

VorSätze

Gerald Matt / Walter Stach

Matt: Vermitteln gehört, gleichwertig neben dem Sammeln, Bewahren und Forschen, zu den wesentlichen Funktionen des Museums. Es gilt, ein Beziehungsgeflecht zwischen KünstlerInnen, Museum und Publikum herzustellen – Vermittlung ist ein wesentlicher Teil dieser Kommunikation. Dies wird leider sehr oft vergessen. Aber Museen fungieren als Übersetzer auf unterschiedlichen Ebenen, eröffnen mit ihren Sammlungspräsentationen und Ausstellungen dem Publikum Themenwelten und stellen, ausgehend von den Werken, Bezüge und mögliche Kontextualisierungen vor. Der Ansicht, »die Werke sprächen durch sich selbst und bräuchten keine Vermittlung«, ist zu entgegenen, dass sie es nur manchmal zu leise tun.

Wurden BesucherInnen früher als Störfaktoren erlebt und führten Museen ein zurückgezogenes, fast mönchisches Dasein mit MuseumsmitarbeiterInnen, die wie Einsiedler ihren speziellen Vorlieben nachgingen, so gilt es heute zu erkennen, dass es »in Museen nur scheinbar um Objekte, in Wirklichkeit aber um Menschen geht« (Barry Lord). In diesem Sinne bedeutet vermitteln, den BesucherInnen Kommunikationsangebote bereit zu stellen. Die Vermittlungsleistung besteht darin, die Museumsziele und die Ausstellungsinhalte in die Sprache der BesucherInnen zu übersetzen und damit den geistigen und kulturellen Mehrwert zugänglich zu machen. Das Museum ist gefordert, als Übersetzer aufzutreten, ohne auf die Inhalte zu verzichten oder sie zu ändern. Es gilt, die Zutrittsbarrieren zu senken und die Ausstellungsinhalte einem möglichst breiten InteressentInnenkreis nahe zu bringen.

Die Dialektik, dies zu erkennen, führt über Formen der personalen (Führungen, Kunstgespräche etc.) und medialen Vermittlung (Texte, Informationsräume etc.).

Stach: »Das Büro für Kulturvermittlung ist ein Verein, dessen Zielsetzung die Förderung der Kommunikation zwischen Angehörigen verschiedener kultureller Schichten in unserer Gesellschaft ist. Seine Tätigkeiten sind partizipatorisch und emanzipatorisch ausgerichtet.« – Diese beiden unseren

zentralen InfoFolder einbegleitenden programmatischen Sätze wirken auch als ideelles Leitgestirn in der Praxis unserer täglichen Arbeit. Der gemeinnützige Verein Büro für Kulturvermittlung ist kein Museum und keine Ausstellungshalle, er hat die Funktion, generell innovative Vermittlungsaktivitäten in diesem kulturellen Sektor mit allen ihm zur Verfügung stehenden Möglichkeiten zu fördern. Damit sind vorrangig die qualitative Weiterentwicklung der Kommunikationsarbeit für und mit BesucherInnen – speziell die Kommunikation mit sogenannten Neuen Zielgruppen – und die Unterstützung der Professionalisierung des Berufsfeldes »Kulturvermittlung« gemeint. Es geht uns also um die Initiierung und neuartige Gestaltung von Kommunikation in kulturellen Zusammenhängen. Dass dabei Partizipation in der Gestaltung der Kommunikation die wesentliche Zielvorgabe ist, war von Anfang an gemeinsam klargestellt. Im politisch-historischen Kontext gesehen, ging es uns um einen Beitrag zur Weiterentwicklung der – bestens gemeinten, aus heutiger Sicht doch paternalistischen – 70er-Jahre-Vorgabe »Kultur für alle« zu einer jetztzeitigen partizipatorischen Praxis der »Kultur mit Allen«.

Das waren die grundlegenden Ausgangspositionen unserer Institutionen zu Beginn des Projekts. Was waren nun die spezifischen Interessen?

Stach: Der – immer noch bestehende – demokratische Charakter des Kommunikationssystems Internet sollte uns, war die Erwartung, die Einlösung dieses aktualisierten Anspruchs wesentlich erleichtern (siehe dazu im Besonderen die Artikel von Katharina Gsöllpointner und Marc Ries in dieser Publikation).

Insofern hat es uns auch gereizt, mit der Inanspruchnahme von neuen technischen, das heißt digital weltweit vernetzten Beziehungsmöglichkeiten – die ja gar so neu nicht mehr sind – diese auf die bestehende bewährte Kommunikationsweise der sogenannten personalen Kultur- und Kunstvermittlung anzulegen. Das heißt, praktisch der Frage nachzugehen,

welche bewährten Grundqualitäten der personalen Vermittlung – also zum Beispiel: Assoziation im Zugang zu sich selbst und zu den Objekten, Subjektivität und Objektivierung, Zeit für Langsamkeit, Sinnlichkeit, Austausch in der Gruppe, Respekt – mit den spezifischen Implikationen der Onlinekommunikation kompiliert bestehen bleiben können, welche vielleicht wegfallen und/oder ob, durch den Transformator der neuen Technologie, neue Vermittlungsformen mit Bezug auf wesentliche Aspekte der Kunst entwickelt werden können und müssen.

Matt: Für uns gilt ganz Ähnliches: Nachdem Kommunikation eben immer stärker auch über das Netz funktioniert und sich damit Erweiterungen der Kommunikation ergeben, haben wir diese Möglichkeit bewusst gesucht, weil junge Menschen sich verstärkt derer bedienen und es uns ein Anliegen ist, nicht nur klassische Mittel einzusetzen, um Kommunikation herzustellen. Um in der Funktion eines »Geburtshelfers« in der Auseinandersetzung mit Fragen zeitgenössischer Kunst agieren zu können und um Leute zum Denken anzuregen. Interesse zu schaffen, ohne sie mit Texten zu überhäufen, sondern sie Aspekte suchen und erkennen zu lassen, die für sie selbst wichtig sind.

Warum haben gerade unsere beiden Institutionen in diesem Projekt miteinander gearbeitet?

Matt: Das Büro für Kulturvermittlung ist für die Kunsthalle Wien ein kongenialer Partner, weil wir beide an Vermittlung glauben. Das Büro hat nicht nur das Know-how, wie mit unterschiedlichsten Bevölkerungsgruppen kommuniziert und der Isolation der Kunst auf ein akademisches Publikum entgegen zu wirken ist. Das Büro für Kulturvermittlung ist als ein Katalysator für Kommunikation von besonderer Bedeutung, weil es an Institutionen ein aktives Bewusstsein dafür schafft, dass auch »andere« Gruppen von Menschen etwas zu Kunst zu sagen haben.

Stach: Uns hat die Wahl des Projektpartners »Kunsthalle Wien« von Anfang an die Sicherheit gegeben, in diesem Projekt mit hochgradig professionellen, ebenso immer mit der Lust auf Neues arbeitenden FachkollegInnen kooperativ eine Neuentwicklung angehen zu können.

Der Unterschied in der Zielrichtung – Online-Kunstvermittlung als Vermittlung *von* Kunst oder als Kommunikation *über* Kunst –, bewusst wahrgenommen und als offene Differenz in die Arbeit aufgenommen, bot a priori eine anspruchsvolle Spannung. Und sollten wir scheitern, war mein Gedanke zu Beginn der Arbeit, würde es ein konstruktives, erfahrungsgewinnträchtiges Scheitern sein. Es wurde meines Erachtens ein beachtlich qualitätvolles work in progress.

Von Anfang an bestand jedenfalls Einigkeit in der Absicht, dass und wegen das Ergebnis dieser Projektarbeit veröffentlicht werden sollte?!

Stach: Wir beabsichtigten bei dieser Entwicklungsarbeit von vornherein, das Ergebnis, im Sinne des Modellhaften, in der Außenwirkung in möglichst jeder Hinsicht, unter Einschluss (selbst)kritischer Reflexion, nachvollziehbar zu machen. Auch mit dem Gedanken, mittels dieser Publikation der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen, was sie finanziell ermöglicht hat.

Matt: Wir würden uns freuen, wenn www.kunstvermittlung.at ein Vorzeige- und vor allem ein Modellprojekt geworden ist, wenn andere das Beispiel aufgreifen und es weiter dazu beiträgt, die Position von Vermittlungsarbeit innerhalb des Museums- und Ausstellungswesens zu stärken.

Wir danken allen Beteiligten für ihre intensive Mitwirkung.

Gerald Matt

Direktor Kunsthalle Wien

Walter Stach

Geschäftsführer Büro für Kulturvermittlung