

→ »GIB GAS, ICH WILL SPASS« – QUO VADIS, MUSEUM? EVENTKULTUR ALS BESONDERE HERAUSFORDERUNG/ CHANCE FÜR TECHNIKMUSEEN

KIRSTEN BOHNEN, DEUTSCHES MUSEUM BONN

Zunächst stellte sich das Deutsche Museum Bonn vor: Es ist das erste Museum für zeitgenössische Forschung und Technik und eine Dependence des weltberühmten Deutschen Museums in München. Wie in München werden auch in Bonn herausragende Exponate aus Naturwissenschaft und Technik gezeigt. Eine spezielle Didaktik bringt sie den Besuchern nahe: mit Modellen und Experimenten. Das Technikmuseum will anregen, begeistern und Fragen stellen, auch mit besonderen Angeboten. Die Organisation von Veranstaltungen (Events), gehört heute zum Alltag des Museums.

Am Beispiel des Deutschen Museums ließ sich dann aufzeigen, dass »Events« keine Neuschöpfung unserer Zeit sind, sondern sie es schon immer gab. Ein Vorreiter von Veranstaltungen und Vergnügungen im Museumsbereich war der vorausschauende Museumsgründer Oskar von Miller. Er hatte die Vision, Bildung und Vergnügen miteinander zu verbinden, in die Tat umgesetzt. Er war es, der besonderen Wert auf die allgemeinverständliche Erklärung der Naturphänomene, Prozesse und Apparate legte. Die vermutlich wichtigste Neuerung aber war der umfassende Einsatz von voll funktionsfähigen Originalen, Nachbauten und Modellen und von Demonstrationsversuchen zur Selbstbetätigung. Grundprinzip war, dass das Deutsche Museum vor allem unterhaltsam sein sollte. Auch der Umzug von der provisorischen Unterkunft in den Neubau auf der sogenannten Kohleninsel 1925 war ein Spektakel für die breite Öffentlichkeit, heute würde man sagen ein »Event« reinsten Wassers: ein Festzug mit verkleideten Menschen, geschmückten Festwagen, welche die Exponate, z.T. große Flugzeuge, trugen. Oskar von Miller hatte den fünf traditionellen Aufgaben des Museums (Sammeln, Bewahren, Forschen, Dokumentieren, Vermitteln) eine sechste hinzugefügt, nämlich das Unterhalten.

Ausgehend von nachfolgenden Definitionen verschiedener Soziologen und von Erziehungswissenschaftlern wurde lange über den Begriff »Event« und seine Bedeutung für Museen diskutiert. Events sind:

- inszenierte Ereignisse, über die die Medien schon im Vorfeld berichten.
- Veranstaltungen mit emotionalem Charakter, Ereignisorientierung und aktiver Beteiligung des Konsumenten.
- Inszenierungen mit Erlebnischarakter, die der Imagepflege und der Präsentation von Personen, Unternehmen, Ideen und Visionen im öffentlichen Raum dienen.

- immer mehr Bestandteil der Alltagskultur: Es entsteht eine Eventkultur. Und diese Eventkultur ist eindeutig eine Unterhaltungskultur.
- Ereignisse für übersättigte Konsumenten, die nach immer Neuem, nach nie Dagewesenem verlangen, bei dem Steigerungen kaum mehr möglich erscheinen.

Events leben von drei Erfolgsfaktoren:

- Imagination: Illusionierung und inszenierter Kulissenzauber gehören immer dazu – so echt wie möglich. Die Kulisse kann schöner und beeindruckender als die Wirklichkeit sein.
- Attraktion: Besondere Attraktionen machen das Ereignis unvergleichlich. Das Gefühl des Einmaligen und Außergewöhnlichen stellt sich ein, wozu auch das Überraschende gehört.
- Perfektion: Die »everything-goes«-Devise verlangt Perfektion bis ins kleinste Detail.

Die besondere Faszination der Eventkultur machen vier Erlebnisdimensionen aus:

- live und sinnlich: In der Eventkultur wollen die Menschen Kultur und Unterhaltung hautnah (d.h. live) begreifen und als direkte sinnliche Berührung erleben. Die Einbeziehung sinnlichen Erlebens unterscheidet eventkulturelle Veranstaltungen wesentlich vom Angebot traditioneller Kultur- und Bildungsangebote;
- persönlich und sozial: Besucher von eventkulturellen Veranstaltungen wollen erst einmal unterhalten werden – und dies nicht allein, sondern unter vielen Menschen, die man dort trifft. Das Miteinander-Sehen, -Hören und -Reden gibt der Kultur eine interessante Facette, »entstaubt« Kultur und macht sie »lebendiger«. Eventkulturelle Angebote wirken wie eine Anfasskultur, die alle »berührt«.

Die stimmungsvolle Atmosphäre eines Events mit ihren Attributen live/persönlich/sinnlich/sozial lässt die Erlebnisarmut des Alltags vergessen, fördert das »einmalige« Gemeinschaftserleben und versetzt die Teilnehmer in eine Hochstimmung, die nachwirkt – auch über den Tag und Abend hinaus.

Das Resultat der Diskussion: Eine einheitliche Definition ließ sich nur schwer finden: Jeder hat seine eigene Vorstellung von einem Event, aber immer ist es mit Emotionen verbunden. Ein »Event« ist ein Ereignis mit persönlichem Bezug. Es scheinen auf alle Fälle keine unversöhnlichen Gegensätze zu herrschen, sondern im Gegenteil: Es gibt viele Schnittmengen zwischen Museumsarbeit und Event. Die Chancen von Events sind größer als die Risi-

ken, wenn man dabei nicht das gesamte Museum zum Event werden lässt. Allerdings fürchten manche Häuser die Kommerzialisierung und Trivialisierung, weshalb »Events« durchaus kritisch gesehen werden. Es ist und bleibt eine Gratwanderung.

Im weiteren Verlauf des Nachmittags stellte das Deutsche Museum Bonn einige erfolgreiche Events vor und damit auch zur Diskussion. Ganz bewusst wurde das folgende Motto gewählt: »Im Gespräch mit Wissenschaft und Technik«. Schon in der Aufbauphase empfahl ein Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats, der Medizinnobelpreisträger Georges Köhler, kein bloßes Vitrinenmuseum zu bauen, sondern einen lebendigen Ort zu schaffen, in dem über Wissenschaft und Technik regelmäßig diskutiert wird. Somit wurde der Dialog gleichsam zu einer Verpflichtung. Gespräche für und gegen Technik, abwägend und kontrovers, befürwortend und kritisch. Gespräche von Wissenschaftlern, Politikern und Unternehmern, Persönlichkeiten der Gesellschaft untereinander, aber vor allem mit den Besuchern. Auf dieser Grundlage wurde das Veranstaltungsprogramm zu einer Hauptaufgabe der Museumsarbeit.

Technikvorführung des Zukunftspreisnominierten bei Wissenschaft live



Eines der ersten Veranstaltungsformate wurde auf Anregung desselben Nobelpreisträgers eine Reihe namens »Wissenschaft live«. Fünf Jahre lang schaltete das Museum per Videokonferenz live alle zwei Monate in ein Labor oder eine technische Einrichtung. Moderiert wurde die Veranstaltung von

Ranga Yogeshwar. Hauptzielgruppe waren Schülerinnen und Schüler, denen ein praktischer Einstieg in ein breites Themenspektrum – von Raumfahrt und Medizin bis zu Energieversorgung und Biotechnologie oder Restaurierung von Kunstwerken – geboten wurde. Und sie waren auch selbst zum Experimentieren aufgefordert. Nicht nur die Forschungsergebnisse selbst zählten, sondern auch die ethischen Folgen. So kam »Wissenschaft live« letztlich auch den Forschern zugute – also ein echter Dialog. Die Veranstaltungsreihe zog alle Altersgruppen an und wurde so erfolgreich, dass der Fernsehsender Phoenix die Reihe drei Jahre meistens live übertrug. Es war die erste und bislang einzige Fernsehsendung, die von einem Museum redaktionell betreut wurde, und ein »echtes« Event.

Events solcher Art bieten Technikvermittlung auf verschiedenen Ebenen an: Nicht nur die bloße Erklärung der Funktionsweise, sondern auch immer die Einbettung in einen größeren Kontext kann hier geleistet werden. Zudem ergibt sich die Möglichkeit, ungewöhnliche Perspektiven aufzuzeigen. Das Deutsche Museum Bonn hat es sich zur Angewohnheit gemacht, viele Aktivitäten unter ein Thema bzw. ein Motto zu stellen, ob dies nun die jährlichen Museumsmeilenfeste sind oder die Museumsnächte. Bei einer Museumsnacht mit dem Titel »LiebesNacht« wurden Auszüge aus der wohl berühmtesten Liebesgeschichte »Romeo und Julia« biochemisch von einem Wissenschaftler kommentiert. In der KrimiNacht wurde das Museum sogar zum Tatort eines Mordes, der mit Hilfe der Polizei und der Rechtsmedizin mit naturwissenschaftlichen Methoden aufgeklärt wurde.

Eines lässt sich auch für das Deutsche Museum Bonn ganz sicher feststellen: Steigerungen der Besucherzahlen hängen letztlich immer von aktuellen Publikumsreizen ab, die von den Museen gezielt geschaffen werden. Liegen aktuelle Anlässe vor, so motiviert dies die typischen Museumsbesucher, häufiger in ein Museum zu kommen, um beispielsweise Sonderveranstaltungen zu sehen. Und normale Nichtbesucher nehmen sie zum Anlass, ein Museum einmal kennenzulernen.

Alle diese Events oder vielleicht doch lieber Veranstaltungen des Deutschen Museums Bonn haben inhaltlich etwas mit dem Museum zu tun. Und immer kommt dies bei den Besuchern gut an, wenn Brücken geschlagen und Alltagsbezüge hergestellt werden. Die Veranstaltungen ergänzen und bereichern das Vermittlungsangebot des Museums. Sie bewirken das Public Understanding of Science. Dem Museum kommt in der Vermittlung von wissenschaftlichen Inhalten immer noch eine tragende Rolle zu, denn an der Faszination des einzigartigen Objekts hat sich bis heute nichts geändert.

Viele Teilnehmer konnten durch eigene Erfahrungen bestätigen, dass die Brücke zwischen Museum und Event äußerst wichtig ist. So lautete das Fazit des Workshops: Nicht Event zieht – Inhalt bindet, sondern Event mit Inhalt zieht und bindet.

Kontakt

Dr. Kirsten Bohnen, Museumspädagogin

Dr. Andrea Niehaus, Museumsleiterin

Deutsches Museum Bonn

Ahrstraße 45

53175 Bonn

Telefon: ++ 49 (0)2 28 – 30 22 55

Fax: ++ 49 (0)2 28 – 30 22 54

E-Mail: k.bohnen@deutsches-museum-bonn.de

E-Mail: a.niehaus@deutsches-museum-bonn.de

URL: www.deutsches-museum-bonn.de

