

*Julian Nida-Rümelin, Kathrin B. Zimmer*

# Kultur im Zeichen von Corona – Chance und Herausforderung für die Museen

**Abstract** Die Corona-Krise ist *auch* eine kulturelle Herausforderung, auf welche die Museen aktuell mit einer Vielzahl digitaler Angebote reagieren. Soll die plötzlich erfolgte „Zwangsdigitalisierung“ aber über einzelne digitale Vermittlungsangebote für die Zeit des Shut-downs hinaus auch als Impuls für eine gelungene Öffnung der Museen ins Digitale fungieren, so muss sie mit einer digitalen Geisteshaltung und einer entsprechenden Arbeitskultur in den Häusern einhergehen und darf dauerhaft nicht allein auf Marketingfragen und Vermittlungsangebote reduziert werden.

**Keywords** Digitalisierung, digitales Publikum, Arbeitswelt 4.0

Die Corona-Krise ist nicht nur eine gesundheitliche und gesundheitspolitische Herausforderung, sondern auch eine kulturelle. Kulturell im umfassenden Sinne insofern, als das anempfohlene *social distancing* eine Vereinzelung der Gesellschaft mit sich bringen und die Kohäsion und Kooperationsbereitschaft gefährden würde. Unterdessen hat es sich herumgesprochen, dass *social distancing* beziehungsweise soziale Distanzwahrung gar nicht gemeint war, dass vielmehr in der Krise soziale Nähe, Anteilnahme, Hilfsbereitschaft, nachbarschaftliches Zusammenwirken, freiwilliges und bürgerschaftliches Engagement, Rücksichtnahme auf Ältere und Schwächere, gefordert ist, also das genaue Gegenteil von *social distancing*. Was gefordert war und ist, ist etwas ganz anderes, nämlich Infektionswege zu unterbrechen, die Ausbreitung der Infektionen zu verlangsamen, aber die Situation, die man aus der mittelalterlichen Epidemie-Bekämpfung kennt, nämlich die Vereinzelung der Gesellschaft, die Isolierung der Infizierten, die Ausgrenzung von tatsächlichen oder nur vermeintlichen Infektiösen, darf nicht unsere Antwort auf die Krise sein. Zu wünschen ist eine Stärkung der Kultur der Kooperation und des Respekts, der bürgerschaftlichen Verständigung über das, was für uns gemeinsam gut ist und uns eine gute Zukunft sichert.

Die Corona-Krise ist also im weitesten Sinne auch eine kulturelle, leider gilt dies auch für die im engeren Sinne kulturellen Aktivitäten, die Kunstproduktion und -rezeption, die Wahrung kultureller Traditionen in den Archiven und Museen, die Konfrontation mit dem künstlerischen Ausdruck in allen Formen und über alle Zeiten, die Begegnung im gemeinsamen Interesse an Kulturgütern. Das Gesetz zum Schutz nationalen Kulturguts spricht von der identitätsstiftenden Funktion, die es rechtfertigt, in das Marktgeschehen massiv einzugreifen. So schwierig es ist, genauer zu bestimmen, was die kulturelle Identität eines Landes eigentlich ausmacht, unbestreitbar ist, dass für diese die kulturelle Praxis, das Vergangene, insbesondere frühere kulturelle Leistungen präsent zu halten und in die Gegenwart und Zukunft fortzuführen, zentral ist. Es ist deswegen ein Gebot kultureller Vernunft, den Shut-down nicht nur so früh wie möglich hinsichtlich ökonomischer Aktivitäten, sondern auch hinsichtlich kultureller zu beenden und die Lebensadern einer kulturell verfassten Gesellschaft intakt zu halten. Die notwendigen Einschränkungen im physischen Kontakt und der physischen Mobilität müssen daher kompensiert werden durch die Zugänglichkeit zu den Kulturgütern auf digitalem Wege, aber auch die Interaktion mit und die Verständigung über kulturelle Güter, die in den Museen aufbewahrt, gepflegt und präsentiert werden.

Von einem Tag auf den anderen erfolgte Mitte März 2020 die Schließung aller Museen und Kultureinrichtungen deutschlandweit, große Teile der Mitarbeiter wurden ins Home-Office geschickt, aus täglichen Arbeitsprozessen wie Face-to-Face-Besprechungen wurden – soweit möglich – über Nacht Video- und Telefonkonferenzen, eine vollständige Jahresplanung, die auf öffentliche Veranstaltungen vor Publikum setzte, ließ sich plötzlich und unvorhergesehen nicht mehr umsetzen. Zugleich bestand von Anfang an von verschiedenen Seiten unausgesprochen die Erwartungshaltung, den Besuchern und Betrachtern nun eben digital *etwas* anzubieten, um das kulturelle Leben irgendwie aufrechtzuerhalten. Der eigene Anspruch der Museen, ihrem Publikum auch weiterhin *etwas* bieten zu können, erzeugte trotz erschwelter Arbeitsbedingungen ab den ersten Tagen der Corona-bedingten Schließungen große Aktivitäten, die insbesondere in den sozialen Medien greifbar sind. Twitter, Facebook und Instagram kündeten von neuen Podcasts aus geschlossenen Häusern, von virtuellen Rundgängen durch die Museen der Welt oder Live-Führungen von Kuratoren und Künstlern, von gestreamten Hauskonzerten, von getanzten Grüßen aus dem Home-Office, vom Aufruf, berühmte Kunstwerke in den eigenen vier Wänden nachzustellen oder von interaktiven Projekten für die Schulkinder zu Hause – schier unendlich scheinen die digitalen Angebote, die aktuell von den Museen produziert und kommuniziert werden: #DigSmus, #ClosedbutOpen, #DigAmus oder #MuseumFromHome sind Schlagworte der Stunde.

Mit etwas Distanz lassen sich verschiedene Arten von Angeboten unterscheiden: Am vielfältigsten scheinen die Streaming-Angebote, Podcasts oder Blogbeiträge, die speziell für Corona-Zeiten entwickelt sind und die „Besucher“, Hörer und Leser über die Pause hinwegtrösten sollen. Mitarbeiter und Künstler grüßen aus dem Home-Office und zeigen, dass auch Museen aktuell unter erschwerten Bedingungen arbeiten. Sie knüpfen direkt an Themen rund um Covid-19 an und machen mit informativen, lehrreichen, unterhaltsamen oder witzigen Angeboten auf das eigene Haus, die Exponate der Sammlung oder weitere digitale Angebote aufmerksam. So bietet das Jüdische Museum Frankfurt verschiedene Blogartikel wie beispielsweise zu „Hygiene und Reinheit in der jüdischen Tradition“ oder den von der Direktorin Mirjam Wenzel geführten #TachlesVideocast – Gespräche zur Krise.<sup>1</sup> Das Belvedere in Wien

---

1 <https://www.juedischesmuseum.de/blog/hygiene-und-rituelle-reinheit> und <https://www.juedischesmuseum.de/blog/tachles-videocast-zur-krise> (jeweils gesehen 30.4.2020).

lädt unter dem Titel „Frühling im Zeichen der Krise“ zu einem virtuellen Spaziergang durch die Sammlung ein, um „ein paar Geschichten nachzuspüren, die [...] von den Unbilden dieser Tage vielleicht ein wenig ablenken“. Von „Primavera“ über „Furcht“, „Isolation“ bis „Caritas“ werden verschiedene Exponate der Sammlung vorgestellt und die Besucher werden eingeladen, „die Erzählungen weiterzudenken, bis (die) Pforten wieder [...] öffnen können.“<sup>2</sup> Der Blog des DDR-Museums gibt anhand von zehn Sammlungsobjekten einen Einblick in einen fiktiven „Tag im Homeoffice“ in der DDR<sup>3</sup> und die Kunsthalle Mainz zeigt mit Kunsthalle@home auf Facebook und Instagram, wie internationale Künstler auf die Ausnahmesituation reagieren.<sup>4</sup> Im Rahmen der KuMACHallenge der Kunsthalle Mannheim verraten Künstler, welche Exponate der Sammlung ihnen gut gefallen und warum.<sup>5</sup> Das Stadtgeschichtliche Museum Leipzig präsentiert unter dem Titel „Hoffnungszeichen. Sammlungsstücke und Geschichten für Jetzt“ auf seiner Website täglich mehr Exponate der Sammlung, die von „Orientierungssuche, Streben nach Menschlichkeit und Zusammenhalt in schweren Zeiten“ zeugen.<sup>6</sup> Das Museum Kunsthalle Düsseldorf schließlich hat eine eigene Kinderseite entwickelt, die den Kleinsten zu Hause spielerisch Inhalte und Exponate des Hauses näherbringt.<sup>7</sup>

Alternativ oder zusätzlich setzen Museen und Sammlungen weltweit auf virtuelle Rundgänge oder digitale Führungsangebote, die bereits in Vor-Corona-Zeiten angelegt waren, so beispielsweise das Guggenheim-Museum in New York, die Uffizien in Florenz, die Tate Gallery of Modern Art in London, die Ermitage St. Petersburg, das Rijksmuseum in Amsterdam, das Berliner Pergamonmuseum oder das Deutsche Museum und die Bayerischen Staatsgemäldesammlungen in München, daneben aber auch kleine Häuser wie das Museum Universität Tübingen. Das Salzburg Museum bewirbt seine neue Podcast-Reihe „Museum am Sofa“. Diese Angebote, die überwiegend

---

2 <https://sammlung.belvedere.at/specialcollections> (gesehen 24.4.2020).

3 <https://www.ddr-museum.de/de/blog/2020/10-dinge-aus-dem-homeoffice-in-der-ddr> (gesehen 24.4.2020).

4 <https://www.kunsthalle-mainz.de> (gesehen 24.4.2020).

5 <https://www.kuma.art/de/kuenstler-zeigen-ihre-liebblingswerke-aktuelles-auf-social-media> (gesehen 24.4.2020).

6 <https://www.stadtgeschichtliches-museum-leipzig.de/besuch/aktuelles/artikel/neu-hoffnungszeichen-sammlungsstuecke-und-geschichten-fuer-jetzt> (gesehen 24.4.2020).

7 <https://www.kunsthalle-duesseldorf.de/kinder> (gesehen 24.4.2020).

bereits vor Corona existierten, mitunter aber nochmals ausgebaut oder erweitert wurden, können auch in Zeiten nach dem Shut-down das digitale Angebot eines Hauses entscheidend mitprägen.

Neben der Vielzahl der Angebote, die überwiegend traditionelle Formate der Kulturvermittlung, wie wir sie aus Museen kennen und schätzen, ins Digitale transformieren, finden sich auch einzelne Experimente für neue Formate und interaktive Angebote, die überhaupt nur im digitalen Raum funktionieren können. Hier möchten die Macher nicht allein für die Besucher präsent, sondern weiterhin – oder gerade jetzt – in Interaktion sein. Herausragend ist das Beispiel des kalifornischen J. Paul Getty Museums, das am 25.3.2020 via Twitter dazu aufrief, sich ein Kunstwerk der Sammlung auszusuchen, mit drei Alltagsgegenständen, die in der häuslichen Quarantäne verfügbar sind, nachzuahmen und ein Foto von Original und Kopie mit der Allgemeinheit zu teilen.<sup>8</sup> Dieser vielfach geteilte Aufruf hat offensichtlich einen Nerv der Zeit getroffen und die Kreativität vieler Internetnutzer befeuert, die vom realistischen Gemälde bis zur abstrakten Skulptur für eine Vielzahl von Objekten der Getty-Collection liebevolle und detailreiche Pendants nachstellen oder aber gewitzte Neuinterpretationen kreieren (Abb., S. 18). Auch der Hackathon der Bundesregierung #WirvsVirus brachte im Rahmen der Challenge „Museen digital zugänglich machen“ zwei spannende Projekte hervor: museum@home möchte eine digital begehbbare, barrierefreie Museumsplattform schaffen, die es ermöglichen soll, Ausstellungen nach dem Partizipationsprinzip *bottom-up* zu entwickeln und zugänglich zu machen. Institutionen, Kuratoren, interessierte Besucher und Künstler werden zu Gestaltern ihrer Ausstellungen, die sie kostenlos kuratieren und bereitstellen können. Eine Vernetzung mit Wikimedia soll die Reichweite der Open-Source-Plattform steigern, deren Prototyp mit zwei beispielhaften Ausstellungen innerhalb von 48 Stunden entstand.<sup>9</sup> Die im Rahmen des Hackathon-Wochenendes außerdem entstandene Website [cultours.org](https://cultours.org) sammelt kulturelle Live-Streaming-Angebote, um einen Überblick über die zahlreichen Angebote zu geben.<sup>10</sup> Unabhängig vom Hackathon sammeln Museen wie das Landesmuseum Württemberg<sup>11</sup> oder

8 <https://twitter.com/GettyMuseum/status/1242845952974544896> (gesehen 24.4.2020).

9 <https://devpost.com/software/beispiel> (gesehen 24.4.2020).

10 <https://cultours.org> (gesehen 24.4.2020).

11 <https://lmw-corona-alltag.de/home> (gesehen 24.4.2020).

das Museum Erding<sup>12</sup> bereits für Zeiten, wenn Corona historisch sein wird, und stellen die ihnen zugesandten Exponate auf ihrer Homepage aus.

Angesichts der Angebote, die die Betrachter anfangs ob ihrer Vielzahl erstaunt hatten, setzte bereits zwei Wochen später vereinzelt Ernüchterung ob der Formate oder der Qualität vieler Präsentationen ein.<sup>13</sup> Vereinzelt wird der Wunsch laut, kreativere, neue und vorrangig interaktive Formate<sup>14</sup> zu schaffen – ein hoher Anspruch, dem nur die wenigsten unter den schwierigen Rahmenbedingungen des Shut-downs gerecht werden können. Wünschenswert wäre aber, wenn die Museen im Anschluss an die Produktion und rasche Präsentation einzelner digitaler Angebote für die Corona-Wochen den Moment nutzen, um mit dem „digitalen Publikum“, denn ausschließlich als ein solches sind alle Zuhörer und Betrachter aktuell zu sehen, in Kontakt zu treten und zu fragen, was es sich eigentlich über Covid-19 hinaus langfristig von seinen Museen wünscht.<sup>15</sup> Viele Kulturinstitutionen kennen „digitale Besucher“ mit ihren Wünschen gar nicht ausreichend, weswegen digitale Angebote vielfach missverständlich *für alle* entwickelt werden, damit aber keine Zielgruppe richtig treffen. Der Runde Tisch Digitale Kulturvermittlung, den das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst in Kooperation mit dem Zentrum Digitalisierung.Bayern (ZD.B) im Juli 2019 ins Leben gerufen hatte, hatte bereits auf die große Relevanz einer stärkeren Erforschung des digitalen Besuchers hingewiesen,<sup>16</sup> und wird in den kommenden Wochen mit verschiedenen (virtuellen) Veranstaltungen das digitale Publikum fokussieren.

---

12 <http://www.museum-erding.de/index.php?id=14> (gesehen 24.4.2020).

13 Extrem kritisch äußert sich beispielsweise Jörg Heiser im Interview vom 26.3.2020, [https://www.deutschlandfunkkultur.de/museen-im-internet-verzweifelt-unausgegoren-und-sinnlos.2156.de.html?dram:article\\_id=473389](https://www.deutschlandfunkkultur.de/museen-im-internet-verzweifelt-unausgegoren-und-sinnlos.2156.de.html?dram:article_id=473389) (gesehen 24.4.2020).

14 So regt Christian Holst in seinem Blog am 2.4.2020 an, Kultureinrichtungen sollten „neue, formatgerechte künstlerische Experimente entwickeln anstatt einfach die Archive zu plündern oder die Kunst aus den traditionellen Formaten einfach virtuell abzubilden“, <https://christianholst.de> (gesehen 24.4.2020).

15 So beispielsweise auch Katie Heidsiek in ihrem Blogbeitrag vom 9.4.2020 „Den Wert von Museen messbar machen – auch bei verschlossenen Türen“ <https://www.museum4punkt0.de/den-wert-von-museen-messbar-machen-auch-bei-verschlossenen-tueren/#DigitalMuseum> (gesehen 20.4.2020).

16 Zum Runden Tisch Digitale Kulturvermittlung siehe: <https://zentrum-digitalisierung.bayern/runder-tisch-digitale-kulturvermittlung-aktueller-stand-und-zukunftsperspektiven-24-07-2019> (gesehen 20.4.2020).



Abb.: Twitter-Nutzer folgen dem Aufruf des Getty-Museums: Sie stellen mit wenigen Mitteln Objekte der Getty-Sammlung nach und teilen ihre Kreationen mit der Twitter-Gemeinde. Screenshot: Twitter Account Getty Museum, 2021

Eigentlich sollte die Besucherforschung in diesen Wochen Hochkonjunktur haben: Nachdem schnelle Angebote zur Überbrückung der Schließzeiten zur Verfügung stehen und User verschiedene Angebote ausprobiert und Appetithappen bekommen haben, sollte der Blick darauf zielen, wie man das, was greift, auch in einer Zeit nach Corona nutzen, institutionalisieren und professionalisieren kann.<sup>17</sup> Die Getty-Challenge oder #WirvsVirus belegen,

<sup>17</sup> Zur Relevanz des digitalen Publikums während und nach Corona-Zeiten vgl. die Kolumne vom 8.4.2020 von Holger Simon „Das digitale Publikum. Die drei Aufgaben der Kulturbetriebe in der digitalen Transformation“ <https://pausanio.com/kolumne/das-digitale-publikum> sowie die Diskussion „Kreativität in Quarantäne – der Kulturbetrieb in der Corona-Pandemie“ vom 31.3.2020: <https://www.swr.de/swr2/leben-und-gesellschaft/kreativitaet-in-quarantaene-der-kulturbetrieb-in-der-corona-pandemie-sw2-forum-2020-03-31-100.html> (gesehen 24.4.2020).

wie gerne das Publikum einbezogen wird, um gemeinsam etwas Neues zu schaffen. Corona zwingt aktuell alle zu experimentieren, entscheidend wird aber sein, dass die Museen nach Corona nicht allein möglichst schnell zum Regelbetrieb zurückkehren, sondern auch kritisch hinterfragen und analysieren, was sich in Zeiten des Shut-downs bewährt hat, um diese Formate fundiert in den künftigen Regelbetrieb zu integrieren. Über die Frage nach dem digitalen Publikum hinaus könnte die aktuelle, Corona-bedingte „Zwangsdigitalisierung“ der Kulturinstitutionen aber nicht nur Einfluss auf künftige Vermittlungsangebote nehmen, sondern sie kann die digitale Transformation der Museen auch in Richtung Arbeitswelt 4.0 vorantreiben, wenn die aktuellen Impulse aufgegriffen und in der Zeit nach dem Shut-down in Richtung einer digitalen Strategie, die nicht allein digitale Vermittlungsangebote umfasst, sondern auch die Arbeitskultur innerhalb der Institutionen einbezieht, formuliert und schrittweise umgesetzt wird.<sup>18</sup>

Digitale Vermittlungsangebote, die in der Corona-Krise verstärkt genutzt werden, sind immer komplementär zu verstehen, nicht als Ersatz zu traditionellen, analogen Formen der Museumspraxis. Die physische Präsenz, der unmittelbare Bezug, der umfassende sinnliche Eindruck ist in digitaler Form nicht zu ersetzen. Die Sorge, dass der Ausbau der digitalen Vermittlungsangebote zu einem Schrumpfen der Museumsbesuche führen würde, ist deshalb unbegründet. Vielmehr wird die digitale Öffnung zu einer zusätzlichen Aufmerksamkeit führen, die den Museen neue Besuchergruppen erschließen wird. Der digitale Zugang soll analoge Neugier fördern. Spielen digitale Vermittlungsangebote aktuell eine große Rolle, um zumindest eine gewisse Form kulturellen Lebens aufrechtzuerhalten, so wäre es schlimm, wenn bei der Rückkehr in die Normalität der Schluss folgen würde, dass man auf das andere, das Traditionelle und Analoge – den Besuch des Museums – ja offensichtlich durchaus verzichten könne. Schon vor Corona wurden immer wieder Stimmen aus den Museen laut, die von ohnehin niedrigen Besucherzahlen sprachen und argwöhnten, ein Ausbau der digitalen Präsenz des Hauses würde zu einem Rückgang führen. Tatsächlich lässt sich aber vielfach der gegenteilige Trend beobachten: Häuser, die digital präsent sind, haben auch real mehr Besucher. Es ist deshalb davon auszugehen, dass eine Öffnung

---

18 Vgl. Christian Gries in seinem Blogbeitrag <https://blog.iliou-melathron.de/digital-usage> (gesehen 28.4.2020).



ins Digitale, die auch viele Besucher erreicht, die sonst nicht ins Museum gehen, dazu führen wird, dass die Institutionen insgesamt ein größeres Publikum finden.<sup>19</sup>

Eine gelungene Öffnung ins Digitale muss aber mit einer digitalen Geisteshaltung – einem digitalen *Mindset* – und einer entsprechenden Arbeitskultur in den Häusern einhergehen und darf dauerhaft nicht allein auf Marketingfragen und Vermittlungsangebote reduziert werden.

---

<sup>19</sup> Vgl. den Beitrag von Julian Nida-Rümelin am 2.4.2020 im Podcast „Brotlose Kunst. Ist die Kultur noch zu retten? <https://www.hr2.de/podcasts/der-tag/brotlose-kunst---ist-die-kultur-noch-zu-retten,podcast-episode-67354.html> (gesehen 2.4.2020).