

Marktplatz Museum

Sollen Museen Kunst verkaufen dürfen?

Dirk Boll (Hg.)

Für die großzügige Unterstützung danken
der Herausgeber und der Verlag den folgenden Stiftungen:

Georg und Bertha Schwyzer-Winiker Stiftung
Ernst Göhner Stiftung

Erste Auflage Herbst 2010
Alle Rechte vorbehalten
Copyright © 2010 by rüffer & rub Sachbuchverlag, Zürich
info@ruefferundrub.ch | www.ruefferundrub.ch

Foto Umschlag: Martin Soto Climent, Desire, 2009
Brillenetuis, gefaltet, 3 Teile: je ca. 8 × 10 × 8 cm
Sammlung migros museum für gegenwartskunst Zürich
© the artist

Druck und Bindung: CPI – Ebner & Spiegel, Ulm
Papier: Schleipen Werkdruck, bläulichweiß, 80 g/m², 1.75

ISBN 978-3-907625-52-1

Vorwort

DIRK BOLL, Geschäftsführer
Christie's International, Zürich

Krisen sind gut für Museen. Behauptet jedenfalls das renommierte Art Newspaper, das im Dezember 2009 untersuchte, wie sich der Zuspruch des Publikums in der globalen Finanzkrise entwickelt hat.¹ Bei mehr als zwei Dritteln der befragten US-amerikanischen Institutionen waren die Besucherzahlen in den vergangenen 36 Monaten deutlich angestiegen. Als Gründe dafür wurden das Wetter angeführt (»Ein regnerischer Sommer macht einen großen Unterschied«), vergleichsweise geringe Eintrittspreise (»Das kann man sich noch leisten«) und natürlich auch die Programmgestaltung. Im Vordergrund aber stand offenbar die Sehnsucht des Menschen nach Sicherheit, nach den oft beschworenen, in der öffentlichen Wahrnehmung durch Kunstwerke verkörperten wahren Werten. Die von den Statuten des International Councils of Museums (ICOM) für die Institution eines Museums verlangten Eigenschaften, nämlich ihre grundsätzlich unbefristete Lebensdauer, ihre allgemeine Zugänglichkeit, schließlich wissenschaftliche Integrität und ihr Wirken im öffentlichen Interesse werden von den Besuchern offenkundig honoriert.

Zwar sind die Besucherzahlen absolut gewachsen, das Besucherverhalten hat sich allerdings zugleich tiefgreifend verän-

dert. Zuwachs verzeichnen fast ausschließlich die sogenannten »Blockbuster-Ausstellungen«. Das hat natürlich Auswirkungen auf die Einnahmesituation und die Programmpolitik der Museen. Während der Einsatz hoher Sponsorengelder für solche Sonderausstellungen oft mit Besucherzulauf belohnt wird (und so auch ganz neue Publikumsschichten ins Museum führt), herrscht auf den Gängen der Sammlungs- und Dauerausstellungen zuweilen die gleiche Leere wie in den Kassen der zu meist öffentlichen Haushalte, aus denen laufende Personal- und Sachkosten sowie Ankaufsmittel für die Sammlungserweiterung zu bestreiten wären.

Es ist eine geradezu paradoxe Situation: Während es »Blockbuster-Ausstellungen« immer wieder gelingt, Gewinne zu erwirtschaften, kämpfen selbst renommierte Häuser mit erstklassigen Sammlungen ums Überleben, oder haben diesen Kampf schon aufgegeben und ihre Tore geschlossen – so wie es für das Museum für Angewandte Kunst (MAK) in Köln gegenwärtig diskutiert wird und im Falle des Claremont Museum of Art in Kalifornien, des Las Vegas Art Museum oder des Gulf Coast Museum in Largo (USA) bereits geschehen ist.

Nicht erst vor diesem Hintergrund, aber mit bislang ungewohntem Nachdruck fordern Teile der Politik, dass Museen – und kulturelle Einrichtungen generell – verstärkt als Unternehmungen beurteilt und bilanziert werden. Das berührt administrative Abläufe und Strukturen, vor allem aber die Sammlung, das Herzstück jedes Museums. Denn die Betrachtung der Einrichtung und Aktivitäten eines Museums unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten legt nahe, nicht zuletzt die Sammlungsgegenstände selber als mobilisierbare (stille) Reserve zu behandeln.

Das Museum of Modern Art (MoMa) in New York, das Los Angeles County Museum of Art (LACMA), das Art Institute in Chicago, das Hirshhorn Museum in Washington, das Saint Louis Art Museum, das Minneapolis Institute of Arts, das Carnegie Museum of Art in Pittsburgh, aber auch die Londoner Tate

Modern: All diese Häuser verkaufen seit Jahren und teilweise seit Jahrzehnten Kunstwerke aus ihren Beständen. Man mag einwenden, dass sich die amerikanischen Museen in ihrer rechtlichen Gestaltungsfreiheit wie auch in ihrer Finanzierungsweise stark von europäischen Institutionen unterscheiden. Die öffentliche Diskussion wird in Europa jedoch gerade nicht unter formalen Gesichtspunkten geführt, sondern darüber, ob mit dem Verkauf aus Museumssammlungen an deren substantieller gesellschaftlicher Funktion als Hüter des kulturellen Erbes gerührt wird. Müsste man also zu dem Schluss kommen, dass all diese vielbeachteten und traditionsreichen Häuser ihre gesellschaftliche Funktion eines Museums im Sinne des ICOM inzwischen eingebüßt haben? Dass sie nicht mehr in der Lage wären, ihrer Autorität durch die kanonisierende Wirkung ihres Handelns Geltung zu verschaffen?

Völkerkundemuseum in Leiden (NL) Kunsthalle Basel, Kunsthalle Emden (D), Royal Cornwall Museum in Truro (GB), Southampton City Museum (GB), Watts Gallery in Surrey (GB), Bury Art Museum in Manchester, Walters Art Museum in Baltimore, Indianapolis Museum of Art, Wadsworth Atheneum in Hartford (USA), Orange County Museum of Art (OCMA) in Los Angeles, Montclair Art Museum (USA), Museum of American Art in New Britain (USA), Albright-Knox Art Gallery in Buffalo (USA): Auch wenn am Ende dieser Aufzählung von Museen, die Objekte aus ihrer Sammlung verkaufen, eher kleine Institutionen stehen, so haben wir es doch mit renommierten, auch europäischen Häusern zu tun, die Zweifel daran aufkommen lassen können, ob durch ihr Verhalten wirklich ihre institutionelle Integrität beeinträchtigt wurde.

In den USA wird nicht nur seit Jahrzehnten verkauft, sondern auch schon lange über dieses Thema diskutiert und publiziert – zu nennen wäre vor allem »When it's OK to Sell the Monet« von Jennifer L. White.² Diese anhaltende Debatte hatte zur Folge, dass der ICOM wie auch die Association of Art Mu-

seum Directors (AAMD) Kriterien aufgestellt haben, die es aus ihrer Sicht bei Verkäufen zu beachten gilt. Im deutschsprachigen Raum hat der gescheiterte Versuch des Kaiser-Wilhelm-Museums in Krefeld, ein Gemälde von Claude Monet zu verkaufen, das Thema im Jahr 2006 erstmals aus der Fachkontroverse in die breitere öffentliche Diskussion geführt. 2010 hat ein Hamburger Vorstoß, den Wert der Museumssammlungen feststellen zu lassen, diese Diskussion befeuert, die seither mit Verve und Emotion nicht mehr nur in den Feuilletons geführt wird.

Sollen also Museen Kunstwerke verkaufen dürfen? Allein die Vorstellung zeigt, dass ein Verkauf von Museumssammlungen große Gefahren birgt. Das Museum selbst oder, zentralisiert, der Träger? Wie soll man die Mittel verwenden? Geht es um spektakuläre (und besonders lukrative) Sammlungshöhepunkte oder »nur« um Doubletten und depotverbannte Werke? Wird die Attraktivität im Leihverkehr oder für Stifter leiden? Geht es in jedem Fall um finanzielle Erlöse oder gar auch um die Linderung von Raumknappheiten? Überhaupt: Wer wählt aus, wer entscheidet? Darf der Museumsdirektor Kunsthändler spielen, ohne jedes persönliche Risiko? Wer kontrolliert? Angesprochen sind an dieser Stelle wohlgerne staatliche und kommunale Museen, also im Wesentlichen durch öffentliche Mittel finanzierte Einrichtungen. Ob und wie sich diese Frage bei der mittlerweile stark gewachsenen Zahl privat finanzierter Institutionen stellt, die inzwischen auch die Bezeichnung »Museum« führen, ist einer Vertiefung an anderer Stelle vorbehalten.

Die vorliegende Publikation will versuchen, die historischen und rechtlichen Grundlagen dieser Frage zu ermitteln und die Haltungen von Sachkennern darzustellen. In einem ersten Teil gibt es einleitend einen Rückblick auf die Geschichte des Museums. In der Folge wird die aktuelle Situation von zwei Seiten beleuchtet: Einerseits werden die juristischen Grundlagen für Museumsverkäufe in Deutschland, Österreich und der Schweiz aufgezeigt. Andererseits zeigt eine Darstellung der emotionalen

Befindlichkeiten die klare Grenzlinie, die traditionell zwischen der Museumswelt und den Kunstmärkten verläuft.

Im Meinungsteil kommen Berufene zu Wort, die jeweils eine Bewertung aus der Sicht des durch sie vertretenen Institutionentypus vortragen. Die kommunale Sicht mag eine andere sein als die staatliche; die Leitung einer fördernden Stiftung setzt andere Schwerpunkte als diejenige eines an ein bestimmtes Haus gebundenen Freundeskreises.

Europäische Museen haben keine Tradition, sich verträglich auf dem Kunstmarkt zu bewegen. Bisherige Verkäufe waren nicht, wie bei amerikanischen Institutionen, strategisch angelegt. Hier wurde und wird erst dann verkauft, wenn die pekuniäre Not zu groß wird, wenn es keine andere Lösung mehr zu geben scheint. Diesen strukturellen Unterschied darf die Debatte um die Frage, ob Museen Kunst verkaufen sollen, nicht außer Acht lassen. Möglicherweise gibt es keine eindeutige und unbedingte, also bedingungslose Antwort, aber eine reflexartige Tabuisierung ist ebenfalls nicht hilfreich. Je offener die Diskussion geführt wird, desto größer ist der Gestaltungsraum und desto aktiver kann die Lösungssuche sein.

1 Taylor, Kate: Museum attendance rises as the economy tumbles, in: Art Newspaper No. 208, December 2010, p. 13; Szánto, András: Will US museums succeed in re-inventing themselves?, in: Art Newspaper No. 209, January 2010, p. 33.

2 White, Jennifer L.: When it's OK to Sell the Monet: A Trustee-Fiduciary-Duty Framework for Analyzing the Deaccessioning of Art To Meet Museum Operating Expenses, in: Michigan Law Review 94, February 1996, p. 1041–66.