

Kulturentwicklungsplan (KEP) Fortschreibung

Das älteste Museum der Stadt mit seiner international herausragenden Sammlung von Gemälden vom Mittelalter (Lochner, Dürer, Cranach) über die Barockzeit (Rembrandt, Rubens) bis zur beginnenden Moderne (Monet, Van Gogh, Gauguin) sieht in der dringend benötigten und seit langer Zeit vorgesehenen baulichen Erweiterung die willkommene Gelegenheit zur Neuordnung und Neuaufrichtung des Hauses. Der baulichen Erweiterung ist die Erweiterung in den virtuellen Raum – die Entwicklung des „Digitalen Museums“ – mit gleicher Dringlichkeit und gleichberechtigt zur Seite zu stellen.

1. Erweiterungsbau

Das Wallraf-Richartz-Museum beherbergt seit 2001 die bedeutende Gemäldesammlung der Fondation Corboud als „ewige Dauerleihgabe“ und führt seitdem die Stiftungsbezeichnung im Namen. Mit der Realisierung des seit vielen Jahren projektierten Erweiterungsbaus auf dem benachbarten Gelände des ehemaligen Kaufhauses Kutz wird sich endlich die Möglichkeit bieten, sowohl diese wertvolle Sammlung des Impressionismus und Postimpressionismus als auch die prachtvollen eigenen Bestände der Öffentlichkeit in angemessener Weise zugänglich zu machen, sind doch aktuell die Flächen der Dauer- und Wechselausstellungen erheblich zu klein. Mit einer zusätzlichen Ausstellungsfläche von rund 1 000 qm (zzgl. ca. 500 qm für entsprechend benötigte Technikflächen) wird sich das Haus neu aufstellen und seinem Rang im Kreis in den vorderen Reihen der deutschen Museumslandschaft festigen können. Zudem sind durch den Erweiterungsbau die Interessen der Fondation Corboud auszugleichen, die immer von der Schaffung hinreichender Präsentationsflächen für ihre Sammlung ausgegangen ist.

2. Dokumentation

Ein überaus dringliches Desiderat stellt für das WRM&FC der Komplex der Dokumentation dar. Das WRM&FC gehört zu jenen Kölner Museen, die keine Stelle für die Dokumentation ausweisen. Diesem Missstand gilt es zeitnah abzuwenden, zählt

doch die Dokumentation – die Pflege und Aktualisierung der Bildakten usw. – zu den zentralen und grundlegenden Aufgaben musealer Institutionen.

Dieser Mangel wird dadurch zunehmend schwerwiegend, dass dieser in dem schon seit Jahren und stets stärker sich als Herausforderung für die Museen darstellenden Bereich der Digitalisierung (s. u.) spürbar wird. Nur eine auf dem aktuellen Stand geführte Sammlungsdokumentation liefert die unabdingbare Grundlage für die publikumswirksame Zugänglichmachung der Museumsbestände über die elektronischen Medien.

3. Digitale Transformation

Von entscheidender Bedeutung für die Zukunftsfähigkeit einer musealen Institution ist es heute, eine digitale Strategie zu entwickeln und das Museum in den virtuellen Raum zu erweitern. Dies ist ein unabdingbares „must have“. Digitale Technologien haben die Lebenswirklichkeit der Menschen und ihren Wissensbegriff nachhaltig verändert. Dies hat notwendig unmittelbare Auswirkungen auf die Museumspraxis, auf sämtliche musealen Arbeitsweisen – von der Forschung über die Vermittlung bis zur Öffentlichkeitsarbeit/Kommunikation. Ein Museum der Bedeutung des WRM&FC muss im nationalen und internationalen Wettbewerb bestehen und bedarf dringend der an das Haus gebundenen Kompetenz im Bereich IT/Digitalisierung.

In diesem Zusammenhang geht es zum einen um die Herstellung digitaler Inhalte – also u.a. die physische Aufnahme von Kunstobjekten, Dokumenten und zugehörigen Texten – zum zweiten um die vielgestaltige Bereitstellung dieser Digitalisate für ein sich zunehmend der online-Kanäle bedienendes Publikum. Die Bereiche Dokumentation – zentrales Desiderat ist hier die Einrichtung einer internetbasierten Online-Collection – Vermittlung und Marketing sind auf das Engste mit der Digitalisierung verflochten.

Auch der Bereich der Social Media – heute unabdingbarer und wesentlicher Kanal der Kommunikation – ist unterversorgt. Im Wettbewerb mit allen jenen, die aus dem Kultur- und Unterhaltungssektor in diesem Bereich aktiv sind und um Aufmerksamkeit konkurrieren, ist diese Aufgabe von herausragender Bedeutung, um die Sichtbarkeit der Institution nicht nur zu steigern, sondern überhaupt zu erhalten.

4. Aufbau Fundraising und Ausbau Marketing

Das Museum verfügt über keine Stelle für das Fundraising. Dies ist in Zeiten zunehmend verknappter öffentlicher Mittel jedoch eine unabdingbare Aufgabe, um die erforderlichen Mittel für den sich in den zurückliegenden Jahren stets zunehmenden Bedarf etwa im Bereich der Sonderausstellungen zu akquirieren.

Das Marketing ist gleichfalls von zentraler Bedeutung – und kann doch wegen der auch hier zu verzeichnenden mangelnden Personalkapazität nur in sehr bescheidenem Umfang betrieben werden: Der Pressesprecher des Museums nimmt diese Aufgabe gleichsam nebenher wahr. Klassische Werbung und stets zunehmend das online-Marketing aber stellen überhaupt erst eine Sichtbarkeit des Museums, der dort geleisteten Arbeit und der „Produkte“ (u.a. Ausstellungen) her.

5. Das WRM&FC am Rathausplatz und auf der Via Culturalis

Eine große Aufgabe im weiteren Kontext ist die Entwicklung des WRM&FC als wesentlicher Bestandteil der Via Culturalis. Gemeinsam mit dem MiQua – LVR-Museum im archäologischen Quartier Köln entsteht am Rathausplatz und damit auf halber Strecke zwischen Dom und St. Maria im Kapitol ein Museumszentrum, das die Kölner Kunst- und Stadtgeschichte von der Antike bis an die Schwelle der Moderne zur Anschauung bringt. Von entscheidender Bedeutung wird es u.a. sein, die neu entstehende Platzanlage zwischen den beiden Museen und in der Achse zwischen Hohe Straße und Heumarkt zu einem urbanen Raum mit hoher Aufenthaltsqualität zu entwickeln (Außengastronomie etc.).