

Neue Studie: Österreicher sind Museumsmuffel

Kulturpolitik. Österreicher und Deutsche gehen im internationalen Vergleich wenig ins Museum. Ein Experte rät: Berührungängste abbauen, mehr Events, Kooperationen mit der Wirtschaft eingehen, Mitarbeiter motivieren.

VON BARBARA PETSCH

Jeff Koons mit Generaldirektorin Sabine Haag im Kunsthistorischen Museum (KHM), nicht nur das Foto hat die Konkurrenz geärgert. Im heurigen Jänner war der US-Künstler im KHM zu Gast. Dieses widmet sich verstärkt zeitgenössischer Kunst, hat mit Jasper Sharp einen namhaften Kurator für diese engagiert – und macht auch sonst mit „Events“, etwa zum Thema Bacchus und Wein, von sich reden.

Die vom Ministerium lancierte Idee, dass Museen sich vor allem ihrem traditionellen Bereich widmen sollen, scheint vergessen. Koons' Skulpturen zieren auch das Titelblatt einer neuen Studie, die sich mit dem Management von Museen befasst. „Wir wollen nicht draufhauen, sondern neue Wege weisen“, sagt Unternehmensberater Stefan Höffinger. Seit 16 Jahren ist der WU-Absolvent in der Branche tätig, zuletzt war er bei Arthur D. Little. Nun hat er sich selbstständig gemacht und mit seiner Firma Hoefinger Solutions die Museen durchleuchtet.

50 Prozent Eigenfinanzierung im Louvre

Er führte Gespräche mit Direktoren, nutzte den jüngsten Kulturbericht 2011 und verglich heimische Sammlungen mit ausländischen. Einige der Erkenntnisse: Österreichische Museen beklagen oft die zu geringe öffentliche Förderung, Subventionen werden kaum mehr valorisiert. Tatsächlich finanziert sich inzwischen sogar der Pariser Louvre zu 50 Prozent selbst, die Londoner Tate Modern zu 73, das New Yorker Metropolitan Museum sogar zu 87 Prozent. In Wien kommt das Belvedere auf 56 Prozent Eigenfinanzierung, die Albertina auf 50, das KHM auf 36, das Museum moderner Kunst auf 25 und das MAK auf elf Prozent. Sponsoring wird für Museen immer wichtiger. Das ist historisch gesehen keine Neuerung, früher waren Aristokratie und Geldadel Financiers von Museen. Von 2005 bis 2011 ist das Kultursponsoring in Österreich von 43 auf 50 Mio. Euro gestiegen, davon entfallen 27 Prozent auf bildende Kunst, 25 Prozent auf Musik und 21 Prozent auf darstellende Kunst.

Deutsche Konzerne nutzen Sponsoring gezielt zur Imagepflege. Besucher scheinen international trotz Wirtschaftskrise in die Museen zu strömen. Der Pariser Louvre steigerte seine Besucherzahl von 2010 auf 2011 von 8,5 auf 8,9 Millionen, die Museumsinsel in Berlin blieb mit 3,4 Mio. stabil, ebenso



Publikumsmagnet Jeff Koons: „Hanging Heart“, Fond. Beyeler, Basel. Auch in Frankfurt stellt er aus. [AP]

das British Museum (5,8 Mio.). Das Pariser Centre Pompidou lockte 3,6 Mio. Besucher (2010: 3,1 Mio.) an, die Reina Sofia in Madrid 2,7 Mio (2010: 2,3). Sprünge bei den Besucherzahlen hängen oft mit Ausstellungen zusammen. Unter den Top Ten der meistbesuchten Ausstellungen weltweit finden sich 2011 auf Platz eins die Abstrakten Expressionisten im Museum of Modern Art in New York mit 1,159 Mio. Besuchern. Es folgten

Monet im Pariser Grand Palais (913.000 Besucher), „Landscape Reunited“, Malerei der Ming- und Qing-Dynastie im National Palace Museum von Taipeh (704.000 Besucher), „Alexander McQueen Savage Beauty“ (Mode) im Metropolitan Museum NY (661.000 Besucher) und Schätze der Maori im Shanghai-Museum (611.000 Besucher). Vom eurozentrischen Weltbild muss man sich verabschieden: Asien, Südamerika, der

Orient werden als Kunstszene immer wichtiger. Die meistbesuchte Altmeister-Ausstellung war 2011 „Malerei und Skulptur in Rom im 18. Jh.“ in der Eremitage von St. Petersburg mit 425.000 Besuchern. Museen, die viel Verschiedenes anbieten, sagt Höffinger, sind im Vorteil. Dazu zählt die Berliner Museumsinsel, aber auch das weniger bekannte „MAS - Museum aan de Stroom“ in Antwerpen: 2011 eröffnet, bietet es mit seinen 470.000 Objekten ein epochen- und stilübergreifendes Konzept zu den Themen Machtdemonstration, Weltstadt, Welthafen, Leben und Tod.

Veraltete Administration verändern

Neubauten sind stets wirkungsvoll, um Besucher anzulocken, sie müssen nicht hunderte Mio. kosten: Heuer im April wurde mit „The Eye“ in Amsterdam ein Filmmuseum im Origami-Stil von den Wiener Architekten

Auf einen Blick



Stefan Höffinger war bei internationalen Beraterfirmen wie A. T. Kearny, Roland Berger tätig, zuletzt bei Arthur D. Little. Seine Firma Hoefinger Solutions

beschäftigt sich mit Kultur und Urban Technology (Energie, Verkehr). Höffinger erarbeitete Studien zum MQ, zu Kunststädten sowie eine Analyse zur Effizienzsteigerung der Salzburger Festspiele. [Michele Pauly]

Delugan Meissl eröffnet. Investiert wurden 40 Mio. Euro. Im internationalen Vergleich sind die Österreicher wie die Deutschen „Museumsmuffel“, in Österreich gehen 60 Prozent, in Deutschland 50 Prozent nie ins Museum. (65 Prozent der Dänen gehen ins Museum!) Was tun? Dass hohe Qualität nicht „mehrheitsfähig“ sei, hält Höffinger für falsch. Er empfiehlt den Museen, die unternehmerischer agieren als früher, einen weiteren Abbau von Berührungängsten gegenüber Events und Kooperationen mit der Wirtschaft, klare Definition von Erfolgskriterien und mehr Förderung von Mitarbeitern mit eigenen Ideen – um die teils antiquierte, zu komplexe Administration zu verändern.

