

MUSEUM AKTUELL

Die aktuelle Fachzeitschrift für die deutschsprachige Museumswelt
B11684 ISSN 1433-3848 Ausgabe Nr. 271



IPARC
International
Platform for
Art Research &
Conservation

Anzeige

Konservieren – Restaurieren

Editorial



Unter der Rubrik „Literatur“ dieser Ausgabe von MUSEUM AKTUELL ist auch der DMB-Leitfaden zu ethnologischen Objekten erwähnt – mit wichtigen Vorgaben zur fachgerechten Restaurierung.

Restaurierungen, Sanierungen, die Einführung neuer Technologien und Neukonzeptionen sind gerade in etlichen Museen in vollem Gange. Hinter verschlossenen Türen bietet sich jetzt sogar die Gelegenheit, geplante Neuinvestitionen vorzuziehen, ohne Besucher berücksichtigen zu müssen. Und so kommt denn auch der Tip von Martin Schellenberg für den gemeinsamen, strategischen Einkauf zum rechten Zeitpunkt. Katharina Heiling verweist auf eine bei uns noch relativ unbekanntere Reinigungsmethode für Wandmalereien, die Autoren Almstädter und Prenner schildern eine interessante, in Wien entwickelte Methode der Keramikbergung und -präsentation. Dabei ist erstaunlich, daß bei der Objektrekonstruktion die Schwarzwahrnehmung so lange unbeachtet blieb. Die Restauratoren Kozorovicka und Eipper schließlich führen ein Beispiel „unideologischer“ Retusche vor, das mit der Anwendung nur einer einzigen Retusche-Methode bricht.

Wandel und Perspektivenwechsel herrschen auch derzeit auf allen Ebenen des Museums, dabei ist so manches noch im Experimentierstadium, etwa beim Gendern oder bei der Dekolonialisierung. Ob sich beim Sprechen wohl die Binnen-I-Pause durchsetzen wird? Das Gendersternchen wurde jedenfalls wieder auf Eis gelegt: man will sprachaufsichtlich noch die Entwicklung weiter abwarten (und überdenken?).

Apropos „Perspektivenwechsel“: In dieser Ausgabe haben wir erstmalig für unsere Leserinnen und Leser etwas ausprobiert, indem wir ein und dasselbe Buch gleich von zwei Fachleuten beurteilen ließen. Dabei kamen unterschiedliche Sichtweisen zum Vorschein, die sich in diesem Fall aber in der Konsequenz addieren.

Adelheid Straten

Inhalt

4	Nachrichten aus der Museumswelt
6	Literatur
7	Namen
7	Leserbrief
35	Impressum
35	AutorInnen

Zwei Sichten auf ein Buch

- 9-13 Anette Rein**
Besprechung von
Edenheiser; Förster (Hg.): Museumsethnologie
- 14-15 Claus Deimel**
Besprechung von
Edenheiser; Förster (Hg.): Museumsethnologie

Verwaltungsfragen

- 16-17 Martin Schellenberg**
Strategischer Einkauf für Museen und
Kultureinrichtungen

Konservieren-Restaurieren

- 18-22 Anna Kozorovicka;
Paul-Bernhard Eipper**
„Unideologische Retusche“ von Fassungen
am Beispiel einer „Flucht nach Ägypten“
- 24-29 Katharina Heiling**
Die Reinigung von Wandmalereien
mit Gomma pane
- 30-34 Gergana Almstädter; Walter Prenner**
Bergung und Reinigung archäologischer
Keramik aus dem Gräberfeld von Hallstatt/OÖ

Zum Titelbild



IPARC und ICM gehen nach Berlin

Restaurierung, Konservierung, Forschung, Dekontamination

gegründet 2011 in Brüssel
belgisches SME-Unternehmen des Jahres 2018
vom führenden belgischen Wirtschaftsmagazin *Trends*
2021 nominiert als schnellwachsende Firma
(mehr auf S. 5)

IPARC bv | International Platform
for Art Research & Conservation
T. +32 16 90 75 90 | info@iparc.eu
www.iparc.eu | www.icm.works/de/

Martin Schellenberg



Strategischer Einkauf für Museen und Kultureinrichtungen

Für Museen, so hört man oft, paßt das Vergaberecht nicht. Benötigt werden Kreativleistungen wie graphische und redaktionelle Gestaltungen. Sie müssten nach Qualität ausgewählt werden, das Vergaberecht fordere jedoch, den Billigsten zu nehmen.

Doch die Beachtung des Vergaberechts ist nicht nur für staatliche Museen verbindlich. Auch private Häuser müssen es anwenden, wenn sie auf der Grundlage von Zuwendungsbescheiden einkaufen. Verletzungen dieser Regeln können zu Rechtsstreitigkeiten mit Bietern und bei Zuwendungsprüfungen zur Rückforderung von Fördermitteln führen.

Schließlich drohen den Verantwortlichen rechtliche Konsequenzen, wie der Vorstand der Stiftung saarländischer Kulturbesitz 2016 schmerzhaft erfahren musste. Er hatte ohne Ausschreibung Architekten mit der Planung eines Erweiterungsbaus beauftragt, verlor deshalb seine Position und sah sich strafrechtlichen Ermittlungen und Schadensersatzforderungen bis hin zum Verlust seiner Versorgungsbezüge ausgesetzt (KG vom 17.08.2016, Az.: 1 U 159/14).

Wenn das Vergaberecht also im Museumseinkauf anzuwenden ist: wie bringt man es in Einklang mit den oben genannten Bedürfnissen nach Kreativleistungen, wie läßt es sich mit den Anforderungen moderner strategischer Einkaufsorganisationen vereinbaren? Wie kann der Einkauf z.B. ein Lieferantenmanagement einführen, wenn alle Leistungen regelmäßig europaweit ausgeschrieben werden müssen? Hinzukommt: Nach der Pandemie wird sich vieles in der Museumsorganisation ändern müssen: die Zugangskontrolle ist abstandsgerecht zu organisieren und mit dem Besucherdienst, dem Shop und den digitalen Angeboten zu verknüpfen. Alle Prozesse kommen auf den Prüfstand, und der Einkauf wird auch seine traditionelle Rolle als Verwalter knapper Mittel wieder einnehmen müssen. Der Einkauf steht also vor großen Herausforderungen.

Anhand von drei Praxisbeispielen soll hier gezeigt werden, wie die Anforderungen des strategischen Einkaufs für Museen mit dem geltenden Vergaberecht in Einklang gebracht werden können.

Beispiel 1: Ausstellungsgestaltung

Mit am häufigsten werden sicherlich Unterstützungsleistungen bei der Ausstellungsgestaltung benötigt. Nehmen wir das Beispiel eines mittelgroßen Hauses, das eine Sonderausstellung z.B. für die Seuchen im Mittel-

alter vorbereitet. Ein Dienstleister soll die Konzeption erstellen, Vorschläge für die Exponatsauswahl unterbreiten und die technische Umsetzung verantworten. Der Aufwand wird auf TEUR 250 geschätzt.

Hier stellt sich zunächst die Frage, ob alle genannten Leistungen aus einer Hand beschafft werden oder ob die technische Umsetzung durch selbst beauftragte Handwerker erfolgen soll. Das Vergaberecht fordert grundsätzlich die Aufteilung von Leistungen in Fach- und Teillosten (§ 97 Abs. 4 GWB). Hiervon kann jedoch abgewichen werden, wenn dem Auftragnehmer nicht nur die Ausführung, sondern auch die Planung überantwortet wird. Soll der Dienstleister also alle oben genannten Leistungen zum Festpreis anbieten, so muß er die Ausstellung bereits während der Ausschreibung und noch vor Vertragsschluß planen, um seinen Aufwand seriös kalkulieren zu können. Eine Aufteilung in Lose scheidet dann aus.

Als nächstes stellt sich die Frage, welche Verfahrensart geeignet ist. Grundsätzlich sind Verfahren mit und ohne Verhandlungen zu unterscheiden. Das Verfahren ohne Verhandlungen („offenes Verfahren“) führt direkt von der Veröffentlichung zur Angebotswertung und von dort ohne weitere Zwischenschritte zur Beauftragung. Eine Verhandlung von Leistungen und Preisen ist ausgeschlossen. Das offene Verfahren eignet sich nur, wenn alle Leistungen abschließend beschrieben sind. Dies ist der Fall, wenn der Museumsplaner die Ausstellung konzipiert und den Bedarf in ein Leistungsverzeichnis überführt hat.

Sind dagegen Kreativleistungen Teil des Auftrages, so kommt das offene Verfahren nicht in Betracht. Kreativleistungen lassen sich im Vorfeld nicht abschließend beschreiben, sonst könnte man sie ja gleich selbst erbringen. In unserem Beispielfall wird eine Ausstellungskonzeption gefordert. Diese Konzeption muß mit den Bietern vor Beauftragung besprochen werden. Hierfür sieht das Vergaberecht das „Verhandlungsverfahren“ vor. Das Verhandlungsverfahren ist zweistufig ausgestaltet: Zunächst wird ein Teilnahmewettbewerb veröffentlicht. Hierbei werden drei bis fünf Bieter anhand von Referenzen selektiert. Sie dürfen ein Angebot abgeben, das dann mit dem Auftraggeber verhandelt wird. Gegenstand der Verhandlungen kann sowohl die Leistung als auch der Preis sein. Bieter können z.B. aufgefordert werden, ihre Konzeption zu überarbeiten und neu zu kalkulieren. Preise können anhand von Aufwandskalkulationen hinterfragt werden.

Die Kunst des vergaberechtskonformen Verhandeln besteht darin, den Bietern zum einen sachgerechte Hinweise für die gewünschte Leistung zu geben und ihnen zum anderen eine angemessene Preisreduktion zu vermitteln. Entsprechendes Verhandlungsgeschick ist auch in der Privatwirtschaft erforderlich. Bei Auftraggebern, die das Vergaberecht zu beachten haben, kommt hinzu, daß alle Bieter gleich zu behandeln und selektive Informationen weitgehend zu vermeiden sind. Dessen ungeachtet ist es auch bei öffentlichen Aufträgen im Verhandlungsverfahren zulässig, über Preise zu verhandeln und Bieter zu einer Reduktion ihres Preises zu veranlassen. Es empfiehlt sich also, die Kalkulation der Bieter z.B. bei der Produktion von Exponatspräsentationen im Einzelnen nachzuvollziehen und auf unangemessene Honorarbestandteile hinzuweisen. Auf diese Weise können schließlich alle Bieter erneut zum Angebot aufgefordert werden. In aller Regel sind hierdurch Preisreduktionen von 10-15% erreichbar.

Beispiel 2: Kassensystem

Der Markt der Kassensysteme ist bundesweit in Bewegung. Holländische Anbieter drängen auf den Markt und bedrängen die traditionellen deutschen Platzhirsche. Die Anbieter kommen aus unterschiedlichen Traditionen: während sich die einen von der Billet-Rolle zum Systemanbieter entwickelt haben, rollen die anderen das Thema von der Software-Seite auf. Prägend ist derzeit der Versuch, ganzheitliche Systeme anzubieten, die von der Zugangskontrolle über die Shopverwaltung bis zum Internetauftritt und dem Online-Verkauf die gesamte museale Wertschöpfungskette erfassen.

In dieser dynamischen Marktlage stellt sich auch hier die Frage, wie die Leistung beschrieben werden kann. Vergaberechtlich verboten ist eine Beschreibung, die letztlich auf einen Bieter hinausläuft und zwar entweder, weil das Herstellerunternehmen vorgegeben wird oder weil die Beschreibung auf ihn zugespielt wird. Vor diesem Hintergrund ist eine genaue Beschreibung aller gewünschten Funktionen kaum möglich. Zum einen kommt der Auftraggeber so schnell an die Grenze einer verbotenen produktspezifischen Beschreibung. Zum anderen läßt sich die dynamische Marktentwicklung so nicht sachgerecht erfassen.

Es bietet sich daher an, daß der Auftraggeber das gewünschte System funktional beschreibt. Eine funktionale Beschreibung zeichnet sich dadurch aus, daß sie nicht den Weg zum Ziel, sondern nur die Zielvorstellung beschreibt. Im Falle des Kassensystems wird der Auftraggeber also eine Reihe von Mindestanforderungen aufstellen wie z.B. die Kompatibilität mit dem Rechnungssystem, den Ticketkauf im Internet, die Entwertung des Tickets durch mobile Scanner etc. Diese Anforderungen lassen den Marktteilnehmern jedoch noch soviel Raum, daß sie ihre eigene Systemkonzeption anbieten können. Diese Konzeption haben sie dem Auftraggeber in ihrem Angebot darzustellen.

Der Auftraggeber bewertet dann mit einem Punktesystem die Qualität des Angebotes und setzt es dann in das Verhältnis zum Angebotspreis. Auch hier bietet sich das Verhandlungsverfahren an. Wie bei jedem komple-

xen IT-System gibt es zahlreiche Fragen zu klären, die nicht in die Vertragsdurchführung verschoben werden sollten, um umfangreiche Nachträge zu vermeiden. Auch der Preis sollte verhandelt werden. IT-Leistungen haben regelmäßig preisliche Spielräume, die nur mit Verhandlungen aufgelöst werden können.

Beispiel 3: Neubau Museumsgebäude

Museumsgebäude sind in der Regel selbst künstlerische Objekte und keine reinen Zweckbauten. Zu ihrer Realisierung wird häufig zunächst ein Architektenwettbewerb durchgeführt. Das siegreiche Büro erhält dann den Auftrag zur Realisierungsplanung. Auf der Basis dieser Planung werden die Einzelgewerke für den Bau beauftragt.

In der Praxis kommt es bei diesem Verfahren oft zu hohen Kostenüberschreitungen. Dies liegt zum einen daran, daß ein Planungsbüro, das sich im Kreativwettbewerb durchsetzt, nicht notwendig qualifiziert sein muß, um ein Großprojekt in „time and in budget“ umzusetzen. Zum anderen verlagert die Beauftragung der Einzelgewerke durch den Museumsarchitekten das Schnittstellenrisiko vollständig auf den Bauherrn.

Vor diesem Hintergrund wird häufig die Frage gestellt, ob der Bau einem Generalunternehmer überlassen werden könnte. Dies ist jedoch nur zulässig, wenn der Generalunternehmer auch wesentliche Teile der Planung übernimmt. Die Koppelung eines Architektenwettbewerbs mit einem Generalunternehmerbau ist möglich. Sie muß jedoch von Anfang an im Verfahren angelegt sein.

Dieser kurze Einblick zeigt, daß Vergaberecht und strategischer Einkauf keine Gegensätze sind. Vielmehr lassen sich alle strategischen Ziele auch vergaberechtlich umsetzen.

SAVE THE DATE: Vergaberechtliche und vertragliche Einzelthemen zum strategischen Einkauf für Museen und Kulturinstitutionen thematisiert der Autor in einem gleichnamigen Online-Seminar des Behörden Spiegels am 5. Mai 2021. Anmeldung und Information unter www.fuehrungskraefte-forum.de, Suchwort „Museen“



AutorInnen dieser Ausgabe

Mag.^a Gergana Almstädter

Spezialgebiet: Restaurierung archäologischer Bodenfunde, besonders von Keramik. 1989-1991 Archäologisches Institut und Museum der Bulgarischen Akademie der Wissenschaften; 1995-2002 Leiterin der Restaurierwerkstatt der Stadtarchäologie Wien; seit 2004 am Naturhistorischen Museum Wien, Prähistorische Abteilung.

Burgring 7, 1010 Wien

Gergana.almstaedter@nhm-wien.ac.at

Dr. Claus Deimel

ANEF e.V. 1. Vorsitzender, Direktor em. der SES Sachsen

Manteuffelstraße 3, 22587 Hamburg

T. 0049 40 865181 u. 0049 171 6274173

clausdeimel@mac.com

Dipl.-Rest Dr. Paul-Bernhard Eipper

seit 2010 Leiter des Referates der Restaurierung am Universalmuseum Joanneum, Graz. Seit 2018 Lektor am Institut für Kunstgeschichte, Karl-Franzens-Universität, Graz. Prof. für Restaurierung von moderner und zeitgenössischer Kunst an der Akademie der bildenden Künste und Design, Bratislava, Institut für Konservierung und Restaurierung. Fellow of the International Institute for Conservation of Historic and Artistic Works, London.

paul-bernhard.eipper@museum-joanneum.at

Dipl. Rest. Katharina Heiling

Spezialgebiete: Wandmalerei und Architekturoberfläche
2003: Abschluß des Studiums an der HAWK Hi/Ho/Gö. 2003: Projektanstellung am Denkmalamt Stockholm. 2004: Beginn der freiberuflichen Tätigkeit. 2012-16: Bestandskartierung und Bestandsanalyse zu figürlichen romanischen Wandmalereien in Westfalen.

30900 Wedemark, Werner-von-Negenborn-Str. 7

mobil +49 160 5466654

restaurierung-heiling@email.de

Dipl.-Ing. Anna Kozorovicka

Lettisches Nationales Kunstmuseum, Schaudepot

Pulka ielā 8, LV-1007 Rīga, Latvija

anna.kozorovicka@gmail.com

Walter Prenner

Restaurator in der Prähistorischen Abteilung des Naturhistorischen Museums Wien, Spezialgebiete: Metall und Keramik. Zudem zuständig für die Bergung von ausgewählten Objekten bei Forschungsgrabungen und die Herstellung von Kopien und Formenbau. Ab April 2021 in Pension.

walter.prenner@nhm-wien.ac.at

Dr. Anette Rein

Ethnologin, Fachjournalistin, 1. Vorsitzende des Bundesverbandes freiberuflicher Ethnolog_innen e.V. Vorstandsmitglied a.D. ICOM D und ICME. Spezialgebiete: Wissenschaftsmoderation, Theorien musealer Vermittlung, Szenographie, zert. Schreibcoach.

Schifferstr. 68, 60594 Frankfurt/M.

T. +49 (0)170 27 58 231

vorstand@bundesverband-ethnologie.de

<http://www.bundesverband-ethnologie.de/webvisitenkarte/15>

Dr. Martin Schellenberg

Fachanwalt für Vergaberecht und Partner der Hamburger SOZIE-TÄT HEUKING KÜHN LÜER WOJTEK. Führt mit seinem Anwalts- und Projektmanagement-Team regelmäßig EU-Ausschreibungen für Museen und Kultureinrichtungen durch.

www.heuking.de/de/anwaelte/dr-martin-schellenberg.html

Impressum / Imprint

Verlag Dr. Christian Müller-Straten

Kunzweg 23, 81243 München

T. +49 (0)89-839 690-43, Fax -44

verlagcms@t-online.de

<https://www.museumaktuell.de>

Als Premium-Abonnements bieten wir:

- **Jahresabonnements**

- **verbilligte Zweijahres-Abonnements**

- **verbilligte Bibliotheks-Abonnements**

- **Konservatoren-Abonnements (= 4 Spezialausgaben).**

Die Premiumabonnements bieten geldwerte Zusatzvorteile.

Test-Abo: 3 Ausgaben

Für Online-Leser gibt es das **preisreduzierte**

Online-Abonnement in zwei Varianten:

1) statt des Print-Abonnements bei Neubestellungen

2) zusätzlich zum Print-Abonnement

Diese Varianten erlauben den kostenlosen Besuch

des Online-Archivs bis Januar 2009 https://www.museumaktuell.de/index.php?site=register_ebook&TM=1

auch mit Zugriff auf die jeweils neueste Ausgaben von EXPOTIME!.

Nachrichtenteil und Redaktion

Dr. Adelheid Straten, München, verantwortlich;

s. Verlag adelheid.straten@museum-aktuell.de

Verlagsleiter

Dr. Christian Müller-Straten

verantwortlich auch für Anzeigen und Vertrieb

verlagcms@t-online.de

Anzeigen

Kultur-Promotion Mark Häcker

Südstraße 26, 47877 Willich

kultur.promotion@gmail.com

Mobil: 0049 (0)1590 169 650 5

Druckerei

Druckerei Mühlbauer, Puchheim bei München

Die **Anzeigenpreisliste Nr. 24b vom 1.12.2020**

finden Sie auf <https://www.museumaktuell.de>.

Wir verwenden eine nur leicht modifizierte **alte Rechtschreibung**. Keine Haftung für Bilder und Manuskripte. Alle Angaben nach bestem Wissen und Gewissen, aber ohne Gewähr und Haftung. Ansichten von Autoren müssen sich nicht mit jener von Verlagsleitung und Redaktion decken. Gerne veröffentlichen wir **Leserstatements**. Diese können auch gesammelt publiziert und ohne besondere Einverständniserklärung an geeigneter Stelle erscheinen.

Wenn Sie uns Beiträge anbieten möchten, bitten wir vorab um telefonische Kontaktaufnahme.