

**Zusammenfassender Bericht über das Treffen der Sektionsvorstände und Vertreterinnen und Vertreter von Museen und Kunsträumen unserer Sektionen vom 11. März 2013 in Olten zum Thema «Wie bringen wir mehr Publikum in unsere Ausstellungshäuser?»**

**1. Rahmen**

Auf Einladung des Präsidenten hatten sich am 11. März 2013 rund 35 Delegierte der Sektionen zu einer Diskussionsveranstaltung im Kunstmuseum Olten getroffen. Vorgängig konnten die Teilnehmenden unter kundiger Führung der Museumsleitung das Haus sowie die aktuellen Ausstellungen besuchen.

Bei der Diskussion wurde zunächst die Frage erörtert, wie die einzelnen Museen ihre Öffentlichkeitsarbeit gestalten, um das Publikum zum Besuch der Ausstellungen zu motivieren. Dies vor dem Hintergrund einer veränderten Medienlandschaft, in der die Berichterstattung über kulturelle Veranstaltungen immer stärker reduziert wird und das Geld für teure Inserate fehlt. Im Anschluss an die Diskussion präsentierte Felix Schenker das Unternehmen ART TV. Mit den Videobeiträgen dieses „Kulturfernsehens im Netz“ lassen sich breitere Bevölkerungskreis erreichen. Dabei wurde der Frage nachgegangen, ob und wie der Schweizer Kunstverein eine Kooperation mit ART TV eingehen sollte. Konkrete Beschlüsse werden allerdings nicht gefällt. Die Diskussion soll fortgesetzt werden.

**2. Sinngemäss protokollierte Diskussionsbeiträge**

*Lucienne Lanaz, Club Jurassien des Arts Moutier*

Der Club Jurassien des Arts hat an der «Cantonale Berne Jura» teilgenommen. Im Rahmen dieser Reihe wurden Arbeiten von Berner Künstlern im Kanton Jura und Werke von jurassischen Künstlern im Kanton Bern ausgestellt. Die Berner Künstler kamen mit ihren «Fanclubs» nach Moutier, während die Gruppe aus Moutier nach Interlaken und Bern in die Museen ging. Diesen Austausch könnte man auf noch weitere Museen ausweiten.

*Dorothee Messmer, Kunstmuseum Olten*

Unter dem Motto «Wenn die Leute nicht ins Kunstmuseum Olten kommen, geht das Museum zu ihnen», öffnet sich das Museum gegen Aussen. So werden nicht nur Kunstwerke im öffentlichen Raum präsentiert, es werden auch Privatleute eingeladen, ihre jeweiligen Sammlungen in ihren eigenen Räumen einer breiteren Öffentlichkeit zu zeigen. Im Weiteren werden zahlreiche Begleitveranstaltungen angeboten. Besonders beliebt sind Führungen über Mittag mit anschliessendem Mittagessen im Museum («Kunst zum Zmittag»). Die Vorabendführungen sind unterschiedlich besucht. Die ganzseitigen Inserate vorne im Kunstbulletin sind für Dorothee Messmer sehr wichtig.

Eine Ausstellung/ein Haus muss im Gespräch sein. Nur so lässt sich verhindern, dass am in Vergessenheit gerät. Eine gute und zweckmässige Kommunikation ist entscheidend.

*Otmar Dossenbach, Kunstverein Frauenfeld*

Gute Kontakte zu den Medien und ein funktionierendes Netzwerk sind wichtig. Der Kunstverein Frauenfeld hat glücklicherweise einen direkten Draht zur Kulturberichterstattung in der Thurgauer Zeitung. Pro Anlass der Thurgauer Kunstgesellschaft erscheint immer mindestens ein halbseitiger Bericht. Damit wird das Publikum vor Ort zu mobilisiert.

*Maria Larsson, Kunstraum Kreuzlingen*

Das jüngere Ausstellungspublikum wird via Facebook erreicht. Dies ist ein sehr effizientes Tool, das in Kreuzlingen noch stärker ausgebaut werden soll. Im Weiteren besteht eine enge Vernetzung des Kunstraums Kreuzlingen mit Kunstanbietern in Konstanz.

*Dieter Bopp, KV/Kunstmuseum Baselland*

Twitter und Facebook werden vom Kunstmuseum Baselland rege genutzt. Pro Tag werden rund 50 Neuanfragen registriert. Neben der Website des Museums, wird auch die Facebookseite des Kunstmuseums Baselland oft angeschaut. Es werden viele Ausstellungsbesucher erreicht, ohne dass dafür eine Menge Geld investiert wird.

*Alois Artho, Kunstverein Oberer Zürichsee*

Der KV Oberer Zürichsee verfügt nicht über ein Facebook-Profil. Grund dürfte das höhere Durchschnittsalter der Mitglieder sein. Die Anregung der anderen Museen, die über Facebook werben, wird aber gerne aufgenommen. Damit liesse sich womöglich auch ein junges Publikum ansprechen.

*Raffael Dörig, Kunsthaus Langenthal*

Offenbar will Facebook in Zukunft ein Zahlssystem für seine Dienstleistungen einführen. Einstweilen ist es aber noch gratis, sofern man das Museum als Person registriert. Dies entspricht allerdings nicht den Nutzungsbestimmungen von Facebook. Ein Nachteil ist, dass eine Facebook-Seite eine intensive Bewirtschaftung benötigt, denn sie muss immer aktuell sein.

*Otmar Dossenbach, Kunstverein Frauenfeld*

Anlässe für Kinder mit Kunstpädagogin haben immer einen sehr grossen Zuspruch.

*Matthias Fischer, Museum zu Allerheiligen Schaffhausen*

Das Museum arbeitet neu mit der Schaffhauser Kantonalbank sowie privaten Galerien zusammen. Die Verantwortlichen möchten Social Media ebenfalls in ihre Arbeit einbeziehen, weil es wichtig ist, dass man in diesen Communities wahrgenommen wird. Er stellt fest, dass es in der Schweiz eine sehr hohe Dichte an Ausstellungshäusern gibt, und wundert sich, dass diese alle bestehen können.

*Hans Rudolf Imbach, Kunstgesellschaft Luzern*

Das Kunstmuseum Luzern litt letztes Jahr an einem starken Publikumsrückgang, obwohl die Presse auch über die Region Luzern, ja sogar national über die Ausstellungen berichtet hat. In Luzern befindet man sich zurzeit in der Analysephase dieses Besucherschwunds.

Hans Rudolf Imbach stellt fest, dass bei den Ausstellungen ein Spagat zwischen künstlerischem Anspruch und Popularität gemacht werden muss. Er vergleicht das Lucerne Festival, welches Traditionelles und Modernes mischt und damit gut fährt. Um mehr Junge ins Museum zu bringen, könnte man spezielle Anlässe planen, etwa ein Essen mit der Direktorin oder ein Treffen mit den ausstellenden Künstlern. Er bedauert, dass Fussball den Sponsoren oft näher ist als zeitgenössische Kunst.

*Valentin Bomater, Kunstverein Uri*

Valentin Bomatter stellt fest, dass die Vernissagen immer gut besucht werden. Erfreulicherweise kommen immer sehr viele Auswärtige nach Altdorf. Man möchte aber vermehrt auch lokales Publikum und die Vereinsmitglieder ins eigene Haus bringen. Besonders gut läuft die Reihe «Kunstbegegnung mit dem besonderen Blick». Dabei wird jeweils passend zum Ausstellungsthema eine prominente Person zu einem Rundgang durch die Ausstellung eingeladen. Ein Publikumsmagnet war der Rundgang mit dem pensionierten Polizisten Fredi Hafner durch die Ausstellung «Bang Bang».

*Matthias Fischer, Allerheiligen Schaffhausen*

Matthias Fischer findet es wichtig, dass nicht zu viel «gefachsimpelt» wird bei den Ausstellungsführungen, denn dies schreckt das Publikum ab.

*Christoph Vögele, Kunstmuseum Solothurn*

Christoph Vögele betont, dass eine vielfältige Kunstvermittlung für sein Haus sehr wichtig ist. Entscheidend ist auch der Einbezug des eigenen Publikums. Dafür gibt es im Kunstmuseum Solothurn ein reichhaltiges Veranstaltungsangebot. Was nicht zu unterschätzen ist, sind Feste – sie sorgen für Sympathie. Matchentscheidend ist aber eine spannende Programmgestaltung! Es braucht attraktive Themen.

*Edith Bianchi, Lausanne, Mitglied Vorstand Schweizer Kunstverein*

Sie versteht nicht, dass das Musée des Beaux-Arts in Lausanne am Samstag erst um 12 Uhr öffnet. Jeden Samstagvormittag findet auf der Place de la Riponne vor dem Museum nämlich ein Wochenmarkt statt. Von diesem Publikumsaufmarsch könnte auch das Museum profitieren. Ihre Anregung beim Direktor des Museums, das Museum früher zu öffnen, fand bislang aber kein Gehör.

*Katia Herlach und Dorothee Messmer Kunstmuseum Olten*

Anders beim Kunstmuseum Olten. Hier wird die Leitung prüfen, ob es sich lohnt, das Haus zusätzlich während des Wochenmarkts zu öffnen.

Dorothee Messmer ergänzt, dass man am «Kultur-Adventskalender» verschiedener Kulturveranstalter aus allen Sparten teilgenommen hat. Die täglichen Veranstaltungen im Kino «Lichtspiele» wurden förmlich überrannt vom Publikum und man konnte nebst Werbung für das eigene Haus auch gleich Kontakte im Oltener Kulturleben knüpfen.

### **3. Präsentation von ART TV**

Alles über ART-TV, das «Kulturfernsehen im Netz» finden Sie hier:  
<http://www.art-tv.ch/47-0-Home.html>

### **4. Schlussfolgerungen**

In der abschliessenden Diskussion zu ART-TV zeigt sich, dass die Erstellung und Verbreitung von Videobeiträgen über dieses Medium durchaus attraktiv sein könnte. Insbesondere würden dadurch viele Leute angesprochen werden, weil sie einen visuellen und akustischen Eindruck über eine Ausstellung erhalten. Im Weiteren könnten die Berichte von ART-TV auch auf den kunstvereinseigenen Websites aufgeschaltet werden. Die Anwesenden ermutigen den Vorstand des Schweizer Kunstvereins, die Verhandlungen über eine Leistungsvereinbarung mit ART-TV weiterzuführen und zusammen mit dessen Chefredaktion nach Möglichkeiten zu suchen, die Videobeiträge auch über die lokalen oder gar nationalen Fernsehkanäle auszustrahlen.