

Antrag

**der Abgeordneten Prof. Dr. Jörn Kruse, Dr. Alexander Wolf, Dirk Nockemann,
Dr. Joachim Körner, Andrea Oelschläger, Detlef Ehlebracht
und Peter Lorkowski (AfD)**

Betr.: Hamburger Museen: Geschichte und Kultur den Bürgern nahebringen

Museen sind eine gute Möglichkeit, die Bürger nicht nur über Kultur und Geschichte zu informieren, sondern bei ihnen auch Verständnis zu wecken für Entwicklungsprozesse, die uns zu dem gemacht haben, was wir sind, und für die Zusammenhänge von Kultur und Geschichte im Kontext von menschlichen Interessen und Verhaltensweisen sowie für die Besonderheiten verschiedener Kulturen und ihre gegenseitige Beeinflussung.

Es wäre aus einer ganzen Reihe von Gründen zu wünschen, dass die zum Teil sehr guten Hamburger Museen eine deutlich höhere Besucherzahl hätten. Warum ist das nicht so? Am 6. April 2017 gab es dazu eine Diskussion in der Bürgerschaft anlässlich zweier Anträge von FDP und LINKEN. Beide fokussieren sich auf die Preise als zentrale subjektive Zugangsbarriere und forderten freien Eintritt in die Museen. Allerdings liegen die Eintrittspreise in Hamburger Museen für Erwachsene im Bereich von Kinokarten, für Jugendliche oft deutlich darunter. Das kann kein Hindernis sein. Im Übrigen kommt ein Kostendeckungsgrad, der (auf Eintrittskarten-Erlöse bezogen) in Hamburger Museen zwischen 4 Prozent und 14 Prozent beträgt, einem Gratis-Eintritt schon ziemlich nahe.

Ein Hauptfaktor, der etliche Menschen vom Museumsbesuch abhält, ist die intellektuelle und bildungsbürgerliche Anmutung vieler Museen – im Zusammenhang mit einer unzureichenden Einführung und Erklärung. Viele Menschen werden in Museen erschlagen von einer Fülle von Exponaten, deren Bedeutung sie nicht verstehen, wenn sie nicht entweder einen einschlägigen Bildungshintergrund haben (und am besten Geschichte oder Kunstgeschichte studiert haben) oder adäquat und zielgruppengerecht hingeführt werden.

Die Audio-Guides, die es inzwischen in den meisten Museen gibt, haben hier schon einen gewissen Fortschritt gebracht, aber noch lange nicht genug. Vor allem sind die Audio-Guides selbst von unterschiedlicher Qualität – insbesondere was die Sprache und die inhaltlichen Voraussetzungen für den Nutzer betreffen.

Wenn das Interesse eines breiteren Publikumskreises für die Museen (und damit auch für die historischen, kulturellen, politischen und sonstigen, für das jeweilige Museum relevanten Zusammenhänge) stärker geweckt werden soll, müssen niedrigschwellige Angebote gemacht werden, die den Besuchern den Kontext des Museums und seiner Abteilungen, einzelner Sammlungen und einzelner Exponate erklären und den inhaltlichen Zugang erleichtern.

Dafür stehen – neben dem Museumspersonal – zahlreiche audiovisuelle Medien zur Verfügung, die zielgruppen-adäquat mit geeigneten Inhalten gefüttert werden müssen. Hierfür existieren bereits zahlreiche Ansätze, wozu in Hamburg zum Beispiel auch die geplante Präsentation der Hammaburg zu rechnen ist. Viele Ideen und Ansätze existieren auch in anderen europäischen und außereuropäischen Museen, deren Konzepte und Erfahrungen nutzbar gemacht werden können.

Die Freie und Hansestadt Hamburg sollte eine hauptamtliche Konzeptgruppe aus zwei Experten einrichten, die um einen Beirat ergänzt wird. Der Beirat besteht grundsätzlich aus je einem Mitglied der einzelnen Hamburger Museen, wobei es weniger auf die umfassende Repräsentation als vielmehr auf das Interesse des Beiratsmitglieds und die Personallage des Museums ankommt.

Die Aufgabe besteht in der Entwicklung eines differenzierten Konzeptes, wie die Inhalte der Museen dem Publikum besser erklärt und vermittelt werden können, und der Bereitstellung von Tools verschiedener Art zu dessen Umsetzung. Aus diesem Fundus von Konzepten und Tools können sich dann die Hamburger Museen bedienen, um für ihre spezifischen Gegebenheiten ihre eigenen Präsentationen zu entwickeln.

Objekt der Arbeit ist alles das, was zwischen einerseits den Exponaten des Museums und ihrem jeweiligen inhaltlichen Kontext und andererseits den Sinnesorganen und den Gehirnen der Besucher stattfindet und was diesen das Verständnis der Zusammenhänge und Entstehungsgründe erleichtert.

Das „Publikum“ ist dabei als eine heterogene Gesamtheit zu verstehen, die sich aus Bürgern unterschiedlicher Bildungshintergründe, Jugendlichen unterschiedlichen Alters und Hamburg-Besuchern aus unterschiedlichen Ländern und Sprachregionen (und mit unterschiedlichen Zeitbudgets) zusammensetzt. Alle Museumsbesucher sollten sich angesprochen fühlen beziehungsweise adäquate Angebote vorfinden, aus denen sie wählen können.

Als Vorschlag könnte man folgende Arbeitsschritte in Betracht ziehen:

1. Definition der Zielsetzung in Bezug auf die unterschiedlichen Publikumsgruppen und Museen (Kunstmuseen, historische Museen et cetera) und die geeigneten Medien.
2. Erkundung und Evaluation anderswo bereits implementierter oder geplanter Konzepte. Dies beinhaltet eine weiträumige Suche in Museen im In- und Ausland. Hierzu können die Mitarbeiter der Hamburger Museen einen besonders Beitrag leisten, da sie andere Museen häufig besonders gut kennen und über vielfältige einschlägige Kontakte verfügen.
3. Entwicklung einer überschaubaren Sammlung von Tools und Konzepten, die geeignet sind, dem Publikum die Museen und ihre Exponate nahezubringen und ihr Verständnis zu wecken und zu erhöhen.
4. Spezifische Beratung der einzelnen Museen und Unterstützung bei der Umsetzung, wenn die jeweilige Museumsleitung sich für bestimmte Konzepte entschieden hat.

Die Bürgerschaft möge beschließen:

Der Senat wird aufgefordert,

1. ein entsprechendes Projekt zu gründen und die Stellen für zwei einschlägige Experten der Konzeptgruppe auszuschreiben,
2. einen Beirat aus dem Kreis der Hamburger Museen zu bilden,
3. die entsprechenden Haushaltsmittel bereitzustellen,
4. der Bürgerschaft bis zum 31.03.2018 zu berichten.