

Dem Quadrat ein Museum

Eine Analyse aus Sicht der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Seit Anfang der 1990er Jahre sammelt Marli Hoppe-Ritter, die Miteigentümerin der Firma RITTER SPORT, Kunstwerke, die sich inhaltlich und formal mit dem Quadrat auseinandersetzen. Aus kunsthistorischer Sicht ist es besonders interessant und überraschend spannend zu diesem Spezialgebiet zu sammeln, gilt doch das Quadrat seit Kasimir Malewitsch für die Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts als essentielles Gestaltungselement. Die künstlerische Beschäftigung mit dem Quadrat zieht sich wie ein roter Faden durch die Geschichte der Geometrischen Abstraktion und umschließt ein ganzes Jahrhundert Kunstgeschichte in konzentrierter Form. Bis heute inspiriert das Quadrat Künstlerinnen und Künstler zu vielgestaltigen Arbeiten. Ob ernsthaft oder spielerisch, mathematisch oder spirituell, analytisch oder auch witzig – die Möglichkeiten sind nahezu unerschöpflich und finden nicht nur in der konkret-konstruktiven Kunst, sondern auch in anderen künstlerischen Konzepten ihren Niederschlag. Über 750 Kunstwerke hat Marli Hoppe-Ritter inzwischen zum Thema Quadrat zusammengetragen und ihrer Sammlung damit ein weltweit einzigartiges Profil verliehen.

Der Schweizer Architekt Max Dudler hat am Ortsrand von Waldenbuch, 30 Kilometer südlich von Stuttgart, ein Museumsgebäude errichtet, das dem Charakter der Sammlung Marli Hoppe-Ritter hervorragend entspricht. Dudler greift das Thema Quadrat auf, indem er das Gebäude über einem Grundriss von 44 mal 44 Metern konzipiert. Eine trapez-förmige Passage teilt den Baukörper und lässt zwei Flügel entstehen. Ein Flügel bietet der Kunst repräsentative und großzügige Entfaltungsmöglichkeiten, der andere beherbergt das Besucherzentrum von RITTER SPORT. Dort laden eine Ausstellung zur Firmengeschichte und das umfangreiche Schokoladesortiment im SchokoShop.

Im September 2005 wurde das MUSEUM RITTER eröffnet. Unter dem Titel „SQUARE“ zeigte die Eröffnungsausstellung erstmals die Bandbreite und Vielfalt der Sammlung im eigenen Haus. Seither wird das Museum mit wechselnden Ausstellungen bespielt. Dazu gehören Thementausstellungen, Einzelausstellungen ausgewählter Künstlerinnen und Künstler der Sammlung sowie junge Kunstprojekte, die die Bedeutung des Quadrats für die zeitgenössische Kunst dokumentieren. Regelmäßige Sammlungspräsentationen veranschaulichen die Entwicklung der stetig wachsenden Sammlung Marli Hoppe-Ritter. Zahlreiche Publikationen und Katalogbücher begleiten die Ausstellungen.

Seit seiner Gründung vor fünf Jahren hat sich das MUSEUM RITTER einen Namen als lebendiger Ort für die Begegnung mit konkret-konstruktiver Kunst gemacht. Überdies hat es sich innerhalb kurzer Zeit zu einem attraktiven Ausflugsziel in reizvoller Umgebung entwickelt, das Kunst-, Architektur- und Schokoladenliebhaber gleichermaßen begeistert.

Wie konnte das gelingen? Dieser Frage soll im Text unter besonderer Berücksichtigung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Museums nachgegangen werden.

Leitbild und Servicepolitik

Ein Leitbild umreißt üblicherweise die Unternehmensphilosophie, indem es grundlegende Einstellungen und Überzeugungen transportiert. Das Leitbild des MUSEUM RITTER formuliert Ziele und Werte des Hauses und ist für jedermann im Internet einsehbar. Das Quadrat wird darin deutlich als Alleinstellungsmerkmal formuliert. Grundlegendes Ziel des Museums ist es, die Sammlung Marli Hoppe-Ritter der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Auf vier Säulen ruht das Selbstverständnis des Hauses: *Unabhängigkeit, Konzentration auf das Quadrat, Zukunftsorientierung und Publikumsnähe*. Das Museum wird von der privaten Marli Hoppe-Ritter Stiftung zur Förderung der Kunst getragen. Deshalb ist es völlig unabhängig von der öffentlichen Hand. Die somit gegebene finanzielle und organisatorische Unabhängigkeit bringt den großen Vorteil mit sich, dass sich das Ausstellungsprogramm vergleichsweise wenig von wirtschaftlichen Interessen leiten lassen muss. Das soll auch zukünftig so bleiben. Mit der Konzentration auf das Leitmotiv der Sammlung – auf das

Quadrat – beweist das MUSEUM RITTER ebenfalls in gewisser Hinsicht Unabhängigkeit. In diesem Fall ist die Unabhängigkeit von allen modischen Trends und Marketingeffekten gemeint, die auch die Kunstszene in immer stärkerem Maß prägen. Das Stichwort Zukunftsorientierung im Leitbild weist darauf hin, dass die Sammlung in Richtung Zukunft offen ist. In der Vergangenheit besteht eine historisch gegebene Grenze, die in die Anfangszeit der konstruktiv-geometrischen Kunst zu Beginn des 20. Jahrhunderts zurückreicht. In der Zukunft jedoch gibt es keine Begrenzung. Beständig wächst die Sammlung und erweitert sich um Kunst der Gegenwart, die dem Thema neue Facetten abzugewinnen vermag. Das Quadrat erweist sich als Motiv, dessen Potential noch lange nicht ausgeschöpft ist. Nicht zuletzt ist die Nähe zum Publikum im Leitbild verankert, denn in erster Linie versteht sich das MUSEUM RITTER als ein Haus, das für den Betrachter da ist. Eine freundliche und zuvorkommende Betreuung der Besucher und qualitativ hochwertige Kunstvermittlungsangebote sind ein zentrales Anliegen der Museumsgründerin Marli Hoppe-Ritter. Das gesamte Mitarbeiterteam ist mit hoher Motivation darum bemüht, den Aufenthalt im Museum für Besucher interessant und angenehm zu gestalten. Das ausgeprägte Servicedenken spielt in viele Bereiche des Museums wie zum Beispiel in die Preispolitik hinein: Der moderate Museumseintritt beinhaltet eine kostenlose Audioführung in deutscher oder englischer Sprache. Zudem ist der überwiegende Teil der Programmangebote kostenfrei. Alle jungen Besucher bis 18 Jahre haben freien Eintritt im MUSEUM RITTER und erhalten eine kostenlose Audioführung mit eigens für sie verfassten Hörtexten.

Das Museum versteht sich als offenes und lebendiges Haus, das die geometrisch-abstrakte Kunst möglichst vielen Menschen unterschiedlichen Alters und mit unterschiedlichen Vorkenntnissen nahe bringen möchte. Dass dieses Konzept aufgeht, zeigt die erfolgreiche Entwicklung in den vergangenen fünf Jahren. Seit der Eröffnung im Jahr 2005 konnten rund 270.000 Kunstinteressierte im Museum gezählt werden. Diese Zahl übertrifft die Besucherzahl von Museen ähnlicher Ausrichtung, die sich überdies meist in urbanen Zentren befinden, bei weitem. Analysen haben ergeben, dass 20 % der Besucher Kinder und Jugendliche waren; jeder 5. Besucher war also jünger als 18 Jahre. Jeder 3. Museumsbesucher hat an einer Veranstaltung oder Führung teilgenommen. Das zeigt deutlich, dass für viele Besucher die Angebote der Kunstvermittlung einen wichtigen Teil des Gesamterlebnisses des Museumsbesuchs ausmachen.

Kommunikationspolitik

Das MUSEUM RITTER will ein Haus für alle sein und kein elitärer Musentempel. Doch was heißt das? Die folgende Grobstruktur der Zielgruppen soll für einen Überblick sorgen. Zu den Zielgruppen gehören kunst- und architekturinteressierte Personen aus der Region und bundesweit, Fachpublikum wie Galeristen und Künstler, Mitarbeiter der Firma RITTER SPORT, Waldenbucher Anwohner, Reisegruppen aus der ganzen Bundesrepublik, Familien, Schulklassen, Mitglieder des Freundeskreises des Museums und nicht zuletzt Medienvertreter und weitere Multiplikatoren. Dieser Überblick ist nicht demographisch untermauert und darf keinesfalls als vollständig betrachtet werden. Er soll vielmehr das Spektrum der potentiellen Besucher veranschaulichen, mit denen kommuniziert werden muss. Dass es für ein kleines Mitarbeiterteam eine große Herausforderung darstellt, dem sehr weit gefassten Publikumsbegriff Rechnung zu tragen und individuell auf die Zielgruppen abgestimmte Maßnahmen zu entwickeln, ist ersichtlich. Daher setzt das MUSEUM RITTER in erster Linie auf Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit der Fokussierung auf die übergeordnete Zielgruppe der kunst- und architekturinteressierten Personen im regionalen und überregionalen Umfeld. Durch diese Fokussierung können die vorhandenen Ressourcen am Besten genutzt und Kosten gespart werden. Ein weiterer Vorteil ist, dass Presseveröffentlichungen eine hohe Glaubwürdigkeit genießen. Ziel ist es, durch kontinuierliche Präsenz in den Medien im Bewusstsein der Mediennutzer einen festen Platz einzunehmen. Dabei werden die klassischen Mittel der Pressearbeit eingesetzt. Gemeint sind zum Beispiel Presseaussendungen, Pressekonferenzen und das Anbieten von öffentlichkeitswirksamen Themen. Das Museum kommuniziert in erster Linie seine Hauptaufgabe, die darin besteht, qualitativvolle Ausstellungen zur konstruktiv-konkreten Kunst

anzubieten. Sowohl auf dem Weg der Ausstellungskritik als auch über klassische Anzeigenwerbung in einschlägigen Kunst- und Kulturmedien mit regionaler und überregionaler Verbreitung werden die Ausstellungen des Museums beworben. Durch die Verwendung desselben Motivs bei Ausstellungsplakat, Anzeigen und Programmflyer wird der Wiedererkennungswert erhöht. Bei der Schaltung von Anzeigen wird auf eine Ausgewogenheit zwischen Publikationen mit höherer Auflage und größerer Verbreitung wie zum Beispiel „ART“ oder Kulturkalender Baden-Württemberg und Medien mit kleinerer Auflage und regionalem Bezug wie zum Beispiel „SUR“, ein kulturpolitisches Heft für Stuttgart, geachtet.

Darüber hinaus hat sich die Verbindung von Kunst, Natur und Schokolade in der Vergangenheit als Erfolgsfaktor herausgestellt. Am Rande des idyllischen Naturparks Schönbuch gelegen, bietet das MUSEUM RITTER die ideale Ausgangsbasis für Radtouren und Spaziergänge in der Natur. Obendrein lädt der SchokoShop von RITTER SPORT zum Shoppingbummel ein. Dieser Nebeneffekt des Museumsbesuchs macht das Haus für bestimmte Zielgruppen, wie Familien, Reisegruppen und Touristen aus Deutschland und den Nachbarländern zu einem interessanten Thema. Durch entsprechende Positionierung von Texten und Anzeigen in Freizeitmedien werden die genannten Zielgruppen angesprochen. Da im Freizeitbereich besonders viel Potential liegt, wird angestrebt, die Pressearbeit und Werbung in diesem Sektor noch weiter auszubauen. Anzeigenwerbung für das Kunstmuseum und das RITTER SPORT Besucherzentrum sollen potentiellen Besuchern das Gesamtpaket, das sie vor Ort erwartet, näher bringen. Hier wird vor allem auf die Präsenz in Busreisemagazinen und Reiseliteratur gesetzt. Darüber hinaus wird durch gezielte Kommunikation vor Ort versucht, Schokoladeeinkäufer für einen Besuch im Kunstmuseum zu gewinnen. Durch ein Leitsystem im RITTER SPORT Besucherzentrum und in der Passage zwischen beiden Gebäudehälften, werden die Besucher auf die Kunstausstellungen aufmerksam gemacht. Ausliegende Ausstellungsprogramme ergänzen das Leitsystem.

Im Sinne einer wirkungsvollen Öffentlichkeitsarbeit setzt das MUSEUM RITTER auf den persönlichen Kontakt zu seinen Besuchern. Alle interessierten Personen können sich im Museum registrieren und erhalten dann regelmäßig die aktuellen Ausstellungsprogramme und Einladungen zu Ausstellungseröffnungen zugesandt. Diese direkte Ansprache erzeugt bei vielen Besuchern eine Verbundenheit mit dem Museum. Im Idealfall werden sie zu Stammesbesuchern und treten dem Freundeskreis des Museums bei. Die öffentlichen Vernissagen, die mitunter bis zu 500 Besucher anziehen, stehen ebenfalls im Zeichen der konsequenten Besucherorientierung. Ebenso verhält es sich mit den Sommerfesten, die im Jahr 2006 und 2008 stattfanden, um für Familien aus der Region einen Anreiz für den Museumsbesuch zu schaffen. Die exklusive Veranstaltungsreihe Kultur-Gourmet gehört ebenfalls zu den Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. An ausgewählten Terminen wird in Zusammenarbeit mit einem ortsansässigen Restaurant eine Ausstellungsführung und ein 4-Gang Menü angeboten. Nicht zu unterschätzen ist in diesem Zusammenhang die Mund-zu-Mund-Propaganda, die stark zum Erfolg des Hauses beiträgt.

Ein wichtiges Kommunikationsinstrument ist die professionell gestaltete Homepage des Museums. Sie ist ganz dem Servicegedanken verpflichtet und ist auf schnelle Auffindbarkeit der Informationen ausgelegt. Sehr umfangreiche Texte zu Künstlern der Sammlung ermöglichen es zudem dem Fachpublikum, die Homepage als Nachschlagewerk hinsichtlich konkreter Kunst zu konsultieren. Bislang nutzt das MUSEUM RITTER die interaktiven Möglichkeiten des web2.0 und der social networks, die in jüngster Vergangenheit auch im Museumsbereich Einzug gehalten haben, noch wenig, verschließt sich jedoch nicht gegenüber dieser Entwicklung.

Erfolgsfaktoren und Vision

Bereits ausführlich beschrieben wurden die Faktoren: klares Profil der Sammlung, konsequente Besucherorientierung, qualitativ hochwertige Ausstellungen und Kunstvermittlungsangebote sowie attraktive Lage abseits der Stadt und die einzigartige Kombination von Kunst und Schokolade. Des Weiteren scheint der Umstand, dass es sich beim MUSEUM RITTER um ein Privatmuseum handelt, eine besondere Anziehungskraft auszuüben. Marli Hoppe-Ritter hat ihre Sammlung der Öffentlichkeit zugänglich gemacht und damit Neugier und Interesse geweckt. Dies empfinden viele Besucher als großzügige Geste. Durch zahlreiche Rückmeldungen von Besuchern und Medien wird ersichtlich, dass das Interesse an der Sammlerin groß ist. Was motiviert sie zum Sammeln? Wie wählt sie ihre Werke aus? Und welche sind ihre Lieblingsstücke? – Solche Fragen bewegen die Besucher und lassen sie eine emotionale Bindung zum MUSEUM RITTER aufbauen. Das Potential, das in dieser Konstellation steckt, muss von der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit umsichtig genutzt werden, indem zum Beispiel passende Interviewpartner gefunden und regelmäßig Veranstaltungen mit der Sammlerin im Begleitprogramm zu den Ausstellungen angeboten werden. Ein Beispiel hierfür sind auch die Künstlergespräche, die ebenfalls einen Teil des Rahmenprogramms ausmachen. Sie schaffen die Möglichkeit, mit Künstlern der Sammlung direkt in Kontakt zu treten. Wer könnte besser die Inhalte und Raffinessen eines Kunstwerks erklären, als der Künstler selbst? Das wissen die Besucher zu schätzen und nehmen entsprechende Veranstaltungen im MUSEUM RITTER gerne wahr. Das Museum löst sein selbst gestecktes Ziel, nämlich Wissen über die Kunst und Spaß im Umgang mit ihr zu vermitteln, damit ein. In den vergangenen fünf Jahren ist es außerordentlich gut gelungen, das MUSEUM RITTER zu einem festen und selbstverständlichen Bestandteil des regionalen Kunst- und Kulturlebens in Baden-Württemberg zu machen. Die Zukunftsvision des Hauses liegt darin, den Radius der Bekanntheit weiter auszudehnen und internationale Anerkennung für die Ausstellungen zu bekommen sowie das Haus als internationales Forum für die Begegnung mit konkret-konstruktiver Kunst zu etablieren.

Simone Groß M.A. ist verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im MUSEUM RITTER.