser. Ich hab mir diese Onlineführungen oft nicht angeschaut. Ich fand die auch zum Teil unheimlich, muss ich gestehen. Sehr wohlwollend gedacht, aber wenn dann einfach eine Führung wie ein dozierender Vortrag über ein einzelnes Kunstwerk ist... das war mir dann immer ein bisschen zu wenig interaktiv. Und ich glaube, da wäre viel gegangen auch interaktivere Webinare anzubieten. Auf der anderen Seite habe ich eine Erfahrung gemacht, die mir glaube ich, bleiben wird, dass ich wahnsinnig gerne Vorträge trotzdem konsumiert habe, also nicht Live-Vorträge, sondern Aufzeichnungen von Vorträgen, die jetzt auch während der Coronazeit entstanden sind, wo man dann mit einer Gayatri Spivak im gleichen Raum ist und ihren Vortrag hört, da dann vielleicht noch rückmelden kann, gleichzeitig sich auch sagen kann, heute Abend habe ich einfach keine Zeit oder keine Lust, sondern ich höre mir die Aufzeichnung dann morgen beim Frühstück an. Das habe ich sehr genossen. Vorträge, wo ja wirklich immer schon der Interaktionsaspekt sehr reduziert war und keine richtigen Gespräche entstanden. Und da dann auch hinzufahren und dort zu sein und nicht zwischendurch auf Pause drücken zu können und nicht aufs Klo gehen zu können oder wenn man Hunger hat sich kurz aus dem Kühlschrank etwas holt, also ich fand das einfach wahnsinnig angenehm. Ich finde, Vorträge bräuchten überhaupt nirgends anders sein als online. Da gibt es für mich keinen Grund dafür. Diese Angebote sind gut.

LL: Gab es bei euch neue Formate, die aufgekommen sind im digitalen Raum an der Kunsthalle Wien?

AH: Es gab einige Workshop-Angebote, die einfach jetzt dann digital sind. Die hätten davor auch schon digital kommuniziert werden können oder wurden zum Teil auch online dann immer angeboten, so Mini-Anleitungen für Kinder und Jugendliche.

LL: Ich habe gesehen, ihr habt ein Format: das Online-Kunstgespräch?

AH: Das war sogar richtig ausgearbeitet, hat sich an Schulen gerichtet, und ist aber dann nicht in Anspruch genommen worden. Das war auch zu kurzfristig online. Es wurde nach dem Lockdown nicht weiter angeboten. Sobald die Ausstellung offen war, war dieses Angebot nicht mehr da. Vielleicht hätte man da auch einfach dran bleiben können...zu sagen, ok, die Ausstellung kann man auch real besuchen, aber die Kunstgespräche, für die Leute, die vielleicht auch keine Lust haben rauszugehen, bieten wir trotzdem online an. Das hätten wir machen können.[Nachträgliche Anmerkung: wir haben mittlerweile so ein Format entwickelt, das "Raum der Fragen" Online Kunstgespräch für Erwachsene, und das funktioniert gut!] Es gab ein zwei Workshops, die ich online moderiert habe. Es gab eine ganze Veranstaltungsreihe mit dem Kollektiv Pirate Care mit Vorträgen und eben Workshops mit eingeladenen Künstler*innen und Aktivist*innen, wobei die Workshops waren sehr stark auch so, dass man einen sehr langen Input hatte und dann in kleinere Breakout-Rooms gegangen ist, um sich über eine Fragestellung kurz zu unterhalten und dann kommt man zurück und diskutiert die Ergebnisse, die man auch in diesen Mini-Gruppen hat. Das ist für mich noch nicht sehr weit gediehen. Also was da geht, das ist für mich noch immer zu sehr modelliert an dem, wie man es im Realraum machen würde.

LL: Oft ist es ja so eine Art Übersetzung vom Realraum in den virtuellen Raum, was dann vielleicht nicht immer gelingt. Es gibt ja schon seit einigen Jahren diese Diskussion, ob das virtuelle Museum irgendwann das analoge Museum ersetzen kann. Größtenteils herrscht da immer der Konsens, dass das nicht der Fall ist und dass eben der digitale Raum mehr als Erweiterung gesehen werden kann. Also nicht als Ersatz, sondern eben als Erweiterung zum analogen Museum. Kannst du da zustimmen oder nicht?

AH: Es ist irgendwie komisch, dass ich darauf antworten würde: Es interessiert mich nicht besonders. In den digitalen Raum zu gehen mit bestimmten Angeboten ist extrem infrastruktureaufreibend. Wenn ich ein Gruppengespräch von 20 Leuten habe, solltest du das normal zu zweit moderieren, aber im Zweifelsfall kannst du sowas auch allein moderieren. Eine Zoom-Session mit 20 Leuten, die als öffentliche Veranstaltung, als öffentliche Gruppendiskussion gilt, brauchst du mindestens vier Leute, die im Hintergrund die Zoom-Session überwachen und die Museumsscreenings überwachen und schauen, ob alle Teilnehmenden einverstanden sind. Das heißt die Technologie baut so viele weitere Andockorte, wo du irgendetwas regulieren oder managen oder überwachen musst, damit es funktioniert. Auf einer privat-persönlichen Ebene triggert mich das sogar und das mache ich auch gern. Ich tu gern rumfummeln an irgendwelchen digitaltechnologischen Dingen und denk mir da auch was aus. So auf einer geistigen Ebene oder das auch auszuloten oder an diese Räume so ranzugehen wie ich an die Realräume rangehen wollen würde, interessiert mich noch nicht so wirklich. Oder ich will lieber zusammensitzen und darüber nachdenken: Ist der Raum angenehm? Setzen wir uns doch unter den Tisch! Oder was ändert das, wenn wir die Fenster aufmachen oder nicht aufmachen? Oder den Raum zu befragen. Was ist der Raum? Allerdings: Ich habe eine Lehrveranstaltung an der Angewandten mit Karin Schneider und da hatten wir so in der ersten Sitzung darüber nachgedacht, wie waren die letzten Monate und da gab es schon einen interessanten Befund von den Studierenden, dass sie einerseits viel Zoom verwendet haben und dass diese Zoom-Sessions oft in dem aufgegangen sind, dass man dieses Setting reflektiert. Wie fühlt man sich da? Wie kommt das rüber? Wie geht es einem jetzt gerade? Und die Studierenden meinten aber eher, dass das schon fast zu viel ist. Dass diese Anforderung jetzt die ganze Zeit so reflektiv auf das Setting zu schauen, eigentlich zu viel ist. Lieber jetzt wieder zu den Inhalten kommen und nicht die ganze Zeit auf die Rahmenbedingungen schauen.

LL: Wirkt sich der digitale Raum auf die Vermittlung aus bei euch?

AH: Ja, in der Richtung, dass es ein Tool ist, mit dem man sich auseinandersetzen muss und das man können muss. Und das fordert. Aber so richtig als die Vermittlungsarbeit verändernd im Moment noch nicht, würde ich sagen.

LL: Abschließend noch ein letzter Raum, der mich noch interessieren würde, ist der Außenraum im Museum. Was hältst du davon, wenn das Museum nach draußen geht bzw. die Vermittlung das Museum verlässt? Du hast gesagt, man kann sich bei euch sogar draußen hinsetzen mit dem Vermittlungsprogramm, wenn es die Temperatur und das Wetter zulassen. Wir waren mit dem /ecm jetzt im September bei euch in der Kunsthalle und haben mit Sabina Sabolović vom Direktorium gesprochen, die auch erzählt hat, dass sie extra das Logo der Kunsthalle Wien draußen an der Fassade abgenommen haben und einen Spruch mit Musik da drauf gegeben haben und dass da eben das Kunstwerk auch schon draußen sein kann oder Vermittlung schon draußen beginnen kann. Wie findest du das?

AH: Ganz eminent wichtig, weil Transgression, also Hinausgehen, ist, wo es halt geht, wichtig. Es gibt ein Projekt, das heißt *KISS* im Moment in der Kunsthalle, wo die Vermittlungsabteilung tatsächlich nicht so viel damit zu tun hatte, aber das eigentlich eine Projektschiene im öffentlichen Raum ist. Da geht das Museum hinaus. Bei dem *Community College*-Projekt im Jahr 2017 gab es eine ganze Veranstaltungsschiene, die hat *Lernen in und von der Stadt* geheißen, weil es da eben darum ging zu sagen, ok wir veranstalten verschiedene Typen von Spaziergängen, die von Künstler_innen, die man eingeladen hat, kommen. Dieses Gehen durch die Stadt und die Stadt als Bildungsraum wahrnehmen und mit Impulsen an diesem gemeinschaftlichen Gehen durch die Stadt arbeiten. Das war jetzt nicht die Ausstellung hinaustragen, sondern das waren

einfach autonome Vermittlungsprojekte, die halt im Stadtraum stattgefunden haben. Insofern sind diese Übergänge in einen öffentlichen Raum und von dort Impressionen mitnehmen oder hinaustragen... ja es ist ein ganz wichtiger Schauplatz für die Vermittlungsarbeit.

LL: Da gibt es auch das Stichwort von Community Outreach, das im englischsprachigen Raum bekannt ist. In Wien beschäftigt man sich auch damit, zum Beispiel im Belvedere 21 gibt es eine eigene Stelle dafür. Wie siehst du das? Fändest du es toll, wenn die Kunsthalle auch eine Stelle hätte für Community Outreach bzw. kann man das auch zusammen sehen mit der Kunstvermittlung?

AH: Ja, das ist eine Agenda der Kunstvermittlung. Die Frage ist, ob das eine räumliche Agenda ist ... allerdings: natürlich ist es das. Du sagst nicht, du lädst ein, dass Leute zu dir kommen, sondern du gehst irgendwohin und machst Kooperationen und versuchst die Kooperationen dort zu initiieren, wo die Leute sind, mit denen du kooperieren willst. Somit stimmt das nicht, was ich gesagt habe, dass das kein räumlicher Aspekt in diesem Sinne ist. Ich persönlich habe noch keine Projekte, die das tun. Die Kunstvermittlungsabteilung in der Kunsthalle allerdings schon. Die arbeiten sehr oft auf Langzeitbasis in Kooperation mit bestimmten Schulen und vor allem auch mit Lehrlingsausbildungen. Da geht es zum Teil auch darum in die Schulen zu gehen und nicht nur zu sagen, die kommen jetzt zu uns, sondern einfach auch dort zu sein. Und dann aber auch Räume anzubieten oder auch Displayzonen - wiederum IN der Kunsthalle - anzubieten, um die Projektergebnisse zu zeigen und so weiter.

LL: Ihr habt ja auch eine recht spannende Nachbarschaft.

AH: Echt wo?

LL: Ihr seid mittendrin im Museumsquartier.

AH: Ob das eine spannende Nachbarschaft ist? Also der öffentliche Raum für mich...nun, das Museumsquartier, sieht zwar so aus, ist aber eigentlich ein Privatraum. Die Leute, die sich dort bewegen, sind im Zweifelsfall eh Leute, die auch in die Kunsthalle kommen. Also Community Outreach ist schon glaube ich sehr von dem Wunsch getragen mit Besucher_innengruppen in Verbindung zu kommen, die nicht selbstverständlich daran denken, die Kunsthalle als ihren Raum zu nehmen. Insofern ist das Umfeld vom Museumsquartier schon so kulturell gesättigt, dass wirklich die Frage ist, ob man den Menschen dort jetzt noch etwas umhängen muss an Content, den halt die Kunsthalle anbietet anstatt das AZW oder anstatt irgendeinem Film- oder Musikprogramm. Ich glaube, dass es da wahrscheinlich wirklich eher größere räumliche Distanzen zu überbrücken gilt. Ich meine, für die Kunsthalle Wien ist die Positionierung da im Museumsquartier eher...nun, da gibt es viele Probleme, die sich daran andocken, nämlich vor allem die Unsichtbarkeit, dass man da irgendwo so eingezwängt ist und kein eigenes Gebäude hat und eben untergeht in dem Institutionenmix dieses Areals. Und dass Differenzierungen sehr schwierig zu kommunizieren sind zu den Hallen E und G z. B. da bekommen wir manchmal sogar Besucher_innenfeedback nach dem Modell: Ich war bei dem Theaterstück, aber das war total blöd, weil die Garderoben waren irgendwo und dann muss die Kunsthalle Wien Marketingabteilung sagen: „Entschuldigung, das waren nicht wir, kann schon sein, dass da irgendwo unser Logo in der Gegend war, aber die Garderoben sind von den Festwochen, da können wir nix dafür.“ Diese Missverständnisse gibt es schon einige bis hin zu dem, dass die Leute einfach nicht zu uns finden oder den Eingang nicht finden und so weiter.

LL: Hättest du gerne mehr Platz? Würdest du dir noch mehr Platz wünschen für die Vermittlung?

AH: Nein wahrscheinlich nicht. Wie gesagt, ich habe beschrieben, dass wir durchaus den Platz bekommen in den letzten Jahren, den wir brauchen für die Projekte. Für das *Community College*, das als Projekt im Moment nicht mehr läuft,

schon. Damals hätte ich gerne einen eigenen Raum gehabt, weil ich das Gefühl hatte, dass man für solche langzeit-partizipativen Projekte für die Mitglieder, die eben keinen Schlüssel zu den Büroräumen haben, irgendeinen Raum brauchst, wo alle einen Schlüssel dazu haben, von denen du dir vorstellst, dass sie partizipieren sollen. Ein Raum, der immer zugänglich ist oder der zu üblichen Zeit wirklich zugänglich ist und offen gehalten werden kann. So einen Raum gibt es nicht. Und wenn man ein langzeitiges partizipatives Programm am Standort Kunsthalle Wien andocken will, glaube ich, braucht man so ein räumliches Unit. Ok für das hätte ich gerne mehr Raum, aber im Moment läuft dieses Projekt nicht. Darüber hinaus würde es mir eher darum gehen, wahrscheinlich die Räume, die es schon gibt, die wir auch schon bekommen, verdichteter zu nutzen. Das macht mich neugieriger. Also in den Räumen einfach mehr zu sein, die es dann gibt.

LL: Gibt es da einen Raum, der dein Lieblingsraum ist, den du mit den Besucher_innen teilen würdest?

AH: Nein, gibt es nicht. Das ist auch ein Grund, warum sich das nie realisieren hat lassen, diese Forderung nach einem eigenen Raum für das *Community College*. Weil es gibt effektiv keinen dafür geeigneten Raum.

4 – Interview mit Julia Hagenberg, K20 und K21 in Düsseldorf

Gesprächspartnerin: Julia Hagenberg, Leitung der Abteilung Bildung am K20 und K21 Düsseldorf.

Datum: 03.11.2020, 16 Uhr.

Dauer: 49:23 Min.

LL: Wie sind Sie zur Vermittlung gekommen?

JH [Julia Hagenberg]: Ich habe auf Lehramt studiert, andere Fächer, Geschichte und Klassische Philologie, und habe parallel etwas später angefangen, Kunstgeschichte zu studieren. Habe sozusagen einen kunstgeschichtlichen Hintergrund auf der einen Seite und andererseits einen pädagogischen für das gymnasiale Lehramt. Diese Mischung hat dazu geführt, dass ich mich in den musealen Bereich begeben habe. Es hat verschiedene Stationen gegeben, eine Künstlerassistentin und dann verschiedene andere Museen, bis ich hierher gekommen bin. Ich habe aber in den Museen fast immer schon im Vermittlungskontext gearbeitet.

LL: Also immer auch im Zusammenhang mit Institutionen?

JH: Genau, freiberuflich auch eine Zeit lang, Führungen gemacht, wie das oft ist, aber auch im engeren institutionellen Kontext gearbeitet.

LL: Ich wollte eigentlich schon sagen, dass es schön ist, dass Vermittlung in Museen wieder möglich ist, aber jetzt kam eben in Deutschland wieder ein teilweiser Lockdown, in Österreich auch. Was bedeutete denn der erste Lockdown für Ihre Institution und für Ihre Abteilung?

JH: Ganz pragmatisch mussten zuerst einmal alle personalen Formate stoppen bis auf die Formate, die außerhalb der Institution stattgefunden haben. Das heißt, in der Schule oder in der Kita konnten Formate stattfinden. In der Schule haben sie tatsächlich stattgefunden. Wir haben jetzt wieder eine ähnliche Situation und müssen prüfen, was genau möglich ist unter den gesetzlichen Vorgaben, aber können wahrscheinlich in der Schule weiterhin arbeiten. Das heißt, personale Vermittlung ist durchaus möglich, allerdings in sehr, sehr eingeschränkter Form. Wir hatten verschiedene Konzepte entwickelt für personale Vermittlung auch im Digitalen. Die hat der Vorstand teilweise bewilligt, teilweise war er zurückhaltend, aber hat durchaus sehr unterstützt, dass wir auch ins Digitale reingehen. Da haben wir Videoformate entwickelt, wo wir auch die freien Mitarbeiter_innen, Künstler_innen, Kunsthistoriker_innen mit einbezogen haben, weil ja für sie der Einschnitt gravierend war, das muss man einfach ganz klar sagen. Das hat sich auch sofort bemerkbar gemacht. Das heißt, wir haben, wo es ging, personale Vermittlung fortgeführt und sind ansonsten auf neue digitale Formate ausgewichen.

LL: Das heißt, Sie gehen auch direkt in Schulen und die Schulen kommen nicht immer nur zu Ihnen?

JH: Genau, wir gehen auch direkt in die Schule. Teilweise ist das ein sehr gezieltes Vorgehen. Wir haben zum Beispiel in einem Programm – das ist jetzt schon etwas länger her – auch inhaltlich in der Schule begonnen. Der Einstieg war, dass wir uns von den Schülern durch die Schule haben führen lassen. Wir haben das Prinzip der Institutionen und der Kompetenz für die Institutionen umgekehrt. Haben gesagt, wir kennen uns hier in der Schule nicht aus, dann zeigt uns mal eure Schule bitte und sagt uns, was wichtige Orte für euch sind, erklärt uns etwas dazu. Das war ein sehr interessantes Format. Das haben wir dann im Anschluss umgekehrt gemacht, die Einladung ins Museum ausgesprochen, und dann haben die Vermittler

durchs Museum geführt. Das war ein Teil eines ganz bestimmten Programms, in dem wir ganz explizit die institutionellen Räume thematisiert haben.

Das ist sehr schön, weil die Schüler_innen extrem positiv darauf reagiert haben, weil sie sich eben auch in ihrer Kompetenz für den Ort, an dem sie viel Zeit verbringen, angesprochen gefühlt haben. Sie haben uns Pausenräume, Sportstätten, Kunsträume gezeigt, die waren sehr beliebt, aber auch Räume, mit denen wir nicht gerechnet hatten. Ich bin nicht immer dabei, weil ich eher im konzeptuellen Bereich im Hintergrund tätig bin. Ich war damals aber ein paar Mal mit, weil mich das einfach sehr interessiert hat. Da habe ich zum Beispiel eine Situation erlebt, wo ein Schüler in einen Windfang geführt hat und gesagt hat, hierhin zieht er sich zurück, weil er Ruhe braucht. Das war ein Programm, an dem viele geflüchtete Schüler_innen teilgenommen haben, und jetzt muss ich sagen, das ist natürlich nur eine Vermutung, aber die Vermutung ist die, dass die Schüler_innen wenig eigene Räume hatten in der damaligen Situation, das war 2016. Da hat man gesehen, auch einfach mal alleine zu sein, ist wichtig. Das war toll, dass er das auch ausgesprochen hat, diesen Bedarf auch formuliert hat. Sehr interessant.

LL: Wenn Vermittlung bei Ihnen im Museum stattfindet, in welchen Räumen kann das stattfinden? Überall oder haben sie bestimmte Räumlichkeiten oder in den Ausstellungen?

JH: Wir haben zum einen natürlich den Ausstellungs- und Sammlungsbereich. Die sind bei uns getrennt, manchmal werden sie auch miteinander verknüpft. Sehr viel Fläche, wir haben ja zwei Häuser, zwei Standorte. Die sind sehr unterschiedlich räumlich. Waren Sie schon mal da?

LL: Leider nicht. Ich habe es mir im Internet angeschaut und ich fand das super spannend, weil die Häuser wirklich komplett unterschiedlich aussehen von der Architektur her, auch innen.

JH: Sehr verschieden. Wir haben sehr große Ausstellungsflächen im K20, dem schwarzen Gebäude, dem neueren Gebäude. Da gibt es ein relativ kleines Foyer, da gibt es eine große Ausstellungsfläche, da haben wir drei sogenannte Studios, unsere Werkräume. Die liegen glücklicherweise ebenerdig, das finde ich sehr gut, nicht wie in vielen Museen im Keller. Das heißt, sie haben Tageslicht und Fenster nach draußen. Sie liegen allerdings abgekoppelt gegenüber vom Foyer, über den Außenraum geht man in die Studios. Das ist ein interessanter Punkt physisch, weil das bedeutet, dass sie abgetrennt sind vom Ausstellungsbereich. Das ist wie ein „anderer“ räumlicher Bereich. Ziemlich interessant von der Geste her. Der Neubau ist von 1986, also nicht wirklich neu, aber das war damals so geplant. Hier haben wir also drei Räume. Sind relativ groß, 90 m² und 25 m². Im K21 haben wir insgesamt vier Werkräume, also auch sehr viele. Ich finde, dass der Bereich wirklich groß ist. Davon sind zwei Räume offene Werkräume, die man für alle möglichen praktischen Projekte nutzen kann. Die sind direkt angesiedelt am Ausstellungsbereich. Außerdem zwei spezielle Werkräume. 2010 haben wir zwei Ausstellungsräume in Werkräume verwandelt. Der eine ist eine Medienwerkstatt geworden mit einer Greenscreen, 10 Computerarbeitsplätzen, Kameras und eben dieser Greenscreen, die sehr oft benutzt wird. Der andere ist das sogenannte „Kleine Studio“, das ist ein Werkraum, der extra eingerichtet wurde für Kinder ab 2 Jahren ungefähr bis zum Schulalter. Den haben wir mit einer professionellen Tischlerei und einer Beraterin, die aus der Reggio-Pädagogik kommt, eingerichtet. Der hat offene Regale, wo man das Material wirklich für Kinder auf Augenhöhe rausziehen kann, die so zugänglich sind, dass das Materialerlebnis im Vordergrund steht. Den kann man räumlich auch umstrukturieren. Der hat ganz tolle Möbel, mit denen man den Raum umbauen kann. Das ist ein sehr schöner Raum. Alle Räume haben Tageslicht, das ist ganz toll. Die Räume im K21 sind sehr schön, muss man sagen.

LL: Hört sich toll an und nach viel Platz.

JH: Ja, viel Platz. Wir nutzen außerdem für unsere Projekte die sogenannte „Piazza“ im K21. Das ist diese riesige Fläche unter der Glaskuppel. Unter der Glaskuppel liegt der Eingangsbereich, da kommt man rein, und dann steht da die Kasse. Aber dann ist da eine riesige, leere Fläche. Die wird oft auch für Veranstaltungen genutzt, wird auch vermietet. Wird auch für repräsentative Veranstaltungen der Landesregierung benutzt. (Wir gehören ja zur Landesregierung.) Den Ort können wir zum

Beispiel bei Familientagen nutzen, dann ist so ein Riesengewusel auf der Piazza. Das ist auch sehr schön. Wenn kein Corona ist, ist es ein ganz toller Ort, weil dort viel los ist. Da hatten wir auch schon mal eine Installation aufgebaut, an der man Figuren anhängen konnte, oder mit Klebebändern riesige Installationen gemacht. Da kann man wirklich tolle Sachen machen.

Letztes räumliches Thema ist das „Labor“ im K20. Das Labor ist eigentlich ein Sammlungsraum. Den haben wir 2010 in einen experimentellen Raum verwandelt, wo eine Zeit lang mit Künstler_innen partizipative Projekte entwickelt worden sind, an denen Besucher_innen mitwirken konnten in unterschiedlicher Form, das hing von den Künstler_innen ab, wie stark und in welcher Form. 2017 haben wir das Labor nochmal verändert und haben darin einen Raum installiert, in dem sich Besucher_innen in einer bestimmten Ausstellungsarchitektur mit der Sammlung beschäftigen konnten, im Rahmen von bestimmten Workshopreihen. Das Labor wird jetzt wieder zurückverwandelt in einen Ausstellungsraum. Den Raum verlieren wir jetzt wieder, der geht wieder in den Sammlungsbereich über. Diese Prozesse hängen immer damit zusammen, wie der jeweilige Vorstand Bereiche definiert.

LL: Ich habe online ein Foto gesehen von einer Konstruktion, die ein bisschen aussieht wie ein antikes Theater so eine stufenartige Holzkonstruktion. Ist die auch für die Besucher_innen gedacht und ist die mitten im Ausstellungsraum?

JH: Die ist ein Teil vom sogenannten „OPEN SPACE“. Der OPEN SPACE ist ein zeitlich begrenztes Raumprojekt, das 2018/19 für dreieinhalb Monate in einem großen Ausstellungsraum hier im K20 eingerichtet wurde, riesig, 600 m² ungefähr, 11 m hoch, wie eine riesige Kathedrale. Dafür ist auch ein neuer Eingang nach außen gelegt worden, das heißt, die etwas hermetische schwarze Fassade ist an einer Anlieferung geöffnet worden. Das war dann ein permanenter Eingang. Im Raum gab es eine von raumlaborberlin eigens entwickelte Ausstellungarchitektur. Die findet man auch auf der Seite von raumlaborberlin. Das war ein Raum, der als „dritter Ort“ definiert war. Ich weiß nicht, ob Sie die Theorie der dritten Orte kennen von Ray Oldenburg, die dritte Orte so definiert: der erste Ort ist der Wohnort, der zweite Ort ist der Arbeitsplatz und der dritte Ort sind Räume des sozialen Austauschs. Das Konzept lehnte sich an dieser Theorie von Oldenburg an, und andererseits an der Theorie von *Museums as Contact Zones*. Das war das zweite theoretische Fundament für den Raum. Er hatte einen Empfang und Medienstationen, der hatte Workshopbereiche, eine Siebdruckwerkstatt. Sie meinen vermutlich, ich schau mal, ob ich es Ihnen zeigen kann, diese Struktur?

LL: Ja, genau!

JH: Das war die Diskussionsecke, das sogenannte „Parlament“. Das ist eine sehr schöne räumliche Skulptur, in der die Führungen gestartet sind. Das war ein Diskussionsort. Der Essay *Museums as Contact Zones* von James Clifford war ein wichtiger Essay für uns. Dieser Raum war quasi eine Kontaktzone zwischen dem öffentlichen Raum auf dem Platz vor dem Museum und dem, was im Museum stattfindet. Da gab es eben diesen Raum, den man frei betreten konnte, der keinen Eintritt gekostet hat, wo Veranstaltungen stattgefunden haben, Diskussionen, Workshops. Es gab Bücher und Zeitungen, man konnte einen Kaffee trinken, aber man konnte sich auch etwas zum Essen mitbringen. War sehr niederschwellig angelegt, damit auch Leute ihn nutzen konnten, die nicht zwingend Interesse am Museum haben. Der Raum ist jetzt wieder ein Ausstellungsraum. Der OPEN SPACE soll nochmal kommen, konnte aber jetzt wegen Corona nicht eingerichtet werden.

LL: Also er wird momentan nicht wieder zu einem Ausstellungsraum umfunktioniert, sondern wird dann nochmal zu einem OPEN SPACE gemacht werden?

JH: Der soll nochmal zu einem OPEN SPACE gemacht werden, ist aber im Moment ein klassischer Ausstellungsraum. Er ist auch davor und danach Ausstellungsraum gewesen, zum Beispiel bei der Ausstellung mit Ai Weiwei. Der war nur durch ein Konzept, das von uns entwickelt worden ist, dieser OPEN SPACE geworden.

LL: Weil wir schon beim Ausstellungsraum sind, würde mich da interessieren wie der Raum und die Vermittlung zusammenhängen und ob sich Raum auf die personale Vermittlung auswirken kann. Welche Parameter gibt es denn vom Raum, die sich auf Vermittlung auswirken können, auf die Gruppe, auf den/die Vermittler_in, die das ganze vielleicht beeinflussen oder auch lenken können? Das kann von der Architektur, der Raumstruktur bis über die Ausstellungsobjekte gehen.

JH: Das ist natürlich sehr komplex. Eigentlich beginnt aus meiner Sicht die Vermittlung im Grunde genommen in dem Moment, wo ich das Gebäude überhaupt wahrnehme, ob das im digitalen oder im realen Raum stattfindet. Das merkt man auch daran, wenn man Programme gestaltet, wo man die Möglichkeit hat, diese Dinge zu thematisieren. Das haben wir zum Beispiel in der Arbeit mit Grundschüler_innen festgestellt, die wir gebeten haben, uns Verbesserungsvorschläge zu machen. Eine der ersten Sachen, die sie gesagt haben, war: „Warum soll ich da reingehen? Ich weiß gar nicht, wozu das da ist, das Haus.“ In dem Fall war es das K20 mit seiner schwarzen, sehr hermetischen Fassade. Da sieht man ja auch nicht, wo der Eingang ist. Das ist ein extrem verschlossenes Gebäude, bei dem sehr viel Wert gelegt wurde auf eine Art eleganter Erscheinung. Für Schüler_innen ist es überhaupt nicht klar, warum sie da reingehen sollen. Das heißt, da beginnt bereits die Frage: Wie vermittele ich eigentlich was drinnen stattfindet? Die Schüler_innen haben dann als Vorschlag ein Leitsystem entwickelt, bei dem sie im Außenraum mit großen Pfeilen auf den Eingang hingewiesen haben. Das war schön, was sie uns vorgeschlagen haben.

Das ging dann weiter, setzte sich darin fort, dass sie das Foyer kritisiert haben, und das gilt für beide Häuser. Im K20 sieht das Foyer aus wie die Empfangshalle in einem Meldeamt, da stehen eine Kasse und ein paar Bänke, und das war's. Dann gibt es einen Shop, aber der Shop ist eben ein Shop. Im anderen Haus ist es ein bisschen anders, dadurch dass sich diese riesige Piazza öffnet, dieser riesige Raum unter der Glaskuppel. Da guckt man sofort nach oben, das ist ein anderes räumliches Erlebnis. Zu der Frage, wie dieser Raum gestaltet ist, hat mir gerade eine Kollegin nach einer Veranstaltung nochmal ein Feedback gegeben. Sie kommt aus dem Theaterbereich und hat gesagt, bei euch merkt man, dass der Fokus auf den Objekten liegt, nicht auf den Menschen. Ich kann das, ehrlich gesagt, bestätigen. Das ist auch meine Erfahrung in den musealen Räumen. Es gibt oft sogar eine Diskussion, ob überhaupt Bänke reingestellt werden können, weil die die Objektwahrnehmung stören könnten. Es betrifft auch oft die Beschriftungen, die nicht groß sein dürfen, damit sie die Objektwahrnehmung nicht stören, was aber extrem viele Leute ausschließt usw. Wir haben ständig Diskussionen über diese Fragestellungen. Das ist die eine Seite: Wie einladend sind die Räume? Wie stark signalisieren wir, dass hier Menschen willkommen sind? Umgekehrt sind es die weißen Räume, ist es die klassische White Cube-Inszenierung, die oft dazu führt, dass die, die noch nie da waren, sagen, das ist edel, das ist irgendwie ein tolles Gefühl, durch so einen edlen Raum zu gehen. Auch das gibt es. Es gibt also durchaus sehr widersprüchliche Wahrnehmungen an der Stelle. Ich bin sehr oft bei der Kritik, stelle aber auch fest, es gibt Menschen, die das auch sehr schätzen. Und das müssen nicht klassische Museumsbesucher_innen sein, die eigentlich schon so darauf konditioniert sind. Im Sinne von Gesten des Willkommens oder der Frage, für wen das Ganze eigentlich gedacht ist, finde ich, dass man sehr deutlich merkt, dass Museen in jeder Hinsicht Bühnen sind. Ich habe das zuletzt nochmal in einem anderen Kontext gehört, dass Museen Bühnen für die kosmopolitischen Eliten sind. Das ist ein Effekt, den ich bestätigen kann. Wir versuchen, viele Menschen einzuladen, die sich in weniger privilegierten Lebensverhältnissen befinden. Manchmal ist es so, dass das Publikum, das oft da ist, es so wahrnimmt, dass diese Menschen vermeintlich nicht hierhin gehören.

Wir hatten einen Fall bei der Zusammenarbeit mit einer Förderschule, den nenne ich öfters, weil das ein sehr problematischer Fall war. Wir arbeiten öfters mit Förderschulen zusammen. In diesem Fall war es eine Förderschule für emotional-sozialen Förderbedarf. Die Schüler_innen verhalten sich manchmal nicht so, wie man das vielleicht von einer gymnasialen Oberstufe erwartet, wie das vielleicht das bürgerliche Publikum, das hier bei uns einen großen Teil ausmacht, das erwartet. Ein Besucher hat eine der Pädagoginnen angesprochen und gesagt: „Was ist denn das hier für eine Klasse?“ Daraufhin hat sie gesagt, das ist eine 8. Klasse, weil sie gemerkt hat, in welche Richtung die Frage zielte. Er hat aber weiter nachgebohrt, so lange nachgebohrt, bis die Schüler_innen das gemerkt haben. Die Schüler_innen haben sich dann selbstprofilert und gesagt, „Förderschule, ey, Förderschule“. Dieser Effekt, dass für weniger privilegierte Menschen dieser mit Privilegien belegte Raum zu diskriminierenden Erfahrungen führen kann, das ist nicht nur da der Fall. Das haben wir auch gemerkt, als wir zum Beispiel

mit Aktivist_innen aus BIPOC-Communities gearbeitet haben, die gesagt haben, wir brauchen Safe Spaces und wollen nicht in den OPEN SPACE gehen, weil das für uns kein Safe Space ist. Ebenso wie unsere Ausstellungsräume keine Safe Spaces sind. Das heißt, die Muster von Privilegien und von Deprivilegierung, die reproduzieren sich im Museum, weil die Räume so strukturiert sind wie sie sind, eine Art von Bühnen sind. Und weil wir aus meiner Sicht auch bislang viel zu wenig über diese Fragestellung reflektieren.

LL: Man sieht daran auch, dass die anderen Besucher_innen, die Individualbesucher_innen Teil des Raums sind und eben der Raum nicht nur eine Hülle ist mit Objekten gefüllt, sondern dass die Beziehungen zwischen den Menschen und auch zwischen den Objekten und Menschen diesen Raum ausmachen und Räume schaffen.

JH: Genau.

LL: Das wollte ich mir auch ein bisschen anschauen. Und das war jetzt ein gutes Beispiel dafür, dass die anderen Besucher sehr wohl auch einen Einfluss haben auf die Gruppen oder auf die Vermittlung.

JH: Absolut. Es kommt noch ein dritter Punkt hinzu. Der hat jetzt eher etwas mit der konkreten Vermittlung im Raum zu tun. Ich glaube, dass der White Cube seine Berechtigung hat, wenn man reflektiert, warum man diese Form einsetzt. Es ist aber in vielen Kunstmuseen eine Konvention, die nicht ausreichend reflektiert wird aus meiner Sicht, die einfach ganz automatisch ständig reproduziert wird. Ich denke sehr kritisch über die Frage nach: Wie werden gerade durch den White Space die Machtverhältnisse, die dahinterstehen, verschleiert, gerade durch diese Form der Präsentation? Das geht zurück auf Oliver Marcharts sehr kritische Kommentare zu dem Thema, die ich berechtigt finde. Wir haben uns gerade mit dem Zusammenhang zwischen kultureller und politischer Bildung beschäftigt. So wie unsere Ausstellungsräume inszeniert sind, würde ich das als Form der Verschleierung sehen. Wir legen nicht offen, woher die Sammlung kommt. Warum ist das Gebäude überhaupt gebaut worden? Warum gibt es das in dieser Form? Wie kommt die Auswahl der Werke zustande? Wer hat ausgewählt? Wer arbeitet hier? Usw. Das ist alles nicht sichtbar, das liegt alles hinter den Kulissen. Wir setzen bestimmte Dinge einfach voraus. Wollen wir sie gar nicht offenlegen?, frage ich mich manchmal.

LL: Thematisiert das dann die Vermittlung mit den Besucher_innen?

JH: Ja, das machen wir teilweise. Das ist eine ganz interessante Sache. Zwischen 2015 und 2019 haben wir intensiv auch Führungen gemacht, die sich mit diesen Fragen beschäftigt haben. Das stößt aber bei unserem klassischen Publikum oft auf Irritation. Es ist wirklich schwierig, solche Führungen zu machen, da braucht man ein gutes Training vorher. Weil die Irritation darin liegt, dass viele erwarten, dass man die Werke vermittelt. Was wir aber tun, ist, das Setting zu thematisieren. Das irritiert. Die Habitus-Fragen, die Bourdieu thematisiert, sind sehr eng mit dem Museum verbunden. Wenn man anfängt, das Setting zu hinterfragen, fühlen die Menschen selbst sich oft hinterfragt. Das bedarf einer sehr klugen Vermittlungsstrategie, diese Themen einzuführen.

LL: Wie viel Einfluss haben dann Museumsrichtlinien auf die Vermittlung im Raum?

JH: Die von ICOM oder vom Deutschen Museumsbund?

LL: Egal, oder auch mit den neuen Corona-Beschränkungen gibt es sicher auch Regelungen, die die Vermittlung direkt beeinflussen wie zum Beispiel Personenregelungen, die vielleicht die Dynamik im Raum verändern?

JH: Natürlich macht das was aus, ob man sich direkt sieht oder nicht. Die Masken allein machen etwas aus. Wir haben am Anfang mit Visieren gearbeitet, das geht aber jetzt auch nicht mehr. Diese Form von Entfremdung, die mit dem Verdecken des Gesichts zu tun hat, ist deutlich spürbar. Wir haben jetzt zuletzt wieder ein Format wiederholt unter Corona-Bedingungen. Das war sehr schwierig, aber wir haben es unbedingt verfolgen wollen. Das Format heißt „Ideenwerkstatt“, mit dem wir den OPEN SPACE vorbereiten. Da laden wir die Leute aus der Stadtgesellschaft ein, mit uns gemeinsam das Programm zu entwickeln. Das heißt, es ist gar kein Kunstvermittlungsprogramm, sondern es ist ein kollaboratives Format zur Vorbereitung des Vermittlungsprogramms. Sehr interessant. Der Bedarf, sich vor Ort zu treffen, war enorm. Wir hatten eine große Nachfrage, es waren 50 oder 60 Leute insgesamt da. Wir haben tatsächlich einen ganzen Tag lang über diese Programmentwicklung gesprochen. Es ging nur im K21, weil da der Luftraum größer ist. Die Leute wollten kommen, wollten sich treffen, wollten unbedingt da sein. Das Bedürfnis nach persönlichem Kontakt ist ungeheuer hoch. Das stellen wir an verschiedenen Stellen fest, zum Beispiel auch bei Lehrerfortbildungen. Die Leute wollten auf jeden Fall kommen.

LL: Das sind aber dann trotzdem kleinere Gruppen nehme ich an?

JH: Ja, genau. Diese 50 Personen sind dann einfach in fünf Kleingruppen verteilt worden, also eben 10 Personen. Das machen wir auch bei Führungen so. Wir gehen jetzt von 10 auf 6 Leute runter. Wenn wir wieder öffnen, sind wir also zu sechst in Gruppen. Wir haben es eine Zeit lang bei dem Kinderprogramm oder Familienprogramm so gemacht, dass wir gesagt haben, nur zwei Haushalte usw. Also wir sind insgesamt auf kleinere Gruppen runtergefahren und haben geguckt, wie man die Kontaktbeschränkungen einlösen kann. Da gab es unterschiedliche Lösungen, aber es funktioniert ganz gut.

LL: Und jetzt anders herum gesehen: Gibt es auch Einflüsse von der Vermittlung auf den Raum? Es können temporäre Dinge sein, es kann aber auch in permanenter Form sichtbar sein.

JH: Hier im Haus eigentlich nicht. Hier gibt es schon klassisch die Auffassung, dass der Raum vom kuratorischen Bereich bespielt wird. Die Vermittlungsformate haben über die Jahre gewechselt, weil das auch von den jeweiligen Präferenzen der Kurator_innen abhing. Im Labor gab es natürlich die Möglichkeit, dass unsere Besucher_innen den Raum mitgestaltet haben, je nachdem was die Künstler_innen angeboten haben, aber das hat natürlich nicht unbedingt mit Vermittlung zu tun, sondern einfach mit der künstlerischen Idee von Interaktion. Im Labor danach, als wir über die Sammlung verhandelt haben, konnten die Teilnehmenden in den Workshops im Labor tatsächlich den Raum mitgestalten unter bestimmten Bedingungen. Dafür gab es bestimmte architektonische Bausteine. Daraus sind teilweise sehr wilde Installationen geworden. Da wurden z. B. Pflanzen reingestellt. Der Raum war ja offen, also dem Sammlungsbereich angegliedert. Einmal haben die Teilnehmenden Wäscheleinen aufgehängt und Sachen daran aufgehängt usw. Es gab starke Möglichkeiten zur Intervention. Das hat in der kuratorischen Abteilung für Irritationen gesorgt. Manche Kolleg_innen fanden, das war ein „Gebastel“, da gab es die ganz klassischen Diskussionen zwischen dem Vermittlungs- und kuratorischen Bereich. Es sind bestimmte Themen, denen Sie bestimmt nicht zum ersten Mal begegnen. Ich vermute, dass die Diskussionen auch dazu geführt haben, dass das Labor geschlossen wird.

LL: Haben die Vermittlung oder die Gruppen dann auch Einfluss auf die anderen Besucher, die sich in den Räumen befinden?

JH: Ja, man kann natürlich beobachten, dass gerade Kinder- und Jugendgruppen meistens gerne gesehen werden. Manche sagen auch: „Seid mal leise“ oder so, es gibt auch diese Erfahrung, aber grundsätzlich wird die Arbeit eher positiv gesehen. Man muss eher aufpassen, dass die Gruppen nicht beobachtet werden, weil ihre Arbeit neugierig macht. Manchmal machen wir auch kleinere Projekte, wo Dinge temporär im Raum liegen gelassen werden. Das geht bei uns nur temporär, dass man da mal was hinlegt oder mal was kommentiert wird. Wir arbeiten oft mit der Frage: *Was wird sichtbar?* Eine sehr gute Frage für die Vermittlung, zum Arbeiten mit Raum, weil man damit auch die Aufsichten thematisieren kann oder die

Klimaanlage. Alles Mögliche kann man thematisieren, auch die Kunst kann man markieren im Raum. Das ist interessant. Was fällt den Leuten auf? Das führt auch manchmal dazu, dass andere Besucher_innen darauf reagieren. Das ist das, was mir spontan dazu einfällt.

LL: Sie haben das schon angesprochen mit dieser Unterscheidung zwischen Kurator_innen auf der einen und der Vermittlung auf der anderen Seite. Wie ich das jetzt wahrgenommen habe, ist das noch ganz klar und strikt getrennt bei Ihnen in der Institution. Hat Ihrer Meinung nach der/die Kurator_in sehr großen Einfluss auf den Raum und die Vermittlung eher weniger?

JH: Ja, auf jeden Fall. Ich bin seit 2009 hier am Haus, und seit 2010 ist klar, wie die Vermittlung läuft. Seitdem gibt es Teams, in denen die Vermittler_innen jeweils mit einem Kurator oder einer Kuratorin zusammenarbeiten. Da sind wir also oft Doppelteams, die arbeiten dann zu den Ausstellungen zusammen und entwickeln im Dialog das Vermittlungsprogramm. Die Vermittlung macht Vorschläge, und die Kurator_innen stimmen sich darauf ein. Es ist individuell sehr verschieden, wie die Kurator_innen Lust haben oder ihre Haltung dazu ist, die Vermittlung miteinzubeziehen oder nicht. Generell gibt es einen großen Wunsch, die Vermittlung miteinzubeziehen. Meistens ist es aber so, dass es gewünscht wird, dass die Ausstellungsinhalte „nach außen“ vermittelt werden. Es gibt aber auch einige Kurator_innen, die anders darüber denken, vor allen Dingen, seitdem wir ein größeres Forschungsprojekt hier hatten, das *Museum global*-Projekt. Die durchaus sagen, wir müssen stärker uns selber hinterfragen und gucken, wie wir arbeiten. Das hat sich verstärkt bei bestimmten Kolleg_innen, sodass die Vermittlungsformate sich auch teilweise verändert haben. Aber im Räumlichen ist es eigentlich so, dass die Kurator_innen bestimmen. Es gibt einige Bereiche, wo Bücher ausliegen oder Ähnliches, das kuratieren dann die Kolleg_innen aus unserer Abteilung mit, Sitzcken und solche Dinge, das gibt es manchmal. Aber insgesamt ist das eher seltener.

LL: Und würden Sie sagen, dass das noch allgemein der Fall ist oder gibt es auch Institutionen, wo das aufbricht und sich mehr vermischt? Wie ist das in Deutschland? Haben Sie da einen Überblick?

JH: Das hängt vom Vorstand ab. Das ist wirklich eine Frage der Haltung des Vorstands. Es gibt zunehmend Kolleg_innen, denen klar ist, dass die gesellschaftlichen Veränderungen, die im Moment stattfinden, es möglich machen, die Vermittlung sehr viel stärker miteinzubeziehen. Das ist sehr deutlich. Die Vermittlung hat ja in den letzten 10 Jahren schon ein deutlich anderes Gewicht bekommen, auch letztlich durch Förderprogramme, die jetzt aber wieder wahrscheinlich abnehmen werden, weil jetzt andere Themen wie der Klimawandel in den Fokus rücken. Aber trotzdem hat die Förderung schon zu einer Erhöhung der Bedeutung von Vermittlung geführt. Es wird vor allem klar, dass die Gesellschaft sich verändert, dass die Mehrheitsverhältnisse sich verändern, dass das klassische Bildungsbürgertum rückläufig ist, dass die Notwendigkeit besteht, sich neu einzustellen auf das Publikum oder auf ein potentiell Publikum, wer auch immer das Publikum ist. Die Haltung zu diesen Fragen ist aber total unterschiedlich. Es gibt viele, die Outreach verfolgen. Ich bin da ziemlich kritisch, weil Outreach nicht geht ohne Inreach. Ich muss also auch bereit sein, etwas zu lernen und nicht nur meine Themen nach außen zu tragen. Das ist das, was wir in den *Ideenwerkstätten* versuchen, indem wir die Leute einladen und fragen: Was findet ihr interessant? Würdet ihr die Ressourcen, die der Raum bietet, gerne nutzen? Da kommt ein bisschen was in Bewegung in den Museen, abhängig davon, wer das Haus leitet und welchen langen Atem er oder sie mitbringt. Denn die Institutionen sind, je größer sie sind, umso schwerer zu verändern. Aber es gibt einige Häuser, die sehr interessant sind, auf jeden Fall.

LL: Outreach bedeutet ja auch, dass man Kooperationen eingeht und das machen sie ja bereits?

JH: Kooperationen sicher. Aber da stellt sich nochmal die Frage: Wie? Zu wessen Nutzen? Wer profitiert? Ich glaube, das ist sehr wichtig, wirklich auch nochmal zu gucken, welche Machtverhältnisse bestimmen so eine Kooperation, wie funktioniert das da. Ich bin sehr froh darum, dass unsere sehr kritischen Partner_innen ein Auge darauf haben. Die Initiative

Schwarzes Haus, eine Initiative der Black Community z. B., achtet sehr genau darauf, dass wir sie nicht für unsere Zwecke benutzen. Und das ist sehr gut so, finde ich. Die Frage betrifft auch Schüler_innen und Kinder. Wichtig ist, dass man sie nicht instrumentalisiert, sondern dass man versucht, im Rahmen der Möglichkeiten der Bildungsinstitutionen sie als Partner_innen zu begreifen und nicht nur als Adressat_innen.

LL: Fänden Sie es denn sinnvoll eine Stelle für Community Outreach zu schaffen? Es gibt das in manchen Museen mittlerweile schon. Oder soll das Teil der Vermittlung sein? Oder soll das ganz anders ablaufen und heißen?

JH: Das ist eine schwierige Frage. Ich glaube, das hängt von der Größe der Institution ab und davon, wie sie strukturiert ist. Es gibt ja das 360° Programm, das kennen Sie vielleicht, von der Kulturstiftung des Bundes. Hier in Deutschland werden Institutionen dafür gefördert, dass sie eine Diversifizierung der Institution bezogen auf Personal, Publikum und Programm anstoßen. Der Erfolg hat mit der inneren Struktur der Häuser zu tun. Wird das Thema als eine Querschnittsaufgabe durch alle Abteilungen hindurch gesehen? Oder ist es nur eine Stelle, die diese Aufgabe hat? Dann bringt es aus meiner Sicht nichts. Das Thema muss die Ausstellungen ebenso miteinbeziehen als das Bildungsprogramm. Man muss einfach insgesamt anders, auch da transdisziplinär denken.

LL: Vielleicht können wir noch kurz den Raum wechseln und zwar zum virtuellen Raum. Der hat ja jetzt irrsinnig an Präsenz gewonnen durch den Lockdown und jetzt wahrscheinlich wieder durch den zweiten Lockdown. Wie hat das Ihrer Meinung nach funktioniert, dass sich die Museen in den virtuellen Raum verlagert haben und versucht haben da Programme zu schaffen und Formate zu entwickeln? Wie haben Sie die Situation da wahrgenommen?

JH: Viele Institutionen haben sich da wirklich sehr intensiv auf den Weg gemacht und da sehr viel Arbeit reingesteckt. Es gibt schon einige Museen, die in diesem Bereich sehr profiliert sind, das Städel zum Beispiel, die da schon sehr viel gemacht haben. Aus meiner Sicht würde es uns allen gut tun, wenn wir nochmal die spezifischen Bedingungen des digitalen Raums diskutieren würden. Da gibt es, finde ich, verschiedene Schwierigkeiten. Zum einen ist es so, wenn ich aus der Vermittlung heraus denke, hat der digitale Raum – ich bin keine Expertin in dem Bereich, das muss ich dazu sagen – die Schwierigkeit, dass er oft eher einseitig funktioniert, also tatsächlich zu einer sehr altmodischen Form der Vermittlung zurückführt. Unter welchen Bedingungen ist Beteiligung möglich? Da finde ich die Social Media bedingt geeignet. Und da sind wir beim nächsten Thema: Inwiefern ist der digitale Raum kommerziell bewegt? Das wird meiner Meinung nach viel zu wenig kritisch reflektiert. Wir benutzen viel zu unreflektiert Plattformen, die von großen Playern bereitgestellt werden, die kommerzielle Interessen verfolgen. Sie werden oft sehr unreflektiert genutzt, finde ich. Einfach weil es die großen Player sind, weil die Reichweite der Plattform so riesig ist. Aber wir arbeiten in dem Fall in Bedingungen, die wir nicht durchschauen, die intransparent sind, die politisch nicht ausreichend reflektiert werden, auch nicht kontrolliert werden, und machen uns abhängig an verschiedenen Stellen. Ich finde, dass es unsere Aufgabe ist, immer auch die Bedingungen von Vermittlung mitzudiskutieren. Deshalb auch der Gang in die Schule – nochmal die Schleife zurück zum Anfang unseres Gesprächs, zur Frage der Bedingtheit eines Vermittlungsformats: Was ist das für ein Setting, in dem wir uns gerade befinden? Die Möglichkeit, die Räume mitzureflektieren, ist im digitalen Raum nochmal deutlich schwieriger. Das finde ich eine große Herausforderung im digitalen Raum. Das passiert auch bei uns bislang nicht ausreichend. Wie kann das gemacht werden? Auch in diesem Bereich gibt es ein sehr gutes Förderprogramm von der Kulturstiftung des Bundes. Ich finde es sehr interessant formuliert, weil es da auch um die Bedingungen des Digitalen geht und um Open Source-Möglichkeiten.

LL: Haben Sie da Formate entwickelt? Sie haben von Videos gesprochen während der Corona-Zeit. Gab es sonst noch andere Dinge wie sie den virtuellen Raum bespielt haben oder verwendet haben?

JH: Bei uns ist es so, dass für den digitalen Bereich überwiegend die Kommunikation zuständig ist, das heißt das Marketing. Das ist aus meiner Sicht noch differenzierter zu klären, weil inhaltlich nicht zwischen Marketing und Bildung unterschieden wird. Ich hatte darum gebeten, dazu ein Konzept oder eine Haltung des Vorstands zu bekommen. Das finde ich deswegen so wichtig, weil es zum einen natürlich um Kapazitätsfragen, Personalfragen usw. geht. Zum anderen geht es mir aber vor allem darum: Wie unterscheiden sich Bildung und Marketing? Das sind für mich zwei unterschiedliche Dinge. Beim einen geht es darum, Dinge zu verkaufen. Das ist nun mal so beim Marketing, wir verkaufen ja auch gute Sachen. Aber bei der Bildung geht es darum, auch die Bedingungen des Vermittelns mitzureflektieren. Damit muss ich auch die Möglichkeit zulassen, Dinge nicht zu „kaufen“. Die Unterscheidung wird in vielen Häusern nicht getroffen. Davon sind auch viele Formate geprägt, dass diese Unterscheidung nicht stattfindet. Da liegen bei uns auch die Grenzen unserer Gestaltungsspielräume in der Bildung. Fast alles läuft über die Homepage bzw. über Facebook und Twitter, und das ist das Hoheitsgebiet der Kommunikation. Ich hatte mir immer gewünscht, dass wir eine eigene Plattform für die Bildung bekommen. Das war bislang noch nicht möglich.

LL: Gleichzeitig ist man an das Marketing auch irgendwo gebunden, weil man ja nach außen hin beworben werden möchte, dass überhaupt Leute zu einem Programm kommen und von den Dingen wissen, die das Museum anbietet. Noch kurz die Frage: Wo haben Sie denn Ihr Büro? Sind Sie im K20 oder im K21? Gibt es zwei Stellen?

JH: Wir haben zwei Büros. Wir haben alle Büros hier im K20. Das heißt, wir haben hier einen zusammenhängenden Flur direkt neben dem Sammlungsbereich. Wir haben im K21 noch ein weiteres Büro, das wir nutzen können. Das ist auch wichtig und gut so, weil wir auch drüben Dinge erledigen müssen. Aber wir sind hauptsächlich hier im K20.

LL: Hätten Sie gern noch mehr Platz oder Raum für die Vermittlung?

JH: Im Bürobereich bräuchten wir jetzt noch mehr Räume, weil wir wegen der Corona-Abstandsregeln mehr Platz brauchen. Das ist auch der Grund, warum wir überwiegend hier im K20 sind. Drüben im K21 gibt es nicht so viele Büros in dem historischen Gebäude. Noch dazu liegen sie im Untergeschoss, das heißt im Souterrain. Das heißt, wir haben hier viel angenehmere Räume.

Ich hätte außerdem gerne für uns einen „Experimentalraum“, einen Raum, der changiert und umdefiniert werden kann. Der auch mit einem Publikum gemeinsam für unterschiedliche Zwecke umgestaltet werden kann. Das wäre für mich auch der erste Schritt, den Raum an der Schnittstelle zwischen Bildung und Ausstellen zu verändern. Ein Raum, in dem Dinge erprobt werden könnten. So ein Raum fehlt mir. Die Werkräume haben ja eine klar definierte Nutzung, da werden einfach praktische Arbeiten gemacht. Es ist sehr wichtig, einen Experimentalraum zu haben, den wir viel stärker gemeinsam mit dem Publikum definieren können, nach dem Motto: Was wird jetzt gerade gebraucht? Vielleicht eine Bar oder ein Salon oder sowas...ist ja alles möglich...oder eine Höhle?

LL: Eine letzte Frage: Haben Sie einen Lieblingsraum im K20 oder im K21, kann auch im virtuellen Raum sein, den Sie gerne mit Besucher_innen teilen möchten?

JH: Mein Lieblingsraum ist der OPEN SPACE gewesen. Wir haben ihn alle – viele Kolleg_innen, die mit ihm verbunden waren – sehr genossen. Weil wir uns da mit dem Publikum gemischt haben. Wir haben da auch unsere Besprechungen gemacht, wir haben dort gesessen wie alle anderen Nutzer_innen, die einfach da waren. Und zu beobachten, dass Leute einfach kommen und die Zeitung lesen, wieder gehen oder da schlafen oder ich weiß nicht was, war einfach toll. Also der Raum ist der absolute Lieblingsraum gewesen, eine Kontaktzone.

LL: Ich habe richtig Lust bekommen nach Düsseldorf zu kommen ins K20 und K21. Ich sehe auch so Parallelen hier zu der Albertina, wo ich als Vermittlerin arbeite. Das ist doch noch ein konservatives Haus mit starken Strukturen, wo die Vermittlung zwar Dinge versucht, aber noch nicht alles immer machen kann.

JH: Ich glaube, das fasst es ganz gut zusammen. Ja, ich denke schon, dass wir von der Tendenz noch ein konservatives Haus sind.

5 – Interview mit Karin Schneider, Lentos Kunstmuseum, Linz

Gesprächspartnerin: Mag. Karin Schneider, Leitung der Kunstvermittlung am Lentos Kunstmuseum, Linz.

Datum: 06.11.2020, 13 Uhr.

Dauer: 73:24 Min.

LL: Karin Schneider, du arbeitest im Lentos Kunstmuseum in Linz und bist dort die Leitung der Vermittlung. Deshalb habe ich mich auch an dich gewandt, dass ich dir ein paar Fragen stellen kann zum Thema Raum und Vermittlung. Vielleicht kannst du nur kurz am Anfang sagen, wie du zur Vermittlung gekommen bist?

KS [Karin Schneider]: Das ist wirklich eine insofern schwierige Frage, weil es schon so lang her ist. Um ehrlich zu sein habe ich das eigentlich schon in der Schule gemacht. Das ist mir erst vor kurzem wieder bewusst geworden, dass ich tatsächlich meine erste Vermittlungsaktion mit 16 in der Kindergalerie *Lalibela* für einen Haufen Kinder gemacht habe als Schulprojekt, Kooperationsprojekt damals. Ich habe dann eben nicht Kunst studiert, sondern angefangen Geschichte zu studieren. Dennoch war das immer für mich ein Sehnsuchtsort und ich bin dann relativ bald nach meinem Studiumsbeginn, als sich das dann so aufgetan hat, zum damaligen StörDienst.

Ein Teil dieser damaligen Zeit, in der Vermittlung noch kein fixer Bestandteil in einer Institution war, sondern eben eine eher auf freiem organisierten Engagement beruhende Geschichte, war aber auch da ein ziemlich hoher Anspruch im Vergleich zu heute. Das heißt, ich war eigentlich ein ganzes Jahr eher Zuschauerin, Lernende, ständig in Reflexionsprozesse Verwickelte und das war wirklich auch ganz wichtig, bevor ich das erste Mal selber irgendwas gemacht habe in die Richtung. Das würde ich mir heute manchmal so ein bisschen wünschen. Ich weiß, dass das im Vergleich zu einer heutigen Situation ein extremer Luxus ist. Das war aber in der selbstorganisierten Zeit die Voraussetzung, weil man natürlich auch extrem darauf bedacht war einen bestimmten Qualitätsanspruch zu halten.

Ich war auch sehr engagiert in der ÖH in meinen Studienjahren, unter anderem Studienvertreterin. Habe dadurch danach eine Zeit lang auch den Vorsitz beim StörDienst übernommen. Daraufhin hat das Museum eigentlich das gemacht, was man seit es Gewerkschaften gibt, seitens der Unternehmen gelernt hat zu tun, die Personen die wirklich gut sprechen können für die Anliegen aller, biete denen einen Job an und mache sie zum Teil des Unternehmens und das war dann auch so. Ich habe dann mit Wechsel in der Abteilungssituation im Museum Moderner Kunst in der Zeit, in der ich eben so passioniert die Institution gefightet habe und um Gehälter gekämpft habe, die Stelle als Sprecherin dieses Teams angeboten gekriegt, ein paar Stunden fix als Job zu haben, damals noch allerdings ohne Anstellung. Auch diese Bürojobs waren damals noch ohne Anstellung, weil das Bundesmuseen waren und die durften gar keine neuen Anstellungen kreieren. Der Übergang zwischen dem rein autonom arbeiten und dem in der Institution war für mich glaube ich sehr hart. Ich glaube nicht, dass ich da so gut performt habe auch, weil das natürlich zum härtesten gehört ever, wenn du aus einem Team heraus in eine einem Team übergeordnete Position kommst. Aber gleichzeitig war mir klar, erstens war es natürlich ganz gut etwas Stabileres zu haben, also ich habe ja viele Jahre wirklich total auf freier Basis in ganz unterschiedlichen Häusern gearbeitet. Wir dachten damals so ein bisschen noch wir können diesen Institutionalisierungsprozess, dem wir sehr skeptisch gegenüber gestanden sind, und dem ich immer noch skeptisch gegenüber stehe, ein bisschen fighten, indem wir uns selber als Institution sehen, aber das hat dem Zahn der Zeit überhaupt nicht entsprochen. Wir haben zwar dann als Personen, die über den Verein StörDienst einen bestimmten Namen hatten und bekannter waren, aber trotzdem als Personen Aufträge bekommen in anderen Häusern, also Bärbl Zechner und ich und Andrea Hubin, die wir dann mit reingenommen haben in die Generali Foundation. Eine andere Kolleginnengruppe vom StörDienst und ich im Technischen Museum und im Volkskundemuseum und im Künstlerhaus. Also das ist schon aufgegangen. Aber was nicht aufgegangen ist, war, dass die Institutionen ok damit waren, dass wir unter einem bestimmten Label, nämlich unter dem Label *Wir sind der StörDienst* als eigene Firma dort arbeiten, weil es in der Zeit, wir

sind da jetzt schon Ende der 90er Jahre, immer mehr in Richtung Institutionen benutzen Vermittlung auch als eine Art Aushängeschild für sich selber gegangen ist.

Ich hatte dann eben diese Stabstelle Kunstvermittlung im mumok. Keine Abteilungsleitung. Es war noch immer keine Abteilung. Danach war ich zehn Jahre in projektgebundener Forschung. Aber was mir dabei schon abgegangen ist, ist, dass ich das Gefühl hatte in diesen Forschungskontexten zu weit weg von der Realität zu sein. Und ich erzähle mir das jetzt immer auch aufs Neue, wenn ich wieder damit hadere wie das so ist in den institutionellen Gefügen, dass das aber der Realitycheck ist, den ich wollte. Weil der interessanteste Blick auf Vermittlung nützt nichts, wenn man nicht versteht, wo die Handlungsspielräume dort sind, wo halt Vermittlung gemacht wird und die sind halt heutzutage in den Institutionen und weniger als freier Verein in vielen Fällen zumindest. Das geht jetzt wirklich in den Institutionen von den Institutionen aus. Das ist eine Entwicklung, die man auch anerkennen soll, die man auch nicht schmälern soll. Aber wenn einem das wichtig ist, hat man halt Jobs, die mit Institutionen zu tun haben. Das war eine sehr lange Antwort auf diese Frage.

LL: Spannend zu sehen, dass du mehrere Seiten kennengelernt hast, also das Freelancen, aber auch das Selbstorganisierte im Verein und dann aber auch institutionell gebundene Arbeit. Ich wollte eigentlich schon sagen, dass es schön ist, dass man Vermittlung wieder machen kann in den Museen nach dem ersten Lockdown. Jetzt haben wir einen zweiten und die Museen sind wieder zu. Vielleicht kannst du kurz schildern wie sich der erste Lockdown auf das Lentos ausgewirkt hat und auf deine Abteilung?

KS: Ja, da braucht man ein bisschen mehr Zeit, um das zu reflektieren. Das kann man noch gar nicht wirklich sehen. Ich meine, der erste Lockdown war auf jeden Fall so, dass wir sehr schnell reagiert haben etwas zu machen, egal was es war, so ungefähr. Wir hatten keine Zeit, intensiv daran zu arbeiten. Ich glaube, auch aus einem Mittelding heraus einfach sehr schnell beweisen zu wollen, zu sollen und möglicherweise auch zu müssen, dass Vermittlung da ist und ein Faktor ist unabhängig der Öffnung und der Schließung eines Museums. Wobei man auch dazu sagen muss, Lockdown bedeutete da, weil es da ja um bestimmte Maßnahmen ging, und nicht einfach um Museumsschließungen, eine vollkommen andere Situation als die, die ein Museum hat, wenn es mal eine Zeit schließt, die es immer wieder in Museum gibt. Also meine Hauptzeit im mumok, wie ich so wirklich angefangen habe mit dem Job im Büro, war ja ein vollkommen geschlossenes Museum inklusive geschlossener Büros, eine Zeit, wo es ein Museum nicht gab und neu aufgebaut wurde. Aber das war ganz anders als im Lockdown, weil wir haben in der Zeit so Projekte gemacht, wie das Museum kommt in die Schule und sehr viele Konzepttreffen gehabt, die wir aber auch damit verbracht haben, um uns Sachen anzuschauen vor Ort. Gerade dieses Museum-kommt-in-die-Schule-Projekt war ein total cooles Projekt, das wir dann auch beibehalten haben. Sowas kannst du ja während dem Lockdown nicht machen. Auch im Weltmuseum diese vielen Jahre, wo die zu waren und umgebaut haben und alles neu aufgestellt haben, war ich ja beteiligt an dem Projekt *Sharing Stories*. Das hat auch darin bestanden, dass wir Outreach-Sachen gemacht haben, Leute aufgesucht haben.

Das hat auch in meinem Hirn eine Zeit gebraucht zu verstehen, dass wir jetzt wirklich ganz anders operieren. Ok, das Museum hat zu, was machen wir dann? Ist eigentlich eine gute freie Zeit, um sich auf Outreach zu konzentrieren, das aber jetzt auch immer nur für die Gruppen funktioniert, die mit online etwas zu tun haben. Da waren und sind wir nicht so super gut aufgestellt. Ich habe nie zu den Vermittler_innen gehört, die sich total auf den Onlineboom geworfen haben ab dem Moment, wo der da war. Das sag ich nicht in stolzer Form, sondern das war einfach so. Das war nicht mein Ort. Ich glaube aber, dass das nicht der Ort war für sehr viele. Also dass die Institutionen jetzt anfangen auch mit Zoom als Tool der interaktiven kommunikativen Vermittlung irgendwie nachzudenken wie man die online erzeugen kann, ich finde, das passiert jetzt erst langsam. Auch diejenigen, die sich schon länger mit Online-Museum und Vermittlung auseinander gesetzt haben, haben andere Dinge gemacht. Dinge, die mich wirklich aus bestimmten Gründen nicht interessiert haben, nämlich vor allem aus den Gründen, dass innerhalb des großen Feldes der Vermittlung noch immer für mich am interessantesten der Ort ist, wo du mit Menschen in direkte Kommunikation trittst. Da entsteht ein bestimmter Mehrwert, nämlich das, was dann unter dem Schlagwort

Wissensproduktion läuft. Und wie man diesen Mehrwert übersetzen kann in eine personale, aber nicht unmittelbare körperliche Begegnung, das ist immer noch nicht wirklich entwickelt. Insofern bin ich uns jetzt auch nicht so böse, dass wir und vor allem ich auch selber, nicht in der Lage waren gechillt und gut mit den Onlinesachen umzugehen, weil das, was in der Richtung passiert in vielen Fällen, und ich meine das jetzt ohne Anklage und ich meine uns selbst da auch mit, sowieso nicht getragen war von dem, was in der personalen Vermittlung als Spirit maßgeblich ist. Ich bin wirklich weit entfernt von: das geht auch nicht, weil die Technik, die geht nicht, weil wenn du einen Computer zwischen dich und andere gestellt hast, dann kannst du nicht richtig gute Energien erzeugen. Also ich glaube das wirklich nicht. Ich glaube nur, dass wir das noch nicht können und jetzt erst langsam anfangen. Und deshalb ist nichts von dem was wir gemacht haben etwas, von dem ich sagen, würde wow da haben wir wirklich etwas entwickelt.

Ich bin happy, dass wir schnell so etwas gemacht haben wie do-it-yourself-Ateliers, das waren so Online-Sachen, die man sich runterladen konnte. Die hatten eine sehr entzückende Grafik, weil unsere Grafikerin halt so tickt, dass sie entzückende Sachen macht und sehr schnell versteht, wenn das auch gebraucht ist. Dann haben wir bei so einer App mitgemacht: Museumstars. Viele haben da mitgemacht, wo ich mir im Nachhinein denke, auch gut, dass wir da dabei waren, aber auf der anderen Seite vielleicht auch gar nicht. Vielleicht unnötig, weil du merkst einfach, dass ab dem Moment, wo es drum geht in diese technischen Geschichten umzusteigen viel Wissen, das entwickelt wurde über all die Jahre und Jahrzehnte in der personalen Vermittlung, verloren geht in dieser Übersetzung ins Technische, z.B. das Wissen darüber, dass ein Mehrwert an Erkenntnis entsteht wenn Leute mitreden. Diese Erfahrungswerte lassen sich in keinsten Weise eins zu eins übersetzen, man ist ganz schnell bei einer klassischen Idee von Vermittlung eines Top-Downs-Systems, also ich erzähle den Inhalt und du nimmst den auf, bei dem man vor Jahrzehnten war und aus dem man sich herausgearbeitet hat. Zack ist man wieder dort, nur weil man nicht versteht wie man diesen Spirit übersetzt in ein anderes Medium. Und man die Zeit halt auch nicht hat und sich auch nicht nimmt das zu entwickeln, weil halt alles so schnell gehen musste. Zumindest ist das meine Sicht, die auch nicht auf einer grundlegenden Analyse, sondern auf einem ersten schnellen Befund basiert. Das betrifft nicht nur uns im Lentos, aber uns auf jeden Fall auch. Und deshalb wüsste ich gar nicht, dass wir da wo so toll gelandet sind. Außer dass wir jetzt wissen, wir müssen es anders machen.

Wesentlich besser waren wir dann in der Entwicklung von Sachen in dem Zeitraum, wo das Museum offen war, aber wir nicht sicher waren, ob personale Vermittlung gewollt sein wird oder angenommen sein wird, aber wir mit dem Museum und unseren Tools arbeiten konnten. Was wir auch gut gemacht haben, war die Webinar-Situation mit der Eva Sturm, weil die ging dann nicht nur von der Vermittlung aus, sondern die Idee überhaupt ein Webinar zu machen war meine. Das Thema war halt auch Vermittlung und *Wie sprechen?*. Wir hätten Eva sowieso eingeladen gehabt nach Linz und haben das jetzt eben online gemacht. Und da ist mir das erste Mal klar geworden, obwohl ich das eigentlich eh vorher hätte wissen können, aber ich hatte es nicht so am Schirm, dass so eine Webinarsituation so stressig ist. Wirklich ich war so gestresst wie überhaupt schon lange nicht mehr mit irgendetwas. Ich hatte zum Glück die Kollegin vom Marketing, die sich da total eingearbeitet hat in das Technische und dann einfach die ganze technische Moderation gemacht hat, sonst wäre ich sowieso total gescheitert damit. Danach ist mir zum ersten Mal klar geworden, dass Online nicht nur eine Beschränkung ist, sondern das öffnet Dinge, z.B. dass auf einmal Leute, die nie und nimmer wegen einer Veranstaltung nach Linz kommen würden, selbst von Wien aus würden sie es nicht machen, auf einmal dabei sind. Auf einmal waren die ganzen verstreuten Kolleginnen aus der Vermittlung und aus unserem Diskursumfeld von damals und heute dabei, weil sie halt auch cool gefunden haben, das Eva da jetzt wieder was macht. Ich habe die Zeit, die Energie und vor allem die Ressourcen im Museum nicht, das jetzt als kontinuierliche Schiene weiterzuführen, vor allem eine Schiene, die sich nur mit Vermittlung beschäftigt, obwohl das natürlich super wäre, aber das nächste Webinar, das wir machen werden, wird dann nicht mehr Vermittlung zum Thema haben. Dass wir zum Beispiel aus meiner natürlichen Haltung heraus und vor allem Evas Push zu sagen: „Ich mach euch sicher nicht nur einen Vortrag und dann schalten wir wieder ab. Da könnt ihr meinen Text lesen. Das bin nicht ich. Ich mache Gespräche.“ Da mussten wir uns etwas überlegen wie wir auch in so einer 80-Leute-sitzen-im-Zoom-Call-Situation interaktiv umgehen und wie wir das öffnen. Ganz

anders, als wenn Menschen vor Ort sind, aber auf einmal hat es auch eine ähnliche Energie gehabt wie ich sie kenne aus partizipativen Vermittlungssituationen, dass Leute sich melden und etwas ansprechen, Bezug nehmen aufeinander, eine Eins-zu-Eins-Interaktion gehabt haben mit der Referentin. Alles ist viel angespannter, aber trotzdem war da etwas, was ausbaufähig ist.

Leider muss ich sagen, dadurch dass wir in dieser On-Off-Situation – bissl kommen Leute, bissl nicht – so drinnen waren dann im Herbst, hat das meine ganze Energie verbraucht und da war überhaupt nix von mir über, um an dem weiterzuarbeiten. Weil das war ja nur so ein erstes Spüren, aha in die Richtung könnte es gehen. Und da muss ich auch sagen, ich hab viel von der Kunsthalle Wien gelernt, die da viel schneller umgestiegen sind auf sowas und viel mehr Wissen hatten und darauf aufgebaut haben. Aber vor allem habe ich gelernt von so Institutionen wie der Bildungsstätte Anne Frank in Frankfurt, die all ihre politischen und geschichtspolitischen Seminare, Antisemitismustraining und so auf online umgestellt haben und ich plötzlich gemerkt habe: Wow, das geht? Das machen die? Und ich kann plötzlich als in Wien sitzend an diesem coolen Angebot teilnehmen. Das ist ein Ansatz. Das bringt auch Museen eine ganz andere internationale Vernetzung. Aber das habe ich gelernt von den Bildungsinstitutionen, die sich wirklich auf die Bildung fokussieren und weniger von den Museen, wo immer noch nicht klar ist, ob jetzt eigentlich die Bildung so im Zentrum steht oder nicht.

LL: Das war jetzt ein schöner Einblick in den digitalen Raum bei dir. Mich würde dann auch noch interessieren, wie ihr vor Ort arbeitet, wenn ihr Vermittlung macht und wenn sie vor Ort möglich ist. Kann bei euch Vermittlung im ganzen Haus stattfinden? Gibt es spezielle Räume dafür in jeder Ausstellung?

KS: Also ja, setzen wir jetzt mal die Normalfallsituation des Museums voraus, wir bieten Vermittlung an. Im Prinzip bieten wir die Angebote für die Sammlung und für die Sonderausstellungen an. Es ist natürlich eine Ressourcenfrage. Im Moment, wäre das Museum offen, würde es ab 11. November drei Ausstellungen parallel geben. Also drei Ausstellungen plus der Sammlungsrundgang als solchen. Nämlich die Gertsch-Ausstellung, also der Schweizer Hyperrealist als große Hauptausstellung, eben der Sammlungsrundgang und in den Sammlungsrundgang eingebaut anlässlich dem 80-Jährigen Geburtstag von VALIE EXPORT, die Hommage an VALIE EXPORT in Kooperation mit dem VALIE EXPORT Center, und dann würde am 11. November die Linda Bilda Ausstellung eröffnen, eine nur in manchen Kreisen bekannte, sehr aktivistisch arbeitende Künstlerin aus Wien, die bereits verstorben ist.

LL: Was mich da interessiert, ist eben wie sich hier Raum und Vermittlung bedingen. Sagen wir ihr seid zum Beispiel im Ausstellungsraum unterwegs, eine Gruppe, in welcher Form ihr das auch immer macht in der Vermittlung, auf alle Fälle geht es um den direkten Kontakt mit den Besucher_innen und dem/der Vermittler_in. Mich würde interessieren, welche Parameter des Raums sich auf so einen Rundgang oder so ein Vermittlungsprogramm auswirken, auf den/die Vermittler_in, auf die Gruppe. Gibt es da Raumstrukturen, die das verändern können oder die das lenken?

KS: Wenn man meint, inwiefern, dann sind das wirklich extrem spannende und relevante Fragen, die man sich anschauen müsste. Weil das ja nix ist, das man auf dieser abstrakten Ebene so unmittelbar weiß, nämlich das inwiefern. Man weiß, das ist der Fall. Vermittlung findet in Räumen statt und die Räume organisieren auch die Formen wie gesprochen wird und wie Nähe und Distanz zu Werken, zwischen Vermittler_in und der Gruppe, zwischen den einzelnen Gruppen, die kommen, wie das organisiert ist. Das weiß man eben. Aber das inwiefern, ist glaube ich auch ein Wissen, das man hat, aber das eher als Art inkorporiertes Wissen, *embodied knowledge*, des/der Vermittler_in fungiert. Dass Vermittler_innen wie von selber wissen, wie sie gehen sollen, wie sie sich das absprechen müssen, wer wohin geht, wo Orte sind, wo man Platz nimmt und wo Orte sind, wo man schneller durchgeht. Und es wäre wirklich höchst interessant und relevant sich das genauer anzuschauen wie das funktioniert. Ich glaube, ich kann das gar nicht gut übersetzen in ein Redewissen oder in ein Abstraktionswissen, weil ich habe es im Moment, wie glaube ich alle Vermittler_innen als Körperwissen in dem Sinne, dass ich das halt dann einfach tue. Ich weiß nicht, ob das die Frage in irgendeiner Form befriedigend beantwortet, wahrscheinlich eher nicht.

LL: Es ist auch ein interessanter Ansatz wie du es nennst. Es ist auch interessant, dass du meinst, du kannst mit Worten vielleicht nicht so richtig beschreiben, sondern das Wissen ist eben schon in der Vermittlungstätigkeit oder im Körper der/des Vermittler_in, wie du es gerade beschrieben hast.

KS: Ja, das heißt nicht, dass ich es nicht relevant fände das zu beschreiben. Ich glaube, dass es sehr relevant wäre, zu wissen wie Raum und Aktivität oder Raum und Sprechen wie das zusammenwirkt oder in welchen Momenten, die Vermittler_innen bewusst auch den Raum rekrutieren, indem sie zum Beispiel, was ich sehr oft mache, ich weiß nicht ob das Kolleg_innen auch machen, aber ich arbeite sehr oft mit Sichtachsen. Erstens weil das etwas ist, was man auch bei den sogenannten klassischen Führungen als interaktiveren Moment einbauen kann. Dass man sagt: „Jetzt stellen Sie sich mal hier her und schauen Sie mal da rüber und lassen den Blick bis zum Horizont schweifen und versuchen Sie mal wahrzunehmen wie ihr Blick da geführt wird! Was kommt in den Blick und was denken Sie ist da Absicht in der Form wie der Raum gestaltet wurde und was will uns der/die Kurator_in damit erzählen, dass er/sie genau unseren Blick so lenkt?“ Das ist für mich genau ein Instrumentarium, das du auch bei einer klassischen Führung verwenden kannst, wo die Leute ja nicht darauf eingestellt sind, jetzt interaktiv oder partizipativ oder gar kritisch durchleuchtend das zu machen. Aber das machen sie auf jeden Fall, weil einem Blickvorschlag zu folgen, das geht immer. Dann zu merken, ok mein Blick wird hier gelenkt, das ist nicht zufällig was ich hier sehe und was nicht. Und dadurch bist du eigentlich schon dabei, das auch zu adressieren, was in Ausstellungen passiert, ohne dass du den Leuten, die bei einer Führung mitmachen das Gefühl gibst, ich will euch da jetzt gar nicht durchführen, sondern ich will euch da jetzt anlabern über Machtverhältnisse und kuratorische Erzählung oder so. Weil deshalb kommen die nicht zu einer Das-Lentos-und-seine-Highlight-Führung. Aber indem du Sichtachsen besprichst, geht das und ich glaube, weil es für mich selber das Interessanteste ist, auch wenn ich selber durch Ausstellungen gehe, mir anzuschauen, was sehe ich von welchem Ort aus und wie lenkt das auch meinen Gang und meinen Blick. Mit dem arbeite ich dann auch, wenn es Schulklassen sind, also nicht nur bei klassischen Führungen, aber es ist das ein Element, das sich in die klassischen Führungen übersetzen lässt.

Was ich auch selber von mir kenne und das habe ich auch sehr stark gelernt in meinen Lehrjahren im StörDienst, ist, dass ich den Raum aufteile, in Häppchen unterteile und sage, „Nehmt mal für eure Erkundungen die nächsten drei Räume und nicht weiter.“ Und dass ich darüber auch nachdenke, bevor ich in eine Gesprächssituation reingehe, welche Orte das sein könnten, weil die Erfahrung zeigt, dass die Erkundungen, selbst wenn du ein Orientierungstool den Leuten in die Hand gibst, wie zum Beispiel einen Gegenstand, mit dem sie dann etwas suchen sollen, intensiver und akkurater werden, wenn du ihnen vorher den Raum in Häppchen teilst und nicht sagst: „Das Museum ist es und da macht's jetzt.“ Was mir da auch aufgefallen ist, dass im Lentos die Geschichte der Kunst erzählt wird entlang der Sammlungsbestände und des Rundgangs, da ist offensichtlich viel Mühe darauf verwendet worden, einen sehr klassischen didaktischen kunsthistorischen Rundgang zu erzeugen. Hier beginnt man im 19. Jahrhundert mit Jugendstil und dann geht man sozusagen durch all die Zeiten durch bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs und dem Abstrakten Expressionismus und das ist dann so konstruiert als Turning Point, die zweite Moderne nach dem Zweiten Weltkrieg und den 60er, 70er Jahren bis in die Gegenwart. Das ist so nahegelegt, dass ich mit dieser Raumteilung auch ganz viel arbeite und die Leute darauf aufmerksam mache, dass sie das wahrnehmen sollen als Turning Point. Ich weiß es nicht, ob meine Kolleg_innen das auch machen. Ich meine, ich setze natürlich hier an der Praxis und der Tradition der Vermittlung hier am Lentos an, die arbeiten ein bisschen anders als ich das so kenne. Ich glaube, das ist auch so ein wechselseitiges Lernen und die sind viel mehr auf die Räume fokussiert, das heißt in dem Raum mache ich mit einer Schulklasse die und die Aktion zu dem und dem Bild und die ist dann vorbereitet und die gibt es dann. Im nächsten Raum ist es dann so, dass sie wieder freier sind und schauen und im übernächsten Raum gibt es wieder eine Kreativgeschichte, die sich genau an eine bestimmte Position bindet. Das widerspricht ein bisschen der Tradition, aus der ich komme, wo es dann doch darum geht den Raum zu öffnen und erschließen zu lassen. Aber ich habe gemerkt, dass das auch seine interessanten Seiten hat, die ich auch wertschätzen kann. Dass es nämlich gerade für sehr kleine Kinder oft auch so einen Stabilisierungsfaktor hat, wenn sie jetzt nicht mit dem Raum, auch wenn du ihn in Häppchen teilst, overwhelming da reingestoßen sind, sondern sie

eine Möglichkeit des Umgangs mit einer einzigen künstlerischen Position vorgegeben bekommen: „Setz dich da mal hin und beschäftige dich jetzt mal unter dem und dem Gesichtspunkt mit dem und dem Bild und mach dazu etwas Kreatives.“ Dadurch verschwindet der Raum irgendwie so, aber dies hilft eben vor allem kleineren Kindern sich wirklich im Raum etwas anzuschauen und zu fokussieren. Da habe ich auch eine gewisse Art der Wertschätzung dieser dem Raum sehr limitierenden Form von Vermittlung gegenüber entwickelt.

LL: Wie ist das dann zum Beispiel mit anderen Besucher_innen im Raum? Der Raum wird ja nicht nur als Hülle definiert, wo Dinge drinstehen, sondern es geht ja auch um die Beziehungen zwischen den Objekten und den Besucher_innen oder auch zwischen den Besucher_innen selbst untereinander. Wie wirken sich zum Beispiel Individualbesucher_innen auf die Vermittlung aus oder auf die Gruppe? Ist dir da etwas aufgefallen?

KS: Das ist wieder sehr allgemein gefragt. Auch das wäre ein interessanter Fokus, den man sich empirisch anschauen müsste. Aber natürlich stimmt das, man denkt darüber auch zu wenig nach. Das ist immer wieder wo es zu Tensions und Interaktionen kommt zwischen Individualbesucher_innen und Gruppen. Jeder hat auch so seine Methoden damit umzugehen, vom Schauen wie frei oder nicht frei ist jetzt gerade ein Raum. Im Fall sagt man dann oft zur Schulklasse: „Wir gehen da jetzt schneller vorbei, wir gehen da lieber ein paar Schritte weiter in den nächsten Raum.“ Das Lentos ist ja jetzt, wenn man in der Schausammlung arbeitet, nicht überfüllt mit Individualbesucher_innen. Mit einer Schulklasse am Vormittag kannst du auch sehr gut alleine sein. Das wäre möglicherweise bei der Gertsch-Ausstellung unter einer Nicht-Lockdown-Situation ganz anders geworden. Weil da hast du wirklich eine große Fläche, einen der größten Ausstellungsräume Österreichs, aber am letzten Sonntag vorm Lockdown waren da ungefähr 600 Leute da. Das war, glaube ich, auch nicht ganz so geplant. Wo ich mir gedacht habe, hätten sie das jetzt nicht zugesperrt, hätte sich das vielleicht ein bisschen aufgeteilt. So kamen halt die, die sonst im Monat kommen, alle auf einmal. Da hätten wir uns wahrscheinlich etwas überlegen müssen mit Schulklassen und Einzelbesucher_innen. Aber ich glaube, das ist auch so eines dieser inkorporierten Wissen von Vermittler_innen, wie man das so smooth handhabt, so dass es nicht zu Spannungen zwischen Gruppe und Einzelleuten kommt oder das man mit der umgeht.

LL: Mir ist klar, dass die empirische Methode der Beobachtung hier viel angemessener wäre und das war auch meine ursprüngliche Intention für die Masterarbeit. Allerdings kam dann eben Corona dazwischen, da hat sich dann viel verändert auch die Gruppengröße und zum Beispiel wie sich die Menschen zueinander verhalten, dann kommen die Masken dazu, also das hat eine irrsinnige Änderung auch im Museumsraum geschaffen.

KS: Das ist wirklich schade, dass du in der momentanen Situation, wenn du die Masterarbeit wirklich schnell fertig machen willst, keine Beobachtungen machen kannst. Weil ich finde die Interviews auf jeden Fall gut zur Kontextualisierung und Ergänzung, aber jede deiner einzelnen Fragen schreit eigentlich wieder danach sich das mal anzuschauen, weil du dich nicht drauf verlassen kannst, dass Vermittler_innen wirklich wissen was sie tun. Das fällt mir mehr und mehr auf und das ist echt auch ein Problem. Aber ein Stück weit wird das immer so sein, dass du in der Praxis immer ein bisschen klüger und dümmer gleichzeitig bist als dann, wenn du die Konzepte baust. Also sehr oft hinkt die Praxis hinter den oft groß gesteckten Zielen hinterher – auch in Bezug auf was das alles eröffnet und wo man überall kritisch einhaken kann. Gleichzeitig hat die Praxis aber auch ein Wissen des Handlings von Situationen und gerade diese Raum- und Beziehungsfragen gehören da ganz sicher dazu, dass man sich das nie durchdenkt, sondern dass man einfach tut. Und das ist auch ein bisschen schade, finde ich, es ist auch ein bisschen ein Problem, weil Vermittlung kann ja dann wachsen und sich immer mehr bewusst sein, was man eigentlich tut. Aber dieses Bewusstsein muss wirklich von der Praxis ausgehen, von der Wertschätzung dessen was in der Praxis eh schon gewusst wird. Weil ich glaube, dass viele Vermittler_innen und viele Forscher_innen in dem Bereich vielleicht das unterschätzen, was an Wissensbeständen da ist, die halt nie dokumentiert, analysiert, aufgearbeitet, publiziert werden.

LL: Anders herum gesehen, würde mich noch interessieren, ob die Vermittlung Einfluss haben kann auf den Raum. Das meint eben auf räumliche Strukturen, auf andere Besucher_innen, die nicht am Vermittlungsprogramm teilnehmen. Wie siehst du das? Und lässt sich das anhand von bestimmten Dingen festmachen?

KS: Auch eine gute Frage. In der Geschichte der Vermittlung war das sicher so, in den Anfängen, die ich erzählt habe. Es gibt ja auch die legendäre Geschichte von Eva Sturm, – ob die jetzt ein Mythos ist oder ob sie sich wirklich so zugetragen hat, ist ein bisschen irrelevant – wo sie erzählt, dass der Name StörDienst entstanden ist, weil die Museumsleitung überall Zettel aufgehängt hat, dass die verehrten Besucher sich nicht durch die museumspädagogischen Aktionen gestört fühlen sollten. Die Reaktion war einerseits Verwunderung und Verärgerung vermutlich, aber auch so eine Art, „Oh, ja, das trifft's eigentlich.“ Das ist das, was man schon auch mag im produktiven Sinn durch die Anwesenheit von Dingen, die da im Museum passieren in eher ungewohnter Form, eine bestimmte Form der selbstbezogenen Kontemplation zu stören produktiver Weise. Da hat sich vermutlich seit die Vermittlung halt so zum Status gehört was verändert, dass Einzelbesucher_innen nicht verwundert sind, dass sie sich diesen Raum mit Schulklassen teilen oder da ein bisschen was anderes machen als sie machen. Aber zu Beginn der Vermittlung war das sicher so, dass die Existenz von Vermittlung auch zu den Diskursen von der Öffnung des Museums und seinen Freiräumen beigetragen hat. Nämlich die Evidenz von Vermittlung, dass das etwas ist, was stattfindet. Das war uns in diesen Beginnzeiten auch extrem wichtig, nämlich auch als Statement, nicht nur als methodisches Tool, dass die Leute durchgehen und was in der Hand haben und etwas platzieren. Schüler_innen und auch kleine Kinder gehen allein im Museum herum und haben etwas in der Hand und platzieren das. Dann haben wir uns auch immer fantasiert wir intervenieren da. Solange das stattfindet, ist Museum irgendwie anders. Dann platzieren sie ihr Ding vor einem Bild und das ist wie so für einen Moment, so dachten wir immer, und wir haben ihnen das auch so erzählt, dass wir das Display verändern. Dass die nächsten Besucher_innen, die kommen, das Display anders wahrnehmen aufgrund dieser Mini-Interventionen, die es für einen kurzen Zeitraum da gibt. Diese Art von Vermittlung hat sicher dazu beigetragen, dass es Vermittlung in der heutigen akzeptierten Form gibt.

Das war ein Zusammenspiel zwischen allen möglichen, zwischen Druck auf die Museen, bezüglich der Erhöhung von Besucherzahlen, die sind auf einmal ein Faktor, der erreicht werden muss; Privatisierung als Stichwort und all diese Dinge; zwischen Marketingabteilungen, die es auf einmal gab, die etabliert wurden, die was gebraucht haben zum Herzeigen und um zu sagen „Hey da sind besondere Sachen“, aber auch eben durch die Sichtbarkeit von Vermittlung. Dadurch dass die da war und in der Weise Raum gegriffen hat, wurde ein Faktor geschaffen, der für Museen immer klarer gemacht hat der gehört jetzt dazu oder so sind Museen jetzt. Auch dass in Museen dann immer wieder an unterschiedlichen Orten Sachen passieren, die mehr so eine Funktion haben Besucher_innen einzuladen selber etwas zu tun und sich einzuschreiben und Botschaften zu hinterlassen, dieses und jenes zu machen. Man darf gleichzeitig aber die Akzeptanz nicht überschätzen, also einerseits ja, weil im Vergleich dazu wie das seinen Ausgangspunkt genommen hat, muss man sagen, da hat sich wirklich ein Paradigma auch verändert, aber andererseits kommt es mir manchmal immer noch so vor wie ein an einen Pfosten angebundenes Gummiband, das du nimmst und das kannst du sehr weit dehnen und da kannst du dir wirklich denken: „Oh wow, wie weit ist das jetzt gedehnt“, und dann lässt du es aus und da braucht es nur ein paar Nanosekunden und dann ist es wieder am selben Ort. Ein bisschen so kommt mir das vor mit der Veränderung der Räume im Museum durch Vermittlung. Wenn du nicht ständig dran bist und neue Ideen hast und Setzungen machst, bist du sehr schnell wieder da, wo du angefangen hast, nämlich bei einem klassischen „Da ist eine Wand und da hängen Bilder drauf.“

LL: Für den Ausstellungsraum sind nach wie vor sehr stark die Kurator_innen verantwortlich.

KS: Sicher.

LL: Würdest du sagen, dass die Vermittlung trotzdem einen Einfluss drauf hat?

KS: Das kommt drauf an, welches Museum man sich anschaut. Bei uns nur sehr marginal. Also es ist ein sehr klassisches Kunstmuseum.

LL: Noch einen kurzen Ortswechsel in den Vermittlungsraum. Wie wird das bei euch bezeichnet: Werkstatt, Atelier,...? Ich nehme an ihr habt so einen Raum?

KS: Ja, es gibt ein Atelier.

LL: Gibt es auch die Möglichkeit trotzdem im Ausstellungsraum kreativ zu sein?

KS: Ja, also was ich gerade vorher gesagt habe mit diesen Stationen, die sehr oft gebaut werden von Vermittler_innen, vor allem für kleinere Kinder, die auch vorbereitet sind und wo es dann etwas gibt, wo man Formen legen oder mit einer Zeichnung reagieren kann. Es gibt auch zusehends und immer wieder mal die Situation, dass man im sogenannten Leseraum in der Ausstellung, der eben nicht immer als solcher genutzt wird, auch Aktivitäten setzt. Jetzt zum Beispiel wäre gerade die Situation gewesen, dass wir einen sogenannten Snapshot-Corner eingerichtet haben, wo man sich in unterschiedlichen Posen entlang von geometrischen Formen hinlegen kann und dann Selfies macht in Verweis auf VALIE EXPORTs Körperkonfigurationen. Das ist nicht in der Ausstellung selbst, sondern das ist in Assoziation zur Ausstellung, aber im Ausstellungsbereich als selbstaktivierende Situation.

LL: Hast du das Gefühl, dass die Vermittlung genug Raum oder Platz hat bei euch?

KS: Jein. Auf der einen Seite ja absolut. Das unterscheidet sich ja auch total von der Zeit, in der wir angefangen haben, wo es im Aufseher-Pausenraum ein paar Spinde gab, in denen wir unser Zeug verstaut haben und das war's. Also einerseits eben ja. Das Atelier ist ja schon auch groß und chic. Andererseits merke ich schon, dass erstens hat das Atelier nicht wirklich so extrem gute Atelieratmosphäre, es wird halt ganz stark auch genutzt für andere Dinge, Catering wenn Veranstaltungen sind und so. Das heißt, es gibt auch die Auflage darauf zu schauen, dass es hübsch bleibt und nicht irgendwie ateliernmäßig versaut ist, was ein bisschen schade ist, weil es dadurch nicht diesen kreativen Impuls vermittelt. Und dann hat die Vermittlung keinen weiteren Raum, aber das betrifft nicht nur die Vermittlung, wirklich, sondern extrem alle, dass es eigentlich keinen Raum gibt, der dafür da ist, dass wir miteinander Dinge entwickeln, also dass wir einen Arbeitsraum hätten, in dem wir tun und agieren und austauschen. Wir haben Jour Fixe, die finden im Atelier statt. Das ist nicht der beste Ort für sowas. Aber du weißt was ich meine, würde es einen Raum geben, in dem man wirklich auch anfangen könnte, kreativ tätig zu sein, der unsere Spuren hat, unsere Identität hat, dann wäre das eine ganz andere Situation. Im Nordico Stadtmuseum, ich bin ja dafür auch zuständig, ist es so, dass es einen Raum gibt, der nennt sich *Linz Büro*. Der wurde von meiner Vorgängerin eingerichtet. Das ist ein sehr didaktischer Raum mit Hands-on-Situationen und Schauobjekten, um sich mit der Linzer Geschichte zu beschäftigen und Zeichenstationen, die sehr genutzt werden.

LL: Ist das gleich der unten im Erdgeschoss?

KS: Nein, der ist in der Schausammlung und ist wirklich mini. Wurde sehr stark beworben, weil er sicher auch sehr viel Arbeit war und Überzeugungsarbeit im Haus und dann auch noch Arbeit ihn einzurichten. Die Bewerbung, die mit ihm einherging, zu sagen „Hey hier kannst du relaxen, hier kannst du nachdenken, hier kannst du reflektieren, hier kannst du überhaupt alles tun“, und dann hast du diesen Mini-Mini-Raum, der sehr statisch ist. Das war für mich nie passend. Ich hab nix gegen den, er ist ein guter didaktischer Ort und die Leute lieben diese Zeichenstation, aber basically that's it. Und der Raum unten ist so ein On-and-Off-Raum für die Vermittlung. Also er hat sich in den letzten Ausstellungen immer wieder eingebürgert als solcher. Aber gleichzeitig ist er auch Ausstellungsbereich manchmal. Also bei der nächsten Ausstellung wird er schon wieder nicht mehr als Vermittlungsraum definiert sein.

LL: Meinst du kann man von der Platzfrage auch auf den Stellenwert schließen, den die Vermittlung innerhalb einer Institution hat?

KS: Ja na sicher, so allgemein die Frage, natürlich. Ich bin da immer ein bisschen zögerlich und vorsichtig, weil die Vermittlung so einen Reflex hat zu finden, dass sie keinen Stellenwert hat irgendwo. Aber wenn man sich dann umschaute, wie das andere finden, dann merkt man in den Institutionen, die in einer engen budgetären Situation arbeiten, haben pretty much alle das Gefühl nicht genug Stellenwert weil nicht genug Raum, weil nicht genug Besprechungsraum, nicht genug Raum für eine Ausstellung, nicht genug Raum fürs Depot zu haben. Da muss man ein bisschen aufpassen sich nicht in einer Vermittler_innen-Opferhaltung zu begeben, was sehr einladend ist und sehr leicht ist, weil das eine Geschichte hat, dass sich Vermittler_innen so fühlen.

LL: Zum Abschluss noch einen kurzen Sprung nach draußen, also außerhalb des Museums. Was hältst du davon, wenn das Museum nach draußen geht und die Ausstellungsräume verlässt? Du hast auch Community Outreach schon ein bisschen angesprochen. Community Outreach wird jetzt auch immer wieder genannt, also Kooperationen eingehen mit der unmittelbaren Bevölkerung und den Nachbarn, mit lokalen Institutionen, die einen umgeben.

KS: Ich finde das natürlich sehr sehr gut, gerade die Stadtmuseen natürlich. Für das Kunstmuseum müsste man sich da noch ein bissl mehr überlegen. Aber für das Stadtmuseum ist das sowieso aufgelegt. Es wurde auch immer wieder gemacht, aber dass man es auch schwerpunktmäßig so macht, ist eigentlich extrem naheliegend. Gerade bei der Graffiti-Ausstellung und mit Corona und so, wo man sowieso angehalten war viel draußen zu machen, habe ich das auch angefangen zu machen. Die Kuratorin der Graffiti-Ausstellung ist auch eine, die das Community-Kuratieren sich so als Schlagwort genommen hat und die ganze Ausstellung so kuratiert hat, dass sie ständig in Kontakt war mit Graffiti-Künstler_innen, die dann auch Programme angeboten haben und das hat sie auch als Teil der Ausstellung gesehen. Es stellt sich halt da allerdings auch wieder extrem die Ressourcenfrage.

Also ja, das ist sehr sehr gut und sehr wichtig, das ist genau das, was Museen auch tun sollten und müssen, um eine Legitimation zu behalten. Aber was sehr oft auf der Seite der Museumsleitung nicht klar ist, wie viel Ressourcen das eigentlich bindet, um das wirklich zu machen. Oder es ist ihnen klar und deshalb wird es nur sehr zurückhaltend gemacht, weil das natürlich auch in einer absurden Kontradiktion steht zu dem Besucher_innenzahlendruck seitens der politischen Stellen seit der Teilprivatisierungen der Museen oder dem Umbau der Museen in GmbHs oder in ähnliche Konstrukte. Es gibt einen Punkt dieser Besucher_innenzahlendiskussion, den ich auch verstehen kann und auch nachvollziehen kann. Es ist wirklich nicht zu begründen, warum Steuergelder für leere Häuser ausgegeben werden sollen und dass Museen darüber nachdenken, dass auch Leute kommen und sich zu öffnen, sollte eigentlich logisch sein. Aber dieser Druck wird natürlich kontraproduktiv, und ich brauch da jetzt sicher nicht ins Detail gehen, du weißt sicher genau wie ich das meine, wenn dann die Besucher_innenzahlen zum heiligen Kalb werden und dann ist es halt völlig egal, was da inhaltlich passiert und man macht halt dann die nächste Blockbuster-Ausstellung und richtet sich an Touristen und that's it basically. Gerade aber Ressourcen reinzustecken in Outreach-Projekte und Community Work und draußen im öffentlichen Raum und hin auch zu anderen Communities, geht natürlich auf den ersten Blick gegen das Paradigma des Besucher_innenzahlensteigerns, weil die Leute halt dann nicht ins Museum kommen und du aber die Ressourcen dafür hergibst, dass sie nicht ins Museum kommen zumindest nicht zwingend und nicht zunächst. Aber aus meiner Sicht wäre es halt doch schön es zu machen, schön auch im Sinn von genau das wäre die Richtung, in die es gehen sollte vor allem für Stadtmuseen. Und es geht ja auch in die Richtung. Du kannst ja dann darüber auch wieder diese Zahlendiskussion selber mehr in die Hand nehmen. Im Moment sind Besucher_innenzahlen ein Druck, der von Seiten der Stadtverwaltungen oder des Bundes auf die Museen kommt. Es wäre denkbar, dass das umgedreht wird im Sinne eines Instrumentariums, das die Museen als Druck zurückgeben, nämlich zu sagen, in Wirklichkeit geht es nicht um gesteigerte Besucher_innenzahlen, sondern um gesellschaftliche Relevanz von Museen und die können wir auch belegen durch die Projekte, die wir machen. Gerade die Corona-Epidemie-Maßnahmen könnten der Ort sein, an dem man genau auch an dem

arbeitet und das auch quasi beweist, dass Museen eine gesellschaftliche Relevanz haben, die sich eben nicht an Besucher_innenzahlen messen lässt, weil die ja sowieso kein Faktor sind im Moment. Aber nicht alle Museen, glaube ich, schaffen das diesen Turn zu machen.

Das Belvedere hat genau so eine Stelle, wie ich vorher gemeint habe. Jedoch auch dort fehlt ganz sicher die Auswirkung auf das Gesamtmuseum in seinem Selbstverständnis, also das ist auch die Gefahr dann von so einer Stelle, dass das halt dann auf die geschoben ist. Aber im Prinzip ohne solche Ressourcen kannst du nichts machen, da kannst du die nettesten Ideen haben wie Outreach ausschauen könnte, wenn du da nicht Geld reinbuttern kannst, dann wird es nicht gemacht werden so simpel ist das. Und insofern finde ich das schon beeindruckend, dass die so eine Stelle haben.

LL: Würdest du die Aufgabe des Community Outreach eher den Kurator_innen zuschreiben oder der ganzen Institution oder würdest du die bei der Vermittlung ansiedeln?

KS: Das kommt darauf an. Würde ich das zur Vermittlung bekommen als Aufgabe, und teilweise habe ich es mir auch gesetzt, aber eher als prinzipielle Setzung, weil dafür fehlen eindeutig die Ressourcen in dem Bereich, aber klar, würde ich den Auftrag und die Ressourcen bekommen, würde ich nicht nein sagen. Aber es gibt auch Kurator_innen die das interessiert. Gerade im Stadtmuseum ist die Kuratorin in diese Richtung auch aktiv, hat auch extrem viel Erfahrung und extrem viel Wollen und dazu sage ich auch nicht nein. Das fände ich auch wieder absurd, wenn die Vermittlung die Kurator_innen bekämpft aus Angst, dass die jetzt in unseren klassischen Gewässern fischen. Aber letztendlich, und ich glaube darauf zielt deine Frage auch ab, ist es Aufgabe der gesamten Institution. Und die Vermittlung mit ihrem Wissen darüber wie man mit Leuten arbeitet, wie man ernst gemeinten Dialog erzeugen kann usw. müsste in dem Prozess eine wesentliche Rolle spielen. Aber nur als gesamtinstitutioneller Prozess kann das natürlich erfolgreich sein. Manche Museen an manchen Orten der Welt machen das, vor allem Stadtmuseen, und wenn man sich das anschaut, zum Beispiel das Stadtlabor Historisches Museum Frankfurt, wenn man sich anschaut, was die jetzt machen auf der Onlineebene an partizipativen Projekten auch, dann merkt man einfach, da verdichten sich Jahre des Knowhow-Sammelns mit Communities zu arbeiten, zumindest von außen schaut das so aus.

LL: Gibt es einen Lieblingsraum oder einen Lieblingsplatz bei euch, den du gerne mit Besucher_innen teilst?

KS: Das ist schwer zu sagen, das ändert sich auch so stark von Ausstellung zu Ausstellung. Also im Lentos sind das eher Lieblingsausstellungen. Bei der Jakob Lena Knebl war ich total gerne mit Besucher_innen, da wusstest du einfach, da „kommunizierst“ du mit jemandem, die weiß wie man einen Raum gestaltet. Das war auch ein Ausstellungsraum, in dem Leute sich oft freiwillig automatisch selbst hingesetzt haben und dort dann Sachen miteinander diskutiert haben, weil das funktioniert hat das dort zu tun. Bei der Graffiti-Ausstellung ist es natürlich unser Raum, den wir da gestaltet und bespielt haben solange es offen war zum Beispiel mit unseren Strick-Sprechstunden.

Aumann/Duerr 2013

Philipp Aumann/Frank Duerr, Ausstellungen machen, München 2013.

Black 2005

Graham Black, The Engaging Museum. Developing museums for visitor involvement, London 2005.

Dech 2003

Uwe Christian Dech, Sehenlernen im Museum. Ein Konzept zur Wahrnehmung und Präsentation von Exponaten, Bielefeld 2003.

Deutscher Museumsbund/Bundesverband Museumspädagogik 2008

Deutscher Museumsbund/Bundesverband Museumspädagogik (Hg.), Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit, Berlin 2008.

Fackler/Pellengahr 2019

Guido Fackler/Astrid Pellengahr, Virtuell ausstellen. Chancen, Perspektiven und Missverständnisse der Digitalisierung am Beispiel virtueller Ausstellungen, in: Museumskunde 2019, S. 34-41.

Grottrian 2020

Etta Grottrian, Digitale Transformation und Museen – neue Arbeitsprozesse und neue Aufgaben für „Museum Workers“, in: Neues Museum, 20-1/2, März 2020, S. 58-61.

Henschel 2020

Alexander Henschel, Was heißt hier Vermittlung? Kunstvermittlung und ihr umstrittener Begriff, Wien 2020.

Löw 2001

Martina Löw, Raumsoziologie (2001), in: Andreas Denk/Uwe Schröder/Rainer Schützeichel, Architektur, Raum, Theorie. Eine kommentierte Anthologie, Bad Langsalza, 2016, S. 681-692.

Masuch 2006

Bill Masuch, Der offene Raum. HandlungsRäume in Kunst und Kunstvermittlung, in: Pierangelo Maser/Rebekka Reuter/Hagen Steffel (Hg.), Corporate Difference. Formate der Kunstvermittlung, Lüneburg 2006, S. 87-128.

Muchitsch 2019

Wolfgang Muchitsch (Hg.), Das Museum im digitalen Raum. Zum Status quo in Österreich, Graz 2019.

Museumsbund Österreich 2017

Museumsbund Österreich (Hg.), Neues Museum, 17-3, Juni 2017.

Preuß/Hofmann 2017

Kristine Preuß/Fabian Hofmann (Hg.), Kunstvermittlung im Museum. Ein Erfahrungsraum, Münster/New York 2017.

Reitstätter 2015

Luise Reitstätter, Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum, Bielefeld 2015.

Röttele 2017

Hannah Röttele, Wahrnehmungsbildung als leiblicher Akt. Zum Verhältnis von Leiblichkeit, Raum und Zeit bei einem Museumsbesuch mit der Schulklasse, in: Kristine Preuß/Fabian Hofmann (Hg.), Kunstvermittlung im Museum. Ein Erfahrungsraum, Münster/New York 2017, S. 183-192.

Salinger 1951

Jerome David Salinger, The Catcher in the Rye, Bungay (Suffolk) 1951.

Schroer 2006

Markus Schroer, Räume, Orte, Grenzen, Frankfurt am Main 2006.

Schroer 2009

Markus Schroer, Bringing Space Back In, in: Jörg Döring/Tristan Thielemann (Hg.), Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften, Bielefeld 2009, S. 125-148.

Schwan 2017

Stephan Schwan, Nicht immer an der Wand entlang. Kunstvermittlung im Raum, in: Kristine Preuß/Fabian Hofmann (Hg.), Kunstvermittlung im Museum. Ein Erfahrungsraum, Münster/New York 2017, S. 179-181.

Online-Quellen:

ICOM CECA Austria und der Österreichische Verband der KulturvermittlerInnen 2019

ICOM CECA Austria und der Österreichische Verband der KulturvermittlerInnen, Erfolgskriterien einer professionellen Kulturvermittlung, St. Pölten 2019.
<http://icom-oesterreich.at/page/erfolgskriterien-einer-professionellen-kulturvermittlung>;
[letzter Zugriff 26.01.2021].

NEMO 2020

NEMO (Network of European Museum Organisations), Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe, 06.04.2020.
https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_Corona_Survey_Results_6_4_20.pdf; [letzter Zugriff 26.01.2021].

Österreichischer Verband der KulturvermittlerInnen im Museums- und Ausstellungswesen 2017

Österreichischer Verband der KulturvermittlerInnen im Museums- und Ausstellungswesen, Berufsbild Kulturvermittlung, 2017.
<http://www.kulturvermittlerinnen.at/kulturvermittlung/>; [letzter Zugriff 26.01.2021].

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 *Gestaltungsraum*, Museum der Moderne Salzburg, 2020.

© Museum der Moderne Salzburg, Foto: Rainer Iglar.

<https://www.museumdermoderne.at/de/ausstellungen-veranstaltungen/detail/gestaltungsraum/#&gid=1&pid=1>; 14.12.2020.

Abb. 2 Raum der Vermittlung innerhalb der Ausstellung *Die Spitze des Eisbergs*, Museum der Moderne Salzburg 2019-2020.

© Museum der Moderne Salzburg.

<https://www.museumdermoderne.at/de/ausstellungen-veranstaltungen/detail/die-spitze-des-eisbergs/#&gid=1&pid=11>; 14.12.2020.

Abb. 3 Ausstellungsansicht: Space for Kids. Denk(dir)mal!, Kunsthalle Wien, 2020.

© Kunsthalle Wien.

<https://kunsthallewien.at/ausstellung/space-for-kids-denkdirmal/>; 14.12.2020.

Abb. 4 Einblick in den OPEN SPACE, K20 Düsseldorf, 2018/19.

© K20 Düsseldorf, Foto: Achim Kukulies.

<https://www.kunstsammlung.de/de/education/open-space/>; 14.12.2020.

Abb. 5 Einblick in den OPEN SPACE, K20 Düsseldorf, 2018/19.

© K20 Düsseldorf, Foto: Wilfried Meyer.

<https://www.kunstsammlung.de/de/education/open-space/>; 14.12.2020.

Abstract

Der Museumsraum sowie die Vermittlung sind zwei Aspekte der Museologie, die bereits viel untersucht, jedoch nicht immer gemeinsam gedacht wurden. Es stellt sich die Frage wo die Vermittlung, insbesondere die personale Vermittlung, im Museumsraum ihre Verortung findet. Wie wirkt sich der Raum auf die Vermittlung aus? Und im Umkehrschluss: Welchen Einfluss hat die Vermittlung auf den Raum bzw. kann sie diesen verändern? Anhand von Ausstellungsraum, von Räumen der Vermittlung, von Außenraum und von digitalem Raum wird die Thematik untersucht.

Um neue Informationen zu generieren und Erfahrungen aus der Praxis in die Theorie zu übersetzen, wurden Gespräche mit fünf Expertinnen der Vermittlung und der Community Outreach in deutschsprachigen Kunstmuseen geführt und die Inhalte einer Analyse unterzogen. Die Ergebnisse zeigen, dass in modernen und zeitgenössischen Kunstinstitutionen die Räume stark in kuratorischer Hand sind; dass Hybridmodelle von Räumlichkeiten verstärkt aufkommen, die in ihrer Verantwortung zwischen Kurator_innen und Vermittler_innen wechseln; dass die Vermittlung besonders im digitalen Raum neue Möglichkeiten ausschöpfen kann; dass die Beziehungen zwischen Objekten, Besucher_innen und Vermittlung immer neue Räume schaffen. Die Vermittlung ist ortsunabhängig, und trotzdem vom Raum, in dem sie stattfindet und Handlungen setzt, geprägt.

Two museological aspects that have often been researched separately, are the museum space as well as art education, but they have not been thoroughly examined on a shared basis so far. The upcoming question is where art mediation, especially personal mediation, can find its position in the museum space. How does the space have an impact on the mediation? And vice versa: What influence does mediation have on the space and respectively can it change the space? The interaction between those is evaluated by examination of the exhibition halls, the rooms for art education, the exterior area of a museum and the digital space.

The conduction and analyzation of interviews with five experts of their respective fields, art education and community outreach, of German speaking art museums led to new information. This makes it possible to translate practical experience into theory. The results show that the exhibition space in institutions of modern and contemporary art is in steady responsibility of the curators; that hybrid models of space appropriation are slowly increasing,

where the responsibility is switching between curators and mediators; that art education has great prospects especially concerning the digital space; that the relation between museum object, visitor and mediation can create new spaces. Art education is spatially independent, but influenced by the space wherein it takes place and is operating.

Zur Autorin:

Laura Luzianovich, MA (*1993 in Wien) ist Kunsthistorikerin und -vermittlerin. Sie hat Kunstgeschichte in Wien und Museologie in Paris studiert und danach den /ecm-Masterlehrgang für Ausstellungstheorie- und Praxis besucht, in dessen Rahmen sie diese Masterarbeit verfasst hat. In ihrer Tätigkeit als Kunstvermittlerin (seit 2016 in der Albertina) kann sie ihre Interessen für Kunst, Sprachen, Geschichte sowie Wissensvermittlung kombinieren und die wissenschaftliche Recherchearbeit, die häufig alleine am Schreibtisch stattfindet, mit der Lebendigkeit und Kreativität der Vermittlung im Museum und den Besucher_innen verbinden.