

September 2001

### Freundschaftspreise

7 Fensterbilder, Schriftbild

In der Ausstellung »Get together«, 2. Teil der Ausstellungsreihe »wie konnte das einhorn die sintflut überstehen?«, Neues Museum, Weimar  
kuratiert von Silke Feldhoff



»Freundschaftspreise«  
7 Fensterbilder (Fenstermalfarbe auf Trägerfolie), je 406 x 219 cm  
Schriftbild (Wäscheleine auf weiß gefasster MDF-Platte)

### Freundschaftspreise

Eine temporäre Werbemaßnahme für das Neue Museum Weimar

Die Ausstellungsreihe »wie konnte das einhorn die sintflut überstehen«, kuratiert von Silke Feldhoff, hatte sich zum Ziel gesetzt, die Akzeptanz des Neuen Museums in der Stadt Weimar zu erhöhen. Das Projekt »Freundschaftspreise« reagierte auf diese Aufgabenstellung mit der Übernahme von aus der Konsumgüterwerbung bekannten Strategien und wendete diese auf das Museum an.

Es begab sich damit auf kulturpolitische Argumentationslinien, die erfolgreiche Museumsarbeit

selbstverständlich an Besucherzahlen und medialer Präsenz misst. Der Rückzug öffentlicher Förderung und der Ruf nach Umstrukturierung unter Anwendung unternehmerischer Kriterien gehen dabei Hand in Hand. Durch Verknappung der zur Verfügung stehenden Mittel und Rationalisierung der internen Abläufe wird faktisch die Privatisierung und Kommerzialisierung vormals in öffentlicher Verantwortung gesteuerter Kulturinstitutionen eingeleitet. Bestandsgarantien werden nicht erteilt. Existenz rechtfertigend wirken allenfalls ausreichend hohe Besucher/innenzahlen, die neben der zusätzlichen Entlastung der städtischen Haushalte ein auf das Populäre zielendes Renommé mit überregionaler Anziehungskraft bestätigen sollen.

Wo noch kein Bedürfnis vorliegt, ist es in der Logik der Werbestrategen durch geeignete Maßnahmen herstellbar! Die Qualität des Anbietens bestimmt die Nachfrage. Warum sollte also das Museum nicht für eigene Interessen populäre Werbestrategien nutzen, wenn es dabei gleichzeitig die Popularisierung seiner Inhalte abwenden kann? Niemand wird überrascht sein, nicht das in der Verpackung vorzufinden, was die Schauseite annonciert: Konsument/innen sind derartige Ent-Täuschungen gewohnt.

Die Eingangshalle des Neuen Museums wurde durch die Bespielung aller sieben, die Museumsfront stark bestimmenden Fenster und einem Schriftbild über der Kassenszone in ein werbendes »Schaufenster« verwandelt. Die genutzten Materialien entstammen der Alltagswelt der erwarteten Besucher/innen: Folien und semitransparente Fenstermalfarben sowie Wäscheleine und mikrodichte Faserplatte, mit Wandfarbe weiss gefasst.

### **Termine**

Eröffnung: 23.09.2001

Laufzeit: 24.09. 04.11.2001

### **Katalog**

»Wie konnte das Einhorn die Sintflut überstehen?«, sechsteilige Ausstellungsreihe zu Funktion, Rolle und Selbstverständnis von Kunst - Museum - Betrachter, zweiter Teil: »Get together«, Andrea Knobloch, Reinigungsgesellschaft, Hrsg.: Neues Museum Weimar 2001