

EMŐD PÉTER

KÖZÖNSÉGSIKER ÉS TUDOMÁNYOS IGÉNYESSÉG

BÉCSI BESZÉLGETÉS KLAUS ALBRECHT SCHRÖDERREL,
AZ ALBERTINA IGAZGATÓJÁVAL

TAz Albertina nemzetközi mércével is kiemelkedő minőségű tárlatai – az interjú időpontjában éppen az orosz avantgárd művészetnek szentelt nagyszabású kiállítás – vagy a Szépművészeti Múzeummal kialakított kitűnő együttműködés mindig jó ürügyül szolgálnak egy beszélgetéshez Klaus Albrecht Schröderrel. Ezúttal többek között egy hosszú múzeumi pályafutás tapasztalatairól, az Albertina újrapozicionálásáról, a közönségsiker és a tudományos igényesség viszonyáról, a múzeumok és a műgyűjtők közötti kapcsolatokról esett szó.

MC: *Már az Albertina élére történt kinevezése előtt is fontos funkciókat töltött be kulturális, múzeumi területen. Mennyire segítették ezek a tapasztalatok abban, hogy sikeres legyen mostani feladatkörében is?*

¶ Visszatekintve talán tényleg úgy tűnhet, korábbi pályám tudatos felkészülés volt jelenlegi feladatomra, a valóságban persze ez jóval spontánabban alakult. Tény, hogy csupa olyan területen tevékenykedtem, amelyek mélyreható ismerete nagyon megkönnyíti egy múzeumigazgató életét. Dolgoztam például a sajtóban, Bécs város polgármesteri hivatalában, részt vettem múzeumok létrehozásában és irányításában, megismerkedtem a köz- és a magángyűjtemények sajátosságaival, rengeteg menedzseri tapasztalatra tettem szert, és széles körű kapcsolatrendszer építettem ki. Minderre igencsak szükségem volt, hiszen amikor átvettem az Albertina irányítását, az intézmény éppen történetének legsúlyosabb válságát élte át, évi hét-tizenegyezer látogatóval, hatvan munkatárssal és olyan szervezeti struktúrával, amely nem tette lehetővé a magas színvonalú szakmai munkát. A Leopold Múzeum alapításának tanulságai például sokat segítettek, amikor elhatároztuk az Albertina bővítését. A Kunstforum Wien létrehozása során a teljes személyi állományt magam építettem fel, így aztán a kurátortól a takarítónőig, a könyvelőtől a biztonsági emberegig, a shopmenedzsertől a tűzvédelmi felelősig minden munkakört pontosan ismerek, ezért nem okozott gondot az Albertinában sem egy olyan organigram megalkotása, ami lehetővé teszi az intézmény professzionális menedzselését. Az Albertinával kapcsolatban az első perctől nyilvánvaló volt számomra, hogy a múzeum

újrapozicionálása csak akkor sikerülhet, ha jelentősen bővíteni tudjuk a kiállítóteret – kétezerről húszezer négyzetméterre. Ez nem volt egyszerű lecke, hiszen többek között kilenc korábbi bérlővel kellett egyezsége jutni arról, hogy az épületben bérelt traktusaikat adják át a múzeumnak. Nagyon hasznosnak bizonyultak azok a tapasztalatok is, amelyeket az akkoriban második legnagyobb osztrák bank, a Länderbank marketingbizottságának tagjaként gyűjtöttem. Itt tettem szert egy nagyvállalat sikeres marketingstratégiájának kialakításához szükséges tudásra, a célcsoport-orientált gondolkodástól kezdve a brandingig.

¶ De mindebből ne vonja le azt a következtetést, hogy talán egy építész, egy marketingmenedzser vagy egy pénzügyi szakember sikeresebb lehetne az enyémhez hasonló funkciókban mint egy művészettörténész. Nekem nagyon határozottan az a véleményem, hogy egy nagy múzeumot olyan embernek kell vezetnie, aki elsősorban művészettörténeti téren számít szakembernek, hiszen a „vizionárius” elképzelések, azok a döntések, hogy milyen irányban haladjon a múzeum, csak ebből a szakmai kompetenciából kiindulva születhetnek meg. Minden más említett terület ismerete is fontos, de ezt hozzá lehet tanulni.

MC: *Ön csaknem tizenhét éve irányítja az Albertinát, és remélem, nem veszi rossz néven a kérdést: mekkora időtartam tekinthető – mindkét fél érdekeit figyelembe véve – optimálisnak egy ilyen funkcióban?*

¶ Úgy gondolom, egy ilyen nagyságrendű múzeum élén egy vezetőnek tíz-tizenöt évre van szüksége ahhoz, hogy megvalósíthassa az elképzeléseit. Egy tankerhez szoktam hasonlítani magunkat, amivel nem lehet a kormánykereket hirtelen mozdulatokkal rángatva manőverezni. Érdekes, hogy vannak olyan országok, ahol a jogi szabályozás nem teszi lehetővé, hogy valaki ennyi időt töltsön el egy közgyűjtemény élén. Jó ideje persze sok mindenbe nem kell már közvetlenül belenyúlnom; ha most valamilyen okból több hónapra el kellene szakadnom az Albertinától, ez a külvilág számára már nem is lenne érzékelhető. A munka ennyi év után sem válik unalmassá, a rutinmegoldások alkalmazásának veszélye azonban kétségtelenül fennáll. A legjobb védekezés ez ellen új kihívások keresése, s ilyeneket általában nem nehéz találni – jelenleg is foglalkoztat bennünket például új kiállítóhelyek vagy egyes jelentős gyűjtemények átvétele. E tervek némelyike még jelenlegi szerződéselem lejártá, 2019 vége előtt megvalósulhat. Azt persze nem állítom, hogy soha nem vetődött fel bennem a váltás gondolata, és olyankor, amikor külföldről – például Németországból, Svájc-ból, Hollandiából – neves múzeumok élére kaptam felkérést, nem is térhettem ki a kérdés elől. De alapvetően hűségese típus vagyok, szeretem a stabilitást az életemben.

Amikor döntenem kellett, mindig arra jutottam, hogy vannak még itt olyan projektek, amelyeknek a megvalósítását végig kell vinnem. Arról nem is beszélve, hogy az Albertina elmúlt másfél évtizedében annyi dinamika volt és van, hogy az akár többszöri állásváltoztatással is felér...

MC: *Mit írnak elő a múzeumi vezetők kinevezésére vonatkozó jogszabályok Ausztriában?*

¶ A közgyűjtemények első számú vezetőinek kinevezése határozott időre, öt évre szól, ennek lejárta után viszont tetszőleges számú alkalommal újra lehet pályázni. Amíg tehát mindkét fél akarja, nincs akadálya a hosszabbításnak, én már a negyedik ciklusomat töltöm.

MC: *Mára már rég elcsitulak ön körül a hullámok, de emlékszem, működésének első éveit szenvedélyes viták kísérték.*

¶ Ez igaz, de a kritika többnyire csak a sajtó részéről jelentkezett. És merem remélni, hogy nem azért csendesedett el, mert megfogalmazói belefáradtak a hadakozásba, hanem azért, mert belátták, hogy az élet engem igazolt. Főként az Albertina átépítésének néhány eleme volt túske egyesek szemében, mindenekelőtt az a Hans Hollein által tervezett, hatvannégy méter hosszú „lebegő tető”, ami a bejárathoz vezető mozgólépcső fölé nyúlik ki. Ez a tető ma már tizenkét éves és időközben egyértelműen az Albertina jelképévé vált; olyan vizuális elem, amit világszerte az intézménnyel azonosítanak. Annak idején még aláírásgyűjtés is indult ellene, de nekem meggyőződésem volt, hogy az Albertina belső megújítására, átalakítására egy „ütős” külső jellel is fel kell hívnunk a figyelmet. Ha ez a tető állami pénzekből épült volna, valószínűleg le kellett volna állnunk a munkálatokkal, a politika meghajolt volna egy tiltakozó levél néhány ezer aláírójának akarata előtt. Mi azonban teljes egészében magánforrásokból finanszíroztuk ezt a projektet, így meg is tudtuk valósítani. Azt talán fölösleges is mondanom, hogy közben minden ide vonatkozó jogszabályt betartottunk, beleértve a műemlékvédelmi törvényt is. Ugyanígy indokoltnak bizonyult az új kiállítóterek létrehozása is; mára már ismét ott tartunk, hogy túl kevés a hely, miközben egy évtizede többen még attól tartottak, hogy nem lesz mivel megtölteni a termeket...

MC: *Többen bírálták kiállítási politikáját is, mondván, a blockbusterek miatt háttérbe szorul a tudományos kutatómunka...*

¶ Hadd kezdjem azzal, hogy engem borzasztóan zavar a blockbusternek, ennek a rossz történelmi emlékeket ébresztő, a náci tömegbombázásokra használt kifejezésnek a legújabb kori újjászületése a nagy közönségsikerű megarendezvények szinonimájaként. Feltételezem, hogy ma már sokan nem is ismerik a szó eredeti jelentését. Az pedig szintén bosszant, hogy a tudományos igényesség és a közönségsikerre való törekvés sokak szerint kölcsönösen kizárja egymást. A kutatómunka mélysége és a látogatottság nem fordítottan arányos egymással; egy látványos, tömegeket vonzó kiállításnak is lehet – ha nem is feltétlenül van – komoly tudományos hozadéka, és egy szűk réteghez szóló kamaratárlat gyér látogatottságából sem következik, hogy biztosan komoly kutatások állnak mögötte. A mi legnagyobb tárlataink, egy Van Gogh-, Picasso- vagy Miró-kiállítás mögött öt-hat évnyi kutatómunka áll, amiben a teljes saját stábunk mellett rengeteg külső szakember is részt vesz; a kiállításokat számos szakmai rendezvény kíséri, a katalógusokban friss tanulmányokat publikálunk.

¶ Egyébként, mivel gyűjteményünk fő profilját közismerten a grafika, a papíralapú munkák jelentik, azok érzékenysége miatt szándékainktól függetlenül is rá vagyunk kényszerülve arra, hogy időszaki kiállításokban gondolkodjunk. Az általam létrehozott, majd vezetett Kunstforum Wien volt Bécsben az első olyan hely, ami a modern és a kortárs művészet nagynevű mestereit felvonultató, igazán gazdag időszaki tárlatkínálattal hívta fel magára a figyelmet, így számomra az Albertina adottságaiból fakadó kényszer nem jelentett újdonságot. Időközben egyébként tartós letétként szert tettünk egy állandó jelleggel is bemutatható kollekciónak, a Batliner-gyűjteményre, amely ötszáz darabos állományával a klasszikus modern európai művészet egyik legjelentősebb magángyűjteménye, benne a grafikák mellett számos festménnyel. Az évek során százezer darabosra duzzadt az 1999-ben alapított fotógyűjteményünk is, ami az ötvenezer rajzot és akvarellt, valamint kilencszázezer sokszorosított grafikát számláló fő kollekciónk és az említett Batliner-gyűjtemény mellett harmadik pillérünket képezi, és létjogosultságát ma már senki sem kérdőjelezi meg. Ismétlem: a kritika nem azért halt el, mert bírálóink hozzászórtak hibáinkhoz, hanem azért, mert az élet döntéseink helyességét igazolta.

MC: *Hol jelölhető ki az Albertina helye Bécs múzeumi szcénájában?*

¶ Nyilvánvaló, hogy a mi rangunkat is alapvetően gyűjteményünk és időszaki kiállításaink minősége determinálja, de nekünk van egy egyedülálló helyzeti előnyünk: egyszerre, együtt tudunk kínálni egy minden mai követelménynek eleget tevő, korszerű kiállítási infrastruktúrát és épületünk eredeti formájában

gondosan helyreállított, letűnt korok hangulatát megidéző, „történelemillatú” régi traktusát. Ezt a helyzeti előnyt természetesen igyekszünk is a lehető legjobban kiaknázni. Kiállítási programunkról is úgy gondolom, hogy még mindig a legambiciózusabb a városban – éves szinten tizenkét időszaki tárlatot rendezünk –, bár tény, hogy az utóbbi években a Belvedere is mind nívósabb és sokszínűbb programmal jelentkezik.

MC: *Bécs „múzeumsűrűsége” világviszonylatban a legmagasabbak közé tartozik, s ugyanez mondható el a nemzetközi érdeklődésre számot tartó kiállítások számáról is. Ez inkább hátrány vagy előny az önök számára?*

¶ Egyértelműen előny, bár tudom, hogy ezt a nézetet nem feltétlenül osztja minden kollégám. Bécs azon kevés város közé tartozik, ahová nyugodtan el lehet utazni úgy is, hogy az ember nem nézi meg előre a múzeumok programját: bármikor garantáltan talál világszínvonalú kiállításokat. Ez a tény nagy szerepet játszik abban, hogy az idegenforgalom, azon belül a látogatóink hatvanöt százalékát biztosító kulturális turizmus rendkívül élénk, azaz a torta nagy, és bár a kemény konkurencia miatt ebből csak egy szerényebb szeletet tudunk kihalászni annál, amit egy gyenge kínálat esetén kapnánk, ám a nagyobb tortából ez a kisebb szelet is jóval többet ér, mint egy kis torta nagy szelete vagy akár egésze. Csak nagyon halkán jegyzem meg, hogy az önök Szépművészeti Múzeuma is jóval nagyobb látogatószámot tudna produkálni az egyébként igen figyelemre méltó jelenleginél, pontosabban a zárás előttinél, ha lenne Budapestnek négy-öt további, hasonló vonzerővel bíró múzeuma.

MC: *Ez a speciális helyzet azért nyilván megkívánja, hogy jelentős eszközöket fordítsanak a múzeum promóciójára, a kiállítások népszerűsítésére. Úgy tudom, számos nemzetközi idegenforgalmi vásáron is saját standdal vesznek részt.*

¶ Igen, korábban valóban ez volt a gyakorlatunk, de nem biztos, hogy ugyanígy folytatjuk. Egyrészt, mint említettem, nem az a fő feladatunk, hogy elhozzuk a látogatókat Bécsbe, hanem az, hogy megnyerjük őket magunknak, amikor már itt vannak. Másrészt a vásárok az utazási irodák koncentrált jelenléte miatt elsősorban azoknak az intézményeknek lehetnek fontosak, amelyekben magas a csoportos látogatók aránya – Bécsben ilyen például a schönbrunni kastély vagy a Hofburg. Az Albertina előtt viszont alig lát buszokat, a múzeumba csoportosan bevezényelt turistákat. A mi látogatóink zöme – természetesen a helyiek mellett – egyéni utazó.

MC: *Az ő figyelmüket hogyan hívják fel magukra?*

¶ Az utcán és ehhez a legfontosabb eszköz a plakát. A többség csak itt dönt arról, melyik kiállításra megy el a sok közül, ezért itt kell minden eszközt bevetnünk, hogy mellettünk tegyék le a voksukat. Ezt persze mások is tudják; kevés városban lát annyi kiállítási plakátot, mint Bécsben, de azt hiszem, ebben mi tényleg jók vagyunk.

MC: *Mennyi pénzből gazdálkodnak, és mik a költségvetésük fő forrásai?*

¶ Mérlegfőösszegünk ötvenkét millió euró körül alakul, költségvetési támogatásunk mintegy 7,7 millió eurót tesz ki. Ez a nagyságrend évek óta nagyjából változatlan, azaz nem fedezi az inflációt és a költségek egyéb okokból történő növekedését, így egyre több pénzt magunknak kell megkeresnünk. Természetesen jelentős bevételünk van a belépőjegyek értékesítéséből, annak ellenére, hogy az évi több mint hatszázezer, tavaly egészen pontosan hatszáznegyvenkilencezer látogatónk között magas – mintegy huszonzét százalékos – az ingyenyeggel belépők aránya. Ennek többek között az az oka, hogy a tizenkilenc évesnél fiatalabbaktól egyáltalán nem kérünk belépődíjat. A látogatók száma rajtunk kívül álló okokból egyik pillanatról a másikra is visszaeshet – mint ahogy ez a párizsi múzeumokban is történt a tavaly őszi terrortámadások után – ezért ügyelnünk kell arra, hogy tartalékokat is tudjunk képezni. Ezek a tartalékok természetesen akkor is jól jönnek, ha a jegyeladásból származó bevétel más okból esik vissza, például azért, mert egy kiállítás nem váltja be a hozzá fűzött reményeket. A pénzbeli adományok, szponzori támogatások összege és aránya nem vetekedhet néhány más ország, például az Egyesült Államok számaival. Ausztriában nincsenek túlzottan nagy hagyományai annak, hogy a gazdasági szféra jelentős szereplői – tisztelet a kivételnek – komolyan támogassák a múzeumokat; a mi adományaink többsége is magánszemélyektől és nem cégektől érkezik. A nagyobb összegeket, az egy-két vagy akár öt-hat millió eurós támogatásokat kivétel nélkül magánszemélyektől kaptuk az utóbbi években.

MC: *MC: Mivel igyekeznek megnyerni a potenciális szponzorokat?*

¶ A kölcsönös bizalom megteremtésén túl annak tudatosításával, hogy olyan fontos projektekhez adják a nevüket, amik nélkülük nem valósulhatnának meg. A „nélkülem nem működik” mindig jó érzés egy szponzor számára.

MC: *Feltételezem, hogy a gyűjtemény gyarapítására a szükségesnek ítélnél kevesebb pénz marad.*

¶ Ez valóban így van. Évente – persze jelentős hullámzásokkal – csaknem ezer műtárgy kerül be újonnan a gyűjteménybe, és ennek csak töredéke vásárlás útján, a többi adomány, részben művészekről, részben gyűjtőktől, mecénásoktól. A műtárgy-adományozási kedv egyébként szerencsére nagy, de csak azt fogadjuk el, amire valóban szükségünk van – száz felajánlott tárgy közül átlagosan mindössze egyet.

MC: *Mik a gyűjtemény gyarapításának fő elvei?*

¶ Előfordul, hogy olyan lehetőség kínálkozik egy-egy régi, a gyűjteményünkben hiányzó műtárgy beszerzésére, amivel bűn nem élni, de elsősorban saját korunk anyagával és európai súlyponttal gyarapítjuk a gyűjteményt. A nagy magánkollektívák is többnyire a saját korokban született művekből épültek fel, amire az Albertina története is jó példa. Névadónk és alapítónk, Albert herceg rendkívüli méretű gyűjteménye hetven százalékban saját kortársainak munkáiból állt, azaz egy régi hagyományt folytatunk ezzel a politikánkkal. Ez persze nem azt jelenti, hogy minden új irányzatot, törekvést azonnal be akarunk mutatni; nem mi vagyunk a trendszetterek, a feladatunk annak gyűjtése, ami már kanonizálódott. Önmagunkat e tekintetben is a már emlegetett tankerhez tudom hasonlítani, ami csak nagyon lassan tud egy komolyabb manővert végrehajtani a tengeren, és nem tud befutni minden sekély vizű kikötőbe. Félreértés ne essék: azok is igen fontos műveletek, de azokra a fürge kis hajók, azaz a galériák alkalmasak.

¶ Eredeti küldetésünknek megfelelően a grafikára, a nagy, autonóm, „képszerű” papíralapú munkákra koncentrálnak. Ha példákat kér az elmúlt évek állománygyarapításáról, Robert Longo, William Kentridge, Franz Gertsch, Alex Katz, Georg Baselitz műveit emelem ki. A másik súlypont a fotó, az időspektrum itt a műfaj kezdeteitől napjainkig terjed. Kevésbé foglalkoztat minket a „tapéta-fotográfia”, Gursky, Ruff, Struth munkái, inkább a klasszikus fotó, a „street photography” áll a figyelmünk középpontjában.

MC: *Ki dönt a vásárlásokról?*

¶ A végső döntés az én kezemben van, de szerencsére van tizenhat kiváló kurátorunk, akikkel minden esetben konzultálok.

MC: *Az akvizíciók mellett a múzeumok állományának – legalábbis időleges – gyarapításában a mai gyakorlatban mind fontosabb szerepet játszanak a tartós letétek. Az önök egyik nagyon komoly közönségmágne, a Batliner-gyűjtemény is egy ilyen konstrukció. Nem válnak a múzeumok ezen az úton haladva előbb-utóbb kiszolgáltatottá a magángyűjtőknek?*

¶ Természetesen fontos, hogy egy letét mögött nagyon egyértelmű, világos szerződés álljon, amit a felek maradéktalanul be is tartanak, de én nem igazán szeretem ezt a fajta – egyébként meglehetősen gyakori – kérdésfelvetést, mert egyfajta burkolt gyűjtőellenességet látok mögötte. A gyűjtő nem ellenségünk, hanem partnerünk. Ne feledkezzünk el arról, hogy a mai nagy múzeumok túlnyomó többségének alapját – és erre az Albertina megint csak kitűnő példa – egy-egy több magángyűjtemény képezi, nélkülük a nagy közgyűjtemények sem léteznének. Így például a Louvre gyűjteményének alapját három, a bécsi Kunsthistorisches Múzeumét két – királyi, császári, illetve főnemesi – kollekció képezi, a Tate vagy a Guggenheim története is névadója gyűjteményével kezdődött. De a többi nagy múzeumra is az a jellemző, hogy állományukat egész gyűjtemények megvásárlásával alapozták meg; az egyedi beszerzéseknek csak kiegészítő szerepe volt még akkor is, ha kiemelkedő fontosságúak voltak, és fehér foltokat tüntettek el. De hogy ne menjek messze a példáért: az önök Szépművészeti Múzeuma sem képzelhető el az Esterházy-gyűjtemény nélkül.

MC: *Ha már a Szépművészeti Múzeumnál tartunk: milyen az önök kapcsolata a budapesti intézménnyel?*

¶ Kitűnő, és ezt nem udvariasságból mondom. Ebben nem kis szerepe van a Baán László úrral ápolt jó személyes kapcsolatunknak. Régóta tapasztalom, hogy a legtöbb szakmai kérdésben nagyon közel áll egymáshoz az álláspontunk, és talán mondhatom, hogy a habitusunk is hasonló. Az együttműködésnek a nagyközönség számára leginkább látható formája a műtárgykölcsönzés;

A kutatómunka mélysége és a látogatottság nem fordítottan arányos egymással; egy tömegeket vonzó kiállításnak is lehet komoly tudományos hozadéka, és egy szűk réteghez szóló tárlat gyér látogatottságából sem következik, hogy biztosan komoly kutatások állnak mögötte.

a tárlatok szervezésében nagyon sokat tudunk segíteni egymásnak, és ezt meg is tesszük. Hadd említsem a legfrissebb példát: a közelmúltban állapotodtunk meg arról, hogy harmincnégy mű kölcsönzésével járulunk hozzá a Magyar Nemzeti Galériában a jövő tavaszra tervezett Baselitz-kiállítás sikeréhez. De a látogatók az idei nagy tárlatokon, a Picasso- és a Modigliani-kiállításokon is találkozhattak gyűjteményünk néhány szép darabjával.

Hogyan látja a múzeumok jövőjét, és hogyan lehet felkészülni a várható változásokra?

MC:

¶ Nagyon nehéz lenne jóslásokba bocsátkozni. A múltból kiindulva nem tudjuk „be-lőni”, mit hoz a jövő. Azt látjuk, hogy az emberek tájékozódási, olvasási szoká-saitól kezdve minden radikálisan változik. A múzeumok az elmúlt fél évszá-zadban úgy tizenöt évenként estek át nagyobb változásokon, a tempó pedig gyorsul. A sikerünk azon múlik, hogy képesek leszünk-e nagyon gyorsan re-gagálni a változásokra. Csak egy példát mondok: ma a bécsiek ötven százaléka-nak migrációs háttere van. Mit jelent ez a múzeum szempontjából? Hogyan ér-jük el ezeket az embereket, hogyan hozzuk be őket a múzeumba? A migrációs válságnak nem csak a határőrizeti szerveket, a rendőrséget kell foglalkoztatnia, hanem példának okáért a múzeumokat is. Olyan kihívások várnak ránk, amiket ma még pontosan elképzelni sem tudunk.

KLAUS ALBRECHT SCHRÖDER (61) a bécsi egyetemen történel-met és művészettörténetet tanult, közben az ORF-nél hírolvasó be-mondóként kezdte pályafutását. A doktori disszertációját Richard Gerstl osztrák festőművész munkásságáról írta. 1987–88-ban Bécs vá-ros kulturális tanácsnokának kabinetfőnökeként a különböző kultu-rális-művészeti területekkel foglalkozó osztályok munkáját fogta ösz-sze. 1988 és 2000 között a kezdeményezésére létrejött és vezetésével az osztrák főváros egyik legfontosabb modern és kortárs művészeti kiállítóhelyévé vált Kunstforum Wien igazgatója volt, közben 1992-ig a *Kunstpresse* című folyóirat kiadói és főszerkesztői funkcióját is betöl-tötte. 1996-tól három éven át az akkor létrehozott Leopold Múzeum elnökségi tagjaként és kereskedelmi igazgatójaként dolgozott, és köz-ben közreműködött a salzburgi tartományi múzeumok újjászervezé-sében is. 1999-ben lett az Albertina ügyvezetője, és 2000. január 1. óta a múzeum egyszemélyi vezetője. Számos magas bel- és külföldi álla-mi kitüntetés birtokosa, érdemei elismeréseként Ausztria elnöke ta-valy feljogosította a professzori cím viselésére.

