

MUSEUM AKTUELL

Die aktuelle Fachzeitschrift für die gesamte deutschsprachige Museumswelt
B11684 ISSN 1433-3848 www.museum-aktuell.de Oktober 2013 Nr. 205

Bio^{logie} Tech^{nik}



Anzeige

Bionik: eine neue Dauerausstellung im TECHNOSEUM Mannheim

Neue Ausstellungen



Ausstellungsbesuche sind der Ausgangspunkt zweier Beiträge dieser Ausgabe von MUSEUM AKTUELL. Beide enthalten, offen oder z.T. versteckt zwischen den Zeilen oder in Anmerkungen, viele kritische Überlegungen und dementsprechend unterschiedliche Anregungen. Sie haben aber auch eines gemeinsam: Narzißmus. Einmal als Basis eines Ausstellungskonzepts, und im zweiten Fall als „trendige“ Interaktion einer Führung anlässlich des Museumstages und zu einer Ausstellung, die gegen das motorische „Always on“ argumentieren wollte. Aus den museologischen Beobachtungen der Autoren Anette Rein und Utz Anhalt scheint durch, womit Besucher geködert werden sollen. Eigenständiges Denken, Kritik (und damit auch Selbstkritik) dürften da im Wege sein.

Marie Luisa Allemeyers Ausführungen zu einem großen, auf hohem Reflexionsniveau wiedergeplanten Universitätsmuseum in Göttingen, dem sich bald andere Universitäten anschließen werden, um ihre materiellen Schätze zeitgemäß zu präsentieren, machen uns sehr gespannt auf künftige Entwicklungen. Denn hier schlummert noch unendlich viel, was selbst Fachkreisen völlig unbekannt ist. Gerade unter dem Aspekt der Wissenschaftsvermittlung dürften in den nächsten Jahren damit wegweisende Museen entstehen.

Übrigens: Die spektakulären Skulpturenfunde „entarteter Kunst“ in Berlin oder auch der Hort der 1400 Werke in der Gurlitt'schen Schwabinger Wohnung zeigen, wie unendlich wichtig es ist, Kunstsammlungen in privatem und öffentlichen Besitz zu erfassen und zu dokumentieren, um zutreffende Einschätzungen, Zuordnungen und Vergleiche treffen zu können (und tunlichst nicht personell unterbesetzt und im Geheimen). Die Spurensuche zeit- und ortsferner Kulturen macht schon Arbeit genug.

Apropos – das nächste MUSEUM AKTUELL-Heft werden wir – neben konservatorischen Fragen – archäologischen und naturwissenschaftlichen Themen widmen. Wie man sieht, ist das Thema „Museum“ also noch lange nicht erschöpft, sondern fängt erst gerade an, spannend zu werden.

Adelheid Straten

Inhalt

Kurznachrichten

- 4 Nachrichten
- 5 Literatur
- 7 Namen

Konservieren – Restaurieren

- 8 **Friederike Zobel**
Aktuelles zur Kulturguterhaltung

Finanzmanagement

- 10 **Nikola Hartz**
Profile schärfen, Potential nutzen – Die Rolle des Managements in der modernen Museumsarbeit

Kontrahenten?

- 12 **Oliver Gies**
Museumspädagogik planen? Praxis aus der Perspektive der Ausstellungsmacher

Web 2-0 im Museum

- 15 **Anette Rein**
Das Museum als „Anders-Ort“? Bildungserlebnis, Zeiterfahrung, Wissenswelten und Social Media

Neue Ausstellungen

- 22 **Utz Anhalt**
Zyklus des Lebens oder narzisstische Nekrophilie? – Die „Körperwelten“ auf Tour
- 27 **Marie Luisa Allemeyer**
Vom Akademischen Museum zum Wissenschaftsmuseum: Das Göttinger Konzept zur Zukunft der akademischen Sammlungen
- 32 **Frank Peter Jäger**
Preußenmuseum ohne Preußen-Nostalgie
- 38 **Wichtige Ausstellungen**
- 40 **English Summaries**
- 42 **Autoren dieses Heftes; Impressum**

Zum Titelbild:

ab 21. November 2013
Biologie + Technik = Bionik
Das TECHNOSEUM präsentiert einen neuen Teil seiner Dauerausstellung. Weitere Informationen unter <http://www.technoseum.de>

Anzeige

Anette Rein



Das Museum als „Anders-Ort“? Bildungserlebnis, Zeiterfahrung, Wissenswelten und Social Media¹

„Wir [die Digital Natives] benutzen das Internet nicht, wir leben darin und damit. Darum sind wir anders. Das ist der entscheidende, aus unserer Sicht allerdings überraschende Unterschied: Wir ‚surfen‘ nicht im Internet und das Internet ist für uns kein ‚Ort‘ und kein ‚virtueller Raum‘. Für uns ist das Internet keine externe Erweiterung unserer Wirklichkeit, sondern ein Teil von ihr: eine unsichtbare, aber jederzeit präsente Schicht, die mit der körperlichen Umgebung verflochten ist.“² Piotr Czernski (2012)

„Wer überall ist, ist nirgendwo“³ Seneca (römischer Philosoph, gest. 65 n. Chr.)

Am diesjährigen Internationalen Museumstag unter dem Motto: „Vergangenheit erinnern – Zukunft gestalten: Museen machen mit!“⁴ besuchte ich in Berlin zunächst im Jüdischen Museum die Ausstellung „Die ganze Wahrheit ... was Sie schon immer über Juden wissen wollten“⁵ und danach im Museum für Kommunikation „Tempo Tempo! Im Wettlauf mit der Zeit“.⁶

Im Vorfeld hatte ich mich nicht über besondere Aktionen für diesen Tag informiert und erwartete auch nichts Außergewöhnliches. Bereits in der ersten Ausstellung fiel mir jedoch auf, daß zwei in einer Glasvitrine sitzende Frauen sich einge-

hend mit einem Mobiltelefon beschäftigten, wobei die Jüngere die Ältere in die Technik einwies. Wie ich im weiteren Verlauf erfuhr, handelte es sich dabei um Mutter und Tochter, die sich als Jüdinnen für zwei Stunden in die Vitrine setzten und den BesucherInnen für Fragen zur Verfügung standen.⁷ Solange ich an diesen Gesprächen teilnahm, spielte das „Handy“ weder bei den beiden Frauen noch im Publikum eine Rolle – wir unterhielten uns und konnten alles fragen, was uns interessierte. Umso überraschter war ich, als ich im Museum für Kommunikation eine Situation vorfand, die vom vielfältigen Einsatz von Mobiltelefonen oder Tablets beherrscht wurde. In einer Führung durch die Sonderausstellung „Tempo Tempo!“ teilte sich das Publikum augenscheinlich in zwei Gruppen: in diejenigen, die – so schien es mir – fast ununterbrochen ihre Mobiltelefone bedienten und andere, die ausschließlich der Führerin zuhören wollten.



Im Jüdischen Museum Berlin. Fotos: © Rein 2013



Tweetup im Museum für Kommunikation, Berlin

Unvorbereitet, wie ich war, blieb mir das folgende Geschehen zunächst unbegreiflich.⁸ Die Führerin gab eine kurze Erläuterung, unterbrach plötzlich ihren Redefluß und wartete, fragte dann, ob alle mit dem Twittern⁹ fertig wären und gab einige wenige Sätze von sich, bis sie erneut eine erhebliche Pause einlegte. Aufgrund meiner eigenen langjährigen Führungserfahrung¹⁰ irritierte mich diese Situation, da es unmöglich war, in konzentrierter Form etwas über die Ausstellung zu erfahren und sich möglicherweise noch aktiv in einem Gespräch miteinander darüber auszutauschen. Noch befremdlicher wog für mich zu erleben, daß eine direkte Kommunikation zwischen den anwesenden Menschen von der zu bedienenden Technik ständig unterbrochen wurde und die Twitternden sich intensiv mit unsichtbaren Dritten beschäftigten, die woanders und damit mir im Museum nicht zugänglich waren. Auch fühlte ich mich als Besucherin von den Twitternden beobachtet und hatte dabei keinen Einfluß auf die vermutlich auch über mich digital vermittelten Inhalte – sie blieben vor mir geheim. Wir waren dabei in dem Museum zufällig zusammengekommen, um eigentlich als Gruppe an einer Führung durch eine Museumsmitarbeiterin teilzunehmen. Alles ordnete sich jedoch der Mobiltelefonie und seinen/ihren BesitzerInnen unter. Diejenigen BesucherInnen, die kontinuierlich etwas über Objekte und Themen erzählt bekommen wollten, wunderten sich kopfschüttelnd darüber, was hier geschah. Unter ihnen wurden Stimmen laut, daß in dieser Kommunikationsstruktur die Ausstellung ungenügend vermittelt würde und sahen dabei auch alle Höflichkeitsformen gegenüber der Führerin und ihrem Engagement in den Momenten der Vermittlung verletzt. Für Außenstehende mangelte es an einer Wertschätzung der Präsentation, da sich der Redefluß der Dauer dem Versenden von Kurzbotschaften unterordnen mußte und die eigentliche Führung aus zu vielen Störmomenten bestand. Allgemein entstand der Eindruck eines ungenügenden Gefühls über eine eher verunsichernde und allgemein unkommunikative museale Vermittlungsaktion¹¹, zumal jene ausgerechnet in einer Ausstellung stattfand, die im Netz für sich mit den Worten warb: „Zugleich will die Ausstellung bewußt auf Entschleunigung setzen und lädt die Menschen dazu ein, die Zeit ‚für einen Moment zu vergessen‘“.¹²

Am Ende der Führung verschwand die Gruppe der MobiltelefonbesitzerInnen geschlossen in Richtung Cafeteria und es dämmerte mir, daß es sich um eine organisierte Aktion gehandelt haben mußte. Es handelte sich um ein „Tweetup“ anläßlich des Internationalen Museumstags.¹³

Dieses Tweetup war nur eine von vielen anderen Social Media-Aktionen (wie Blogparade¹⁴, Lokalpatrioten auf Pinterest-Aktion¹⁵, Facebook-Headerwechsel¹⁶) am Internationalen Museumstag 2013 (IMT13), die einerseits Museen an das Social Web heranführen und andererseits neue Zielgruppen für die Museen interessieren sollten.¹⁷ Das Netzwerk livekritik.de hatte 10 „Plätze“ für das Tweet-up im Museum für Kommunikation als Teil „eines überregionalen Gesamtkunstwerks“.¹⁸ Laut Sybille Greisinger, Kunsthistorikerin und Geschäftsführerin der Kulturkonsorten¹⁹, wurde dem IMT13 die Meldung „Trendic Topic“ auf Twitter am Aktionstag beschert, erhielt einen Klout-Wert von 63 (von 100 erreichbaren Punkten²⁰) und es konnten 217 000 Tweets bzw. 621 000 Retweets verzeichnet werden;²¹ darüber hinaus war der Tweetup vermutlich wegen der Aufmerksamkeit durch die Social Media sogar erstmals eine Meldung in der „Tagesschau“ wert.²² Ist diese zahlenmäßig imposante öffentliche Aufmerksamkeit nun als ein großer Erfolg für die Museen oder für die Social Media zu verbuchen?

Rückblickend scheint mir diese Führung, bezogen auf das Thema der Ausstellung, in der es um die Beschleunigung von Zeit und Multitasking ging („Always on“^{23,24}), eine exemplarische Inszenierung über zeitgenössische kommunikative Verhaltensformen und damit verbundenen Mißverständnissen bzw. Kommunikationsstörungen gewesen zu sein. Diese Mißverständnisse (bei allen Teilnehmern!) entstanden dadurch, daß nur ein Teil der Gruppe wußte, daß sie an einer Tweetup-Aktion²⁵ von insgesamt 20 deutschen Museen teilnahmen – während die anderen BesucherInnen nur zu den Themen und Objekten der Ausstellung geführt werden wollten.

Das Zusammentreffen von Objektwelt und digitaler Welt vollzieht sich in Museen auf unterschiedlichste Weise und bringt viele Veränderungen mit sich, die Auswirkungen auf die Institution Museum als traditionellen Bildungsort haben. Stellen wir uns also die Fragen: Sind herkömmliche Erwartungen an ein Museum als einen speziellen Ort der Bildung noch zeitgemäß? Haben sich seit der Gründung von Museen Kommunikationsstrukturen und Anforderungen an die „Museumsentempel“ in den letzten Jahrzehnten geändert? Und sollten sich Museen den virtuellen Welten resp. den Social Media übergeben? Welche Vor- und Nachteile lassen sich heute schon benennen und wie sind in etwa die daraus entstehende Folgen für einen (traditionellen) Bildungsort antizipierbar und noch steuerbar?

Museen sind Anders-Orte

Im vierten Grundsatz (von sechs) über Heterotopien (gr.: hetero=anders; topos=Ort) bezeichnet Michel Foucault neben Bibliotheken auch das Museum als einen „anderen Raum“. Dieser zeichnet sich demnach dadurch aus, daß er an „Zeitschnitte gebunden ist“, in denen „Menschen mit ihrer herkömmlichen Zeit brechen“.²⁶ In Museen sowie in Bibliotheken hört die Zeit nicht auf „sich auf den Gipfel ihrer selber zu stapeln und zu drängen ... Der Wille, an einem Ort alle Zeiten, alle Epochen, alle Formen, alle Geschmäcker einzuschließen, die Idee, einen Ort aller Zeiten zu installieren, der selber außer der Zeit und sicher vor ihrem Zahn sein soll“²⁷ – ist charakteristisch für das Museum und die Bibliothek als Heterotopien der abendländischen Kultur des 19. Jh. Mit Bezug auf Völkerkundemuseen ließe sich noch ergänzen, daß an diesem Ort eine Ansammlung von Objekten unterschiedlichster regionaler Herkunft und vielfältigster Materialien aufbewahrt wird, die in der alltäglichen Zeit an einem Ort außerhalb von Museen nie aufeinander treffen würden und die im 21. Jh. die Vielfalt des Welterbes repräsentieren sollen.

Als Gegenteil eines Ortes des Zeitbewahrens nennt Foucault das „Fest“ als Heterotopie des Flüchtigen.²⁸ In den Feriendörfern mit einer zeitlich begrenzten Nutzung erkennt er eine Verwandtschaft mit den Museen. Während die eine Einrichtung beispielsweise polynesisches Leben für Urlauber immersiv inszeniert, bietet das Museum „gespeichertes“ Wissen über die „Geschichte der Menschheit“²⁹ – in die man bei einem Museumsbesuch gleichermaßen eintauchen kann. Im Unterschied zu den Feriendörfern mit einem flüchtigen jedoch feststehenden Unterhaltungsprogramm geht es bei den Museen um den langfristigen Aufbau und die Anbindung verschiedener Zielgruppen an das Museum.

Hinsichtlich des Zeitschnitts möchte ich im Sinne Foucaults noch einen Schritt weiter gehen und die These aufstellen, daß ein Museum durch eine solche Eigenheit ein spezieller

Anders-Ort³⁰ für Bildungserlebnisse ist und als eigenverantwortlicher Wissensspeicher und -vermittler immer schon eigenen, nicht-alltäglichen Zeitrhythmen folgte – nicht nur bezogen auf die Zusammenstellung ihrer Sammlungen, sondern auch in dem öffentlichen Zeigen der Dinge. Regelmäßige, tägliche Öffnungszeiten mit einem Tag Ruhepause sind eine Erscheinung des 20. Jh. Hingegen konnten die Kunst- und Wunderkammern und auch die Museen im 19. Jh. nur nach Absprache bzw. nur mit persönlicher Einladung stundenweise besichtigt werden. Die aktuelle ICOM-Definition aus dem Jahr 2006 besagt: „Ein Museum ist eine gemeinnützige, auf Dauer angelegte, der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die zum Zwecke des Studiums, der Bildung und des Erlebens materielle und immaterielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt.“³¹

Auch wenn der Begriff des „kulturellen Gedächtnisses“ in dieser Definition nicht explizit verankert ist, so sieht die Anglistin und Kulturwissenschaftlerin Aleida Assmann einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen jenem und der „Bildung“ als einer Kulturbewegung des Bürgertums im 19. Jh. In Assmanns Perspektive bedeutet „Bildung ... nichts anderes ... als individuelle Teilhabe am kulturellen Gedächtnis bzw. individuelle Aneignung des kulturellen Gedächtnisses“³² – was letztendlich in der Gründung vieler Geschichts- und Heimatvereine, aber auch bis heute zur Entwicklung einer differenzierten Museumslandschaft führte. Laut Assmann ist das „Grundgesetz jeden Lebens das Vergessen. Erinnern ist demgegenüber immer unwahrscheinlich und bedarf bestimmter Anstrengungen und Medien ... In allen Kulturen wurden Versicherungssysteme erfunden gegen [die] Vorstellung eines schleichenden universalen Vergessens ... unterschiedliche Formen der Speicherung und Tradierung [wurden] für jenes Wissen erfunden ... das die jeweiligen Gesellschaften für die Ausprägung und den Fortbestand ihrer kulturellen Identität für unersetzlich hielten.“³³

Sowohl Rituale und Rezitationen in oralen Traditionen als auch Texte und Bilder etc. in Schriftkulturen dienten wahlweise als Speichermedien. Jedoch seien letztere laut Assmann die materiellen Überreste einer Gesellschaft, die sich auch in den Sammlungen eines Museums als Zeugnisse einer bestimmten Vergangenheit wiederfinden und als solche gelesen werden können – jedoch vollständig abgetrennt von dem lebendigen Gedächtnis der Gegenwart.³⁴ Assmann unterscheidet zwei Dimensionen des kulturellen Gedächtnisses: das Speichergedächtnis (im Sinne von schierem Aufheben, Konservieren und Katalogisieren³⁵) und das Funktionsgedächtnis. Dies ist charakterisiert durch „Auswahl, Verengung und Wertzuschreibung, Aneignung und Rückvermittlung an individuelle Gedächtnisse durch Institutionen der Kanonisierung, Erziehung und Bildung sowie öffentlicher Inszenierung von Kultur ... mit einem Anspruch auf immer neue Aufführung, Ausstellung, Lektüre, Deutung, Auseinandersetzung.“³⁶ Die beiden Dimensionen von Gedächtnis sind eng aufeinander bezogen und bilden laut Assmann die Struktur des kulturellen Gedächtnisses, das aus einem Spannungsverhältnis von Erinnertem und Vergessenem, Bewußtem und Unbewußtem, Manifestem und Latentem besteht – was auch die Wandlungsfähigkeit und Fragilität ausmacht.³⁷ Es ist ein ständiger Prozeß des Aushandelns auf der Ebene des Funktionsgedächtnisses zwischen den Beteiligten – denn nichts steht ein für allemal als das einzig Richtige unumstritten fest.

Die Verbreitung moderner Massenmedien, zu denen sowohl gedruckte (Zeitungen, Plakate, Flugblätter), elektronische (Rundfunk, Fernsehen) sowie seit den 90er Jahren vor allem webbasierte Internetdienste mit einer dadurch fortschreitenden Demokratisierung von Wissen zählen, haben dazu geführt, daß „immer weniger vertikal von oben verordnet und immer mehr auf horizontaler Basis zwischen unterschiedlichen“³⁸ individuellen und kollektiv agierenden Akteuren verabredet wird. „Verabredungen sind [nun] weniger langfristig angelegt und vor allem sind sie nie der Diskussion und Kritik entzogen“.³⁹

Das westliche Konzept von Bildung, ursprünglich ein Inbegriff der Printkultur („Buchzeitalter“⁴⁰), verbunden mit einer elitären sog. Hochkultur, muß sich erweitern und als Kulturtechnik einen neuen Standard entwickeln. Dieser sollte die Menschen befähigen, aus der auf sie einstürmenden Bilder- und Informationsflut (Medienzeitalter) aktiv auszuwählen – um sich jener nicht hilflos ausgeliefert zu erleben.

Einen verbindlichen Bildungskanon gibt es nicht mehr – die hegemoniale Rolle von Bildung (=Leitkultur) hat sich aufgelöst zugunsten von nebeneinander bestehenden Teilkulturen und Teilwissen.⁴¹ Bildung gestaltet sich nach Assmann in Zukunft einerseits individueller. Andererseits wird es verstärkter Text-, Gedächtnis- und Kommunikationsgemeinschaften (Heritage Communities s.u.) geben, die auf der Basis eines gemeinsamen Wissens und durch den Austausch ästhetischer Erfahrungen miteinander kommunizieren, Erlebnis und Erkenntnis zusammenfließen lassen, verbunden mit einer gegenseitigen Bestärkung ihrer geistigen Unabhängigkeit.⁴²

Die knappe und richtungsweisende Feststellung „Zukunft braucht Herkunft“⁴³ des Philosophen Odo Marquard wurde von Assmann um die Bildung ergänzt, deren Zukunft von der Vergangenheit nicht zu trennen sei.⁴⁴ Hierbei spielen die Museen mit ihren vielfältigen Sammlungen historischer und zeitgenössischer Objekte eine herausragende Rolle. Ein nachhaltiges Interesse an einem musealen Wissens-Erbe kann durch eine bildungsbiographisch wichtige Schlüssel-erfahrung⁴⁵, nämlich ein Bildungserlebnis, ausgelöst werden und lebenslang weiter lernmotivierend wirken. Bildungserlebnisse sind nicht plan- oder organisierbar. Ebensovienig wie Glückserlebnisse sind jene nicht vorhersehbar, sondern treten oft unverhofft ein. Sie überfallen eine Person im wahren Sinne des Wortes. Diese fühlt sich dann erfüllt von der Intensität des Erlebens und der Erkenntnis, verbunden mit dem gleichzeitigen Wissen um die zukünftige Erinnerung an den sozialen Moment der Weitergabe.⁴⁶

Nach dem Erziehungswissenschaftler Christian Rittelmeyer sind solche Schlüssel-erlebnisse ausschlaggebend für das Weiterverfolgen eines einmal geweckten Interesses am Lernen und Sichweiterbilden. Laut Rittelmeyer geht es beim „Bildungsbegriff nicht eigentlich um einen Begriff“⁴⁷ ... sondern um die Benennung eines komplexen kognitiven wie emotionalen, ethischen und auch leiblichen Orientierungsmusters⁴⁸ von großer Vieldeutigkeit, das idealerweise zu einem bewegenden und immerwährend dynamisch sich fortentwickelnden Motiv in der eigenen Lebenspraxis wird. „Bildungsfragen sind immer auch Fragen an das eigene Willensleben, an die eigene Bereitschaft zur tätigen Gestaltung der eigenen Biographie“.⁴⁹

Es ist die große Herausforderung für Museen, den BesucherInnen möglichst viele Momente der Weitergabe unterschiedlichster Inhalte vor dem Hintergrund der Sammlungen mit dem Ziel anzubieten, Bildungserlebnisse von nachhaltiger Wirkung auszulösen. Traditionelle Formen der Vermittlung waren frontale face-to-face Methoden, die sich seit den 70er Jahren immer interaktiver unter Einbeziehung aller Sinne und dem aktiven eigenen Ausprobieren bereits in den Angeboten in situ veränderten (z.B. durch hands-on Methoden, Einsatz von Bildschirmen, Zugang zum Internet). Bis heute gelten immer noch vier Typen des Lernens, wobei durch das Hören etwa 20%, durch das Sehen 30%, durch Sehen und Hören 50%, durch Sehen, Hören und Diskutieren 70% und nur durch Sehen, Hören, Diskutieren und Selbsterfahrung 90% von angebotenen Informationen auch später noch erinnert werden.⁵⁰

Das Wissen um diese Lerntypen fließt auch in den Umgang mit den digitalen Medien ein. Besonders seitdem das Web 2.0 (seit 2005) am Netz ist, können sich Interessierte aktiv am Museumsgeschehen beteiligen. Die digitale Erfassung und Veröffentlichung der Sammlungsbestände ermöglichen weltweit virtuellen (und damit eingeschränkten) Zugriff auf die Objekte. Die NutzerInnen können nicht nur Sammlungen eigenständig studieren, Kommentare zu einzelnen Objekten abgeben, sondern sich auch bei Bedarf digitale Wander-Ausstellungen zusammenstellen. Mitglieder aus sog. Source Communities, Nachkommen von ProduzentInnen historischer Objekte in ethnographischen Museums-sammlungen, können sich nun über die Objekte ihrer Ahnen informieren, andere Geschichten und Interpretationen einstellen, um dadurch zu einer Vielstimmigkeit und neuer Kontextualisierung beitragen.

Die digitale Kommunikation der Museen über ihre Webseiten ermöglicht eine größere Transparenz über die Institutionen und ihre spezifischen Angebote; Gästebücher sammeln Anregungen; Projekte und Veranstaltungen⁵¹ können kostengünstig zeitnah weitreichend beworben werden und mittels crowdfunding werden Gelder eingeworben.⁵²

Im Unterschied zu den vorher erwähnten Feriendörfern geht es gegenwärtig bei Museen neben lokal erreichbaren Zielgruppen um den langfristigen Aufbau von Heritage Communities, die sich laut der Konvention von Faro (Europarat 2005⁵³) mit dem musealen kulturellen Erbe kontinuierlich identifizieren sollen sowie an dessen Deutungshoheit teilhaben und damit an der Schaffung eines „kulturellen Mehrwertes“⁵⁴ beteiligt sein wollen. Eine Heritage Community „ist nicht mehr und nicht weniger als eine Gemeinschaft von Menschen, die sich einem bestimmten Kulturerbe zugehörig fühlt, das sie erhalten und übermitteln möchten ... [und] ist nicht durch den Ort oder den Staat, an bzw. in dem sich das Erbe befindet, definiert ... Die Erben sind ungleich, ob Experten oder Laien, Bewohner oder Besucher, Autoren oder Leser, Kenner oder Bewunderer. Keiner von ihnen hat uneingeschränkte Deutungshoheit. Die Erbgemeinschaft ist heterogen, sicher in vielem uneinig, aber doch zusammengehalten durch die Auseinandersetzung mit dem Werk, um das sie sich aufbaut.“⁵⁵ Es wird behauptet: Ohne Zugangsbegrenzung ist sie offen in Zeit und Raum und im Unterschied zu anderen Erbfällen wird der Anteil am Erbe, einer Aneignung im Geiste ohne Eigentumsrechte, durch die Erweiterung der Erbgemeinschaft eher bereichert denn geschmälert.

Der Einsatz von Social Media bietet hier viele Möglichkeiten, aber auch Gefahren hinsichtlich einer konzentrierten Vermittlung von Bildungserlebnissen und der bewußten Gestaltung musealer Wissenswelten. Der Wirtschaftsjournalist Nicholas Carr stellte fest: „Viele Studien haben ... gezeigt, daß es unsere kognitive Belastung bereits substantiell erhöhen kann, wenn man zwischen lediglich zwei Aufgaben wechselt. Unser Denken wird behindert, und die Wahrscheinlichkeit steigt, daß wir wichtige Informationen übersehen und falsch interpretieren.“⁵⁸

Carr bezeichnet das Internet als „vom Wesen her ein Unterbrechungssystem, eine Maschine zur Ablenkung und Minderung der Aufmerksamkeit“⁵⁹ ... Jedesmal, wenn sich unsere Aufmerksamkeit auf etwas anderes richtet, muß sich unser Gehirn neu orientieren und greift auf unsere geistigen Ressourcen zurück ... Das Gehirn braucht Zeit, um sich auf ein neues Ziel einzustellen, sich an die Regeln zu erinnern, die diese neue Aufgabe erfordert, und die kognitiven Interferenzen der vorherigen, immer noch nachwirkenden Aktivität auszublenden⁶⁰... Was entscheidet darüber, woran wir uns erinnern und was wir vergessen? Das Schlüsselwort im Zusammenhang mit der Erinnerungskonsolidierung ist Aufmerksamkeit. Bestimmte Erinnerungen speichern und, was ebenso wichtig ist, Verbindungen zwischen ihnen herstellen, erfordert eine starke Konzentration, die durch Wiederholung oder intensive intellektuell-emotionale Hingabe unterstützt werden kann. Je größer die Aufmerksamkeit, desto klarer die Erinnerung.“⁶¹

Diese Aussagen bestätigen meine Erfahrungen während der Tweetup Aktion zum IMT13 – leider wurden nur Klicks gezählt und nicht Langzeit-Erinnerungen der Twitterer an die Ausstellung selbst.⁶²

Zukünftig wird es die Aufgabe von Museen sein, ihr Potential des Rahmenschaffens für mögliche Bildungserlebnisse auszuschöpfen und bewußt zu gestalten.⁶³ Die sich derzeit einschleichende unbewußte Übergabe an sich immer mehr beschleunigende globale Zeit- und Handlungsstrukturen der Postmoderne muß von Museen beendet werden.⁶⁴ Als konzeptionelle Anders-Orte sollten Museen – nach einer gründlichen Analyse der Medien! – Räume und Zeiten für konzentrierte Wissensvermittlung zur Verfügung stellen, um die „Museum Communities“ auf die Herausforderungen und den bewußten Umgang mit den Social Media vorzubereiten und zu schulen.⁶⁵ Die Weiterentwicklung der digitalen Medien bietet allen Beteiligten bereits jetzt schon viele Möglichkeiten einer kontrollierten und auch unterhaltsamen Wissensvermittlung. Durch die Erweiterung von Ausstellungen auf dem Display eines mobilen Geräts kann beispielsweise über Videobilder der realen Umgebung in Echtzeit eine Ebene mit Zusatzinformationen gelegt werden (Augmented Reality [AR]⁶⁶). Durch eine Kombination von virtuellen Welten mit AR, wie am Beispiel einer Steinzeitreise auf der Internationalen Szenografie Biennale 2013⁶⁷ erstmalig vorgeführt, kann mittels einer Video-Brille die digitale Rekonstruktion eines UNESCO-Weltkulturerbes zu einem Echt-Zeit-Erlebnis (3D-Zeitreise) mit zusätzlichen Informationen (AR) zu einer virtuellen Lernumgebung gestaltet werden.⁶⁸ Es bleibt als Herausforderung die sinnlich erfahrbare Zusammenführung von realer und virtueller Welt. Gleichfalls müssen die Aspekte einer Agency⁶⁹ der Museumsdinge (sowie der Video-Brille) in ihren Auswirkungen auf die Wahrnehmungen der BesucherInnen einer weiteren Betrachtung überlassen bleiben.

Vor dem Hintergrund ihrer Sammlungen steht den Museen ein unendlich vielfältiger Pool an materiellen und immateriellen Zeugnissen der Menschheitsgeschichte und -gegenwart zur Verfügung, mit Hilfe derer sie gestaltete Angebote mit lebenslang inspirierenden Bildungserlebnisse schaffen. Jene sollten die Heritage Communities befähigen, mit den Herausforderungen auch der virtuellen Welten bewußt umzugehen.⁷⁰

Literatur

- Assmann, Aleida. Das Kulturelle Gedächtnis an der Milleniumsschwelle. Krise und Zukunft der Bildung. Konstanzer Universitätschriften. Konstanz 2004
- Carr, Nicholas. Surfen im Seichten. Was das Internet mit unserem Hirn anstellt. München 2012
- Costanza, Christina. „Zeiterfahrung und Zeitgestaltung im Social Web. Beschleunigung oder Slow Media?“ In: Deutsches Pfarrerrblatt. Heft 7/2013 http://www.pfarrerverband.de/pfarrerrblatt/dpb_print.php?id=3409 (Zugriff am 23.10.2013)
- Czerski, Piotr. Wir, die Netz-Kinder. In: Zeit-Online, 23.03.2012 <http://www.zeit.de/digital/internet/2012-02/wir-die-netz-kinder/komplettansicht> (Zugriff am 23.10.2013).
- Dolff-Bonekämper, Gabi: National – regional – global? Alte und neue Modelle gesellschaftlicher Erbe- und Identitätskonstruktion. In: Acta Historiae Artium, Tomus 49, 2008, S. 235-241
- Dolff-Bonekämper, Gabi: Memorable Moments – Chosen Cultural Affiliations. In: Blaive, Muriel (u.a. Hg.): Clashes in European Memory. The Case of Communist Repression and the Holocaust. Innsbruck u.a.O. 2011, S. 143-153
- Dolff-Bonekämper, Gabi: The social and spatial frameworks of heritage – What`s new in the Faro Convention?“ In: Council of Europe Publishing (Hg.): Heritage and Beyond. Strasbourg 2009, S. 69-74
- Foucault, Michel: Andere Räume. In: Barck, Karlheinz (u.a. Hg.): Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik. Leipzig 1990, S. 34-46
- Gottwals, Gernot: Die Fliegenmaske aus Angola geht online. In: Frankfurter Neue Presse, 9.6.2013. <http://www.fnp.de/nachrichten/kultur/Die-Fliegenmaske-aus-Angola-geht-online;art679,557803> (Zugriff am 2.11.2013)
- Greisinger, Sybille: Legendär! Die 13. Mai-Tagung. Bonn 23./24. 5. 2013. In: Museum heute 44. 2013a, S. 76-80
- Greisinger, Sybille: #IMT 13. Der Internationale Museumstag 2013 in den Sozialen Medien. In: Museum heute 44, 2013b, S. 87-90
- Harrison, Rodney; Sarah Byrne, Anne Clark (Hg): Reassembling the Collection. Ethnographic Museums and Indigenous Agency. Santa Fe 2013
- Marquard, Odo: Zukunft braucht Herkunft. Philosophische Essays. Ditzingen 2003.
- Rein, Anette: Fremd gehen – anders sehen. Museum der Weltkulturen. Ethnologie zwischen Schule, Universität und Museum. In: Kraus, Michael; Mark Münzel, Mark (Hg.): Museum und Universität in der Ethnologie. Marburg: Curupira Workshop 2003, S. 155-172
- Rein, Anette: What is a museum – a collection of objects or a network of social relationships? In: MUSEUM AKTUELL 174/2010, S. 45-52. <http://www.bundesverband-ethnologie.de/kunde/assoc/15/pdfs/Rein-2010-What-is-a-museum...0001.PDF> (Zugriff am 4.11.2013)
- Rein, Anette: COMPETENCE IN ODGOVORNOSTI ETNOGRAFSKIH MUZEJEV KOT GLOBALNIH AKTERJEV – Competences and responsibilities of ethnographic museums as global actor. In: Ethnolog 22/2012, S. 193-213. <http://www.bundesverband-ethnologie.de/kunde/assoc/15/pdfs/REIN-2012-Competences-and-Responsibilities.pdf> (Zugriff am 4.11.2013). Gekürzt erschienen auch in ExpoTime!, March 2013 <http://www.bundesverband-ethnologie.de/kunde/assoc/15/pdfs/Rein-2013-Compe->

[tences-and-responsibilities.pdf](#)

- Rein, Anette: Three seconds and the instant experience of Presence! Presenting contemporary issues and aspects of participation in museums. In: MUSEUM AKTUELL (im Druck), 2013/14
- Rittelmeyer, Christian: Schule – Lehranstalt oder Bildungslandschaft? Vortrag in der Gesellschaft für Bildung und Wissen. 2. 4. 2012 <http://bildung-wissen.eu/fachbeitraege/schule-lehranstalt-oder-bildungslandschaft.html> (Zugriff am 1.11.2013)
- Rittelmeyer, Christian: Bildung. Ein pädagogischer Grundbegriff. Stuttgart 2012
- Urchs, Ossi; Tim Cole: Digitale Aufklärung. Warum uns das Internet klüger macht. München 2013

Anmerkungen

- 1 Dieser Beitrag ist die Kurzfassung des Artikels (im Druck): O museu como „outro local“? Experiências educativas (Bildungserlebnisse), a experiência do tempo, mundos de conhecimento e mídias sociais. In: ECUS Cadernos de Pesquisa. Mundo Virtual – Farsa e Distanciamento. Salvador 2013
- 2 Czerski 2012 (Hinzufügung durch die Autorin)
- 3 Zitiert nach Carr 2013, S. 223
- 4 „Der Internationale Museumstag wird vom Internationalen Museumsrat ICOM seit 1978 jährlich um den 18. Mai ausgerufen. Seit 1992 wird der Internationale Museumstag von einem jährlich wechselnden Motto begleitet. Der Internationale Museumstag möchte auf das breite Spektrum der Museumsarbeit und die thematische Vielfalt der Museen in aller Welt aufmerksam machen.“ <http://www.icom-deutschland.de/schwerpunkte-internationaler-museumstag.php> (Zugriff am 26.10.2013). 2013 machten 35 000 Museen aus 143 Ländern und 5 Kontinenten mit. Traditioneller Weise wird der Museumstag um den 18. Mai gefeiert und kann von einem Tag bis zu einer Woche mit speziellen Angeboten für die Museen werben. <http://network.icom.museum/international-museum-day> (Zugriff am 26.10.2013); 2012 nahmen 1600 Häuser allein in Deutschland teil. http://www.icom-deutschland.de/client/media/493/pm_maerz_internationaler_museumstag_2013_final.pdf (Zugriff am 26.10.2013)
- 5 Laufzeit 22.3.-1.9.2013. <http://www.jmberlin.de/main/DE/01-Ausstellungen/02-Sonderausstellungen/2013/ganze-wahrheit.php> (Zugriff am 27.10.2013)
- 6 Laufzeit 12.4.-1.9.2013 <http://www.mfk-berlin.de/tempo-tempo-im-wettlauf-mit-der-zeit/> (Zugriff am 27.10.2013)
- 7 Für weitere Informationen zur Glasvitrine s. Rein (2013/14 im Druck)
- 8 Unverhofft war ich zu einer „neugierige[n] Mitläuferin ohne Smartphone“ bzw. ein Mitglied der „Holzklasse“ geworden, wie diejenigen Menschen von den Kulturkonsorten bezeichnet werden, die mit Stift und Block ein Museum besuchen um hinterher darüber zu schreiben. <http://kulturkonsorten.de/formate/tweetup> (Zugriff am 29.10.2013)
- 9 „Per Twitter ist es möglich, Nachrichten von maximal 140 Zeichen Länge vom PC oder unterwegs per [Mobiltelefon] abzusetzen, die zunächst einmal auf der Website <http://www.twitter.com> dargestellt werden. „Unter den vielen Millionen Tweets, die innerhalb einer Stunde dort ankommen, sucht man sich diejenigen Twitterautoren aus, denen man „folgen“ möchte und wird damit zum „follower“. Ich sehe nur die Texte von denjenigen Menschen, denen ich ‚followme‘ (auf Neudeutsch).“ Laut Urchs/Cole (2013:14f) bestehen etwa 99% der Tweets aus inhaltlichem „Mist“ – aber für die 1% gehaltvollen Tweets würde es sich lohnen, weiter mitzumachen.
- 10 1977-1985 im Museum für Völkerkunde in Berlin; 2000-2008 im Museum der Weltkulturen in Frankfurt/M.
- 11 Dieses ungute Gefühl wurde mir auch von einer Kunsthistorikerin bestätigt, die sehr anschaulich beschrieb, daß eine Tweetup-Führung problematisch sei. Normalerweise würde sich eine Führung im Wechselspiel mit der aufmerksamen Beobachtung der Zuhörerinnen gestalten: Während der Füh-

- rung nehme man Körperhaltung, Gestik und Mimik der Besucherinnen wahr und beobachte, wie die TeilnehmerInnen auf die Vermittlung vor den Kunstwerken reagieren. Bei einem Tweetup jedoch schauten die twitternden Personen nicht die Führerin an, sondern ihre Mobiltelefone oder Tablets, so daß eine unmittelbare Einschätzung der Publikumsreaktionen unterbleiben muß. Was die Führung noch anstrengend mache, sei die Selbstkontrolle mit Unterbrechung des individuellen Redeflusses, die deshalb notwendig sei, weil die Twitterer ihren Medien zuviel Aufmerksamkeit schenken. Das sei eine Erfahrung, die man kenne, wenn man bei einer Führung mit einem Fremdsprachenübersetzer einer unbekannteren Sprache zusammenarbeite. Auch hier würde der Gedankenfluß unterbrochen. In beiden Situationen könnten lediglich überschaubare, kurze Gedankensplitter dargeboten werden. Nur wenn das Tweetup in einem allgemeinen Get-Together ende und die Kommunikation der TeilnehmerInnen untereinander mit Einbezug der Kunstvermittlerin fortgeführt werde, könne dieses „andere“ Format einer Führung als intensiv und bereichernd für alle wahrgenommen werden. Ich danke Heike Komnick für diese meine Wahrnehmung ergänzende Perspektive (mündl. Mitteilung 29.10.2013).
 Vgl. <http://www.pinterest.com/pin/345088390167830636/> (Zugriff am 11.11.2013)
- 12 <http://www.kultur-bildet.de/artikel/ausstellung-tempo-tempo-im-wettlauf-mit-der-zeit> (Zugriff am 26.10.2013)
- 13 VCgl. die Pressemeldung von ICOM (3.5.2013) http://www.museumstag.de/fileadmin/inhalt/2013/PM_Mai_Tweet_up_IMT_2013.pdf (Zugriff am 26.10.2013)
- 14 #IMT13Blogparade ist eine Veranstaltung, an der verschiedene Blogs teilnehmen können. Am IMT 2013 stellte das Netzwerk Kulturkonsorten allen Museen einen Projektblog zur Veröffentlichung eines Beitrags zur Verfügung. Greisinger 2013b, S. 90
- 15 Lokal-patrioten-Aktion auf Pinterest Online-Pinwand <http://www.pinterest.com/imt13/lokalpatrioten/> (Zugriff am 29.10.2013). <http://www.pinterest.com/imt13/imt13-tweetup-am-12mai/> (Zugriff am 11. 11. 2013) <http://timel-ne.de/blog/2013/05/16/bundesweiter-tweetup-zum-imt13-wir-waren-dabei/> (Zugriff am 11. 11. 2013)
- 16 Facebook-Headerwechsel: Wechsel des Kopfbildes
- 17 Greisinger 2013b, S. 87
- 18 Vgl. <http://www.livekritik.de/blog/imt13-tweetup-zum-internationalen-museumstag/> (Zugriff am 8. 10. 2013)
- 19 Die Kulturkonsorten, ein Netzwerk für Kunst, Kultur, Wissenschaft und Kommunikation im digitalen Raum, haben 2011 das Format Tweetup aus den USA in den deutschen Museumsraum eingeführt (Greisinger 2013a, S. 77).
- 20 Der Klout-Wert (Klout=Social Impact) wird von Facebook und Twitter gemessen und gibt einen Anhaltspunkt über die Relevanz der Social Media-Aktivitäten (Greisinger 2013b, S. 88). Ebd., S. 90
- 21 Anja Schaluschke (mündl. Mitteilungen 8. u. 30.10.2013)
- 22 Titel eines Ausstellungsmoduls
- 24 http://www.museumstag.de/fileadmin/inhalt/2013/PM_Mai_Tweet_up_IMT_2013.pdf (Zugriff am 27.10.2013)
- 25 „Ein Tweetup ist eine Veranstaltung, zu der sich Menschen, über den Microbloggingdienst Twitter verabreden – und von der natürlich getwittert wird. Die Events dauern in der Regel ein bis zwei Stunden und erfolgen in Absprache mit der beherbergenden Institution. Kennzeichen ist ein gemeinsames Schlagwort („Hashtag“) wie z.B. #kukon, über das die zum Event gehörenden Tweets aus der Twittermasse herausgefiltert werden können.“ <http://kulturkonsorten.de/formate/tweetup> (Zugriff am 29.10.2013). Laut dem Leiter des Instituts für neue Medien, Michael Klein, ist ein Tweetup mit einem digitalen Lagerfeuer vergleichbar, an dem man sich spontan versammelt, um sich einfach strukturierte „Geschichten“ zum Weitergeben zu erzählen (mündl. Mitteilung v. 28.10.13).
- 26 Foucault 1990, S. 43
- 27 Ebd., S. 43
- 28 Ebd., S. 44
- 29 Ebd.
- 30 Den Begriff „Anders-Ort“ entnahm ich dem Artikel von Christina Costanza 2013, o.S.
- 31 <http://www.icom-deutschland.de/schwerpunkte-museumsdefinition.php> (Zugriff am 30.10.13). Hervorhebung durch die Autorin.
- 32 Assmann 2004, S. 6
- 33 Ebd., S.23-24
- 34 Ebd., S. 24
- 35 Ebd.
- 36 Ebd., S. 24-25
- 37 Ebd., S. 27
- 38 Ebd., S. 27-28. Hinzufügung von der Autorin. „Die elektronische Revolution erreicht ihren Höhepunkt in dem Moment, da der Computer – Desktop, Laptop, Notebook – zu unserem ständigen Begleiter und das Internet zu unserem bevorzugten Medium für die Speicherung, Verarbeitung und Weitergabe von Informationen wird“. Carr 2012, S. 128
- 39 Assmann 2004, S. 28
- 40 Ebd., S. 30
- 41 Ebd., S. 33
- 42 Ebd., S. 32-33
- 43 Marquard 2003
- 44 Assmann 2004, S. 34
- 45 Rittelmeyer 2012
- 46 Dolff-Bonekämper 2011
- 47 Der deutsche Begriff Bildung läßt sich wegen seiner Vieldeutigkeit nicht in andere Sprachen übersetzen und wird deshalb meist übernommen. Rittelmeyer 2012, S. 13
- 48 Ebd., S.8
- 49 Ebd., S. 85. Hervorhebung im Original.
- 50 <http://www.philognosie.net/index.php/article/articleview/163/> (Zugriff am 3.11.2013)
- 51 Ohne weiter auf den Einsatz der verschiedenen Social Media-Angebote und Vernetzungen der Museen mit den damit verbundenen Möglichkeiten einzugehen, ist an dieser Stelle festzuhalten, daß die meisten Museen bisher über kein ausreichend geschultes Personal verfügen, das den ständigen Anforderungen einer qualitativ hochstehenden Betreuung der Web 2.0-Angebote nachkommen könnte.
- 52 Das historische museum frankfurt sammelt zur Finanzierung des Ausstellungsprojekts „Stadtlabor unterwegs in den Wallanlagen“. Weitere Informationen dazu unter: <http://www.startnext.de/stadtlabor>
- 53 <http://conventions.coe.int/Treaty/EN/Treaties/Html/199.htm> (Zugriff am 25.10.2013). Artikel 2b: „a heritage community consists of people who value specific aspects of cultural heritage which they wish, within the framework of public action, to sustain and transmit to future generations.“
- 54 Dolff-Bonekämper 2008, S.236
- 55 Ebd., S. 239. Siehe auch Rein 2010
- 56 Ebd., S. 239. Konvention, Artikel 4a: „everyone, alone or collectively, has the right to benefit from the cultural heritage and to contribute towards its enrichment“.
- 57 Traditionellerweise ist die Institution Museum „top down“ hierarchisch organisiert und ein/e DirektorIn ist nominell für alles verantwortlich, was in dem jeweiligen Haus geschieht und was veröffentlicht werden soll. Die Einbindung von Social Media in eine solche „top-down“-Struktur birgt ein revolutionäres Potential, da jene nur nach einer „bottom-up“ Struktur funktionieren und jede/r mitmachen und mitbestimmen darf. Carr 2013, S. 210
- 58 Ebd., S. 208
- 60 Ebd., S. 210
- 61 Ebd., S. 302
- 62 Greisinger (eMail v. 6.11.2013)
- 63 Vgl. Rein 2012. Ein aktuelles Beispiel für eine gelungene Ausstellung mit vielen konkreten Bildungsangeboten s. u. <http://www.lindenmuseum.de/sehen/mediathek/inka-koenige-der-anden/> (Zugriff am 10.11.2013)
- 64 Bezogen auf die Beschleunigung durch die ununterbrochene Nutzung der Social Media stellt die Slow Media Movement seit ca. 2002 eine Gegenbewegung dar. Seit 2009 erfährt diese Bewegung, die bis hin zur bewußten Abstinenz von digitalen Medien führen kann, eine größere Beachtung in der Öffent-

- lichkeit (Costanza 2013).
- 65 Vergleichbare Programme sind im Nürnberger Museum für Kommunikation in Vorbereitung. Marion Grether (mündl. Mitteilung 29.10.2013)
- 66 <http://blog.culture-to-go.com/mediathek/augmented-reality-im-museum/> (Zugriff am 5.11.2013)
- 67 <http://www.sceno-biennale.com/index.php?id=3381> (Zugriff am 10.11.2013)
- 68 Das interdisziplinäre Projekt „Steinzeitreise“ der fünf Masterstudenten Esther Bartkowski, Sophia Ludwigs, Jürgen Otterbach, Jonathan Regler und Marco Wassmer des Fachbereichs Architektur und Gestaltung der HTWG Konstanz ist eine virtuelle 3D-Zeitreise in längst vergangene Welten der Pfahlbauten am Bodensee. Weitere Informationen auch unter: steinzeitreise@web.de
- 69 Harrison (et al) 2013
- 70 Für Anregungen danke ich Leonardo Boccia, Gabi Dolff-Bonekämper, Heinz Felber, Sybille Greisinger, Marion Grether, Mathias Gutmann, Céline Kruska, Verena Metz-Mangold, Christian Rittelmeyer, Anja Schaluschke, Reiner Zapf.



absolute®

Absolute – der Spezialist für Museumsausstattung und Ausstellungszubehör.

- Absperrungen und Personenleitsysteme
- Schilder und Informationssysteme
- Aufhängungen und Bilderschienen
- Sonderanfertigungen

Gerne unterstützen wir Sie bei Ihren Projekten.

Kontakt: Anke Lieb

Tel : +49 (0) 4346 929082

Email: anke@absoluteproduct.com

www.absoluteproduct.com

Besuchen Sie uns auf der **EXPONATEC COLOGNE**
20. - 22. November 2013 Stand C030

ARCHIBALD

REGALANLAGE

Archivierungssysteme
Bibliothekaregale
Archivregale
Legeregale
Depotregale für Museen



Sonderanfertigungen sind bei uns Standard

Jedes Projekt ist eine Sonderanfertigung, eine punktgenaue Applikation dessen, was der Auftraggeber erwartet – flexibel wie es der Markt verlangt.



www.archibald-regalanlagen.de