

4 Oldenburg – eine oder meine Stadt?

Bedeutungsproduktion als Leitmotiv für die Entwicklung des Ausstellungsnarratives im neuen Stadtmuseum

Ria Marleen Glaue

Oldenburg ist eine Großstadt in Niedersachsen mit rund 170.000 Einwohner*innen. Die Stadt hat eine reiche Geschichte, die bis ins Mittelalter zurückreicht. Sie ist bekannt für ihre historischen Gebäude, ihre schönen Parks und Gärten und ihre vielseitige Kulturszene. Oldenburg ist eine moderne und lebendige Stadt mit vielen Möglichkeiten für Freizeit, Unterhaltung und Bildung – eine Stadt mit vielen Ausstellungsorten, Galerien, zwei Landesmuseen und drei städtischen Museen. Eines davon, das Stadtmuseum, ist derzeit geschlossen. Denn es wird zukunftsfähig gemacht, um sein Potenzial für die Stadt und ihre Gesellschaft endlich auszuschöpfen.

Im Kontext vielfältiger Museumslandschaften stellt das Prinzip Stadtmuseum ein hochaktuelles und aus museumswissenschaftlicher Sicht entwicklungsfähiges Konzept dar. Dies begründet sich vor allem in den im Vergleich zur Vergangenheit gewandelten Aufgaben- und Tätigkeitsfeldern. Historisch betrachtet sind viele Stadtmuseen aus privaten Sammlungen des Bürgertums hervorgegangen, die sich an den von Adel und Klerus gegründeten Kunst- und Wunderkammern orientierten. Diese zielten auf einen kleineren Kreis von kunst- und kulturinteressierten Besucher*innen und Liebhaber*innen lokaler Geschichte ab. Heute werden viele Stadtmuseen als außerschulische Lernorte wahrgenommen und genutzt, um lokal- und regionalgeschichtliches Wissen im Sinne der Bildungspläne zu vermitteln. Während ein Großteil der Stadtmuseen im Vergleich zu vielen Kunst-, Naturkunde- oder Spezialmuseen nicht so stark nachgefragt wird, nimmt gleichzeitig die Bedeutung der Städte weltweit zu. Mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung lebt in urbanen Räumen und sowohl im europäischen als auch im globalen Kontext organi-

sieren sich Städte zunehmend wirtschaftlich, sozial, kulturell und politisch neu und stellen sich Fragen: Wie wollen wir zusammenleben und wie gehen wir mit dem demografischen Wandel um? Wie organisieren wir Mobilität, Digitalisierung und Energiegewinnung? Wie reagieren wir auf Migration und Fluchtbewegungen?

Diese und andere Gegenwarts- und Zukunftsdiskurse betreffen auch das inhaltliche Spektrum, das Stadtmuseen als Katalysatoren gesellschaftlicher Identität in gegenwartsbezogener Auseinandersetzung und langfristiger Perspektive gestalten, vermitteln und bewahren können. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen sich Stadtmuseen als Plattform gesellschaftlicher Gruppen bzw. Gemeinschaften, aber auch einzelner Stakeholder und Akteur*innen verstehen. Grundvoraussetzung dafür sind ein dialogorientiertes Vermittlungsverständnis und eine auf Kooperation und Partizipation ausgerichtete Bildungsarbeit. Dieses neue Selbstverständnis versucht das Stadtmuseum Oldenburg (SMO) umzusetzen.

Aus alt mach neu

Das SMO basiert auf einer umfangreichen Kunstsammlung sowie zwei großbürgerlichen Villen des Museumsgründers Theodor Francksen, in denen er seine Sammlung präsentierte und ab 1910 erstmals der Öffentlichkeit zugänglich machte. Nach Francksens Tod im Jahr 1914 ging seine Stiftung ein Jahr später in den Besitz der Stadt über, die das Haus in den folgenden Jahrzehnten weiter ausbaute und schließlich 1968 mit dem Anbau der Neuen Galerie zu einem Ort der modernen und zeitgenössischen bildenden Kunst der Region machte. In unmittelbarer Nachbarschaft wurde 1986 eine dritte Villa an das Museum angegliedert. Die Neue Galerie und die historischen Villen wurden 1995 durch den Bau des Hüppe-Saals miteinander verbunden. Im Jahr 2000 wurde das Horst-Janssen-Museum eröffnet, dessen Eingang seitdem von beiden Museen gemeinsam genutzt wird.

Nach dem politischen Beschluss für ein neues Stadtmuseum im Jahr 2015 startete das Projekt »Neues Stadtmuseum« im Dezember 2016 mit einer Fachtagung und einem partizipativen Stadtlabor. Aufbauend auf den Ergebnissen dieser Bürgerbeteiligung wurde 2017 eine Machbarkeitsstudie erstellt und bereits zwei Jahre später der Siegerentwurf für den Neubau der Gruppe GME Architekten BDA Keil, Buck, Kohlrausch, Marstaller PartGmbH prämiert. Die

umfangreichen baulichen und konzeptionellen Veränderungen spiegeln sich auch im neuen Namenskürzel SMO und im neuen Corporate Design wider.

Die Neuausrichtung des Museums wird sich zukünftig auf die Präsentation der regionalen Kultur und Kunst sowie der Stadtgeschichte konzentrieren. Neben einem Restaurierungsplan und einem neuen Ausstellungskonzept für die historischen Villen entsteht an der Stelle der Neuen Galerie ein Museumsneubau mit einem Foyer mit besonderer Aufenthaltsqualität (Stichwort »Dritter Ort«)¹, Ausstellungsflächen für eine stadtgeschichtliche Dauerausstellung und museumspädagogische Räume.

Die konzeptionelle Neuorganisation des Museums legt den Fokus auf die Einbeziehung von Stadt und Bürger*innen. Der inhaltliche Schwerpunkt verlagert sich von der bildenden Kunst hin zu kulturhistorischen Phänomenen sowie historischen und aktuellen Diskursen in der Stadt. Das SMO möchte als Vermittler zum Dialog anregen und Partizipation ermöglichen. Es soll weit mehr Menschen und Perspektiven als bisher einen Resonanzraum bieten und zugleich ein Ort des Verweilens und der Begegnung werden, an dem Auseinandersetzungen, Perspektivwechsel und der Austausch mit anderen über Geschichte und Geschichten möglich sind. Damit wird das SMO auch in Zukunft ein zentraler Bestandteil der Oldenburger Kulturszene sein und einen wichtigen Beitrag zur Bewahrung und Vermittlung regionaler Kultur und Geschichte leisten. Nach einer langen Vorlaufzeit wurde das Stadtmuseum im März 2021 geschlossen, die historischen Villen für Sanierungs- und Restaurierungsarbeiten geräumt, während die Mitarbeiter*innen in Ausweichbüros umgezogen sind. Im März 2022 wurde die Neue Galerie abgerissen. Die Wiedereröffnung des Neubaus ist für Herbst 2025 geplant, während die historischen Villen wohl im Jahr 2026 wiedereröffnet werden.²

-
- 1 Der Begriff »Dritter Ort« wurde von dem amerikanischen Soziologen Ray Oldenburg geprägt. Ein Dritter Ort im Museum bezieht sich auf die Idee, dass Museen sich zu einladenden öffentlichen Räumen entwickeln können, die für alle frei zugänglich sind und als Treffpunkt und Diskussionsort dienen (vgl. Hoins 2022).
 - 2 Der Baufortschritt an der Adresse: Am Stadtmuseum 4–8, 26121 Oldenburg, kann über eine Baustellenkamera jederzeit verfolgt werden: <http://www.portal1984.webcam-profi.de/>.

Schließzeitkampagne

Um neue Zielgruppen zu erschließen und Partizipation zu ermöglichen, verfolgt das neue SMO bei der Umsetzung der neuen stadtgeschichtlichen Dauerausstellung einen stark besucher*innenzentrierten Ansatz. Das Museum hat die Kampagne »Museum findet Stadt« ins Leben gerufen, die während der Schließungsphase die Sichtbarkeit und Bekanntheit des Museums erhöhen und den Austausch mit den Oldenburger*innen stärken soll. Im Rahmen der auf drei Jahre angelegten Aktion werden verschiedene Formate angeboten, wie z.B. die Stadtausstellung, in der Geschichten und Anekdoten mit realen Orten in der Stadt »verbunden« werden, indem diese mit einer Art Werbebanner markiert werden. Die dazugehörigen Text-Bild-Informationen sind auf der Kampagnenhomepage <http://www.museum-findet-stadt.de> hinterlegt und via Scan eines QR-Codes aufzurufen. Darüber hinaus werden authentische Orte und leerstehende Ladenlokale temporär mit Pop-up-Ausstellungen und Projekträumen bespielt. In den Projekträumen werden die Ergebnisse der Stadtteilprojekte ausgestellt und über den Stand des Projektes »Neues Stadtmuseum« informiert. Hier finden auch Vorabevaluationen zur neuen Dauerausstellung sowie partizipative Projekte zum Sammeln und Ausstellen statt. Ein weiteres Format ist die Gesprächsreihe »OL verändern | OL erinnern«, deren Veranstaltungen an wechselnden Orten in der Stadt stattfinden und in Kooperation mit dem Lokalsender O1 für das Fernsehprogramm und die Mediathek aufgezeichnet wird. Hierbei tauschen sich je eine Expertin oder ein Experte aus der Oldenburger Stadtgesellschaft und eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter des Museums über ein aktuell in der Stadt diskutiertes Thema aus, bei dem eine lokale museumspraktische Einordnung die Schnittstelle zum SMO darstellt.

Mit diesem breiten Spektrum an Formaten und Projekten möchte das SMO möglichst viele Menschen ansprechen und einen Resonanzraum bieten, in dem Auseinandersetzung, Perspektivwechsel und Austausch über Geschichte und Geschichten möglich sind. Auch ohne Gebäude wird das Museum auf diese Weise zu einem »realen« Ort, der allen Oldenburger*innen offensteht und Möglichkeiten zur Teilhabe und Mitgestaltung bietet.

Stadtgeschichte im Stadtmuseum

Die stadtgeschichtliche Dauerausstellung, die in den 1960er Jahren initiiert wurde, zeigte fünf Stadtmodelle im Maßstab 1:400, die die Entwicklung des Stadtkörpers veranschaulichten. Diese Ausstellung, die später in den Räumen des ersten Obergeschosses einer der historischen Villen untergebracht wurde, bestand neben den Modellen aus einer klassischen Vitrinenpräsentation mit Karten- und Bildmaterial, die chronologisch die wichtigsten Ereignisse und Personen der Stadt- und Landesgeschichte Oldenburgs vorstellte. Trotz Überarbeitungen und Aktualisierungen konnte die Ausstellung im Laufe der Jahre nicht an zeitgemäße Ausstellungsstandards anknüpfen, nicht zuletzt aufgrund der schlechten klimatischen Bedingungen der Ausstellungsräume und des nicht barrierefreien Zugangs. Fehlende Mitmachangebote und multisensorische Formate verdeutlichen die eindimensionale Zielgruppenorientierung. Zudem wurde versäumt, die Ausstellung inhaltlich an das 21. Jahrhundert anzuschließen. Bis zuletzt wurde die Schau daher als Provisorium bezeichnet und ihre Neukonzeption bereits vor 20 Jahren an die Realisierung eines künftigen Museumsneubaus gekoppelt. Viele Jahre später wird mit dem Projekt »Neues Stadtmuseum« auch die Entwicklung einer neuen Dauerausstellung Realität, die jedoch den Anforderungen an Aktualisierbarkeit und temporäre Erweiterungen wie Kommentare gerecht wird.

Bedeutungsproduktion als Leitmotiv

Die neue Dauerausstellung verfolgt das übergeordnete Vermittlungsziel, ein kritisches Bewusstsein für die Oldenburger Stadtgeschichte zu schaffen und die Besucher*innen zu ermutigen, ihre eigene Rolle als handlungsfähige Individuen bei der Gestaltung der Zukunft der Stadt zu erkennen. Dieses Ziel wird durch das Leitmotiv der Bedeutungsproduktion erreicht, das eine handlungs- und gegenwartsorientierte Vermittlung auf persönlicher Ebene umfasst. Inhaltliche, gestalterische und didaktische Entscheidungen bei der Entwicklung der Ausstellung werden von diesem Leitmotiv bestimmt, um den Besucher*innen die Ereignisse, Orte, Objekte und Personen mit Bezug auf die Stadt Oldenburg zu vermitteln. Dabei geht es nicht nur um die Bereitstellung von Wissen, sondern auch darum, Zusammenhänge zur eigenen Familiengeschichte und Identität herzustellen, um persönliche Erinnerungen an vergangene Ereignisse zu wecken. Durch die Anknüpfung an die eigene Lebenswelt wird eine

Bedeutsamkeit geschaffen, die eine tiefere Beziehung zur Stadt und ihrer Geschichte ermöglicht und damit auch neue Perspektiven auf die Stadt eröffnet. Zusammenfassend betont die neue Dauerausstellung nicht nur die Bedeutung der Vergangenheit, sondern vor allem die Rolle des Einzelnen bei der Gestaltung der Zukunft. Die Vermittlung unter dem Leitmotiv der Bedeutungsproduktion evoziert eine persönliche und tiefere Beziehung zur Stadt und ihrer Geschichte.

Die amerikanische Museumswissenschaftlerin Beverly Serrell hat bei der Entwicklung ihrer Methode zur Ausstellungsanalyse Judging Exhibitions (Serrell 2006) vier Dimensionen identifiziert, anhand derer die Besuchsqualität von Ausstellungen bewertet werden kann: »comfort« (sich wohl fühlen), »engagement« (sich angeregt fühlen), »reinforcement« (Erfolgsenerlebnisse haben) und »meaningfulness« (bedeutsame Erfahrungen machen).³ Diese Dimensionen bauen aufeinander auf und das Erreichen der vierten Stufe »meaningfulness« setzt voraus, dass sich die Besucher*innen wohl fühlen, angeregt werden und Erfolgsenerlebnisse haben, um schließlich bedeutsame Erfahrungen zu machen. Die Qualität eines Ausstellungsbesuchs ist folglich von großem Gewicht, da sie direkt mit der Wirkung der Ausstellung auf die Besucher*innen zusammenhängt. Eine positive Besuchsqualität kann dazu führen, dass diese eine tiefere Beziehung zur Ausstellung und ihren Inhalten aufbauen und somit das Vermittlungsziel der Ausstellung besser erreicht wird. Bei der Ausstellungsentwicklung des SMO werden die vier Dimensionen von Serrell als Grundlage für einen besucher*innenzentrierten Vermittlungsansatz herangezogen. Das bedeutet, dass bei der Gestaltung der Ausstellung die Bedürfnisse und Erfahrungen der Besucher*innen im Vordergrund stehen, um eine positive Besuchsqualität zu gewährleisten.

»Comfort« (sich wohl fühlen) – Barrieren abbauen

»Comfort« kann durch eine hohe Aufenthaltsqualität im gesamten Museum erreicht werden. Ganz grundlegend geht es z.B. um eine gute Orientierung, eine angenehme Raumtemperatur und Raumakustik. Zum Ausruhen, aber

3 Die hier verwendeten deutschen Begriffe der vier Dimensionen basieren auf der Übersetzung des englischsprachigen Frameworks von Beverly Serrell zu Judging Exhibitions aus dem Forschungsprojekt »Potenziale und Grenzen des Storytelling als Vermittlungsmethode in Ausstellungen« der DASA Arbeitswelt Ausstellung, bei dem die Methode adaptiert wurde (vgl. Hawig/Glaue 2024).

auch zur Unterstützung der Rezeption der Inhalte sollen regelmäßig bequeme Sitzgelegenheiten bereitgestellt werden. Darüber hinaus sollte für die Besucher*innen klar erkennbar sein, welcher Interaktionsgrad mit den verschiedenen Ausstellungsmedien verbunden ist und Fragen wie: »Was kann ich hier machen?«, »Darf ich das anfassen?« oder »Wo muss ich drücken?«, im besten Fall gar nicht erst aufkommen lassen. Die Ausstellungsinhalte sollen möglichst barrierefrei zugänglich sein. Ziel ist es, sicherzustellen, dass die Ausstellung die unterschiedlichsten sinnlichen, körperlichen und kognitiven Bedürfnisse der Besucher*innen befriedigen kann. Dies umfasst die Zugänglichkeit von Räumen und Ausstellungsmöbeln, aber auch die Gestaltung von Displays und Medieninhalten.⁴

»Engagement« (sich angeregt fühlen) – Storyline und Narrative

Um bei den Besucher*innen Interesse zu wecken und sie zur Auseinandersetzung mit den Inhalten anzuregen, werden die Ausstellungsinhalte in eine rahmende Ausstellungserzählung eingebettet (vgl. Abb. 1). Diese gliedert sich in zwei Erzählstränge: Das thematische Narrativ verfolgt das Ziel der Wissensproduktion, während das Beziehungsnarrativ die behandelten Inhalte mit einem Aktualitätsbezug und einem persönlichen Lebensweltbezug ausstattet.

Für einen niedrigschwelligen Einstieg in die drei zentralen Ausstellungsbereiche wird das inhaltliche Leitnarrativ jeweils anhand einer zentralen Fragestellung aufgebaut. Im Bereich Stadtentwicklung wird mit der Frage: »Was ist Stadt?«, der Baukörper Stadt mit einem lebendigen Organismus verglichen, der auf innere und äußere Einflüsse reagiert und sich entsprechend verändert. Der Ausstellungsbereich »Macht und Autonomie«, der die politische Geschichte Oldenburgs in den Blick nimmt, verfolgt die Frage: »Wer macht Stadt?«, und rückt die Rollen, Interessen und Möglichkeitsräume unterschiedlicher stadtgesellschaftlicher Gruppen in den Mittelpunkt. Im Bereich »Leben in Oldenburg« wird danach gefragt, wie das Leben in der Stadt, das gesellschaftliche

4 Für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen wird das Ausstellungserlebnis durch bauliche Maßnahmen optimiert: Für Menschen mit Sehbehinderungen werden ergänzende Vermittlungsmedien angeboten, z.B. Tastmodelle, ein taktiles Leitsystem und Hörfassungen (Audiodeskriptionen) für Räume, Bilder und Filme. Um auf Hörbehinderungen einzugehen, werden audiovisuelle Formate Untertitelt und/oder in Gebärdensprache synchronisiert.

Miteinander in Vergangenheit und Zukunft gestaltet wurde und wird, aber auch, welche Rolle zivilgesellschaftliche Initiativen dabei spielen.



Abb. 1: Schematische Darstellung der Visitor Journey mit Betonung des thematischen Narratives (eigene Grafik, SMO, GfG – Gruppe für Gestaltung)

Auf der Ebene der Wissensvermittlung werden die Ausstellungsinhalte so aufbereitet, dass sie auf den ersten Blick erfasst werden können. Konkrete Verknüpfungen und Bezüge zu anderen Themen und Objekten erleichtern die Nachvollziehbarkeit und vertiefen Wissen und Verständnis. Darüber hinaus werden weiterführende Inhalte behandelt, die sich mit über Oldenburg hinausgehenden Fragen der Existenz und Symbiose von Individuum und Stadt in Gegenwart und Zukunft auseinandersetzen. Hierbei wird besonders auf eine Anbindung an die verschiedenen Lebenswelten der Besucher*innen geachtet, damit diese einen eigenen Bezug zu den vermittelten Inhalten herstellen und diesen eine eigene Relevanz und Bedeutung zuschreiben können (vgl. Abb. 2).

Storyline / Leitidee Stadt als Beziehung

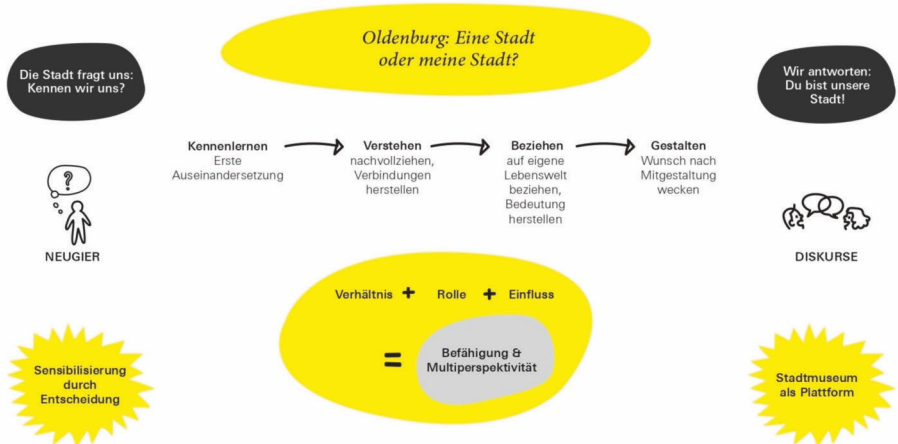


Abb. 2: Schematische Darstellung der Einbindung des Beziehungsnarratives »Oldenburg: Eine Stadt oder meine Stadt?« in die Storyline (eigene Grafik, SMO, GfG – Gruppe für Gestaltung)

Zusätzlich zur zentralen Erzählperspektive können die Besucher*innen je nach Interesse verschiedene Erzählstränge verfolgen: Im Format »Behind the Scenes« werden Objektgeschichten erzählt, die sich – sonst nicht sichtbar – hinter den Kulissen der Ausstellung im Depot abspielen. Thematische Parallelerzählungen, die partizipativ unter Einbeziehung verschiedener Gruppen der Stadtgesellschaft entwickelt werden, sind zusätzlich über einen Media-guide abrufbar und ermöglichen durch neue Objektkonstellationen einen Perspektivwechsel. Darüber hinaus bieten zielgruppengerechte Audioguideführungen in mehreren Sprachen und in einfacher Sprache gezielte Einblicke in die Ausstellung.

»Reinforcement« (Erfolgserlebnisse haben) – Visitor Journey und Aktivitätsmodus

Die Präsentation der Ausstellungsinhalte wird nicht nur im Kontext der Dauerausstellung entwickelt, sondern findet sich im ganzheitlichen Ansatz der Visitor Journey wieder (vgl. Abb. 3). Das Ausstellungserlebnis wird hier als Teil

des Museumsbesuchs verstanden, der nicht mit dem Verlassen der Ausstellung endet, sondern die Möglichkeit bietet, sich weitere Angebote und Inhalte im Kontext der historischen Villen, dem Standort des Museums, aber auch an anderen Orten der Stadt, die mit dem Programm des Stadtmuseums verbunden sind, individuell und assoziativ anzueignen. So wird die Ausstellung an mehreren Orten anschlussfähig.

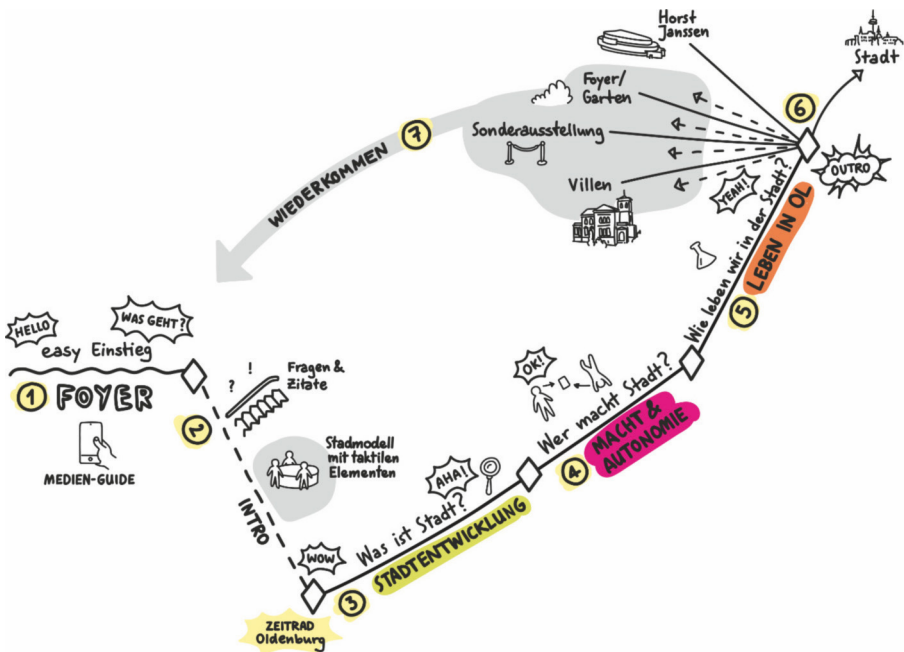


Abb. 3: Schematische Darstellung der Visitor Journey im neuen Stadtmuseum (eigene Grafik, SMO, GfG – Gruppe für Gestaltung)

Die drei inhaltlichen Ausstellungsbereiche sind so konzipiert, dass sie unterschiedliche Aktivitätsmodi anregen (vgl. Tab. 1). Nicht nur die Raumbilder unterscheiden sich stark, auch die Form der Interaktion und die inhaltliche Aufbereitung der Angebote sind abwechslungsreich.

Stationen	Modus	Aktivität
Foyer	willkommen	orientieren informieren auftanken
Treppenaufgang/Fahrrstuhl	eintauchen	vorbereiten einstimmen
Ausstellungsbereich Stadt- entwicklung	entdecken	eintauchen und miterleben finden und wiedererkennen vorstellen und verorten wundern und bewundern
Ausstellungsbereich Herr- schaft und Demokratie	einordnen	überblicken nachvollziehen Perspektiven einnehmen dekonstruieren und hinterfragen positionieren
Ausstellungsbereich Leben in Oldenburg	Labor	diskutieren beitragen einordnen entwickeln gestalten für Zukunft begeistern
Ausstellungsende	weitergehen	zerstreuen neu orientieren
Ende des Museumsbesuchs	wiederkommen	verarbeiten nachbereiten die Stadt anders sehen

Tab. 1: Stationen der Visitor Journey und ihre spezifischen Aktivitäten (eigene Darstellung, SMO)

Dieser Ansatz verfolgt das Ziel, vielfältige Lernerfahrungen zu ermöglichen, und basiert auf dem Konzept der Generic Learning Outcomes (vgl. Dodd 2009), das die verschiedenen Arten des Lernens (im Museum) in folgende fünf Lernkategorien⁵ einteilt:

⁵ Die hier verwendete deutsche Übersetzung der Kategorien basiert auf dem Vorschlag in Zech 2017.

- Wissen und Verstehen,
- Entwicklung oder Verbesserung von Fähigkeiten,
- Vergnügen, Inspiration und Kreativität,
- Verhaltensweisen und Wertvorstellungen, Handlungen sowie
- Verhalten und kontinuierliche Entwicklung.

Durch diese Abwechslung schaffende Dramaturgie und die Fokussierung auf unterschiedliche Handlungsmodi wird es den Besucher*innen erleichtert, sich den Museums- und Ausstellungsraum zu erschließen und Ausstellungsbereiche sowie Formate zu identifizieren, die ihnen Freude bereiten und Interesse an einer vertiefenden Auseinandersetzung wecken.

Um den verschiedenen Bedürfnissen der Besucher*innen bei der Gestaltung der Visitor Journey gerecht werden zu können, wurden neun »Personas« als Vertreter*innen etablierter wie auch neuer Zielgruppen des Stadtmuseums entwickelt (vgl. Abb. 4). Dabei war das Ziel, jeder Persona regelmäßig interessenbezogene Angebote machen zu können und damit punktuell positive Erlebnisse zu evozieren. Durch die Analyse quantitativer und qualitativer Daten über die Besucher*innen bzw. ausgewählte Zielgruppen wurden bestimmte Verhaltensmuster, Eigenschaften, Bedürfnisse und Ziele der Besucher*innen identifiziert. Die Zielgruppen wurden aus dem etablierten Museumspublikum und der Gruppe der Nichtbesucher*innen gebildet. Diese Daten bilden die Grundlage des Persona-Verfahrens. Für die Weiterentwicklung zu einem realistischen Charakter mit Erinnerungswert wurden diese Fakten mit fiktiven Elementen kombiniert und die Figuren mit Namen, persönlichen Eigenschaften und individuellen Merkmalen ausgestattet und visualisiert (vgl. Schweibenz 2014: 31). Die Ausrichtung jeder Persona als Repräsentantin eines sozialen Milieus (vgl. Sinus-Institut 2021) stellte dabei einen wichtigen Realitätsabgleich dar.

Für die praktische Anwendung dient eine speziell auf jede Persona zugeschnittene Checkliste, anhand derer alle zu entwickelnden Museumsprodukte unter Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse geplant und überprüft werden können. Bei der Erstellung wurden insbesondere Aspekte der kognitiven und physischen Barrierefreiheit, thematische und ästhetische Präferenzen, bevorzugte Vermittlungsformate sowie jeweils ein No-Go und ein Must-have berücksichtigt. Die Checkliste soll auch dazu dienen, konzeptionelle Vorgaben einhalten zu können, wie z. B. die Ausstellungsinhalte aus möglichst vielfältigen Perspektiven zu betrachten, um bisher nicht repräsentierte Gruppen und ihre Geschichten im Stadtmuseum abzubilden.

Übersicht der Personas



Abb. 4: Übersicht der für das Projekt »Neues Stadtmuseum« entwickelten Personas als fiktive Stellvertreter*innen für alte (linke Darstellung) und neue Zielgruppen (rechte Darstellung) des Stadtmuseums (eigene Grafik, SMO, GfG – Gruppe für Gestaltung)

»Meaningfulness« (bedeutsame Erfahrungen machen) – Beteiligung

Die Ausstellung als Teil der beschriebenen Dramaturgie folgt dem bereits beschriebenen Leitnarrativ. Es speist sich aus der Frage nach der persönlichen Beziehung zur Stadt Oldenburg. Im Besuchsverlauf wird dazu immer wieder Raum und Anregung für eine persönliche Auseinandersetzung gegeben: Es werden Anknüpfungspunkte gesetzt, welche die Besucher*innen einladen, darüber nachzudenken, welche persönliche Relevanz die Ausstellungsinhalte haben, inwieweit sich die Geschichte der Stadt und die Geschichte anderer mit der eigenen Lebenssituation in Beziehung setzen lassen. Gleichzeitig kann die eigene Beziehung zu Oldenburg reflektiert, sichtbar gemacht und mit denen anderer Besucher*innen ausgetauscht werden. Neben den gängigen Angeboten wie Frage- und Kommentarstationen bieten die folgenden drei Formate komplexere Beteiligungsmöglichkeiten.

Flexible Projektflächen

Der Ausstellungskorpus der stadtgeschichtlichen Dauerausstellung soll in regelmäßigen Abständen erweitert und kommentiert werden. Dazu soll für jeden der drei Ausstellungsbereiche eine mobile, modular konzipierte Projektfläche zur Verfügung stehen, die flexibel an verschiedenen Orten eingesetzt werden kann und eine wechselnde Präsentation variabler Inhalte ermöglicht.

Diese Flächen stellen ein wichtiges Element der Neuausrichtung des Stadtmuseums dar, da sie im Rahmen verschiedener Beteiligungsformate ausgeformt werden sollen und somit die Museums- und Ausstellungsarbeit durchlässiger und weniger hierarchisch gestalten. Die Idee des Stadtmuseums als lebendiger, demokratischer und von den Menschen der Stadt geprägter Ort soll sich hier widerspiegeln.

Dieses Format wird nicht ausschließlich vom SMO kuratiert. Vielmehr werden die Bereiche interessierten Gruppen zur Verfügung gestellt und je nach Grad der Beteiligung eigenständig, gemeinsam oder angeleitet von und mit ihnen gestaltet. Einzelpersonen oder Gruppen können ihre Themen und Inhalte wählen, ihre Geschichten erzählen, andere Perspektiven aufzeigen und den eingeschränkten Blick des Museums öffnen. Eine besondere Chance dieses auch kurzfristig planbaren Formats liegt in der Möglichkeit, aktuelle gesellschaftliche Themen und Entwicklungen aufzugreifen und damit einen starken Lebens- und Gegenwartsbezug herzustellen. Durch die Arbeit an und mit den Inhalten und deren Rezeption durch die Besucher*innen kann die Dauerausstellung immer wieder erweitert, dekonstruiert, kommentiert und diskutiert werden und so zu einem zentralen Ort für gesellschaftlichen Austausch und Diskussion in Oldenburg werden. Zusammengefasst soll mit dem Konzept der flexiblen Projektflächen erreicht werden, dass

1. die Ausstellung aktuelle stadtgesellschaftliche Debatten und Entwicklungen aufgreift und damit möglichst aktuell bleibt (Ziel: Aktualität),
2. die Ausstellung einen offenen und demokratischen Charakter hat und die Erweiterung durch die Beteiligung verschiedener Akteur*innengruppen gestaltet wird (Ziel: Partizipation), und
3. die Ausstellung um die unterschiedlichen Perspektiven der Beteiligten erweitert wird und somit für möglichst viele Menschen relevante Inhalte bereithält (Ziel: Vielfalt).

In Anlehnung an die Definitionen von Partizipation im Museum von Nina Simon (vgl. 2010) und Anja Piontek (vgl. 2016/17) soll die Beteiligung an Planung und inhaltlicher Umsetzung der flexiblen Projekträume innerhalb drei verschiedener Formate umgesetzt werden: Zuarbeit, Zusammenarbeit und externe Kuratierung.

Bei der »Zuarbeit« entwickelt das SMO das Konzept und wendet sich im Rahmen der Umsetzung mit konkreten Angeboten zur inhaltlichen Vorarbeit an die Teilnehmer*innen. Die Teilnehmerbeiträge dienen dem SMO

als Grundlage zur Weiterverarbeitung und Kuratierung. Das Angebot ist halb-geschlossen, das heißt, es gibt implizite Selektionsmechanismen, z.B., wenn sich das Angebot nur an Bewohner*innen eines Stadtteils oder an eine Altersgruppe richtet oder es um ein bestimmtes historisches Ereignis geht, das sie selbst miterlebt haben müssen, um teilnehmen zu können. Bei der »Zusammenarbeit« bilden das SMO und die Teilnehmer*innen zu bestimmten Themen eine gleichberechtigte Arbeitsgemeinschaft. Vorschläge können von beiden Seiten eingebracht werden. Auch die Abstimmung über das Konzept erfolgt gemeinsam. Das Angebot kann je nach Projekt sowohl offen als auch geschlossen durchgeführt werden. Geschlossen meint, wenn eine ganz bestimmte Gruppe beteiligt ist, z.B. ein Verein oder eine Schulklasse. Für eine »externe Kuratierung« werden die flexiblen Flächen und ggf. weitere Museumsressourcen (Nutzung von Datenbanken und Archiven, Unterstützung durch Gestalter*innen, wissenschaftliche Beratung etc.) einer Gruppe zur Präsentation eigener Projekte oder Sammlungen zur Verfügung gestellt. Diese organisiert das eigene Vorhaben selbstständig, muss allerdings bestimmte Rahmenbedingungen (z.B. barrierearme Aufbereitung der Inhalte, Oldenburg-Bezug, Nachweis über Bildrechte und anderer, nicht eigenständig produzierter Medien, redaktionelle Überarbeitung der Inhalte durch das SMO, Ausschluss von antidemokratischen Inhalten und Positionen etc.) einhalten. Das Angebot ist zunächst geschlossen, weil es sich um eine fest umschriebene Gruppe handelt, welche die Kuratierung innehat. Diese Gruppe kann das Angebot jedoch beliebig öffnen.

Geschichten sammeln

Im Ausstellungsbereich »Leben in Oldenburg« geht es um die individuellen Lebenswelten und die Gestaltung des sozialen Miteinanders von Oldenburger*innen. Im Mittelpunkt stehen historische, aber auch zeitgenössische Exponate, die Geschichten von zivilgesellschaftlichen Initiativen oder persönliche Geschichten von Einzelpersonen und Gruppen (Schwerpunkt 20. und 21. Jahrhundert) erzählen. Ziel des Ausstellungsbereiches ist es, zu vermitteln, dass Oldenburg ein Ort ist, an dem Menschen aus ganz unterschiedlichen Kontexten, mit unterschiedlicher Herkunft und Bildung an der Gestaltung des Zusammenlebens beteiligt waren und sind und alle eine Geschichte über das eigene Verhältnis zur Stadt und zu den Mitmenschen zu erzählen haben. Objekte, Personen und Geschichten werden den Themenbereichen »Lernen/ Lernorte«, »Religionsgemeinschaften«, »Arbeitswelten«, »Kultur und Freizeit« sowie »Ankommen und Zusammenleben« zugeordnet. Diese thematische

Eingliederung steht gestalterisch und erzählerisch nicht im Vordergrund. Vielmehr bietet die abwechslungsreiche Anordnung der Exponate, die auch Raum für neue Objekte bzw. Veränderungen der Objektkonstellation bietet, den Ausgangspunkt für die Auseinandersetzung mit den Themenbereichen in der Vertiefungsebene.

Ein zentrales Vermittlungselement bildet hier eine Medienstation, in der Interviewsequenzen gezeigt werden, die im Rahmen des partizipativen Filmprojekts »Wer ist Oldenburg?« entstanden sind.⁶ Die persönlichen Aussagen der Interviewten stellen einen besonderen Gegenwartsbezug her und verbinden die oben genannten Themenbereiche miteinander. Dabei repräsentieren die Geschichten der beteiligten Oldenburger*innen die Diversität der Stadtgesellschaft und ermöglichen Einblicke in Vergangenheit, Gegenwart und Wünsche für die Zukunft. Ziel der Präsentation ist es zum einen, die Produktionsgeschichte des Films und seine Ergebnisse als wichtiges zeitgeschichtliches Dokument hervorzuheben und die Bedeutung des Individuums als Geschichtsträger zu betonen. Darüber hinaus sollen die Besucher*innen für die Relevanz des Bewahrens persönlicher Geschichten in und um Oldenburg sensibilisiert werden. Unmittelbar neben den Filmausschnitten wird eine partizipative Mitmachstation installiert, an der sich Besucher*innen niedrigschwellig mit der Frage auseinandersetzen können, ob und welche persönlichen Erfahrungen, Anekdoten und Geschichten sie mit der Öffentlichkeit und dem Museum teilen möchten, indem sie ihre persönliche Geschichte der Museumssammlung zur Verfügung stellen. Im Rahmen dieser Kontaktaufnahme sollen regelmäßig Interviews geführt werden, die später in der Ausstellung zu sehen sein werden.

Die App »Vom Museum in die Stadt«

Die Anwendung »Vom Museum in die Stadt« dient der Routenplanung für einen Stadtpaziergang, z.B. im Anschluss an einen Museumsbesuch, und ist von den ortsbezogenen Stadtgeschichten in der Ausstellung inspiriert. Mittels einer App oder einer Medienguidefunktion können die Besucher*innen Orte und Koordinaten abspeichern, die in der Ausstellung für diesen Zweck kenntlich gemacht sind. Dies geschieht durch das Scannen von QR-Codes an den

6 Der Kinofilm »Wer ist Oldenburg?« wurde von einem Filmteam um Omid Mohadjeri und Michael Telkmann gedreht. Dafür haben die Filmemacher mehrere hundert Menschen aus Oldenburg interviewt. Er feierte am 31. Mai 2019 in Oldenburg Premiere.

entsprechenden Exponaten, durch eine »Merken«-Funktion von Inhalten im Medienguide oder durch die manuelle Eingabe von Informationen.

Nachdem eine ausreichende Anzahl von Orten und Koordinaten in der App gespeichert worden sind, wird automatisch eine Route geplant, welche die Anwender*innen zu den verschiedenen Orten leitet. Die App zeigt eine Karte mit der Route an und leitet den Spaziergang mit Audio- oder Textanweisungen. Mithilfe einer automatischen Ortserkennung kann das Programm Hintergrundinformationen zu den verschiedenen Orten und ihrer Bedeutung in der Stadtgeschichte liefern. Mit einer »Social sharing«-Option können die erstellten Routen mit anderen geteilt werden. Dies kann dazu beitragen, das Bewusstsein für die Ausstellung und die Stadtgeschichte zu erhöhen und bei weiteren Menschen für die Formate des Stadtmuseums Interesse zu wecken.

Ziele erreichen

Viele der in unserem Ausstellungskonzept enthaltenen Ideen, die neue Wege und innovative Formate verfolgen, sind nicht neu. Neu ist jedoch der konsequente Einsatz wissenschaftlicher Konzepte, die ursprünglich aus der Evaluation von Ausstellungs- und Lernangeboten stammen, wie Generic Learning Outcomes (Dodd) und Judging Exhibitions (Serrell), oder die der Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote dienen, wie Personas. Die einzelnen Ideen und Teilkonzepte der Ausstellung mit den jeweiligen wissenschaftlichen Konzepten abzugleichen und methodisch miteinander zu verbinden, stellt die Bedürfnisse der Besucher*innen an oberste Stelle.

Ein neues Museum und eine neue Dauerausstellung bieten die seltene Chance, die Weichen für das Verhältnis zwischen Individuum, Stadtgesellschaft und Museum zu stellen. Für eine stabile, gleichberechtigte, sinnstiftende und berührende Beziehung muss vieles stimmen. Die aktive Gestaltung solcher Verbindungen erfordert gegenseitigen Respekt, Vertrauen und Emanzipation. Diese Begriffe stehen für das Ziel des Stadtmuseums, über die Betonung des Individuums und der persönlichen Bedeutungsproduktion bei den Besucher*innen den Wunsch nach Mitgestaltung zu wecken. Hier bietet die Ausstellung einen vorurteilsfreien Kommunikationsraum, der dem gesellschaftlichen Dialog einen Verhandlungsort geben will, an dem die gemeinsame Gestaltung des Lebens in Oldenburg stattfindet.

Mit dem neuen Museumskonzept wird auch die Publikumsforschung im Stadtmuseum professionalisiert. Ob und inwieweit die Ausstellung künftig

sinnstiftende Erfahrungen ermöglicht und Menschen zur Entwicklung und Gestaltung der Gesellschaft anregt, soll regelmäßig evaluiert werden. Die Evaluation dient dann nicht nur der Zielüberprüfung, sondern in erster Linie der Verbesserung der Ausstellung sowie der Stärkung des Dialogs mit den Besucher*innen. Ein Evaluationskonzept muss noch erarbeitet werden, aber die in diesem Beitrag vorgestellten Kategorien der Besucher*innen- und Ausstellungsforschung, die zur Entwicklung des Leitmotivs für die Ausstellung herangezogen wurden, sowie die im Ausstellungskonzept enthaltenen, bieten eine optimale Grundlage.

Literatur

- Dodd, Jocelyn (2009): »The Generic Learning Outcomes: A Conceptual Framework for Researching Learning in Informal Learning Environments«, in: Giasemi Vavoula/Norbert Pachler/Agnes Kukulska-Hulme (Hg.), *Researching Mobile Learning: Frameworks, Methods and Research Designs*, Frankfurt a.M. u.a., S. 221–240.
- Hawig, Jana/Glaue, Ria Marleen (2024): »Judging Exhibitions« von Beverly Serrell. *Ausstellungen im Team beurteilen*, in: Luise Reitstätter/Carla-Marinika Schorr (Hg.), *Methodenbuch Ausstellungsanalyse*, Bielefeld [in Vorbereitung].
- Hoins, Katharina (2022): »Das Museum als Dritter Ort. Schlagwort oder Leitbegriff?«, in: Henning Mohr/Diana Modarressi-Tehrani (Hg.), *Museen der Zukunft. Trends und Herausforderungen eines innovationsorientierten Kulturmanagements*, Bielefeld, S. 275–293.
- Piontek, Anja (2016/17): *Partizipative Ansätze in Museen und deren Bildungsarbeit*, *Kulturelle Bildung Online*, [online] <https://www.kubi-online.de/artikel/partizipative-ansaezte-museen-deren-bildungsarbeit> [abgerufen am 01.08.2023].
- Schweibenz, Werner (2014): »Gibt es typische Museumsbesucher? Eine Einführung in das Personas-Verfahren und die Arbeit mit typischen Publikumsrepräsentanten«, in: Uwe Beckmann (Hg.), *Das Publikum im Blick. Besucherforschung als Impuls für besucherorientierte Museumsarbeit*. Beiträge der Tagung im LWL-Freilichtmuseum Hagen vom 7. bis 8. November 2013, Hagen, S. 30–43.
- Serrell, Beverly (2006): *Judging Exhibitions. A Framework for Assessing Excellence*, Walnut Creek.

Simon, Nina (2010): *The Participatory Museum*. Santa Cruz.

Sinus-Institut (2021): *Deutschland im Umbruch*. SINUS-Institut stellt aktuelles Gesellschaftsmodell vor: Die neuen Sinus-Milieus [Pressemitteilung], Sinus-Institut, [online] <https://www.sinus-institut.de/media-center/presse/sinus-milieus-2021> [abgerufen am 01.08.2023].

Zech, Heike (2017): »Das Ziel fest im Blick: Generic Learning Outcomes«, in: *museum heute*, H. 52, S. 44–48.

