

MPR – International Committee for Marketing and Public Relations

Transforming Museum Communications in a Changing World

Jahrestagung im Rahmen der ICOM-Generalkonferenz 2019 in Kyoto, Japan

Matthias Henkel

Anlässlich der 25. ICOM-Generalkonferenz in Kyoto organisierte das Internationale Komitee Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (MPR) die Tagung *Transforming Museum Communications in a Changing World*. Aus den sehr zahlreich eingegangenen Vortragsbewerbungen wurden rund zwanzig Beiträge ausgewählt und in drei inhaltliche Cluster gegliedert: (1) Responding to Global Issues; (2) Local Communities and Museums; (3) Redefining the Role of Marketing and Public Relations at Museums.

Für die Tagung konnten zwei Keynote Speaker verpflichtet werden: Kenneth Weine, Chief Communication Officer des Metropolitan Museum of Art in New York, berichtete den mehr als siebzig Tagungsteilnehmern sehr engagiert über seine Erfahrungen, die er sammelte, während er eine neue Kommunikationsstrategie entwickelte, um das Metropolitan Museum noch stärker mit seinen Besuchern aus nah und fern zu vernetzen. Toru Sasaki, Universität Hokkaido, berichtete über neue Strategien der Evaluation. Sehr bemerkenswert waren auch die Beiträge junger Kolleginnen und Kollegen, die deutlich belegen, dass die Institution Museum kommunikativer und durchlässiger wird. Die Kommunikationsabteilungen werden – darin waren sich alle die Diskussionsteilnehmer einig – bei dieser anhaltenden Entwicklung zukünftig eine maßgebliche Rolle spielen.

Neben der Tagung vor Ort bot MPR seinen Gästen eine Exkursion an. Besonders anregend war die Diskussion, die der neu gewählte Vorstand mit allen Tagungsteilnehmern im Eisenbahnmuseum führte. Es wurde der Titel *Narratives – Long Story Short* der kommenden Jahrestagung in Kassel und Berlin besprochen. Im Mittelpunkt der Tagung wird die Frage nach den unterschiedlichen Ebenen der Narration und der Notwendigkeit eines stärker holistischen Ansatzes in der Museumspraxis stehen – sei es aus der angestammten Perspektive des Kuratierens, des Kommunizierens, des Szenographierens, des Vermittelns ...

Ferner standen die Vorstandswahlen an. Zum neu gewählten Vorstand gehören Kolleginnen und Kollegen aus Nord- und Süd-Amerika, Afrika, Asien und Europa. Darin sehen wir einen entscheidenden Vorteil, denn neue Kommunikationsstrategien und angestammte Kommunikationstraditionen haben – bei aller Globalität – stets eine geographische Komponente.

Darüber hinaus wurde während der Tagung auch der Entwurf des neuen Leitbildes/der neuen Museumsdefinition diskutiert. So wichtig und richtig es ist, das Leitbild für die Museumsarbeit zu aktualisieren, so entscheidend ist es aber auch, nicht die institutionellen und konzeptionellen Wurzeln des Museumswesens aus den Augen zu verlieren. Zweifellos entwickeln sich derzeit sehr viele und unterschiedliche Konzepte für kulturelle Einrichtungen – ob diese alle unter der Dachmarke Museum zu verhandeln sind,



Mitglieder des neu gewählten Vorstandes, soweit vor Ort (v.l.): Anastassia Belessioti, Yu Zhang, Simona Juracková, Joy Chih-Ning Hsin, Deborah Ziska, Matthias Henkel, Tamara Ognjevic, Yu-Chien Chang, Anna Dentoni, Peter Stohler



Eisenbahnmuseum, Kyoto: Blick in die Haupthalle

wird erst die andauernde Diskussion zeigen. Unter diesem Aspekt war auch mein eigener Tagungsbeitrag als neuer Vorstand von MPR zu verstehen: „Building Connections vs. Building Collections? A Soliloquy on the Museum of the Future.“

Dr. Matthias Henkel ist als Kurator, Berater und Lehrbeauftragter tätig. Seine Schwerpunkte bilden Audience Development 2.0, Digitale Exponate, Social Media für Museen. Seit 2016 ist er Mitglied im MRPR-Vorstand, seit 2019 Präsident von MPR; icom@matthiashenkel.org.

Weitere Informationen:

Beiträge der Kyoto-Tagung:

<http://network.icom.museum/mpr/papers/paper-list>

Vorstand 2019–2022: <http://network.icom.museum/mpr/about-mpr/board-members>