

MUSEUMSSTADTRÄUME

Stadträumliche Verbindungen der Museumsräume
als gesellschaftlich relevantes Phänomen der
sozialräumlichen Transformation von Museen

Alexandra Ullmann



Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar
The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek.

Diplomarbeit

Museumsstadträume

Stadträumliche Verbindungen der Museumsräume
als gesellschaftlich relevantes Phänomen der
sozialräumlichen Transformation von Museen

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades
einer Diplom-Ingenieurin
unter der Leitung

Prof. Dr. phil. habil. Sabine Knierbein

E285-02

Forschungsbereich Stadtkultur und öffentlicher Raum
Interdisciplinary Centre for Urban Culture and Public Space

eingereicht an der Technischen Universität Wien
Fakultät für Architektur und Raumplanung
von

Alexandra Ullmann

01225122

Wien, am 28.03.2023

● Abstract

Urban Museum Spaces are museum spaces that are connected to public spaces. As an observable phenomenon, they express a current institutional and social transformation process of museums. Here, we explore the questions of what characterizes *Urban Museum Spaces* and what new qualities they create. Through the empirical investigation of three case studies, *Urban Museum Spaces* are explored qualitatively and embedded in the discourse around the social relevance of museums as a spatial approach. *Urban Museum Spaces* activate and approach their museum space for publics. We commonly associate ordinary museum spaces with an aesthetic leisure experience, exhibitions, and entrance fees. In contrast, *Urban Museum Spaces* are publicly usable museum spaces that are initiated by museums. Seen from this perspective, museums in their entirety are an urban infrastructure that cannot be neglected and that can contribute to dealing with current transformations and crises.

● Kurzfassung

Museums*stadträ*ume sind Museumsräume, die gestalterisch mit öffentlichen Stadträumen verbunden sind. Als beobachtbares Phänomen drücken sie einen aktuell stattfindenden institutionellen und sozialen Transformationsprozess der Museen aus. Hier wird den Fragen nachgegangen, was Museums*stadträ*ume charakterisiert und welche neuen Qualitäten sie schaffen. Anhand der empirischen Untersuchung von drei Fallstudien werden Museums*stadträ*ume qualitativ erforscht und im Diskurs um die gesellschaftliche Relevanz von Museen als räumlicher Ansatz eingebettet.

Museums*stadträ*ume aktivieren ihren Museumsraum für Öffentlichkeiten und nähern sich ihnen an. Mit gewöhnlichen Museumsräumen assoziieren wir gemeinhin ein ästhetisches Freizeitvergnügen, Ausstellungen und Eintrittskosten. Im Unterschied dazu sind Museums*stadträ*ume öffentlich nutzbare Museumsräume, die von Museen initiiert sind. Museen in ihrer Gesamtheit sind aus dieser Perspektive gesehen eine nicht zu vernachlässigende urbane Infrastruktur, die einen Beitrag zum Umgang mit aktuellen Wandlungen und Krisen leisten kann.

● Inhalt

1 Einleitung __ 11

- Museum im Wandel __ 12
- Eigene Positionalität __ 16
- Phänomen und Forschungsgegenstand __ 18
- Öffentliche Räume und Museen __ 20
- Erkenntnisinteressen und Relevanz __ 23
- Forschungsfrage, Forschungsdesign und Methoden __ 24
- Kapitelvorstellung __ 27

2 Museen als gesellschaftlich relevante Räume?:

Museumstheoretische Grundlagen __ 31

- Museumsbesucher:innen im Zentrum: Das Dilemma einer Haltung und ihrer Notwendigkeit __ 32
- Gesellschaftliche Relevanz der Museen – aber wie? __ 37
- Museen für Öffentlichkeiten aktivieren: Museumsideen __ 40

3 Museumsstadträume: Fallstudien __ 51

- Logik des gebauten Museumsraumes __ 52
- Hochschwelligkeit des Museumsraumes __ 54
- Auswahl der Fallstudien und Vorgehensweise __ 55
- Fallstudie: K20 der Kunstsammlung NRW __ 58
- Fallstudie: Schweizerisches Architekturmuseum __ 70
- Fallstudie: Haus der Geschichte Österreich __ 80
- Zwischenfazit: Museumsstadträume und ihre Charakteristika __ 90

4 Theoretische Anknüpfungspunkte der Museumsstadträume: Bekannte Motive neu verpackt? __ 111

Antrieb durch interne Faktoren: Museumsselbstverständnis als Sozialraum __ 112

Gemeinschaften im Museum: Vorstufe zum Community-Kapitalismus? __ 116

Museum als öffentlich nutzbarer Raum: Ausdruck einer symbolischen Raumaneignung? __ 118

Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit durch Museumsstadträume: Schwellenbrecher oder Marketinginstrument? __ 120

Antrieb durch externe Faktoren: Wirtschaftliche Gegebenheiten der Museen __ 122

5 Schlussbetrachtung __ 127

Museumstransformationen in Zeiten von globalen Wandlungen und Krisen __ 128

Museumsstadträume als Phänomen der Transformation __ 130

Museumsstadträume und ihre Qualitäten __ 133

6 Anhang __ 145

Quellenverzeichnis __ 146

Danksagung __ 155

Museum im Wandel __ 12

Eigene Positionalität __ 16

Phänomen und Forschungsgegenstand __ 18

Öffentliche Räume und Museen __ 20

Erkenntnisinteressen und Relevanz __ 23

Forschungsfrage, Forschungsdesign und Methoden __ 24

Kapitelvorstellung __ 27

1 Einleitung

● Museum im Wandel

Wir beschäftigen uns hier mit Museen. Mit Museen und Gesellschaft, mit Museen und Stadt, mit Museen und Visionen, mit Museen als öffentliche Räume. Museen sind dabei nicht als Synonym für Ausstellungshäuser zu verstehen (te Heesen: 19), sondern als institutionelle Konzepte, deren vorrangiges Medium zwar die Ausstellung ist, sie aber nicht alleine darauf reduziert werden können. Hier möchten wir Museen als Kulturinstitutionen verstehen lernen, die in einer Gesellschaft verankert sind. Insofern verändert sich die Institution Museum auch mit dem gesellschaftlichen Wandel. Wandel und Veränderung gehören zur Institution Museum dazu, wie die Kulturwissenschaftlerin und Kuratorin Nora Sternfeld treffend feststellt:

„Nun muss allerdings zunächst festgestellt werden, dass das ‚neue Museum‘ keine Idee des 21. Jahrhunderts ist, sondern heute eben nur wieder Konjunktur hat – Die Beschwörung der notwendigen Wiederauferstehung eines gesellschaftlich relevanten Museums aus seiner Versteinerung ist also nicht ganz neu. Möglicherweise gehört der Neubeginn des Museums als gesellschaftlich relevanter Ort sogar genauso zur Idee des modernen Museums wie die Rede über dessen Tod.“

(Sternfeld 2018:13)

Dass das Museum im Wandel ist, ist nicht erst jetzt im 21. Jahrhundert aktuell, sondern eher ein andauernder Zustand. Alleine die Beweggründe und Umstände sind andere, die auf das Verständnis von Museum und seine Definitionen einwirken.

○ Progressive Museumsverständnisse

Zeitgenössische Museen, wie wir sie heute kennen, haben ihren Ursprung in der Französischen Revolution und der Aufklärung (Sommer 2013: 14). Zu dieser Zeit entstehen bürgerliche Öffentlichkeiten, Nationalstaaten und öffentlich-rechtliche Institutionen (te Heesen 2021: 31), genauso wie im Kontext des Museums auch politisch motivierte und öffentlich zugängliche Präsentationen von Sammlungen (te Heesen 2021: 20). Wir setzen hier also bei einer Museumsidee an, die das Museum als eine Einrichtung versteht, die institutionalisiert und politisch verstrickt ist, eine Art der Zugänglichkeit für Öffentlichkeiten aufweist und Sammlungen präsentiert. Ein weiterer hier grundlegender Bezugspunkt ist in den Museumswissenschaften etwa in den 1980er Jahren als Bruch im Selbstverständnis der Institution Museum auszumachen. Museen beginnen sich selbstreflexiv mit Fragen der Repräsentation, der eigenen Haltung und Werten auseinanderzusetzen. Man nennt diesen Bruch im Selbstverständnis in der Museologie reflexive turn, woraus sich dann eine neue Museumskonzeption entwickelt, die unter dem Begriff Neue Museologie gefasst ist (Sommer 2013: 20).

Ein sehr aktueller Aspekt, der auf das Selbstverständnis der Institution Museum wirkt, stellt die Neudefinition des Museumsbegriffs durch die internationale Dachorganisation der Museen – der International Council of Museums (ICOM) – dar. An der Museumsdefinition, wie sie vom ICOM vorgegeben wird, orientieren sich Museen weltweit. Mehrere Jahre ist an einer neuen Museumsdefinition gearbeitet worden, bevor diese schließlich im August 2022 verabschiedet worden ist:

„A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing.“ (ICOM 2022)

Diese Museumsdefinition weist neue Richtungen für die Entwicklung der Institution Museum. Die traditionellen Aufgaben eines Museums – forschen, sammeln, bewahren, ausstellen – sind genauso angeführt, wie auch weiterführende Rollen und Themen, wie etwa Partizipation, Nachhaltigkeit, Communitys und auch Zugänglichkeit. Das Museum ist dabei als „Open to the public, accessible and inclusive“ beschrieben. Eine Beziehung zu Communitys wird durch „They operate and communicate [...] with the participation of communities“ entworfen (ICOM 2022). Auch wenn hier nicht genau darauf eingegangen wird, wie etwa Partizipation oder Öffentlichkeit zu verstehen sind, werden diese Themen so dennoch auf den Tisch gebracht. Im Vergleich zur vormals gültigen Museumsdefinition der ICOM aus dem Jahr 2007 sind die neuen Schwerpunkte augenscheinlich: „Ein Museum ist eine dauerhafte Einrichtung, die keinen Gewinn erzielen will, öffentlich zugänglich ist und im Dienst der Gesellschaft und deren Entwicklung steht. Sie erwirbt, bewahrt, beforscht, präsentiert und vermittelt das materielle und immaterielle Erbe der Menschheit und deren Umwelt zum Zweck von Studien, der Bildung und des Genusses.“ (ICOM 2007).

Die Museumswelt hat mit Spannung die Museumsneudefinition erwartet, die nun wünschenswert einen Anstoß für Museen geben wird, sich in Zukunft in die vorgeschlagenen Richtungen weiterzuentwickeln. Die Wissenschaftshistorikerin Anke te Heesen stellt treffend fest, in welche Richtung die Neudefinition des ICOM weist: „Werte wie Menschenrechte, soziale Gerechtigkeit und der Schutz von Minderheiten wurden nun vorangestellt und das Museum als eine öffentliche, Verantwortung übernehmende Institution verstanden, die sich damit mindestens ebenso sehr der Gegenwart wie der Vergangenheit zu widmen habe.“ (te Heesen 2021: 193).

Progressive Museumsverständnisse sind unter dem Thema Museum der Zukunft mit unterschiedlichen Schwerpunkten und von verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen – u. a. Museologie, Kulturwissenschaft, Bildungswissenschaft, Soziologie – behandelt und vielfach publiziert (vgl. u.a. Macdonald 2011, Black 2021, schnittpunkt/Baur 2020). Mir geht es hier darum, eine architektonisch räumliche und urbanistische Perspektive auf den Museumsraum in Bezug auf diese progressive Museumsverständnisse einzubringen. Die Frage danach, was Museen in Zukunft sein können, sein sollen und sein werden, stellt die Institution Museum jedenfalls vor die existenzielle Frage ihrer Relevanz und Legitimation (Büchel 2022:14).

○ Museum in Zeiten von Wandlungen und Krisen im 21. Jahrhundert

Gesellschaftliche Wandlungen und Krisen, die uns im 21. Jahrhundert herausfordern, bringen auch Museen dazu, sich zu verändern. Wir leben in einer Zeit der digitalen Revolution, sozialer Ungleichheit und Demokratiemüdigkeit (Wimmer 2022a: 10). Digitalisierung durchdringt unseren Alltag, soziale Ungleichheiten sind verstärkt und werden zunehmend spürbar und sichtbar, genauso wie wir uns aktuell nach einer demokratiemüden Phase in einer der Repolitisierung befinden. Weltweit gehen Menschen auf die Straße und verschaffen sich Gehör, um etwa gegen konservative und faschistische Regierungen und gegen Krieg zu protestieren und fordern ihre Rechte ein – beispielsweise bei Protesten gegen Abtreibungsverbote für das Recht über ihren eigenen Körper entscheiden zu können. Auch leben wir in einer Zeit, in der wir die Auswirkungen des Klimawandels zu spüren bekommen und es einen grundlegenden politischen und wirtschaftlichen Systemwandel braucht, um sie bewältigen zu können. Durch den digitalen Raum vernetzt, werden weltweit Proteste organisiert, die sich für ein klimagerechtes Handeln einsetzen. Politisches Handeln wird etwa durch Aktivismus nicht nur gefordert, es wird durch den rasanten Austausch an Informationen im digitalen Raum – das können korrekte oder auch inkorrekte Informationen sein – maßgeblich beeinflusst. Vor allem durch die Digitalisierung sind viele unserer Lebensbereiche betroffen – nur um einige Schlagworte zu nennen: unser Verständnis von Arbeit und Arbeitsweisen, Wissen und Wissenstransfer, Kommunikation und Unterhaltung, Gemeinschaft und Individualität. Ein Teil unseres Lebens findet in virtuellen Räumen statt und es scheint so, dass sich das öffentliche Geschehen von realen Räumen immer weiter dorthin zu verlagern scheint. Das bringt sicherlich einige Vorteile und Erleichterungen, doch gibt es uns auch das Gefühl, dass der reale Raum obsolet ist und der virtuelle Raum ihn ersetzen kann. Dennoch spielen reale Erfahrungen, Erlebnisse und soziale Kontakte eine wichtige Rolle in unseren Leben – das hat uns vor allem auch die Corona-Pandemie gelehrt. Der virtuelle Raum kann diese soziale Komponente nicht zufriedenstellend einbringen. Denn für unsere zwischenmenschlichen Beziehungen reicht es nicht aus, sich über digitale Plattformen mit anderen Menschen auszu-

tauschen, Schule und Arbeit mit digitalen Tools zu organisieren und durchzuführen. Auf Dauer ist das anstrengend, ermüdend und unbefriedigend. All das, was an sozialen Angelegenheiten dazwischen liegt – zum Beispiel Spontaneität, Nähe und ein Gefühl der Zugehörigkeit – geht verloren oder kann nicht gleichwertig entstehen.

Mit all diesen Wandlungen und Krisen gehen gesellschaftliche Veränderungsprozesse einher. Die Werte, für die Gesellschaften stehen, ihre Perspektiven, Haltungen und Handlungen sind ebenfalls im Wandel begriffen. Nicht zuletzt verändert sich damit einhergehend auch die gebaute Umwelt, sowie die Räume der Lebenswelt jeder und jedes Einzelnen. So ist eine Auseinandersetzung mit der Lebensqualität vor allem auch in urbanen Räumen notwendig, wobei dem öffentlichen Raum dabei als Mittel der Urbanisierung eine bedeutende Rolle zukommt. So können auch Museen als öffentliche Räume begriffen werden, was ein Auseinandersetzen mit ihnen relevant macht. Mehr noch können Museen nicht nur als öffentliche Raumressource begriffen werden, sondern auch als urbane Infrastrukturen, die in ihrer Gesamtheit ein großer Hebel sind, um einen Beitrag zur Lebensqualität in urbanen Räumen beizusteuern. Wenn Museen als öffentliche Räume gedacht, positioniert und gestaltet sind, dann übernehmen sie Verantwortung und leisten einen Beitrag zum Umgang mit aktuellen Wandlungen und Krisen.

● Eigene Positionalität

Für mich sind Museen öffentliche Räume. In vielen Museen besitze ich eine Jahreskarte, kann also zu den Öffnungszeiten kommen und gehen, wann ich möchte. Oft komme ich spontan vorbei, da ich gerade in der Nähe bin und etwas Zeit habe oder ich komme gezielt für eine Ausstellung oder Veranstaltung vorbei. Manchmal bin ich auch einfach nur dort, um die Museumsräume zu genießen, mich dort aufzuhalten und zu erholen, sowie während dem Auseinandersetzen mit kreativen Tätigkeiten lasse ich mich gerne im Museum inspirieren. Museen sind für mich sehr

ähnlich wie Bibliotheken und Kaffeehäuser. Es gibt etwas zu sehen, Sitzplätze in einem angenehmen und außergewöhnlichen Raum und im Idealfall eine Steckdose oder sogar einen offenen Internetzugang. Oft komme ich in Begleitung vorbei, häufiger dann doch alleine. So funktionieren Museen für mich, doch so werden sie noch längst nicht von allen verwendet.

Früher als Kind und Jugendliche bin ich allerdings nie so gerne in Museen gegangen, habe sie als Kind immer als langweilig empfunden und mich auch – so wie ich mich erinnern kann – oft ziemlich überfordert gefühlt. Mit dem, was gezeigt worden ist, mit den Museumsobjekten und Texten, konnte ich häufig nicht viel anfangen. Museumsbesuche habe ich dann vor allem als Jugendliche ziemlich oft – um nicht zu sagen immer – verweigert, hatte Besseres zu tun, Unterhaltameres als mich in diesen alten Räumen und mit diesen alten Sachen aufzuhalten. Erst später hat es dann zwischen der Institution Museum und mir geklickt. Da habe ich dann zu schätzen gelernt, welche Bedeutung Museen für mich als Orte der Inspiration, des Wissens und des Neuen haben. Und vor allem auch, wie schön Museumsräume sind und welche besondere Atmosphäre ihnen innewohnt.

Im Jahr 2020 ist mir dann schließlich wirklich bewusst geworden, was Museen in meinem Alltag bedeuten. Als die Museumsgebäude wegen der Corona-Pandemie geschlossen bleiben mussten, ist mir in diesem Zusammenhang dann auch eines erstmals aufgefallen: Ausstellungen im öffentlichen Raum. Zu dieser Zeit habe ich bereits viel Kultur – in Form von digitalen Ausstellungen, virtuellen Ausstellungsführungen und Google Arts&Culture – online konsumiert und bin dann aber schließlich durch die Straßen der Stadt gezogen, auf der Suche nach etwas Neuem, etwas Inspirierendem, etwas Normalität. Normal war zu dieser Zeit nichts. Alle Kultureinrichtungen waren geschlossen, Veranstaltungen abgesagt, verschoben oder in den digitalen Raum verlegt. Viele Institutionen haben sich etwas überlegt und unterschiedliche Strategien verfolgt, um trotzdem ihr Programm weiterführen zu können. Zwei Möglichkeiten waren dabei prägnant: die Inhalte sind in den digitalen öffentlichen Raum und/oder in den physischen öffentlichen Raum verlagert. Kultureinrichtungen und vor allem Museen machen sich unabhängig von ihren Bauten – das hat mein Interesse geweckt. Interesse nicht nur

auf der Suche nach Normalität in der außergewöhnlichen Pandemiesituation, sondern auch aus der wissenschaftlich forschenden Perspektive einer Architekturschaffenden. Damit wollte ich mich näher beschäftigen und war ohnehin gerade in der Findungsphase eines Themas für meine Diplomarbeit. Nach einiger Zeit hat sich herausgestellt, dass mein Interesse bei der Institution Museum und dem sich verändernden Museumsraum liegt. Konkret ist meine Neugierde von der Beobachtung der stadträumlichen Verbindungen des Museumsraumes geweckt worden. Auch hat sich rasch gezeigt, dass es kein Phänomen ist, das nur in Wien – wo ich mich während der Corona-Pandemie befunden habe – stattfindet, sondern ein weitreichenderes, das in der Museumslandschaft ebenso in anderen Städten anzutreffen ist. Schnell stellte sich heraus, dass dieser Beobachtung und diesem Interesse eine Komplexität innewohnt, die nicht nur Architektur und Stadtforschung alleine betreffen. Vielmehr ist eine interdisziplinäre Herangehensweise für die Auseinandersetzung mit dem Phänomen notwendig. Hier näherte ich mich ihm mit einem architektonisch geschulten Blick und eröffnete meine Perspektive auf die stadträumlichen Verbindungen der Museumsräume, die ich *Museumsstadträume* nenne.

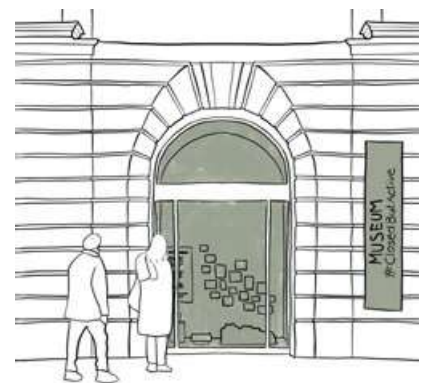
● Phänomen und Forschungsgegenstand

Den Ausgangspunkt meiner Forschung stellt die Beobachtung eines urbanen Phänomens dar: Museum findet nicht nur in Museumsinnenräumen im Museumsgebäude statt, sondern auch in anderen Räumen wie öffentlichen Stadträumen. Aufmerksam geworden bin ich darauf zur Zeit der Corona-Pandemie im Jahr 2020 als aufgrund der Lockdowns auch Kultureinrichtungen für Besucher:innen geschlossen bleiben mussten. Auch Museen waren gezwungen, das Gebot der Stunde einzuhalten und Menschen physisch auf Distanz zu halten: Die Museumsinnenräume blieben geschlossen. Stattdessen sind Überlegungen angestellt worden, wie Museen sich auf an-

dere Art und Weise zugänglich machen können. Dass Museen trotz ihrer Schließung für Besucher:innen aktiv sind, ist beispielsweise mit den Hashtags #closedbutactive und #closedbutopen an den Museumseingängen und in den sozialen Medien kommuniziert worden. Museum hat auch zur Corona-Pandemie stattgefunden, und zwar nicht wie gewohnt in physischen Museumsinnenräumen. Stattdessen sind andere Räume gefunden worden. So haben im digitalen Raum zum Beispiel Online-Ausstellungen, Veranstaltungsstreamings oder virtuelle Ausstellungsführungen stattgefunden. Wenn es die baulichen Gegebenheiten des Museums erlaubt haben, sind etwa Schaufenster mit kleinen Ausstellungen zum öffentlichen Stadtraum eingerichtet worden, die Passant:innen im Vorbeigehen erkunden konnten. Auch ganze Ausstellungen haben Outdoor im öffentlichen Stadtraum stattgefunden. Das verbindende Muster dieser Beobachtungen ist, dass Museumsräume sich Öffentlichkeiten nähern. Eine stadträumliche Verbindung drückt sich durch dieses soziale Annähern aus.

Derartige Entwicklungen und Erweiterungen des Museumsraumes hat es schon vor der Corona-Pandemie gegeben. Allerdings sind sie zu dieser Zeit vermehrt aufgetreten und durch die Situation viel augenscheinlicher geworden. Der Wandel des Museumsraumes durch das Phänomen steht dabei für den institutionellen und sozialen Wandel des Museums. Dieser ist durch die Pandemie dringender und beschleunigt worden (Wimmer 2022a: 10).

Das Phänomen, dass sich Museumsräume durch stadträumliche Verbindungen Öffentlichkeiten annähern, bezeichne ich als *Museumsstadträume*. Unter Museumsraum verstehe ich hier den Sozialraum, der durch das Museum initiiert ist. Der Museumsraum ist dort, wo Museum stattfindet und für Museumsbesucher:innen zugänglich ist. Üblicherweise bezieht sich der Museumsraum vor allem auf das Museumsgebäude und seinen Innenraum. *Museumsstadträume* sind in dieser Hinsicht besondere Museumsräume, die mit öffentlichen Stadträumen in Bezug stehen. Durch dieses Phänomen ist der Zusammenhang zwischen Museum und öffentlichem Raum auf veränderte Art und Weise zu betrachten. Die neuen Qualitäten, die *Museumsstadträume* schaffen, möchte ich hier ergründen. Bevor wir uns mit diesen genauer auseinandersetzen, gilt es zuerst zu klären, was unter öffentlichen Räumen im Kontext dieser Arbeit überhaupt zu verstehen ist.



● Öffentliche Räume und Museen

Museumsstadträume bieten durch ihre sozialräumlichen Verbindungen zu Öffentlichkeiten eine Gelegenheit, sich mit dem Zusammenhang zwischen Museen und öffentlichen Räumen auseinanderzusetzen. Hier gehe ich von einem Raumbegriff aus, der den öffentlichen Raum als etwas sozial hergestelltes ansieht und auf unterschiedlichen Dimensionen verankert ist. Der Planungstheoretiker Klaus Selle schlägt dafür folgende Dimensionen vor (Selle 2002: 38-39):

Produktion: Die Produktion des Raumes – Wer stellt ihn her, finanziert den Bau, die Einrichtung, etc.? Wessen und welche Gestaltungsvorstellungen werden wirksam?

Eigentum: Die eigentumsrechtliche Zuordnung – Wer hat Rechte an dem Raum, wer ist Eigentümer, wer verfügt? Wer entscheidet damit letztlich über die (weiteren) Geschicke des Raumes?

Regulierung: Die Regulierung der Nutzung – Wer bestimmt de facto die Nutzbarkeit, zieht Grenzen, schafft/schließt Zugänge, selektiert Nutzerinnen und Nutzer, kontrolliert, gewährleistet Sicherheit etc.?

Nutzbarkeit: Der Sozialcharakter eines Raumes – Welche Nutzbarkeit vermittelt der konkrete Raum, welche Nutzungshinweise sind abzulesen, welche Gestaltungswirkungen sind zu beachten? Wie drückt sich das im tatsächlichen Nutzungsverhalten aus?

Diese Dimensionen sind als analytisches Gerüst für öffentliche Räume hilfreich. Sie bieten einen verständlichen und handhabbaren Einstieg in die Thematik. Allerdings sind sie – anders als die klare Aufschlüsselung in vier Aspekte vermuten lässt – immer aufeinander bezogen. Sie sind nicht isoliert voneinander zu betrachten und zu untersuchen, sondern stets miteinander verwoben. Aus diesem Grund muss diese Aufschlüsselung um einen ergänzenden Ansatz zu öffentlichen Räumen erweitert werden: ein relationales Verständnis von öffentlichen Räumen (Tornaghi/Knierbein 2015). Gebaute und gelebte Räume stehen demnach in Beziehung zueinander, wobei für



das Entstehen von öffentlichen Räumen soziales Handeln bestimmend ist:

„Societies and social change have always been intertwined with space, yet action-oriented theory and research have fed and nurtured new ways of asserting and enacting alternative identities, ways of life and social practices. [...] social practices change in space and through space, and in so doing they change processes of space production. This understanding radically challenges and contests 'flat' ontologies of space, which see space as a container and geometric form, and related epistemologies.” (Tornaghi/Knierbein 2015: 14).

Dieses Verständnis der Wechselwirkung geht von keinem statischen Denken von Raum, sondern von einem dynamischen Raumbegriff aus (Tornaghi/Knierbein 2015: 15). Der öffentliche Raum befindet sich somit in einem ständigen Veränderungsprozess und ist als momenthaftes Abbild von gesellschaftlichen Transformationsprozessen zu begreifen (Tornaghi/Knierbein 2015: 3). Dieses Verständnis der öffentlichen Räume als gelebte Räume des Alltags umspannen alle vier vorgestellten Dimensionen. Darunter können also sowohl „die ‚traditionellen‘ öffentlichen Freiräume (Plätze, Parks, Straßenräume etc.) wie auch auf ‚neue‘ öffentlich nutzbare Räume (Passagen, Malls etc.)“ (Selle 2002: 14) gefasst werden, sowie auch alles dazwischen: Menschen schaffen öffentliche Räume und versehen sie mit Bedeutung.

Museen sind in dieser Hinsicht zu betrachten und ein interessanter Forschungsgegenstand. Denn: „Öffentlich nutzbar wird zumeist verstanden als ‚jedermann, zu jeder Zeit unbeschränkt zugänglich‘. Was aber ist mit ‚öffentlichen‘ Räumen, die [...] nur zu bestimmten Zeiten und/oder nur bestimmten Nutzergruppen zugänglich sind? Was ist mit Räumen, für die Nutzungsentgelt erhoben wird [...] ? Und wie sind Räume zu bezeichnen, die öffentlich nutzbar erscheinen, die sich aber in Privateigentum befinden [...] ?“ (Selle 2002: 24-25) oder „Wie sind Räume einzustufen, die [...] nur tagsüber geöffnet sind? [...] Und wie sind Räume zu bezeichnen, in denen Hausord-

nungen gelten?“ (Selle 2010: 27). Inwiefern es sich bei Museumsräumen um öffentliche Räume handelt, steht demnach zur Diskussion. Museen können sich in Bezug auf ihre Eigentumsverhältnisse als rechtliche Trägerschaft etwa in öffentlicher Hand oder in privater Hand befinden, was sich auch auf ihre Regulierung auswirken kann. Museen in öffentlicher Hand haben etwa auch einen Bildungsauftrag für die Öffentlichkeit, sowie diese Öffentlichkeit theoretisch auch Eigentümerin beispielsweise der Sammlung des Museums ist. Grundsätzlich könnte man demnach meinen, dass es sich bei Museumsräumen um öffentliche Räume handelt. Allerdings sind sie von Regularien durchzogen, was ihre Zugänglichkeit, Offenheit und Nutzbarkeit einschränkt. Dabei geht es um materielle Zugangsbeschränkungen (bauliche Gegebenheiten, Erreichbarkeit, u. ä.), rechtliche Zugangsbeschränkungen (Eintrittsgelder, Öffnungszeiten, u.ä.) und soziale Zugangsbeschränkungen (unsichtbare sozialräumliche Grenzen verschiedener Öffentlichkeiten an unterschiedlichen Orten in der Stadt, u.ä.) (Selle 2010: 28). Die Öffentlichkeit, die mit dem Vorhandensein dieser Zugangsbeschränkungen tatsächlich mit dem Museum in Erscheinung tritt, ist das Museumspublikum. Bezogen auf soziodemografische Eigenschaften des Museumspublikums, wird das Wesen des Museums als öffentlicher Raum beeinflusst, indem die „Besucherschaft von Museen zwischen Öffentlichkeit (hoher Grad an sozialer Heterogenität) und Privatheit (niedriger Grad an sozialer Heterogenität)“ (Kirchberg 2005: 166) liegt. Veränderungen der Zugänglichkeit des Museumsraumes und damit ein Einwirken auf das soziale Handeln der Museumsbesucher:innen, sowie auch der Nutzer:innenvielfalt und Nutzungsvielfalt ist wesentlich für das Wesen des Museums als öffentlicher Raum. Mit diesem Verständnis des öffentlichen Raumes im Hinterkopf wird das Phänomen der Museumsstadträume hier untersucht.

● Erkenntnisinteressen und Relevanz

Hier geht es um *Museumsstadträume*, für deren Untersuchung ich einen architektonisch geschulten Blick einbringe. Ich möchte verschiedene aktuelle Strategien kennenlernen, wie sich Museumsräume verändern und in eine Verbindung mit öffentlichen Stadträumen treten. Es geht mir hier darum, ein breites Bild des Phänomens zu zeichnen und einen interdisziplinären Ansatz in seine Erforschung einzubringen. Auch möchte ich herausfinden, in welchen Spannungsfeldern *Museumsstadträume* verortet sind. Es soll hier nicht um eine Diskussion gehen, ob Museen öffentliche Räume sind oder nicht. Eher geht es mir darum, den Blick auf Museen als öffentliche Räume zu schärfen und das Phänomen der *Museumsstadträume* als eines zu untersuchen, das darauf Einfluss nimmt.

Mein Interesse an *Museumsstadträumen* hängt mit meinem Verständnis für Museen als Ressource für den öffentlichen Raum und als soziale Infrastruktur zusammen. In ihrer Gesamtheit bilden Museen nämlich eine bemerkenswerte urbane Infrastruktur. Für die Städte der drei ausgewählten Fallstudien beispielsweise, sind folgende Zahlen für Museen zu nennen, die sich im Eigentum der öffentlichen Hand befinden oder auch mit Geldern der öffentlichen Hand finanziell unterstützt werden: In Wien gibt es 48 öffentliche Museen (Statistik Austria 2022), in Basel sind 8 öffentliche Museen vorhanden (Statistisches Amt, Präsidialdepartement des Kantons Basel-Stadt 2022), in Düsseldorf sind es 9 öffentliche Museen (Amt für Statistik und Wahlen, Landeshauptstadt Düsseldorf 2022). In dieser Gesamtheit betrachtet, sind Museen als urbane Infrastrukturen zu begreifen, die einen wirksamen Hebel darstellen, um etwa auf aktuelle Wandlungen und Krisen zu reagieren. Wenn Museen also beispielsweise mit Geldern der öffentlichen Hand ausgestattet sind, stehen sie in einer Verantwortung gesellschaftlich relevant zu handeln, etwa indem sie sich als öffentlich nutzbarer Raum und soziale Infrastruktur positionieren. Soziale Infrastrukturen sind essenziell, um gleichartige Lebensverhältnisse zu schaffen, die sich etwa auf Bildung, Gesundheit, Mobilität, Sicherheit und Freizeit beziehen (Winkler 2018: 2186). Wir können dabei etwa an die Lebensqualität und Lebensbedingungen in Städten denken, wir können zum Bei-

spiel auch an die zunehmende soziale Ungleichheit und gesellschaftliche Polarisierung denken. Als öffentlich nutzbarer Raum und soziale Infrastruktur positioniert, können Museen einen Beitrag leisten – dazu möchte ich hier einladen und aufrufen. Kultureinrichtungen – und dabei vor allem Museen sind – in diesem Kontext noch unzureichend hervorgehoben. Auch die wissenschaftliche Forschung hat sich damit noch wenig auseinandergesetzt. Das macht ein Beschäftigen mit *Museumsstadträumen* aus diesen Perspektiven relevant, zu dem ich mit meiner Arbeit einen Beitrag leiste.

● Forschungsfrage, Forschungsdesign und Methoden

Die Fragestellung, die meine Erkenntnisinteressen bündelt, lautet:

Was charakterisiert Museumsstadträume und welche neuen Qualitäten schaffen sie?

Um meine Forschungsfrage beantworten zu können, habe ich mich für einen qualitativen und einen zunächst deduktiven Forschungsansatz, der dann später induktiv wird, entschieden. Ein breites Abbild des Phänomens der *Museumsstadträume* zeige ich durch mehrere Fallstudien, sodass ein Multiple-Case-Design (Yin 2003:46) entsteht. Konkret beschäftige ich mich mit drei Fallstudien, die ich nach und nach ausgewählt und mit ihren unterschiedlichen Ansätzen aufeinander abgestimmt habe. Um herauszufinden, was *Museumsstadträume* charakterisiert und welche neuen Qualitäten sie schaffen, bediene ich mich eines Mixed-Methods-Ansatzes. Ich nutze dabei drei grundsätzliche Methoden: *Literaturrecherche*, *Expert:inneninterviews* und *Mappings*.

Die **Literaturrecherche** von wissenschaftlicher Literatur und Sekundärliteratur (z.B. Zeitschriftenartikel, Museumswebsites und ähnliches) ist für mich grundlegend, um mich mit dem Forschungsgegenstand Museum vertraut zu machen und in seinen aktuellen Diskurs einzuarbeiten. Auch habe ich in einer späteren Phase wieder Literaturrecherchen durchgeführt, um für die Erkenntnisse aus dem empirischen Forschungsteil wiederum theoretische Anknüpfungspunkte herzustellen.

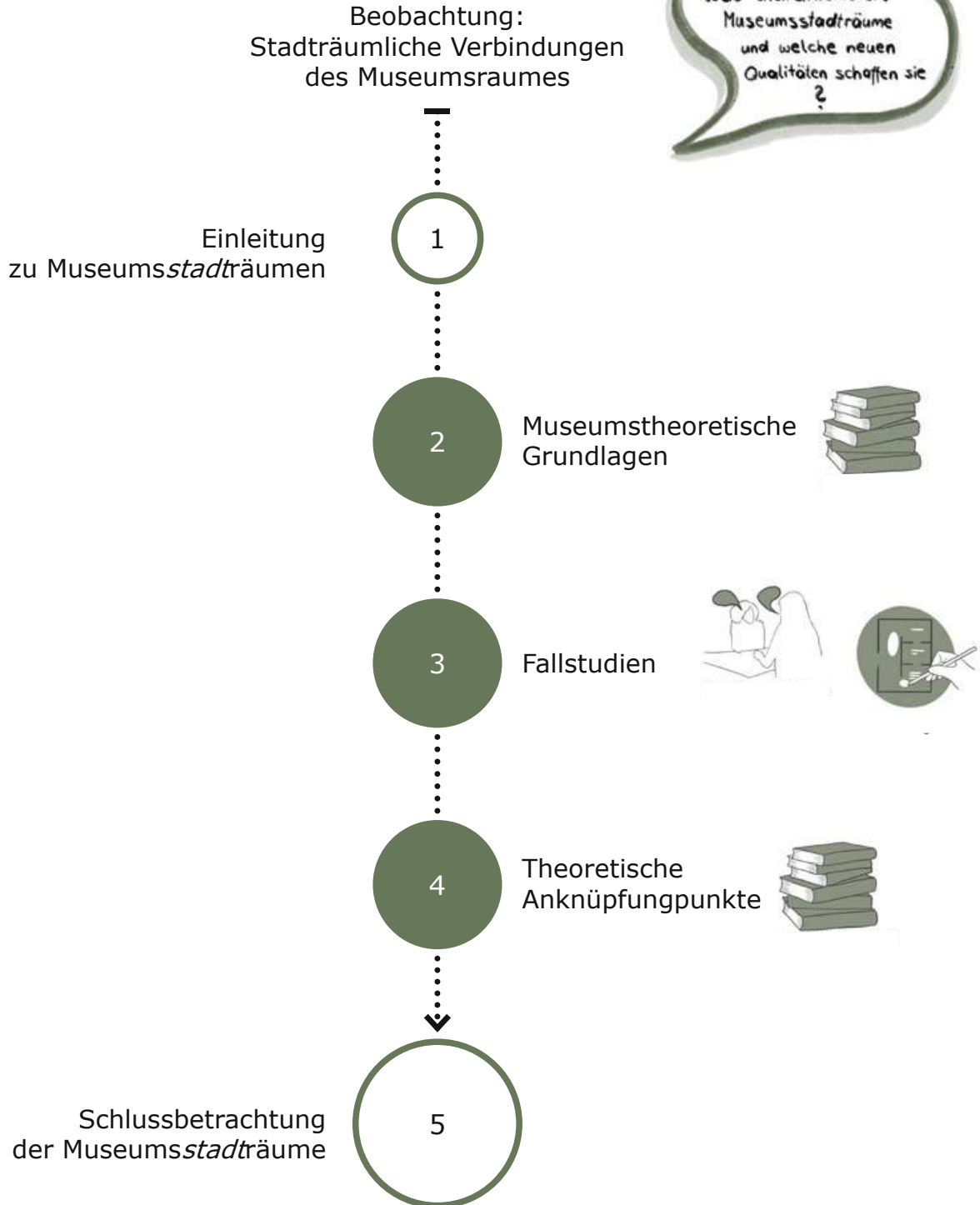


Zu **Expert:inneninterviews** habe ich feldinterne Expert:innen eingeladen, die die jeweils projektverantwortlichen Museumsmitarbeiter:innen der drei Fallstudien sind. Die Expert:inneninterviews habe ich auf qualitativer Basis und semi-strukturiert durchgeführt. Dabei habe ich mich an einem Leitfaden orientiert, bin aber teilweise auch davon abgewichen und habe ergänzende Fragen gestellt. Die Expert:inneninterviews haben mir wichtige Einblicke in die Museumspraxis verschafft. Sie haben einen Kontext aufgespannt, um zu verstehen, wie die stadträumlichen Verbindungen der Museumsräume geschaffen worden sind und ebenso, was sie mit ihrem Dasein schaffen.



Durch **Mappings** habe ich die Museumsräume der Fallstudien analysiert. Hier ist es mir darum gegangen abzubilden, wo „Museum stattfindet“, wo diese Räume zu verorten sind, was sie als unterschiedliche Bereiche voneinander unterscheidet und wie sie genutzt werden. Die Mappings basieren auf unterschiedlichen Materialien. Ich habe dafür sowohl auf bestehende Planunterlagen und Fotomaterial der Fallstudien zurückgegriffen, Aussagen aus den Expert:inneninterviews verbildlicht und vor Ort auch eigene Museumsbesuche durchgeführt. Aus Letzteren sind weiteres Foto- und Videomaterial sowie Feldnotizen entstanden. Die Mappings sind schließlich in den grafischen Darstellungen zu den drei Fallstudien des empirischen Forschungsteils verarbeitet.





● Kapitelvorstellung

Nachdem wir uns hier im **ersten Kapitel** einleitend dem Phänomen der Museumsstadträume, dem Forschungsgegenstand und der Forschungsfrage genähert haben, sowie auch alles Grundsätzliche einer wissenschaftlichen Arbeit geklärt haben, steigen wir jetzt konkret ein.

Im **zweiten Kapitel** (ab S. 31) ist eine museumstheoretische Basis zum Diskurs der gesellschaftlichen Relevanz von Museen erarbeitet. Hier werden unterschiedliche Aspekte vorgestellt und auch verschiedene Ansätze erläutert, die bestrebt sind, auf Museen als gesellschaftlich relevante Räume einzuwirken. Das Phänomen der Museumsstadträume ist in diesen Diskurs als ein möglicher Ansatz eingebettet.

Das **dritte Kapitel** (ab S. 51) ist der empirische Forschungsteil dieser Diplomarbeit, in dem drei ausgewählten Fallstudien untersucht. Hier wird die Brücke von theoretischer Ebene in die Museumspraxis geschlagen. Zunächst geht es zum Einstieg darum, was Museumsräume auszeichnet: ihre Logik und Hochschwelligkeit. Die Untersuchung der drei Fallstudien erfolgt danach systematisch nach jeweils drei Aspekten: Museumsleitbild, Museumsraumanalyse und Museumsstadträume der jeweiligen Fallstudie. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sind als Zwischenfazit zusammengefasst, das sich Museumsstadträumen und ihren Charakteristika widmet.

Das **vierte Kapitel** (ab S. 111) bewegt sich wiederum auf theoretischer Ebene. Die über Museumsstadträume gewonnenen Erkenntnisse sind hier an theoretische Konzepte angeknüpft. Dadurch eröffnet sich ein Spannungsfeld, in dem Museumsstadträume zu verorten sind.

Das **fünfte und letzte Kapitel** (ab S. 127) fasst die aus den Kapiteln 2, 3 und 4 gewonnenen Erkenntnisse zusammen und beantwortet so die Forschungsfrage.



Bibliothek
Your knowledge hub

Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar
The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek



Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar
The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek.

**Museumsbesucher:innen im Zentrum:
Das Dilemma einer Haltung und ihrer Notwendigkeit** __ 32

Gesellschaftliche Relevanz der Museen – aber wie? __ 37

**Museen für Öffentlichkeiten aktivieren:
Museumsideen** __ 40

**Museum als politischer Diskursort und
Verhandlungsraum** __ 41

Museum als Lernort und Bildungsraum __ 42

Museum als soziale Plattform und Begegnungsort __ 44

Museum als Dritter Ort und Aufenthaltsraum __ 45

2 Museen als gesellschaftlich relevante Räume?: Museumstheoretische Grundlagen

Zuallererst gilt es eine theoretische Basis für die Auseinandersetzung mit *Museumsstadträumen* zu erarbeiten. So tauchen wir hier in die Diskussion um Museen als gesellschaftlich relevante Orte ein, in deren Kontext auch *Museumsstadträume* verortet sind. Genauso sind sie auch in Zusammenhang mit Museums-ideen zu sehen, deren Anliegen es ist, Museen für Öffentlichkeiten zu aktivieren, – auch diese lernen wir hier kennen.

● Museumsbesucher:innen im Zentrum: Das Dilemma einer Haltung und ihrer Notwendigkeit

Zum Museum, wie wir es heute kennen, gehören Besucher:innen. Erst durch ihre Anwesenheit realisiert sich das Konzept des Museums. Dass Museumsbesucher:innen ins Zentrum der Museumsarbeit rücken, steht mit einem massiven Bruch im Selbstverständnis des Museums in Zusammenhang: die Neue Museologie. Seit den 1980er Jahren beschäftigt sich diese Museumskonzeption mit grundsätzlichen Repräsentationsfragen: Wer wird wie und in welcher Weise repräsentiert? Das betrifft etwa gezeigte Museumsobjekte in Ausstellungen, die Museumsmitarbeiter:innen, sowie auch das Museumspublikum an sich (Sommer 2013: 20). Wenn gesellschaftliche Relevanz so gedeutet wird, dass es darum geht, sich an Menschen einer Gesellschaft zu orientieren, sie zu repräsentieren und Identität zu stiften, dann kann auch die Neue Museologie als gesellschaftsrelevante Bestrebung eingeordnet werden. Sie steht für eine Öffnung der Institution, rückt die Museumsbesucher:innen ins Zentrum und versteht sie anders: Museumsbesucher:innen werden seitdem als „vielfältig, plural und aktiv statt als relativ homogene und passive Masse“ verstanden (Macdonald 2010: 49). Das Museumspublikum soll keines sein, das sich aus „unkritischen Konsument/innen“ (Sommer 2013: 18) zusammensetzt. Daraus ergibt sich eine besucher:innenorientierte Haltung der Museumsarbeit, aus der auch museumswissenschaftliche Forschungsinteressen hervorgehen (Baur 2010: 9). Eines davon ist das Interesse an Besucher:innensstrukturen, genauso wie an Nicht-Besucher:innen und ihren Beweggründen ins Museum zu kommen, oder eben auch nicht. So stellt beispielsweise der Kulturwissenschaftler Thomas Renz fest, dass nur etwa 15 % der Bevölkerung Deutschlands sich als regelmäßige Besucher:innen von Kultureinrichtungen bezeichnen können (Renz 2016: 130). Auch jüngere Studien zeichnen ein deutliches Bild des Publikums. Die in Wiener Museen durchgeführte Studie „Recht auf Museum?“ von Luise Reitstätter und Karolin Galter beschäftigt sich

mit Öffentlichkeitskonzepten von Museen und ihrer äußeren Wahrnehmung (Reitstätter/Galter 2022). Für die Studie haben sie u. a. mit einem Besucher:innen-Panel gearbeitet, deren Teilnehmer:innen einer öffentlichen Einladung gefolgt sind, kostenlos ins Museum zu gehen. Daraus hat sich ein sehr deutliches Bild einer homogenen Teilnehmer:innenschaft ergeben, die gerne ins Museum geht: Teilgenommen haben Menschen mit abgeschlossenem Universitätsstudium (69,1 %) und hoher Museumsaffinität (66,8 %) (Reitstätter/Galter 2022: 9).

Welche Menschen Interesse am Museum haben und ins Museum gehen, ist als politischer Ausdruck zu sehen. Die Öffentlichkeit, die als Museumspublikum mit dem Museum in Zusammenhang steht, beschreibt der Kurator und Philosoph Daniel Tyradellis so: „Wer sich wie in welchem Museum trifft, wer erwünscht ist und wer nicht — darin drückt sich ebenso ein bestimmtes Kulturverständnis aus wie die Frage nach dem Zusammenhalt einer wie immer weit definierten Gesellschaft.“ (Tyradellis 2014: 15). Das kann auch so interpretiert werden, dass im Museumsraum die Öffentlichkeit einen Ausdruck findet, die politische Relevanz hat. Passend dazu, zeichnet der Kulturwissenschaftler und Kurator Joachim Baur folgendes Bild der Institution Museum nach, bei dem es um Demokratisierungsprozesse geht und auch um Instrumentalisierung und Machtausübung, die damit in Verbindung steht:

„Zum einen wirkte die Öffnung des Museums als Demokratisierung, indem sie bislang ausgegrenzten Gruppen Zugang und Teilhabe ermöglichte. Zum anderen gliederten sich Museen damit in die Reihe moderner Agenturen der Selbst- und Sozialdisziplinierung ein. Indem das Museum bestimmte Verhaltensweisen forderte und abweichende sanktionierte, einen bestimmten Geschmack und Wissenskanon als erstrebenswert vorstellte [...] wirkte es ‚zivilisierend‘, d.h. bürgerlich normierend, auf sein Publikum ein. Es entwickelte sich damit auch zu einem Instrument des Regierens und der Herrschaft durch Kultur.“

(Baur 2010: 29-30)

Im Zusammenhang mit Museumsräumen sind einige Zugangsregulierungen zu nennen, etwa: Ticketkauf, Ticketpreis, Öffnungszeiten, Hausordnungen, manchmal sogar ein Bodyscan. Aber auch andere derartige Handlungsweisen stehen mit dem Museum in Bezug, wie: das ständige unter Beobachtung Stehen, das Einnehmen bestimmter Verhaltensweisen im Museum – beispielsweise Schweigen (vgl. Sennett 1998, zitiert nach Kirchberg 2010: 251) –, der scheinbare Ablauf des Museumsbesuchs nach einem bestimmten Muster, das Vorhandensein von Verständnis und Interesse an Museumsobjekten und ähnliches.

Nach der Soziologin Sharon Zukin zeichnen Präsenz sowie auch Abwesenheit öffentliche Räume aus, die durch die Ökonomie der Symbole gesteuert werden und sich etwa anhand bestimmter Zugangsbedingungen und -beschränkungen ausdrücken (Zukin 1998: 33). Im Museum kann so Präsenz für all jene entstehen, die diese Regulierungen und Handlungsweisen kennen, verstehen, mit ihnen einverstanden sind und sie befolgen. Abwesenheit erzeugt das bei all jenen, die sie nicht kennen und verstehen können, wollen oder nicht bereit sind, sich nach ihnen zu richten.

Der Soziologe Volker Kirchberg bringt eine der Funktionen von Museen diesbezüglich auf den Punkt: „Der Einsatz von Museen als Exklusions- und Inklusionsinstanz macht diese Einrichtung zu einem politischen Instrument. Auf der einen Seite wird die Öffnung der Museen für bisher museumsfremde Bevölkerungsgruppen [...] manifest verlangt, auf der anderen Seite gibt es Bestrebungen, das Museum als exklusive Zone für eine auch durch diesen Ort definierte Elite latent zu bewahren. Beide Bestrebungen sind [...] genuin politisch“ (Kirchberg 2010: 250-251). Die politische Dimension, die sich auf das Museumspublikum bezieht, ist somit nicht nur beim Museum als „Exklusionsinstanz“, sondern auch beim Museum als „Inklusionsinstanz“ verortet. In seiner Publikation „Gesellschaftliche Funktionen von Museen“ (Kirchberg 2005) beschäftigt sich Volker Kirchberg mit manifesten – bewusst beschlossene und öffentlich dargelegte – und latenten – nicht bewusste und nicht öffentlich dargelegte – Funktionen, die Museen in Zusammenhang mit der Gesellschaft haben (Kirchberg 2005: 94). Als eine der latenten Funktionen nennt er den bewussten Einsatz von Museen zur Trennung der Gesellschaft in Museumsnutzer:innen und -nichtnutzer:innen (Kirchberg 2005: 165). Ein Museum kann demnach ein relevanter und nutzbarer öffentli-

cher Raum eben nur für bestimmte Öffentlichkeiten sein, was davon bestimmt wird, wie es sich positioniert und gestaltet.

Da es nun um die gesellschaftliche Relevanz der Museen geht, ist hier neben einer politischen Betrachtungsweise auch eine ökonomische einzubringen. Denn: „Museen sind heute vor dem Hintergrund einer Transformation des öffentlichen Bereichs von wohlfahrtsstaatlichen zu neoliberalen Institutionen geworden. Die Forderung nach gesellschaftlicher Relevanz ist also seit den 1980er Jahren durch gezielte strukturelle und institutionelle Managementstrategien zunehmend ökonomisiert und damit eigentlich entdemokratisiert worden. Wenn also auch an vielen Orten von ‚Partizipation‘, ‚Diversität‘ und ‚Innovation‘ die Rede ist, stehen seither sehr oft weniger öffentliche, konservatorische oder wissenschaftliche Fragen im Vordergrund als zunehmend Konkurrenz, Wirtschaftlichkeit und BesucherInnenzahlen.“ (Sternfeld 2018:15-16). Die wirtschaftlichen Gegebenheiten, mit denen Museen seitdem umgehen, führen zu strukturellen Veränderungen der Institution. Ebenso macht es das ins Zentrum rücken des Museumspublikums notwendig. Für die zielgruppengerechte Ausrichtung an bestimmten Museumsbesucher:innen stellt der Soziologe Volker Kirchberg folgenden Zusammenhang her: „Sie [die Beteiligten der Ökonomie der Symbole] eignen sich symbolisch öffentliche Räume an, um sie dann zielgruppengerecht, d.h. angepaßt an die Wünsche der umworbenen Bevölkerungsgruppen, zu gestalten. Dabei wird die räumlich mögliche Heterogenität der Nutzer- und Nutzungsmischung auf die profitabelsten Nutzer und Nutzungen eingeschränkt“ (Kirchberg 1998:81).

Die ökonomische Bedeutung der Museumsbesucher:innen drückt sich auch an der Besucher:innenzahl aus. Als absolute Zahl der verzeichneten Besucher:innen pro Jahr wird sie herangezogen, um den Wert eines Museums im Vergleich darzulegen, mit weitreichenden Folgen für die Museumsarbeit, wie Julia Büchel treffend formuliert: „Dieser andauernde Konkurrenz- und Quotendruck unter den Museen führt dazu, dass ein Großteil der modernen Museumsarbeit heute darin besteht, Gelder zu akquirieren, was den Alltag der Institutionen stark beeinflusst. Der monetäre Druck führt in der Folge dazu, dass sich die Institutionen auf die Besucher/-innen fokussieren, um den finanziellen Druck abzuschwächen. Dies bedeutet, dass eine

Vielzahl neuer Formate, Formen und Angebote erschaffen werden, um u.a. neue Zielgruppen zu erreichen und so die Publikumszahlen zu steigern.“ (Büchel 2022: 16). Nicht zuletzt werden mit der Fokussierung auf möglichst viele Museumsbesucher:innen auch räumliche Veränderungen vorgenommen, etwa durch die Einrichtung von Museumscafes und Museumsshops, die neue Anziehungspunkte für Besucher:innen schaffen: „Aber es ist bezeichnend, daß historische Relikte (und Kunstwerke) sich den Platz mit Cafes teilen müssen, um dadurch an die Geldmittel der Besucher und ästhetische Legitimation zu gelangen.“ (Zukin 1998: 38). Auch die Etablierung einer gewissen baulich räumlichen Sequenz der Museumsarchitektur steht damit in Zusammenhang, wenn etwa Garderoben und Kassenschalter eingerichtet werden, um den Museumsbesuch einer Vielzahl von Besucher:innen effizient abwickeln zu können (Kirchberg 2005: 140).

Hier ist gezeigt, dass zur Diskussion, um gesellschaftliche Relevanz der Museen vielfältige Aspekte einzubringen sind – dazu ist hier ein Einblick gegeben. Eine grundlegende Eigenschaft des Museums ist hierzu abschließend noch hervorzuheben. Volker Kirchberg spricht hierbei von „Museen als Faktor und Abbild der Gesellschaft“ (Kirchberg 2005: 301). Das meint, dass sie einerseits als Spiegel der Gesellschaft zu sehen sind und andererseits auch aktiv zu ihrer Formung beitragen (Sandell 2020, zitiert nach Büchel 2022: 218). Die gesellschaftliche Relevanz von Museen kann auch auf diese Weise beschrieben werden. Anhand der vorangestellten Diskussion sind jedenfalls schon einige Ansätze erkennbar, wie auf die gesellschaftliche Relevanz von Museen eingewirkt werden kann. Diesen wenden wir uns nun genauer zu

● Gesellschaftliche Relevanz der Museen – aber wie?

Museen werden in Bezug auf ihre gesellschaftliche Relevanz nicht nur diskutiert, sondern diese stets auch betont. Der Kurator und Philosoph Daniel Tyradellis spricht konkret über Kunstmuseen und dabei vor allem über Ausstellungen als einzigartiges Medium des Zeigens: „Das Museum ist traditionell ein Ort, in dem außer Funktion geratene Dinge gezeigt werden: Kunst. Insofern war und ist das Museum ein Korrektiv gegenüber dem jeweiligen Realitätsverständnis ‚da draußen‘. Es ist ein einzigartiger Ort, an dem Dinge zu erfahren sind, wie nirgendwo sonst. Der museale Raum irritiert, weil er zu den wenigen gesellschaftlichen Räumen zählt, in denen Fragen und Konstellationen verhandelt werden können, die anderswo keine Beachtung finden.“ (Tyradellis 2014: 14). An anderer Stelle beschreibt er den Museumsraum als einen, „der doch einer der größten institutionalisierten Freiräume überhaupt sein könnte“ (Tyradellis 2014: 138). Die Museumswissenschaftlerin Sharon Macdonald bezeichnet Museen als „key cultural loci of our times“ (Macdonald 1996, zitiert nach Baur 2010: 8) und wird vom Kulturwissenschaftler und Kurator Joachim Baur ergänzt, der Museen als Orte sieht, „an denen sich, wie durch ein Brennglas, gesellschaftliche Verhältnisse und Formationen von Wissen und Macht in den Blick nehmen lassen.“ (Baur 2010: 8). Auch die Kulturwissenschaftlerinnen Luise Reitstätter und Karolin Galter formulieren mit dem Titel ihrer Studie „Recht auf Museum?“ eine aktivistische Forderung nach einer gesellschaftlichen Relevanz für Museen: „Wie die Museen selbst, denen die Diversifizierung ihrer Publikumsstrukturen ein Anliegen ist, war unser Projekt vom Wunsch geprägt, das Museum radikal öffentlich zu denken und den grundsätzlichen Anspruch nach einem ‚Recht auf Museum!‘ in unseren Unternehmungen aktiv-reflexiv zu verankern. ‚Möchten Sie mit mir ins Museum gehen?‘ lautete dahingehend die zwar charmant formulierte Einladung zur Projektteilnahme, gleichzeitig aber aktivistisch gemeinte Aufforderung, vom eigenen ‚Recht auf Museum‘ Gebrauch zu machen.“ (Reitstätter/Galter 2022: 8).

Museen derart öffentlich und gesellschaftsrelevant zu positionieren, verlangt ein Denken der Institution im Sinne von Offenheit, Zugänglichkeit und Nutzbarkeit – kurz: als öffentliche Räume. Unterschiedliche Ansätze sind in dieser Hinsicht bestrebt, auf Museen als gesellschaftlich relevante Räume einzuwirken. Hier sind nun beispielhaft einige museumspolitische, museumstheoretische und museumspraktische Ansätze vorgestellt:

- + Die Erarbeitung eines zukunftsorientierten und wegweisenden Museumsverständnisses ist als museumspolitischer Ansatz grundlegend. Hier ist die neue Museumsdefinition des ICOM zu nennen, die bereits einleitend vorgestellt worden ist (siehe S. 13). Sie sieht das Museum als einen Raum, der kritische Museumsarbeit leistet, Communitys einbezieht, als öffentlicher Akteur auftritt und in einer gesellschaftlichen Verantwortung steht.
- + Ein anderes museumspolitisches Instrument, das die Bedeutung von Museen veranschaulichen möchte, ist die Museumsscorecard des Österreichischen Museumsbundes (Museumsbund Österreich o. A.). Als Online-Tool macht sie den Wert von Museen anhand anderer Kennzahlen – abseits der Besucher:innenzahl – sichtbar. Museen sind hier etwa als Begegnungsort und Bildungsraum hervorgehoben.
- + Als museumstheoretische Ansätze sind forschende Auseinandersetzungen mit Museen zu nennen, wie etwa die der Gesellschafts- und Sozialwissenschaftlerin Julia Büchel, die die gesellschaftliche Einbindung in Museen und Ausstellungen anhand der drei Aspekte Repräsentation, Partizipation und Zugänglichkeit untersucht (Büchel 2022). Im Zusammenspiel von theoretischen Überlegungen und praxisorientierter Feldforschung arbeitet sie Ansprüche heraus, die für eine Einbindung der Gesellschaft in Museen relevant sind. Neben den vorrangig inhaltlichen Ansprüchen, sind auch welche, die auf den Museumsraum beziehbar sind, hergestellt, wie etwa Offenheit, Heterogenität und Flexibilität.
- + Museumspraktische Ansätze sind welche, die sich zum Beispiel auf den Unterhaltungswert der Museen beziehen – etwa indem sich die Museumsarbeit „Events, Shows und Spektakel“ (Büchel 2022: 48) als neue Formate zuwendet. So gehört zum Museum mittlerweile ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm, das weit über Ausstellungseröffnungen und -führungen hinausgeht. Beispielsweise

werden Vorträge, Diskussionsrunden und Workshops organisiert. In Museumsräumen finden thematische Events statt, bei denen das Museum zu Barabenden oder anderen gemeinschaftlichen Unternehmungen einlädt.

+ Auch der digitale Raum wird genutzt, etwa indem Museen auf Social Media Plattformen aktiv sind, Podcasts produzieren und Videos zur digitalen Vermittlungsarbeit bereitstellen.

+ Dieses Hinausreichen des Museums in andere Räume, wie digitale Räume, Räume von Schulen oder Communitys, nennt sich *Museum Outreach* (Scharf/Wunderlich/Heisig 2018: 76-78). *Museum Outreach* ist dabei als aufsuchende Kulturarbeit, genauso wie auch als Marketinginstrument für Museen zu begreifen (Scharf/Wunderlich/Heisig 2018: 14).

Abzulesen ist anhand dieser Beispiele, dass die vorgestellten Ansätze sich alle auf die eine oder andere Weise mit dem Museumsraum auseinandersetzen. An dieser Stelle möchte ich nun die These meiner Arbeit einbringen: Durch Veränderungen des Museumsraumes kann auf die gesellschaftliche Relevanz der Museen eingewirkt werden. Ich gehe dabei von einem Denken aus, dass nicht Besucher:innen für Museen aktiviert, sondern Museen als Räume für Öffentlichkeiten aktiviert. Insofern werden Museen hier als Möglichkeitsraum für soziales Handeln verstanden, wodurch auf ihre gesellschaftliche Relevanz eingewirkt werden kann. Dieser museumsräumliche Ansatz wird hier in die vorangestellte Diskussion um die gesellschaftliche Relevanz der Museen eingebracht. Zu diesem Ansatz können Museumsstadträume zugeordnet werden.

● Museen für Öffentlichkeiten aktivieren: Museumsideen

Die Urbanistin, Architektin und Aktivistin Gabu Heindl beschreibt das Museum der Zukunft visionär so:

„Das Museum der Zukunft ist ein öffentlicher Raum. Es definiert eine neue Form der Öffentlichkeit, eine Art Agora des 21. Jahrhunderts: Das Museum der Zukunft ist ein öffentlich zugänglicher Ort und zugleich ein Ort der Verhandlung von Öffentlichkeit. Es ist ein Ort, der Platz bietet für Konflikte, für Solidarität, für Gleichheit in aller Verschiedenheit. Als öffentlich eingerichteter Raum bietet das Museum der Zukunft die nötige Infrastruktur, damit ein Möglichkeitsraum entstehen kann. Und: Das Einrichten öffentlicher Räume ist eine politische, somit auch konfliktreiche Angelegenheit, keine verwaltungstechnische. Neben transparent definierten Funktionen und einem öffentlich entwickelten Programm gibt es ausreichend ‚Polster‘, sowohl was Raum als auch was Zeit betrifft – also Raumpolster wie auch Zeitpolster für nicht geplante Themen und Aneignungen. – Für eine solche Zukunft der Öffentlichkeit gilt es, jetzt die Kommerzialisierung und Privatisierung des öffentlichen Raums zu stoppen und zugleich Öffentlichkeit neu einzurichten. Auch im Museum.“
(Heindl 2020: 129-130)

Das Museum ist in diesem Zitat als ein für Öffentlichkeiten aktivierter Raum beschrieben. Für mich dient es als visionärer Einstieg, um zu überlegen, welche Aufgaben, Rollen und Funktionen Museen in der Gesellschaft übernehmen können. Einige Museumsideen beschäftigen sich genau damit und denken Museen als öffentliche

Räume. Diesen Museumskonzepten, die übergeordneten Ideen vermitteln, denen Museen folgen können, wenden wir uns nun zu. Dazu zählen die Museumsideen: Museum als politischer Diskursort und Verhandlungsraum, Museum als Lernort und Bildungsraum, Museum als soziale Plattform und Begegnungsort, Museum als Dritter Ort und Aufenthaltsraum.

○ Museum als politischer Diskursort und Verhandlungsraum

Das zeitgenössische Museum, wie wir es heute kennen, gründet in seiner Entstehungsgeschichte auf der Museumsbesetzung des Louvre in der Französischen Revolution. Die damit verbundenen Forderungen des französischen Volkes nach politischer Beteiligung und sein Besitzanspruch bezogen auf das nationale Erbe machte das Museum zu einem politischen Raum (Sommer 2013: 15). Dabei ist es „eine öffentliche Institution, die mit der Straße als Raum des Protests und dem Parlament als Versammlungsraum verbunden ist, aber anderes kann und macht.“ (Sternfeld 2018: 21). Zuerst einmal ist festzustellen, dass dem Museum als politischer Ort eine Doppeldeutigkeit innewohnt. Die Wissenschaftshistorikerin Anke te Heesen stellt für die Politisierung des Museums fest, dass es „einerseits als Ort verstanden wird, an dem die Inhalte selbst politisiert und verhandelt werden, und das Museum andererseits als Akteur einer bekennenden (wert-)politischen Stellungnahme tätig sein soll“ (te Heesen 2021: 194).

Diese politischen Grundzüge, die das Museum besitzt, können als fruchtbare Basis für ein Konzept des Museums als politischer Diskursort und Verhandlungsraum verstanden werden. Dass derartige demokratiebehafte Haltungen erforderlich sind, beschreibt die Kulturwissenschaftlerin und Kuratorin Nora Sternfeld so: „Denn nicht nur vor dem Hintergrund zunehmender selbst organisierter Protestformen, auch mit der fortschreitenden Ökonomisierung aller Strukturen scheinen die Parlamente an Bedeutung zu verlieren. Und tatsächlich hat das Fortschreiten des Neoliberalismus zu einer Unterhöhlung demokratischer Strukturen in allen gesellschaftlichen Bereichen geführt. Wirtschaftliche Interessen verschaffen sich Gel-

tung und bringen politische Konflikte nicht selten zum Schweigen. Mit Schlagworten wie ‚Partizipation‘, ‚Transparenz‘, ‚Diversität‘ und sogar ‚Demokratisierung‘ ist es eben gelungen, Kriterien der Zählbarkeit und der Berechenbarkeit einzuführen und sogenannte unabhängige GutachterInnen und ExpertInnen an die Stelle demokratischer Entscheidungsprozesse zu setzen.“ (Sternfeld 2018: 32-33). In Zusammenhang mit dieser demokratiepolitischen Kritik stellt Nora Sternfeld das Museumskonzept des radikaldemokratischen Museums vor (Sternfeld 2018). Das Museum, das in diesem radikaldemokratischen Sinn für „alle“ offen steht, stellt einen Raum dar, in dem die Konflikte und Auseinandersetzungen, die durch diese Offenheit hervorgehen, ausgetragen werden. (Sternfeld 2018: 21). Auch steht ein radikaldemokratisches Museum dafür, dass es im Sinne von Partizipation nicht alleine darum geht mitzuentcheiden, sondern viel grundlegender, um die Spielregeln selbst: „Partizipation ist also nicht das bloße Mitspielen, sondern die Öffnung für die Frage nach den Spielregeln selbst: nach den Bedingungen, unter denen Bildung, Öffentlichkeit und Repräsentation in Institutionen stattfinden. Und genau in diesem Sinne kann sie auch einen Unterschied machen. Partizipation hat also mit der Möglichkeit zur Transformation zu tun.“ (Sternfeld 2018: 76-77). Das Ziel dieser Prozesse ist, Veränderungen in Gang zu setzen, für deren Entwicklung der Museumsraum im Sinne eines politischen Diskursortes und Verhandlungsraumes den Ausgangspunkt darstellt. Die Gesellschafts- und Sozialwissenschaftlerin Julia Büchel sieht dafür Kulturinstitutionen als Orte, die derartige Diskurse und Aushandlungen zulassen und mehr noch dazu sogar besonders geeignet sind (Büchel 2022: 218). So können sich Museen etwa bestimmten politischen und gesellschaftlich relevanten Themen annehmen und diesen Raum für Diskurs und Verhandlung geben (Büchel 2022: 217).

○ Museum als Lernort und Bildungsraum

Die Idee, Museen in Zusammenhang mit öffentlicher Bildung zu denken, gab es bereits 1903. Der Museumsdenker und -direktor Alfred Lichtwark sah darin eine zeitgemäße Ausrichtung der Museen, auch um sie für breite Bevölkerungsschichten zu attraktivieren. Bei einem

Kongress in Mannheim ist damals gefordert worden, das Museum als Volksbildungsstätte zu positionieren (Sommer 2013: 17). Der Aspekt der Bildung ist für Museen auch heute von zentraler Bedeutung, auch wenn sich die darauf verweisenden Begrifflichkeiten verändert haben. So ist die Rede von *lebenslangen Lernen* im Museum, in dem unterschiedliche Arten des Lernens zusammenfinden – *formales, non-formales, informelles Lernen*. Diese Begriffe haben folgende Bedeutungen (vgl. Deutscher Museumsbund 2010: 8):

Lebenslanges Lernen: Lernen, dem wir uns das ganze Leben lang widmen.

Formales Lernen: Lernaktivität, die im Rahmen des staatlichen Bildungswesens oder einer Fortbildung stattfindet und im Regelfall auf einen Abschluss hinführt.

Non-formales Lernen: Strukturiertes und organisiertes Lernen, das jedoch nicht zu einem Abschluss führt.

Informelles Lernen: Lernaktivität, die als Nebeneffekt des Familien-, Sozial- oder Gesellschaftslebens eintritt und nicht notwendigerweise beabsichtigt sein muss.

All diese Lernzusammenhänge finden sich im Museum als Lernort und Bildungsraum wieder. Dessen Potenzial beschreibt der Kurator und Philosoph Daniel Tyradellis in Bezug auf Ausstellungen so: „Es geht [...] nicht mehr nur um ästhetische Erfahrung oder bloßen Wissenserwerb in einem vordefinierten Sektor, sondern um die Möglichkeit, Menschen die ihnen vertrauten Sehweisen, Dingwelten, Fragestellungen, etc. an einem Ort zusammenzubringen, um gerade daraus eine Form des Miteinander disparater Besuchergruppen herzustellen, die sonst keinen Ort hat.“ (Tyradellis 2014: 48). Derartige Erfahrungen bilden demnach die Grundlage des Lernens im Museum, das als wechselseitiger Prozess verstanden wird, indem nicht nur Menschen ohne Fachkenntnisse von Expert:innen, sondern auch umgekehrt – etwa durch das Alltagswissen von Menschen ohne Fachkenntnissen – voneinander lernen (Tyradellis 2014: 106). Museen mit dem Medium der Ausstellung können insofern auch als Räume konzipiert sein, die zwischen Wissenschaft und Unterhaltung angesiedelt sind und als Vermittler funktionieren (Tyradellis 2014: 237-239). Die Besonderheit des Mediums der Ausstellung liegt – im Vergleich zum Journalismus und Marketing, die auch an dieser

Schnittstelle angesiedelt sind – darin, dass sie interdisziplinär und intermedial ist (Tyradellis 2014: 240). Ausstellungen sind für Daniel Tyradellis als „Orte des Denkens zu begreifen und nicht als Reservoir der Vergangenheit und/oder fein säuberlich getrennte Objektwelten“ (Tyradellis 2014: 241-242). Museen mit ihren Ausstellungen so zu fassen scheint nicht nur aus der Perspektive der Besucher:innen bedeutsam, sondern auch aus der Sicht der Expert:innen, um Begegnung mit Wissenschaft zu ermöglichen und sich als Wissenschaftler:in auch selbst einen veränderten Blick darauf zu erlauben (Tyradellis 2014: 243).

Für derartige Begegnungen und unterschiedliche Arten von Lernprozessen stellen Museen geeignete Räume dar. Als Kulturinstitutionen sind sie in einem größeren Zusammenhang als Bestandteil einer Bildungslandschaft zu verorten (Binder et al. 2018: 9). In Bildungslandschaften sind Schulen als Ausgangspunkt begriffen, um die herum zahlreiche weitere *non-formale, informelle* sowie andere *formelle Lernorte* angesiedelt sind (Brüschweiler/Falkenreck 2016: 426). Im Sinne des *lebenslangen Lernens* sind sie zu einer Bildungslandschaft zusammenzufassen, zu denen auch Museen als Lernort und Bildungsraum gehören.

○ Museum als soziale Plattform und Begegnungsort

Museen mit ihren sozialen Potenzialen als Plattform und Begegnungsort für die Öffentlichkeit zu aktivieren, ist besonders dann relevant, wenn man sich über die vorhandenen ausgrenzenden Praktiken, die mit Museen in Zusammenhang stehen, bewusst ist (Sandell 1998: 408). Um dieses Wesen zu wandeln, können sie als Orte konzipiert werden, an dem sich Menschen begegnen, zusammenkommen, in dem ein Raum geschaffen wird, sich zu treffen und auszutauschen. Die Kulturwissenschaftlerin Luise Reitsätter betrachtet dabei etwa Ausstellungen für ihre Forschung nüchtern als „gewöhnlichen Ort der Kommunikation und Interaktion“ (Reitsätter 2015: 11). Durch diese Betrachtungsweise sind Museen als soziale Plattformen und Begegnungsorte aktivierbar. Die Sozialwissenschaftlerin Julia Büchel formuliert dazu passend in ihrer empiri-

schen Forschungsarbeit zur gesellschaftlichen Einbindung in Ausstellungen und Museen einige dementsprechende Anforderungen: Museen sind als Diskurs-, Kommunikations- oder Begegnungsort zu positionieren (Büchel 2022: 180). Dialog und zwischenmenschlicher Kontakt stehen dabei im Vordergrund. Weiterführend ist Museen auch das Potenzial zugeschrieben „Agents of Social Inclusion“ (Sandell 1998) sein zu können (Sandell 1998: 412). Als solche können sie auf aktuelle soziale Probleme eingehen und diese angehen (Sandell 1998: 412). In dem gleichnamigen Text zeichnet der Museumswissenschaftler Richard Sandell das Bild eines Museums, das die Möglichkeit bietet, soziale Inklusion auf mehreren Dimensionen zu bewirken: auf individueller Ebene sieht er bei Museen Potenzial, um bei Menschen als Museumsbesucher:innen positive soziale Erfahrungen hervorzurufen, persönliche Emotionen herzustellen sowie auch Kontaktmöglichkeiten zwischen Menschen zu ermöglichen – auch benachteiligte, sozial ausgegrenzte oder in Armut lebende Menschen sind einbezogen. Auf einer übergeordneten Ebene schreibt er ihnen auch die Fähigkeit zu, als Treiber für gesellschaftlichen Wandel zu funktionieren (Sandell 1998: 412). Diese Ideen basieren auf der Grundannahme, dass Kultur es vermag sozialen Zusammenhalt zu schaffen und soziale Ungleichheiten zu verringern (Sandell 1998: 409). Die Institution Museum auf Zugänglichkeit, Offenheit und Nutzbarkeit für bestimmte Menschen auszurichten, die bisher ausgeschlossen sind, ist dabei sicherlich leichter gesagt als getan und in der Praxis sehr komplex. Sollte es allerdings gelingen, sieht Richard Sandell für Museen als Agenten Sozialer Inklusion konkret eine potenzielle Rolle darin, die Ursachen und Symptome von sozialer Ausgrenzung zu bekämpfen (Sandell 1998: 412-413).

○ Museum als Dritter Ort und Aufenthaltsraum

Museen sind mehr als Ausstellungshäuser, in denen man nur kurzzeitig Zeit verbringt. So werden an sie Anforderungen gestellt, Aufenthaltsräume mit gewissen Aufenthaltsqualitäten zu sein (Büchel 2022: 179). Sie werden in diesem Zusammenhang als sogenannte Dritte Orte bezeichnet (vgl. Hagenberg 2020). Das Konzept der *Dritten Orte* stammt vom amerikanischen Soziologen Ray Olden-

burg, der sich mit Räumen beschäftigt, die neben dem ersten Ort – dem Zuhause – und dem zweiten Ort – dem Arbeitsplatz – existieren (Oldenburg 1999: 16). Diese sind von ihm dementsprechend als *Dritte Orte* benannt und verstehen sich als „Hangouts at the heart of a community“ (Oldenburg 1999). Als Beispiele für solche gemeinschaftlichen Orte nennt Ray Oldenburg dafür etwa Kaffeehäuser, Buchläden oder auch Friseursalons. Für ihn sind sie ein neutraler Platz, an dem Menschen zusammenkommen, an dem sie kommen und gehen können, wann sie wollen und sich Zuhause fühlen (Oldenburg 1999: 22). Für Besucher:innen unterschiedlicher sozialer und kultureller Hintergründe stehen sie offen und sollen sie alle in einem übertragenden Sinn auf eine Ebene bringen (Oldenburg 1999: 42). Den Charakter solcher Aufenthaltsräume machen seine Besucher:innen als regelmäßige Gäste – sogenannte *Regulars* – aus, die die Atmosphäre maßgeblich prägen und sogar erst erschaffen (Oldenburg 1999: 33). Kommunikation als Dialoge zwischen den Gästen, die dort stattfinden, stehen im Vordergrund (Oldenburg 1999: 26), genauso wie das gemütliche Wesen des Raumes, mit dem eben auch ein geselliger Aspekt einhergeht (Oldenburg 1999: 56). Anzumerken ist hierbei, dass *Dritte Orte* und die dazu genannten Beispiele im Sinne der Zugänglichkeit mit Konsum verbunden sind. Im heutigen Kontext ist das grundlegende Verständnis und die Trennung von Zuhause und Arbeit auch ein anderes, in Transformation begriffenes, was vor allem mit der Digitalisierung in Zusammenhang steht. Im Museumsbereich wird das Konzept der *Dritten Orte* dennoch aktuell aufgegriffen, da es recht simpel und greifbar ist.

Die hier vorgestellten Museumsideen aktivieren Museen weitreichend für Öffentlichkeiten. Die soziale Bedeutung der Museumsräume ist dabei in den Fokus gerückt und dadurch gesellschaftliche Relevanz auf unterschiedliche Weisen gezeigt. Denn die theoretischen Museumskonzepte beziehen sich auf verschiedene Aspekte von Sozialräumen: soziopolitische (Museum als politischer Diskursort und Verhandlungsraum), soziokulturelle (Museum als Lernort und Bildungsraum), sozioökonomische (Museum als soziale Plattform und Begegnungsort), alltagstaugliche (Museum als Dritter Ort und Aufenthaltsraum).

Diese unterschiedlichen sozialräumlichen Qualitäten, die anhand

dieser Museumsideen im Museumsraum verortet werden, sind wesentlich, um Museumsstadträume untersuchen und verstehen zu können. Auch vermitteln sie uns visionär, welche Potenziale in der Institution Museum und Museumsräumen schlummern.



Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar

The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek



Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar
The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek.

Logik des gebauten Museumsraumes __ 52

Hochschwelligkeit des Museumsraumes __ 54

Auswahl der Fallstudien und Vorgehensweise __ 55

Fallstudie:
K20 der Kunstsammlung NRW, Düsseldorf __ 58

Fallstudie:
Schweizerisches Architekturmuseum, Basel __ 70

Fallstudie:
Haus der Geschichte Österreich, Wien __ 80

Zwischenfazit:
Museumsstadträume und ihre Charakteristika __ 90

**Räumliche Strategien: Umstrukturierter und erweiterter
Museumsraum** __ 92

Potenzialraum Zwischenraum __ 95

Einwirken auf Schwellenräume __ 96

Architektonische Muster __ 99

3 Museumsstadträume: Fallstudien

Museumsstadträume sind durch stadträumliche Verbindungen des Museumsraumes sichtbar – um diese geht es nun. Nachdem wir uns Museumsstadträumen aus theoretischer Perspektive genähert haben, wird es nun konkret: in diesem empirischen Forschungsteil untersuchen wir drei Fallstudien. Den Einstieg bildet ein kurzer theoretischer Teil zum Museumsraum, seiner gebauten Logik und Hochschwelligkeit. Anschließend untersuchen wir die Museumsräume der ausgewählten Fallstudien, aus deren Erkenntnissen wir mehr über Museumsstadträume und ihre Charakteristika lernen.

● Logik des gebauten Museumsraumes

Neben den musealen Sammlungsobjekten, den inhaltlichen Schwerpunkten der Museumsarbeiten, stellen auch die gebauten Räume der Museen oft den Anlass für einen Museumsbesuch dar (Tyradellis 2014: 36). Einen Museumsraum architektonisch zu gestalten zählt dabei zu einer sehr prestigeträchtigen Aufgabe: „Wo es einem Architekten [/einer Architektin] in früheren Zeiten als die Krönung seines Schaffens galt, Kathedralen zu bauen, so werden heute Museen als Höhepunkt des architektonischen Oeuvres betrachtet.“ (Kirchberg 2010: 231). Die Gestaltungsaufgabe Museum bietet Architekt:innen eine angesehene Möglichkeit, sich gestalterisch auszudrücken. Gebaute Museumsräume folgen dennoch wiederkehrenden Gestaltungsmotiven und Strukturen, die einer bestimmten Logik folgen. Denn: „Museen haben System: In ihrem Aufbau lassen sie sich von den Besucher_innen recht schnell erschließen, denn zumeist gibt es eine oder mehrere Dauerausstellungen, oft für viele Jahre konzipiert. Dann die Säle für die Sonderausstellungen, die Besuchertoiletten und das Café, nicht zu vergessen der Museumsshop – mit einem Blick auf den Grundriss sind sie schnell ausgemacht. Wie auch immer untereinander arrangiert, meist folgen insbesondere größere Museen einer für die meisten Besucher_innen leicht nachvollziehbaren Logik.“ (von Bose/Poehls/Schneider/Schulze 2011: 7-8).

Diese Logik des gebauten Museumsraumes erschließt sich bei einem Blick in Entwurfshandbücher und Planungshilfen, die sich mit Museumsarchitektur beschäftigen. Ein beliebtes derartiges Nachschlagewerk ist die Bauentwurfslehre von Ernst Neufert, von der es mittlerweile die 43. Auflage gibt (Neufert 2022). Als Entwurfshandbuch beschäftigt es sich mit einer Vielzahl von Bautypologien, Bauteilen und anderen architektonischen Aspekten, unter ihnen auch die Bauaufgabe Museum. Ein gezeigtes Funktionsdiagramm für ein Museum unterteilt es in einen „öffentlichen, kontrollierten Bereich“ für Ausstellungen und einen „nicht öffentlichen Bereich“ für Administration und Restaurierung. Dem Bereich für Ausstellungen sind vier weitere Bereiche eingeschrieben: ein Bereich für „Eingangsbereich, Orientierung, Garderobe, Kasse, WC“, ein Bereich

für „Café, Bar, Restaurant, Shop, Konferenzräume“, ein Bereich mit „Ausstellungsbereich: ständige Ausstellungen, Wechselausstellungen“, ein Bereich mit „Bibliothek, Vortragssäle“ (Neufert 2022: 405). Im dazugehörigen Text und weiteren grafischen Darstellungen sind konkreten Hinweisen zur Gestaltung der Ausstellungsräume angeführt, etwa durch mögliche Raumzusammenhänge und Belichtungsmöglichkeiten (Neufert 2022: 406-407).

In anderen Handbüchern, die sich ausschließlich mit Museen beschäftigen, etwa dem „Handbuch und Planungshilfe Museumsbauten“ (Hoffmann 2016) wird ebenso zwischen „öffentlicher Bereich“ mit „Lobby, Ausstellungsräumen, etc.“ und „nicht-öffentlicher Bereich“ mit „Verwaltung, Bibliothek, Werkstätten, etc.“ unterschieden (Hoffmann 2016: 47). Neben Gestaltungshinweisen für den Ausstellungsbereich mit konkreten Ideen zu Raumabfolge, Grundrissgliederung, Objekthängung sowie Gebäudetechnik für Licht und Klima, gibt es konkrete Hinweise zur Erschließung und auch zur Gestaltung einer sogenannten *Public Non-Exhibition Area* (Hoffmann 2016: 52). Ein Funktionsdiagramm vermittelt die räumlichen Verknüpfungen der Bereiche der *Public Non-Exhibition Area*: An einen Foyerbereich sind Restaurant, Shop, Café/Bar, Workshopräume, Konferenzräume sowie Bibliothek mit Lesesälen und Ausleihe angeschlossen. Für jeden dieser Bereiche ist ein separater Eingang von draußen, sowie auch ein zentraler Eingang über das Foyer vorhanden, für den eine „Eingangskontrolle“ vermerkt ist. Ein zweites Funktionsdiagramm geht auf das Foyer genauer ein. Für das ist nach der Eingangskontrolle ein Orientierungsareal angeschlossen, mit dem die Toilette, Kassa und die Garderobe verknüpft sind (Hoffmann 2016: 53).

Die in diesen beiden Entwurfshandbüchern vermittelte Gestaltungsweisen prägen die eingangs erwähnte Logik des gebauten Museumsraumes und legen auch fest, dass Museumsbesuche nach einer gewissen Museumsroutine ablaufen. Gleichzeitig kann eine derartige räumliche Struktur und Wegführung auch als Kontrollinstrument des Verhaltens der Besucher:innen gesehen werden (Kirchberg 2005: 76). Das Museumsverständnis, das einer derartigen Logik des gebauten Museumsraumes zusammenhängt, ist ein sehr klassisches, wenn das Museum beispielsweise so beschrieben ist: „Ein Museum ist eine öffentliche Sammlung von Zeugnissen der menschlichen Kulturentwicklung. Es sammelt, dokumentiert, erhält, forsch,

interpretiert und kommuniziert diese durch das Mittel der Ausstellung.“ (Neufert 2022: 405). Dafür ist zu betonen, dass dieses Museumsverständnis nicht dem weiterführenden Denken von Museum entspricht, das im aktuellen museologischen Diskurs stattfindet und etwa auch durch die Museumsneudefinition der ICOM (siehe S.13) vermittelt ist. In diesem Sinne interessiert es mich herauszufinden, wie die Erscheinung von Museumsräumen aussieht, die sich nach derartigen progressiven Museumsverständnissen ausrichten und wie Museumsstadträume in diesen Zusammenhang einzuordnen sind.

● Hochschwelligkeit des Museumsraumes

Museumsräume sind schwellenbehaftete Räume, in denen Schwellen auf unterschiedliche Art und Weise vorhanden sind. Wenn von Museumsräumen die Rede ist, werden diese häufig als hochschwellig – im Unterschied zum niederschwellig sein – beschrieben (vgl. Reitstätter 2015: 140, Scharf/Wunderlich/Heisig 2018: 38, Naredi-Rainer 2004: 39). Um Museumsräume und im besonderen Museumsstadträume verstehen und die Bedeutung von ihren stadträumlichen Verbindungen für Zugänglichkeit, Offenheit und Nutzbarkeit einordnen zu können, ist es wichtig, den Blick zuerst von theoretischer Perspektive auf Schwellen und Schwellenräume zu schärfen. Der Architekturtheoretiker Till Boettger nähert sich der Frage, was Schwellenräume sind, über eine Bezugssetzung zu Grenzen. Diese bilden demnach ein wahrnehmbares Innen und Außen heraus und können auch als „transparente Grenzen“ – etwa durch die Materialität Glas – und „unsichtbare“ Grenzen – etwa durch elektronische Sicherungssysteme – in Erscheinung treten (Boettger 2014: 45-46). Den Zusammenhang zwischen Grenzen und Schwellen formuliert er dabei folgendermaßen: „Schwellen sind im Sinne der Raumbildung Grenze als auch Übergang, das heißt, sie leben von der Ambiguität, Räume zu öffnen und sie zu schließen.“ (Boettger 2014: 47). Das Öffnen und Schließen von angrenzenden Räumen, das durch Schwel-

len und Schwellenräume erfolgt, basiert nach Till Boettger darauf: „Schwellenräume leben von der Ankündigung des jeweils nächsten Raumerlebnisses, das heißt, der Schwellenraum lebt von der Erwartung des Übertritts.“ (Boettger 2014: 48).

Mit dem Museum stehen unterschiedliche Schwellen und Schwellenräume in Zusammenhang, die zu einem Museumsraum miteinander verkettet sind und auf seine Zugänglichkeit, Offenheit und Nutzbarkeit einwirken. Zu nennen sind hierbei etwa organisatorische Schwellen (Eintrittskosten, Öffnungszeiten, usw.), soziale Schwellen (geforderte Verhaltensweisen, Beobachtung, usw.) oder auch bauliche Schwellen (Orientierbarkeit, Materialwahl, Raumgröße, usw.). Das Zusammenspiel verschiedener Schwellen macht die Hochschwelligkeit oder eben auch die Niederschwelligkeit von Museumsräumen aus.

Wir beschäftigen uns nun mit drei ausgewählten Fallstudien, die mit ihrem Museumsraum stadträumliche Verbindungen schaffen und damit auf ihre Schwellenräume einwirken.

● Auswahl der Fallstudien und Vorgehensweise

Museumsstadträume untersuche ich nun in diesem empirischen Forschungsteil anhand von drei Fallstudien. Bei ihnen sind museumsstadträumliche Veränderungen als stadträumliche Verbindungen des Museumsraumes erkennbar, was zu ihrer Auswahl geführt hat. Die ausgewählten Museumsräume befinden sich in einem städtebaulichen Kontext in urbaner Lage. Sie weisen unterschiedliche Herangehensweisen auf, wie stadträumliche Verbindungen des Museumsraumes gestalterisch sichtbar werden können. Insofern sind die Fallstudien so ausgewählt, ein breites Bild von Museumsstadträumen zu zeigen. Museumsstadträume sind bei den ausgewählten Fallstudien nur temporär für einen bestimmten Projektzeitraum vorhanden, was einen Vergleich der Museumsräume innerhalb und außerhalb des Projektzeitraumes erlaubt. Ich untersuche auch, wie das Phänomen der stadträumlichen Verbindungen der Museumsräu-

me der Fallstudien mit dem Museumsverständnis des jeweiligen Museums zusammenhängt. Dieses drückt sich in Museumsleitbildern aus, die die grundlegenden Handlungsanweisungen von Museen für ihre Museumsarbeit formulieren und ebenso dafür stehen, wie sich Museen nach außen hin präsentieren wollen. Museumsleitbilder sind mit übergeordneten Museumsideen verknüpfbar, an denen sie sich orientieren und deren Aspekte sie aufgreifen. Als Methoden für die Auseinandersetzungen mit den Fallstudien nutze ich Expert:inneninterviews und Mappings (mehr dazu S. 25).

Die Beschäftigung mit den Fallstudien erfolgt systematisch. Für jede Fallstudie arbeite ich dieselben drei Aspekte heraus: Museumsleitbild (als Text), Museumsraumanalyse (als grafische Darstellung und Bildessay) und Museumsstadtraum der jeweiligen Fallstudie (als Text).

Für das Museumsleitbild werfe ich einen Blick darauf, woran das Museum seine Museumsarbeit ausrichtet, an welchen Museumskonzepten und -verständnissen es sich orientiert. Aus Dokumenten, wie Mission Statements auf den Museumswebsites, Jahresberichten, Publikationsbeiträgen in Fachzeitschriften, Einleitungstexten in Publikationen von Museumsmitarbeiter:innen oder Museumsdirektor:innen, Videos von Ausstellungsrundgängen sind Informationen dazu herauszulesen. Nicht zuletzt sind hierzu auch Aussagen während der von mir geführten Expert:inneninterviews getroffen worden. Die Museumsraumanalysen der Fallstudien basieren auf Mappings des Museumsraumes, die in axonometrischen Darstellungen des Museumsraumes zusammengeführt sind. Der anschließende Bildessay durchwandert die dort schematisch dargestellten Räume des Museums, vermittelt ihren gestalterischen Eindruck und weist auf Aspekte hin, die sich auf die Zugänglichkeit, Offenheit und Nutzbarkeit beziehen. Die Perspektive von Museumsbesucher:innen ist hierfür die Basis, sowie auch der Kontext des Alltäglichen. Das meint, dass der Museumsbesuch in keinem speziellen Rahmen, etwa für eine bestimmte Veranstaltung, stattfindet.

Das Museumsleitbild und die Museumsraumanalyse sind schließlich zusammengetragen als Beschreibung des Museumsstadtraumes der jeweiligen Fallstudie. Die gewonnenen Erkenntnisse aus den drei Fallstudien sind im Zwischenfazit als Charakteristik der Museumsstadträume interpretiert.

Fallstudie:

K20 der Kunstsammlung NRW, Düsseldorf

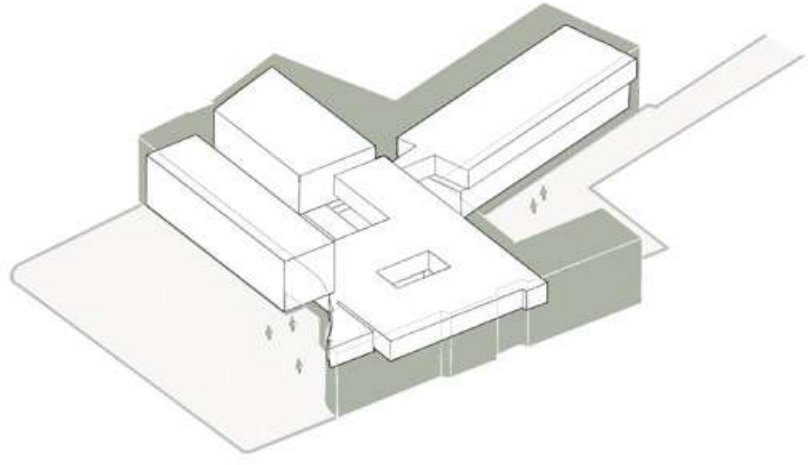
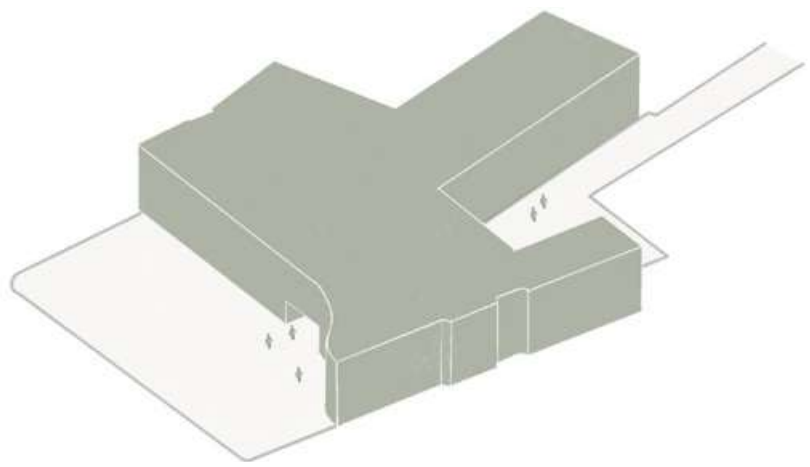
Museumsleitbild

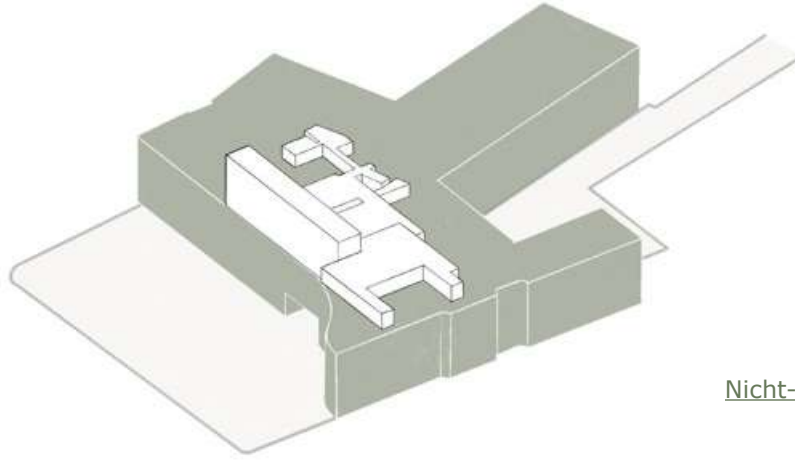
Die Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, wovon das K20 einer der beiden Standorte ist, sieht ihr Leitbild unmittelbar mit seiner Sammlung an Museumsobjekten verknüpft. Mit dem Leitsatz „Rethinking the Museum“ (Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen o.A.) beschreibt es einen Prozess, durch den die Sammlung anhand der Aspekte der Vielstimmigkeit, Digitalisierung und Nachhaltigkeit weiter gedacht wird (Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen o.A.). Die Museumsarbeit ist dadurch auch mit gesellschaftlich relevanten Themen in Bezug gesetzt, genauso wie sie Fragen nach der Rolle und Aufgaben des Museums aufwirft. So nimmt die Kunstsammlung NRW beispielsweise beim Projekt *museum global* teil, als deren Abschlussausstellung der *Open Space* hervorgegangen ist (Hagenberg 2022). Zusammen mit Fokusgruppen ist dieser entwickelt worden, wobei sich vor allem die jüngeren Teilnehmer:innen im Museum einen Raum mit Aufenthaltsqualität gewünscht haben (Hagenberg 2022). So steht der *Open Space* für „die Idee der Öffnung des Museums – eine Öffnung, die sich sowohl nach außen als auch nach innen vollzieht und die Rolle des Museums in einer sich stetig verändernden Welt und zunehmend diversen Gesellschaft reflektiert.“ (Gaensheimer-Hagenberg 2020: 9) Museum versteht sich im *Open Space* als „Treffpunkt und Verhandlungsort“, der das Museum symbolisch zur Stadtgesellschaft öffnet (Hagenberg 2020: 39). Die Museumsideen des Museums als Dritter Ort und Aufenthaltsraum und des Museums als soziale Plattform und Begegnungsort sind somit auf den *Open Space* übertragen (Hagenberg 2020: 39).

Eintrittskosten	9 € ermäßigt 7 € freier Eintritt im Open Space
Öffnungszeiten	Di-Fr 10-18 Uhr; Sa, So, Feiertag 11-18 Uhr
Museumstyp	Kunstmuseum
Rechtsträger	privat
Projektzeitraum	Ausstellung <i>Open Space</i> : 11/2018-03/2019 und 11/2021-02/2022

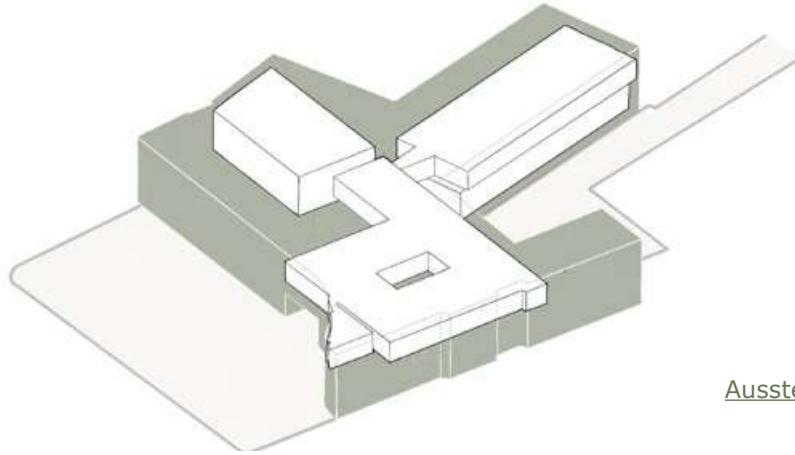
Quelle: Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen Website (Stand 18.03.2023)

Museumsraumanalyse

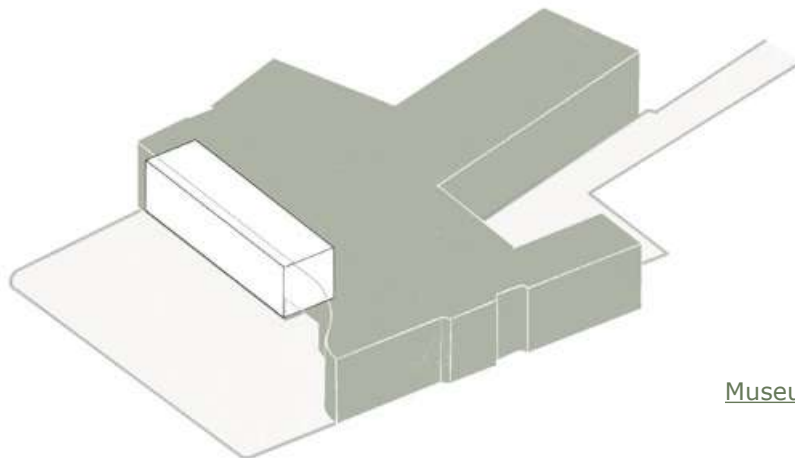




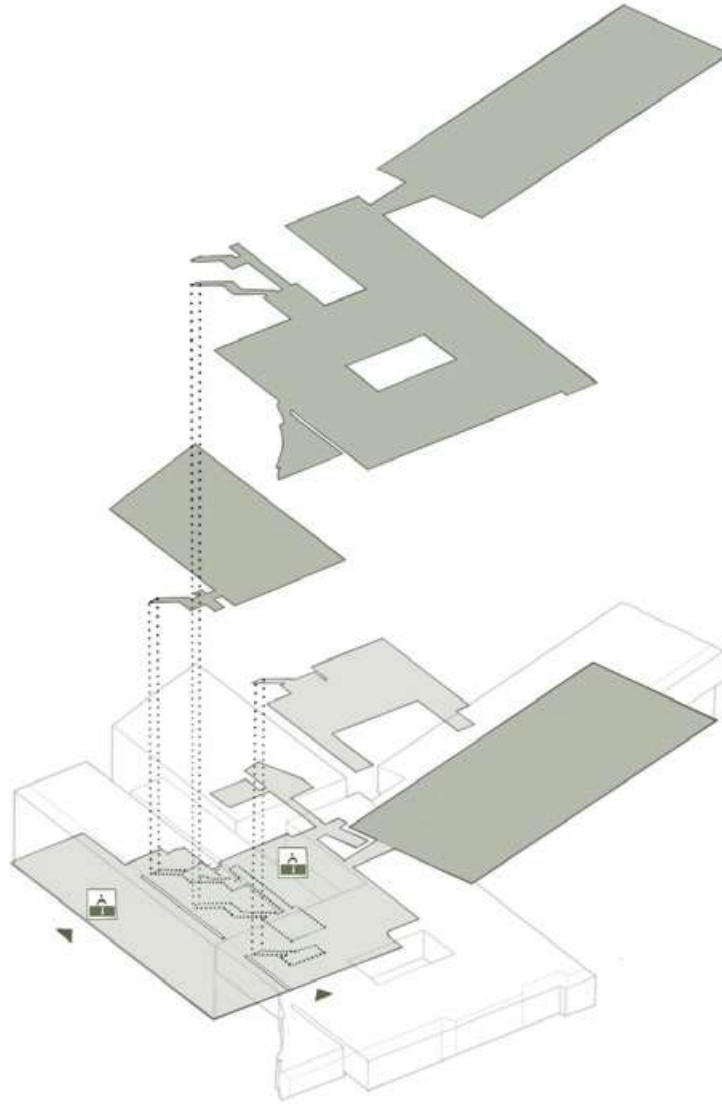
Nicht-Ausstellungsräume



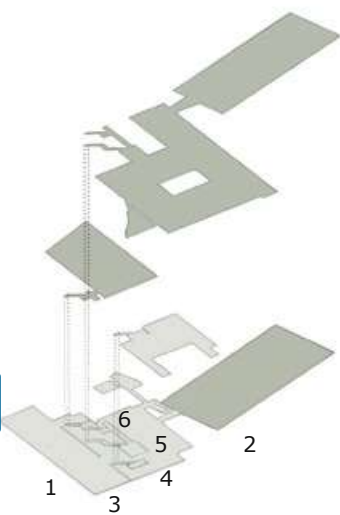
Ausstellungsräume



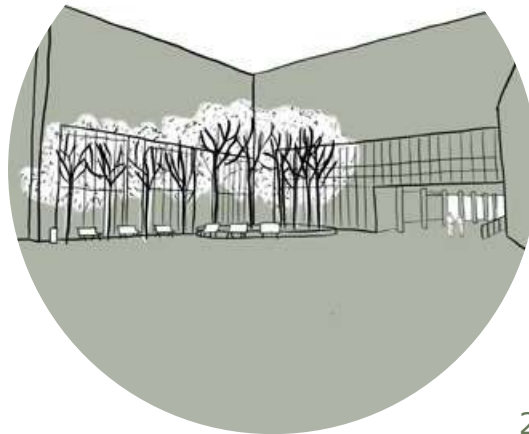
Museumsstadtraum



- mit Museumseintrittskarte
- ohne Museumseintrittskarte
- beaufsichtigter Empfangsbereich
- Eingang



1 Vorderer Platz



2 Hinterer Platz



3 Öffentlicher Durchgang
 durch den der vordere und
 hintere Platz verbunden sind
 und weiterführend in eine
 bestehende Straße mündet.



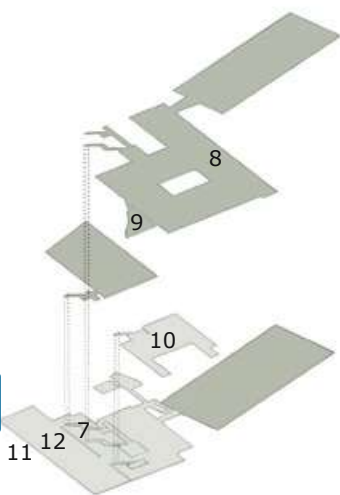
4 Haupteingang



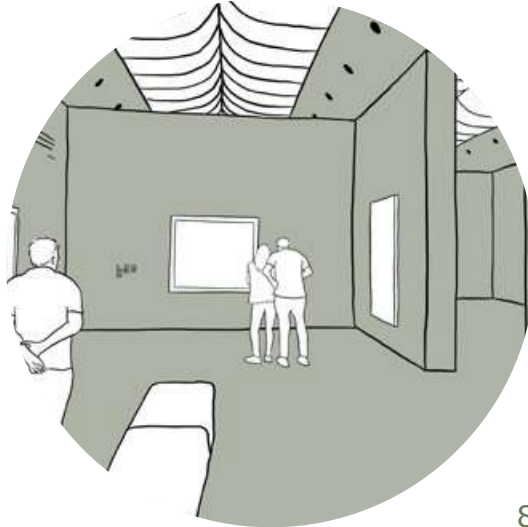
5 Foyerraum
mit Shopbereich



6 Foyerraum
mit Garderobe, Ticketschalter
und Shopbereich



7 Treppenraum
 von dem aus zwei der drei
 Treppen zur Daueraus-
 stellung führen, für deren
 Besuch ein Eintrittsticket zu
 erwerben ist.



8 Dauerausstellungsräume



9 Aussichtsraum in
Dauerausstellung
 mit Blick auf den vorderen
 Platz.



Vorraum der Bibliothek und des Auditoriums

Die dritte Treppe führt vom Treppenraum hierher und ist ohne Eintrittskosten zugänglich. Von hier aus sind auch die Büros der Mitarbeiter:innen erreichbar.

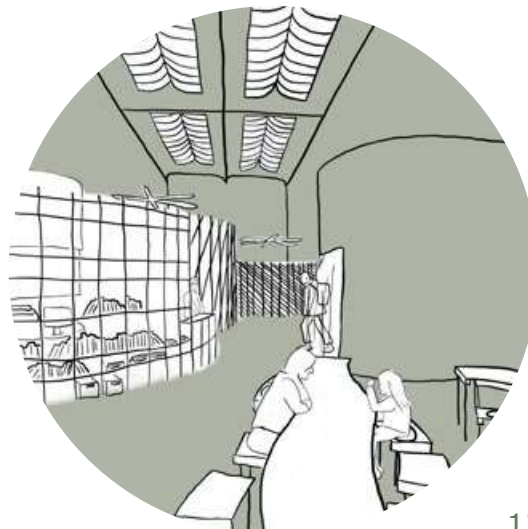
10



Eingang *Open Space*

Normalerweise nur als Notausgang und zur Anlieferung genutzt, gibt es nun zum *Open Space* einen Eingang direkt vom vorderen Platz.

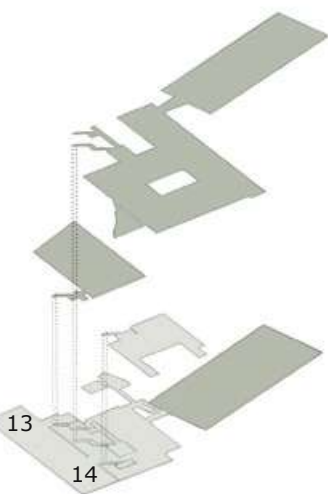
11



Open Space

Im Sonderausstellungsraum ist mit dem *Open Space* ein möblierter Aufenthaltsraum geschaffen, in dem verschiedene Beschäftigungsmöglichkeiten angeboten werden: Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Brettspiele und ähnliches. Gegenüber dem Eingang vom Vorplatz ist der Empfang von einer:m Museumsmitarbeiter:in betreut.

12



13

Open Space

Ein Begleitprogramm aus unterschiedlichen kreativen, sportlichen und thematischen Veranstaltungen, wie Workshops, Kursen und Podiumsdiskussionen, findet regelmäßig zur Laufzeit des *Open Space* statt – hier gezeigt die Siebdruckwerkstatt.



14

Open Space



15

Digitaler Museumsraum
 Auf der Website ist das Programm des *Open Space* abrufbar.

Museumsstadtraum des K20

Der Museumsstadtraum des K20, den das Museum mit dem *Open Space* einrichtet, kann als erweiterter Zwischenraum im Museumsinnenraum zwischen Eingang und der Dauerausstellung gesehen werden. Genauso wirkt dieser Museumsstadtraum auch in den umliegenden öffentlichen Stadtraum des Museumsvorplatzes. Das Schaufenster zum Vorplatz erlauben das Hineinblicken in den Innenraum und vermitteln einen Eindruck, was dort zu erwarten ist. Direkt daneben befindet sich ein neu geschaffener Eingang mit offenstehender Tür, zu der ein überdimensional großer Pfeil an der Fassade hinzeigt und den Raum als *Open Space* kommuniziert. Durch diese stadträumlich sichtbaren Markierungen und den Museumsstadtraum selbst entsteht ein stadträumlicher Annäherungsbereich an den übrigen Museumsinnenraum des K20.

Als Abschlussausstellung eines Museumsprojektes gedacht, funktioniert der *Open Space* auf eine andere Art und Weise, wie es beispielsweise die Dauerausstellung des K20 tut. Denn diese Ausstellungshalle ist als gebauter Raum zur Nutzung und Aneignung den Stadtbewohner:innen zur Verfügung gestellt und mit Infrastruktur ausgestattet. Dieses Angebot kann genutzt werden, muss es aber nicht, denn was im *Open Space* passieren kann, ist offen gehalten. Beispielsweise gibt es unterschiedliche Möbel, wie Tische, Sessel, Sitz- und Liegeflächen, die im Raum verschoben und unterschiedlich gruppiert werden können. Genauso wie weitere Ausstattungen durch offene Internetzugänge, Computer, Steckdosen und auch Unterhaltungsmöglichkeiten – etwa Zeitschriften, Zeitungen, Bücher und Brettspiele. Ergänzend zu diesem permanenten Angebot hat das Museum hier auch ein temporäres Programm organisiert: etwa kreative Aktivitäten wie eine Siebdruckwerkstatt, sportliche Aktivitäten wie Yogakurse, Veranstaltungen als wissenschaftliche Tagungen, Podiumsdiskussionen und ähnliches (Hagenberg 2022). Eine Ergänzung hat diese auch im digitalen Raum gefunden, wo etwa Veranstaltungen online gestreamt, das Programm des *Open Space* kommuniziert und dieser auch dokumentiert ist.

Durch das regelmäßig stattfindende Museumsprogramm sind soziale Kontaktmöglichkeiten angestossen worden. So ist es zum Austausch zwischen den Museumsbesucher:innen gekommen. Der Museumsstadtraum des K20 ist als Aufenthaltsraum von sogenann-

ten *Regulars* regelmäßig genutzt worden: beispielsweise Pensionist:innen oder auch Schüler:innen sind regelmäßig in den Open Space gekommen, etwa um hier Hausaufgaben zu machen (Hagenberg 2022). Genauso ist der Raum auch von bestehenden Gemeinschaften oft genutzt worden, wie etwa von einer Fahrradinitiative. Für den Museumsstadtraum des K20 sind keine Eintrittskosten zu bezahlen gewesen, allerdings war geplant eine Kollekte aufzustellen, was allerdings wegen der Corona-Pandemie nicht umgesetzt worden ist. Ansonsten sind museumsorganisatorische Regeln gelockert oder weggefallen, beispielsweise sind Speisen und alkoholfreie Getränke erlaubt, genauso wie auch Jacken und Taschen. So sind mache Personen mit viel Gepäck in den *Open Space* gekommen. Die Öffnungszeiten des Museums sind durch eine zusätzliche Abendöffnung einmal pro Woche ergänzt worden. Im *Open Space* waren immer ein oder zwei Museumsmitarbeiter:innen zur Raumaufsicht anwesend, so wie zusätzlich eine Empfangsperson an einem Tresen gegenüber des Einganges vom Vorplatz (Hagenberg 2022).

Sein Museumsstadtraum hat dem K20 positive Resonanz durch die Museumsbesucher:innen verschafft, die auch den Wunsch geäußert haben, diesen Raum nicht nur temporär, sondern permanent hier einzurichten. In den *Open Space* hat es auch Menschen geführt, die das Museum zuvor nicht kannten und einige haben im Weiteren auch die kostenpflichtige Dauerausstellung besucht (Hagenberg 2022). Bei einer Diskussion zum Open Space ist allerdings auch die Kritik geäußert worden, dass dieser der Kunst ihren Platz wegnimmt (Hagenberg 2022). Auch ist es in diesem Museumsstadtraum zu Vorfällen von diskriminierenden Handlungen gekommen, für die sich das Museum vorbehalten hat Hausverbot zu erteilen, was aber tatsächlich nicht umgesetzt worden ist (Hagenberg 2022).

Der *Open Space* ist bereits zum zweiten Mal temporär über mehrere Monate entstanden. Das war allerdings mit einem erheblichen Mehraufwand der Museumsarbeit an zeitlichen und personellen Ressourcen verbunden. Für seine permanente Umsetzung braucht es hier strukturelle Veränderungen. Das positive Feedback der Museumsbesucher:innen für diesen Museumsstadtraum zeugt jedenfalls vom hohen Bedarf nach derartigen Räumen in der Stadt. Dieses ist nach dem ersten Stattfinden des *Open Space* vom Museum mittels Feedback-Karten für Museumsbesucher:innen vom Museum eingehoben worden (Hagenberg 2022).

Fallstudie:

Schweizerisches Architekturmuseum (S AM), Basel

Museumsleitbild

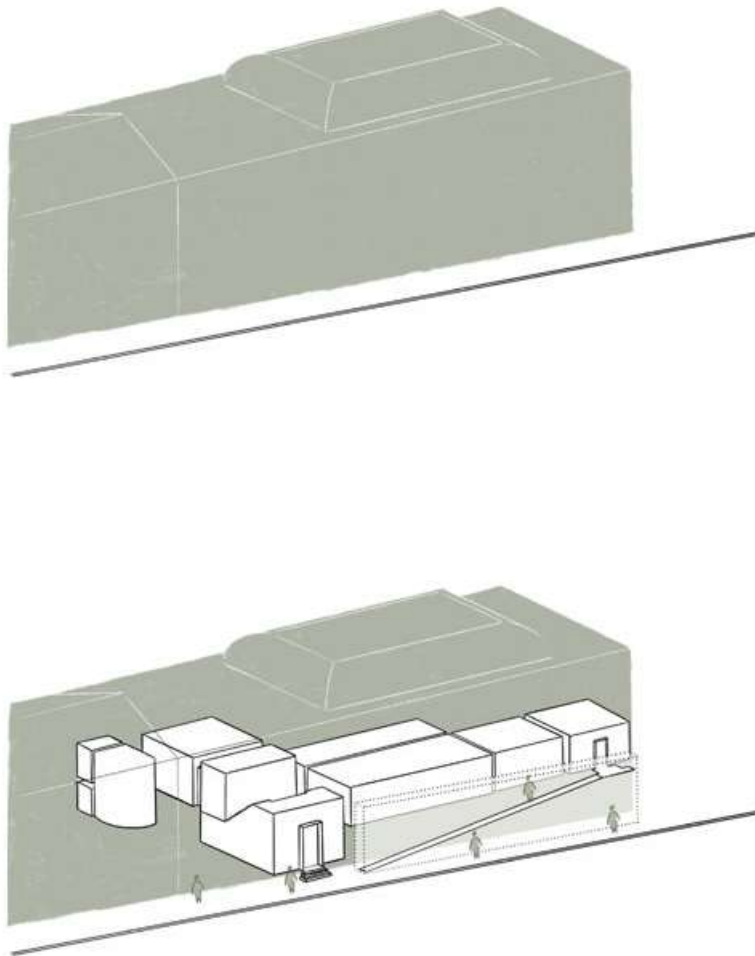
Das S AM sieht sich als „Ort, um zusammenzukommen und sich auszutauschen“ (Shinohara 2022), was die Museumsidee der sozialen Plattform und Begegnungsort verweist. Als Museum schafft das S AM eine „Netzwerkplattform“ (Schweizerisches Architekturmuseum, Leitbild o. A.), mit dem Bezug zur Architektur als verbindendes Element. So beschreibt das S AM seine Besucher:innen als breites architekturinteressiertes Publikum (Schweizerisches Architekturmuseum, Leitbild o. A.).

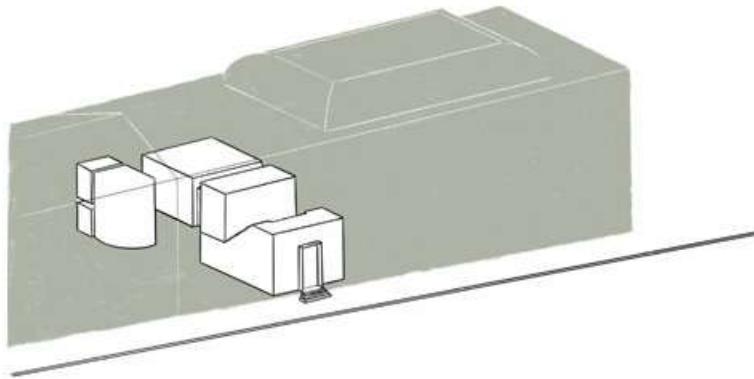
Für den bestimmten Zeitraum der Ausstellung *Access for All. Sao Paulos soziale Infrastrukturen* ist für das Selbstverständnis des S AM noch eine weitere Facette hinzugekommen: Das Museum sollte zu einem öffentlichen Raum werden, der die Straße ins Museum holt (Shinohara 2021). So hat das Museum mit dieser Ausstellung die Intention verfolgt, zu einem „öffentlichen Wohnzimmer“ (Shinohara 2022) zu werden. Dieser Leitgedanke, der durch das Ausstellungsthema entzündet worden ist, ist mit der Museumsidee des Museums als Dritter Ort und Aufenthaltsraum verknüpfbar. So möchte das S AM eben auch eine innenräumliche Erweiterung des öffentlichen Stadtraumes sein.

Eintrittskosten	pay as you wish (für die Dauer der Ausstellung <i>Access for All</i>) ansonsten 12 CHF ermäßigt 8 CHF
Öffnungszeiten	Di, Mi, Fr 11-18 Uhr; Do 11-20.30 Uhr; Sa, So 11-17 Uhr
Museumstyp	Wissensmuseum mit Fokus Architektur
Rechtsträger	privat
Projektzeiträume	Wechselausstellung <i>Access for All. Sao Paulos soziale Infrastrukturen</i> 03-08/2022

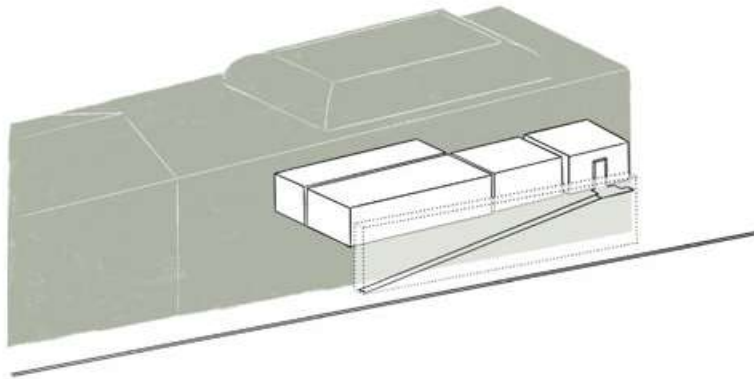
Quelle: Schweizerisches Architekturmuseum Website (Stand 18.03.2023)

Museumsraumanalyse

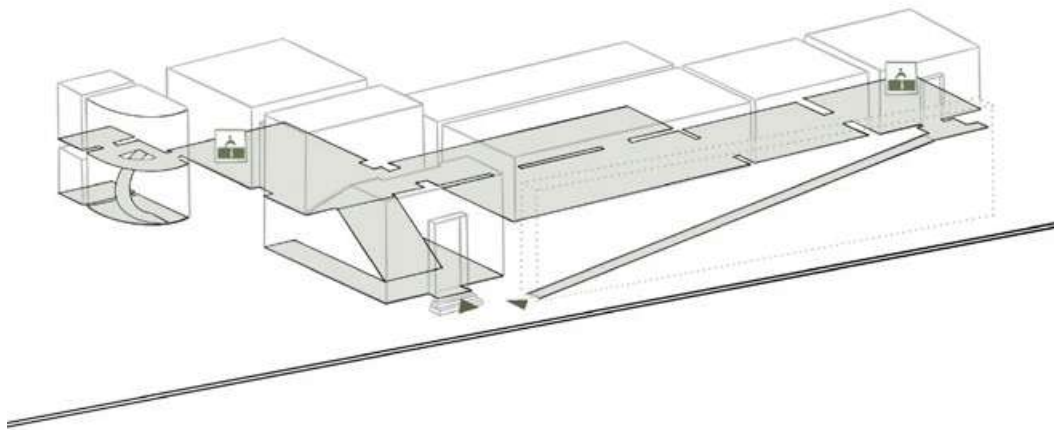




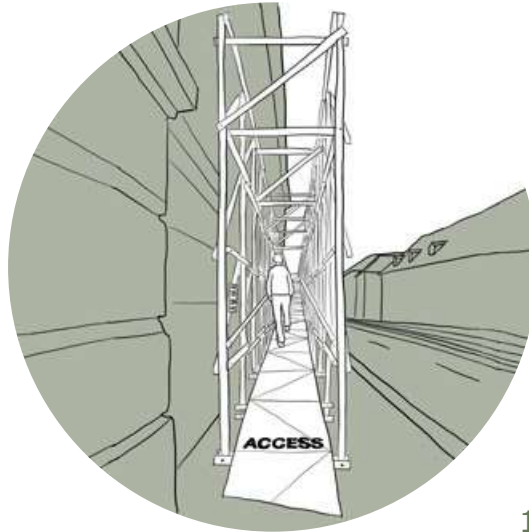
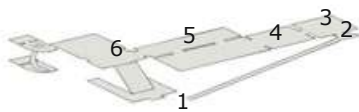
Nicht-Ausstellungsräume



Museumsstadtraum



- mit Museumseintrittskarte
- ohne Museumseintrittskarte
- beaufsichtigter Empfangsbereich
- Eingang



- Eingangsrampe
Für den Zeitraum der Ausstellung *Access for All* ist der Museumsraum mit seiner Raumsequenz und Eingangssituation verändert und erweitert. Die Rampe ist als temporäre Kunstinstallation genehmigt und während der Öffnungszeiten des Museums begehbar. Ansonsten wird ein Schranken hochgeklappt, der sie unzugänglich macht.
- 1



- Aussichtsplateau
Das Plateau am höchsten Punkt der Rampe eröffnet einen ansonsten nicht möglichen Blick in den Stradtraum. Ein bodentiefe Fenster bildet nun das Eingangsportal in den Museumsinnenraum. Die Rampe ist in Zusammenarbeit mit Architekturstudierenden und Lehrenden der lokalen Fachhochschule umgesetzt worden.
- 2



- Empfangsraum
Ein:e Museumsmitarbeiter:in beaufsichtigt die Ausstellungsräume sowie die Rampe. Sie ist auch zuständig für das Öffnen und Schließen der Schranke zur Rampe am Beginn und Ende der Museumsöffnungszeiten. Für Besucher:innen, ist sie Ansprechperson für Informationen über die Ausstellung und das Museum sowie um den kostenlosen Eintritt – was häufig gefragt wurde – zu kommunizieren.
- 3



4 Ausstellungsraum



Ausstellungsraum

Vorgeschriebene Eintrittskosten mussten Museumsbesucher:innen für die Ausstellung nicht bezahlen. Stattdessen gab es eine Kollekte für freiwillige Spenden.

5



Treppenraum

Die untere Türe ist normalerweise die Eingangstüre zum Museumsinnenraum des S AM.

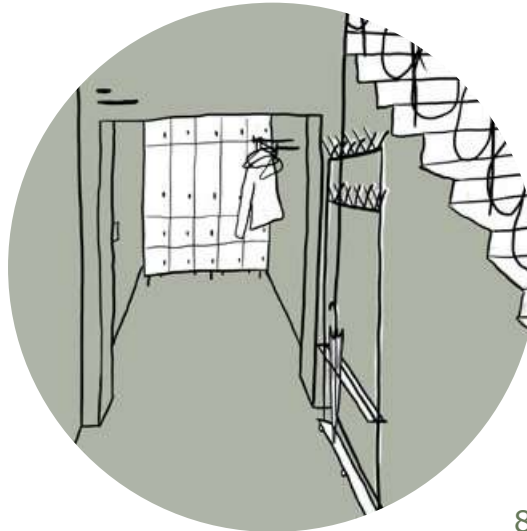
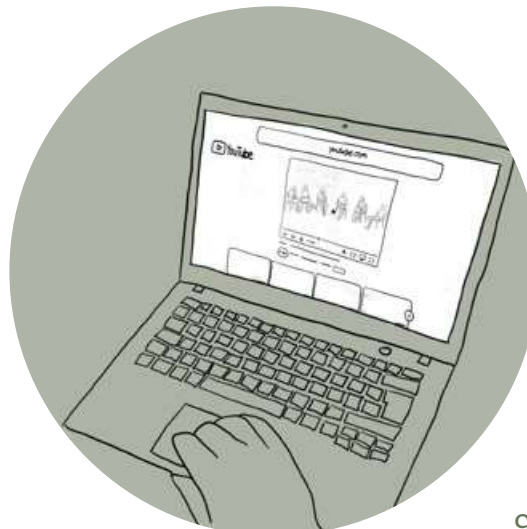
6



Shopbereich

Der:die Museumsmitarbeiter:in hinter dem Tresen übernimmt Verkaufstätigkeiten für Shopartikel und normalerweise auch für Eintrittskarten. Er:sie hat ebenso den Zugang zu den Ausstellungsräumen im Blick.

7

8 Seitenraum der Treppe

Digitaler Museumsraum
 Ausstellungsführungen, Podiumsdiskussionen und ähnliches, die das SAM veranstaltet, sind hier gestreamt und auch nachträglich abrufbar.

9

Museumsstadtraum des S AM

Der temporäre Museumsstadtraum des S AM befindet sich im direkt angrenzenden öffentlichen Straßenraum und auch im gebauten Museumsinnenraum, dessen Funktionsweise verändert ist. Denn für den Zugang zu den Ausstellungsräumen, in denen die *Access for All*-Ausstellung stattfindet, gibt es keine festgeschriebenen Eintrittskosten. Nach dem Pay as you wish-Prinzip kann jede:r Museumsbesucher:in entscheiden, ob und wieviel er:sie bezahlen möchte (Shinohara 2022).

Auch die Raumabfolge der Museumsinnenräume ist für die Dauer der Ausstellung umstrukturiert. So ist für die Laufzeit der Wechselausstellung eine Rampe in Zusammenarbeit mit der lokalen Fachhochschule gestaltet und gebaut worden (Shinohara 2022). Diese schafft eine zusätzliche Eingangssituation in den Museumsinnenraum. Die Wegführung durch diesen verändert sich dadurch auch: ein Rundgang führt die Museumsbesucher:innen die Rampe hinauf durch das bodentiefe Fenster, das nun das Eingangsportal ist, durch die Ausstellung und zuletzt durch die eigentliche Eingangstür wieder hinaus.

Die Rampe besetzt dabei den Fussgängerweg vor der Fassade des Museumsgebäudes, ist Anziehungspunkt für Passant:innen und vermittelt gleichzeitig auch das Ausstellungsthema. Menschen kommen die Rampe hinauf und nutzen sie als Fotomotiv. Sie schafft eine Attraktion, die abgesehen von der räumlichen Nähe, nicht offensichtlich mit dem Museum oder Museumsinhalten zu tun hat. So kommen auch Menschen die Rampe hinauf, die das Museum nicht gekannt haben. Denn sie weckt ihr Interesse, wodurch viele Personen intuitiv die Rampe betreten und nach oben kommen. Darunter sind auch Personen, die das S AM zuvor nicht gekannt haben, wie sich in Gesprächen mit den Museumsmitarbeiter:innen als Empfangspersonen herausstellt (Shinohara 2022).

Durch die Rampe treten Menschen mit dem Museum unbewusst in Kontakt. Sie verschafft dem Museum somit Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit. Der Raum der Rampe stellt für das Museum einen Zwischenraum dar, der zwischen innen und außen liegt und als ein Vorbereich für den Museumsinnenraum funktioniert. So ist dieser auch an die Öffnungszeiten des Museums angepasst: wenn das Museum geschlossen hat, ist auch die Rampe mit einer Schranke verschlos-

sen. Zur Öffnungszeit ist sie offen und von einer:m Museumsmitarbeiter:in unter Beobachtung, die die Aufgabe der Empfangsperson übernimmt. So tritt der Aspekt der Kontrolle über das Museumsgebäude hinaus und in diesen im öffentlichen Stadtraum liegenden Museumsstadtraum ein. Im eigens für diese zusätzliche Eingangssituation geschaffenen Empfangsraum, der an den Raum der Rampe anschließt, ist ständig ein:e Museumsmitarbeiter:in anwesend. Diese Aufgabe haben teilweise bestehende Museumsmitarbeiter:innen übernommen, sowie auch zusätzliche Personen dafür mitgearbeitet haben (Shinohara 2022).

Zu den Aufgaben der Empfangsperson zählen neben dem Öffnen und Schließen der Schranke zur Rampe, deren Beobachtung und auch das Empfangen von Museumsbesucher:innen. Das ist notwendig, da nicht nur die Wegführung durch den Museumsinnenraum umstrukturiert, sondern auch die organisatorische Entscheidung getroffen worden ist, auf die obligatorischen Eintrittskosten zu verzichten. So war die am häufigsten gestellte Frage an die Empfangsperson, die nach den Eintrittskosten zur Ausstellung. Statt den festgelegten Eintrittskosten, war im Ausstellungsraum eine Kollekte aufgestellt, bei der Museumsbesucher:innen eine freiwillige Spende hinterlassen können.

Den Museumsstadtraum des S AM, den es im Rahmen der Ausstellung *Access for All* gab, sieht das Museum selbst als positive Erfahrung, die allerdings schwer permanent umzusetzen wäre. Denn sie ist mit Mehraufwand an zeitlichen, finanziellen und personellen Ressourcen verbunden. Mit einer Steigerung der Besucher:innenzahlen hat das S AM durch den geschaffenen Museumsstadtraum zwar gerechnet. Diese ist auch eingetroffen, allerdings nicht in dem erwarteten Ausmaß (Shinohara 2022). Das Ausstellungsthema, das sich mit öffentlich nutzbaren Räumen in Sao Paolo beschäftigt, hat den Anstoß für die Erweiterung und Umstrukturierung als Museumsstadtraum gegeben. Eine zusätzliche Erweiterung findet der Museumsstadtraum des S AM im digitalen Raum durch gestreamte Veranstaltungen und Ausstellungsführungen.

Fallstudie:

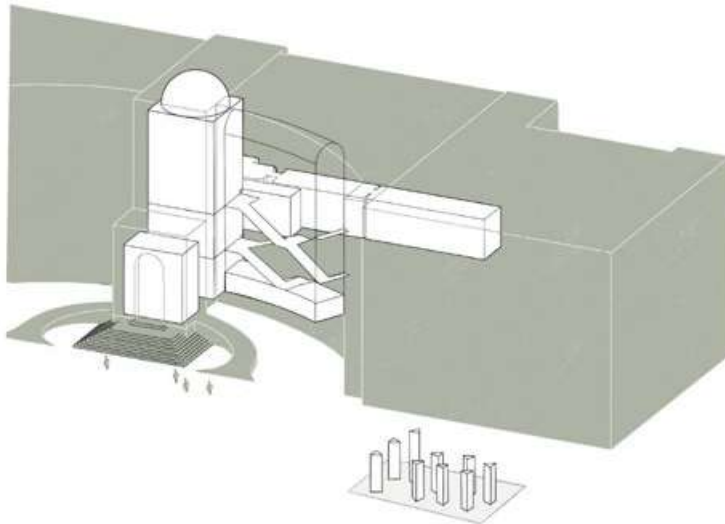
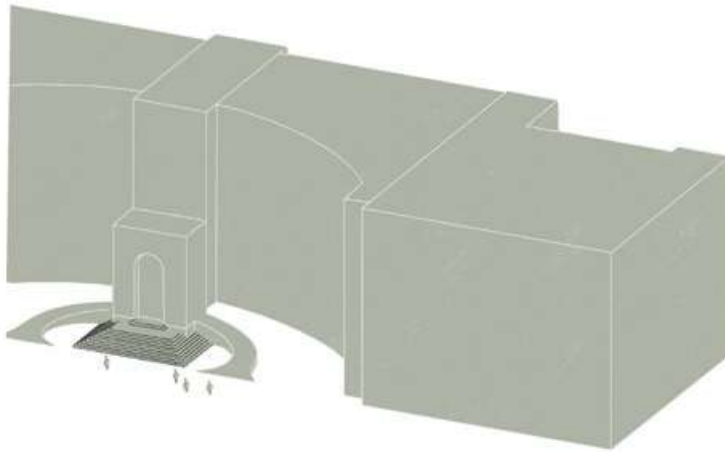
Haus der Geschichte Österreich (hdgö), Wien

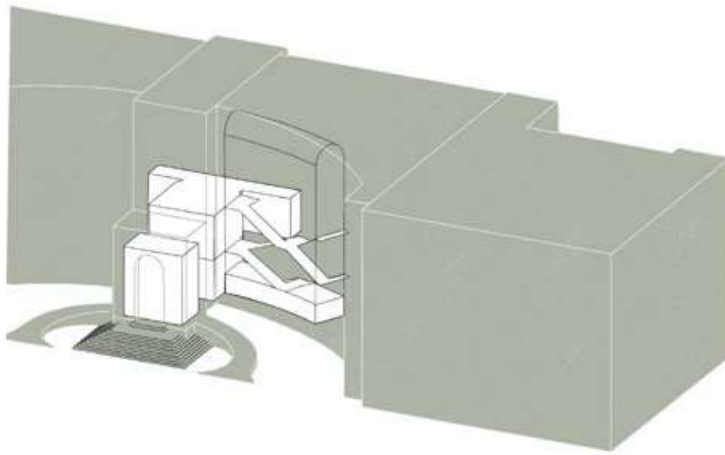
Museumsleitbild

Das hdgö positioniert sich als „Verhandlungsort“ und „Diskussionsforum“ (Haus der Geschichte Österreich o.a.). Diese aktive Haltung des Museums ist mit der Museums-idee des Museum als politischer Diskursort und Verhandlungsraum in Zusammen-hang zu sehen. Es ist in diesem Sinn ein Ort für „reflektierte Auseinandersetzungen“ (Sommer et al. 2020: 7), an dem ein Austausch auf Augenhöhe“ (Sommer et al. 2020: 7) stattfindet. Die Beziehung, die dadurch zu Museumsbesucher:innen entworfen wird, zeichnet sich auch dadurch aus, dass das hdgö ein „Ort der Information“ ist und als „Ansprechpartner“ (Sommer et al. 2020: 7) fungiert. Ein Museum zu sein versteht das hdgö als Prozess (Benedik 2021: 46) und somit als keine starre Struktur, sondern als sich ständig weiterentwickelnd. So wird etwa auch im Sinne eines Wis-senstransfers von Wissen der Museumsbesucher:innen gelernt und in die Institution zurückgespielt, woraus dann auch wieder neue Projekte entstehen (Meran 2021). Das hdgö sieht sich unabhängig von seinem physischen Standort, indem es sich als „Diskussionsforum für ganz Österreich“ (Haus der Geschichte Österreich o.a.) versteht. Dadurch setzt es auf eine breite Zugänglichkeit (Österreichische National-bibliothek et al. 2021: 19) und sieht sein Museumspublikum als eines, das nicht nur an seinem Museumsstandort präsent ist, sondern darüber hinausreicht.

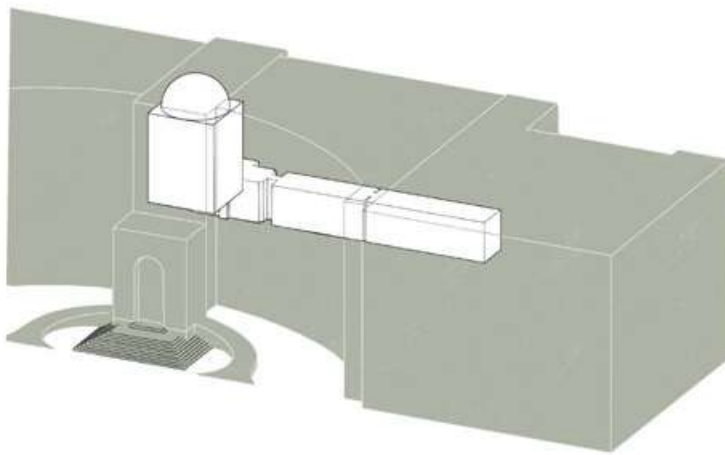
Eintrittskosten	9 € ermäßigt 7 € Jahreskarte 17 € freier Eintritt für Outdoor-Ausstellung
Öffnungszeiten	Di-So 10-18 Uhr, Do 10-21 Uhr Outdoor-Ausstellung: Mo-So 00-24 Uhr
Museumstyp	Wissensmuseum mit Fokus auf österreichische Zeitgeschichte
Rechtsträger	öffentlich
Projektzeitäume	Outdoor-Ausstellung <i>Das Wiener Modell der Radikalisierung. Österreich und die Shoah.</i> 10/2021-04/2022 Heldenplatz, Wien 04-08/2022 Pius-Parsch-Platz, Wien
	Quelle: Haus der Geschichte Österreich Website (Stand 18.03.2023)

Museumsraumanalyse

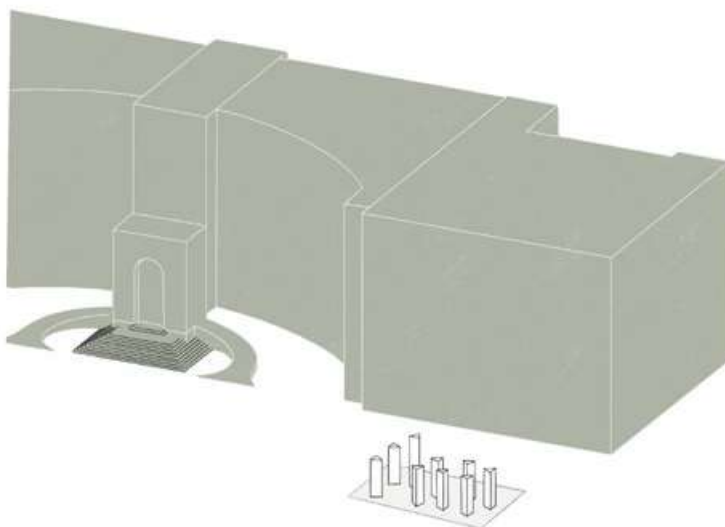




Nicht-Ausstellungsräume

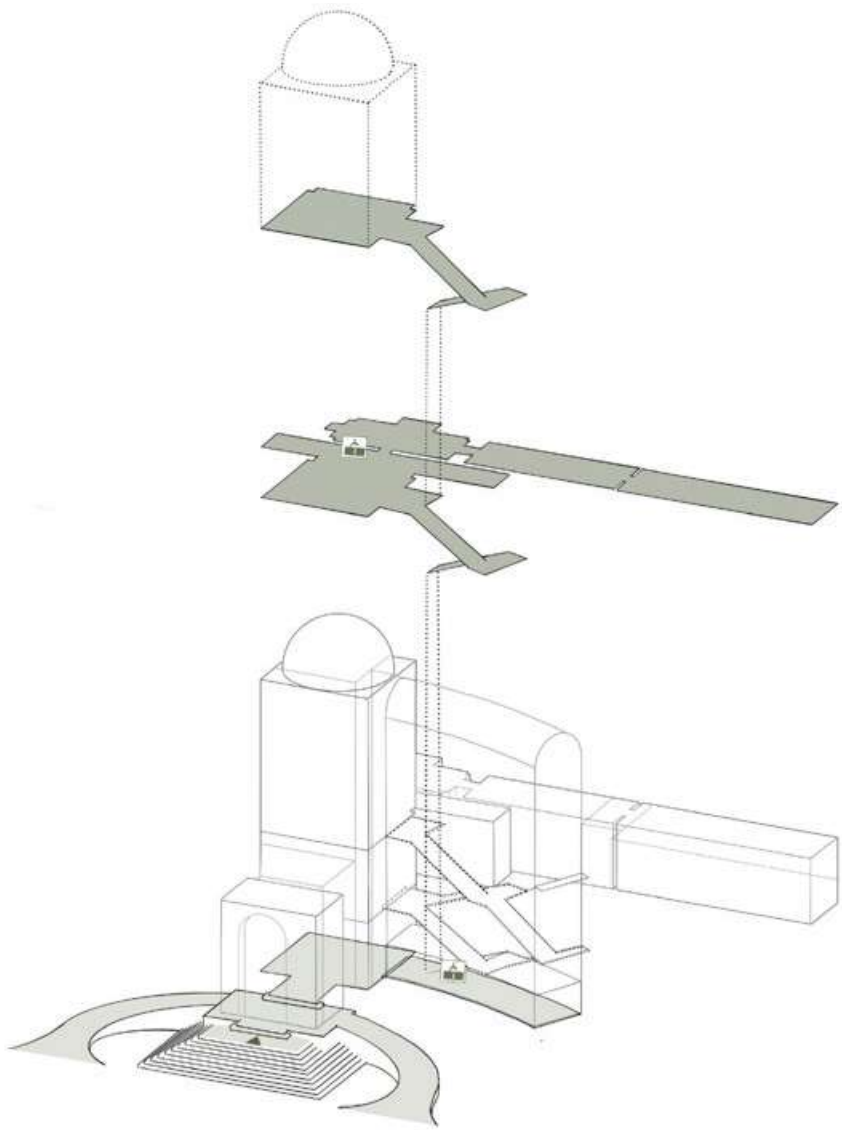






Ausstellungsräume

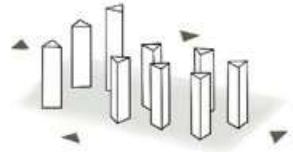


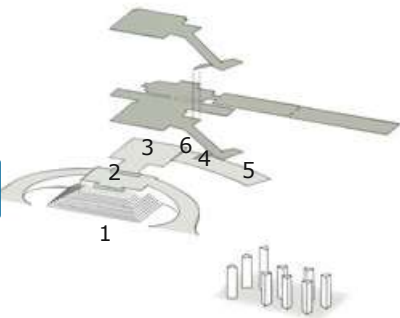
Museumsstadtraum

Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar
The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek.



-  mit Museumseintrittskarte
-  ohne Museumseintrittskarte
-  beaufsichtigter Empfangsbereich
-  Eingang





1 Eingangssituation vom Platz



2 Überdachter Außenraum



3 Verteilerraum
mit Eingängen zu den verschiedenen Institutionen, die sich im selben Gebäude befinden.



Unterer Foyerraum
 mit Ticketschalter und
 Shopbereich, die von einem
 Museumsmitarbeiter betreut
 sind.

4



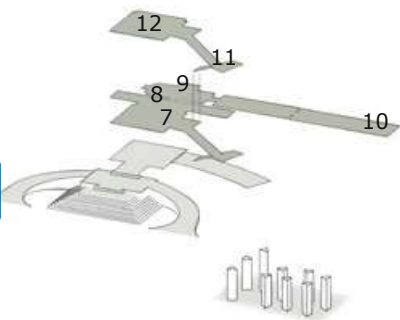
Garderobenraum

5



Treppenraum
 Ab hier ist der Zugang nur
 mit gültigem Museumsticket
 erlaubt.

6



Verbindungsraum

Der Weg zum oberen Foyerraum führt Besucher:innen kurzzeitig durch das Ephesos-Museum, vorbei an antiken Museumsobjekten.

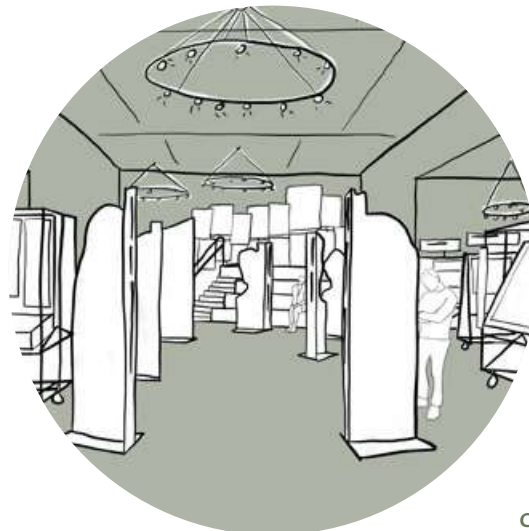
7



Oberer Foyerraum

mit einem:r weiteren Museumsmitarbeiter:in als Empfangsperson. Ein Durchgang mit geöffneter Tür neben dem Tresen führt in den Dauerausstellungsraum.

8

9 Dauerausstellungsraum



Dauerausstellungsraum
im hintersten Bereich mit
einer Post-it-Wand, an der
Besucher:innen eingeladen
sind Kommentare zu hinter-
lassen.

10



11 Treppenraum



Wechsausstellungsraum
Hier gezeigt die Ausstellung
Hitler entsorgen, bei der
Besucher:innen Antworten
auf gestellte Fragen geben
können, indem sie diese auf
Kärtchen notieren und an die
Wand hängen.

12



Outdoor-Ausstellungsraum
Heldenplatz

als zusätzlicher temporärer
Ausstellungsraum im öffent-
lichen Stadtraum, der rund
um die Uhr und ohne Ein-
trittskosten zugänglich war,
allerdings bei Dunkelheit

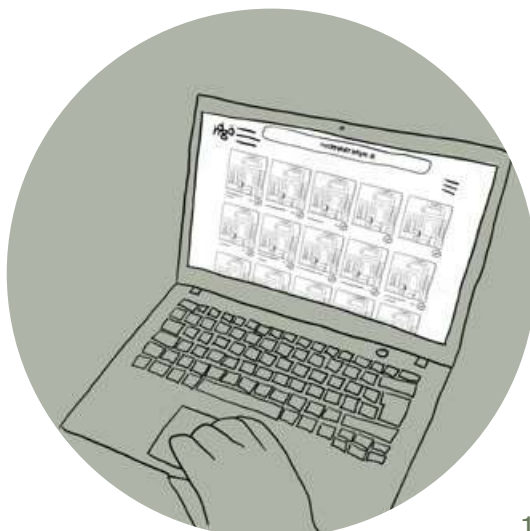
13 unbeleuchtet.



Outdoor-Ausstellungsraum
Pius-Parsch-Platz

Später ist die Outdoor-Aus-
stellung weitergewandert,
auf einen anderen und wei-
ter entfernten öffentlichen

14 Platz in Wien.



Digitaler Museumsraum

Neben Informationen zum Mu-
seum gibt es auf der Website des
hdgö z. B. einen virtuellen Aus-
stellungsraum. Hier gezeigt die
Online-Ausstellung *Der Balkon,
eine Baustelle - Visionen für einen
belasteten Ort*, wo Ideen von
Museumsbesucher:innen zum
Umgang mit dem Balkon, auf
dem Hitler 1938 seine Rede zum
Anschluss Österreichs gehalten
hat, hochgeladen werden können.

15 Likes hinterlassen werden.

Museums*stadtraum* des hdgö

Der Museums*stadtraum* des hdgö befindet sich nicht im Museumsgebäude, sondern abseits von diesem. Die Outdoor-Ausstellung des Museums findet zu einem bestimmten Zeitrahmen auf einem öffentlichen Platz in dessen näherer Umgebung und zu einem anderen Zeitrahmen auch an einem vollkommen anderen weiter entfernten öffentlichen Platz in einem anderen Stadtteil statt. Der Museums*stadtraum* ist somit losgelöst vom restlichen Museumsraum des hdgö und erweitert ihn im öffentlichen Stadtraum. Er bezieht sich auf den Alltagskontext der Stadtbewohner:innen, die durch den Kontakt zur Outdoor-Ausstellung zu Museumsbesucher:innen werden. So kombinieren sie einen Besuch der Outdoor-Ausstellung etwa mit anderen Tätigkeiten ihres Alltags: essend in ihrer Mittagspause, als kurzer Stopp während einer Laufrunde oder der Spazierroute mit ihrem Hund, als Treffpunkt für Verabredungen. Passant:innen sind spontan im Museums*stadtraum* anzutreffen, kommen nur für eine kurze Zeit oder auch wiederholt vorbei. Sich die Outdoor-Ausstellung anzusehen ist dabei ein gern genutztes Angebot, das von Einzelpersonen, Kleingruppen und beispielsweise auch von Schulklassen genutzt oder in touristische Rundgänge einbezogen wird. Für den Zugang zum Museums*stadtraum* des hdgö sind keine Eintrittskosten aufzubringen, es gibt keine Zugangskontrolle oder Beobachtung durch das Museum, sowie es zur Laufzeit der Outdoor-Ausstellung auch rund um die Uhr offen steht. Zu einem Vorfall von Vandalismus ist es dabei gekommen, bei dem ein herabsetzender Kommentar zum Ausstellungsthema auf einer der Stelen der Outdoor-Ausstellung niedergeschrieben worden ist. Dieser ist vom hdgö nicht weggelöscht, sondern durch einen weiteren Kommentar kontextualisiert worden. Ansonsten hat keine direkte Beaufsichtigung dieses Museums*stadtraumes* durch das hdgö stattgefunden. Alleine zur öffentlichen Ausstellungsführung, die einmal in der Woche stattgefunden hat, sind Museumsmitarbeiter:innen anwesend gewesen. Dass die Outdoor-Ausstellung mit dem hdgö in Zusammenhang steht, ist nicht direkt erkennbar. Erst bei einem genauen Blick auf das Impressum zur Ausstellung ist das Logo des hdgö ersichtlich.

Das hdgö setzt Aspekte des Museumsleitbildes – etwa die Standortunabhängigkeit und breite Erreichbarkeit – in Museums*stadträumen* um. Der Museumsraum ist als Museums*stadtraum* in öffentlichen Stadträumen erweitert und zeichnet sich durch seinen Alltagsbezug. Durch ihn gibt es die Möglichkeit zu spontanem Handeln von Passant:innen in der Outdoor-Ausstellung des hdgö.

● Zwischenfazit:

Museums*stadträ*ume und ihre Charakteristika

Museums*stadträ*ume sind besondere Museumsräume, die gestalterisch durch stadträumliche Verbindungen ersichtlich sind. Das können etwa Schaufenster, kleinmaßstäbliche Bauten und ähnliches sein, wodurch Museen in Kontakt mit öffentlichen Stadträumen treten. Aus sozialer Perspektive gesprochen, initiieren Museen durch diesen gestalterischen Ausdruck ein Annähern zu Öffentlichkeiten. Das soziale Handeln der Museumsbesucher:innen, das sich dadurch entwickelt, schafft Museums*stadträ*ume.

In ihrer Funktion und Organisation unterscheiden sich Museums*stadträ*ume von herkömmlichen Museumsräumen. Durch diese Veränderungen wandelt sich der räumliche Bezug des Museums. Museums*stadträ*ume sind zugänglicher und niederschwelliger. So sind sie ohne obligatorische Eintrittskosten nutzbar und stellen eine Verbindung zum Alltagskontext von Öffentlichkeiten her. Museums*stadträ*ume sind nicht unbedingt an das Museumsgebäude verhaftet, sondern können auch darüber hinaustreten und sogar unabhängig von diesem sein. Andererseits können Museums*stadträ*ume auch in Museumsgebäuden entstehen, für die dieses dann umstrukturiert ist. Museums*stadträ*ume verändern den Museumsraum dahingehend, dass sie zu seiner öffentlichen Nutzbarkeit beitragen. Indem etwas Nutzbares und Möglichkeiten angeboten sind – sei es etwa Aufenthaltsraum, Infrastruktur, kostenlose Unterhaltung oder Zugang zu Informationen und Wissen. Nutzbar sind sie als Räume dabei etwa für bestehende Gemeinschaften – etwa Fahrradinitiativen –, die möglicherweise keinen anderen Ort haben, an dem sie sich treffen können und deshalb Museums*stadträ*ume nutzen. Museums*stadträ*ume können für sie insofern eine Raumressource mit ausgestatteter Infrastruktur sein. Wie und wo Museums*stadträ*ume entstehen und funktionieren, ist jedenfalls vom jeweiligen Museum selbst organisiert.

Durch das verstärkte in Zusammenhang treten des Museumsraumes mit Öffentlichkeiten in Museumsstadträumen, kommen auch Personen mit dem Museum in Kontakt, die zuvor Nicht-Besucher:innen waren. Genauso werden auch Personen zu Museumsbesucher:innen, deren Absicht kein Museumsbesuch war, etwa indem sie in der Nähe waren und an Museumsstadträumen zufällig vorbeigekommen sind. Umgekehrt sind im Museumsstadtraum auch Menschen anzutreffen, die gezielt hierher gekommen sind und den Raum nutzen. Das können beispielsweise Schulkinder sein, die hier Hausaufgaben machen, oder auch Rentner:innen, die hier ihre Zeit verbringen. Auch können in Museumsstadträumen neue soziale Beziehungen zwischen Museumsbesucher:innen entstehen, die etwa durch regelmäßiges Teilnehmen an angebotenen Veranstaltungen angestoßen werden können. Museumscommunitys können so in Museumsstadträumen zusammenfinden. Genauso gibt es auch Menschen, die als sogenannte *Regulars* Museumsstadträume regelmäßig nutzen – beispielsweise ältere Menschen, Familien oder auch Schulkinder.

Museumsstadträume positionieren Museen als Sozialräume. Gleichzeitig verschaffen sie Museen auch Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit, etwa im öffentlichen Stadtraum über das Museumsgebäude hinausgehend, wie auch im digitalen Raum. Dass Museumsstadträume geschaffen werden, geht von einem progressiven Museumsverständnis der Institution aus, in der sie entstehen. Ihre Umsetzung ist durch das Museum selbst initiiert und stets mit einem Mehraufwand der Museumsarbeit verbunden. So werden etwa mehr finanzielle und personelle Ressourcen benötigt. Die Projekte, in deren Rahmen Museumsstadträume entstehen, sind für Museen sehr explorativ und mit einem großen Lerneffekt verbunden. Museumsstadträume sind je nach angewandter Raumstrategie umstrukturierte und/oder erweiterte Museumsräume, die auf die Schwellenräume des Museums einwirken.

○ Räumliche Strategien: Umstrukturierter und erweiterter Museumsraum

In Museumsstadtträumen finden bestimmte Aspekte der Museumsleitbilder ihren räumlichen Ausdruck. Dieser bewegt sich innerhalb der Logik des gebauten Museumsraumes (siehe S. 52), strukturiert diese um und erweitert sie ebenso. Dazu werden unterschiedliche räumliche Strategien angewendet, bei denen drei grundlegende Tendenzen auszumachen sind: eine *introvertierte Raumstrategie*, eine *extrovertierte Raumstrategie* und eine *ambivertierte Raumstrategie*.

Die *introvertierte Raumstrategie* der Museumsstadtträume verändert den Museumsraum innerhalb seiner baulichen Hülle – wie beispielsweise der Open Space des K20 der Fallstudie. Introvertierte Museumsstadtträume sind im Museumsgebäude verortet. Der dortige Museumsraum ist umstrukturiert und umorganisiert, indem die Zugangsbeschränkungen verändert und erweiterte Nutzungsmöglichkeiten angeboten sind. Festgeschriebene Eintrittskosten für Museumsbesucher:innen fallen weg.

Wenn introvertierte Museumsstadtträume mit entsprechender Aufenthaltsqualität – etwa durch ausreichend Tageslicht und Beleuchtung und komfortable Möblierung – gestaltet sind, dann schaffen sie qualitätvolle öffentliche Innenräume, die in Städten meist unzureichend vorhanden sind. Introvertierte Museumsstadtträume können in einem sozialen Kontext den Alltag von Menschen bereichern. Auch können sie ein Ort für Menschen oder Gruppen sein, für die ansonsten kein Ort mit einer derartigen Aufenthaltsqualität und Infrastruktur vorhanden ist, um sich zu treffen – im Open Space hat sich beispielsweise regelmäßig eine Fahrradinitiative getroffen.

Die Möglichkeiten der Nutzung von introvertierten Museumsstadtträumen können sehr vielfältig sein, denn die bereitgestellte Infrastruktur und Ausstattung, Unterhaltungsmöglichkeiten und Programmangebote finden im geschützten und kontrollierten Museumsgebäude statt. Museumsmitarbeiter:innen sind in introvertierten Museumsstadtträumen ständig präsent, wodurch ein derart breites Nutzungsangebot ermöglicht ist. Gleichzeitig zu dieser Vielfalt sind introvertierte Museumsstadtträume an die organisato-

rischen Bedingungen des Museums gebunden und nicht unabhängig von diesen. So orientieren sie sich etwa an Öffnungszeiten des Museums.

Um soziales Handeln in introvertierten Museumsstadträumen zu initiieren, ist Kommunikation wichtig, die über das Museumsgebäude hinausreicht – beispielsweise in den digitalen Raum, als stadträumlich sichtbare Markierung oder als Schaufenster an der Fassade des Museumsgebäudes. Derartige Kommunikationsmittel tragen einen Eindruck des Geschehens des introvertierten Museumsstadtraums nach außen. So können Erwartungshaltungen, die an gewisse Museumsroutinen verhaftet sind – etwa obligatorische Eintrittsgelder oder dass das Museum kein Aufenthaltsraum ist –, gebrochen und veränderte Eindrücke bei Museumsbesucher:innen erzeugt werden. Auch die Museumsmitarbeiter:innen, die in introvertierten Museumsstadträumen ständig anzutreffen sind, übernehmen wichtige Kommunikationsaufgaben. So klären sie die Museumsbesucher:innen über die (veränderten) Funktionsweisen introvertierter Museumsstadträume auf. Durch die ständig anwesenden Museumsmitarbeiter:innen verändert sich auch die soziale Beziehung zwischen Museumsmitarbeiter:innen und Museumsbesucher:innen. Denn diese Beziehung kann durch den stattfindenden Kontakt gestärkt werden. Museumsmitarbeiter:innen treten in introvertierten Museumsstadträumen nicht als Aufsichtspersonen auf, sondern als Empfangspersonen. Auch wenn die Beaufsichtigung ein Bestandteil ihrer Aufgaben bleibt, nehmen Museumsbesucher:innen als ihre vorrangige Tätigkeit das Kommunizieren wahr und nicht die Kontrolle.

Die *extrovertierte Raumstrategie* der Museumsstadträume geht von einem Erweitern des Museumsraums an anderen Orten aus. Sie ist angewandt, wenn beispielsweise öffentliche Stadtplätze oder auch andere institutionalisierte Räume zu Museumsräumen werden. Extrovertierte Museumsstadträume können sich so beispielsweise – wie in der Fallstudie des hdgö – auf öffentlichen Stadtplätzen durch eine Outdoor-Ausstellung entwickeln. Die Architektur der Ausstellung – als urbane Intervention – erfüllt dann weitreichendere Funktionen und ist nicht ausschließlich ein Display für Ausstellungsinhalte. Durch ihre Verortung im öffentlichen Stadtraum wird sie in ihrer Funktion auch zu einer Stadtmöblierung. So kann die architektonische Gestaltung eines extrovertierten Museumsstadtraumes

einen Beitrag zur Aufenthaltsqualität des Ortes leisten, an dem sie sich befindet. Vorausgesetzt, sie ist entsprechend geplant und gestaltet, etwa mit integrierten Sitz- oder Verschattungselementen. So können Museumsstadträume, die extrovertierte Raumstrategien verfolgen, zur Raumbildung, Aufenthaltsqualität und Attraktivität ihrer Standorte beitragen. Hier ist allerdings auch zu berücksichtigen, dass diese den Museumsraum erweiterten Räume als vom Museum beansprucht und besetzt gelten können. Denn sie können andere Nutzungsmöglichkeiten, die ansonsten an diesen Orten stattfinden – oder stattfinden könnten – erschweren oder unmöglich machen.

Extrovertierte Museumsstadträume funktionieren eigenständig und sind nicht an den restlichen Museumsraum gebunden. Das macht sie unabhängig von der übrigen Museumsorganisation und -regulierung. Insofern sind extrovertierte Museumsstadträume nicht an Öffnungszeiten gebunden und auch nicht permanent unter Beobachtung. Dennoch sind es geschützte Räume, in denen bestimmten Handlungen – beispielsweise diskriminierendem Verhalten – kein Raum geben soll. Die Unabhängigkeit vom übrigen Museumsraum drückt sich in extrovertierten Museumsstadträumen durch das soziale Handeln der Museumsbesucher:innen aus. Museumsbesuche finden spontan, kombiniert mit anderen Tätigkeiten und in Alltagskontexten statt.

Museumsstadträume, die eine **ambivertierte Raumstrategie** verfolgen, kombinieren introvertierte und extrovertierte Raumstrategien miteinander – in der Fallstudie des S AM ist eine solche Raumstrategie umgesetzt. Ambivertierte Museumsstadträume befinden sich innerhalb des Museumsgebäudes und auch an anderen Orten, wie etwa öffentliche Stadtplätze. Sie sind – im Unterschied zu extrovertierten Museumsstadträumen – an die restlichen Museumsräume im Museumsinnenraum verhaftet und nicht von ihnen losgelöst.

Ein unmittelbarer Bezug zum Museum ist bei ambivertierten Museumsstadträumen somit erkennbar und prägnant. So kann beispielsweise der extrovertierte Bestandteil des ambivertierten Museumsstadtraumes eine urbane Intervention sein, die direkt mit seinem introvertierten Bestandteil durch eine fortgeführte Wegführung – wie es beim S AM der Fall ist – ineinandergreift. Museumsbesucher:innen werden so von der urbanen Intervention angezogen und

direkt weitergeführt in den Museumsinnenraum. Mit dem Museum kommen sie dadurch in unmittelbaren Kontakt.

Der extrovertierte Bestandteil des ambivertierten Museumsstadt-raumes kann durch seine Zusammengehörigkeit mit dem Museumsinnenraum und sein nicht unabhängiges Funktionieren davon, an gewisse Bedingungen geknüpft sein – etwa wenn die Zugänglichkeit seines extrovertierten Bestandteiles an die Öffnungszeiten des Museums gekoppelt sind. So kann dieser auch zu zeitweise verschlossenem und somit den Öffentlichkeiten entzogenem Raum werden. Ebenso ist auch der Aspekt der Kontrolle einer, der bei extrovertierten Bestandteilen der ambivertierten Museumsstadträume einfließen kann, wenn diese zum Beispiel durch das Museum beaufsichtigt werden.

○ Potenzialraum Zwischenraum

Die Raumstrategien der Museumsstadträume der Fallstudien zeigen, dass Potenzial für derartige Umstrukturierungen und Erweiterungen des Museumsraums in den Zwischenräumen liegt. Diese befinden sich einerseits zwischen Museumsinnenraum und Außenraum. Andererseits sind Zwischenräume auch im Museumsinnenraum zwischen Museumseingang und Ausstellungsraum auffindbar. Ausstellungsräume wesentlich umzustrukturieren ist durch die gewissen Bedingungen, an die das Zeigen von Museumsobjekten geknüpft ist – etwa sicherheitstechnische, klimatische und lichttechnische Anforderungen –, schwieriger umzusetzen. Stattdessen möchte ich hier den Blick auf Zwischenräume des Museums richten, denn Potenziale für Museumsstadträume gibt es vor allem dort. Auch der digitale Raum kann in diesem Zusammenhang als Zwischenraum interpretiert werden: ein digitaler Museumsraum kann einen Vorbereich zum physischen Museumsraum bildet und gleichzeitig auch mit diesem verknüpft sein. Eine weitere seiner Facetten ist sein Wirken als Schwellenraum, wodurch er auf die Zugänglichkeit und Offenheit des Museumsraumes einwirken kann.

○ Einwirken auf Schwellenräume

Museumsstadträume weisen in ihrer Gestaltung stadträumliche Verbindungen auf und sind als öffentlich nutzbare Räume positioniert. Ihre Schwellen und Schwellenräume sind anders als in üblichen Museumsräumen. Drei Herangehensweisen sind dabei augenscheinlich: **Anders funktionierende Schwellenräume**, **neue bewusst geschaffene Schwellenräume** und **weiterhin bestehende Schwellenräume**. Auf alle drei Ansätze werfen wir nun einen genaueren Blick.

Anders funktionierende Schwellenräume beziehen ihr Anderssein darauf, dass sie vor dem bestimmten Projektzeitraum, in denen die Museumsstadträume der Fallstudien geschaffen worden sind, auf eine andere Art und Weise funktioniert haben. Durch diesen Vergleich und auch durch den der Fallstudien untereinander, sind anders funktionierende Schwellen und daraus entstehende Schwellenräume zu erkennen. Einer der anders funktionierenden Schwellen sind Museumseintrittskosten. Eine erste Assoziation, die mit dem Museumsraum in Verbindung gebracht wird, ist der Kauf eines Museumstickets, um sich im Museumsraum fortzubewegen und sich die Ausstellungen ansehen zu dürfen. Museumsstadträume sind ohne den notwendigen Kauf einer Eintrittskarte zugänglich. Dieser freie Eintritt ist bei den Fallstudien teilweise durch ein „pay as you wish“-Prinzip umgesetzt, indem im Ausstellungsraum eine Kollekte aufgestellt ist. Sie wandelt den Kauf einer Eintrittskarte in ein Fragen nach einer Bezahlung auf freiwilliger Basis und in selbst gewählter Höhe um. Symbolisch verweist die Kollekte darauf, dass für den Zugang in diesen Raum eigentlich eine Eintrittskarte zu konsumieren ist.

Bei Museumsräumen handelt es sich meist um kontrollierte Räume. Beaufsichtigung besteht auch in Museumsstadträumen, wenn auch auf andere Weise. Eine besondere Stellung nehmen hierbei Museumsstadträume im öffentlichen Stadtraum ein, beispielsweise auf Stadtplätzen. Ihre Beaufsichtigung kann durch das Museum selbst vollkommen losgelassen sein, denn sie ist an andere städtische Akteur:innen – etwa Polizei und Zivilgesellschaft – abgegeben. Für bestimmte Äußerungen und Meinungen bilden Museumsstadträume dennoch einen geschützten Raum und stehen in diesem Zusammenhang vom Museum unter Beobachtung, wenn auch nicht

offensichtlich und unmittelbar. Die baulichen Zugänge zu Museumsinnenräumen und im besonderen auch zu den Ausstellungsräumen, sind auch bei Museumsstadträumen weiterhin unter Beobachtung, auch wenn diese subtiler abläuft. An neu geschaffenen Eingängen beispielsweise schließt im Museumsinnenraum ein Empfangsraum oder -bereich an, wo ein:e Museumsmitarbeiter:in anzutreffen ist, der:die die Beaufsichtigung übernimmt. Gleichzeitig sind Museumsmitarbeiter:innen in diesen Eingangsräumen auch mit anderen Aufgaben betraut, wie für Verkaufstätigkeiten oder als Auskunftsperson. Das macht die Beobachtungstätigkeit verdeckter und weniger auffällig. Auch Verhaltensregeln für Besucher:innen funktionieren in Museumsstadträumen als Schwellen anders. Regeln für Essen und Trinken, das Mitnehmen von Jacken, Taschen und Tieren entfallen in extrovertierten Museumsstadträumen vollkommen. Hier sind etwa essende und trinkende Menschen anzutreffen, sowie auch welche mit Hunden. Im Museumsinnenraum sind die Verhaltensregeln zwar gelockert, allerdings teilweise noch immer vorhanden.

Bewusst geschaffene Schwellenräume können Einladungsgesten an Besucher:innen vermitteln. Als subtile Hinweise für Besucher:innen – etwa als sichtbare aussagekräftige Benennungen, wie „Open Space“ oder „Access“ –, kommunizieren sie mit Besucher:innen und schaffen Erwartungshaltungen. Dass bei den hier ausgewählten Fallstudien bewusst mit englischen Begriffen kommuniziert wird, kann mit Vor- und auch Nachteilen verbunden sein: so können damit Menschen angesprochen werden, die diese Sprache beherrschen, und andere, die Englisch nicht verstehen, wiederum nicht erreicht werden.

Der digitale Museumsraum ist auch ein bewusst geschaffener Schwellenraum, der Informationen über das Museum kommuniziert und als sein Vorbereich zu sehen ist. Museumsbesucher:innen erkundigen sich online etwa über aktuelle Ausstellungen, Öffnungszeiten oder das Museumsprogramm. Letzteres kann auch ein eigener Anziehungspunkt als Schwellenraum der Museumsstadträume sein. Durch ein erweitertes Programm mittels Veranstaltungen, Workshops, Kurse und das Aufgreifen von bestimmten Themen, werden unterschiedliche Menschen angesprochen und ins Museum eingeladen. Das Einbeziehen von Netzwerken und Communitys generiert ebenso Aufmerksamkeit und einen Schwellenraum für das Museum.

Die architektonische Gestaltung der stadträumlichen Verbindungen zählt zu den bewusst geschaffenen Schwellenräumen, die als Einladungsgesten funktionieren, räumliche Übergänge schaffen und Sichtbarkeit für das Museum im öffentlichen Stadtraum erzeugen können. Als Beispiel ist hier die Rampenkonstruktion der Fallstudie des S AM zu nennen.

Weiterhin bestehende Schwellenräume sind prägnant gegenüber den anderen Schwellen und Schwellenräumen. Hier ist die Museumsroutine – oder im Fall von Nicht-Besucher:innen die Nicht-Museumsroutine – zu nennen. Museumsroutine meint Gewohnheiten, die durch Erfahrungen in Museumsräumen entstehen und so zu einer gewissen Routine bei Museumsbesuchen führen. Eine solche Gewohnheit ist beispielsweise das Verknüpfen von Museumsbesuchen mit Eintrittskosten. Als weiterhin bestehende Schwellenräume sind derartige Gewohnheiten an den Museumsraum angehaftet. Sie werden weiterhin mit ihm assoziiert und können als gedanklicher Exklusionsmechanismus bestimmter Besucher:innen wirken, auch wenn sich – wie im Fall von Eintrittskosten für Museumsstadträume – bestimmte Gewohnheiten verändert haben oder auch gar nicht mehr vorhanden sind. Hier sind etwa Museumsmitarbeiter:innen als Empfangspersonen gefragt, die diese Veränderungen kommunizieren. Sie können Unsicherheiten und Verwirrungen der Museumsbesucher:innen aufklären und Auskunft geben. Auch bewusste mediale Kommunikation der veränderten Gegebenheiten in Museumsstadträumen sind wichtig. Das Verhalten anderer Menschen im Museumsraum kann auch als Kommunikationsmittel wirken, indem sich Museumsbesucher:innen an dem Verhalten von Museumsmitarbeiter:innen und ebenso an anderen Museumsbesucher:innen orientieren.

Durch **anders funktionierende, bewusst geschaffene und weiterhin bestehende Schwellenräume**, richten sich Museumsstadträume an alten und neuen Bedürfnissen, Zuschreibungen und Funktionsweisen aus: Museumsstadträume orientieren sich an Neuem und sind gleichzeitig an Altem verhaftet. Sie setzen auf explorative Weise progressive Museumskonzepte in Museumsstadträumen um, was an den bekannten Funktionsweise des gebauten Museumsraumes verhaftet sein kann. Ein Beispiel dafür ist das Herstellen einer zu-

sätzlichen Eingangssituation im Museumsgebäude, an die wiederum ein Foyerbereich mit beaufsichtigendem:r Museumsmitarbeiter:in angeschlossen ist. Die einleitend besprochene Logik des gebauten Museumsraumes (siehe S. 52) kann also auch in *Museumsstadträumen* weiterhin aufrecht sein.

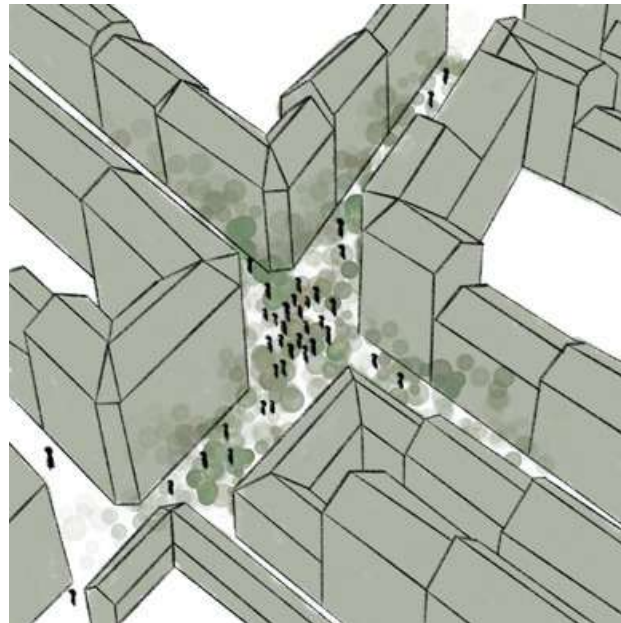
Die gestalterischen Motive der *Museumsstadträume* sind als Kommunikationsmittel bei allen Fallstudien prägnant, denn sie sind oft als Einladungsgesten interpretierbar. Derartigen architektonischen Motiven wenden wir uns im nächsten Abschnitt anhand eines Musterkatalogs konkret zu.

○ Architektonische Muster der *Museumsstadträume*

Museumsstadträume werden durch architektonische Gestaltungsmotive sichtbar. Diese werden nun als Muster vorgestellt, die sich am Konzept der Mustersprache von Christopher Alexander (Alexander 1995) orientieren. Muster sind dabei architektonische Entwurfs-elemente, die der gebauten Umwelt in ihrem Zusammenspiel als „Mustersprache“ Qualität verleihen und praktische Hilfestellungen sowie Inspiration für Entwürfe bieten. Die Muster der *Museumsstadträume* beziehen sich auf introvertierte, extrovertierte und ambivertierte Raumstrategien der *Museumsstadträume*. Besondere Bedeutung kommt dabei der Schnittstelle zwischen Innen und Außen zu, die nach einer besonders sensiblen Gestaltung verlangt. Folgende architektonische Muster habe ich bei der Untersuchung der drei ausgewählten Fallstudien identifiziert:

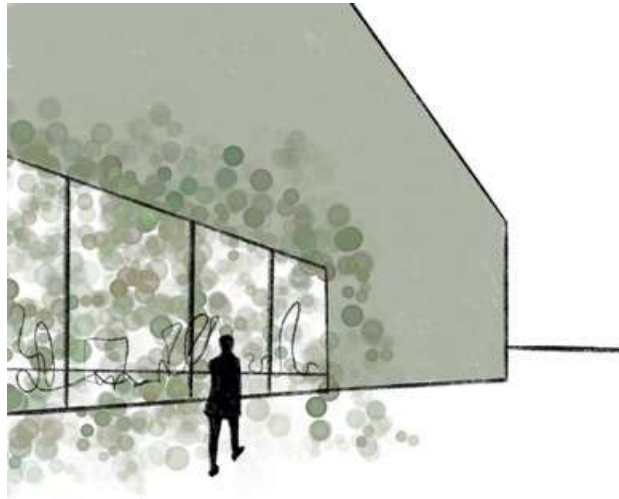
- + Urbane Intervention und Attraktion (S. 100)
- + Stadträumlicher Annäherungs- und Übergangsbereich (S. 101)
- + Nützliche Benefits für den Stadtraum (S. 102)
- + Einsehbarkeit, Überblickbarkeit und Blickbeziehungen (S. 103)
- + Mehrere Eingangsmöglichkeiten und intuitive Wegführung (S. 104)
- + Offene Türen und stadträumlich sichtbare Markierungen (S. 105)
- + Erweiterte Zwischenräume (S. 106)
- + Nutzungsoffenheit und Aufenthaltsangebot (S. 107)

Urbane Intervention und Attraktion



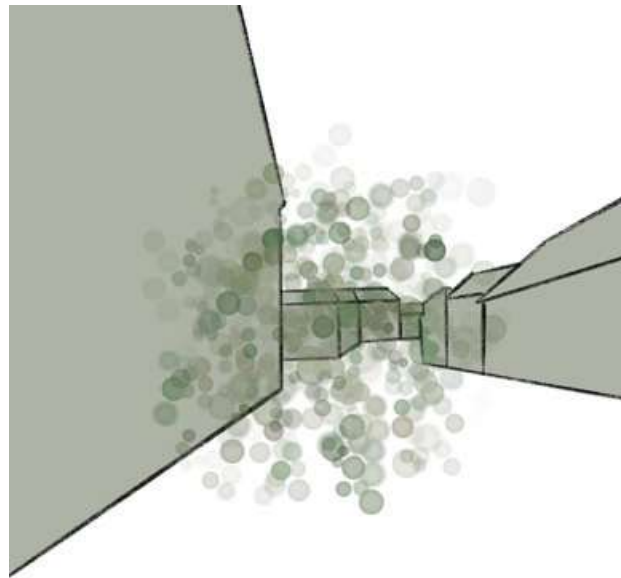
Eine vom Museum im öffentlichen Stadtraum – etwa auf einem Platz oder einem Gehweg – platzierte größere oder kleinere Intervention schafft einen Museumsstadtraum. Einen Mehrwert für Stadtbewohner:innen erzeugt er, wenn er wohlüberlegt zu nutzen ist oder auch zu einer Attraktion wird. Museumsstadträume als urbane Interventionen bringen meist temporär neues, zuvor nicht dagewesenes, in den öffentlichen Stadtraum und machen ihn so aufregender oder auch anders erlebbar. Beispielsweise sind das Aussichtspunkte auf die Stadt oder auch Outdoor-Ausstellungen. Auf die Aufenthaltsqualität kann dadurch eingewirkt werden, indem die gestalteten Interventionen zu Stadtmöbeln werden. So stellen sie zum Beispiel Sitzmöglichkeiten und Verschattungen bereit. Urbane Interventionen erweitern den Museumsraum nach draußen, über seine bauliche Hülle hinaus, und machen ihn dadurch auch sichtbarer.

Stadträumlicher Annäherungs- und Übergangsbereich



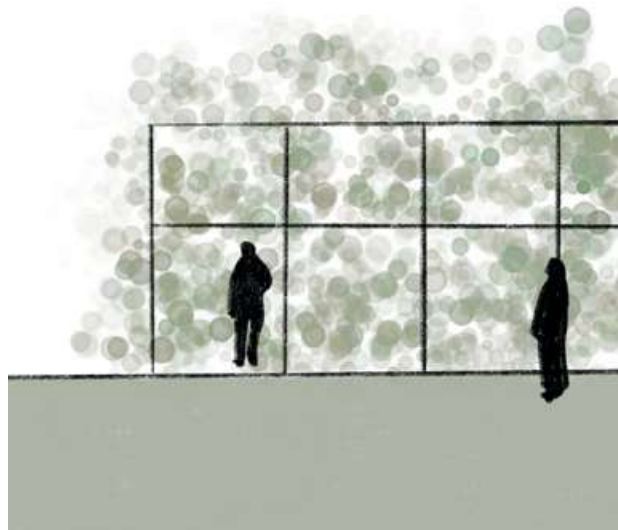
Der Museumsraum in seiner baulichen Hülle nähert sich durch einen Bereich des Überganges an den öffentlichen Stadtraum an. Übergangselemente, wie zum Beispiel Vorplätze oder Schaufenster, verknüpfen Museumsräume mit Stadträumen. Im Übergangsbereich treffen Besucher:innen und Nichtbesucher:innen des Museums aufeinander. Für Nicht-Besucher:innen ist er eine mögliche Kontaktstelle mit dem Museum, denn er erweitert als Museumsstadtraum ebenso dessen Wirkungsbereich.

Nützliche Benefits für den Stadtraum



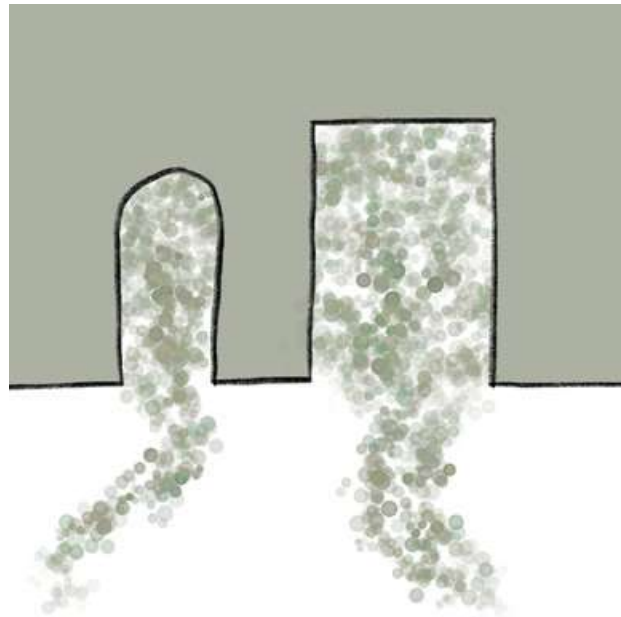
Museumsstadträume können das Alltagsleben unterstützen und bereichern. Das passiert beispielsweise durch praktische Wegverbindungen zweier Orte mittels Durchwegung, Bereitstellung von qualitätvollen Aufenthaltsräumen etwa auf Stadtplätze oder auch in Innenräumen des Museums. Auch durch das Schaffen von kostenlosen Angeboten zur Unterhaltung und Weiterbildung, sowie die Möglichkeit vorhandene Infrastruktur – wie Sanitärräume, offene Internetzugänge und ähnliches – zu nutzen, profitiert der öffentliche Stadtraum.

Einsehbarkeit, Überblickbarkeit und Blickbeziehungen



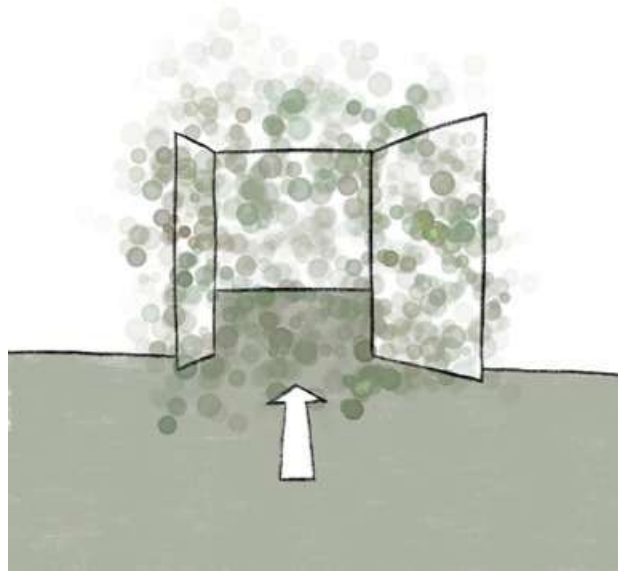
Unterschiedliche Räume mit Blicken in Bezug zueinander zu setzen, schafft Einsehbarkeit. Dadurch können Neugier und Erwartungen entstehen, was für den mit bestimmten Erwartungshaltungen behafteten Museumsraum im speziellen bedeutsam ist. Menschen sollen sich durch Einblicke nicht beobachtet fühlen und gleichzeitig auch einen Ausblick erhalten. Blicke stellen Verbindungen nicht nur von einem Raum in einen anderen her, sondern auch zwischen Sehenden untereinander. Einen Raum und auch Raumzusammenhänge überblickbar und auch einsehbar zu gestalten, verschafft Orientierung im Raum. Das Berücksichtigen von Blickbeziehungen bei der Gestaltung räumlicher Zusammenhänge ist genauso wichtig, wie auch die Auswahl geeigneter Materialien. Hier sind etwa linienhafte Materialien, wie Holzstäbe, oder auch transparente Materialien, wie Glas, anwendbar, anstatt flächiger untransparenter Materialien.

Mehrere Eingangsmöglichkeiten und intuitive Wegführung



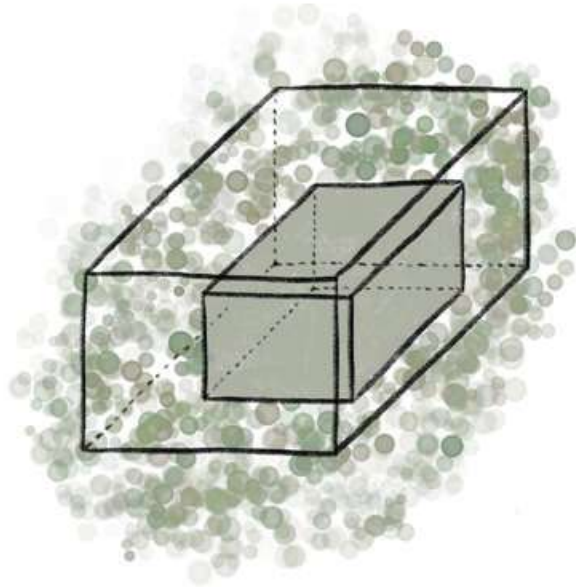
Eine offene Tür wirkt auf Vorbeikommende wie ein subtiler Hinweis. Etwas, das dafür gemacht ist geschlossen zu sein, steht plötzlich offen und signalisiert eine unausgesprochene Einladung. Auch andere stadträumlich sichtbare Markierungen, wie beispielsweise Beschriftungen oder Hinweispfeile rufen derartige Effekte hervor. Sie verleihen Museumsstadträumen Offenheit und Zugänglichkeit.

Offene Türen und stadträumlich sichtbare Markierungen



Eine offene Tür wirkt auf Vorbeikommende wie ein subtiler Hinweis. Etwas, das dafür gemacht ist geschlossen zu sein, steht plötzlich offen und signalisiert eine unausgesprochene Einladung. Auch andere stadträumlich sichtbare Markierungen, wie beispielsweise Beschriftungen oder Hinweispeile rufen derartige Effekte hervor und verleihen Museumsstadträumen Offenheit und Zugänglichkeit.

Erweiterte Zwischenräume



Zwischenräume liegen zwischen öffentlichem Stadtraum und Museumsinnenraum, sowie auch im Museumsinnenraum zwischen Eingang und Ausstellungsräumen. Mit ihrer bewussten Miteinbeziehung, Gestaltung und sogar Vergrößerung verleihen Zwischenräume dem Museum Mehrwert und sind die Potenzialräume des Museumsraumes. Sie sind mehr als nur Erschließungsbereiche für Ausstellungsräume. So können sie erweitert werden, um den Museumsräumen mehr Nutzungspotenziale und auch Aufenthaltsqualität zuzuschreiben.



Bibliothek
Your knowledge hub

Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar
The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek

**Antrieb durch interne Faktoren:
Museumsselbstverständnis als Sozialraum** __ 112

**Gemeinschaften im Museum:
Vorstufe zum Community-Kapitalismus?** __ 116

**Museum als öffentlich nutzbarer Raum:
Ausdruck einer symbolischen Raumeignung?** __ 118

**Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit durch Museumsstadträume:
Schwellenbrecher oder Marketinginstrument?** __ 120

**Antrieb durch externe Faktoren:
Wirtschaftliche Gegebenheiten der Museen** __ 122

4 Theoretische Anknüpfungspunkte der Museums*stad*träume: bekannte Motive neu verpackt?

Wir bewegen uns nun wieder zurück auf die theoretische Ebene und reflektieren aus dieser Perspektive die gewonnenen Erkenntnisse des empirischen Forschungsteils. Dazu stellen wir Verknüpfungen zu theoretischen Konzepten her und nähern uns weiteren Beweggründen, mit denen *Museumsstadträume* in Zusammenhang gesehen werden können.

● Antrieb durch interne Faktoren: Museumsselbstverständnis als Sozialraum

○ Alltag und Ent-Musealisierung

Die Basis für das Entstehen von *Museumsstadträumen* ist das Selbstverständnis der Museen. Als interner Faktor haben sie dieses selbst in der Hand: wie sie ihre Museumsarbeit ausrichten wollen und können, an welchen grundsätzlichen Haltungen sie sich orientieren, welches Verständnis sie zu und von ihrem Publikum haben. Daraus ergeben sich Haltungen, die ihre gesellschaftliche Relevanz betreffen. Der Aspekt den Museumsraum als Sozialraum zu positionieren steht bei *Museumsstadträumen* im Vordergrund. Diese Bestrebung bildet sich in den Museumsleitbildern der drei Fallstudien und ihrer räumlichen Umsetzung ab. Dabei sind Museen etwa als Treffpunkt, Aufenthaltsraum, Begegnungsort, aber auch als Diskursort, Plattform oder Bildungsort verstanden. Diese Museumsverständnisse beziehen sich auf Museumsideen, deren Anspruch es ist Museen für die Öffentlichkeit zu aktivieren (mehr dazu ab S. 40). In diesem Zusammenhang spricht die Gesellschafts- und Sozialwissenschaftlerin Julia Büchel über eine grundlegende und zukunftsweisende Tendenz, die sie bei ihrer Forschung zur gesellschaftlichen Einbindung in Museen und Ausstellungen festgestellt hat: die zwischenmenschliche Einbindung (Büchel 2022: 208). Diese bringt sie hauptsächlich mit der Involvierung des Museumspublikums in Ausstellungen in Verbindung, aber auch mit den Aspekten von räumlicher Zugänglichkeit und Digitalisierung. Das Motiv des Museums als Sozialraum ist eines, das bei *Museumsstadträumen* mit Alltag und Spontaneität zu tun hat: Museen sind bestrebt in den Alltag der Menschen als Stadtbewohner:innen zu treten, beispielsweise durch spontane Besuche, mehrmalige und regelmäßige Besuche, auch kürzere Besuche des *Museumsstadtraumes*, durch alltägliche Tätigkeiten, die dort stattfinden, etwa Hausaufgaben machen durch Schulkinder, schlafen, Zeitungen lesen oder im Internet surfen. Auch die Bereicherung des Alltags durch Unterhaltungsmöglichkeiten, Bildungsmöglichkeiten und sonstige zur Verfügung

gestellte Ressourcen beinhalten diesen Aspekt. Den Fokus auf den „Alltagsmenschen“ beschreibt auch der Soziologe Volker Kirchberg und benennt eine derartige Strategie für das Museumspublikum als eine „zielgruppenunscharfe Ausrichtung“, deren Gegensatz eine „zielgruppenbezogene Ausrichtung“ ist (Kirchberg 2010: 238). Ersteres stellt für ihn ein anti-hegemoniales Leitbild, zweiteres ein hegemoniales Leitbild dar: „Eine Ausrichtung von Museen gleichzeitig auf hegemoniale und auf antihegemoniale Leitbilder ist nicht möglich. Der Anspruch, öffentlicher Ort für alle Stadtbewohner zu sein, ist nicht vereinbar mit dem Anspruch, spezifische Erwartungen einzelner Gruppen zu befriedigen, seien diese sozial unterprivilegierte Gruppen oder die lokale Elite. Um angesichts einer zunehmenden Segregation der städtischen Gesellschaft noch ein öffentlicher Ort zu sein, muss das Museum sich zielgruppenunscharf ausrichten.“ (Kirchberg 2010: 238-239). Um eine antihegemoniale Alltagsausrichtung einzunehmen, ist Haltung und ein entsprechendes Positionieren der Museen gefragt. Museumsstadträume stehen für derartige Ausrichtungen und schaffen durch gestalterisch sichtbare Veränderungen des Museums Verbindungen zu Öffentlichkeiten, die über bestehende Museumspublika hinausreichen.

Die sozialräumlichen Bestrebungen und Verknüpfungen mit Alltagskultur sind auch mit der Absicht einer Ent-Musealisierung in Verbindung zu setzen. Vom Phänomen der Musealisierung spricht man nicht nur im Kontext des Konzepts Museum. Musealisierung ist der Prozess, der abläuft, wenn Dinge – beispielsweise Gegenstände mit Bedeutung – ihrem Kontext entnommen (ent-kontextualisiert), in einen neuen Kontext beispielsweise im Museumsraum gesetzt werden (neu-kontextualisiert) und außerdem mit der Handlung der Besichtigung in Zusammenhang stehen (Sturm 1991: 104). Das betrifft beispielsweise Objekte in Museen, genauso wie auch bestimmte bedeutsame Bauten oder auch ganze Stadtteile oder Städte – beispielsweise Venedig, Florenz oder Barcelona. Im Museumsraum können somit mehrere Ebenen der Musealisierung aufeinandertreffen, wenn beispielsweise bestimmte Exponate im Museum aufgesucht werden oder auch das ganze Museumsgebäude sich in einem bestimmten musealisierten Stadtteil befindet. In diesem Sinn kann auch das Schaffen von Sozialräumen mit Alltagsbezug im Museumsraum – als Museumsstadträume – als Prozess verstanden werden,

der den Museumsraum von mit der Musealisierung verbundenen Aspekten – beispielsweise von Besichtigungen – loslösen möchte. Mögliche Strategien der *Museumsstadträume* sind dabei seine erweiterte Alltagstauglichkeit und weiterführende Nutzungsmöglichkeiten.

O Soziale Ambitionen und Engagement

Museumsstadträume machen Museumsräume zu öffentlich nutzbaren Räumen. Diese sozialräumlichen Bestrebungen der *Museumsstadträume* sind durch architektonische Veränderungen des Museumsraumes gestaltet. Durch sie sind räumliche Erlebnisse – beispielsweise durch Aussichtspunkte –, zuvor nicht da gewesene Unterhaltungsmöglichkeiten, benutzbarer Aufenthaltsraum sowie Raum für soziale Kontaktmöglichkeiten hergestellt. Dieser urbane Mehrwert der *Museumsstadträume* ist mit einem Mehraufwand der Museumsarbeit verbunden. Denn es ist Engagement durch das Museum notwendig, derartige Projekte umsetzen zu wollen. Museen entscheiden sich dafür *Museumsstadträume* zu schaffen, was mit einem Mehr an finanziellen, personellen und zeitlichem Aufwand verbunden ist, um beispielsweise zusätzliche Fördergelder zu akquirieren, Entscheidungen zu treffen auf Eintrittsgelder zu verzichten, Museumsprogramme zu erarbeiten und zu organisieren, bauliche Veränderungen zu konzipieren und umzusetzen, zusätzliche personelle Ressourcen zu schaffen oder Zusammenarbeiten mit anderen Institutionen zu organisieren. Mit dem Mehraufwand steht somit auch Eigenmotivation in Zusammenhang, diesen betreiben zu wollen, genauso wie auch Mut damit in Verbindung steht, sich auf solche Projekte einzulassen. Oft sind seitens der Museen keine Erfahrungen mit derartigen Projekten vorhanden. Diese erarbeiten sie sich selbst, wodurch ihnen auch ein explorativer Charakter zugeschrieben ist. Eigeninitiative und Engagement der Museen treffen mit ihrer gestalterischen Umsetzung und dem Stattfinden der – meist temporären – Projekte auf Zustimmung durch die Museumsbesucher:innen. Das Angebot der *Museumsstadträume* wird durch Museumsbesucher:innen – die zu Nutzer:innen werden – gerne angenommen, was die überwiegend positive Resonanz der Besu-

cher:innen zeigt und auch den Bedarf nach derartigen Räumen in Städten bestätigt.

Der erbrachte Mehraufwand der Museumsarbeit, die Eigeninitiative für derartige explorative Projekte und schließlich die positive Resonanz der Besucher:innen begründen die sozialen Ambitionen von Museen, die sich in *Museumsstadträumen* als öffentlich nutzbare Räume ausdrücken.

○ Umsetzung innerhalb eines Rahmens musealer Gegebenheiten

Museumsstadträume entstehen innerhalb eines Rahmens von Gegebenheiten des Museums. Das meint, dass sie innerhalb der Struktur von bekannten museumsinstitutionellen Praxen und Prozessen umgesetzt sind.

So entstehen *Museumsstadträume* als öffentlich nutzbare Räume und sind weiterhin als geschützte Räume zu sehen. Denn sie sind etwa öffentlichen Stadtplätzen zwar ähnlicher als klassische Museumsräume, bilden aber dennoch einen gesicherten institutionellen Rahmen, in dem gewisse Haltungen und Handlungen kein Raum gegeben sein soll. Die ehemalige Museumsdirektorin und Kuratorin Nina Simon reflektiert diesen Charakter des geschützten Museumsraums in Zusammenhang mit Partizipation durch Museumsbesucher:innen so: “One of the most frequent concerns staff members voice about contributory platforms is the fear that visitors will create content that reflects poorly on the institution, either because it is hateful or inaccurate. Fundamentally, this concern is about loss of control. When staff members don’t know what to expect from visitors, it’s easy to imagine the worst.” (Simon 2010). Diese unerhörte Stimmen – etwa in Form von diskriminierendem Verhalten oder abwertenden Kommentaren – haben in *Museumsstadträumen* ihren Weg in das Museum gefunden. Sie machen es für Museen notwendig, auf derartige Haltungen und Handlungen zu reagieren, indem sie kontextualisiert werden oder auch weitere Handlungen – wie etwa Hausverbote – hervorrufen können. Dass diese unerhörten Stimmen auftreten, weist einerseits darauf hin, dass Museen durch die Positionierung als öffentlich nutzbare Räume im Sinne der verän-

dernten Schwellenräume an Zugänglichkeit und Offenheit gewonnen haben. Genauso zeigen die Reaktionen und mögliche Handlungsweisen der Museen den vorhandenen geschützten institutionellen Rahmen.

Auch die museumsräumlichen Veränderungen der *Museumsstadt*-räume mit ihren stadträumlichen Verbindungen bewegen sich innerhalb der bereits besprochenen Logik des Museumsraumes (mehr dazu S. 52). An dieser räumlichen Logik wird festgehalten, etwa indem die Zugänge zum Museumsinnenraum durch einen Foyerraum bzw. einen Foyerbereich mit anwesender:m Museumsmitarbeiter:in zwar unauffälliger, aber dennoch kontrolliert werden.

*Museumsstadt*träume entstehen durch einen museumsinternen Antrieb, der sich durch soziale Ambitionen und Engagement auszeichnet. Die musealen Gegebenheiten sind dafür vordergründig und geben den Rahmen vor, in dem *Museumsstadt*träume ihre gestalterische Umsetzung finden.

Nun betrachten wir einzelne Aspekte der *Museumsstadt*träume und spannen diesen internen Antrieb in ein Spannungsfeld weiterführender externer Faktoren ein, die damit in Verbindung stehen können.

● **Gemeinschaften im Museum: Vorstufe zum Community-Kapitalismus?**

Wir haben bereits festgestellt, dass mit *Museumsstadt*träumen Communities in Zusammenhang stehen. Das sind einerseits bestehende Communities, die in die Museumsarbeit einbezogen werden, etwa in den Entstehungsprozess der Projekte oder auch im Rahmen bestimmter Veranstaltungen. Eingebunden können sie dabei beispielsweise auch zur Kommunikation von Projekten und Veranstaltungen sein, indem sie als Multiplikatoren funktionieren. Selbst sind sie natürlich auch als Zielgruppe für potenzielle Museumsbesuche zu betrachten. Nicht zuletzt wird bestehenden Communities in *Museumsstadt*träumen auch nutzbarer Raum geboten, beispielsweise um sich zu treffen. In *Museumsstadt*träumen können auch neue Gemein-

schaften entstehen, beispielsweise durch regelmäßig stattfindende Aktivitäten. Das Museum wird dabei zum Verbindungspunkt dieser Museumscommunity.

Das Einbeziehen und Entstehen von Gemeinschaften im Museum geht aus der Bestrebung hervor, das Museum als Sozialraum einzurichten. Es handelt sich dabei um sogenannte posttraditionelle Gemeinschaften, die neben den traditionellen Gemeinschaften – wie beispielsweise Familien – gebildet werden. Mit dem Konzept des *Community-Kapitalismus* (Van Dyk/Haubner 2021) beziehen sich die Soziologinnen Silke van Dyk und Tine Haubner auf solche posttraditionelle Gemeinschaften. Diese zeichnen sich durch ein „freiwillig gewähltes Commitment“ aus, wodurch sie politisch steuerbar und somit als Facette des Gegenwartskapitalismus einzuordnen sind (Van Dyk/Haubner 2021: 36). Der Gegenwartskapitalismus ist als einer beschrieben, der sich auf Soziales bezieht und wirtschaftlich verwertbar macht, wobei laut den beiden Soziologinnen „eine pauschale Charakterisierung des Gegenwartskapitalismus als grenzenlose Ökonomisierung des Sozialen zu kurz [greift]“ (Van Dyk/Haubner 2021: 107). Dass hierzu nun auch Communitys politökonomisch zu betrachten sind, ist naheliegend. Das Konzept des Community-Kapitalismus ist als „neue politische und moralische Ökonomie“ (Van Dyk/Haubner 2021: 107) beschrieben, an die eben auch die sozialräumlichen Bestrebungen der Museen und die Communitys der Museumsstadträume angeknüpft sein können. Hier ist nun die Frage zu stellen, ab wann diese im Sinne eines Community-Kapitalismus zu betrachten sind. Denn an sozialem Engagement sollte eigentlich nichts auszusetzen sein, wie hier treffend ausgeführt ist: „[Es] stellt sich die Frage, was an der Mobilisierung von Freiwilligkeit und Gemeinschaftlichkeit in nicht profitorientierten Sorgerkontexten eigentlich auszusetzen ist. Da diese Frage im Lichte der verbreiteten Sakralisierung freiwilliger Arbeit und gemeinschaftsbasierter Fürsorge bislang kaum gestellt wird, werden wir uns auf die Kehrseite und Probleme gemeinschaftsförmiger Fürsorge und Unterstützung konzentrieren, dabei stets aber auch deren emanzipatorische Potenziale im Blick behalten.“ (Van Dyk/Haubner 2021: 78). In ihrer Publikation zum Community-Kapitalismus erläutern sie diese Kehrseiten und Probleme anhand von Fallbeispielen aus dem Kontext der Post-Erwerbsarbeit – zum Beispiel als unbezahlte Freiwilligenarbeit und Pflegearbeit, oder auch als Arbeit von Prosumer:innen im

digitalen Raum (Personen als Produzent:innen und gleichzeitig auch Konsument:innen). Für diese sehen sie die Problematik kurz gefasst darin, sobald derartige gemeinschaftsbasierte und freiwillige Arbeitsformen ein Ausdruck struktureller Probleme sind, die in den lokalen Raum von posttraditionellen Gemeinschaften verschoben sind und sie sich dieser annehmen (Van Dyk/Haubner 2021: 78). Der Aspekt der Post-Erwerbsarbeit ist auch bei Museen generell auffindbar, beispielsweise durch freiwillige Volunteers für gewisse Tätigkeiten der Museumsarbeit. Im Kontext von *Museumsstadt*träumen sind derartige Hinwendungen, allerdings in (noch) keinem ausgeprägten Ausmaß erkennbar. Allerdings ist der Community-Kapitalismus nicht ausschließlich mit Post-Erwerbsarbeit verbunden, sondern erweist sich als komplexer, indem er etwa auch mit der „Organisation sozialer Begegnungsmöglichkeiten“ (Van Dyk/Haubner 2021: 77) in Verbindung stehen kann.

Bereits einleitend bei der Diskussion um die gesellschaftliche Relevanz der Museen, bezogen auf das ins Zentrum rücken des Museumspublikums (mehr dazu ab S. 32), haben wir festgestellt, dass derartige Bestrebungen in einem Spannungsfeld zu betrachten sind. So sind es auch Museumscommunities, die etwa mit *Museumsstadt*träumen in Zusammenhang stehen. An dieser Stelle möchte ich das Konzept des Community-Kapitalismus als theoretischen Anknüpfungspunkt einbringen. Dazu sind weitere Forschungen notwendig, um sozialräumliche Veränderungen des Museumsraumes, wie sie beispielsweise in *Museumsstadt*träumen stattfinden, einordnen zu können.

● Museum als öffentlich nutzbarer Raum: Ausdruck einer symbolischen Rauman eignung?

*Museumsstadt*träume besitzen einen öffentlicheren Charakter als gewöhnliche Museumsräume, denn sie sind öffentlich nutzbare Räume. Das meint, dass in diesen Museumsräumen weiterführende Nutzungsmöglichkeiten öffentlich bereitgestellt sind. Museums-

stadträume entstehen durch soziales Handeln der Museumsbesucher:innen, die sich diese aneignen und benutzen. Wie die Untersuchung der Fallstudien gezeigt hat, sind *Museumsstadträume* auch gerne angenommene Räume, von denen man sagen kann, dass sie niederschwelliger sind als Museumsräume in ihrer gewöhnlichen Funktionsweise. Trotzdem sind gewisse Schwellenräume vorhanden, die den Grad der Öffentlichkeit in diesen Räumen reduzieren. Bei *Museumsstadträumen* sind das etwa weiterhin bestehende Schwellen, die beispielsweise bei Menschen, die mit Museen nicht vertraut sind, als gedankliche Exklusionsmechanismen wirken können. Die veränderten Zugangsbeschränkungen und -bedingungen in *Museumsstadträumen* kommen bei Nicht-Besucher:innen des Museums nicht an, denn für sie sind Museen weiterhin an bestimmte Vorstellungen verhaftet – dazu gehört etwa, das Bezahlen von Eintrittsgeldern, um sich im Museumsraum aufhalten zu dürfen. So kann man bei der Positionierung als öffentlich nutzbare Räume der *Museumsstadträume* von einer möglicherweise symbolischen Rauman eignung (Kirchberg 1998: 81) sprechen. Diese ist mit einem Konzept der Soziologin Sharon Zukin verknüpft: die Ökonomie der Symbole (Zukin 1995). Nach diesem sind unterschiedliche soziale Gruppen in verschiedenen öffentlichen Räumen verortet. An diesen drücken sich ihre Interessen und Identität aus, durch Zugangsbeschränkungen und -bedingungen sind sie reguliert und für sie konsumfähig gestaltet (Zukin 1998: 33). Dass Museumsräume durch *Museumsstadträume* nun zu öffentlich nutzbaren Räumen werden, ist in Zusammenhang mit einer symbolischen Rauman eignung im Zeichen der Ökonomie der Symbole zu sehen: „Eine symbolische Besitznahme von Räumen ist Vorbedingung für ihre Ausnutzung durch die Ökonomie der Symbole. Diese Räume müssen für den Zweck des wirtschaftlichen Erfolges neu- oder umgestaltet werden. Dabei ist ihre Kommerzialisierung nur eine, wenn auch die deutlichste Anpassung.“ (Kirchberg 1998: 81).

Die symbolische Rauman eignung basiert somit auf der Annahme, dass öffentlich nutzbarer Raum nur für eine Teilöffentlichkeit – etwa als bestimmte soziale Gruppe – gestaltet ist. Für sie ist dieser scheinbar öffentlich nutzbare Raum als ihr Ort für Freizeit und Kultur aufbereitet (Kirchberg 1998: 96). Der Soziologe Volker Kirchberg spricht von einer symbolischen Rauman eignung, die auch mit Museen in Zusammenhang steht und sich so ausdrückt: „Das private Ausstel-

lungshaus wird öffentlich, das öffentliche Museum popularisiert“ (Kirchberg 1996, zitiert nach Kirchberg 1998: 96). Derartige Räume sind nach dem Konzept der Ökonomie der Symbole für bestimmte Zielgruppe konsumfähig gestaltet und nur scheinbar öffentlich. Mögliche ökonomische Verwertbarkeiten durch symbolische Raumaneignungen der Museumsstadträume könnten etwa mit dem Wert, den soziales Engagement als Bild der Öffentlichkeit transportiert oder auch mit den Aufmerksamkeitspotenzialen, die die Besucher:innen in Museumsstadträumen einbringen, vermutet werden. In diesem Zusammenhang gilt es jedenfalls die Nutzer:innen und Nicht-Nutzer:innen von Museumsstadträumen genauer in den Blick zu nehmen und zu fragen: wer ist anwesend? Wer ist abwesend? Für wen sind Museumsstadträume öffentlich nutzbare Räume? Erst dann können konkrete Aussagen bezüglich der tatsächlichen Raumaneignung durch Museumsbesucher:innen, ihrer symbolischen Wirkung und ökonomischen Verwertbarkeit getroffen werden.

● Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit durch Museumsstadträume: Schwellenbrecher oder Marketinginstrument?

Die markantesten Raumstrategien und architektonischen Mustern, durch die sich Museumsstadträume äußern, sind die, die unmittelbar dem Museum zuschreibbare Sichtbarkeit im öffentlichen Stadtraum hervorrufen – beispielsweise durch urbane Interventionen oder stadträumlich sichtbare Markierungen. Sie verschaffen den Museen Präsenz und Sichtbarkeit, wenn es eine dementsprechende Kennzeichnung oder auch eine direkte räumliche Verbindung gibt. Dadurch entsteht Aufmerksamkeit für das Museum, indem es beispielsweise auch von Menschen wahrgenommen wird, die es zuvor nicht gekannt haben. Urbane Interventionen und stadträumlich sichtbare Markierungen können so auch als Einladungsgesten inter-

pretiert werden und etwa Passant:innen zu potenziellen Museumsbesucher:innen machen.

Museumsstadträume sind demnach auch mit der Aufmerksamkeitsökonomie verknüpfbar. In deren Zusammenhang hat sich die Urbanistin Sabine Knierbein mit solch werbenden Sichtbarkeitsmachern in zentralen öffentlichen Räumen auseinandergesetzt, die sie in diesem Kontext als *Stadtraummedien* (Knierbein 2010: 85) bezeichnet. Deren Besonderheit liegt darin, unbewusste Werbebotschaften auszusenden, beispielsweise indem Stadtraummedien als Stadtmöblierung nutzbar ist: „Erst wenn dem Nutzer von Stadtraum bewusst wird, dass er Werbebotschaften konsumiert, kann er selektiv handeln. Oftmals aber werden Werbebotschaften unbewusst wahrgenommen, da die Botschaft in die Morphologie der Stadt integriert ist. Ein solch unbewusstes Wahrnehmen wird in der Werbeforschung sogar als wirksamer eingestuft als bewusst gemachte Werbebotschaften“ (Knierbein 2010: 106).

Von besonderem Interesse für das Aussenden von Werbebotschaften sind laut Sabine Knierbein dabei Stadträume mit gesellschaftlicher Zentralität – kurz bezeichnet als: *zentrale öffentliche Räume*. Neben den traditionellen öffentlichen Räumen, wie gut besuchten Plätzen und Boulevards gehören demnach auch neue derartige Stadträume dazu, deren Merkmal soziale Handlungen sind, wie: Shopping-Center, Bahnhöfe, Supermärkte, Orte für Volksfeste, Schulen oder Krankenhäuser (Knierbein 2010: 294-295). Auch Museumsstadträume mit ihren sozialräumlichen Bestrebungen und ihre Positionierung als öffentlich nutzbare Räume können dabei eingereiht werden. Sie können Potenzial bieten als zentraler öffentlicher Raum von der Werbewirtschaft genutzt zu werden, die in Museen etwa durch Sponsorings längst Einzug gehalten hat. Für die Werbewirtschaft sind sie dafür interessant – und werden in Zukunft wahrscheinlich noch interessanter werden –, denn sie sind auch durch einen Erlebnis- und Unterhaltungswert gekennzeichnet, der ein bedeutsamer Aspekt für die Werbewirtschaft ist (Knierbein 2010: 353). Die „Währung“, mit der im Sinne der Aufmerksamkeitsökonomie dabei gehandelt wird, sind die Aufmerksamkeitspotenziale der – im Falle von Museumsstadträumen – Museumsbesucher:innen. Diese sollen den Raum möglichst zahlreich nutzen, denn erst dadurch kann Umsatz im Sinne der Aufmerksamkeitsökonomie erwirtschaftet werden (Knierbein 2010: 350). Die Tendenz, mehr Menschen

für Museen interessieren zu wollen, kann genauso wie museumsräumliche Veränderungen – wie sie etwa mit *Museumsstadträume* stattfinden – als Ausdruck gesehen werden, Museen attraktiver und eben auch von mehr Menschen genutzt zu machen. Museen können hier selbst als Bestandteil der Aufmerksamkeitsökonomie wirksam werden, indem sie für sich selbst werben. Die Kontakte zu Museumsbesucher:innen sind dabei das ökonomisch nutzbare Potenzial. Ein weiterer theoretischer Anknüpfungspunkt der *Museumsstadt*-räume als zentraler öffentlicher Raum steht somit im Zeichen der Aufmerksamkeitsökonomie. Auf diese verweise ich hier, denn auch dieser Anknüpfungspunkt ist von weiterer Forschung genauer in den Blick zu nehmen.

● Antrieb durch externe Faktoren: Wirtschaftliche Gegebenheiten der Museen

Museen arbeiten seit geraumer Zeit mit und unter bestimmten wirtschaftlichen Gegebenheiten. Diese führen dazu, dass sich die Institution Museum am Markt orientiert und auf der Suche nach kommerziellen Geldquellen abseits einer staatlichen Finanzierung ist (Kirchberg 2005: 37). Dass die zahlungsbereiten Museumsbesucher:innen dabei in den Fokus rücken, scheint dafür ein logischer Schritt, der auch für die Erschließung anderer Geldquellen notwendig ist: Auch die finanzielle Unterstützung von Stiftungen oder Unternehmen erfordern diesen (Kirchberg 2005: 29). Das Zuwenden zu bestimmten neuen Öffentlichkeiten als potenzielle Museumsbesucher:innen ist somit auch aus dieser wirtschaftlichen Perspektive zu betrachten. Denn: „Museen wollen vor allem ihr Stammpublikum näher kennen lernen und über Mehrfachbesuche enger an die Einrichtung binden. Sie wollen aber auch in der Bevölkerung des Einzugsgebietes nach potentiellen neuen Besucherschichten suchen und sie für die Einrichtung neu interessieren.“ (Kirchberg 2005: 29). Ein weiterer Grund für die Ausrichtung der Museen zu neuen Öffentlichkeiten und bestimmten sozialen Gruppen ist auch darin zu

sehen, dass Museen sich für finanzielle Zuschüsse aus öffentlicher Hand rechtfertigen müssen, denn diese Geldquellen sind limitiert und begehrt (Kirchberg 2005: 33). Die Öffnung der Museen und das Streben nach ihrer Einbindung von Öffentlichkeiten, bezieht sich somit auch auf die Erweiterung des Museumspublikums als potentielle neue Einnahmequelle, sowie auch als Legitimationsgrund für Gelder aus öffentlicher Hand (Kirchberg 2005: 30).

Museums*stadträume* sind somit auch von diesen marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten zu betrachten. Mit den zuvor vorgestellten theoretischen Anknüpfungspunkten zu verschiedenen Ökonomien – Community-Kapitalismus, symbolische Ökonomie, Aufmerksamkeitsökonomie – ist eine kritische Perspektive auf Museums*stadträume* aufgeworfen, die definitiv weiterer Erforschung bedarf. Die externen Faktoren der wirtschaftlichen Gegebenheiten der Museen verortet die sozialräumlichen Qualitäten der Museums*stadträume* in einem Spannungsfeld. Vor diesem Hintergrund sind Museums*stadträume*, die durch museumsinterne Faktoren angetrieben und initiiert sind, zu betrachten, zu hinterfragen und zu diskutieren. Als interne Faktoren sind das Museumsselbstverständnis als Sozialraum mit seinen sozialen Ambitionen und Engagement als Qualität hervorzuheben. Denn durch diese können museumsräumliche Veränderungen vorgenommen werden und im weiteren Museums*stadträume* entstehen.



Bibliothek
Your knowledge hub

Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar
The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek

**Museumstransformationen in Zeiten von globalen Wandlungen
und Krisen __ 128**

Museumsstadträume als Phänomen der Transformation __ 130

Museumsstadträume und ihre Qualitäten __ 133

5 Schlussbetrachtung

Mit den gesammelten Materialien und Erkenntnissen aus den theoretischen Auseinandersetzungen und der empirischen Forschung wird nun die Forschungsfrage nach den neu geschaffenen Qualitäten durch *Museumsstadträume* beantwortet.

● Museumstransformationen in Zeiten von globalen Wandlungen und Krisen

Aktuelle Wandlungen und Krisen sind als Transformationsprozesse im Museum angekommen. Seit geraumer Zeit führt das zu einer breit angelegten Diskussion über ihre gesellschaftliche Relevanz. Dass derart etablierte Kultureinrichtungen traditionell nur für einen Teil der Bevölkerung zugänglich waren und auch noch sind, ist bekannt: „Damit geraten wir unversehens in eine Traditionslinie, in der vor allem der etablierte Kulturbetrieb (in seinen architektonischen, programmatischen oder personellen Erscheinungsformen) einer Elite vorbehalten war, die sich in ihrem kulturellen Verhalten zumindest reserviert, wenn nicht ablehnend gegenüber dem großen Rest der Bevölkerung gezeigt hat - kein Wunder also, dass sich dieser für das Angebot des Kulturbetriebs nicht interessiert, Berührungsängste entwickelt hat und sich ausgeschlossen fühlt.“ (Wimmer 2022b: 226). Diesem traditionell verankerten elitären Wesen der Institution Museum soll nun entgegengesteuert werden, eben auch durch eine neu auffachende Diskussion über ihre gesellschaftliche Relevanz. Eine Auseinandersetzung zum Verhältnis des Museums zur Gesellschaft ist dabei nicht neu, sondern kann eher als andauernd und facettenreich bezeichnet werden: „Bis weit ins 19. Jahrhundert war das Museum eine Einrichtung von Kennern für Kenner, was auch bedeutet: von Angehörigen einer gesellschaftlichen Elite für eben jene Elite. [...] Der Trend zu einer Öffnung des Museums und der Versuch einer Erschließung immer weiterer ‚museumsferner Schichten‘ setzte sich im 20. Jahrhundert in beschleunigter Weise fort.“ (Baur 2010: 28-29). Die Tendenz zur Öffnung der Institution Museum als veränderte Beziehung zum und Verständnis vom Museumspublikums ist ab den 1980er Jahren wesentlich. Hier ist ein Umbruch in den Museumswissenschaften anzusetzen, der unter dem Begriff der Neuen Museologie fassbar ist (Sommer 2013: 20). Diese Entwicklung deckt sich mit der etwa zeitgleich stattfindenden marktwirtschaftlichen Ausrichtung der Museen. Mit dieser gehen auch kommerzielle Veränderungen des Museumsraumes einher, etwa durch das Einbeziehen von Gastronomie und Shops, sowie der Entstehung von spektakulären Museumsarchitekturen (te Heesen 2021: 186-187).

Aktuell sind weitere Facetten feststellbar, die mit der Transformation der Museen im Sinne einer gesellschaftlichen Relevanz zusammenhängen. Hierbei kommt der Corona-Pandemie Bedeutung zu, die diese Transformationsprozesse beschleunigt und ihre Dringlichkeit verdeutlicht hat (Wimmer 2022a:10). Es sind dabei Herangehensweise feststellbar, die sich als museumsorganisatorische, museumstheoretische und museumspraktische Ansätze des Transformationsprozesses benennen lassen. Museumsorganisatorische Ansätze beziehen sich etwa auf das institutionelle Verständnis. Die Museumsneudefinition des International Council of Museums (ICOM) ist ein Ausdruck dieser Veränderung (siehe dazu S. 13). Die Bedeutungen der Museen, die darin genannt sind, gehen über die etablierten, traditionellen Aufgaben hinaus. Museen sind dabei als „open to the public, accessible and inclusive“ beschrieben, sowie ihre Arbeits- und Handlungsweise durch „they operate and communicate [...] with the participation of communities“ festgelegt ist (ICOM 2022). Das klingt wegweisend, wirft allerdings auch einige Fragen auf, etwa: Was ist unter „public“ zu verstehen? Um welche Öffentlichkeit oder eher Öffentlichkeiten geht es dabei? Wer wird angesprochen? Wer bleibt ausgeschlossen? In welcher Weise und wie tiefgreifend ist Partizipation zu verstehen? Diese Fragen sind im Sinne einer gesellschaftlichen Relevanz jedenfalls zu stellen. Museumstheoretische Ansätze denken über den Transformationsprozess der Museen auf wissenschaftlicher Ebene nach. Dabei wird vielfach und vielfältig über die Zukunft der Museen diskutiert, sowie auch Museumsideen ausgearbeitet, die Museen als gesellschaftlich relevante Orte für Öffentlichkeiten aktivieren – etwa: Museum als politischer Diskursort und Verhandlungsraum, Museum als Lernort und Bildungsraum, Museum als soziale Plattform und Begegnungsort, Museum als Dritter Ort und Aufenthaltsraum (mehr dazu ab S. 40). Museumspraktische Ansätze des Transformationsprozesses können beispielsweise diese Museumsideen aufgreifen oder sich als Strategie der Museumsarbeit durch *Museum Outreach* niederschlagen. Auch räumliche Veränderungen des Museumsraumes sind hierbei für den Transformationsprozess der Museen zu betrachten. In diesen Kontext sind Museumsstadträume als räumlicher Ausdruck einzuordnen.

● Museumsstadträume als Phänomen der Transformation

Museumsstadträume stehen in Zusammenhang mit dem institutionellen Transformationsprozess der Museen, der gleichzeitig auch ein sozialer Transformationsprozess ist. Ideen und Gedanken, die von einem progressiven Museumsverständnis ausgehen und etwa durch die Museumsneudefinition der ICOM angesprochen werden, finden sich in Museumsstadträumen wieder. Angelehnt an den darin vermittelten Funktionen und Aufgaben, lehnen sich Museumsstadträume an. So werden vor allem die alltagstauglichen Qualitäten in Museumsstadträumen adressiert und transformiert.

Die zuvor beschriebenen Transformationsprozesse finden ihren räumlichen Ausdruck in Museumsstadträumen. Sie sind durch stadträumliche Verbindungen des Museumsraumes gestaltet. In ihrer Gestaltung können sie sich an unterschiedlichen architektonischen Mustern orientieren: urbane Intervention und Attraktion, stadträumlicher Annäherungs- und Übergangsbereich, nützliche Benefits für den Stadtraum, Einsehbarkeit, Blickbeziehungen und Überblickbarkeit, mehrere Zugangsmöglichkeiten und intuitive Wegführung, offene Türen und stadträumlich sichtbare Markierungen, erweiterte Zwischenräume, Nutzungsoffenheit und Aufenthaltsangebot (mehr dazu ab S. 99).

Gestalterisch sichtbar können Museumsstadträume durch konkrete Gestaltungselemente wie Schaufenster, kleinmaßstäbliche Bauten oder Beschriftungshinweise sein. Dadurch sind Verbindungen des Museumsraumes mit öffentlichen Stadträumen geschaffen, da sich diese Gestaltungselemente ihnen zuwenden und von einem gesehen werden aus öffentlichen Stadträumen abzielen. Anhand der drei Fallstudien sind unterschiedliche Herangehensweisen herausgearbeitet, wie solche stadträumlichen Verbindungen erfolgen können. Diese habe ich unter den Begriffen der introvertierten Raumstrategie, der extrovertierten Raumstrategie und der ambivalentierten Raumstrategie der Museumsstadträume gefasst. Anhand dieser unterschiedlichen Herangehensweisen ist der Museumsraum in Museumsstadträumen umstrukturiert oder auch erweitert.

Introvertierte *Museumsstadträume* sind im Museumsgebäude verortet. Sie strukturieren den gesamten oder Teile des dortigen Museumsraumes um, indem die Zugangsbeschränkungen verändert oder auch erweiterbare Nutzungsmöglichkeiten – etwa als Aufenthaltsraum – angeboten sind. Obligatorische Eintrittskosten sind in introvertierten *Museumsstadträumen* nicht vorhanden und abgesetzt. Extrovertierte *Museumsstadträume* erweitern den Museumsraum an anderen Orten – etwa öffentlichen Stadtplätzen – und funktionieren unabhängig vom übrigen Museumsraum. Sie müssen somit in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit dem Museumsgebäude stehen, was den räumlichen Bezug und auch die Regulierung betrifft. Extrovertierte *Museumsstadträume* können an vollkommen anderen Standorten, abseits des Standortes des Museumsgebäudes entstehen. Sie sind zwar vom Museum initiiert und organisiert, genießen aber weitgehende Freiheit, sodass auch hier keine Eintrittskosten verlangt werden und sämtliche Regulierungen entfallen. So können vor allem extrovertierte *Museumsstadträume* nützliche Benefits für öffentliche Stadträume bereitstellen und etwa auch bestimmte Standorte aufwerten. Hier ist allerdings hervorzuheben, dass es sich bei extrovertierten *Museumsstadträumen* dennoch um geschützte Räume handelt. gewissen Handlungen, die nicht der Haltung des Museums entsprechen, soll auch in extrovertierten *Museumsstadträumen* kein Raum gegeben werden. Das haben uns beispielsweise bei einer der Fallstudien abschätzige Kommentare gezeigt, die auf den Ausstellungsdisplays der Outdoor-Ausstellung des HdG niedergeschrieben worden sind. Diese sind nicht weg gelöscht, sondern stehengelassen und durch ein Kommentar des Museums kontextualisiert worden.

Ambivertierte *Museumsstadträume* kombinieren eine introvertierte und extrovertierte Raumstrategie miteinander. Sie funktionieren dabei nicht vollkommen unabhängig vom Museum und sind gebunden. Bei ambivertierten *Museumsstadträumen* gibt es einen erkennbaren Bezug zum Museum. Er ist somit an gewisse Bedingungen geknüpft, beispielsweise ist seine Nutzbarkeit an die Öffnungszeiten des Museums verhaftet oder auch von Museumsmitarbeiter:innen beaufsichtigt.

Museumsstadträume zeichnen sich durch soziales Handeln und ihre Alltagstauglichkeit aus: Menschen schaffen einen Museums-

stadtraum, indem sie sich dort Treffen, Zeit verbringen, spontan vorbeikommen, einen Besuch der *Museumsstadträume* mit anderen Tätigkeiten kombinieren – etwa während einer morgentlichen Sportrunde, während eines Spazierganges, in der Mittagspause, Schulkinder machen hier Hausaufgaben, Schulklassen besichtigen Outdoor-Ausstellungen. *Museumsstadträume* werden in den Alltag der Museumsbesucher:innen einbezogen als Aufenthaltsraum, zum Teilnehmen an organisierten Veranstaltungen, zum Nutzen der angebotenen Unterhaltungsmöglichkeiten und Ausstattung.

Weiterführend bedeutet das, dass sich *Museumsstadträume* Öffentlichkeiten annähern. Menschen werden durch *Museumsstadträume* auf das Museum aufmerksam und kommen mit dem Museum in Kontakt. In *Museumsstadträumen* sind für die Schwellenräume, die mit dem Museum in Verbindung stehen, Veränderungen vollzogen: so sind anders funktionierende Schwellenräume, bewusst geschaffene Schwellenräume und auch weiterhin bestehende Schwellenräume vorhanden.

Die *Museumsstadträume* der Fallstudien sind allesamt Projekte, die nur für einen bestimmten Zeitraum vorhanden waren. Insofern sind durch dieses temporäre Vorhandensein anders funktionierende Schwellenräume zu identifizieren (mehr dazu S. 96). Das betrifft beispielsweise das Entfallen der festgeschriebenen Eintrittskosten oder auch das Wegfallen der Beaufsichtigung der Räume. Ergänzend dazu sind bei *Museumsstadträumen* auch zusätzliche Schwellen als bewusst geschaffene Schwellenräume erzeugt (mehr dazu S. 91). Diese funktionieren als Kommunikationsmittel und können Einladungsgesten übermitteln. Als Beispiele sind hier Beschriftungen zu nennen, wie „Access“ und „Open Space“, oder auch offenstehende Türen. Die dritte Kategorie der Schwellenräume ist die der weiterhin bestehenden Schwellenräume, die signifikant gegenüber den beiden anderen ist und insofern eine besondere Behandlung erfordert (mehr dazu S. 98). Zu nennen ist hier vor allem, die bekannte Routine von Museumsbesuchen. Diese Museumsroutine ist an gewisse Gewohnheiten geknüpft, die mit Museen assoziiert werden. Ein Beispiel dafür sind Museumseintrittskosten: Besucher:innen, sowie auch Nicht-Besucher:innen des Museums, verknüpfen einen Besuch des Museumsraumes mit dem obligatorischen Bezahlen von Eintrittskosten. Diese Museumsroutine kann als gedanklicher Exklusionsmechanismus wirken und auch das soziale Handeln in

Museums*stadträumen* beeinflussen. Insofern sind hier veränderte Museumsroutinen in Museums*stadträumen* den Museumsbesucher:innen deutlich zu machen und klar zu kommunizieren. Alle drei Arten der Schwellenräume treten im Zusammenspiel in Museums*stadträumen* auf. Sie wirken auf die Zugänglichkeit und Offenheit der Museums*stadträume* ein. So machen sie diese im Vergleich zum übrigen Museumsraum niederschwelliger, was sich im sozialen Handeln der Menschen in Museums*stadträumen* widerspiegelt. Mit seinen sozialräumlichen Eigenschaften, können Museums*stadträume* als entmusealisiert bezeichnet werden. Sie streben danach, sich von der Musealisierung loszulösen und einen alltagskulturellen Kontext zu durchdringen. Insofern drücken Museums*stadträume* den sozialräumlichen Transformationsprozess der Museen aus.



● Museums*stadträume* und ihre Qualitäten

○ Museen als Sozialräume positionieren

Museums*stadträume* heben den sozialräumlichen Charakter des Museumsraumes hervor und erweitern seine Nutzbarkeit. Das Museum ist durch Museums*stadträume* nicht ausschließlich am Standort seines Museumsgebäudes verhaftet, sondern kann sich auch darüber hinaus erstrecken. Mit der veränderten Organisationsweise, wo und wie Museum im Museumsgebäude und darüber hinaus stattfindet, ist der räumliche Bezug des Museums umgewandelt: Museums*stadträume* entstehen. Sie werden von Menschen geschaffen, die diesen besonderen Museumsraum gebrauchen und ihn in ihren Alltag einbeziehen. Die Bedeutung und das Verständnis der Institution Museum geht bei Museums*stadträumen* weit über ein Denken von Museen als ausschließliche Ausstellungshäuser hinaus. Museums*stadträumen* positionieren Museen als Orte, die für Öffentlichkeiten aktiviert sind. Diese erweiterte Funktion nimmt Einfluss auf die gesellschaftliche Bedeutung der Museen: Museums*stadträume* sind gesellschaftlich relevante Räume.

Für Museen ist das Initiieren von Museums*stadträumen* ein sehr

explorativer Schritt, der mit Herausforderungen und Mehraufwand in organisatorischer, personeller und finanzieller Hinsicht verbunden ist. Dass Museen sich trotzdem durch *Museumsstadträume* als Sozialräume positionieren, lohnt sich, schafft Mehrwert und Qualitäten für Stadtbewohner:innen: Denn ihnen werden so Unterhaltungs- und Bildungsangebote zur Verfügung gestellt, genauso wie nutzbarer Raum an oftmals zentralen und gut erreichbaren Standorten in der Stadt. Dennoch reicht es nicht aus, *Museumsstadträume* als offen und zugänglich – zum Beispiels durch nicht verlangte Eintrittsgelder – zu deklarieren. Sie zu *Museumsstadträumen* als öffentlich nutzbare Räume zu machen verlangt nach mehr Anstrengungen, wie beispielsweise einer aktiven Kommunikation, Einladungs- und Willkommengesten oder das Schaffen von – für die einen oder anderen – attraktiven Anziehungspunkten. Hierbei scheint eine extrovertierte Raumstrategie zum Beispiel als Erweiterung des Museumsraumes in den öffentlichen Stadtraum durch urbane Interventionen intuitiver, um in Kontakt mit Menschen in ihren Alltagskontexten zu gelangen. In Museumsinnenräumen scheint das deutlich mühevoller, aber dennoch nicht unmöglich. Gleichzeitig können damit sogar wesentliche Qualitäten geschaffen werden, denn öffentlich nutzbare Innenräume mit Aufenthaltsqualität sind ein rares Gut. Insofern erscheint es umso bedeutsamer, Museumsräume derartig bereitzustellen. Außerdem können auch weitere grundlegende Infrastrukturen angeboten werden, die von sauberen Sanitarräumen, Steckdosen über vor Ort nutzbare Endgeräte wie Computer bis hin zu offenen Internetzugängen reichen.

Die Motivation der Museen, *Museumsstadträume* zu schaffen und das damit zusammenhängende sozialräumliche Selbstverständnis, ist von ihrem Wunsch nach einer Öffnung der Institution geprägt. Mit diesem geht meist auch der Gedanke einher, das Museumspublikum auszuweiten und eben andere Öffentlichkeiten zu adressieren, wie etwa auch dieser Titel eines Beitrags der Kulturpädagogin Birgit Mandel zeigt: „Das Museum als dritter Ort und guter Nachbar? Wie das Bemühen um neue und andere Besucher*innen Museen transformiert“ (Mandel 2020). Im Zusammenhang mit den Museumsbesucher:innen können Museen auch die Rolle von Community Buildern (Mandel 2022: 219) einnehmen, was auch bei *Museumsstadträumen* erkennbar ist. Museen können durch *Museumsstadträume* offener und zugänglicher werden. Sie bieten Kontakt-

möglichkeiten – sowohl zwischen Museumsmitarbeiter:innen und Museumsbesucher:innen, als auch zwischen Museumsbesucher:innen untereinander.

Mit *Museumsstadträumen* treten Museen als Sozialräume in den Fokus und transformieren den Museumsraum dahingehend. Aus dieser sozialen Perspektive gesprochen initiieren Museen mit den gestalteten stadträumlichen Verbindungen des Museumsraumes ein Annähern zu Öffentlichkeiten. Das soziale Handeln der Menschen, das dadurch entsteht, schafft schließlich *Museumsstadträume*. *Museumsstadträume* können mit ihrer öffentlichen Zugänglichkeit und Nutzbarkeit zum gesellschaftlichen Zusammenleben beitragen. Als niederschwellige Museumsräume können *Museumsstadträume* in den Alltag der Menschen verstärkt einbeziehbar sein. Sowie beispielsweise in *Museumsstadträumen* auch Ausstattung oder generell Raum im Sinne eines öffentlichen Angebotes bereitgestellt sein kann, das manche Menschen ansonsten nicht zur Verfügung hätten. Aus dieser Perspektive gesehen, können *Museumsstadträume* einen Beitrag zur sozialen Gleichheit leisten.

○ Strukturelles Denken der Museen als Soziale Infrastrukturen

Museumsstadträume erhöhen durch ihre Offenheit, Zugänglichkeit und ihre erweiterten Nutzungsmöglichkeiten die sozialräumlichen Qualitäten des Museumsraumes. Das öffentliche Bereitstellen von nutzbarer Ausstattung – damit meine ich verwendbare Möbel, offene Internetzugänge, vor Ort nutzbare Hardware, Steckdosen und Sanitärräume – sowie Unterhaltungs- und Bildungsangebote in *Museumsstadträumen* kann den Alltag der Menschen bereichern und eben einen Beitrag zur Qualität menschlicher Lebensverhältnisse leisten. Auch die Hinsicht gebauten Raum mit Aufenthaltsqualität im Museumsgebäude bereitzustellen, ist wichtig hervorzuheben. Denn öffentlich nutzbare Innenräume mit Aufenthaltsqualität sind ein rares Gut in Städten.

Diese Qualitäten, die mit *Museumsstadträumen* entstehen, können strukturell weiterverfolgt und umgesetzt werden. Museen können

aus dieser Perspektive als soziale Infrastrukturen gesehen werden. Diese sind dabei folgendermaßen zu definieren: „Soziale Infrastruktur ist die Gesamtheit der Einrichtungen und Dienste zur sozialen Versorgung der Bevölkerung. Sie ist wesentlich für die Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse in den Teilräumen und unterliegt der öffentlichen Verantwortung, wird aber auch von nicht öffentlichen Akteuren erbracht.“ (Winkler 2018: 2186). Mit den geschaffenen Museumsstadträumen und den damit verbundenen sozialräumlichen Bestrebungen ist ein verfolgenswerter Ansatz in die Diskussion über die Zukunft des Museums und seine gesellschaftliche Relevanz eingebracht: Museen als soziale Infrastrukturen denken.

○ Museen im Kontext der Transformation von Kultureinrichtungen

Nicht nur Museen können als erweiterte Sozialräume positioniert und als soziale Infrastrukturen gedacht sein. Vielmehr sind sie in einen breiteren Kontext eines Transformationsprozesses von Kultureinrichtungen eingebettet. So gehen etwa auch Theater-, Opern- und Konzerthäuser, Bibliotheken und Kirchenbauten derartigen räumlichen Ansätzen nach: sie begreifen sich als räumliche Ressourcen für Öffentlichkeiten. An dieser Stelle sind einige empirische Beispiele zu nennen: die Zentralbibliothek Oodi in Helsinki, das Dokk1 in Aarhus, das Foyer Public des Theater Basel oder die offene Kirche Elisabethen in Basel. All diese Beispiele öffnen ihre gebauten Räume bzw. Teile davon und stellen sich so – ähnlich wie Museumsstadträume – als öffentlich nutzbar bereit. Das Spektrum der Kultureinrichtungen, die sich derartig positionieren, ist durch Museen erweiterbar. Der Kurator und Philosoph Daniel Tyradellis beschreibt dabei die Besonderheit der Museen so: „Alleine das Museum hat diese über das ganze Land verteilte Präsenz, diese thematische und mediale Weite, bedient so unterschiedliche Interessen bei gleicher Offenheit ihres Gegenstandes“ (Tyradellis 2014: 71). Positioniert als öffentlich nutzbare Räume können Museen soziale Infrastrukturen sein, die gelebte Räume der Stadtbewohner:innen auch im Kontext von Alltag und Spontaneität sind. Museen sind im Kontext der Transformation von Kultureinrichtungen bis jetzt noch nicht hinreichend

beleuchtet worden. Die hier stattgefundenene Auseinandersetzung mit *Museumsstadträumen* bringt Museen in diese Diskussion ein.

○ *Museumsstadträume* als Ansatz für neue architektonische Typologien

Mit *Museumsstadträumen* bringen eingebettet in den institutionellen Transformationsprozess neue Aufgaben, Funktionsweisen und Gestaltungsarten der Museumsräume zum Ausdruck. Ihr Positioniertsein als Sozialräume benötigt eine andere Gestaltung, als etwa Ausstellungsräume in ihrer gängigen Funktionsweise brauchen. Architektonische Gestaltungsmuster für *Museumsstadträume* sind hier anhand der Fallstudien als architektonische Muster identifiziert worden (mehr dazu ab S. 99). Die Gestaltung der *Museumsstadträume* mit ihren sozialräumlichen Bestrebungen deutet auf eine neue architektonische Typologie für Museumsbauten hin, die für Öffentlichkeiten aktiviert sind. In *Museumsstadträumen* können progressive Museumsverständnisse und -ideen ihren gestalterischen Ausdruck finden. So fordert der Museumswissenschaftler und Museumsplaner Dieter Bogner, dass „die neuen Inhalte und Funktionen einer grundlegend neuen architektonischen Typologie bedürften“ (Bogner 1993, zitiert nach Bogner 2020: 86). Wenn sich Museen also anders denken, positionieren und auch dementsprechend gestalten wollen, sind neue architektonische Typologien für Museen zu überlegen und vorzuschlagen. *Museumsstadträume* zeugen von dieser Notwendigkeit, zeigen mögliche Gestaltungsmuster auf und erproben diese ebenso.

○ *Museumsstadträume* im Zeichen der Alltagsökonomie

Museumsstadträume sind für Öffentlichkeiten aktivierte Räume, indem sie öffentlich diese bereitstehen und nutzbar sind. So verleihen *Museumsstadträume* dem Museumsraum einen erhöhten Gebrauchswert, der in Zusammenhang mit der Alltagsökonomie steht:

„Die Alltagsökonomie – öffentliche Infrastrukturen, Daseinsvorsorge & Nahversorgung – ist jener Teil der Wirtschaft, der die Sicherung unserer Lebensqualität garantiert und ein gesundes, sicheres und zivilisiertes Leben ohne soziale und ökonomische Unsicherheiten ermöglicht.“ (Kompetenzzentrum Alltagsökonomie o. A.) Die Alltagsökonomie steht für ein verändertes wirtschaftliches Denken, im Zeichen eines guten Lebens für Alle (Bärnthaler et al. 2020). Dieses geht über die reine Grundversorgung und Stillung der grundlegenden menschlichen Bedürfnisse hinaus. Mehr geht es um Lebensqualität und Wohlbefinden, wozu eben auch öffentliche Räume und Kultureinrichtungen beitragen: „Wenn auch nicht für das Überleben unerlässlich, sind Kultur- und Sozialeinrichtungen, Bars, Restaurants, Frisier-Salons, öffentliche Räume und Grünflächen zentral für die Befriedigung grundlegender menschlicher Bedürfnisse. Gleichwohl ist ihre Bestimmung schwieriger, da das gute Leben bedeutungsmäßig poröser ist als die Definition des reinen Überlebens. Sie ist kontextuell verschieden, beruht auf Werturteilen und erfordert, Bewohner*innen in diese Bewertungen einzubinden. Transdisziplinäre Methoden und innovative Formen der Beteiligung und Partizipation sind deshalb wichtig, um jene Rahmenbedingungen, Infrastrukturen und Institutionen zu identifizieren, mit denen vor Ort das gute Leben steht und fällt. Lokal und regional organisiert, produzieren sie ‚vor Ort‘ Werte und Wohlbefinden.“ (Bärnthaler et al. 2020) Vor diesem Hintergrund können Museumsstadträume mit ihrer sozialräumlichen Aktivierung als Ansatz für eine ökonomische Inwertsetzung des Museumsraumes im Zeichen der Alltagsökonomie gesehen werden. Eine derartige Ausrichtung, kann einen Beitrag zum Gemeinwohl leisten, wenn es eine entsprechende räumliche Gestaltung, Angebote und Nutzungsmöglichkeiten bereitgestellt sind, sowie diese auch tatsächlich von Öffentlichkeiten angenommen werden. Die erweiterte Nutzbarkeit und das öffentliche Bereitstehen schafft so qualitätvollen Raum für eine ökonomische Inwertsetzung im Zeichen der Alltagsökonomie. Museumsstadträume können in diesem Zusammenhang stehen: sie werden durch den alltagsökonomischen Bezug gesellschaftlich relevant.

○ Museums*stadträume* und ihre Qualitäten strukturell umsetzen

Diese zuvor ausgeführten neu geschaffenen Qualitäten der Museums*stadträume* sehe ich aus den genannten Gründen als eine sehr positive und voranzutreibende Entwicklung. Museums*stadträume* sind sozialräumlich orientiert. Wenn dieser Ansatz weitergedacht und strukturell umgesetzt wird – etwa im Sinne von Museen als soziale Infrastrukturen, dann kann daraus ein gemeinwohlorientierte Positionierung der Museen werden.

Museen durch Museums*stadträume* als öffentlich nutzbare Räume zu positionieren ist ein gesellschaftspolitischer Ausdruck und somit auch eine gesellschaftspolitische Haltung. Um die geschaffenen sozialräumlichen Qualitäten der Museums*stadträume* für Stadtbe-wohner:innen ernsthaft weiterzuverfolgen, benötigt es neue kulturpolitische Agenden, die sich diesen Themen annehmen. Die Kulturmanagerin Ivana Scharf schreibt dazu, dass es „in der Kulturpolitik um weitaus mehr gehen sollte, als Institutionen, Veranstaltungen und künstlerische Disziplinen zu fördern. Es geht um eine größere Aufgabe in der Gesellschaft und darum, dass die Kulturpolitik sich dieser Relevanz bewusst wird. Es geht um die Kultur der Gemeinschaft, darum, diese zu ermöglichen und zu stärken. Das erfordert eine Neuausrichtung der Kulturpolitik und Weichenstellungen, die jetzt dafür getroffen werden können – aus dem Momentum der Krise heraus.“ (Scharf 2022: 30). An diese Idee ist ein kulturpoliti-scher Aufruf anzuschließen, zu dessen Thema kürzlich eine gesamte Publikation erschienen ist mit dem aussagekräftigen Titel: Für eine neue Agenda der Kulturpolitik (Wimmer 2022a).

Die Auseinandersetzung mit Museums*stadträumen*, die hier stattge-funden hat, soll zum weiteren beschäftigen mit den hier aufgewor-fenen Themen einladen. Für diese ist eines jedenfalls grundlegend, und zwar, „dass es für ein Verständnis des Museums erforderlich ist, über interdisziplinäre Probleme hinaus in stärkeren Dialog mit anderen zu treten und Fragen, Techniken und Ansätze aus anderen disziplinären Wissensfeldern zu übernehmen oder zu übertragen.“ (Macdonald 2010: 49). In diesem Sinn sind auch hier Perspektiven verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen zusammengebracht worden. Museen sind Institutionen, die einen Bogen zwischen



Kultur, Gesellschaft, Architektur, Urbanistik, Politik und Öffentlichkeiten spannen, der sich vor allem auch in *Museumsstadträumen* ausdrückt. Vermehrte Auseinandersetzungen mit Museen als soziale Infrastrukturen und verstanden als öffentliche Raumressource sind notwendig, genauso wie auch das soziale Handeln der Museumspublika in *Museumsstadträumen* genauer in den Blick genommen werden kann.

Um räumliche Veränderungen der Museumsräume als *Museumsstadträume* permanent umsetzen zu können – damit sie nicht wie die *Museumsstadträume* der Fallstudien immer temporär und explorativ bleiben – sind strukturelle Veränderungen notwendig: „Wandel [kann] nicht im Alleingang verordnet werden [...]. Einerseits müssen die Teams an einem Strang ziehen, andererseits braucht es politische Unterstützung, die wiederum von demokratischen Mehrheiten getragen werden muss. Im Endeffekt muss das gesamte soziale System mit all seinen unterschiedlichen Beteiligten in Bewegung kommen.“ (Heskia 2022: 279). Für diese ist ein Zusammenspiel mehrerer Akteur:innen erforderlich: Museumsinstitutionen, genauso wie Kulturpolitik und Planer:innen, Forscher:innen, andere Institutionen und weitere Unterstützer:innen, genauso wie Museumsnutzer:innen – denn diese schaffen überhaupt erst einen öffentlichen Raum, indem sie ihn leben. Den sozialräumlichen Transformationsprozess im Hinblick auf gesellschaftliche Relevanz der Museen gilt es gemeinsam anzugehen. Politisches Handeln ist dabei wünschenswert und notwendig, um den Prozess der Positionierung der Museen als gesellschaftlich relevante *Museumsstadträume* positiv voranzutreiben.



Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar

The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek

Quellenangaben __ 146

Danksagung __ 155

6 Anhang

● Quellenangaben

Alexander 1995

Christopher Alexander, Eine Muster-Sprache. Städte, Gebäude, Konstruktion, hg. Von Hermann Czech, Wien 1995. verfügbar unter: <https://einemustersprache.de/> (letzter Zugriff 16.12.2022)

Amt für Statistik und Wahlen, Landeshauptstadt Düsseldorf 2022

Amt für Statistik und Wahlen, Landeshauptstadt Düsseldorf, i. V. Darja Korkin, E-Mail an die Autorin, 13.12.2022.

Bärnthaler et al. 2020

Richard Bärnthaler/ Andreas Novy/ Leonhard Plank/ Alexandra Strickner, Die Alltagsökonomie für ein gutes Leben, in: Green European Journal, 20, 2022, verfügbar unter: <https://www.greeneuropeanjournal.eu/die-alltagsokonomie-fur-ein-gutes-leben/> (letzter Zugriff 17.03.2023)

Baur 2010

Joachim Baur (Hg), Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes, Bielefeld 2010.

Benedik 2021

Stefan Benedik, Museum als Prozess. Dynamisierte Ausstellungen mit User-Generated-Content im Haus der Geschichte Österreich, in: Neues Museum, 1-2/2021, S. 46-49.

Binder et al. 2018

Corina Binder/Karin Harather/Christian Kühn/Dörte Kuhlmann/Christian Peer/Emanuela Semlitsch/Renate Stuefer/Katharina Tielsch/Claudia Maria Walther (Hg.), Bildungslandschaften in Bewegung. Positionen und Praktiken, Wien 2018.

Black 2021

Graham Black, Museums and the Challenge of Change. Old Institutions in a New World, New York u. a. 2021.

Boettger 2014

Till Boettger, Schwellenräume. Übergänge in der Architektur. Analyse- und Entwurfskonzepte, Basel 2014.

Bogner 2019

Dieter Bogner, »... dass staatliche Museen und ihre Sammlungen Eigentum der Bevölkerung sind«. Dieter Bogner im Gespräch mit Beatrice Jaschke und Nora Sternfeld“, in: Beitzl/ Jaschke/ Sternfeld, Gegenöffentlichkeit organisieren. Kritisches Management im Kuratieren, Berlin 2019, S. 43-55.

Bogner 2020

Dieter Bogner, Ein Blick zurück in die Zukunft, in: schnittpunkt/Joachim Baur (Hg.), Das Museum der Zukunft, Bielefeld 2020, S. 85-92.

Brüschweiler/Falkenreck 2016

Bettina Brüschweiler und Mandy Falkenreck, Bildungsorte und Bildungslandschaft als sozialraumbezogenes Handlungsfeld, in: Fabian Kessel/Christian Reutlinger (Hg.), Handbuch Sozialraum, Wiesbaden 2016, S. 419-433.

Büchel 2022

Julia Büchel, Präsentation Partizipation Zugänglichkeit. Theorie und Praxis gesellschaftlicher Einbindung in Museen und Ausstellungen, Bielefeld 2022.

Deutscher Museumsbund 2010

Deutscher Museumsbund (Hg.), Museen und Lebenslanges Lernen – Ein europäisches Handbuch, Berlin 2010. verfügbar unter: https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/topics/Learning/LifelongLearninginMuseums_DE.pdf (letzter Zugriff 03.01.2023)

Gaensheimer-Hagenberg 2020

Susanne Gaensheimer/Julia Hagenberg (Hg.), Wem gehört das Museum? Museum global – Perspektiven zur Kunstvermittlung, Köln 2020.

Hagenberg 2020

Julia Hagenberg, Ein Experiment des Dritten Ortes. Der Open Space der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, in: Museumskunde, 1/2020, S. 38-41.

Hagenberg 2022

Julia Hagenberg, interviewt von der Autorin, 12.10.2022.

Haus der Geschichte Österreich o.A.

Haus der Geschichte Österreich, Museum, o. A, URL: <https://hdgoe.at/museum> (letzter Zugriff 01.02.2023)

Haus der Geschichte Österreich Website

<https://hdgoe.at/> (letzter Zugriff 18.03.2023)

Heindl 2020

Gabu Heindl, Das Museums der Zukunft als Zukunft aus urbanistischer Perspektive, in: schnittpunkt/ Joachim Baur (Hg.), Das Museum der Zukunft, Bielefeld 2020, S. 129-132.

Heskia 2022

Thomas Heskia, Kultur und Governance, in: Michael Wimmer (Hg.), Für eine neue Agenda der Kulturpolitik, Berlin 2022, S. 278-290.

Hoffmann 2016

Hans Wolfgang Hoffmann, Museumsbauten. Handbuch und Planungshilfe, hg. Von Christian Schittich, Berlin 2016.

ICOM 2007

ICOM, Museum Definition, 2007, URL:[http://icom-oesterreich.at/page/die-neue-icom-museumsdefinition#:~:text=ICOM%20Museumsdefinition%20\(2007\)&text=Sinngem%C3%A4%C3%9F%20lautet%20die%20Definition%20aber,Gesellschaft%20und%20deren%20Entwicklung%20steht.](http://icom-oesterreich.at/page/die-neue-icom-museumsdefinition#:~:text=ICOM%20Museumsdefinition%20(2007)&text=Sinngem%C3%A4%C3%9F%20lautet%20die%20Definition%20aber,Gesellschaft%20und%20deren%20Entwicklung%20steht.) (letzter Zugriff 14.02.2023)

ICOM 2022

ICOM, Museum Definition, 2022, URL: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (letzter Zugriff 26.10.2022)

Kirchberg 1998

Volker Kirchberg, Kulturerlebnis Stadt? Money, Art and Public Places, in: Kirchberg/Göschel (Hg.), Kultur in der Stadt, 1998, S.81-99.

Kirchberg 2005

Volker Kirchberg, Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven, Wiesbaden 2005.

Kirchberg 2010

Volker Kirchberg, Das Museum als öffentlicher Raum in der Stadt, in: Joachim Baur (Hg.), Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes, Bielefeld 2010, S. 231-265.

Knierbein 2010

Sabine Knierbein, Die Produktion zentraler öffentlicher Räume in der Aufmerksamkeitsökonomie. Ästhetische, ökonomische und mediale Restrukturierungen durch gestaltwirksame Koalitionen in Berlin seit 1980, Wiesbaden 2010.

Kompetenzzentrum Alltagsökonomie o. A.

Kompetenzzentrum Alltagsökonomie, Über die Alltagsökonomie, o. A., URL: <https://alltagsoekonomie.at/> (letzter Zugriff 18.03.2023)

Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen o.A.

Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, Museum, o. A., URL: <https://www.kunstsammlung.de/de/museum/> (letzter Zugriff 16.08.2022)

Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen Website

<https://www.kunstsammlung.de/de/> (letzter Zugriff 18.03.2023)

Macdonald 2010

Sharon Macdonald, Museen erforschen. Für eine Museumswissenschaft in der Erweiterung, in: Joachim Baur (Hg.), Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes, Bielefeld 2010, S. 49-69.

Macdonald 2011

Sharon Macdonald (Hg.), A Companion to Museum Studies, Chicester 2011.

Mandel 2020

Birgit Mandel, Das Museum als dritter Ort und guter Nachbar? Wie das Bemühen um neue und andere Besucher*innen Museen transformiert, in: Museumskunde, 1/2020, S. 4-8.

Mandel 2022

Birgit Mandel, Menschen zusammenbringen, die sich sonst nicht (mehr) begegnen würden, in: Michael Wimmer (Hg.), Für eine neue Agenda der Kulturpolitik, Berlin 2022, S. 216-220.

Meran 2021

Eva Meran, interviewt von der Autorin, 03.11.2021.

Museumsbund Österreich o. A.

Museumsbund Österreich, MuseumsScorecard o. A., URL: <http://www.museums-scorecard.at/> (letzter Zugriff 09.12.2022)

Naredi-Rainer 2004

Paul von Naredi Rainer, Entwurfsatlas Museumsbau, Basel 2004.

Neufert 2022

Ernst Neufert, Neufert Bauentwurfslehre, hg. von Johannes Kister, Wiesbaden 2022.

Oldenburg 1999

Ray Oldenburg, The Great Good Place. Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and other Hangouts at the Heart of a Community, New York 1999.

Österreichische Nationalbibliothek et al. 2021

Österreichische Nationalbibliothek/ Haus der Geschichte Österreich (Hg.), Jahresbericht 2020, Wien 2021. Verfügbar unter URL: https://hdgoe.at/items/uploads/module_pdf/Jahresbericht_2020_Druckb%C3%B6gen_2021-08-24_lowres.pdf (letzter Zugriff 01.02.2023)

Reitstätter/ Galter 2022

Luise Reitstätter/ Karolin Galter (Hg.), Recht auf Museum?. 10 Erkenntnisse zu musealen Öffentlichkeitskonzepten und deren Wahrnehmung, Heidelberg 2022.

Renz 2016

Thomas Renz, Nicht-Besucher-Forschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld 2016.

Schweizerisches Architekturmuseum Website

<https://www.sam-basel.org/de/> (letzter Zugriff 18.03.2023)

Sandell 1998

Richard Sandell, Museums as Agents of Social Inclusion, in: Museum Management and Curatorship, 17, 4, Dezember 1998, S. 401-418.

Scharf/Wunderlich/ Heisig 2018

Ivana Scharf/Dagmar Wunderlich/Julia Heisig, Museum und Outreach. Outreach als Strategisches Diversity-Instrument, Münster 2018.

Scharf 2022

Ivana Scharf, Heilende Kulturpolitik, in: Michael Wimmer (Hg.), Für eine neue Agenda der Kulturpolitik, Berlin 2022, S. 28-43.

schnittpunkt/Baur 2020

schnittpunkt/Joachim Baur (Hg.), Das Museum der Zukunft, Bielefeld 2020.

Schweizerisches Architekturmuseum, Leitbild o. A.

Schweizerisches Architekturmuseum, Leitbild, o. A., URL: <https://www.sam-basel.org/de/leitbild> (letzter Zugriff 01.02.2023)

Selle 2002

Klaus Selle, Öffentliche Räume. Drei Annäherungen an ein Thema, in: Klaus Selle (Hg.), Was ist los mit öffentlichen Räumen?. Analysen, Positionen, Konzepte, Aachen u. a. 2002, S. 13-90.

Selle 2010

Klaus Selle, Stadträume in Spannungsfeldern: Untersuchungsperspektiven, in: Ulrich Berding/ Antje Havemann/ Juliane Pegels/Bettina Perenthaler (Hg.), Stadträume in Spannungsfeldern. Plätze, Parks und Promenaden im Schnittbereich öffentlicher und privater Aktivitäten, Detmold 2010, S. 23-43.

Shinohara 2021

Yuma Shinohara, „Access for All“: Digitale Führung, Schweizerisches Architekturmuseum Basel, Video, 03:54, 25.03.2021, URL: <https://www.facebook.com/schweizerisches.architekturmuseum/videos/access-for-all-digitale-f%C3%BChrung-de/156347819678114/> (letzter Zugriff 01.02.2023)

Shinohara 2022

Yuma Shinohara, interviewt von der Autorin, 08.08.2022.

Simon 2010

Nina Simon, The participatory Museum, Santa Cruz 2010. verfügbar unter: <https://www.participatorymuseum.org/read/> (letzter Zugriff 10.12.2022)

Sommer 2013

Monika Sommer, Museologie und Museumsgeschichten, in: ARGE schnittpunkt (Hg.), Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, 2013, S. 13-22.

Sommer et al. 2020

Monika Sommer/ Österreichische Nationalbibliothek/ Haus der Geschichte Österreich (Hg.), Jahresbericht 2018-2019, Wien 2020. Verfügbar unter URL: https://hdgoe.at/items/uploads/module_pdf/Jahresbericht_hdgoe_2018-19.pdf (letzter Zugriff 01.02.2023)

Statistik Austria 2022

Statistik Austria, Kulturstatistik 2020, URL: <https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Kulturstatistik-2020.pdf> (letzter Zugriff 26.10.2022)

Statistisches Amt, Präsidualdepartement des Kantons Basel-Stadt 2022

Statistisches Amt, Präsidualdepartement des Kantons Basel-Stadt, i. V. Nathalie Grillon, E-Mail an die Autorin, 07.12.2022.

Sternfeld 2018

Nora Sternfeld, Das radikaldemokratische Museum, Berlin 2018.

Sturm 1991

Eva Sturm, Konservierte Welt. Museum und Musealisierung, Berlin 1991.

te Heesen 2021

Anke te Heesen, Theorien des Museums. Zur Einführung, Hamburg 2021.

Tornaghi/Knierbein 2015

Chiara Thornaghi/Sabine Knierbein (Hg.), Public Space and Relational Perspectives. New Challenges for Architecture and Planning, New York u.a. 2015.

Tyradellis 2014

Daniel Tyradellis, Müde Museen. Oder wie Ausstellungen unser Denken verändern könnten, Hamburg 2014.

van Dyk/Haubner 2021

Silke van Dyk/ Tine Haubner, Community-Kapitalismus, Hamburg 2021.

von Bose/Poehls/Schneider/ Schulze 2011

Friedrich von Bose/Kerstin Poehls/Franka Schneider/Annett Schulze, Die x Dimensionen des Musealen. Potentiale einer raumanalytischen Annäherung, in: Friedrich von Bose/Kerstin Poehls/Franka Schneider/Annett Schulze (Hg.), Museum x. Zur Neuvermessung eines mehrdimensionalen Raumes, Berlin 2011, S. 7-16.

Wimmer 2022a

Michael Wimmer (Hg.), Für eine neue Agenda der Kulturpolitik, Berlin 2022.

Wimmer 2022b

Michael Wimmer, Ich bin's dein*e Nichtbesucher*in, in: Michael Wimmer (Hg.), Für eine neue Agenda der Kulturpolitik, Berlin 2022, S. 222-231.

Winkler 2018

Rainer Winkler, Soziale Infrastruktur, in: ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hg.), Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung, Hannover 2018, S. 2185-2196. verfügbar unter: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0156-55992021> (letzter Zugriff 10.12.2022)

Zukin 1995

Sharon Zukin, The cultures of cities, Oxford 1995.

Zukin 1998

Sharon Zukin, „Städte und die Ökonomie der Symbole“, in: Volker Kirchberg/Albrecht Göschel (Hg.), Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur, Opladen 1998, S. 27-40.

Abbildungsnachweis

Alle Abbildungen sind von der Autorin erstellt/ © Alexandra Ullmann



Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar
The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek.

● DANKE!

Ein großes Dankeschön an alle, die zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben!

Danke an Sabine für deine Unterstützung und Vertrauen! Danke an die gesamte Thesisfenster-Gruppe – unseren Austausch in entspannter Atmosphäre war immer sehr wohltuend und habe ich sehr genossen!

Danke an all meine Interviewpartner:innen für eure Zeit, euer Interesse und die vielfältigen Einblicke in eure Arbeit!

Danke an meinen Partner, meiner Schwester und meinen Eltern, sowie meiner gesamten Familie und Freunde für eure Unterstützung, die offenen Ohren und Arme, euer Vertrauen, die motivierenden Worte, das fleissige Korrekturlesen sowie Taschentücher – für Tränen und Schweiß;) Ihr seid nicht nur ein Teil dieser Diplomarbeit, sondern sie ist auch ein Teil eurer Arbeit!

Durch die Stadt und ins Museum werde ich nie mehr so gehen können, wie zuvor & hoffe dass auch ihr Leser:innen etwas davon mitnehmen könnt!

Von euren Kommentaren, Ideen, Anregungen, Lob oder Kritik freue ich mich zu lesen :)
(ullmann.alexandra@outlook.at)



Die approbierte gedruckte Originalversion dieser Diplomarbeit ist an der TU Wien Bibliothek verfügbar
The approved original version of this thesis is available in print at TU Wien Bibliothek.