



In Altona und in ganz Hamburg demonstrierten Bürger und Mitarbeiter für den Erhalt des Museums



Widerstand auf der Straße und im Internet

verantwortlich wird. Die Gründungsversammlung am 1. November im Altonaer Theater war ein voller Erfolg. „Das war ein großer Moment“, erinnert sich die Kunsthistorikerin Dr. Elisabeth von Dücker. „Wir merkten, wow, da tut sich was. Nicht nur auf der Straße, was ja bislang unsere Plattform war.“ Menschen jeglicher Schicht seien vereint gewesen: Arbeitslose, Philosophen, Geschäftsleute, junge, alte Leute – alle. Und sie sangen gemeinsam die Protest-Hymne „Wir brauchen das Museum in Hamburg-Altona“. Diese Lieder und das Akkordeonspiel dazu sind auch das Erste, was der Sozialdemokratin Gabi Dobusch in den Kopf schießt, wenn sie an die Bewegung denkt. „Es war schräg, aber auch richtig gut.“

Aufatmen konnten die Museumsliebhaber dann erst mit dem „wahren Kulturgipfel“ am 27. Januar 2011 in der Fabrik. Genaugenommen war die Rettung des Museums mit dieser Veranstaltung endgültig perfekt. Die Sparsumme von 3,5 Millionen Euro war vom Tisch.

Der Protest formierte sich aber nicht nur auf der Straße, auch im Internet entwickelte sich auf Facebook eine Widerstandsbewegung. Das war vor allem der Kunsthistorikerin Antje Schmidt zu verdanken, die damals als Mitarbeiterin des Museums damit beschäftigt war, die Sammlung des Altonaer Museums digital zu erfassen. Mit dem Aufkeimen des Protests wurde sie zur Facebook-Beauftragte – sie war die Einzige, die sich mit Facebook auskannte. „Es war ein gutes Medium, um darüber zu berichten, was hinter den Kulissen passiert und um möglichst viele Leute zu erreichen“, sagt Antje Schmidt. Im Übrigen war Facebook der einzige Weg, um über den Protest der Mitarbeiter zu informieren, ohne dem Dienstherrn direkt vor den Kopf zu stoßen.

Der Protest war eine Summe von vielen kleinen Mosaiksteinchen, die sich zum großen Ganzen zusammenfügten: Die Aktionen der Einwohner Altonas auf der Straße, des Vereins „Freunde des Altonaer Museums“, der Initiative „Altonaer Museum bleibt!“, der Fachwissenschaftler, die die Bedeutung des Museums unterstrichen, aber auch die vielen unkonventionellen Aktionen wie etwa der Solidaritätskalender, den das Altonaer Museum 2011 in Kooperation mit der Agentur Spin Model Management herausbrachte, mit Fotos von attraktiven Modells vor attraktiven Objekten im Altonaer Museum. Oder der Seemannsbattle, den sich Museumsmitarbeiter mit Schauspielern vom Schauspielhaus lieferten, und in dem eine wahre und eine erfundene Geschichte über die Objekte im Museum erzählt wurden.

Antje Schmidt denkt gerne an die Zeit zurück. „Es war toll, weil ganz viel möglich war. Es hatte eine unglaubliche Dynamik, weil die Bindung zu dem Haus sehr stark ist. Die Museumsmitarbeiter hätten sich auch alle an die Tür gekettet, wenn es nötig gewesen wäre.“