

Ein großer, heller Raum. In einer Ecke hängen bunte Kostüme, die über eine rote Trennwand geworfen wurden. An der Wand gegenüber lehnt eine Pappfigur - Johnny Depp als Pirat. Vor einer Fototapete mit einer grünen Wiese thront ein altes, beigees Motorrad auf einem schwarzen Podest. Mitten im Raum stehen Alina und Vanessa und staunen. „Cool, die haben sogar Selfiesticks!“, ruft Alina begeistert und steuert zielstrebig auf einen weißen Tisch zu, auf dem vier schwarze, teleskopartige Stäbe liegen.

Die beiden 15-jährigen sind mit ihren Schulkameraden der 8. Klasse der Burgschule Obergrombach auf Klassenausflug. Sie besuchen nicht etwa den Kostüm- und Ausstattungsfundus ihres örtlichen Theaters, sondern die Ausstellung „Ich bin hier – von Rembrandt zum Selfie“ der Kunsthalle Karlsruhe.

Die Kunstvermittlerin Elena Welscher hat die Schüler bereits durch die reguläre Ausstellung in der Kunsthalle geführt und ihnen Selbstporträts aus verschiedenen Epochen gezeigt. Jetzt sind sie in der jungen Kunsthalle angekommen, einem schlichten Altbau einige Meter neben der „alten“ Kunsthalle. Hier sollen sie sich interaktiv und praktisch mit Kunst auseinandersetzen. „Für viele Jugendliche hat das Museum einen langweiligen Touch. Wir wollen ihnen zeigen, dass Museum Spaß macht!“, erklärt Welscher.

Alina und Vanessa sitzen kichernd vor einem weißen Schminktisch aus Holz. Vanessa zieht sich eine hellblonde Perücke auf, fährt sich mit der Hand durch das unechte Haar und lacht. „Schau mal, Alina! So machen wir jetzt Fotos mit Johnny Depp!“ Sie springt auf und legt den rechten Arm um die Piraten-Pappfigur. Alina stellt sich neben ihre Freundin, streckt die Hand mit dem Selfiestick aus und drückt auf den Auslöser.

„Die Jugendlichen kommen kaum von selbst ins Museum. Mit der aktuellen Ausstellung haben wir bewusst versucht, auch ein junges Publikum anzusprechen“, sagt Welscher. Dabei hilft natürlich ein Reizwort aus der Netzwelt wie „Selfie“ im Titel der Ausstellung. Das bestätigt auch Alexandra Hahn von der Presseabteilung: „Die jungen Leute sind primär online unterwegs. Deshalb setzen wir verstärkt auf soziale Medien als Marketing- und Kommunikationsplattform.“

Museen wie das Städel in Frankfurt haben es vorgemacht: mit einer durchdachten digitalen Strategie lassen sich nicht nur neue Zielgruppen erreichen, sondern auch Besucherrekorde erzielen. 2015 war für das Städel das besucherstärkste Jahr seit seinem Bestehen: 651.036 Menschen kamen in das Museum.

Das Städel ist Vorreiter in Sachen digitaler Erweiterung. Zahlreiche Besucher nutzen anstelle eines Audioguides die Städel-App oder lesen sich vor dem Besuch im Digitaljournal auf der Städel-Website ein, wo es Hintergrundinformationen zur Ausstellung anhand von kurzen Texten, Audio- oder Videobeiträgen gibt. „Wir sehen unsere Aufgaben als kulturelle Bildungsinstitution nicht nur innerhalb des Gebäudes“, erläutert Jannikhe Möller von der Presseabteilung. „Die jungen Leute erreichen wir vor allem auf Instagram und Facebook. Auf Instagram haben wir nach nur einem Jahr bereits über 5000 Follower.“

Bei Instagram können Nutzer Fotos oder Videos hochladen und diese mit anderen Nutzern teilen. In Deutschland ist das soziale Netzwerk besonders bei Jugendlichen beliebt. Auch die Kunsthalle Karlsruhe ist hier seit der aktuellen Ausstellung präsent. Für die Kunsthalle sei vor allem die Verschlagwortung von Begriffen durch sogenannte Hashtags interessant. Vor drei Jahren habe Alexandra Hahn begonnen, nach und nach Profile auf sozialen Netzwerken wie Facebook oder YouTube für die Kunsthalle einzurichten. Es sei jedoch nicht das Ziel, mehr Internetnutzer in die Kunsthalle zu bringen, sondern vielmehr das Image zu verbessern. „Wir hoffen, dass die Leute dann von selbst neugierig auf uns werden. 2016 soll das Ganze noch

ausgebaut werden. Wir wollen unbedingt eine eigene App als Begleitung für die Ausstellungen“, erzählt Hahn begeistert.

Alina und Vanessa stehen inzwischen in einem kleinen, schlichten Raum im Erdgeschoss der jungen Kunsthalle. Von der Decke hängen verschiedene Fotos herunter, die sich um die eigene Achse drehen. Die beiden Mädchen schleichen langsam um die Fotos herum. Alle Fotos sind Selfies. Über jedem Foto hängt ein weißes Papier, auf dem in der schnörkeligen, blauen Instagramschrift „Likes“ steht. Darunter kleben kleine, rote Herzen. Auf manchem Papier kleben viele Herzen, auf anderen nur wenige. „Ihr könnt hier eure Fotos von oben ausdrucken und aufhängen. Die nächsten Besucher sehen dann euer Foto und können euch mit den Herzen „Likes“ geben. Genau wie bei Instagram. Allerdings sind wir hier nicht online“, erklärt Welscher.

Als Alina und Vanessa ihr Selfie aufgehängt haben, zieht Alina ihr Smartphone aus der Hosentasche und macht damit ein Foto von ihrem Selfie. „Das muss ich unbedingt auf Instagram hochladen!“ Elena Welscher freut sich über die Begeisterung der Mädchen. „Ihr könnt gerne den Hashtag ‚Kunsthalle Karlsruhe‘ verwenden!“, ruft sie lächelnd.