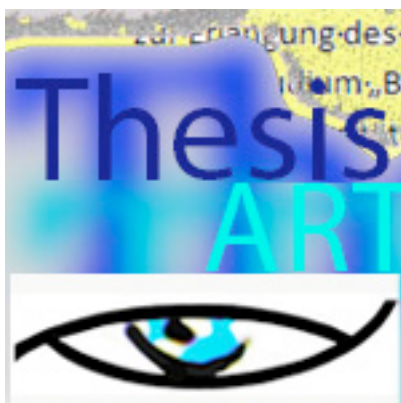


16



Wiss. Hausarbeiten/Abschlussarbeiten

auf

www.fabrico-verlag.com

Herausgeber /Editor:

Manfred Blohm (blohm at uni-flensburg.de)



fabrico
]kunst
medien
pädagogik[

Auf der Web-Seite <http://fabrico-verlag.com/thesis> erscheinen in unregelmäßigen Zeitabständen für interessierte Leser*innen kostenfrei Hausarbeiten, BA-Thesis, MA-Thesis, Diplomarbeiten und Examensarbeiten aus den Bereichen Kunst/Visuelle Kommunikation / Kunstpädagogik / Kunstdidaktik, geschrieben an unterschiedlichen europäischen Hochschulen.

Die Vision ist, dass diese Sammlung allmählich wächst, so dass ein großes Spektrum der Vielfalt dessen, was an europäischen Hochschulen geschrieben wird (und leider meist unsichtbar bleibt) anderen als Denkanstöße dienen kann. So kann hier vielleicht allmählich eine Vielfalt des Denkens im Feld Kunst / Visuelle Kommunikation / Kunstpädagogik / Kunstdidaktik sichtbar werden, das die bestehenden Publikationsformate erweitert.

Die Rechte für die hier erscheinenden Texte verbleiben bei den Autorinnen und Autoren.

Die Klärungen, Kennzeichnungen und ggf. Einholung der Bildrechte liegen bei den Autorinnen und Autoren. Für die Abbildungen und die damit verbundenen Rechte sind ausschließlich die Autorinnen und Autoren verantwortlich. Der Herausgeber der Reihe übernimmt dafür keinerlei Haftung. Diese liegt mit der Freigabe der Texte im Einvernehmen zwischen Herausgeber und Autor/innen ausschließlich bei den Autor/innen.

Es gilt darüber hinaus der Disclaimer auf der Seite <http://fabrico-verlag.com/impressum>

Die Provinz im World Wide Web

Überlegungen zur Repräsentation von ländlichen Museen
im Internet

Europa-Universität Flensburg
Master Kultur-Sprache-Medien

KSM

Prof. Dr. Manfred Blohm

Sommersemester 2014

Anna Katharina Bischoff

Fachsemester: 2

Matrikel: 543053

Flensburg, 28.08.2014

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	2
2. Das Museum im 21. Jahrhundert	3
3. Online-Auftritte	6
a. Richard-Haizmann-Museum	6
b. Burton Art Gallery & Museum	9
c. Museo Joaquín Peinado	11
4. Vergleiche	12
a. Richard-Haizmann-Museum & Burton Art Gallery & Museum	13
b. Burton Art Gallery & Museum und Museo Joaquín Peinado	14
c. Richard-Haizmann-Museum und Museo Joaquín Peinado	16
5. Analyse	17
6. Fazit	20
Quellen	21
Anhang	23

1. Einleitung

Das Museum ist seit langem ein fester Bestandteil der europäischen Kulturen. Zuerst für die Oberschicht geschaffen, wurde es schon bald ein Anlaufpunkt für die breite Masse. Ein Ort der Künste und der Bildung, besitzt es seit jeher eine eigene Anziehungskraft.

Im Laufe der letzten zwanzig Jahre ist die – westliche – Welt mit der Erschaffung des Internets und der Globalisierung zusammengedrückt. Das Wissen, welches sich im Netz finden lässt, übersteigt bereits das des geschriebenen Wortes. Dies hat eine Veränderung in der Dynamik des Lernens und des Denkens zur Folge. Anstatt dass man ein Buch zu Rate zieht, benutzt man heutzutage viel eher die Suchmaschine *Google* oder etwas Ähnliches. Heutzutage sind wir es gewohnt, unsere Bedürfnisse schnell und rasch aufeinander folgend zu befriedigen. Jede Information ist nur ein WLAN-Passwort entfernt.

Als Konsequenz daraus war das Museum gezwungen sich neu zu erfinden. Es galt neue Möglichkeiten zu schaffen und es dem Besucher attraktiv zu machen, sich von seinem Computer wegzubewegen. Wenn es sich nicht gerade um den Louvre handelt, ist es schwierig, den Leuten schmackhaft zu machen, sich ein Kunstwerk im Original anzusehen anstatt vor dem Bildschirm. Die großen Museen, wie der Louvre, behalten ihre Anziehungskraft durch die weltbekannte Kunst, die sie ausstellen. Doch was geschieht mit den kleinen, provinziellen Museen? Drohen sie auszusterben?

Diese Hausarbeit beschäftigt sich mit der Onlinepräsenz ländlicher Museen in Europa. Dazu werden eine deutsche, eine englische und eine spanische Webseite miteinander verglichen. Das Ziel ist es herauszufinden, ob grundlegende Unterschiede in der Präsentation der Museen existieren. Dabei werden verschiedene Aspekte des Aufbaus der Webseiten beleuchtet und Gefüge wie Standort und Funktion analysiert.

2. Das Museum im 21. Jahrhundert

Das Museum des 21. Jahrhunderts unterscheidet sich sehr von dem, was zum Beispiel von einem Museum des 20. Jahrhunderts erwartet wurde. Dieser Umbruch hat sich bereits vor der Jahrtausendwende abgezeichnet. Das Zeitalter der Technologie und vor allem die Erfindung des Internets haben die Dynamik des westlichen Denkens verändert und tun es noch immer. Das Museum gilt jedoch als Ort der Stille und des Stillstands, in dem sich die Vergangenheit bündelt. Jedwede Information, welche vor Ort einzufinden ist, kann genauso gut vom Bildschirm aus in Erfahrung gebracht werden. Doch das Museum ist von seinen Werken abhängig, es ist nicht in der Lage, die ausgestellten Gegenstände zu verändern oder ihnen einen anderen Zweck zu geben.¹ In der Ära des World Wide Web verliert das Museum somit unaufhaltsam an Bedeutung, da seine Funktion von anderen Medien übernommen wird.²

Michelle Henning bezeichnet das Museum an sich als eine „altmodische Institution“, die es in das laufende Jahrtausend zu führen gilt.³ Die großen Museen kommen diesem Trend bereits entgegen. Die Möglichkeiten, die dem Besucher heutzutage im Museum geboten werden, sind vielseitig und gehen weit über den ursprünglichen Zweck des Museums hinaus. So wird der Besucher mittlerweile als Verbraucher gesehen und dementsprechend „angelockt“. Es wird immer mehr Fokus auf das Café und den Shop gelegt, obwohl diese Sachen überhaupt nichts mit den eigentlichen Funktionen des Museums gemein haben. Es findet eine „zunehmende Konvergenz von Kommerz und Kultur“ statt, welche die Kunst unaufhaltsam in den Hintergrund drängt.⁴

Der Aufwand der Großstädte, ihre Museen als Sehenswürdigkeiten zu präsentieren und attraktiver zu machen, ist immens. Als Beispiele hierfür sind das Guggenheim in Bilbao zu erwähnen oder auch die Tate Modern in London. Da der Inhalt des Museums nicht änderbar ist, streben die großen Museen der Welt

¹ Henning, Michelle (2006): New Media. S. 306

² Fehr, Michael (2008): Wider die Gegenwartsschrumpfung. S. 135

³ Henning, Michelle (2006) S. 302

⁴ Saumarez Smith, Charles (2006): The Future of the Museum. S. 545-547

danach die äußere Hülle, die Architektur, so zu gestalten, dass das Gebäude selbst zu einem Kunstwerk mutiert. Dies führt jedoch auch dazu, dass die Kunst in den Hintergrund rückt und der Fokus der Besucher von den ausgestellten Werken auf die Umgebung überspringt.⁵

Nichtsdestotrotz erfüllen diese neuen Maßnahmen ihren Zweck. Die modernen Museen sind attraktive Anziehungspunkte für Touristen und Neugierige gleichermaßen. Doch wie sieht es außerhalb der Stadt aus?

Das Ländliche verliert in einer zunehmend globalisierten Welt äquivalent an Bedeutung. Die Identität mit der Provinz beinhaltet zugleich „ein nicht globalisierbares kulturelles Erbe“, sowie eine Integrität, welche sich nicht mit dem von der Gesellschaft ‚geforderten‘ Kommerz vereinbaren lässt.^{6,7} Es ist die regionale Kunst, das Lokale, welches das Provinzmuseum ausmacht und in dessen Rahmen es sich bewegt und Besucher ‚anzulocken‘ versucht. Welche Möglichkeiten haben die kleinen Museen Europas im Vergleich zu den Städten? Wie nutzen Sie die neuen Medien und haben sie überhaupt eine Zukunft?

Im Jahr 2008 waren in Deutschland 4700 Museen gelistet. Die meisten davon sind unbekannt und „führen ein Schattendasein“, da der Zweck des Museums in Deutschland immer unklarer geworden ist.⁸ Wie im Rest von Europa treten auch hier diverse Medien als Konkurrenz des Museums auf. Die Förderung durch die Regierung schwindet, so dass die Museen zunehmend auf Einnahmen angewiesen sind. Dies führt selbstverständlich zu einer Kommerzialisierung des Museums und zur Fokussierung auf die Bedürfnisse des Verbrauchers. Die Museen sehen sich gezwungen wie eine Firma zu agieren, die ein Produkt verkaufen möchte. Durch die wachsende Anzahl der wenig kulturinteressierten Bevölkerungsgruppen im traditionellen Sinn stellt sich die Frage, wie man diese für Kunst und Museen zu interessieren vermag.⁹

⁵ Saumarez Smith, Charles (2006) S. 547

⁶ Belting, Hans (2006): The Global Future of Local Art Museums. S. 232-236

⁷ Saumarez Smith, Charles (2006) S. 552

⁸ Mandel, Birgit (2008): Kontemplativer Musentempel, Bildungsstätte und populäres Entertainment-Center. S. 75

⁹ Mandel, Birgit (2008) S.75-78

In England wird sich bereits seit einigen Jahren mit diesem Problem befasst. Die Kulturpolitik des Landes hat es sich als Ziel gesetzt, den „Zugang [zur Kunst zu] erweitern [und] Standards kultureller Bildung und Vermittlung [zu] erhöhen“. ¹⁰ Dies wird durch die Werbung des Museums als „ein Ort des Lernens“ und „sozialer Veränderung“ erreicht. ¹¹ Die britische Regierung ist im Gegensatz zur deutschen dazu übergegangen, mehr Geld in die kleinen Museen zu investieren um landesweit die Möglichkeiten des Lernens, des Zugangs zur Kunst und der sozialen Miteinbeziehung zu verbessern. ¹²

Die moderne spanische Kunst hingegen leidet am Fehlen einer „wiedererkennbaren Identität“. ¹³ Die bekannten internationalen Namen in den Museen der Großstädte verdrängen die lokalen Künstler und orientieren sich stattdessen im Rahmen des sogenannten „cosmopolitan transnationalism“. ¹⁴ Durch die Konzentration der Maßnahmen auf die Großstädte, schwinden die Zahlen der ländlichen Museen. Wie bereits erwähnt lässt sich diese Tendenz jedoch in vielen europäischen Ländern vorfinden. ¹⁵

Die Aufgabe der Provinzmuseen, neben dem Austritt aus dem Schattendasein der verstaubten Kunstkultur, ist es, sich den Umstand des Standortes und der ‚kleinen‘ Kunst zum Vorteil gereichen zu lassen. Es hat die Möglichkeit sich über die Einzigartigkeit seines Charakters zu definieren und die Abgrenzung zur Großstadt als Vorteil für die eigene Integrität und Individualität zu nutzen. ¹⁶

Im folgenden Kapitel werden die Internetauftritte dreier ländlicher Museen aus Deutschland, England und Spanien vorgestellt und miteinander verglichen. Ziel dieser Arbeit ist es zu erläutern, welche kulturellen Unterschiede und Gemeinsamkeiten die europäischen Provinzmuseen aufweisen und in welcher Weise sie sich den Trends des 21. Jahrhunderts anschließen.

¹⁰ Mandel, Birgit (2008) S. 79

¹¹ Wilkinson, Sue (2008): »Renaissance in the regions«. S. 247

¹² Wilkinson, Sue (2008) S. 247

¹³ Hernández-Navarro, Miguel A. (2009): Contradictions in Time-Space: Spanish Art and Global Discourse. S. 138

¹⁴ Hernández-Navarro, Miguel A. (2009) S. 138

¹⁵ Onians, John (2007): A New Geography of Art Institutions. S. 129

¹⁶ Saumarez Smith, Charles (2006) S. 551-552

3. Online-Auftritte

a) Das Richard Haizmann Museum

Das Museum für Moderne Kunst, eröffnet im Jahr 1986, befindet sich in Niebüll in Schleswig-Holstein. Benannt wurde es nach dem norddeutschen Künstler Richard Haizmann, der zwar in Villingen (Baden) geboren wurde, jedoch sein späteres Leben in Norddeutschland verbrachte und 1963 in Niebüll verstarb. Das Gebäude, welches das Museum beherbergt, ist das ehemalige Gemeindehaus der Stadt. Gebaut in den Jahren 1927/28, wurde es 1985 umgebaut, um ein adäquates Umfeld für die vom zwanzigsten Jahrhundert geprägten Werke des Künstlers zu beheimaten.¹⁷

Die Startseite des Museums ist mit Dunkelrot und Grau in unaufdringlichen Farben gehalten. Ein breiter weißer Balken am oberen Rand beherbergt den Namen des Museums, sowie die Beschreibung ‚Museum für Moderne Kunst‘. Links oben ist zudem ein aus kleinen Quadrern bestehendes Symbol vorzufinden, das nach einem kurzen Vergleich mit dem Foto des Museumgebäudes als eben dieses interpretiert werden kann. Das genannte Foto wird von einer grauen Fläche eingerahmt, welche den Großteil der Homepage ausmacht. Über dem Bild stehen die Worte ‚Herzlich Willkommen!‘, während darunter die Öffnungszeiten des Museums aufgeführt sind.¹⁸

Links befindet sich ein breiter, dunkelroter Balken, der senkrecht über die gesamte Homepage verläuft. Er zeigt die verschiedenen Menüs der Webseite. Hierbei stehen die Hauptmenüs in weißer Schrift, während die bereits aufgeführten Untermenüs im gleichen Grauton gehalten werden wie der überwiegende Teil der Homepage.

Wie in Abbildung 1 im Anhang aufgeführt bringt der oberste Link *Home* den User immer zurück auf die Homepage. Darunter findet sich der Link *Das Museum*, welcher Informationen über den Eintritt und die generellen Ausstellungen des

¹⁷ Heizmann, Erwin (1987): Richard-Haizmann-Museum Niebüll. S. 7-10

¹⁸ <http://www.haizmann-museum.de/> (21.08.2014)

Museums beinhaltet. Die Informationen über das Museum sagen aus, dass es eine dauerhafte Präsentation der Werke Richard Haizmanns gibt, sowie temporäre Ausstellungen von Künstlern der Moderne und Gegenwart. Zudem beinhaltet das Museum eine Malschule und ist außerdem Schauplatz für Kulturveranstaltungen, wobei auf diesen Aspekt jedoch nicht spezifisch eingegangen wird.¹⁹ Der Unterlink *Ausstellungen im Jahre 2014* führt die Liste der gezeigten Ausstellungen in diesem Jahr in knapper Ausführung dar.²⁰

Das folgende Menü erzählt etwas über das *Leben des Künstlers* Richard Haizmann. Neben dem Fließtext befindet sich hier ein Schwarz-Weiß-Foto des Künstlers. Zusätzlich sind unter dem Text Fotografien seiner Werke aufgeführt, mit Titel und der Option für eine detaillierte Sicht das Foto durch Draufklicken zu vergrößern.²¹

Das Menü *Aktuelles* greift wieder das Thema der Ausstellungen auf. Hier wird kurz aufgeführt, welcher Künstler aktuell im Museum vertreten wird. Auch hier beschränkt sich die Webseite auf wenige Angaben, wie Name und Art der Ausstellungswerke. Dazu wird jedoch ein Foto gezeigt, welches eines oder mehrere der Objekte darstellt.

Beim Öffnen des Menüs *Ausstellungsbilder* erscheint zuerst eine größere Version des Fotos vom Museumsgebäude. Erst am unteren Ende der Seite werden vier Ausstellungen als Links aufgelistet, wobei nicht deutlich wird, ob es sich um aktuelle oder ehemalige Sammlungen handelt. Beim erneuten Draufklicken erscheinen dann Fotografien einiger Werke, jedoch ohne zusätzliche Information. Die vier Untermenüs von *Ausstellungsbilder* verweisen auf die gleichen Fotografien und bieten keine weiteren Details.

Das Menü *Ausstellungen* hingegen führt bloß die aktuellen und für dieses Jahr noch geplanten Ausstellungen auf. Dazu kommt ein Untermenü mit dem Titel *Vergangene Ausstellungen*, welches eine Liste aufweist, die bis ins Jahr 2010 zurück reicht.

¹⁹ <http://www.haizmann-museum.de/index.php?id=10> (21.08.2014)

²⁰ <http://www.haizmann-museum.de/index.php?id=923> (21.08.2014)

²¹ <http://www.haizmann-museum.de/index.php?id=20> (21.08.2014)

Darunter folgt das Menü *Vernissage Filme*, das jedoch bloß einen kurzen Text beinhaltet, sowie die Aussage: „Diese Seite ist im Aufbau, wir bitten um Ihr Verständnis dafür“²². Jedoch existiert auch hier ein Untermenü, *2011*, welches ein YouTube-Video zeigt. Dieses handelt von einer Vernissage von Paul Revellio, der auch interviewt wird.

Informationen zur *Kindermalschule* werden entweder durch das Klicken auf ein Signet oder direkt über den Unterlink *Bilder der Malschule* erlangt. Auf dieser Seite sind drei Bilder von Kindern beim Malen aufgeführt. Darunter befindet sich ein kurzer Text über die erste Malstunde in 2011. Dazu kann der User noch einen Link auf eine Bildergalerie von diesem Tag nutzen. Unterhalb des Links stehen noch die Termine für die Kindermalschule aus dem Jahr 2013.

Das Menü *Verein der Freunde* bietet eine Beschreibung der Tätigkeiten des Vereins. Dazu findet sich das Logo von der Startseite wieder, das an dieser Stelle von dem Schriftzug „Verein der Freunde“ begleitet wird.²³ Das Untermenü *Spenden und Sponsoren* bittet, neben einem kurzen, informativen Text über die Sponsoren, um Spenden. Angegeben sind auch Kontoinformationen.²⁴

Der Link *Kunstverein Niebüll* verweist auf einen kleinen Text, nach dem der Kunstverein zweimal im Jahr Ausstellungen im Haizmann-Museum zeigt. Zudem gelangt man durch das Klicken des Logos auf die Homepage des Vereins.

Die drei Niebüller Museen weisen ebenfalls Links zu anderen Webseiten auf, an dieser Stelle für die beiden anderen Museen in Niebüll, das *Friesische Heimatmuseum* und das *Naturkundemuseum*.

Die *Tourist-Info* wirbt mit Niebüll als Luftkurort und verweist auf einen Link zur Homepage des Nordfriesland Tourismus.

Als letzter Menüpunkt bietet *Kontakt und Impressum* die Ansprechdaten und Adresse des Museums, sowie eine Anfahrtsskizze und erneut einen Link, den man ebenfalls über das Untermenü *Wir, die Macher* erreichen kann. Das Untermenü *Wir, die Macher* zählt auf, wer die Internetseite programmiert hat und von

²² <http://www.haizmann-museum.de/index.php?id=899> (22.08.14)

²³ <http://www.haizmann-museum.de/index.php?id=33> (22.08.14)

²⁴ <http://www.haizmann-museum.de/index.php?id=540> (23.08.14)

welcher Firma das Design stammt. Die genau aufgezählten Bereiche sind: *Art & Design, Technik, Bilder & Design* und *Lehrer*.²⁵

b) Die Burton Art Gallery & Museum

Das in einer kleinen Hafenstadt in Devon gelegene Museum wurde 1951 von zwei lokalen Persönlichkeiten, Thomas Burton und Hubert Coop, gegründet. Coops Kollektion an Gemälden und anderen kulturellen und historischen Gegenständen bildet auch heute noch die Basis der dauerhaften Ausstellung.²⁶

Die Internetseite des Museums ist unter dem Link www.burtonartgallery.co.uk zu finden. Das Design der Homepage ist modern und farblich stark reduziert gestaltet. Das Drop-Down-Menü mit den verschiedenen Untermenüs der Webseite befindet sich direkt auf Augenhöhe. In Grau gehalten fällt es durch den durchgehend weißen Hintergrund und seine Position in Augenmerk. Unterhalb des Menüs findet sich eine Slideshow von Bildern der aktuellen Ausstellungen des Museums mit den dazugehörigen Links. Außerdem besitzt die Homepage eine Suchleiste unter der in auffälligen, einfarbigen Kästen noch einmal die derzeitigen Exhibitionen angegeben werden.

Die Startseite bietet sämtliche Informationen zu Adresse, Kontakt, Öffnungszeiten und Preisen des Museums. Zudem wurde ein *How to get there* Button geschaffen, durch den man weiterführend zu einem mit der Adresse verlinkten Google Maps Link gelangt. Außerdem werden auf der Homepage aktuelle Anliegen des Museums aufgelistet. Dies geschieht in einem Blog-Format unterhalb der Slideshow. Auch hier ist das Design unaufdringlich gestaltet. Die einzelnen Beiträge werden von einem grauen Rahmen eingefasst und die Überschriften in roter Farbe gehalten, doch ansonsten ist wenig Ausschmückung zu finden.²⁷

Einer der Beiträge titelt *Summer at the Burton* und listet die gegenwärtigen und kommenden Aktionen auf. Außerdem bietet er Links zu späteren Ausstellungen

²⁵ <http://www.haizmann-museum.de/index.php?id=37> (23.08.14)

²⁶ <http://www.burtonartgallery.co.uk/index.php/about/cat/history> (23.08.2014)

²⁷ <http://www.burtonartgallery.co.uk/index.php> (23.08.2014)

und Events und informiert generell über alles, was das Museum zurzeit für die Besucher zu bieten hat. Hier findet sich auch die Überschrift *Activities for Children and Families (Aktivitäten für Kinder und Familien)* mit zahlreichen Angeboten für die jungen Besucher des Museums.

Die Homepage verweist ebenfalls auf die Facebook-Seite des Museums, die aktuell und in Betrieb ist.

Das Drop-Down-Menü weist sieben Untermenüs auf. Diese sind wie auf der Homepage blogartig gestaltet, mit den verschiedenen Artikeln in grauen Rahmen eingefasst und übereinander aufgelistet. Im Menü *About (Über)* sind diverse Informationen zu der Geschichte und den Einrichtungen des Museums gegeben. Außerdem findet man hier erneut den Bereich Kontakt, sowie eine Auflistung aller Mitarbeiter. Die *Exhibitions (Exhibitionen)* sind in aktuelle, noch kommende und bereits vergangene Ausstellungen aufgeteilt. Bei den *Collections (Sammlungen)* erfährt man unter anderem mehr über den Ort Bideford und die kulturelle Geschichte der Umgebung. Jeder Menüpunkt wird von einem informativen Text begleitet, der dem Besucher ein detailliertes Bild vermittelt. Das Menü *Crafts (Handwerk)* beinhaltet eine Liste der Künstler, die vom Museum unterstützt werden, sowie Werbung für die im Shop erhältlichen Artikel. Bei den *Events (Veranstaltungen)* unterteilt der Menüpunkt zwischen diversen Unterpunkten, zum Beispiel *For Children (Für Kinder)*, *For Friends (Für Freunde)* und *For Adults (Für Erwachsene)*. Außerdem werden Angebote für Schulen und andere Gruppen genannt.²⁸

Der Bereich *Friends (Freunde)* lädt zur Unterstützung des Museums ein. Die durch die *Association of Friends* geförderte Institution wirbt hier um Mitgliedschaften. Aufgelistet werden die Kosten des Beitritts und ein Link zum Download des Mitgliedschaftsantrags. Der letzte Menüpunkt ist die *Tourist Info (Touristen Info)*, welche Daten über die Touristeninformation freigibt. Auch *Bideford Tourist* befindet sich innerhalb des Museums, weshalb sich unter

²⁸ <http://www.burtonartgallery.co.uk/> (26.08.2014)

Accommodation eine Auflistung verschiedener anderer kulturell sehenswerter Orte in der Umgebung finden lässt.²⁹

c) Das Museo Joaquín Peinado

Das *Museo Joaquín Peinado* befindet sich in Ronda, einer Kleinstadt in Südspanien. Seine Existenz begründet sich auf zwei Aspekte: Zum Einen stellt es die Werke und das Leben des Künstlers Joaquín Peinado dar, welcher in Ronda geboren wurde. Zum Anderen bildet das Gebäude selbst, der sogenannte *Palacio de Moctezuma*, eine weitere kulturelle Sehenswürdigkeit für den Besucher.

Die Homepage des Museums ist übersichtlich und sowohl farblich wie auch gestalterisch stark reduziert aufgebaut. Der Hintergrund ist weiß; der Text – die einzelnen Menüpunkte – mittig zentriert. Wie im Anhang (Abb.3) zu sehen ist, bilden die einzigen Farbpunkte die Symbole der beiden Institutionen, die für das Museum verantwortlich sind. Die Homepage bietet zudem noch einen Link zur englischen Version der Webseite.³⁰ Die Schrift ist dunkelrot und serifenlos.

Sobald man einen der Menüpunkte anklickt gelangt man auf eine leicht differenzierte Seite, bei der die verschiedenen Menüs waagrecht aneinander gereiht sind. Ähnlich wie ein Drop-Down-Menü, sind an dieser Stelle jedoch keine Unterpunkte vorhanden. Das Menü wird am unteren Ende der Seite noch einmal aufgeführt.

Unterhalb des Museumssymbols finden sich die Worte *colección permanente* (dauerhafte Sammlung).

Der Menüpunkt *Presentación (Auftritt)* eröffnet in einem Text Informationen über die Unicaja Stiftung, sowie über den Zweck des Museums. An dieser Stelle erfährt man, dass es zum Einen um die Präsentation der Werke des Namensgebers des Museums geht, als auch um das Gebäude an sich, den *Palacio de Moctezuma*. Zudem wird angegeben, dass sich seit 2012 auch eine dauerhafte Ausstellung von

²⁹ <http://www.burtonartgallery.co.uk/> (22.08.2014)

³⁰ <http://www.museojoaquinpeinado.com/index.htm> (26.08.2014)

Pablo Picasso im Museum befindet. Der zweite Menüpunkt heißt *Información General* (*Generelle Information*) und bietet Informationen über die Öffnungszeiten und Preise. Außerdem ist die Adresse des Museums angegeben, zusammen mit einer Karte der Umgebung. Diese wirkt handgezeichnet und kennzeichnet die verschiedenen Sehenswürdigkeiten der Stadt. Allerdings sind keine Straßennamen angegeben. Im Menü *El Edificio* (*Das Gebäude*) ist ein Text über die Geschichte des *Palacio* einzusehen. Außerdem bietet die Seite einige Bilder des Gebäudes. Der Unterpunkt *Biografía del Artista* (*Biographie des Künstlers*) berichtet ausgiebig vom Lebenslauf Joaquín Peinados.³¹

Der Menüpunkt *La Colección* (*Die Sammlung*) bietet eine Übersichtskarte der Räumlichkeiten des Gebäudes. Diese sind nummeriert und titulierte. Jeder einzelne Raum kann genauer eingesehen werden, gemeinsam mit einer Vielzahl an Bildern des jeweiligen Saals. Der vorletzte Unterpunkt, *Noticias* (*Neuigkeiten*) weist vier Links zu den Bereichen Konzerte, Expositionen, Bildung und Neuigkeiten auf. Die aufgeführten Daten für Veranstaltungen und Events sind spätestens von 2013 und reichen bis mindestens 2008 zurück. Der letzte Menüpunkt ist *Educa* (*Bildung*). Hier finden sich verschiedene Zeichnungen von Künstlern, angeführt mit ihrem Titel und einer kurzen Bezeichnung.³²

4. Vergleiche

Im Folgenden werden die drei Museen miteinander verglichen und die wichtigsten Aspekte in den Bereichen Design, der Homepage und den Menüs hervorgehoben. Dazu werden die Farbgestaltung und die Seitenorientierung besprochen, so wie der Aufbau der Webseiten detailliert verglichen. Anschließend wird die Gliederung des Menüs in Augenschein genommen, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu betonen.

³¹ <http://www.museojoaquinpeinado.com/> (26.08.2014)

³² <http://www.museojoaquinpeinado.com/> (26.08.2014)

a) Richard-Haizmann-Museum und Burton Art Gallery & Museum

Der erste Vergleich wird zwischen dem deutschen *Richard-Haizmann-Museum*³³ und der *Burton Art Gallery & Museum*³⁴ in England gezogen. Interessant bei dem Vergleich der Webseiten ist das Design, so wie im Besonderen der Inhalt der Homepage und die Charakterisierung der Menüs.

Der Aufbau beider Homepages ist übersichtlich gestaltet, wobei das RHM mit den dunkelroten Balken stärkere Farbakzente setzt. Währenddessen wirkt das Design der BAG moderner, was auf den weißen Hintergrund und den kastenförmigen Aufbau der einzelnen Aspekte begründet ist. Beide Schriftarten sind serifenlos. Das deutsche Museum orientiert sich auf der linken Seite mit den übereinander gefassten Menüpunkten, während das englische ein Drop-Down-Menü benutzt, weshalb die Seite sich in der Mitte zentriert.

Beide Homepages weisen bereits die für Besucher wichtigen Informationen über Öffnungszeiten, Kontakt, gegebenenfalls Preise und Adresse auf. Allerdings bietet das *Haizmann Museum* letzteres erst im Fuß der Seite an. Zudem ist die Startseite der BAG informativer, da bereits Links zu den Ausstellungen und Highlights vorhanden sind, sowie auch zum aktuellen Sommerangebot. Außerdem besitzt das BAG einen aktiven Facebook-Account. Die Farbhighlights auf der rechten Seite der Homepage fangen den Blick ein und machen den Besucher direkt auf die aktuellen Ausstellungen aufmerksam. Im Gegensatz dazu muss man sich beim RHM erst in der Menüleiste zurechtfinden, wobei dort die Unterpunkte bereits sichtbar sind. Zusätzlich bildet die große Slideshow der aktuellen Ausstellungen auf der Homepage der BAG einen deutlichen Blickpunkt, wohingegen das RHM an dieser Stelle ausschließlich ein kleines Foto des Gebäudes aufweist. Beide Seiten sind bloß in ihrer Nationalsprache einzusehen.

Der Aufbau der Menüpunkte ist auf beiden Webseiten immer gleich gestaltet, weshalb man sich generell sehr gut zurechtfindet. Jedoch bieten die Menüpunkte

³³ von hier an auch RHM

³⁴ von hier an auch BAG

des RHM einige Überschneidungen, wie zum Beispiel *Ausstellungsbilder* und *Ausstellungen*. Durch die Punkte *Kindermalschule*, *Kunstverein Niebüll* und *Die drei Niebüller Museen* wird eine starke lokale, künstlerische Identität geknüpft, wohingegen die BAG eher mit generellem Tourismus wirbt. Im Gegensatz dazu macht die BAG einen deutlichen Unterschied zwischen den *Exhibitions* und den dauerhaften *Collections*. Die verschiedenen Veranstaltungen hat die BAG im Bereich *Events* zusammen gefasst, während auf der Webseite des RHM kein solcher Link gefunden werden kann.

Das *Haizmann Museum* bietet nur einige Inhalte der Ausstellungen online an. Zudem wird kaum etwas zum Namensgeber des Museums gesagt, geschweige denn zu seinen Werken. Die Daten der Kindermalschule sind veraltet und auch im Menü *Aktuelles* ist die Webseite nicht auf dem neuesten Stand. Außerdem sind auf der Webseite mehrere Leerzeichen- und Formatierungsfehler zu finden. Unter *Wir, die Macher* ist nachzulesen, dass die Seite von einem Berufsschulkurs gebaut worden ist.

b) Burton Art Gallery & Museum und Museo Joaquín Peinado

Zwischen dem englischen und dem spanischen Museum gibt es viele Gemeinsamkeiten aber auch einige grundlegende Unterschiede in ihren Onlineauftritten.

Im Design benutzen beide Seiten einen weißen Hintergrund und sind auch in Schrift und den übrigen Gadgets wenig farbintensiv gestaltet. Wie bereits erwähnt bildet in der BAG die Slideshow einen zentralen Blickpunkt, der die fehlenden Farbakzente ausgleicht. Zudem werden die Exhibitionen in Farbe hervorgehoben, genau wie die wichtigen Informationen über Eintrittspreise, Adresse und Kontakt. Im Gegensatz dazu ist die Startseite des *Museo Joaquín Peinado*³⁵ in ihrem zentrierten Aufbau adynamischer gestaltet. Der zentrierte Streifen wird bloß durch graue Schattierungen oben und unten auf der Startseite betont, während der

³⁵ von hier an auch MJP

Großteil der Seite ungenutzt bleibt. Farbe wird nur in den Logos der beiden Institutionen verwendet, wobei das Dunkelrot, welches ebenfalls für die Schrift gebraucht wird, überwiegt. Erst durch die Auswahl einer der Menüpunkte gelangt man auf eine etwas anders gestaltete Seite, in welcher das Menü in waagerechter Form ausgeführt wird. Auch hier ist das Design minimalistisch, mit den Menüpunkten bloß in dünne, dunkelrote Linien eingerahmt. Beide Menüs sind in Großbuchstaben gehalten.

Die Homepage der BAG bietet zweifellos mehr Informationen als die des MJP. Das spanische Museum bietet keinerlei Informationen auf seiner Startseite, während die BAG, wie bereits erwähnt, alles Wichtige bereits auf einen Blick erkennen lässt. Im Gegensatz zum *How to get there* Link der BAG weist das MJP eine scheinbar gezeichnete Skizze der umliegenden Straßen auf. Allerdings bietet diese auch die Positionen anderer Sehenswürdigkeiten, ist jedoch ohne Straßennamen versehen.

Ein grundlegender Unterschied zwischen den beiden Museen kann man im Menü des MJP sehen. Dort ist ausgeschrieben, dass es sich um eine *colección permanente* handelt, eine dauerhafte Sammlung. Dadurch ist das MJP als Museum weitaus weniger flexibel als die BAG.

Beide Museen weisen sieben Menüpunkte auf. Die wesentlichen Besonderheiten in diesem Aspekt sind zum Einen die deutlich ausführlicheren Texte der BAG hinsichtlich der Entstehung des Museums und jedweder anderen Kategorien. Beide Museen besitzen den Menüpunkt *Sammlung* (*Collections/La Colección*), sowie einen *Über uns* Teil, wobei dieser in der BAG unter *About* zusammen gefasst ist, während das MJP dieselben Informationen auf *Presentación* und *Información General* verteilt. Ein weiterer überschneidender Aspekt sind die Menüpunkte *Crafts* und *Educa*, wobei die englische Seite ausführlicher gestaltet ist und auch über die Künstler berichtet, während das MJP bloß Werke zusammen mit einer kurzen Bezeichnung vorweist. Auch *Events* und *Noticias* sind gleich zu behandeln, wenn auch die Daten des *Museo Joaquín Peinado* veraltet sind. Zusätzlich weist die *Burton Art Gallery* noch den Menüpunkt *Tourist Info* auf, der

wie bereits erwähnt Werbung für das Umland beinhaltet und auf das Touristenzentrum der Stadt Bideford aufmerksam macht.

c) Richard-Haizmann-Museum und Museo Joaquín Peinado

Das Design des *Richard-Haizmann-Museums* fällt an erster Stelle durch den tiefroten Farbton auf, welcher den Hintergrund zu den Menüpunkten bildet. Im Gegensatz dazu ist das Menü des MJP mit seinen wenigen Rotakzenten minimalistisch und unauffällig gehalten. Auf der spanischen Seite wird der Blick direkt vom Signet des Museums angezogen, während das Design des RHM bewirkt, dass dem Besucher, zusätzlich zu dem Foto des Gebäudes, sofort das Menü ins Auge springt.

Die Homepage des RHM bietet bereits die wichtigen Informationen über Öffnungszeiten und Kontakt, wohingegen das MJP diese Informationen erst im Menüpunkt *Información General* preisgibt. Des Weiteren zeigt das Menü des RHM schon die Unterpunkte auf der Homepage, während das *Museo Joaquín Peinado* gar keine aufweist.

Die Menüs der beiden Museen weisen diverse Parallelen auf. Zum Beispiel führen beide Seiten eine Biographie des Namensgebers auf, sowie eine Vielzahl an Fotografien der ausgestellten Werke. Allerdings legt das MJP offensichtlich mehr Wert auf die Sammlung des Künstlers, wohingegen das RHM vorwiegend mit den Ausstellungen wirbt. Das Menü des RHM verweist jedoch deutlicher auf den Tourismus mit dem Bereich *Die drei Niebüllener Museen* wie auch *Tourist-Info*. Bei beiden Webseiten sind die Termine für Aktionen und Events veraltet.

5. Analyse

Welche Bedeutung hat meine Ausarbeitung dieser drei Museen also für die angeblichen Tendenzen der europäischen Provinzmuseen? Es gilt nun, die verschiedenen Aspekte der aufgeführten Beispiele zu analysieren und daraus Rückschlüsse auf die Entwicklung der ländlichen Museen zu schließen.

Saumarez Smith behauptet, dass für das Überleben des kleinen Museums folgende Aspekte beachtet werden müssen:

“ensuring that people can find out as much as possible about a museum away from it and should be able to get convenient access to information about a museums’s holdings.”³⁶

Die meisten Menschen orientieren sich heutzutage bei dem Besuch eines Events oder einer Sehenswürdigkeit zuerst an der Webseite der jeweiligen Institution. Aus diesem Grund ist die Online-Präsenz des Museums das erste Aushängeschild, mit welchem es für sich werben und Besucher anlocken kann.

Wie bereits in Kapitel drei angedeutet, liegt die *Burton Art Gallery & Museum* deutlich mehr Wert auf die Präsentation seiner Webseite als die anderen beiden Museen. Am einfachsten zugänglich und attraktivsten gestaltet, wirkt es weniger wie die Repräsentation eines Provinzmuseum als ein Äquivalent der *Tate Modern* oder der *National Gallery*. Das Design der Webseite ist deutlich ausgereifter und professioneller als das deutsche und das spanische und besonders die Aktualität der Webseite, insbesondere die Facebook-Seite und die Vielzahl an besonderen Programmpunkten, sticht hervor. Diese Tatsache kann natürlich auf den Vorteil des Standortes zurückzuführen sein, da sich Bideford in einem beliebten Touristengebiet in North Devon befindet. Falls man dies als Argument vorbringt, muss man ebenfalls die geographisch vorteilhafte Lage von Niebüll erwähnen. Aus der Nähe zur Urlaubsinsel Sylt sollte auch das deutsche Museum einen Vorteil ziehen, zumal die Webseite auch angibt, dass es in dem kleinen Ort noch

³⁶ Saumarez Smith, Charles (2006) S. 547-548

zwei weitere Museen gibt. Jedoch scheint dies nicht der Fall zu sein. Im Gegenteil, die Daten des Museums sind zum Teil veraltet und auch wenig aufschlussreich zum Thema zukünftiger Projekte neben den Ausstellungen. Auch das Design der Webseite des RHM lädt nicht zu einer längeren Betrachtung ein, obwohl es sich um ein Museum für moderne Kunst handelt. Dies scheint die Entwicklung der deutschen Museen, wie bereits im zweiten Kapitel erwähnt, widerzuspiegeln. Dazu tendiert auch die Aufforderung der Webseite eine Spende zu geben. Auch das *Museo Joaquín Peinado* befindet sich offensichtlich in einem Zustand des Schattendaseins. Mit teilweise veralteten Daten und wenig Mühe beim Design der Webseite und bei der Werbung für die Sammlung scheint sich das Museum in einem ‚Schlafzustand‘ zu befinden. Demzufolge bestätigt sich auch an diesem Beispiel die Tendenz des Landes, sein Augenmerk auf die Stadt und die internationalen Künstler zu richten anstatt auf das lokale Erbe.

Ein Museum wird auch daran gewertet, welche Schwerpunkte es auf seiner Webseite setzt. Bei der *Burton Art Gallery* ist dies offensichtlich sowohl die Slideshow mit den Ausstellungen als auch das familiäre Angebot des Museums. Es sind keine weltbekannten Kunstwerke, welche das Museum zu bieten hat, und deshalb verkauft es sich nicht bloß über seinen Inhalt, sondern auch über den sozialen Zweck des Lernens und des Zusammenfindens. In diesem Punkt ist die BAG ähnlich wie das moderne Großstadtmuseum aufgebaut, wobei es im Gegenzug zu diesem allerdings seine ländliche Natur betont.

Die Webseite des *Richard-Haizmann-Museum* enthält erstaunlich wenige Informationen zu den Werken des Namensgebers und auch bei den Ausstellungen sind keine ausführlichen Angaben zu finden. Dies ist wenig einladend für Besucher, die sich zumeist allein an Fotografien der ausgestellten Sachen orientieren müssen.

Das *Museo Joaquín Peinado* ist etwas detaillierter in seinen Angaben zum Namensgeber des Museums. Jedoch fehlt auch hier der moderne ‚Schliff‘: das Design und die Dynamik, welche die Besucher heutzutage ins Museum lockt. Natürlich hat es das MJP aufgrund seiner Existenz als permanente Sammlung

schwieriger Abwechslung zu gestalten, doch die Bemühungen den Radius seiner Besucherzahlen zu erweitern hält sich, ausgehend von der Webseite, in Grenzen.

Im Hinblick auf die Identifikation der Museen mit ihrem Standort hebt sich das *Richard-Haizmann-Museum* mit seinen diversen Menüpunkten zu den kulturellen Angeboten in Niebüll hervor. Das *Museo Joaquín Peinado* hingegen verweist bloß auf der Karte auf die übrigen Sehenswürdigkeiten der Stadt Ronda, während die *Burton Art Gallery* vorwiegend mit der umliegenden Landschaft wirbt. Da das RHM in der kleinsten der drei Städte liegt, spielt die Relation zur Einwohnerzahl folglich keinerlei Rolle im Hinblick auf die lokale Identität der Museen.

Im Bezug zu Kommerz und Integrität sticht wie bereits erwähnt die BAG hervor. Sie beinhaltet einen weitläufigen Shop sowie ein Café, für welches auch außerhalb eines Museumsbesuchs geworben wird. Auch hier finden sich wieder Tendenzen zur Anlehnung an die Großstädte wieder. Im Gegensatz dazu finden sich auf den anderen beiden Webseiten keine Informationen zu einem Café oder Shop, was dazu führt, dass die Kunst weiterhin im Vordergrund steht und zudem die Integrität fördert.

Die Frage ist nun, ob sich die drei Institutionen in die Reihe der Museen einreihen müssen, die ohne Zukunft am Rande des Ruins dahinvegetieren oder ob sie sich als kleine, einzigartige Provinzmuseen im Zeitalter des WWW durchsetzen können.

6. Fazit

Die Vernachlässigung der Webseiten vom *Richard-Haizmann-Museum* und des *Museo Joaquín Peinado* lässt darauf schließen, dass sich beide Museen mit einer Rolle als Provinzmuseum im Schattendasein abgefunden haben. Die zurückliegenden Daten der zusätzlichen Veranstaltungen deuten auf eine wenig erfolgreiche Quote von Besuchern hin und erklären das Fehlen von zukünftigen Events. Jedoch, da in beiden Museen offensichtlich die Funktion als Kunstplattform im Vordergrund steht, ist zumindest im RHM das Fortbestehen des Museums durch die bereits angeführten Ausstellungen gegeben. Dies kann leider für das *Museo Joaquín Peinado* nicht bestätigt werden, da es sich um eine permanente Ausstellung handelt. Allerdings ist hier die Bedeutung des Gebäudes als weitere Sehenswürdigkeit gegeben, sowie die Trägerschaft der Unicaja Fundación Ronda.

Im Vergleich dazu unterscheidet sich die *Burton Art Gallery & Museum* deutlich von den anderen beiden. Sie vereint die Verwurzelung mit dem Standort, unter anderem durch die Kollektionen und die angebotenen Events für die Besucher, mit der Internationalität des Großstadtmuseums, indem sie Kultur und Kommerz einander näher bringt.

Als Fazit lässt sich also festhalten, dass sich, wie bereits im zweiten Kapitel vermutet, sowohl die deutschen wie auch die spanischen Institutionen am Beispiel des Vereinigten Königreichs orientieren sollten. Die Konvergenz der Webseite zwischen der Identität als ländliches Museum und dem Anspruch der modernen und vielseitigen Gestaltung der vorhandenen Ressourcen ist mit der *Burton Art Gallery & Museum* hervorragend und zukunftsorientiert umgesetzt worden.

Quellen

- Belting, Hans (2006): The Global Future of Local Art Museums: The Cultural Practice of Local Memory and the Rise of Global Art. In: Weibel, Peter/Buddensieg, Andrea (eds.): Contemporary Art and the Museum. Ostfildern: Hatje Cantz. S. 232-239
- Fehr, Michael (2008): Wider die Gegenwartsschrumpfung. Einige Überlegungen zur Zukunft des Museums. In: John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Bielefeld: transcript. S. 133-152
- Heizmann, Erwin (1987): Richard-Haizmann-Museum Niebüll. Neumünster: Karl Wachholtz Verlag. S. 7-10
- Henning, Michelle (2006): New Media. In: Macdonald, Sharon: A Companion to Museum Studies. Oxford: , Blackwell Publishing. S. 302-318
- Hernández-Navarro, Miguel A. (2009): Contradictions in Time-Space: Spanish Art and Global Discourse. In: Belting, Hans/ Buddensieg, Andrea (eds.): The Global Art World. Ostfildern: Hatje Cantz. S.136-153
- Mandel, Birgit (2008): Kontemplativer Musentempel, Bildungsstätte und populäres Entertainment-Center. Ansprüche an das Museum und (neue) Strategien der Museumsvermittlung. In: John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Bielefeld: transcript. S. 75-87
- Onians, John (2007): A New Geography of Art Institutions. In: Weibel, Peter/Buddensieg, Andrea (eds.): Contemporary Art and the Museum. Ostfildern: Hatje Cantz. S. 124-137

Saumarez Smith, Charles (2006): The Future of the Museum. In: Macdonald, Sharon: A Companion to Museum Studies. Oxford: , Blackwell Publishing. S. 543-554

Wilkinson, Sue (2008): »Renaissance in the regions« - Museums and social policy in the UK. In: John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Bielefeld: transcript. S. 247-256

Internetquellen

Burton Art Gallery & Museum: Englisch. Im Internet abrufbar unter: <http://www.burtonartgallery.co.uk/> (letzter Zugriff: 28.08.2014)

Museo Joaquín Peinado (2009): Spanisch. Im Internet abrufbar unter: <http://www.museojoaquinpeinado.com/> (letzter Zugriff: 28.08.2014)

Richard-Haizmann-Museum (2012): Deutsch. Im Internet abrufbar unter: <http://www.haizmann-museum.de/> (letzter Zugriff: 28.08.2014)

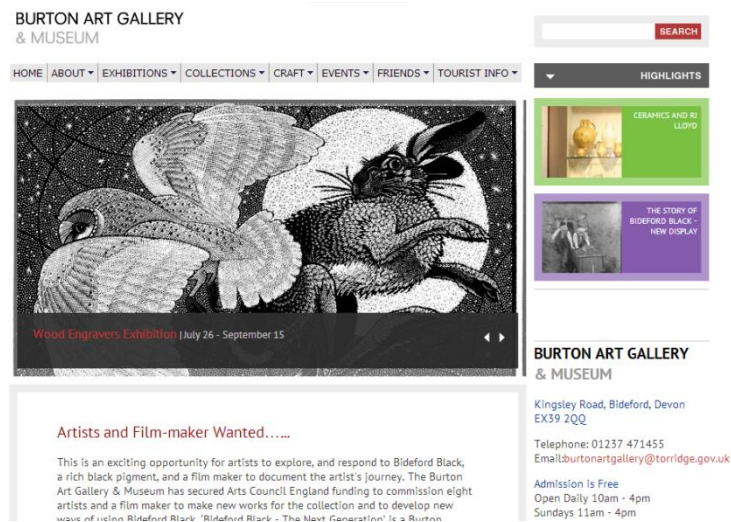
Anhang

Abb.1



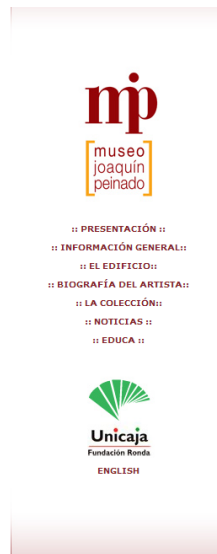
Quelle: www.haizmann-museum.de (09.08.2014)

Abb.2



Quelle: <http://www.burtonartgallery.co.uk/> (09.08.2014)

Abb.3



Quelle: <http://www.museojaquinpeinado.com/> (10.08.2014)