

## Tagung der hessischen Volontärinnen und Volontäre in Museen, Gedenkstätten und der Denkmalpflege

Tagungsbericht | Christina Hirschberg

Am 8. Mai 2009 trafen sich zum sechsten Mal die hessischen Volontärinnen und Volontäre zu ihrer Jahrestagung, die jährlich an wechselnden Orten in Hessen stattfindet. Das Thema der diesjährigen Tagung im Museum für Kommunikation Frankfurt lautete „Marketing und Museum“. Ermöglicht wurde die Tagung durch finanzielle Unterstützung der Stadt Frankfurt sowie des Hessischen Museumsverbands.

Dr. Helmut Gold, Direktor des Museum für Kommunikation Frankfurt, begrüßte die knapp 45 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus Hessen. Erstmals befanden sich darunter auch Volontärinnen und Volontäre aus Düsseldorf, Karlsruhe und Stuttgart, die aus Interesse am aktuellen Thema die Tagung besuchten. Helmut Gold forderte alle dazu auf, neben typischen Arbeitsfeldern wie Ausstellungskonzeption oder Öffentlichkeitsarbeit/Marketing auch die Sammlung während des Volontariats kennen zu lernen, um sich für leitende Funktionen im Museum zu qualifizieren.

Susanne Kujer, Referentin für Bildende Kunst der Stadt Frankfurt, leitete zum Thema der Tagung über und betonte die Wichtigkeit von Methoden und Instrumenten des Kulturmarketings in Museen, die sich in einer stark verändernden Museumslandschaft als kulturelle Orte positionieren und ein Profil entwickeln müssten. Neue Wege der Inszenierung und Vermittlung von Ausstellungen sollten gewagt und Synergien genutzt werden – wie bei der Marke „Museumsufer“.

Kirsten Grote-Bär, Referentin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Dezernat Kultur und Wissenschaft der Stadt Frankfurt, hielt einen praxisnahen Vortrag zum Thema „Marke Museumsufer“, zu der mittlerweile 26 Frankfurter Museen gehören. Sie verwies auf die komplexen Strategien und Vermarktungsaktivitäten der Stadt Frankfurt, die national wie international das Museumsufer als Dachmarke für museale Vielfalt und kulturelle Qualität etablieren möchte. Ausgehend von einer Stärken- und Schwächenanalyse der Museumslandschaft müssten die verschiedenen Zielgruppen erfasst und das Leistungsspektrum der Marke festgelegt werden, bevor kurz-, mittel- oder längerfristige Maßnahmen einer Marketing-Kampagne abgeleitet würden.

Anschließend wurde die Veranstaltung im benachbarten Städel Museum fortgesetzt, wo Bernadette Seidler und Juliane Nagy eine einstündige Führung zum Thema „Marketing im Städel Museum“ gaben. Nach einem gemeinsamen Mittagessen versammelten sich alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer wieder im Museum für Kommunikation. Dort referierte Christine Nowak zum Thema „Marketing im Netz – Öffentlichkeitsarbeit von Museen im Web 2.0“ und verwies mit vielen Beispielen aus der Online-Praxis auf mögliche Strategien und Taktiken im Web 2.0. Jedoch müssten vor allem kleinere Häuser prüfen, ob neue Marketingmaßnahmen mithilfe von Blogs, Flickr, Twitter, YouTube, Facebook oder MySpace überhaupt personell tragbar wären, da diese Plattformen sehr pflegeintensiv wären.

Katrin Petersen thematisierte im Anschluss in einem Impulsvortrag zum Thema „Sammlung online: Chancen und Probleme“ das Verhältnis zwischen Marketing und den klassischen Museumszielen Sammeln, Forschen, Bewahren und Vermitteln. Viel zu selten würden Sammlungsabteilungen in das Marketing der Museen einbezogen und Sammlungen online zugänglich gemacht. Bei der Podiumsdiskussion standen die Vor- und Nachteile einer Online-Präsenz von Sammlungen zur Debatte. Allgemeiner Konsens herrschte darüber, dass Sammlungen wesentlicher Bestandteil des Marketing eines Museums sein sollten und besser als internes sowie externes Marketinginstrument genutzt werden müssten.

Am späten Nachmittag wurde mit großer Mehrheit Stefanie Spiegelhalder, Volontärin im Frankfurter Kunstverein, zur neuen Sprecherin des Netzwerks hessischer Volontärinnen und Volontäre in Museen, Gedenkstätten und der Denkmalpflege gewählt. Sie löst Axel Braun, ehemaliger Volontär der Mathildenhöhe Darmstadt, in seinem einjährigen Amt ab.

In den Kaffeepausen blieb ausreichend Zeit für das Kennenlernen, den Erfahrungsaustausch und die Vernetzung der Volontärinnen und Volontäre in Hessen. Die Veranstaltung moderierten Annabelle Hornung, Volontärin des Museum für Kommunikation Frankfurt, und Axel Braun. Den Abschluss der Tagung bildeten eine Führung und ein Vortrag von Tessa Engelbrecht zum Marketing der Ausstellung „Das weiße Gold der Kelten“ im Archäologischen Museum mit kurzer Abschlussdiskussion. Wer noch mehr von der Frankfurter Museumslandschaft an diesem Tag kennen lernen wollte, konnte dank einer spontanen Privatführung durch die erfolgreiche Tiefsee-Sonderausstellung das Frankfurter Senckenberg-Museum entdecken. Die nächste Tagung der hessischen Volontärinnen und Volontäre findet voraussichtlich in Wiesbaden statt.