

## **Director's welcome - die Hand am Beamer. Kommunikationsstrategien im MMM (MultiMediaMuseum)**

Dr. Andreas Bienert  
Staatliche Museen zu Berlin - Generalverwaltung  
Stauffenbergstraße 41, 10785 Berlin  
Tel.: 030/2662973  
E-mail a.bienert@smb.spk-berlin.de

Zu den perhorreszierenden Wahrnehmungserfahrungen des internationalen Museumsbesuchers gehören heute die staubigen Informationsstationen und Besucherterminals, die als runenhafte Zeugen einer verblichener Medientechnik vielerorts ihr Schattendasein fristen. Vergilbte Monitore, klebrige, vandalisierte Tastaturen, die Maus längst außer Betrieb und anstelle attraktiver Informationsangebote nur die archaischen Icons überjähriger Betriebs- und Navigationssysteme. Niemand benutzt diese Geräte, niemand wartet sie, aber entfernen mag sie auch niemand. Sie sind die stumme Anklage, die zu einer kritischen Rückschau auf eine Dekade euphorischer Entwicklung einlädt.

An deren Anfang stand die Utopie einer progressiven Informationskultur. Seit Beginn der 1990er Jahre entwickelten Museen wie die National Gallery in London (MicroGallery), der Louvre oder die Frick Collection die ersten umfangreichen Medien-Anwendungen, um damit das vielversprechende Potential digitaler Technik für ihre Erschließungs- und Vermittlungsaufgaben zu nutzen. Gegen die anfängliche Sorge um die Gefährdung der Institution im Zeitalter ihrer virtuellen Replikation überwogen hohe wirtschaftliche, museumspädagogische und wissenschaftliche Erwartungen an die Wirkungsmacht der neuen Systeme. Unzählige POIs, Kiosks und Hyper-Media-Stationen staffieren seither die Museumslandschaft mit dem Heilsversprechen einer kontinuierlich prosperierenden Informationsinfrastruktur, und sie taten dies umso erfolgreicher je gegenläufiger die öffentliche Kultur durch Vereinheitlichung, Abbau von Bildungsstandards und alarmierende Mittelkürzungen bedroht wurde. Auch trug die Politik entschieden dazu bei, das Faszinosum der neuen virtuellen Kultur und des ungebremsen Zugangs zum kulturellen Erbe zu fördern. Das G7 Treffen des Jahres 1995 formulierte ein Pilotprogramm unter dem herausfordernden Anspruch "Multimedia Access to World Cultural Heritage". Eine ähnliche Initiative der Europäischen Kommission, das Memorandum of Understanding (MoU), versammelte damals nicht weniger als 642 unterzeichnende Institutionen, die sich zu gemeinsamen Richtlinien bei der Erschließung, Verwertung und Präsentation digitaler Sammlungsbestände bekannten. Kein Museum und keine größere Ausstellung schien ohne massive medien- und computerbasierte Aufrüstung vor das Publikum treten zu wollen. Schon die Planung von Ausstellungen, so meint man im Rückblick, war kaum denkbar ohne allgegenwärtige multimediale Simulations-, Kooperations-, Projekt- und Facilitymanagementprogramme.

Von derartigen Vorstellungen ist heute nur noch wenig zu vernehmen. Nicht nur finden Mega-Ausstellungen wie etwa "Das MoMA in Berlin" wieder ohne substantielles elektronisches Begleitwerk statt, auch Neueinrichtungen und Dauerausstellungen favorisieren, wenn überhaupt, einen eher punktueller Einsatz. Anstelle multimedialer Interaktion mit dem Publikum kommt bevorzugt der Audio-Guide zum Einsatz. Selbst die Rolle der Museums-Web-Sites beschränkt sich in der Vielzahl der Beispiele auf die eines nur gelegentlich aktualisierten elektronischen Faltblatts. Gibt es ein deutlicheres Indiz für eine Krise der Informationstechnik in den Museen als die kokette Werbung eines einschlägigen Anbieters, der etwas verkaufen will, das niemand wirklich haben möchte: "Gewiss sind Datenbanken nicht unbedingt die Lieblingskinder der Kultureinrichtungen. Sie binden die Kräfte spezialisierter und bereits anderweitig überlasteter Fachkräfte, kosten knappes Geld und schaffen Frust durch uneingelöste Versprechen."

Anders als beim Platzen der Dotcom-Blase liegt dieser gegenwärtig so verhaltene Trend nicht allein in ökonomischen Faktoren begründet. Die Beurteilung der Rentabilität von E-commerce und MultiMedia-Präsentationen im Museum blieb seit jeher der statistischen Spekulation überlassen. Eher muß sich der Blick auf die Qualität der Produktionen richten und damit das "uneingelöste Versprechen" in das Zentrum der Überlegung rücken.

Drei kritische Beobachtungen drängen sich dabei auf:

1. Entgegen anderslautenden Beteuerungen hat in der Vergangenheit vor allem die Technikdominanz vieler Projekte den Gebrauch der Neuen Medien in den Museen insgesamt desavouiert.
2. Ausgeprägter Popularismus und neofeudale Barockisierung konterkarieren auf der formalen Seite den medienpolitischen Anspruch progressiver Interaktivität und demokratischer Vermittlungspraxis.
3. Medienspezifische Ignoranz reproduziert auch inhaltlich in den Neuen Medien häufig nur "die Standarderfahrungen eines durchschnittlichen Museumsbesuchers mit den Mitteln der alten Medien" (Mazzoni). Konfektionierte Informationsangebote statt vernetzter Kommunikation, autoritäre Wissenshierarchien statt demokratischer Informationsflüsse und lineare Eindimensionalität statt assoziativer Vielfalt werden auf diese Weise perpetuiert.

Die Situation ist womöglich durch den paradoxen Umstand gekennzeichnet, daß der Gebrauch der Neuen Medien in den Museen nicht nur deren Vereinnahmung gleichkommt, sondern auch zur Stärkung und Bestätigung eher traditioneller Vermittlungsverfahren beiträgt. Daß das Medium eigentlich eine Massage sei, daß es die Institutionen von Grund auf durchmassiere, diese Prognose Marshall McLuhans bestätigt sich gerade nicht.