

Die Geschichte des Hamburger Völkerkundemuseums fiel ihm mit einigen kolonialen Erbstücken letztlich selbst auf die Füße. Nun kommt ein neuer Name, neues Design und neue Leitung. Ist damit alles gut?

In den letzten Tagen stellten Kultursenator Dr. Carsten Brosda und Prof. Dr. Barbara Plankensteiner, Direktorin des Museums, das neue Design des ehemals Völkerkundemuseum Hamburg genannten und künftig „Museum am Rothenbaum – Kulturen und Künste der Welt“ lautenden Instituts vor. Ob der Wandel aber auch inhaltlich gelingt, wird die Zukunft erst zeigen.

In der Pressemitteilung heißt es:

„Mit der Umbenennung in Museum am Rothenbaum – Kulturen und Künste der Welt, kurz: MARKK, erhält das ehemalige Museum für Völkerkunde Hamburg auch ein neues Erscheinungsbild. Entwickelt wurde das Corporate Design von der Hamburger Designagentur ROCKET & WINK. Es beinhaltet die Neugestaltung des Logos, der Website sowie der Werbemittel und prägt künftig den öffentlichen Auftritt des Museums. Namensänderung und visuelle Identität sind Teile des Erneuerungsprozesses, den das Museum 2017 mit neuer Direktion eingeleitet hat.

Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien: „Das Museum am Rothenbaum erfindet sich neu. Die Umbenennung war bereits ein wichtiger, konsequenter Schritt in diesem grundlegenden Prozess der Neupositionierung, das neue Design ist jetzt ein weiterer. Er zeigt, dass Barbara Plankensteiner und ihr Team die Neuausrichtung des Hauses mit Mut, Offenheit und Kreativität angehen. Das MARKK ist ein wichtiger kulturgeschichtlicher Ort für Hamburg und seine Stadtgesellschaft. Das Haus bringt gesellschaftlich relevante Themen in den Diskurs ein, die vor dem Hintergrund aktueller politischer und gesellschaftlicher Entwicklungen an Bedeutung gewinnen. Wir brauchen offene Orte wie das MARKK, an denen sich Kulturen begegnen und über- und voneinander lernen können, aber an denen auch die eigene Vergangenheit reflektiert wird.“

Prof. Dr. Barbara Plankensteiner, Direktorin MARKK: „Die neue visuelle Identität verschafft uns einen starken Auftritt und transportiert ausgezeichnet den frischen Wind, den wir ins Haus bringen wollen. Sie ist jung und klassisch zugleich, betont unsere Stärken, die wertvollen und interessanten Sammlungen und unser großartiges historisches Gebäude im Zentrum der Stadt. Sie zeichnet sich durch einen hohen Wiedererkennungswert und

Eigenständigkeit aus und wir hoffen, sie macht viele Menschen neugierig auf uns. Wir freuen uns über ein neues Corporate Design, das den Charakter unserer Arbeit trifft und viel Spielraum für Neues und Veränderung lässt.“

Gerald Rocketson, ROCKET & WINK: *„Bei unserem Design ist es wie beim neuen Namen: Entweder man markks, oder man markks nicht.“*

Seit seiner Gründung als Kulturhistorisches Museum 1871 ist das Museum ein wichtiger Teil dieser Stadt. Das MARKK fördert die Wertschätzung der Vielfalt der Kulturen und Künste der Welt. Ausgangspunkt sind seine globalen Kunst- und Kulturbestände, deren Bedeutung für die Freie und Hansestadt Hamburg und Stellenwert in den jeweiligen Herkunftsgesellschaften im Kontext aktueller Fragestellungen erschlossen werden. Das Museum wird sich hierfür stärker mit seiner eigenen Vergangenheit und kolonialen Verflechtungen befassen, sich an internationalen Netzwerken und Forschungsprojekten beteiligen und sein Programm an die heutige plurale Stadtgesellschaft adressieren.

Das MARKK zeigt sich MARKKant

Die Objekte der Sammlung sind zentraler Baustein des neuen Designs. Aus einer prägnanten Schrift, einem raumgreifenden Auftritt der Objekte auf schlichtem Grund und einer auffallenden Farbwelt setzt sich eine unverwechselbare Bildsprache zusammen. Farbliche Markierungen heben die Botschaften des Absenders leuchtend hervor und erlauben eine leichte Rezeption. Der klassische und gleichzeitig schwungvolle Logo-Schriftzug greift die Linienform des Textmarkers auf. Mithilfe dieser Wortmarke wird der neue Name des Hauses in der breiten Öffentlichkeit etabliert. Zu sehen ist die neue visuelle Identität ab sofort auf der neuen Website www.markk-hamburg.de und den aktuellen Druck- und Werbemitteln.

Geht ins MARKK

Das Museum verbindet die Eröffnung der Ausstellung „Erste Dinge – Rückblick für Ausblick“ mit dem Launch seiner neuen visuellen Identität. Die Ausstellung wirft im Zuge der Entwicklung neuer Perspektiven einen Blick zurück zu den Anfängen des Museums und zeigt eine Auswahl jener Dinge, die 1867 zum ersten Mal in einem Verzeichnis der ethnographischen Sammlung erfasst wurden und das materielle Fundament für die Gründung des Museums gebildet haben. Erstmalig werden Objekte aus der Frühgeschichte des Museums gezeigt und damit ein wichtiges, aber noch weithin unbekanntes Kapitel der Hamburger Stadtgeschichte beleuchtet. Die zunehmende Bedeutung Hamburgs im kolonialen Welthandel spielte bei den Anfängen des ethnographischen Sammelns eine wichtige Rolle.

Die Ausstellung spürt den Sammlungsgegenständen und ihren Geschichten nach. Sie hinterfragt damalige Weltbilder und museale Praktiken und setzt sich kritisch mit diesem Erbe auseinander. Die Ausstellung ist ab dem 12. September 2018 zu sehen.“

Quelle: www.hamburg.de/bkm

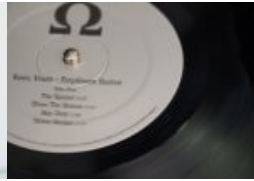
Related Post



Kohle fürs Klabauter



Hamburgs erster
Vortänzer



Geld für Labels



Ein Hoch auf Live!

