

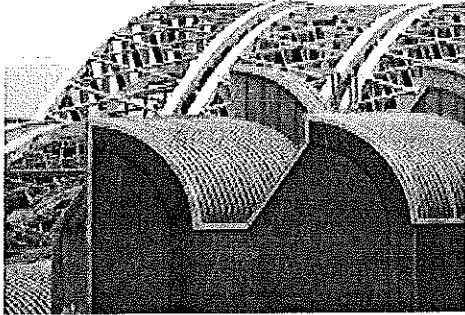
Kölner Stadt-Anzeiger

Kultur - 09.01.2014

UMFRAGE

Kultur gehört zum Kölner Markenkern

Von Michael Kohler



Kölner Wahrzeichen: Die Hohenzollernbrücke und das Museum Ludwig, ein Flaggschiff der Kölner Kultur.

Foto: Stefan Worring

Köln ist eine der wenigen Städte, die sich neun Museen leistet. Bürgerschaft und Kultur sind stolz darauf. Die Direktoren der städtischen Kölner Museen sehen neben guten Ansätzen aber auch viel Verbesserungsbedarf. Eine Umfrage.

Es gibt nur wenige Städte, die sich wie Köln neun städtische Museen leisten. Auf diese vielbeschworene Perlenkette der Kultur sind Bürgerschaft und Politik zu Recht stolz – und doch gibt es gerade in Zeiten knapper Kassen viele Reibungspunkte. Zuletzt hat Philipp Kaiser, scheidender Direktor des Museums Ludwig, sowohl die Unterfinanzierung seines Hauses wie auch

die schleppende Zusammenarbeit mit der städtischen Verwaltung beklagt; der Kölner Rat musste derweil im vergangenen Dezember beim Museum Ludwig und dem Museum für Angewandte Kunst entstandene Fehlbeträge ausgleichen und forderte beide Häuser auf, neue Finanzkonzepte vorzulegen. Seit Jahren ein Dauerbrenner ist das Thema Eigenbetrieblichkeit der Museen. Wir haben die Direktoren der städtischen Museen zur Lage ihrer Häuser und der Kölner Kulturpolitik befragt.

Das Positive zuerst: Alle Direktoren glauben, dass ihre Arbeit von der Stadt geschätzt wird, und loben, dass sich die Zusammenarbeit mit der Verwaltung verbessert. Gleichzeitig wünschen sie sich unisono größere Gestaltungsfreiheiten und beklagen die oft mühsame Abstimmung mit verschiedenen Ämtern. In vielen Häusern reißen zudem gestiegene Kosten für Energie und Wachpersonal große Löcher in die ohnehin dünne Finanzdecke; weitere Probleme bereitet der teilweise hohe Renovierungsbedarf in den Museen.

Ein weiterer Wunsch eint die Direktoren: Die Stadt möge die Museen als ein Glanzstück der Stadt bei der Außendarstellung stärker berücksichtigen.

DIE FINANZIELLE AUSSTATTUNG DER MUSEEN WIRD VIELFACH BEKLAGT. WOFÜR BRÄUCHTE IHR HAUS MEHR GELD?

Philipp Kaiser: „Sehr wichtig wäre ein höheres Budget für Presse und Öffentlichkeitsarbeit. Das Museum Ludwig spielt in der internationalen Top-Liga und ist ein „Leuchtturm“ im Kölner Kulturprofil. Es könnte noch höhere Besucherzahlen erreichen und dabei gleichermaßen für Köln werben, wenn hierfür mehr Mittel zur Verfügung stünden.“

Dies gilt gleichermaßen für die Sammlungspräsentation. Wie man an der aktuellen Neupräsentation unserer Sammlung „Not Yet Titled“ sehen kann, ist zeitgenössische Kunst oft Aufführungskunst. Es sind nicht einfach nur Bilder an die Wand zu bringen, sondern aufwendige Installationen zu realisieren. Sehr gut ist das an dem Beispiel der Arbeit von Barbara Kruger nachzuvollziehen, die derzeit im großen

Oberlichtsaal zu sehen ist. Im Depot befand sich lediglich eine Daten-DVD. Es mussten riesige Folienbahnen produziert werden mit denen der komplette Saal, inklusive Boden und Decke ausgekleidet ist. So etwas verursacht natürlich Kosten.

Das Bewahren, Erforschen und Präsentieren der eignen Sammlung zählt allerdings zu den ureigensten Aufgaben eines Museums. Daher wäre es wünschenswert, wenn die Stadt hierfür auch mehr Mittel zur Verfügung stellen könnte.“

Marcus Trier: „Es sind grundsätzliche Pfeiler musealer Arbeit, die einer besseren finanziellen Ausstattung bedürften: Die Pflege und Erfassung der Sammlungen sind angesichts der gewaltigen Fundbestände, die durch kontinuierliche Ausgrabungen im Stadtgebiet ständig wachsen, eine Herausforderung.“

Dr. Werner Jung: „Nur etwas mehr als 10 Prozent der Etatmittel des NS-DOK sind frei verfügbar, womit wir unser gesamtes umfangreiches Programm bestreiten – von Ausstellungen, Veranstaltungen, Publikationen bis hin zum Kauf von Bürobedarf. Bedauerlich ist es daher, dass wir aus diesen geringen Mitteln auch noch einen Teil der nicht auskömmlich finanzierten Bewachungskosten decken müssen, um nicht insgesamt ins Defizit zu geraten. Sinnvoll wäre eine Angleichung der Mittel für Sonderausstellungen auf die Höhe anderer Häuser und eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit.“

Klaus Schneider: „Weitere Mittel für den Erhalt der Bestände (sogenannter Unterhalt der Sammlungen), für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing wären wichtig. Ebenso Gelder für Umgestaltungen in der Dauerausstellung, denn diese lebt von der Veränderung, um attraktiv zu bleiben. Auch der Sonderausstellungsetat müsste deutlich erhöht werden.“

Petra Hesse: „Das MAKK ist unterfinanziert in den Bereichen Bewachung und Energiekosten. Hinzu kommen strukturelle Defizite insbesondere im Bereich Dokumentation, Vermittlung (nur eine Halbe Stelle Museumspädagogik!), Öffentlichkeitsarbeit und Marketing.“

Moritz Woelk: „Für Grundaufgaben der Museumsarbeit, wie z.B. Pflege und Dokumentation der Sammlung, eine regelmäßige Weiterentwicklung der ständigen Ausstellung und nicht zuletzt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.“

Marcus Dekiert: „Die wenig vorteilhafte Finanzsituation der Stadt Köln spiegelt sich in den Budgets der Kulturinstitutionen. Zu unterscheiden gilt es nach strukturellen Defiziten im Betrieb – etwa bedingt durch stetig steigende Kosten für Energie und Bewachung – und den sehr knappen bzw. gar nicht vorhandenen Mitteln für Sonderausstellungen und Erwerbungen.“

Wie gut oder schlecht ist die bauliche Substanz Ihres Museums?

Klaus Schneider: „Ich habe das Glück, in einem Neubau zu arbeiten. Die Abarbeitung von aufgetretenen Baumängeln ist insgesamt auf einem guten Weg.“

Dr. Werner Jung: „Das NS-DOK hat seinen Sitz in dem 1935 fertig gestellten EL-DE-Haus. Trotzdem ist die Bausubstanz gut, auch wenn der Erhalt des historischen Hauses einschränkt (z. B. bei einer Klimatisierung). Dank der umfangreichen Erweiterung, die nach nur eineinhalb Jahren kürzlich abgeschlossen werden konnte, verfügen wir über optimale Arbeitsbedingungen.“

Petra Hesse: „Das Gebäude hat einen sehr hohen Sanierungsbedarf. Dies betrifft neben den Fenstern insbesondere das Dach, die Haus- und Klimatechnik. Hinzu kommt, dass die Präsentation großer Teile unserer Schausammlung seit fast 25 Jahren unverändert ist. Wir sind deshalb sehr glücklich, dass mit

der beschlossenen Fenstersanierung und der Renovierung unseres Vortragsaals ein erster wichtiger Schritt getan ist.“

Moritz Woelk: „Sowohl unser Hauptgebäude, die romanische Cäcilienkirche und ihr historischer Anbau von Karl Band, als auch der gemeinsam mit dem Rautenstrauch-Joest-Museum genutzte Neubau erfüllen alle Standards eines modernen Museums. Natürlich gibt es wie in allen Neubauten Baumängel, diese werden aber alle noch beseitigt und wir sind auf einem guten Weg.“

Marcus Dekiert: „Leider ist die Halbwertszeit selbst kürzlich eröffneter Häuser erheblich gesunken. So müssen wir im kommenden Frühjahr und gerade einmal zwölf Jahre nach Eröffnung unseres Hauses die Klimaanlage sanieren. Dies wird zwar unter laufendem Betrieb geschehen, schränkt uns aber bei der Durchführung von Sonderausstellungen erheblich ein.“

Philipp Kaiser: „Das Museum ist heute noch wunderbar für die Präsentation moderner und zeitgenössischer Kunst geeignet. Aber natürlich kommt so ein vor fast 30 Jahren eröffnetes Haus in die Jahre. Das Rohrsystem muss nach und nach erneuert werden und das ganze Museum braucht ein modernes Beleuchtungssystem (LED). Die notwendigen Renovierungen werden aber in den nächsten Jahren über das Renovierungsprogramm Museen und Kulturbauten abgearbeitet.“

Marcus Trier: „Das Römisch-Germanische Museum und das Verwaltungsgebäude bedürfen nach rund 40jähriger Nutzungszeit einer Generalsanierung. Die Ständige Sammlung des Hauses muss zudem grundsätzlich neu gestaltet werden, Neufunde der letzten Jahre dauerhaft integriert werden.“

WIE GUT ODER SCHLECHT LÄUFT DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DER STÄDTISCHEN VERWALTUNG?

Moritz Woelk: „Innerhalb der Kulturverwaltung vertrauensvoll und reibungslos. Bei den zentralen Ämtern der Stadt sind grundsätzlich alle Mitarbeiter guten Willens. Etwas mehr Eigenverantwortung würde aber Energien für die inhaltlichen Aufgaben unseres Museums freisetzen und auch die Mitarbeiter in den zentralen städtischen Ämtern entlasten.“

Dr. Werner Jung: „Prinzipiell ist die Zusammenarbeit gut, insbesondere mit den unmittelbar Beteiligten. Jedoch sollten die Arbeitsbedingungen der Museen so erleichtert werden, dass die Eigenverantwortung gestärkt und Genehmigungsverfahren verkürzt werden.“

Klaus Schneider: „Als Museum sind wir ja Teil der Verwaltung, deshalb ist die Zusammenarbeit grundsätzlich gut. Durch die vielen Querschnittsämter dauern allerdings viele Vorgänge unnötig lang. Ich würde gerne mehr Eigenverantwortung bei vielen Vorgängen übernehmen, etwa bei Vergaben.“

Petra Hesse: „Die Zusammenarbeit mit dem Kulturdezernat und mit Kollegen anderer Ämter ist gut. Problematisch sind jedoch die oft zeitraubenden Verwaltungsabläufe an sich und der umfangreiche Abstimmungs- und Genehmigungsaufwand.“

Marcus Dekiert: „Das Geflecht städtischer Verwaltungsstrukturen hemmt uns im täglichen Museumsbetrieb an allen Ecken und Enden, so etwa bei den aufwändigen administrativen Abläufen bei Vergabe und im Personalwesen. Hier gibt es strukturelle Probleme und erheblichen Verbesserungsbedarf. Ich beobachte aber in Politik wie Verwaltung den Willen zu Veränderungen.“

Philipp Kaiser: „Wir haben immer ein offenes Ohr im Kulturdezernat und werden von der neuen Dezernentin Frau Laugwitz Aulbach gut unterstützt.“

Marcus Trier: „Die Zusammenarbeit mit den Dienststellen der Kulturverwaltung ist vertrauensvoll und harmonisch. Auch mit den städtischen Querschnittsämtern arbeiten wir im Prinzip gut zusammen. Allerdings würden wir uns in einigen Aufgabenfeldern eine größere Handlungsfreiheit wünschen, um angemessen auf die Anforderungen musealer Arbeit reagieren zu können.“

WO SEHEN SIE EINE BESSERE ZUKUNFT FÜR IHR MUSEUM: ALS STÄDTISCHES AMT ODER ALS EIGENBETRIEBSÄHNLICHE EINRICHTUNG?

Werner Jung: „Nicht die Betriebsform ist entscheidend, sondern eine auskömmliche finanzielle, infrastrukturelle und personelle Ausstattung der Häuser. Ein Eigenbetrieb, der nicht entsprechend ausgestattet ist, macht wenig Sinn. Die Zukunft unseres Museums sehe ich daher im städtischen Verbund bei entsprechenden Verbesserungen der genannten Arbeitsbedingungen.“

Klaus Schneider: „Ich sehe das RJM weiterhin als städtische Einrichtung, wenn bestimmte Strukturveränderungen in den Verwaltungsabläufen vollzogen werden.“

Petra Hesse: „Dies hängt von den Rahmenbedingungen ab. Ein Eigenbetrieb ist nur mit einem auskömmlichen Betriebskostenzuschuss überlebensfähig. Deshalb gibt es momentan keine andere Alternative zum städtischen Amt.“

Moritz Woelk: „Im Fall des Museum Schnütgen als städtisches Amt, unter der Voraussetzung einer auskömmlichen Finanzierung im Sachkosten- und Personalbereich und einer mehrjährigen Planungssicherheit.“

Marcus Dekiert: „Jedenfalls als Eigenbetrieb. Die Autonomie des Wallraf-Richartz-Museums & Fondation Corboud ist ja nur auf wenige Punkte beschränkt – doch bringen bereits diese einen erheblichen Zugewinn an eigenverantwortlichem und eigenständigem Handeln. Unser Wunsch wäre, dass der hier als Pilotprojekt begonnene Weg grundsätzlich etabliert und ausgebaut würde.“

Philipp Kaiser: „Man muss für ein Museum administrative Freiräume schaffen jenseits juristischer Modelle.“

Marcus Trier: „Das Römisch-Germanische Museum ist zugleich das Amt für Archäologische Bodendenkmalpflege und damit Träger öffentlicher Belange. Die Verknüpfung dieser hoheitlichen Pflichtaufgabe mit den Aufgaben eines Museums hat sich seit Jahrzehnten bewährt. Insofern sehe ich das Haus auch in Zukunft als städtische Dienststelle, die jedoch einer auskömmlichen Finanzierung im Sachkosten- und Personalbereich mit mehrjähriger Planungssicherheit bedarf.“

HABEN SIE DEN EINDRUCK, DASS DIE ARBEIT IHRES MUSEUMS VON STADT UND POLITIK GESCHÄTZT WIRD?

Marcus Dekiert: „Es gibt zahlreiche Rückmeldungen, die dies erkennen lassen, ja. Was mir aber fehlt, ist ein allgemeines Bewusstsein dafür, wie wichtig Kunst und Kultur sowohl für die Außendarstellung Kölns als auch für die Identität unserer Stadt sind. Andere große Städte wie München oder Frankfurt haben dies längst erkannt und sind uns in der Umsetzung weit voraus. Es bedarf der gemeinsamen Anstrengung aller in der Stadt, hier für rasche Besserung zu sorgen.“

Werner Jung: „Eindeutig ja.“

Klaus Schneider: „Das kann ich sehr positiv bestätigen, denn sehr viele Veranstaltungen von Stadt und Politik finden im RJM statt, nicht nur wegen des attraktiven Ambientes, sondern oft verbunden mit Führungen durch die Ausstellungen. Dies betrifft meiner Einschätzung nach genauso das Museum Schnütgen.“

Petra Hesse: „Ja, das habe ich.“

Moritz Woelk: „Auf jeden Fall. Der Wille, die Arbeit des Museum Schnütgen zu unterstützen, ist für mich spürbar.“

Philipp Kaiser: „Stadt und Politik sind stolz auf das Museum Ludwig. Der finanzielle Spielraum der Stadt ist jedoch sehr eng.“

Marcus Trier: „Ohne jeden Zweifel! Das Römisch-Germanische Museum erfreut sich großer Beliebtheit, wie nicht zuletzt die alljährlich guten Besucherzahlen belegen. Die Arbeit der Bodendenkmalpflege wird ebenfalls mit außerordentlicher Aufmerksamkeit verfolgt.“

WIE LIEBE SICH DIE BEKANNTHEIT DER KÖLNER MUSEEN ERHÖHEN?

Moritz Woelk: „Die Kölner Museen verfügen über einzigartige Sammlungen von internationaler Bedeutung. Sie können eine Stadtgeschichte von den alten Römern über die Blütezeit des Mittelalters bis zu Kunst und Kultur der Gegenwart in überregionalen Zusammenhängen darstellen. Das ist alles andere als selbstverständlich. Damit könnte die Stadt viel offensiver nach außen treten. Die Kultur sollte auch ein wesentlicher Teil der Marke Köln sein.“

Klaus Schneider: „Die Museen müssen in der Kulturstadt Köln fester und prominenter Bestandteil des zukünftigen Stadtmarketings werden.“

Werner Jung: „Die Kölner Museen sind auch jetzt schon sehr bekannt und Umfragen zufolge auch sehr beliebt. Bedenklich ist jedoch, dass die Kultur insgesamt nur beiläufig zur sogenannten „Marke“ der Stadt gezählt wird. Kultur – und damit die Museen – sollten bei der Außendarstellung der Stadt viel stärker berücksichtigt werden.“

Petra Hesse: „Generell fehlt ein übergeordnetes Stadtmarketing, das Köln als Kulturstandort und damit auch die Vielfalt und Bedeutung der Museen überregional, national und international bewirbt. Im Markenprozess der Stadt Köln ist die Kultur völlig unterrepräsentiert. Parallel zum übergeordneten Marketing müssen die einzelnen Museen stärker ihr eigenes, individuelles Profil entwickeln und vermarkten können.“

Marcus Dekiert: „Die Kölner Museen sind national und international bekannt. Das Wallraf hat mit „1912 – Mission Moderne“ einen gewaltigen Erfolg erzielt und wird auch im kommenden Herbst mit der großen Kathedralen-Schau erneut ein Ausstellungs-Highlight präsentieren. Dies alles müsste nur noch deutlicher in der Außendarstellung der Stadt Berücksichtigung finden.“

Philipp Kaiser: „Die Stadt könnte mit ihren Kultureinrichtungen viel offensiver werben und diese als Teil der „Marke“ Köln begreifen. Das Museum Ludwig ist national wie international bestens bekannt und wird von der Rezension durchweg positiv aufgenommen. Das ist vor allem am Besucherprofil zu erkennen, denn dieses ist einem sehr hohen Anteil international. Im Frühjahr zeigen wir die Retrospektive von Pierre Huyghe in Kooperation mit dem Centre Pompidou, Paris und dem Los Angeles County Museum of Art (LACMA). 2015 folgt dann die große Sigmar Polke Schau in Kooperation mit dem

MoMa, New York und der Tate Modern, London. Das Museum Ludwig ist aber auch lokal gut verankert. Wir haben sehr gute Besucherzahlen, auch jetzt mit unserer Sammlungsneupräsentation und die Kommentare im Besucherbuch und im Internet machen deutlich, wie sehr die Kölner es als „ihr“ Museum betrachten.

Die britische Kunstzeitschrift frieze hat die Sammlungspräsentation „Not Yet Titled“ unter die besten zehn Ausstellungen des Jahres gewählt und auch in der Welt am Sonntag sind wir auf Platz 1 gekommen für die beste Inszenierung.“

Marcus Trier: „Meines Erachtens sollte Köln noch stärker mit seiner kulturellen Vielfalt werben, was entsprechende Finanzmittel voraussetzt. Stadtgeschichte und Kultur sind wichtige Pfeiler unserer städtischen Gesellschaft und Identität, den die Sammlungen der Kölner Museen widerspiegeln.“

Artikel URL: <http://www.ksta.de/kultur/-umfrage-kultur-gehoert-zum-markenkern-,15189520,25831586.html>

Copyright © 2013 Kölner Stadtanzeiger