

HELLER ENTERPRISES

Giessereistrasse 5
CH-8005 Zürich
T +41 43 233 91 37
info@hellerenter.ch

Zukunft Langmatt

Erarbeitung Strategie und Machbarkeit

Teilprojekt «Wohnmuseum und Ausstellungshaus»

Ortsbegehung

Notizen

Zentraler Fokus: Einzigartige Erlebarmachung von Geschichte

- Im Archiv der Langmatt, in den Geschichten rund um die ehemaligen Bewohner/innen, in den Bezügen zur Stadt Baden und der Industriegeschichte liegt grosses Potenzial (das auch nach aussen bewusst gemacht werden muss!). Die Besucher wollen mehr erfahren über die Geschichte des Hauses als sie es momentan tun. Zeitreise, Einblick in Unbekanntes.
- Unglaubliche Qualität der Räume, wo originäre Elemente greifbar sind – dagegen Verwechselbarkeit der weissen, neutralen Räume im 1. OG
- Besonders attraktiv und einzigartig ist in der Langmatt die Kombination von höchst qualitätsvollen, millionenschweren Gemälden und ihrer ursprünglichen Präsentation im privaten Wohnbereich.
- Um die Besonderheit der Langmatt zu betonen, könnten die einzelnen Räume verdichtet und ihre jeweilige Atmosphäre spezifischer geprägt werden.
- Auch die Einführung in diese Besonderheit der Langmatt sowie die Signaletik können auf spezielle Art erfolgen, bspw. Hausinventar mit Angaben über Preise von Bildankäufen etc.
- Einführung in die besondere Erfahrung, die das Publikum in der Langmatt haben kann, sollte vor Betreten der Villa abgegeben werden. Die «Erlebnisswelt» beginnt am Eingang.

HELLER ENTERPRISES

Neue Erzählebenen

- Auf verschiedene Weise können zusätzliche Erzählebenen in den Räumen geschaffen werden (um diese aufzuwerten, nicht zu stören!):
 - o Bewusste Integration von Archivalien
 - o Geschichtenerzählen via Audio
 - o Digitale Anwendung (ausführlichere Beschriftung möglich als auf Labels)
 - o Alternative zu Labels bei den Werken: «Raumbuch» auf einem Tisch
 - o Lichtsituationen (historische und Museumsbeleuchtung, falls möglich, besser differenzieren)
 - o Textile Vorhänge mit unterschiedlichen historischen Zuständen des Raums
 - o Bewusster Verzicht auf (zumindest fest installierte) Screens
- Interessant wäre, wenn diese Ergänzungen nicht jeweils wieder verschwinden, sondern bleiben, sei es als eigentliche Kunstwerke, sei es als von der Direktion hinzugeführte Elemente, und damit zu einer gezielten (und sich allmählich steigernden) Mehrschichtigkeit beitragen
- Wichtige Frage: Was erzählen die Besucher/innen nach dem Besuch weiter? Welche bestimmenden Erfahrungen, Erlebnisse, Überraschungen haben sie?

Begrifflichkeit

- «Wohnmuseum» ist eigentlich eine falsche (weil irreführende und verstaubte) Bezeichnung für die Langmatt. Es geht nicht ums «Wohnen damals», sondern um die Geschichte des Hauses, ihrer ehemaligen Bewohner und um die vielfältigen Bezüge, die sich daraus ergeben. Weder «Wohnmuseum» noch «Historisches Museum» noch «Kunstmuseum».
- Möbel und Räume sind bloss Schatten des einstigen Lebens und ohne dieses uninteressant (auch weil nicht bedeutend genug)
- Idee: 10 unterschiedliche Bylines für das historische Logo LANGMATT, die den vitalen Charakter aufzeigen

Geschichte fortschreiben

- Die Badener Bevölkerung als Besucher/innen sind eingeladen, die Villa neu wahrzunehmen und so ein Stück weit auch zu «bewohnen». Dafür muss die Einrichtung stimmen: Stühle am Tisch, nichts abgesperrt, kein Anflug von Musealem.
- Auch die Bespielung seitens der Kuration kann sich diese Metapher als Leitschnur nehmen: «die Langmatt weiterhin bewohnen».
- Die heutigen Museumsmacher/innen und die eingeladenen Künstler/innen und Kulturschaffenden bewohnen die Villa, indem sie den eklektischen, über Epochen hinweg angesammelten Inhalte nicht nur als Inspirationsquelle nutzen, sondern aktiv ergänzen.
- Auch Elemente der Quelle des Wohlstands zeigen: die Fabriken der BBC, die industrielle Fabrikation; unter anderem dadurch Die Langmatt in eine Komplementarität zum Historischen Museum rücken.

HELLER ENTERPRISES

- Neue Akzente denkbar, besonders in der Vermittlung vor Ort: Ein Teppichverkäufer hält einen Vortrag über die Teppiche, ein Tennis- (oder Badminton-) Turnier findet im Park statt, Lesungen aus Büchern in der Bibliothek etc.
- Frage: Gibt es eigentlich ein tragfähiges Mission Statement der Langmatt, das den einstigen Auftrag der Stiftung in die Gegenwart (und Zukunft!) fortschreibt?

Niederschwelligkeit betonen

- Geschichte der Personen «hinter den Kulissen» (Bedienstete, Angestellte etc.) sollte besser erzählt und integriert werden, auch sie sind Protagonisten.
- Self-service-Kaffee, Glace und Badmintonschläger zum Ausleihen passen bestens in die Langmatt.
- In welcher Rolle kommen die Besucher/innen ins Haus: als Gäste der Langmatt, zur Besichtigung, als Voyeure etc.? Die Rollen können wechseln.

Aufteilung Nutzungen

- Die Villa sollte als historische, ehemals bewohnte Villa gestärkt, die heute nötige Museumsinfrastruktur möglichst ausgelagert werden (Ökonomiegebäude).
- Die Villa sollte entschlackt werden, für das Publikum und für die Wahrnehmung der neuen Erzählebenen braucht es Platz.
- Der «Infrastrukturbereich» (Eingang, Kasse, Shop, WC, Garderoben, evt. Café) sollte nicht als eigentliches Besucherzentrum, sondern als vergleichsweise bescheidene, in jedem Falle angemessene Ergänzung zur (ebenfalls nicht protzige) Villa ausgestaltet sein. Die Besuchsfrequenz bleibt auch zukünftig überschaubar.
- Im EG und 1. OG sollte der Ausstellungsbereich nicht getrennt werden in «Wohnen», «Kunst», «Archiv» etc.; die Vermengung macht das Besondere; die Büros können im 1. OG bleiben, der 2. OG ist für eine Publikumsnutzung attraktiver, das UG kann als Ausstellungsraum für zeitgenössische Ergänzungen genutzt werden, ist nicht Teil der historischen Erzählung,
- Es ist kein halbherziger Shop vonnöten, die momentane Lösung überzeugt nicht; aber einen richtigen Museumsshop, der sich rechnet, wird es kaum geben. Deshalb lieber eine unkonventionellere Art finden, wie das Publikum etwas aus der Langmatt mitnehmen, d.h. dort erwerben kann.

Haupttreppe

- Zurückführung im EG bis in Haupt- (statt Vor-) Halle aus inhaltlichen, aber auch aus Platzgründen sinnvoll
- Attraktivste Variante wäre Mosers Originalzustand, aber der würde heute nicht mehr passen
- Treppe so gut wie möglich verbreitern, um für das Publikum Platz zu schaffen. Und die später eingezogene Wand in der Vorhalle entfernen, für einen grosszügigeren Eingang
- Zur Haupttreppe für das Publikum (vom UG bis zum 2. OG, mit Lift) wird die eigentliche Bedienstetentreppe

HELLER ENTERPRISES

Varianten für grössere Veranstaltungen, zu prüfen von Alois Diethelm

- _ Schlechtwettervariante A: Überdachung Innenhof im Osten des Ökonomiegebäudes
- _ Schlechtwettervariante B: Anbau Pavillon im Westen des Ökonomiegebäudes

Frerk Froböse und Martin Heller
15.08.18