
Skulpturenmuseum Glaskasten Marl

Museumskonzeption und Machbarkeitsstudie
für den Umzug in die ehemalige Hauptschule

Marl, November 2016

Das heute vorgestellte Museumskonzept mit baulich/architektonischer Machbarkeitsstudie wurde gemeinschaftlich im Sept. und Okt. 2016 erarbeitet.



Ein externer Blick auf die Ausgangslage ...

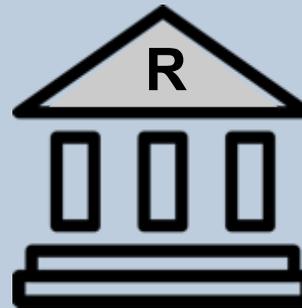
Möglicher Umzug als „**Folgeeffekt**“ des Projekts „Soziales Rathaus“, aber dennoch mit **Chancen**.



Skulpturenmuseum „**wird erwachsen**“, „**emanzipiert sich**“:



Sammlung ohne Museum



Museum im Rathaus



Eigener neuer Standort?

Wichtig: Gute Planung, um (durchaus vorhandene) **Risiken zu minimieren** und **Chancen bestmöglich zu nutzen**.

Der Umzug bietet die Chance, das Skulpturenmuseum noch attraktiver zu machen – wenn dieses gleichzeitig mit entsprechenden betrieblichen Mitteln ausgestattet wird.

Chancen

- Skulpturenmuseum **neu und zeitgemäß denken** und fit für die nächsten Jahrzehnte machen
- Attraktivitätssteigerung durch **verbesserte räumliche Situation**
- Positive Unterstützung der **Stadtentwicklung Marls insgesamt**
- Noch konsequentere Realisierung des Konzepts des „**Offenen Museums**“, das seit jeher Grundidee des „Glaskastens“ ist
- Realisierung eines **innovativen städtebaulichen Umnutzungskonzepts**

Risiken

- **Unzureichende Einbindung** des neuen Museumsstandorts in ein museales und städtisches **Gesamtkonzept**
- **Identifikationsverlust**, Störung einer **etablierten „Marke“**
- **Unvollständige/nur partielle Realisierung** der Planungen für den neuen Standort
- Vernachlässigung des Aspekts des **Museumsbetriebs** und der hierfür **langfristig erforderlichen Ressourcen**
- (Zu lange) **Übergangsphase** zwischen Schließung des alten und Eröffnung des neuen Standorts

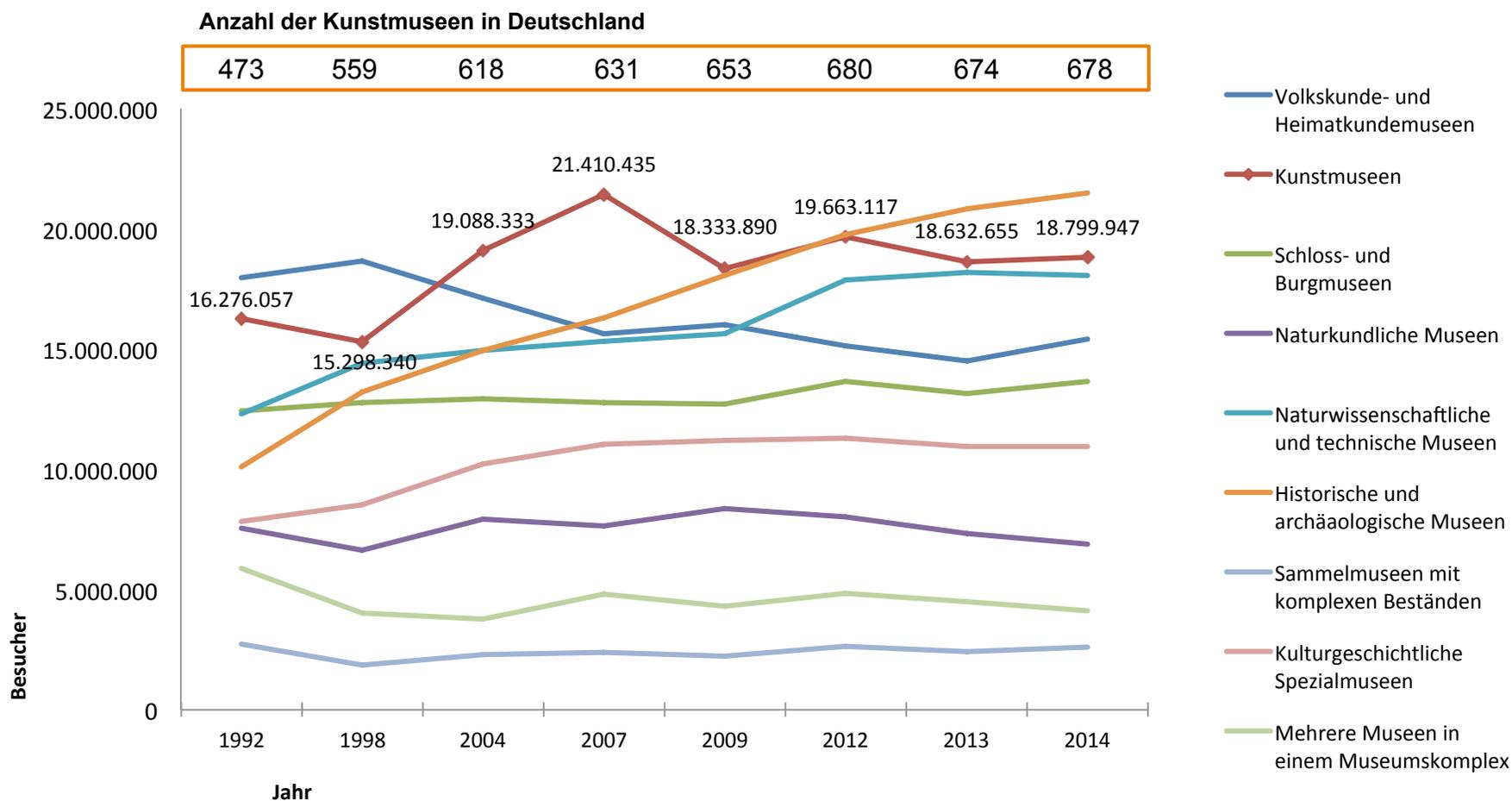
Insbesondere in den 1990er und frühen 2000er-Jahren wurden viele Museen in der Region gegründet oder mit Neu-/Erweiterungsbauten vergrößert.

Gründungen von (Kunst)Museen in der Region seit 1960

				Kunstmuseum Pablo Picasso Münster (2000)	
				Museum Kunstpalast Düsseldorf (2001)	
				Zentrum für Internationale Lichtkunst Unna (2001)	
				Kunsthalle Münster (2004)	Museum Ostwall im Dortmunder U (2010)
Kunstmuseum Bochum (1960)		Skulpturenmuseum Glaskasten Marl (1982)	Situation Kunst Ruhr Uni Bochum (1990)	Skulpturenpark Waldfrieden Wuppertal (2007)	Folkwang Neubau Essen (2010)
Kunstsammlung NRW Düsseldorf (1961)		Museumszentrum Quadrat Bottrop (1983)	Gustav Lübcke Museum Hamm (Neubau 1993)	KIT Düsseldorf (2007)	Museum für Kunst und Kultur Münster (Neubau 2014)
Campusmuseum Ruhr Uni Bochum (1967)	Kunstmuseum Mülheim an der Ruhr (Gebäude nach Krieg 1970)	Kunstmuseum Gelsenkirchen (Neubau 1984)	MKM Küppersmühle Duisburg (1999)	Osthaus Museum Hagen (Wiedereröffnung 2009)	NRW Forum Düsseldorf (2015)
Kunsthalle Düsseldorf (1967)	Emschertal Museum Herne (1978)	Flottmann Hallen Herne (1986)	Kunsthaus Kannen (Münster) – Museum für Art Brut und Outsider Art (1996)	Emil Schumacher Museum Hagen (2009)	Museum Jerke Recklinghausen (2016)
1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999	2000-2009	2010-2016

Kunstmuseen sind beliebt – aber der Wettbewerb verschärft sich.

Besucheranzahl verschiedener Museumstypen



Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2014 des Instituts für Museumsforschung des Preußischen Kulturbesitzes

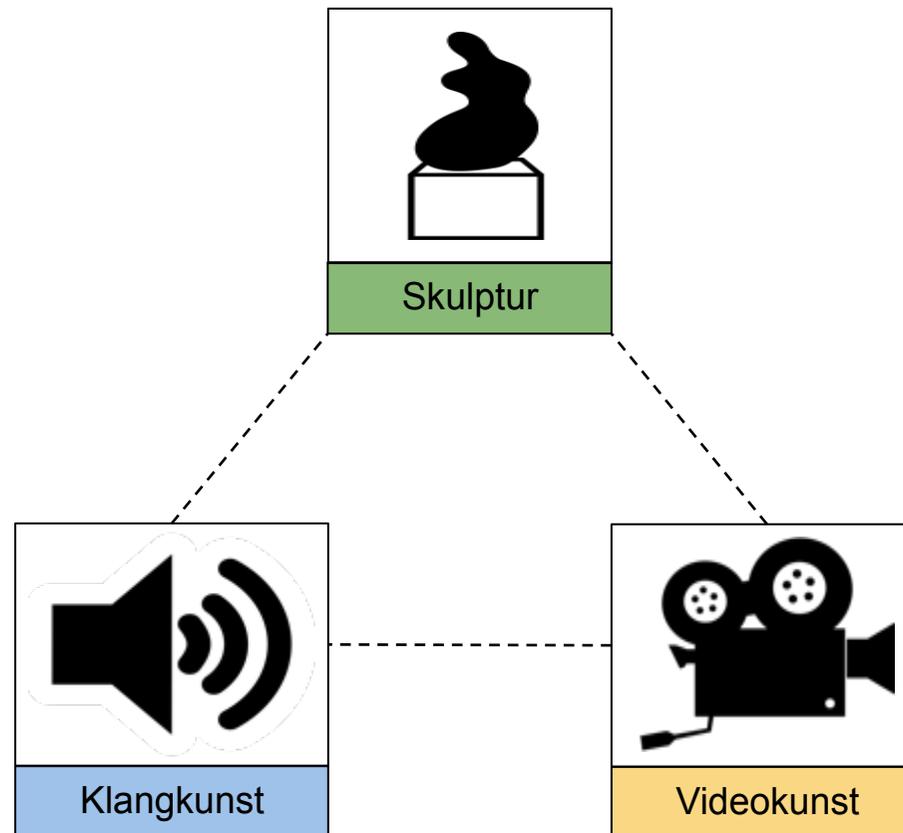
Räumliche Veränderungen sind wichtige Einflussfaktoren für die Besucherzahlenentwicklung von Museen.

Deutsche Museumsstatistik: Grund für Anstieg und Abfall der Besuchszahlen 2014

Grund des Anstiegs	Nennungen
Große Sonderausstellung(en) 2014	36,9%
Erweiterte Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik	28,9%
Sonderveranstaltungen 2014	24,3%
Eröffnung neuer Räume, Neubau	17,7%
Mehr Sonderausstellungen 2014	11,3%
Stadtfest, -jubiläum	9,9%
Wetter	7,3%
Verlängerung der Öffnungszeiten	6,4%

Grund der Abnahme	Nennungen
Große Sonderausstellung im Vorjahr	21,3%
Baulich-organisatorische Schließung	21,3%
Weniger Sonderausstellungen als im Vorjahr	19,8%
Sonderveranstaltungen im Vorjahr	13,7%
Erschwerter Zugang durch Bauarbeiten	12,0%
Verkürzung der Öffnungszeiten	11,3%
Wetter	10,4%
Einschränkung von Öffentlichkeitsarbeit	8,7%

Skulptur, Video- und Klangkunst werden im Skulpturenmuseum Glaskasten Marl in ihren gegenseitigen sowie raumbildenden Bezügen dargestellt.



Die Verbindung mit den Sammlungsschwerpunkten Video- und Klangkunst stellt eine Besonderheit in der Landschaft der Skulpturenmuseen dar.

Museen mit Skulpturensammlungen als hauptsächlichem Sammlungsschwerpunkt

Museum	Sammlungsbereich Skulptur			Weitere Sammlungsbereiche	Besucher p.a.	Ausstellungsfläche
	Sammlungsschwerpunkt	Monografisch?	Skulptur im Außenraum? ¹⁾			
Suermondt-Ludwig-Museum Aachen	12.-20. Jahrhundert	Nein	Nein	Malerei, Grafik, Literatur	16.850 (2012)	3.200 qm
Liebighaus Frankfurt	Antike bis Klassizismus	Nein	Ja	Keine	153.700 (2012)	1.600 qm
Ernst Barlach Haus Hamburg	19.-21. Jahrhundert	Ja	Ja	Zeichnungen	k.A.	k.A.
Skulpturenmuseum im Hofberg Landshut	20. Jahrhundert	Nein	Ja	Grafik, afrikanische Kunst, völkerkundliche Sammlung	k.A.	2.000 qm
Käthe Kollwitz Museum Köln	20. Jahrhundert	Ja	Nein	Zeichnungen, Plakate	Ca. 30.000	1.000 qm
Georg Kolbe Museum Berlin	19.-21. Jahrhundert	Nein	Ja	Zeichnungen	Ca. 30.000	370 qm
LehmbruckMuseum Duisburg	20. Jahrhundert	Nein	Ja	Malerei, Grafik, Fotografie, Neue Medien	29.500 (2015)	5.000 qm
Skulpturensammlung im Albertinum Dresden & Galerie Neue Meister	Romantik bis Gegenwart	Nein	Nein	Malerei, Klanginstallationen und Videoarbeiten	126.900 (2011)	4.500 qm
Gerhard-Marcks-Haus Bremen	20. Jahrhundert	Überwiegend	Nein	Grafik, Zeichnungen	19.500 (2013)	600 qm
Skulpturenmuseum Glaskasten Marl	20.-21. Jahrhundert	Nein	Ja	Video- und Klangkunst	6.000-7.000	1.150 qm

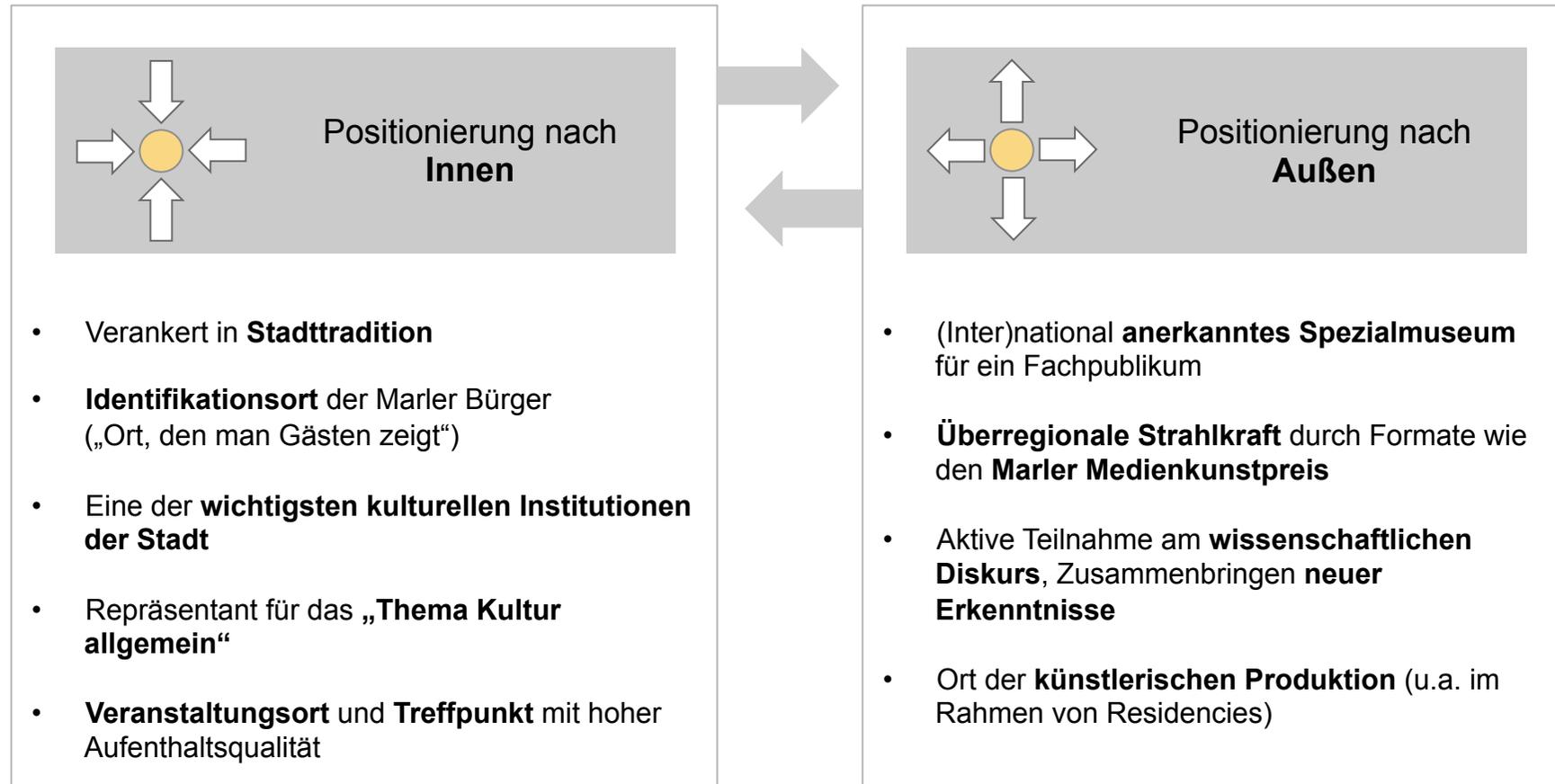
Das Skulpturenmuseum Marl nimmt eine besondere Position in der Museumslandschaft ein.

Aus dem ZEIT-Museumsführer

„Ein Projekt der Demokratie.

So ist denn das Marler Skulpturenmuseum (...) ein Ort, der wie kaum ein zweiter in Deutschland die **Entwicklungslinien der modernen Plastik nachvollziehbar macht** von der Avantgarde der Jahrhundertwende bis zur Gegenwart in ihren **raum- und vor allem stadtraumbildenden Bezügen.**“

Das Skulpturenmuseum versteht sich als offenes Museum.



Der neue Standort bietet das Potenzial, einige Aktivitäten auszuweiten bzw. neu aufzubauen.

<p>Umzug bietet deutliche Verbesserungspotentiale</p>	<p>Marler Medienkunstpreis </p> <p>Veranstaltungen </p> <p>Freundeskreis Habakuk </p>	<p>Sammlung </p> <p>Ausstellung Innenraum </p> <p>Bildung & Vermittlung </p>
<p>Umzug für Realisierung erforderlich</p>	<p>Residencies </p> <p>Shop </p> <p>Summer School </p>	<p>Café </p> <p>Lesebereich </p>
<p>Umzug für Realisierung nicht unbedingt erforderlich</p>	<p>Netzwerkarbeit </p> <p>Ausstellung Außenraum </p>	<p>Bildungskooperationen </p>

Sammlung



Qualitative Ziele

- Moderates **qualitatives Wachstum** der Sammlung
- Ausbau der **Akquise von Schenkungen** v.a. im Bereich Skulptur
- Realisierung einzelner Ankäufe durch den **Freundkreis Habakuk**
- Stärkung der Bedeutung von Sammlungserweiterungen durch **Auftragswerke/Werkproduktionen vor Ort in Marl** von eingeladenen Künstlern
- Deutliche **Verbesserung der Lagerungsbedingungen** der Sammlung durch Einrichtung eines Zentraldepots
- Weiterhin **aktive Teilhabe am Leihverkehr** national und international; dadurch Präsenz des Skulpturenmuseums Marl auch überregional

Ausstellung Außenraum



Qualitative Ziele

- Neugestaltung des alten Friedhofs zu einem veritablen **Skulpturenpark** inkl. neuer Wegeführung und Grünflächengestaltung
- **Anschließen des Skulpturenparks an den neuen Museumsstandort**, Konzeption als eine Einheit, deutliche Verbesserung der Zugänglichkeit des Parks vom zukünftigen Museumsstandort aus
- Nutzung der abgeschlossenen und halb abgeschlossenen **Innenhöfe** der Hauptschule für die **Sammlungspräsentation im Außenraum** („intime“/ Art der Sammlungspräsentation zusätzlich zu der „klassischen“ Skulpturenpräsentation in der Stadt)
- Beibehaltung der Skulpturen-Standorte an **weiteren zentralen Stellen im Stadtraum**

Quantitative Ziele

- Derzeit **rd. 100 Skulpturen im Außenraum**, langsames Wachstum angestrebt

Marler Medienkunstpreis



Qualitative Ziele

- **Weiterführung und Verstetigung der erarbeiteten Konzeption**
 - Internationalisierung
 - Zusammenführung von Video- und Klangkunst
 - Fokussierung auf fertige Arbeiten, idealerweise mit Katalog
- **Enge Verknüpfung der Sammlung Skulptur mit dem Medienkunstpreis** (zu der Zeit des Medienkunstpreises Bespielung der gesamten Ausstellungsfläche)

Quantitative Ziele

- Derzeit Teilnehmerzahlen von derzeit rd. 500, davon rd. 30 Werke gezeigt (20 Werke Videokunst, 10 Werke Klangkunst)
- **Tendenziell Wachstum** der Teilnehmerzahlen und präsentierten Werke

Bildung und Vermittlung



Qualitative Ziele

- Aufrechterhaltung und permanente Weiterentwicklung eines **regelmäßigen Angebots etablierter Museumsformate** wie „Kulturstrolche“, Museumskurs „Ran an die Kunst“, „Kinderferienspaß“
- Attraktivitätssteigerung der Angebote insgesamt durch ein **verbessertes Raumangebot**
- Realisierung von „**Kunst vor Ort-**“ und „**Unterricht im Museum-**Konzepten („Übung am Original“)
- Ermöglichung der Kooperation und des **Austauschs zwischen Kindern und Künstlern**, z.B. durch gemeinsame Projekte mit Teilnehmern der „Summer School“ oder des „Residency-Programms“
- Realisierung eines **Bestandskatalogs von Kindern/ für Kinder**
- Verstärkte Vermittlung und Einbindung des **Graffiti-Projektes** am Marler Rathaus

Quantitative Ziele

- Mittelfristig bei entsprechender Personalausstattung: **Verdopplung der Teilnehmerzahlen** (derzeit ca. 1.000 Teilnehmer jährlich bei den Führungen)

Museale Raumkonzepte ändern sich grundlegend; Aufenthaltsangebote und -qualitäten werden zu zentral wichtigen Faktoren.

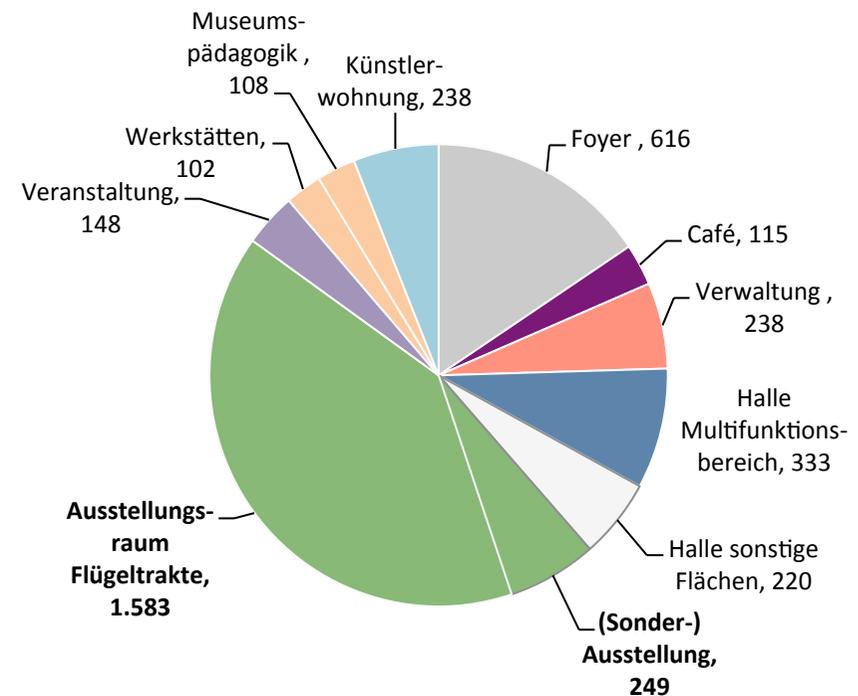
Neubau Tate Modern

Planung Skulpturenmuseum Marl am neuen Standort

„Gut die Hälfte der Flächen (ist) nicht der Kunst vorbehalten, sondern soll das ermöglichen, was sich das Publikum von der Tate erhofft: das **Beisammensein, Essen, Trinken, Debattieren** (...).“¹⁾

„Es geht darum, was (...) **Kunstinstitutionen für die Gemeinschaft tun können**. Ziel ist es, zugleich **lokal** und **global** zu sein.“¹⁾

Nicholas Serota, Direktor der Tate Modern, bei der Eröffnung des Neubaus



Σ rd. 4.000 qm

davon rd. 50% (1.800 qm) Ausstellungsfläche

1) Die ZEIT Juni 2016, Artikel „Da dreht sich was“

METRUM Managementberatung GmbH

Baaderstraße 56

80469 München

Fon +49-(0) 89-856 38 56-0

Fax +49-(0) 89-856 38 56-22

Mail team@metrum.de

Web www.metrum.de

Hinweis

Die Ausführungen der METRUM Managementberatung GmbH beruhen auf Annahmen, die aufgrund des zugänglichen Datenmaterials und der Auskünfte der jeweiligen Ansprechpartner im Unternehmen für richtig erachtet werden. Gleichwohl übernimmt die METRUM Managementberatung GmbH für die Richtigkeit der gemachten Annahmen sowie die darauf aufbauenden Aussagen keine Haftung.

Copyright

Alle in dieser Dokumentation enthaltenen Strategien, Modelle, Konzepte, Ideen, Berechnungen und Schlussfolgerungen sind ausschließliches geistiges Eigentum (Ausnahme: Quellenangaben) der METRUM Managementberatung GmbH und urheberrechtlich geschützt. Sie werden dem Auftraggeber zu dessen ausschließlicher Nutzung zeitlich unbefristet überlassen. Alle hierin enthaltenen Informationen unterliegen der Geheimhaltung und sind nur für den Auftraggeber bestimmt. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt diese Dokumentation zu verändern oder außerhalb seines Unternehmens zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Diese Bestimmung kann ausschließlich mit schriftlicher Zustimmung der METRUM Managementberatung GmbH abgeändert oder widerrufen werden. Mündliche Vereinbarungen besitzen keine Gültigkeit.

All the strategies, models, concepts, ideas, calculations and conclusions incorporated into this documentation are the exclusive intellectual property (exceptions aresource referenced) of METRUM Managementberatung GmbH and are protected under copyright. They have been turned over to the client exclusively for his own use for an unspecified period. All information included in them is to be kept confidential and is intended for the client's eyes only. The client is not permitted to change this documentation, make it public outside his own company or disseminate it in any way. This rule may only be amended or revoked with the express written consent of METRUM Managementberatung GmbH. Verbal agreements shall not be deemed valid.