

Julia Büchel

REPRÄSENTATION

PARTIZIPATION

ZUGÄNGLICHKEIT

Theorie und Praxis gesellschaftlicher
Einbindung in Museen und Ausstellungen

[transcript] → Edition Museum

Julia Büchel
Repräsentation – Partizipation – Zugänglichkeit

Für meine Großmutter

Julia Büchel, geb. 1984, lebt in Basel und arbeitet als Kuratorin, Szenografin, Dozentin und in der Kommunikation. Sie betreut zahlreiche Projekte im Museums- und Vermittlungsbereich, der Lehre und der Forschung. Sie befasst sich hierbei mit der Vermittlung gesellschaftsrelevanter Inhalte und Umweltthemen. Dabei liegt ihr Fokus auf der Ausstellung als Medium, der gesellschaftlichen Rolle von Museen, partizipativen Prozessen, digitaler Vermittlung sowie Architektur und Stadtentwicklung. Sie studierte Literatur-, Kommunikations- und Medienwissenschaften, Szenografie und promovierte in Kulturanthropologie am Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie an der Universität Basel. Weiterbildungen in Umweltkommunikation, Nonprofit und Public Management runden ihr Profil ab.

Julia Büchel

Repräsentation – Partizipation – Zugänglichkeit

Theorie und Praxis gesellschaftlicher Einbindung in Museen
und Ausstellungen

[transcript]

Die Open-Access-Ausgabe wird publiziert mit Unterstützung des Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung.

Dissertation zur Erlangung der Würde einer Doktorin der Philosophie vorgelegt der Philosophisch-Historischen Fakultät der Universität Basel

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution 4.0 Lizenz (BY). Diese Lizenz erlaubt unter Voraussetzung der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium für beliebige Zwecke, auch kommerziell.

(Lizenztext: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>)

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z.B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

Erschienen 2022 im transcript Verlag, Bielefeld

© Julia Büchel

Umschlaggestaltung: Maria Arndt, Bielefeld

Korrektorat: TIESLED Satz & Service; Claire Kempa, Gütersloh

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

Print-ISBN 978-3-8376-5707-4

PDF-ISBN 978-3-8394-5707-8

<https://doi.org/10.14361/9783839457078>

Buchreihen-ISSN: 2702-3990

Buchreihen-eISSN: 2702-9026

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet: <https://www.transcript-verlag.de>

Unsere aktuelle Vorschau finden Sie unter www.transcript-verlag.de/vorschau-download

Inhalt

Vorwort und Dank	9
Abstract	11
Einleitung	13
Herausforderungen für Museen und Ausstellungen	13
Vorgehen	19
Wege zur gesellschaftlichen Einbindung	19
Herausforderung Begrifflichkeiten	23
Der Umgang mit Begrifflichkeiten in der Arbeit	25
Gesellschaftliche Einbindung untersuchen	26
Auswahl der Fallstudien	29
Begriffe	
Der Fokus auf drei Begriffe – die drei Pfeiler gesellschaftlicher Einbindung	31
Der Begriff der Repräsentation	32
Kritik der Repräsentation – Stand der Diskussion	33
Der Begriff der Repräsentation im Museumskontext	34
Partizipation – Definitionen und Verständnisse des Begriffs im Museumskontext	35
Zugänglichkeit – die Diskussion um Zugänglichkeit im Museumskontext	36
Die Verwendung der Begriffe für die Analyse	38
1. Teil:	
Die Forderung nach sozialer Verantwortung und gesellschaftlicher Einbindung im Museumsraum	
Neue Anforderungen	43
Die Entwicklung des Anspruchs an gesellschaftliche Einbindung mit der ›Neuen Museologie‹	43

Entwicklungen im Museums- und Ausstellungswesen	46
Gesellschaftliche Einbindung seit der Jahrhundertwende	49
Die ›Neue Museologie‹ als Wegbereiter einer ›Gemeinschaftsmuseologie‹ – Stand der Diskussion	52
Der Anspruch an gesellschaftliche Einbindung – Vielfalt an Begrifflichkeiten	53
Konzepte	57
Museumskonzepte zur Rolle der Institutionen in und für die Gesellschaft.....	57
›Museum 2.0‹ oder ›Das partizipative Museum‹	63
›Museum 3.0‹ – von Digitalisierung über Nutzerzentrierung bis zum Third place.....	65
›Museum 4.0‹ – ein Pilotprojekt	70
Fazit	73
Entwicklung Museumskonzepte	73
Museumskonzepte versus Ausstellungen	75
Anforderungen an Ausstellungen aus den Museumskonzepten	77

II. Teil: Gesellschaftliche Einbindung in der Praxis – aber wie?

Archäologie Schweiz	83
Kontextualisierung	83
Deskription der Ausstellung	84
Kernausstellung	103
Kontextualisierung	103
Deskription der Ausstellung	103
GROSS	129
Kontextualisierung	129
Deskription der Ausstellung	130

III. Teil: Gesellschaftliche Einbindung im Vergleich

Vergleich 1 – die Fallstudien	151
Der Umgang mit gesellschaftlicher Einbindung in der Praxis	151
Unterschiede in den Fallstudien	158

Vergleich 2 – die wichtigsten Anforderungen	163
Übereinstimmende Anforderungen an Ausstellungen aus Theorie und Praxis	163
Erweiterte Zugänglichkeit	170
Nur theoretisch-konzeptionelle Ideen?	179
Fazit	181
Anforderungen an Ausstellungen	181
Die Übertragung der Erkenntnisse in die Praxis	188
Erkenntnisse	193
Eine Orientierungshilfe für die Praxis	193
Herausforderung Ausstellungsanalyse	197
Ein neues Analyseverfahren	198
Demokratisierungsprozesse?	201
Kritik an den vorhandenen Begrifflichkeiten	202
Schlussbetrachtung	207
Zwei Verständnisse gesellschaftlicher Einbindung	207
Der zwischenmenschliche Ansatz	208
Der technologische Ansatz	210
Das Potenzial der Digitalisierung	212
Ausblick	215
Ein Museum für die Gesellschaft?	215
Die Forderung nach einem Inter-Aktionsraum – neue Formate für Museen	217
Literaturverzeichnis	221
Weiterführende Links	233
Abbildungsverzeichnis	235
Tabellenverzeichnis	241

Vorwort und Dank

Die vorliegende Dissertation, die an der Philosophisch-Historischen Fakultät der Universität Basel entstanden ist, stellt eine thematische Weiterführung der Masterarbeit im Rahmen meiner Zweitausbildung an der FHNW HGK Basel am Masterstudio Design dar, welche sich mit der Entwicklung und der Zukunft von Dauerausstellungen im Museums- und Ausstellungsbereich befasste. Das Interesse für die Themen rund um die Entwicklungen und möglichen zukünftigen Ausrichtungen im Museumsbereich ist auch nach dieser Arbeit bestehen geblieben, weshalb ich mich nebenberuflich diesem Dissertationsvorhaben widmete. Ziel der Arbeit war es, das erlernte Wissen und die Erfahrungen daraus für meine praktische Arbeit im Museum und in die Lehre einfließen zu lassen. Die Erkenntnisse daraus sind für meine weitere Arbeit von unschätzbarem Wert und ermöglichen mir nun, das Gelernte und Erworbene auch in meiner täglichen Arbeit anzuwenden.

Für die Unterstützung bei diesem Vorhaben und dessen Abschluss möchte ich mich ganz herzlich bei folgenden Personen bedanken: Dabei gilt ein spezieller Dank meinen beiden betreuenden Professoren Prof. Dr. Walter Leimgruber, Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie, Universität Basel, und Prof. Dr. Bernhard Tschöfen, ISEK – Institut für Sozialanthropologie und Empirische Kulturwissenschaft – Populäre Kulturen – Universität Zürich, die mich motivierend begleitet haben. Obwohl ich in keines der Institute eingebunden war, haben sie mir die Möglichkeit gegeben, jederzeit mit Fragen auf sie zukommen zu können und an den institutsinternen Kolloquien mitzuwirken. Meinem Partner sei hiermit herzlichst für all die Stunden gedankt, in denen ich unansprechbar in Gedanken kreiste, oder als Gegenüber zur Ordnung meiner Gedanken einzuspringen, ganz zu schweigen von der wunderbaren Verpflegung zur Stärkung, die ich immer wieder genießen konnte. Natürlich danke ich auch meiner ganzen Familie vielmals, dass sie nach zwei Mastern doch auch noch die Geduld aufbrachten, mit mir einen weiteren Schritt in der akademischen Laufbahn zu tun. Des Weiteren gilt mein Dank Flavia Caviezel vom Institut Experimentelles Design und Medienkulturen (IXDM) der FHNW HGK Basel, die mich überhaupt erst zu dieser wunderbaren Betreuung bei Walter gebracht hat und mich inhaltlich zu Beginn unterstützend begleitete; Beate Florenz, Professorin für Kunst- und Designvermittlung am Institut Vermitt-

lung von Kunst und Design (IADE) der FHNW HGK Basel; Barbara Lenherr, die sich die Zeit genommen hat, meine Arbeit zu lektorieren; Frau Hofsäss-Kusche als Korrektorin; Prof. Dr. Adrian Stähli (Senior Professor of Classical Archeology, Harvard University) für seine Zeit und die Durchsicht des Manuskripts; SUAN Conceptual Design für die Grafik; meinem Mentor und vormaligen Vorgesetzten Andreas Wenger, der mich seit etlichen Jahren auf diesem Weg begleitet und ohne dessen viele konstruktiven Gespräche zum Inhalt, der motivierenden Unterstützung und nicht zuletzt der Anstellung als Assistentin am Institut Innenarchitektur und Szenografie der Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW diese Arbeit vielleicht gar nicht erst entstanden wäre.

Abstract

Seit ihrer Entstehung befinden sich Museen und Ausstellungen in permanenter Verhandlung mit dem Publikum und der Frage nach ihrer gesellschaftlichen Relevanz und Verantwortung.¹ Mit der Etablierung und Einführung der ›Neuen Museologie‹ Ende der 1980er-Jahre fand ein, das Museumswesen prägender Perspektivenwechsel statt, welcher sich bereits in den 1960er- und 1970er-Jahren abzeichnete.² Dabei wurden vermehrt und vehement Transformationen des ›alten‹ Museumswesens verlangt und die Forderung an eine ›gesellschaftliche Verantwortung‹ der Museen durch eine vermehrte gesellschaftliche Einbindung laut.³ Diesem Paradigma unterliegen Museen bis heute. Die unendlich scheinenden Herangehensweisen sowie die technologischen Entwicklungen und anstehenden gesamtgesellschaftlichen Transformationen sowie die damit einhergehenden Möglichkeiten, Methoden und Mittel, das Publikum in die Ausstellungen einzubinden, führen gleichzeitig zu einer gewissen Unsicherheit, die sowohl im Diskurs als auch in der Praxis des Ausstellens sichtbar wird.

Die vorliegende Arbeit untersucht die Entstehung und Forderung nach gesellschaftlicher Einbindung im Museumsbereich sowie ihre Auswirkungen auf Ausstellungen, geht der Frage nach, wie sich gesellschaftliche Einbindung in Ausstellungen erfassen lässt, wie sie sich seit der ›Neuen Museologie‹ verändert und entwi-

-
- 1 Im 19. Jahrhundert wurde beispielsweise Einlass für weite Kreise der Bevölkerung gefordert. So sollte nicht mehr nur ein Fachpublikum angesprochen werden. Eine entsprechende Öffnung der Institutionen zeigte sich, indem Kleidervorschriften gelockert, Öffnungszeiten verlängert und Eintrittsgelder verringert wurden. Die Vermittlung in den Ausstellungen veränderte sich dabei ebenfalls. So wurden eine bessere Lesbarkeit, zusätzlich erklärende Texte sowie eine zum Teil stattfindende Aufteilung in Schau- und Studiensammlungen vorgenommen (Baur 2013: 28).
 - 2 Erste Konzepte entstanden bereits in den 1950er-Jahren in den USA. Weitere folgten in den 1960er-Jahren sowie in den 1970er-Jahren in Frankreich. Aus diesem Grund werden in der Arbeit auch bereits frühere Konzepte aufgeführt.
 - 3 An Tagungen und Vorträgen zur Zukunft von Museen werden Partizipation und Teilhabe als zentrale Elemente für die Museumsarbeit immer wieder aufgeführt. Zudem zeigte sich in den letzten Jahren eine zunehmende Zahl an Publikationen zum Thema der Partizipation und der kulturellen Teilhabe.

ckelt hat und untersucht den Umgang damit in der Ausstellungspraxis. Dabei verfolgt die vorliegende Untersuchung das Ziel, herauszufinden, welche Anforderungen für Ausstellungen unter dem Paradigma gesellschaftlicher Einbindung wesentlich sind, wie sie sich entwickelt haben und weiterentwickeln könnten. Daraus soll einerseits eine Übersicht über Ansprüche für Ausstellungen seit der Einführung der ›Neuen Museologie‹ entstehen, die als Orientierungshilfe für Ausstellungsanalysen und -umsetzungen eingesetzt werden kann. Diese Zusammenstellung ermöglicht ebenfalls eine Systematisierung von Ausstellungsanalysen und -betrachtungen und besitzt im Weiteren das Potenzial, die Forderung nach der gesellschaftlichen Öffnung in der Praxis der Ausstellungskonzeption zu unterstützen. Andererseits werden mögliche neue Formate skizziert sowie der durch die Forderung nach gesellschaftlicher Einbindung resultierenden Frage nach der Relevanz und zukünftigen Rolle der Institutionen nachgegangen.

Einleitung

At the beginning of the twenty-first century, museums are re-orientating themselves through imagining afresh what they can become; familiar practices are being reassessed and tired philosophies are being overturned. New ideas about culture and society and new policy initiatives challenge museums to rethink their purposes, to account for their performances and to redesign their pedagogies.

(Hooper-Greenhill 2007: 1)

Das folgende Kapitel gibt einen Einblick in die diskutierten Herausforderungen und drängenden Fragestellungen des aktuell geführten museologischen Diskurses.

Herausforderungen für Museen und Ausstellungen

Weltweit entstehen neue architektonische Hüllen und Erweiterungsbauten für Museen: 2015 wurde der Erweiterungsbau für das Kunstmuseum Basel eingeweiht, für das Naturhistorische Museum Basel und das Staatsarchiv ist ein Neubau für das Jahr 2022/23 vorgesehen, die Fondation Beyeler projiziert eine Erweiterung für das bestehende Museum, die 2019 eingeweihte Plattform 10 in Lausanne vereint verschiedenste Museen unter einem Dach und in Berlin wurde das Berliner Schloss mit dem Humboldt Forum eröffnet (2020/2021), welches verschiedene Museen unter einem Dach vereint. Nebst diesen äußeren Transformationen zeigen sich aber auch in den Innenräumen der Institutionen stetige Weiterentwicklungen in Form von neuen Herangehensweisen oder Formaten: Das Naturhistorische Museum Basel öffnet mit *After Hour. Chillen im Museum* seine Türen einmal im Monat abends für das Publikum, das Naturhistorische Museum Bern bietet mit der *Bar der toten Tiere* das Pendant dazu in Bern an. Das Historische Museum Basel ermöglicht Kindergeburtstage im Museum oder spielerisch geführte Annäherungen an Inhalte wie das

Serious Game *Basel 1610* aus dem Jahr 2015, bei dem die Besucher/-innen virtuell in die Vergangenheit eintauchen können. Auch das Stadtmuseum Aarau nimmt sich dem Spielthema an und konzipierte die Ausstellung *PLAY* im Jahr 2018, eine Ausstellung, die in ihren Zugängen an ein Videogame erinnert. Andere Museen öffnen ihre Räumlichkeiten für Yogakurse, wie das Historische Museum Bern, wieder andere setzen auf neue Technologien und immersive Erlebnisse, wobei aufwendig produzierte mediale Erlebnisse mit Elementen aus Kino, Theater, Hörspiel und Trickfilm genutzt werden, wie im Rheinischen Landesmuseum Trier. Zahlreiche Museen digitalisieren zudem ihre Sammlungen und machen sie für das breite Publikum virtuell zugänglich oder bieten digitale Rundgänge und Führungen durch die Ausstellungen an wie das Kunstmuseum Basel, das Städel Museum oder das Rijksmuseum mit dem *Rijksstudio*. Die Vielfalt an neuen Formaten und Möglichkeiten des Zugangs zu den Inhalten in der Museumswelt ist groß und spiegelt sich auch in den zahlreichen Zusammenfassungen von Tagungen, Workshops, Seminaren oder Publikationen wider: Digitalisierungsstrategien für Museen, neue Ausstellungsformate – oder die Überarbeitung bestehender wie derjenigen der Dauerausstellung –, partizipations- und teilhabeorientierte Formen oder die Frage nach der Neugestaltung und Neukonzipierung der Museen werden dabei diskutiert.¹ (Abb. 1)

Grund für diese vielfältigen Herangehensweisen sind gesellschaftliche und finanzielle Veränderungen, die in der Museumswelt seit einigen Jahren viel besprochen werden und mit der Digitalisierung noch zugenommen haben. Was können Museen in Zukunft sein, welche Aufgaben haben sie in einer zunehmend flexiblen, globalisierten, digitalisierten und vernetzten Welt? Institutionen weltweit sehen sich mit diesen Fragen konfrontiert, die zugleich auch ihre Legitimation und Relevanz betreffen. Wo einige Stimmen mit dem »Museum der Zukunft« (Bechtler 2018) und mit »Museumszukünfte« eher positive Entwicklungen in Aussicht stellen, propagieren wieder andere das »Ende des Museums« (Grenier 2013), die »Müdigkeit der Museen« (Tyradellis 2014), die »Museumskrise« (Gerny 2017) oder eine »Identitätskrise« (Thiemeyer)². Der vielstimmige und dennoch divergierende Chor an Aufbruchs- und Todesstimmungen zur Institution Museum demonstriert einerseits die um sich greifende Unsicherheit nach Richtungen, Rollen und Funktionen sowie gleichzeitig eine gewisse Aufbruchsstimmung der Institutionen, die sich in

1 Vgl. auch die Tagungen *Wozu Museen? Eine Lagebesprechung unter Freunden* (Deutsches Hygienemuseum, Dresden, am 22./23.11.2012), *Zukunft ausstellen* (DASA Szenografie Kolloquium am 23./24.1.2019) und *Museumszukünfte* (Verband der Museen der Schweiz [2016]).

2 Vgl. <https://uni-tuebingen.de/fakultaeten/wirtschafts-und-sozialwissenschaftliche-fakultaet/faecher/fachbereich-sozialwissenschaften/empirische-kulturwissenschaft/institut/personen/professorinnen/thomas-thiemeyer/forschungsprojekte/szenographische-museumsausstellungen/> (Stand: 2.4.2021).

Abbildung 1



experimentellen Herangehensweisen abbilden, und zeichnet somit ein Bild einer sich hinterfragenden Institution. Gleichzeitig wird die Forderung nach der Rolle und Relevanz der Institutionen für und in der Gesellschaft diskutiert (z.B. Gesser, Gorgus, Jannelli 2020).

Obwohl sich die Konjunktur eines ›Neuen Museums‹ seit einigen Jahren quasi als Grundtenor in museologischen Diskursen etabliert hat, ist diese ›Beschwörung der notwendigen Wiederauferstehung eines gesellschaftlich relevanten Museums‹ (Sternfeld 2018: 13) keineswegs ein neues Phänomen und zeigt sich in der Geschichte des Museums immer wieder von Neuem – von der Öffnung von Sammlungen zu Orten einer diskursiven Öffentlichkeit (ca. 1789) mit der Französischen Revolution und dem Anspruch an einen Zugang zum Kunstgenuss für alle, Alfred Lichtwarks Bestrebungen, das *Museum als Volksbildungsstätten* (1904) zu etablieren (zu Beginn des 20. Jahrhunderts) und es – so Nora Sternfeld (2018: 14) – als die ›Geburt des Museums aus der Demokratie‹ zu verstehen, bis zu den Diskussionen und Forderungen nach Partizipation und Teilhabe ab Mitte des 20. Jahrhunderts in immer wiederkehrenden Diskursen und neuen Konzepten, die bis heute neu interpretiert und weiterentwickelt werden und somit weiterhin zur Diskussion stehen. Diese Debatten manifestieren sich in der Forderung eines Museums als sozialem Innovator und Motor für sozialen Wandel (z.B. Sandell 1998). Hierfür ist die Einbindung des Publikums unabdingbar und deren Ausgestaltungen werden entsprechend zur Diskussion gestellt.

Zwischen dem heutigen und dem historisch geführten Diskurs um die gesellschaftliche Einbindung in Museen ist allerdings eine klare Unterscheidung auszumachen. Dieser liegt im starken Fokus auf die Ökonomisierung, denn die Institutionen stehen heute in ständigem Wettbewerb um monetäre Zuwendungen. Dieser andauernde Konkurrenz- und Quotendruck unter den Museen führt dazu, dass ein Großteil der modernen Museumsarbeit heute darin besteht, Gelder zu akquirieren, was den Alltag der Institutionen stark beeinflusst. Der monetäre Druck führt in der Folge dazu, dass sich die Institutionen auf die Besucher/-innen fokussieren, um den finanziellen Druck abzuschwächen. Dies bedeutet, dass eine Vielzahl neuer Formate, Formen und Angebote erschaffen werden, um u.a. neue Zielgruppen zu erreichen und so die Publikumszahlen zu steigern.³ Auch hier sehen sich Museen mit neuen Herausforderungen konfrontiert: erweiterte Bedürfnisse sowie eine veränderte Kulturrezeption der Besucher/-innen, ein internationaleres, breiteres und anspruchsvolleres Publikum, das nebst dem Ort zur Bildung auch einen Beitrag zur Freizeitgestaltung, zur Unterhaltung und zu Erlebnissen fordert. Der Anspruch an Museen, Räume des sozialen und kulturellen Lebens sowie Orte der Orientierung zu sein und die Zukunft aus einem Verständnis des Vergangenen heraus mitzugestalten, führt in der Folge dazu, dass die Institutionen bestrebt sind, zu Plattformen zu werden, zu Orten, an denen man sich aufhalten will, etwas erleben möchte. All diese Maßnahmen bewirken allerdings, dass der Status sowie die Funktion der Institutionen unklar werden (Baur 2013: 15).

Die Debatte zeigt, dass sich Museen im Aufbruch befinden – oder es tun sollten. Die meisten wollen es sein, wissen jedoch nicht genau wie und in welche Richtung. Wolfgang Muchitsch, Präsident des Museumsbundes Österreich, führt die drängendsten Fragen in Form eines Grußwortes zur Publikation *Museum und Gegenwart* auf: »Wie können wir das Museum zu einem öffentlichen, kritischen Ort für alle machen, zu Labor, Werkstatt, Verhandlungsort, Experimentierfeld, Plattform?« (Gander 2015: 9)

Unter dem enormen ökonomischen Druck, unter dem die Institutionen leiden, sind diese Fragen zwingend und richtungsweisend. Daniel Tyradellis führt in seiner Publikation *Müde Museen* an, dass die Institutionen »müde« seien – müde, dass sie unter stärkerem ökonomischen Druck und somit unter erschwerten Bedingungen arbeiten müssen, müde von Konkurrenzdruck, müde, einer Anzahl unterschiedlicher Ansprüche gerecht zu werden. Aber er spricht auch davon, dass die Besucher/-innen müde sind. Man werde erschlagen, so Tyradellis, von »sich gegenseitig Konkurrenz machenden Installationen« (Tyradellis 2014: 10) oder Interaktionen und Großprojektionen. Nach der Feststellung, dass sich eigentlich nur ein kleines Drittel der Bürger/-innen die Institutionen auch von innen ansehen,

3 Hinzu kommt erschwerend, dass die finanziellen Zuwendungen des Bundes u.a. auf der Zählung von Besucher/-inneneintritten beruhen.

fragt er danach, ob es die Museen noch braucht und falls ja, in welcher Form (Tyradellis 2014: 10). Nicht zuletzt stellt er die Frage danach, ob denn Ausstellungen nicht die unerhörtesten institutionalisierten Freiräume in der Gesellschaft seien. Seine Feststellung endet mit der Aussage: »Die Museen der Zukunft werden nur dann ihre – bisweilen aufgeregte – Müdigkeit hinter sich lassen, wenn sie bereit sind, ihre Selbstverständnisse im Hinblick auf das, was sie als kulturelle Institution sind, zu befragen und sich strukturell zu verändern.« (Tyradellis 2014: 25) Diese strukturellen Veränderungen fasst Peter Weibel in seinen Überlegungen wie folgt zusammen:

Wenn wir im Museum weiter so verfahren wie ein Fernsehsender, dass wir dem Zuschauer Werke in einer bestimmten Reihenfolge und zu einer bestimmten Zeit zeigen, also kuratieren wie ein Programmleiter und programmieren wie ein Kurator, und der Betrachter nicht die Möglichkeit hat, selbst ein Programm zusammenzustellen, dann wird das Museum obsolet. [...] Also glaube ich, bleibt dem Museum gar nichts anderes übrig, als auf das neue Verhalten, das sich Betrachter und Benutzer [...] erworben haben, einzugehen. (2007: 5)

Bereits Charlie Gere thematisiert diese Anpassungen an verändertes Besucher/-innenverhalten in seinem Aufsatz *Museums, Contact Zones and the Internet* (1997): »The internet is a radical development in information storage and communication. It has already had immense social and cultural consequences and seems likely to go on doing so.« (Gere 1997: 59-60) Auch Nina Simon referenziert auf veränderte Nutzer/-innenoptionen durch die Möglichkeit, im Internet aktiv teilzunehmen, wenn sie von sich wandelnden Rezeptionsverhalten und dem Anspruch an vermehrte Partizipation im Museum spricht (Simon 2012: 69).

Für die Institutionen stellen sich aufgrund all dieser Herausforderungen Fragen nach neuen Formen des Ausstellens und des Vermittelns, danach, wie Sammlungen und Sammeln an und für sich im Zeitalter der Digitalisierung funktionieren können, wie mit dem Format der Dauerausstellung in einer sich rasch verändernden Zeit umzugehen ist und wie die Besucher/-innen in die Ausstellungen einbezogen werden können. Dies zieht sicherlich strukturelle Veränderung nach sich, was die bereits etablierte Haltung der alleinigen Deutungshoheit der Institutionen angreift. Für diese scheint es aufgrund einer enormen Fülle an unterschiedlichen Herangehensweisen und Mitteln schwierig, daraus eine für sie zutreffende Auswahl vorzunehmen. Die Vielfalt an Handlungsmöglichkeiten für die Institutionen, gerade in Bezug auf ihre Ausstellungen, zeigt sich auch in der aktuellen Literatur und zieht sich durch die unterschiedlichen Fachrichtungen: So sind viele unterschiedliche Ansätze in der Vermittlung, der Ausstellungskonzeption und der Museumspädagogik zu verzeichnen. Museen wird eine bedeutende Rolle als »gigantischer Spiegel [zugeschrieben], der es dem Menschen ermöglicht, sich endlich

von allen Seiten zu betrachten« (Georges Bataille zit.n. Tyradellis 2014: 26), oder als »Pulszähler der Gesellschaft« (Jasper Visser)⁴ gehandelt.

Die aktuellen Herausforderungen und Umbrüche in der Gesellschaft erfordern gerade zum jetzigen Zeitpunkt aber wieder eine Adaption, um sich weiterhin als für die Gesellschaft relevante Orte hervorzutun. Mehr denn je stehen demnach das Rollenverständnis und die Funktion der Institutionen zur Disposition. Eine kritische Selbstreflexion wird verlangt. Ein Paradigmenwechsel, wie von Fehr skizziert, zeichnet sich ab und wird wohl die nächsten Jahre die Museumswelt wesentlich mitbestimmen (Fehr 2003: 40).

4 Jasper Visser führt dies im Rahmen seiner Präsentation an der DASA in Dortmund im Jahr 2016 an.

Vorgehen

Das folgende Kapitel stellt den Forschungsgegenstand mit Fokus auf die gesellschaftliche Einbindung sowie die Methoden, die für die Untersuchung angewendet werden, vor. Im Weiteren werden die drei Grundbegriffe gesellschaftlicher Einbindung definiert, die als Grundlage zur Analyse des theoretisch-konzeptionellen Kapitels sowie derjenigen der drei Fallstudien dienen.

Wege zur gesellschaftlichen Einbindung

In der Geschichte des Museums lassen sich unterschiedliche Versuche festmachen, das Museum als Ort für die Gesellschaft zu etablieren und ihm damit eine konkrete gesellschaftliche Funktion zuzuweisen. Obwohl die Französische Revolution sicherlich eines der größten und entscheidendsten Ereignisse zur Vergesellschaftlichung der Institutionen darstellt, sind vor allem in den letzten beiden Jahrhunderten viele weitere Bestrebungen hierzu unternommen worden. So wurde bereits im Zuge der Museumsreformbewegung im ausgehenden 19. Jahrhundert und zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine Debatte um die gesellschaftliche Funktion der Institution Museum geführt. Dabei zeigen sich verschiedene Reformdiskurse in unterschiedlichen Museumssparten, ausgehend von den Natur- und Kunstmuseen. Gefordert wird bereits hier eine umfassende Veränderung der Museumskonzepte. Es wird der Versuch unternommen, die Museen als Orte der Volksbildung zu etablieren, zu demokratisieren und sie besucherfreundlicher zu gestalten. Der Hintergrund zu dieser Forderung liegt in der dringend notwendigen Anpassung der Museen an die Anforderungen einer Industriegesellschaft und an ein Massenpublikum, welches eine Ausweitung des vorgängig traditionellen bildungsbürgerlichen Publikums bedeutet. Ziel war es, ein zunehmend »urbanes« Massenpublikum anzusprechen (Joachimides 2001: 252). Es folgen aber auch Umwälzungen und Brüche in Folge der Modernisierung, die verschiedenste Reformbewegungen nach sich ziehen – Schulreformbewegung, Volksbildungsbewegung, Kunsterziehungsbewegungen etc. (Walz 2014: 52). All diese Entwicklungen führten zu unterschiedlichen Versuchen und Konzepten eines »partizipativen Museums«. Als ein erster Vertre-

ter solcher Ansätze gilt Alfred Lichtwark, der auch als Vater der Museumspädagogik bekannt ist, insbesondere dialogische Ansätze mit Schüler/-innen forderte und entsprechende Versuche unternommen hat (Lichtwark et al. 1897). 1925 setzte sich auch Otto Neurath mit Dialog und Beteiligung der Museumsbesucher/-innen auseinander, um das Verständnis seiner Rolle als Gelehrter und Wissenschaftler zu modifizieren und zu hinterfragen.

Wesentliche Weiterentwicklungen für das Museumswesen entstanden ab den 1960er-Jahren, wobei soziale Bewegungen und die Reformpädagogik, die eine Aktivierung der Menschen, ein Mitdenken und eine internationale Kulturpolitik der Teilhabe verlangten, zentral wurden. 1970 folgte eine Bildungsreform, in der die Idee eines Museums als Lernort und im Sinne einer in Deutschland erstarkenden »Kultur für alle« im Rahmen einer neuen Kulturpolitik leicht zugänglicher Angebote und pädagogischer Reformprogramme gefordert wurden. Ein neuartiges Verständnis demokratischer Bildungsmöglichkeiten hatte hier die Forderung einer Didaktik zur Folge, die es auch Menschen ohne Vorwissen ermöglichen sollte, an den Bildungseinrichtungen teilzunehmen. Dabei entstanden Programme für »neue Bildungsschichten« in der Museums- und Ausstellungspolitik. Ende der 1980er-Jahre manifestierte sich der Umschwung in der Museumslandschaft im museologischen Diskurs mit Peter Vergos Sammelband *The New Museology*.¹ Dabei wurde u.a. der Anspruch an eine zunehmend »gesellschaftliche Verpflichtung« (McDonald 2009: 50) laut. Dieser sich so manifestierende Perspektivenwechsel zeigte sich auch in vielen anderen kultur- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen und brachte unweigerlich Fragen nach der Repräsentation und einer Identitätspolitik mit sich. Die daraus resultierende Repräsentationskritik löste eine große und bis heute andauernde Diskussion aus, die sich in den jüngsten Jahren in Publikationen zur Machtverschiebung in den Institutionen äußert.² In Fortführung der Diskurse um die gesellschaftliche Einbindung seit den 1970er-Jahren sind entsprechende Reflexionen vor allem in den Niederlanden, Skandinavien und im angloamerikanischen Raum zu beobachten.

So setzen sich die in den 1990er-Jahren entstandenen englischsprachigen Publikationen von Richard Sandell wie *Museums as agents of social inclusion, Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral change* oder *Including Museums: Perspectives on Museums, Galleries and Social Inclusion* bereits mit Fragen und entsprechenden Untersuchungen gesellschaftlicher Einbindung auseinander. In seiner Auseinandersetzung mit dem Gegenstand definierte Sandell auch drei wesentliche Pfeiler

1 Das, was man oftmals als »kritische Museumswissenschaft« bezeichnet, basiert auf den Entwicklungen, welche als »Neue Museologie« beschrieben werden, so Sharon McDonald (2009: 49).

2 *Macht. Wissen. Teilhabe im 21. Jahrhundert* von 2015 im transcript Verlag erschienen, ist eine der Publikationen, die sich mit diesem Thema befassen.

der Forderung nach gesellschaftlicher Einbindung.³ ›Repräsentation‹, ›Partizipation‹ und ›Zugänglichkeit‹ werden dabei als Schlüssel gesellschaftlicher Einbindung verstanden. Diese drei Begriffe wurden in der Folge im museologischen Diskurs immer wieder neu verhandelt, diskutiert und definiert und sind deshalb wesentlicher Teil sowohl in der Theorie als auch in der Praxis von Ausstellungen (Meijer-van Mensch 2014: 86). Mit Nina Simons Publikation *The Participatory Museum* aus dem Jahr 2010 wurde die Diskussion um die gesellschaftliche Einbindung im Museums-wesen neu befeuert. Die Aktualität dieser Forderung zeigt sich bis heute in vielen museologischen Diskussionen und manifestiert sich in Schlüsselbegriffen wie ›Partizipation‹, ›Teilhabe‹ oder ›Mitsprache‹ in Ausstellungen. Nicht nur die Vielfalt an Begriffen zum gesellschaftlichen Einbezug, sondern auch die Möglichkeiten, Methoden und Mittel in den Ausstellungen sind dabei reichhaltig. Im Dschungel der unendlich scheinenden Begrifflichkeiten, Auslegungen und der zunehmenden Digitalisierung sowie der damit einhergehenden Möglichkeiten an gesellschaftlicher Einbindung scheint zurzeit eine gewisse Unsicherheit gerade in Bezug auf Anforderungen an Ausstellungen spürbar. In der deutschsprachigen Museumslandschaft und im Diskurs besteht dagegen ein starker Mangel an entsprechender Theoretisierung oder Konzepten. Als Ausnahme kann hier etwa Nora Sternfeld genannt werden, die den entsprechenden Diskurs in Österreich maßgeblich beeinflusst und mit Publikationen zum ›repräsentativen Museum‹ einen wichtigen Beitrag für den deutschsprachigen Diskurs leistet.

Der in jüngster Zeit geführte kulturpolitische Diskurs rund um die »kulturelle Teilhabe« (Thiel 2019: 165 ff.) verhandelt Fragen einerseits nach der Funktion der Museen in und für die Gesellschaft sowie andererseits um das Potenzial dieser Teilhabe. Aus all diesen verschiedenen Diskursen und Bemühungen, das Museum in einen Ort für und mit dem Publikum zu überführen, sind diverse Museumskonzepte hervorgegangen, die im nachstehenden Kapitel im Einzelnen vorgestellt werden. Gleichzeitig demonstrieren sie – gerade auch unter dem Einbezug der Entwicklungen –, dass sie versuchen, das Museum immer wieder neu zu denken und die Institutionen zu einem gesellschaftlichen Ort der Begegnungen werden zu lassen. Dies zeigt sich auch in den unzähligen Versuchen für diverse Formate von Ausstellungen: *Happy Museum Project*, *Museomix*, *Multaka*, *#letsmuseum*, *Tweetup* sind alles Titel von Projekten, die zum Ziel haben, das Publikum in die Ausstellungen einzubinden.

Die vorliegende Arbeit fokussiert sich auf den sich in den 1970er-Jahren abzeichnenden Paradigmenwechsel – nach einer bereits seit mehreren Jahrhunderten und bis heute andauernden Debatte – auf das Thema der gesellschaftlichen Einbindung als Grundlage für das heutige Museums-wesen. Dabei wird als Orientierung und Einstieg in die Diskurse ein ›Zeitschnitt‹ gewählt. Dieser manifestiert

3 Richard Sandell definiert diese in seinem Aufsatz *Museums as agents of social inclusion* von 1993.

sich im Begriff der ›Neuen Museologie‹ als sich in drei Wellen darstellend und somit der Fluidität der Entwicklung der Forderungen nach gesellschaftlicher Einbindung Rechnung tragend. Gleichzeitig zeigt sich in diesem Begriff – und auch in Abgrenzung zur ›Alten Museologie‹ – der Anspruch an aktive und involvierte Besucher/-innen. Der Arbeit liegen folgende Fragestellungen aufgrund dieses Fokus zugrunde: Welche Anforderungen sind für Ausstellungen seit der Einführung der ›Neuen Museologie‹ wichtig, wo stehen wir und in welche Richtung entwickeln sie sich weiter? Dabei verfolge ich mit der Arbeit folgende Thesen:

- 1 Der Paradigmenwechsel hin zur gesellschaftlichen Einbindung bildet die Grundlage des heutigen Museumswesens. Aussagen zu einer Standortbestimmung von Ausstellungen sowie zu deren Weiterentwicklung lassen sich deshalb erst in der Untersuchung der Forderung nach gesellschaftlicher Einbindung generieren. Diese wurde bereits in den 1960er- und 1970er-Jahren diskutiert, hat sich mit der Einführung der ›Neuen Museologie‹ Ende der 1980er-Jahre manifestiert und besitzt bis heute Gültigkeit.
- 2 Der museologische Diskurs zum Thema findet auf zwei Ebenen statt: einerseits einer theoretisch-konzeptionellen in der museologischen Literatur sowie andererseits auf einer sehr praxisorientierten Ebene. Diese zeigt sich vor allem in Form von Tagungsbeiträgen, Publikationen zu Tagungsbeiträgen sowie Vorträgen und natürlich in Praxisbeispielen. Um die Frage nach den Anforderungen an Ausstellungen seit Einführung der ›Neuen Museologie‹ zu erfassen, muss die Forderung nach gesellschaftlicher Einbindung deshalb sowohl auf einer theoretisch-konzeptionellen Ebene (den Museumskonzepten) als auch durch eine Untersuchung in der Praxis stattfinden (drei Fallstudien, Ausstellungsbeispiele sowie praxisorientierter Diskurs). Dadurch lassen sich die wichtigsten Aussagen zu Anforderungen an Ausstellungen herauskristallisieren. Indem diese beiden Perspektiven zusammengeführt werden, kann gleichzeitig der oftmals bemängelten Verschränkung von Theorie und Praxis für das Museum entgegengewirkt werden (Gfrereis/Thiemeyer/Tschofen 2015: 9).
- 3 Die nicht trennscharfe Verwendung der Begrifflichkeiten wie ›Museumskonzept‹, ›Ausstellung‹, ›kuratorisches Konzept‹, ›Vermittlungskonzept‹ etc. verlangt danach, den Diskurs genau zu analysieren und die Begriffe voneinander zu trennen.

Herausforderung Begrifflichkeiten

Bei der Recherche und Eingrenzung des Gegenstands für die vorliegende Arbeit haben sich einige Herausforderungen in Bezug auf Begrifflichkeiten ergeben, die u.a. auch in der Einleitung gut ersichtlich sind. Diese möchte ich im Folgenden skizzieren:

- 1 In der vorliegenden Arbeit findet eine Auseinandersetzung mit dem museologischen Diskurs statt. Dieser zeichnet sich auf zwei Ebenen ab: einer theoretisch-konzeptionellen Auseinandersetzung in der Literatur sowie einem stark praxisorientierten museologischen Diskurs, welcher an Tagungen, in Vorträgen und zum Teil auch in Form von Publikationen zu Tagungen stattfindet und viele Praxisbeispiele beinhaltet. Die auf beiden Ebenen verwendeten Begriffe sind dabei vielfältig und werden teilweise unscharf eingesetzt.
- 2 In der Recherchephase zeigte sich, dass der Diskurs an Tagungen, in Interviews und Tagungsbeiträgen in Form von Publikationen sehr praxisorientiert ist. Dabei konnte festgestellt werden, dass auch hier eine starke Diskrepanz und nicht trennscharfe Verwendung von Begrifflichkeiten vorherrscht. Oftmals wird nicht klar ersichtlich, um welchen Gegenstand es sich nun genau handelt, zumal der Diskurs mit vielen Ausstellungsbeispielen untermalt wird. Auch in der museologischen Literatur zum Thema ist entweder die Rede von ›Museumskonzepten‹,⁴ von ›Vermittlungskonzepten‹ oder ›kuratorischen Konzepten‹.⁵ Geht es um die Ausstellungen, so wird umschreibend von ›Vermittlung von Inhalten‹, ›kuratorischer Praxis‹, der ›Gestaltung szenischer Räume‹ oder ›museologischen Konzepten‹ gesprochen. Der Diskurs demonstriert somit, dass die Begrifflichkeiten auch hier kaum trennscharf und bewusst eingrenzend verwendet werden (können). Anke te Heesen führt als einzige in ihrer

-
- 4 Dabei kursieren viele Ideen zu Museumskonzepten, die bereits in den 1980er-Jahren entstanden sind und die Funktion der Institutionen in der Gesellschaft behandeln: So existiert beispielsweise die Idee des Museums als »soziale Institution«, wie Carol Duncan und Alan Wallach in ihrem Essay *The Universal Survey Museum* von 1980 aufführen, des Museums als »exhibitionary complex« wie Tony Bennett die Institution bezeichnet, des Museums als »Forum«, wie von Duncan Cameron in seinem Essay *The Museum – A Temple or the Forum* von 1971 genannt, und schließlich diejenige von James Clifford in seinem Beitrag *Museums as Contact Zones* von 1997. In den letzten Jahren entstanden zudem weitere Fassungen und Vorstellungen davon, was ein Museum sein kann und sollte. Ausstellungen sind hierbei immer Teile der Museumskonzepte und nehmen deren Ansprüche in einer für das Publikum sichtbaren Form auf.
 - 5 Dies zeigt sich beispielsweise in der Benennung von Konzepten, welche nicht klar dem ›Museumskonzept‹ oder ›Ausstellungskonzept‹ zugeordnet werden können, wie beispielsweise ›Das partizipative Museum‹ oder ›Museum 2.0‹. Einerseits geht es dabei stark um übergeordnete Ideen, andererseits um konkrete Ausformulierungen in der Ausstellung.

Publikation *Theorien des Museums* (2012) eine klare Trennung der Begriffe auf, die sie historisch herleitet. So führt auch sie die Beobachtung an, dass die Begriffe heute nur zu schnell miteinander verwoben würden. Die unscharfe Verwendung beschreibt sie demnach wie folgt: »Denn im Alltag sprechen wir mal vom Museum, mal von der Ausstellung, dann wieder von der Sammlung [...].« Weiter führt sie an: »Umgekehrt sind die Gegenstandsbereiche von Museum, Ausstellung, Sammlung, Kustode und Kurator noch nie so austauschbar benutzt worden wie heute.« (te Heesen 2012: 19) Sie zeigt auch, dass eine Vermischung der beiden Begrifflichkeiten ›Museum‹ und ›Ausstellung‹ ein Phänomen jüngeren Datums darstellt.

- 3 Die gleiche Unschärfe bei der Verwendung von Begriffen zeigt sich auf den beiden Ebenen (theoretisch-konzeptionelle und praxisorientierte) bei den Ansprüchen an Ausstellungen. Man spricht von ›Authentizität‹, ›Identifikation‹, ›Alltagsbezug‹, ›Gegenwartsbezug‹, ›Relevanz‹ etc. Zum Teil scheinen die Begriffe allerdings dasselbe zu meinen oder können zusammenfassend betrachtet werden. Dies gilt es in der vorliegenden Arbeit ebenfalls nicht zu vernachlässigen.
- 4 Die als ›Museumskonzepte‹ gekennzeichneten Konzepte ab den 1970er-Jahren wie beispielsweise ›Museum as Agora‹, ›Museums as Contact Zones‹, ›Dispersed Museum‹, ›Das postrepräsentative Museum‹ etc. werden oftmals als formunabhängige Ideen von Institutionen beschrieben und formulieren einerseits Ansprüche an die Institutionen, aber auch an den Umgang mit Ausstellungen. Die Konzepte, welche ab den 2010er-Jahren entstanden, wie ›Das partizipative Museum‹ oder ›Museum 2.0‹, ›Museum 3.0‹ oder ›Museum 4.0‹ werden im Diskurs nicht mehr eindeutig als ›Museumskonzepte‹ gekennzeichnet und beziehen sich oftmals direkt auf die Ausstellungen, respektive werden anhand von Ausstellungsumsetzungen besprochen. In Letzteren sind Ansprüche an die Institutionen und solche an die Ausstellungen schwieriger voneinander zu trennen. Hier findet oftmals eine hehre Vermischung von abstrakten Forderungen sowie konkret eingesetzten Mitteln und Medien in Ausstellungen statt. Klare Ansprüche entweder an die Institutionen durch eine Beschreibung der Museumskonzepte oder aber solche an die Ausstellungen sind schwer auseinanderzuhalten. Dies ist sowohl im museologischen Diskurs in der Literatur als auch im praxisorientierten Diskurs zu beobachten.
- 5 Im gesamten museologischen Diskurs zeigt sich zudem, dass u. a. folgende Begriffe verwendet werden: ›Museumskonzepte‹ oder zuweilen auch ›Museumsmodelle‹ genannt, welche formunabhängige Ideen zum Funktionieren der Institutionen darstellen (z. B. Zielsetzungen der Institution, wer definiert welche Inhalte, Zielpublikum), ›kuratorische Konzepte‹ oder auch ›Vermittlungskonzepte‹, welche noch immer formunabhängige Ansprüche an die Ausstellungen aufzeigen, sowie die ›Ausstellungskonzepte‹, ›Szenografien‹ oder ›Gestaltung

- szenischer Räume«, die die gestalterische Umsetzung der Ausstellungen meinen.
- 6 Das Schlusskapitel geht der Frage nach der Zukunft der Ausstellungen nach. Allerdings hat sich hier wiederum die Herausforderung einer unscharfen Begriffsverwendung und der Vermischung der beiden Begriffe ›Museum‹ und ›Ausstellung‹ gezeigt. So habe ich mit einer Recherche zu ›future exhibition‹, ›exhibition of the future‹, ›Zukunft Ausstellen‹, ›die Zukunft des Ausstellens‹ etc. begonnen, um Anhaltspunkte zu finden. Hier zeigte sich sehr deutlich, dass unter diesen Schlagworten kaum Resultate zu finden sind. Unter den Stichworten ›Museum of the future‹, ›Museumszukunft‹, ›Zukunft Museum‹ allerdings wurde ich fündig. Deshalb musste ich hier die Frage nach der Zukunft des Ausstellens anders stellen. So musste ich eher danach fragen, wie die Ausstellung im Museum der Zukunft aussehen könnte. Gleichzeitig tauchten bei der Recherche zum ›Museum der Zukunft‹ Bezeichnungen für neue Formen von Ausstellungen auf wie ›Gamification‹ oder ›immersive Ausstellungen‹. Diese sehr spezifischen Bezeichnungen für Ausstellungen scheinen eher jüngeren Datums zu sein und der ursprünglichen und von te Heesen geforderten Trennung der Gegenstände ›Museum‹ und ›Ausstellung‹ wieder näherzukommen.
 - 7 Viele Unterlagen zum praxisorientierten Diskurs finden sich in Form von Zeitungsartikeln und Ausstellungsbesprechungen im Internet. Dasselbe gilt allerdings auch für die Museumskonzepte ab dem Konzept ›Museum 3.0‹. Eine breit gefächerte gedruckte Literaturlage zeigt sich bei diesen Konzepten deshalb nicht.
 - 8 Obwohl in der Arbeit formuliert wird, dass die Ansprüche an Ausstellungen seit den 1980er-Jahren mit der Etablierung der ›Neuen Museologie‹ untersucht werden, zeigt sich, dass diese Eingrenzung und Abgrenzung nicht in allen Bereichen möglich ist. So enthalten bereits Museumskonzepte aus den 1960er- und 1970er-Jahren Forderungen an gesellschaftliche Einbindung. Aus diesem Grund führe ich auch Konzepte aus den 1970er-Jahren auf, wie etwa Paulgerd Jesbergs ›Subjektbezogenes Informationsmuseum‹ aus dem Jahr 1970 oder das ›Ecomusée‹ von 1971.

Der Umgang mit Begrifflichkeiten in der Arbeit

Wie bereits aufgeführt, zeigt sich in der Recherche und den Unterlagen für die vorliegende Arbeit grundsätzlich eine nicht trennscharfe Verwendung von Begrifflichkeiten. So werden beispielsweise ›Ausstellung‹ und ›Museumskonzept‹ teilweise synonym verwendet oder konkrete Ausführungen in Ausstellungen unter ›Museumskonzept‹ verortet. Für meine Arbeit bin ich allerdings auf die Begrifflichkeiten der Autor/-innen angewiesen und versuche deshalb die beiden Begriffe wie folgt

auseinanderzuhalten und einzusetzen, um Aussagen zu Anforderungen an Ausstellungen in Bezug auf die gesellschaftliche Einbindung zu erhalten: ›Museumskonzept‹ und ›Ausstellung‹.

Unter ›Museumskonzept‹ verstehe ich dabei eine übergeordnete Idee einer Institution, welche deren Ziele, Zielpublikum, die Inhalte sowie den Umgang mit und die Ansprüche an Ausstellungen definiert. Indem ich also die aufgeführten Museumskonzepte einerseits in Bezug auf Ansprüche an Ausstellungen sowie andererseits anhand der drei Aspekte der Repräsentation, Partizipation und Zugänglichkeit analysiere, sollen die wesentlichsten Anforderungen an Ausstellungen herauskristallisiert werden.

Unter dem Begriff der ›Ausstellung‹ verstehe ich dagegen den für das Publikum sichtbaren Teil des Museumskonzepts. Die Ausstellung ist somit als dasjenige Medium anzusehen, mit welchem die Institutionen ihre Ideen und Konzepte einer Öffentlichkeit präsentieren. Die Ausstellung beinhaltet einerseits das noch abstrakt gehaltene ›Ausstellungskonzept‹, welches in der Literatur als ›kuratorisches Konzept‹ oder zuweilen als ›Vermittlungskonzept‹ bezeichnet wird, sowie deren sichtbare Umsetzung mit unterschiedlichen Mitteln, die im Diskurs auch als ›Szenografie‹ bezeichnet wird. Den Begriff ›Ausstellung‹ verwende ich vorwiegend im Analyseteil der Arbeit. Nach einer möglichst eingehenden Beschreibung der Ausstellungen werden deren Merkmale wiederum anhand der drei Aspekte der Repräsentation, Partizipation und Zugänglichkeit analysiert. Durch das Aufführen und die Analyse dieser beiden Begriffe in der Arbeit erhoffe ich mir zugleich eine Verschränkung theoretisch-konzeptioneller (Museumskonzepte) sowie praxisorientierter (Ausstellungen) Perspektiven, welche auch von Bernhard Tschofen gefordert wurden.

Gesellschaftliche Einbindung untersuchen

Obwohl die dargestellten Ergebnisse auf eine schrittweise Vorgehensweise schließen lassen, erweist sich das eigentliche Vorgehen als mehrstufig und nichtlinear. So wurden Recherchen zum Diskurs und zu wissenschaftlichen Texten, der Besuch von Tagungen und Vorträgen sowie Ausstellungsbesuche parallel vorgenommen. Es handelt sich demnach um einen offenen Prozess, wie ihn auch Anja Piontek (2017: 35) in ihrer Dissertation beschreibt und der damit der Forschungsmethodologie der ›Grounded Theory‹ von Glaser und Strauss von 1967 entspricht. Ziel ist es hierbei, empirisches Material zu sammeln und zu recherchieren, um daraus eine mögliche Theorie abzuleiten, was somit einen induktiven Prozess darstellt. Zudem verfolgt die Arbeit zwei Analyseschritte, die sich aus folgenden Gründen ergeben: erstens, weil der museologische Diskurs auf zwei Ebenen stattfindet (theoretisch-konzeptionell und praxisorientiert), zweitens, weil die Begrifflichkeit

ten keine scharfe Trennung erfahren. Insbesondere betrifft dies die beiden Begriffe ›Museumskonzept‹ und ›Ausstellung‹. Diese gilt es deshalb zuerst aufzuteilen. Das Vorgehen soll im Folgenden skizziert werden:

In einem ersten Teil der Arbeit werden die Entwicklung und Entstehung des Anspruchs an die gesellschaftliche Einbindung im Museumswesen diskutiert. Hierbei werden u.a. Museumskonzepte aufgeführt, die die Forderungen nach gesellschaftlicher Einbindung aufnehmen.⁶ Die unklare Trennung zwischen Forderungen und Ansprüchen der Konzepte für die gesamte Institution sowie für deren Ausstellungen erfordert hier eine erste Analyse. Dabei werden die Museumskonzepte hinsichtlich ihrer Ansprüche an Ausstellungen untersucht. Die so herauskristallisierten Merkmale der Konzepte werden schließlich den drei Schlüsselbegriffen ›Repräsentation‹, ›Partizipation‹ und ›Zugänglichkeit‹ zugeordnet. Dieser erste Analyseschritt erlaubt eine klarere und im Diskurs fehlende Trennung von ›Museumskonzept‹ und ›Ausstellung‹ sowie die Möglichkeit, eine Entwicklung der Anforderungen an Ausstellungen seit der Einführung der ›Neuen Museologie‹ aufzeigen zu können. Er ist dabei eine wichtige Grundlage, um schließlich im dritten Teil der Arbeit die Anforderungen an gesellschaftliche Einbindung aus den Museumskonzepten mit den Analyseresultaten aus den Fallstudien zu vergleichen und zu diskutieren.

Um den Ausstellungsraum möglichst ganzheitlich zu erfassen, wird **in einem zweiten Teil** der Arbeit eine qualitative Feldanalyse mithilfe unterschiedlicher Mittel vorgenommen. In erster Linie wird mithilfe eines Beobachtungsprotokolls das Erfahrene sowie Wahrgenommene verbalisiert und durch ›Mental Mappings‹ unterstützend visualisiert. Um sich dem vielschichtigen Ausstellungsraum in verbalisierter Form strukturierter anzunähern, orientiert sich das so entstehende Beobachtungsprotokoll an Friedrich Waidachers Vorgehen zur Erfassung des Ausstellungsraums und -erlebnisses. Die Eigenschaften der Ausstellungen sollen so besser erkannt werden, um auf diese Weise dem Anspruch Waidachers (2000: 31) an eine Kritik, die auf persönlicher Wahrnehmung fußt, gerecht zu werden. Auf diese Weise wird hier ein qualitativer, aber strukturierter Zugang zu den Räumlichkeiten gewählt. Dabei folgt das Beobachtungs- und Wahrnehmungsprotokoll folgenden von ihm als Grundlage definierter Kategorien: vor der Ausstellung, Ausstellungseingang, Übersichtlichkeit, Ausstellungsräumlichkeiten, Aneignung der Kommunikationsmedien und die Gesamtwirkung der Kommunikation zwischen Planern und Publikum. Als Hilfsmittel werden zusätzlich Fotografien und Skizzen genutzt, um die wesentlichsten Merkmale festzuhalten. Ziel dieser ersten Analyse und Annäherung an den Gegenstand ist es, eine beschreibende und objektivierte Übersicht zu schaffen, um die Eigenschaften, die persönlichen Reaktionen

6 Hierbei werden sowohl als Museumskonzepte betitelte Strategien als auch Konzepte, welche sich eher Ausstellungskonzepten zuordnen lassen, aufgeführt.

und Eindrücke wiederzugeben und so die wichtigsten Elemente und Eigenschaften der Ausstellungen wahrzunehmen und zu erfassen. Für diese erste Analysestufe wird die Besucher/-innenperspektive gewählt, um auf diese Weise einen normativen Blick aus Rezeptionssicht zu gewährleisten. Die Analyse der Ausstellungen aus Besucher/-innenperspektive soll eine subjektive Sicht auf das Vorhandene unterstützen respektive eine subjektivierete Herangehensweise ermöglichen. Obwohl sich argumentieren ließe, dass bei der Betrachtung von Ausstellungen durchaus eine Vielstimmigkeit eingebracht werden könnte, die beispielsweise durch einen kuratorischen Blick, einen gestalterischen Blick oder eben denjenigen der Besucher/-innen geschieht, wird bei diesem Vorgehen darauf verzichtet. Grund dafür ist das Ziel, die implizite Wahrnehmung von ›normalen‹ Besucher/-innen zu erfassen, diese aber nicht explizit zu reflektieren. Die auf diese Weise qualitativ gewonnenen Erfahrungen haben so etwas Laborhaftes und Experimentelles an sich und zielen darauf ab, eine Orientierungshilfe für Ausstellungen zu erstellen. Begründet wird diese Vorgehensweise mit der Kritik Waidachers an aktuellen Ausstellungskritiken und -analysen, die sich meistens entweder mit dem Inhalt befassen oder sich der Objekte annehmen:

Tatsächlich wird die Leserschaft zwar immer wieder über Picassos Blaue Periode, die formalen Gesetze Etruskischer Ornamentik oder die Reproduktionsgewohnheiten flügelloser Fliegen belehrt; aber kaum je erhält sie Informationen über das Ausstellungskonzept, seine Umsetzung, das Design, die Beleuchtung, die Texte – all dies, wie man erwarten sollte, gemessen an den Absichten und Zielen der Ausstellung und an den gegebenen Möglichkeiten. Kaum je ist eine Ausstellungsbesprechung eine ›positive kritische Evaluation statt einer Gratulation‹. (McManus, zit.n. Waidacher 2000: 22)

Dabei plädiert Waidacher für Folgendes:

Gute Ausstellungsbesprechungen versuchen jene Eigenschaften einer Ausstellung zu erkennen, zu definieren und zu analysieren, die persönliche Reaktionen und Eindrücke hervorrufen; und sie bemühen sich, wichtige Elemente wahrzunehmen und sie zur ganzen Ausstellung in Beziehung zu setzen. Das bedeutet, daß Kritik auf unmittelbarer Wahrnehmung fußen muß – auf der persönlichen Erfahrung des Kritikers von und in der Ausstellung – und nicht auf Informationen, die durch die Ausstellungsplaner gegeben wurden. Nach dem Besuch einer Ausstellung kann ein Kritiker hingegen über die Absichten der Planer und darüber, wie gut die Ausstellung diesen entspricht, nachdenken. Aber jede gute Kritik hat ihre Grundlage in der direkten Erfahrung. (McLean, zit.n. Waidacher 2000: 30f.)

In einem dritten Teil der Arbeit werden nach dem Beobachtungsprotokoll schließlich drei Tiefenbohrungen des Beobachteten und Wahrgenommenen vorgenommen. Hierbei finden zwei Vergleiche statt, die die drei Tiefenbohrungen hinsicht-

lich der Begriffe ›Repräsentation‹, ›Partizipation‹ und ›Zugänglichkeit‹ vornehmen: So werden in einem ersten Vergleich die drei untersuchten Ausstellungen in Bezug auf diese Begriffe miteinander verglichen (Sandell 1998: 410). Dabei werden Korrelationen, aber auch Unterschiede festgehalten und diskutiert. In einem zweiten Vergleich werden die korrelierenden Merkmale diskutiert sowie den Museumskonzepten aus dem Diskurs gegenübergestellt. Auf diese Weise findet ein induktiver Prozess statt, bei dem versucht wird, von auftretenden Phänomenen auf allgemeine Erkenntnisse zu schließen. Dabei besteht der bereits erwähnte Anspruch, die Korrelation zwischen praxisorientiertem Theoriediskurs und der Praxis zu diskutieren und darzustellen. Um schließlich eine Übersetzung in die Praxis zu gewährleisten, muss zum Schluss eine Interpretationsleistung stattfinden. Dabei werden die gesammelten, analysierten und einander gegenübergestellten Anforderungen an Ausstellungen betrachtet und die als wesentlich erscheinenden in ein Netzdiagramm übertragen.

Auswahl der Fallstudien

Für die Untersuchung der Fragestellungen wurden drei Ausstellungen nach spezifischen Kriterien ausgewählt: Einerseits sollte es sich jeweils um ganz aktuelle Ausstellungen handeln. Im Fall der hier untersuchten Beispiele umschließt der Zeitraum Ausstellungen, die zwischen 2016 und 2017 eröffnet wurden, also mit Beginn der Forschungsarbeit. Ein weiteres Kriterium war, dass es sich dabei um eine Sammlungsausstellung der jeweiligen Institution handeln sollte. Als Synonym zur Sammlungsausstellung kann auch der Begriff der ›Dauerausstellung‹ verwendet werden, die traditionellerweise einen Teil der Sammlung der Institutionen präsentiert. Der Grund für diesen Fokus war u. a. der Anspruch, die untersuchten Ausstellungen während der Forschungsarbeit mehrmals besuchen zu können. Bei einer Wechelausstellung hätte eine Laufzeit von nur drei bis sechs Monaten bestanden.⁷ Zudem lassen sich bei einer Dauerausstellung die Leitideen der Institution besser ablesen. Wechelausstellungen dagegen werden oftmals als Experimentierfelder genutzt und zeigen die Haltungen der Institution weniger prägnant auf. Die Wahl

7 Wichtig zu erwähnen sind in den letzten Jahren die Bestrebungen, das Format der Dauerausstellung neu zu definieren. So beläuft sich beispielsweise die Dauer der Ausstellungen, die vormals eine Laufzeit von 20 Jahren und mehr hatte, zurzeit auf fünf bis zehn Jahre. Andere Neuerungen sind der Anspruch an eine gewisse Flexibilität der Ausstellungsflächen oder die Möglichkeit laufender inhaltlicher Veränderungen. Bettina Habsburg-Lothringer hat hierzu eine Publikation unter dem Titel *Dauerausstellungen. Schlaglichter auf ein Format* (2012) verfasst, die die Thematik und Herausforderungen für das bis anhin als relativ statisch bekannte Format erfasst.

dieser so ausgesuchten Fallstudien fiel schließlich auf *Archäologie Schweiz* im Landesmuseum Zürich, die *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation in Bern, welche unter dem Motto *It's all about me. And I'm not alone.* steht und die Ausstellung GROSS des Museum der Kulturen Basel.⁸ Dass sich die drei Ausstellungen allesamt in Schweizer Museen befinden, hat damit zu tun, dass ich mich bei der Auswahl in erster Linie an der Aktualität der Ausstellungen orientiert habe und nicht an deren Standort. Zudem lässt sich argumentieren, dass die gewählten Ausstellungen in Zusammenarbeit mit internationalen Teams entstanden und auf diese Weise Verständnisse und Sichtweisen nicht nur landesspezifisch sind.

8 Das Museum für Kommunikation in Bern hat mit der Ausstellung *Kernaussstellung* den Museumspreis des Europarates (2019) erhalten. Die Begründung liefert Nino Gogvadze: Beim Museum für Kommunikation handele es sich um ein »interaktives und alle Sinne ansprechendes, beteiligungsorientiertes, zugängliches, offenes und demokratisches Museum«. Siehe auch <https://www.derbund.ch/kultur/diverses/europaeische-ehren-fuer-museum-fuer-kommunikation/story/30391613>.

Begriffe

Der Fokus auf drei Begriffe – die drei Pfeiler gesellschaftlicher Einbindung

Um nun die Frage nach den Anforderungen an Ausstellungen anzugehen und die drei Tiefenbohrungen auf der theoretisch-konzeptionellen Ebene vorzunehmen sowie die Merkmale aus den Fallstudien herauszuarbeiten, sollen die relevanten Begriffe der gesellschaftlichen Einbindung im Folgenden definiert und dargestellt werden. Bei den drei Grundbegriffen, durch die sich die gesellschaftliche Einbindung definieren lässt, handelt es sich um folgende: ›Repräsentation‹, ›Partizipation‹ und ›Zugänglichkeit‹. Erwähnt werden diese von unterschiedlichen Vertreter/-innen im museologischen Diskurs: Carmen Mörsch führt sie in Zusammenhang mit aktuellen Vermittlungsformen in Museen auf und Léontine Meijer-van Mensch und Peter van Mensch sehen darin die Pfeiler für gesellschaftliche Einbindung. Sara Stocker Steinke fügt hier an: »Mit dem Anspruch der kulturellen Teilhabe werden Museen unweigerlich mit den Forderungen nach Zugänglichkeit, Partizipation und Inklusion konfrontiert.« (ICOM – International Council of Museums Schweiz, Deutschland, Österreich 2016: 31)

Richard Sandell, der sich mit dem Thema der »Social Inclusion« und »Social Exclusion« in Museen bereits in den 1990er-Jahren befasste, definiert die drei Aspekte in einem Artikel aus jener Zeit zum Thema *Museums as Agents of Social Inclusion* wie folgt:

Representation – the extent to which an individual's cultural heritage is represented within the mainstream cultural arena; Participation – the opportunities an individual has to participate in the process of cultural production; and Access – the opportunities to enjoy and appreciate cultural services (which can incorporate both (i) and (ii) above). (Sandell 1998: 410)

Die drei Aspekte, die als Indikatoren für die Intensität des gesellschaftlichen Einbezugs gesehen werden können, beinhalten zudem unterschiedliche Formen: So kann es sich beispielsweise jeweils um räumliche, performative oder soziale Ausprägungen handeln. Für die vorliegende Untersuchung sollen die drei Aspekte al-

lerdings nicht weiter aufgeteilt werden. Jedoch ist es ratsam, diese im Hinterkopf zu behalten, um ggf. Tendenzen festzuhalten. Dabei zeigt sich, dass vor allem der Begriff der Repräsentation sehr gut und breit untersucht wurde. Die Bandbreite der Beschäftigung damit reicht deshalb von einer sehr klassischen Idee der Repräsentation im Museum bis hin zu Fragen, welche sich vorwiegend ab den 1960er-Jahren u.a. für den Museumsbereich abzeichneten und eine Kritik dieses »tradieren« Repräsentationsbegriffs darstellen. Der Begriff der Repräsentation zeigt sich dabei sehr vielschichtig. Im Gegensatz dazu ist die Zugänglichkeit weniger deutlich dokumentiert. Dieser Begriff taucht insbesondere im Zusammenhang mit Diskussionen zur Involvierung von Menschen mit einer Beeinträchtigung auf. Mit dem Begriff der Partizipation haben sich dagegen vorwiegend in den letzten Jahren unterschiedliche Vertreter/-innen beschäftigt. Hier gilt es, aus der Fülle an diversen Modellen die entsprechenden für die vorliegende Arbeit auszuwählen. Vor allem seit Nina Simons *The participatory museum* aus dem Jahr 2010 ist dieser Begriff aus der Museumsliteratur nicht mehr wegzudenken.

Der Begriff der Repräsentation

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurde die vormalige Idee, dass Museen Identitäten produzieren, kritisch hinterfragt. Einher ging diese Veränderung mit dem Anspruch an eine zunehmend »gesellschaftliche Verpflichtung« (McDonald 2009: 50), die mit der dritten Welle der »Neuen Museologie« laut wurde und sich in vielen kultur- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen manifestierte. Aus Fragen nach Repräsentation und Identität resultierte die Repräsentationskritik und löste eine große und bis heute andauernde Diskussion aus, die sich in den jüngsten Jahren in Publikationen zur Machtverschiebung in den Institutionen äußert. So begannen mit der Kritik der Repräsentation der allgemeine Wahrheitsanspruch und die Allgemeingültigkeit des in Museen Gezeigten zu bröckeln und die scheinbare Neutralität und Objektivität der Institutionen wurden auf einmal infrage gestellt.¹ Es zeigte sich, dass sich die Präsentationen in den Ausstellungen zumeist durch westlich geprägte, patriarchale und nationale »Gesten des Zeigens« (Sternfeld 2016: 190) auszeichneten. Natürlich wurde das Museum mit seinem Anspruch an Wahrhaftigkeit durch diese kritische Hinterfragung in seinen Grundfesten erschüttert.²

-
- 1 Durch Texte, Objekte, visuelle Darstellungen und Repräsentationen konstruieren die Institutionen soziale Überzeugungen, so Mörsch/Sachs/Siebers 2012; vgl. auch Sternfeld 2016: 190.
 - 2 Heute wird über Machtverhältnisse oder eine Verschiebung der Machtverhältnisse diskutiert. Einzelne Publikationen wie *Macht. Wissen. Teilhabe. Sammlungsinstitutionen im 21. Jahrhundert* thematisierten diese Fragen und Herausforderungen für die Institutionen. Eine »Krise der Repräsentation«, wie auch Joachim Baur in seinem Aufsatz unter dem Titel *Repräsentation* (2015) erwähnt, macht sich entsprechend heute bemerkbar.

Joachim Baur zeigt in seinem Aufsatz zur Repräsentation die unterschiedlichen Verständnisse des Begriffs auf: So begreife Platon den Begriff als »defizitäre Imitation der Erscheinungen, die von der Wahrheit der Ideen wegführt« (Baur 2015: 89). Thomas von Aquin dagegen sieht die Repräsentation eher als »abbildhafte Vermittlung höherer Wirklichkeit im Zusammenhang mit der göttlichen Ordnung« (ebd.). Im Weiteren sieht Rudolf Goclenius die »repraesentatio« als einen Vorgang, »Abwesendes gegenwärtig zu machen« (ebd.: 90). Als eine »dreistellige Relation« (ebd.) wird wiederum die Repräsentation dagegen von Charles Sanders Peirce bezeichnet. Ernst Cassirer sieht in der Repräsentation »eine wesentliche Voraussetzung für den Aufbau des Bewusstseins selbst und Bedingungen seiner eigenen Formeinheit« (ebd.), wogegen Nelson Goodman anfügt, dass wir durch die Repräsentation eines Objekts kein Konstrukt abbilden, sondern es herstellen würden. Joachim Baur folgt schließlich den Definitionen des Begriffs der Repräsentation aus den Lexika. So kommt er zu dem Schluss, dass Repräsentation Folgendes bedeuten kann: »Vergegenwärtigung von Abwesendem«, »Darstellung einer Vorstellung«, »Vertretung«, »Stellvertretung«.

Kritik der Repräsentation – Stand der Diskussion³

In den 1960er-Jahren zeichnete sich eine konstruktivistische oder dekonstruktivistische Wende in den Geistes- und Kulturwissenschaften ab. Dabei wurden Fragen diskutiert, die die Erfassung der Wirklichkeit sowie erkenntnistheoretische Grundlagen der Wissenschaft zur Debatte stellten. Nach Beiträgen von Richard Rorty, der u.a. den Begriff des »linguistic turn« popularisierte, oder Jaques Derridas »il n'y a pas de hors-texte« rückten Fragen nach Aussagen mit Wahrheitsgehalt, der Produktion von Wissen und der Darstellung von Wissen (von wem wird was dargestellt) in den Vordergrund. Unter diesen Voraussetzungen erschien in Berkley 1983 schließlich eine interdisziplinäre Zeitschrift mit dem Titel *Representations*. Unterschiedliche, aber museumsnahe Disziplinen haben diesen Begriff aufgenommen, von wo aus, so Baur, dieser wahrscheinlich Einzug ins Museum gehalten hat. So machte Hayden White aus einer geschichtswissenschaftlichen Sichtweise die Repräsentation der Geschichte in *Metahistory. The Historical Imagination in Nineteenth Century Europe* von 1973 selbst zum Thema. Stephen Bann untersucht in seiner Studie *The Clothing of Cleo* von 1984 Formen der Repräsentation im musealen Kontext. Clifford Geertz wendet sich einer kulturanthropologischen Idee von Repräsentation zu. Sein Konzept, welches Kultur als Text versteht, richtet sich an die imma-

3 Die »Krise der Repräsentation« ist Teil einer umfassenderen Kritik in der Theorie. Diese spielt sich neben den Cultural Studies auch in der feministischen, postkolonialen und poststrukturalistischen politischen Theorie ab, so Mörsch/Sachs/Sieber (2016: 191) weiter.

nente Repräsentationsabhängigkeit der anthropologischen Forschung. James Clifford widmete sich in der Debatte um die Repräsentation schließlich schon bald dem Gegenstand des Museums. In seinem Beitrag *Poetics and Politics of Representation* von 1988 klinkte er sich so in das sich entwickelnde Forschungsfeld ein. Sein Aufsatz *Museums as Contact Zones* zählt heute zu den wichtigsten Texten in diesem Diskurs. Sharon McDonald dagegen sieht die Diskussion um die Repräsentation nicht nur im akademischen Kontext verortet. Vielmehr erwähnt sie dessen Beeinflussung durch parallel dazu laufende Ereignisse in Politik und Gesellschaft (vgl. Baur 2015: 92-94).

Der Begriff der Repräsentation im Museumskontext

Baur fasst zusammen, dass es sich beim Thema der »Krise der Repräsentation« um eine »Krise eines abbildtheoretischen Begriffs« (2015: 95) handelt. Damit geht das Aufgeben einer Vorstellung, dass das spiegelbildliche Reproduzieren sozialer Realität und kultureller Handlungen der Vergangenheit angehören, einher. Dieser Umstand ist zentral für die Institution Museum als »Repräsentationsagentur« (ebd.: 96).

Baur skizziert aus diesen Überlegungen vier Konsequenzen für das Museum, die die Entwicklung des Begriffs der Repräsentation mit sich bringe. Als Erstes geht es ihm darum, dass Repräsentation im Museum immer die Darstellung von Vorstellungen meint. Gleichzeitig zeigt sich gerade am Gegenstand einer Darstellung von Vergangenen immer auch eine »Präsentifikation, Vergegenwärtigung, gegenwärtige Konstruktion von Vergangenen« (ebd.: 96). Darin verdeutliche sich eine spezifische Position, von der aus Vergangenes angesehen wird. Im Weiteren betrachtet er den Begriff als eine soziale Praxis sowie als Produkt dieser Praxis im Museum. »Ein Verständnis von Repräsentation als soziale Praxis richtet das Augenmerk dabei in besonderem Masse auf die Konstruktionsleistungen und Aushandlungen spezifischer, also stets spezifisch positionierter Produzenten, in ihren Kontexten und unter spezifischen Bedingungen.« Eine dritte Konsequenz, die Baur hervorhebt, sei die »Darstellung als Stellvertretung und Stellvertretung durch Darstellung« (ebd.: 97). Das bedeutet, dass Objekte als Stellvertreter für Zeiten, Themenbereiche, Narrationen etc. stehen und somit immer als Stellvertreter von etwas Größerem gedacht sind. Mit dieser Darstellung werden, so Baur weiter, auch stets Positionen, Sichtweisen und Standpunkte gezeigt. Als vierte und letzte Konsequenz sieht Baur die Repräsentation jenseits musealer Präsentation. Im musealen Kontext bedeutet dies, dass nebst der Form der Präsentation, die sich im Museum in der Ausstellung zeigt, auch andere Bereiche des Museums in Bezug auf die Repräsentation wesentlich sind wie beispielsweise beim Sammeln oder bei Kooperationen mit »Communitys«.

Aus diesen Ausführungen zeigt sich deutlich, dass die Repräsentation ein zentraler Begriff für das Museum sowie die Museumsanalyse darstellt. Allerdings, so Baur, darf der Fokus auf diesen Begriff nicht die »blinden Flecken« und »alternative Blickwinkel« außer Acht lassen (ebd.: 99). So bezeichnete Tony Bennett bereits Jahre vorher diesen alleinigen Fokus auf die Repräsentation als »zentrale Schwäche einer poststrukturalistischen Kritik des Museums« (ebd.: 99). Eine solche Sichtweise führe dann eher zum Anspruch nach adäquater Repräsentation, die dann meistens mangelhaft ist. Die Analyse und Kritik der Repräsentation müsse – so Baur weiter – auch in der sozialen Praxis (der Repräsentationsarbeit) als »komplexe Verhandlungen« einen Niederschlag finden und somit auch hinter den Kulissen des Museums stattfinden (ebd.: 100).

Partizipation – Definitionen und Verständnisse des Begriffs im Museumskontext

Um den Diskurs zur Partizipation etwas weiter und vollständiger auszuführen, wird im Folgenden eine kurze Definition des Wortes aufgezeigt. So leitet sich der Begriff »Partizipation« vom lateinischen »participatio(-nis, f.)« ab. Zwei Pole mit unterschiedlichen Auffassungen von Partizipation sind dabei zu verzeichnen: der eine mit einem eher passiven Verständnis der Partizipation sowie der andere mit einem aktiven Partizipationsverständnis. Hierbei wird »Partizipation als kulturelle *Teil-Habe* im Sinne eines Zugehörigkeitsgefühls bzw. einer – zumindest formal – gegebenen Möglichkeit zum Besuch oder zur Inanspruchnahme kultureller Angebote« (Piontek 2017: 70) verstanden. Besucher/-innen treten hier eher als klassische Rezipient/-innen auf. Stöger, so Piontek, spricht dabei auch von »konsumierender Partizipation« (zit.n. ebd.: 70). Diese Auffassung von Partizipation, die sich bereits in »geistige[r] Auseinandersetzung« (Gesser et al. 2012: 33) als Teilhabe äußert und eine »rein emotionale oder kognitive« Anteilnahme eines Angebots sei, entspreche, so Piontek weiter, »unserer konstruktivistischen Auffassung von Lernen und Bildung«. Der zweite Pol versteht Partizipation im Sinne eines wirklichen Aktivwerdens. Die Besucher/-innen sind dabei als Akteur/-innen aufzufassen. Sie gestalten mit, können Einfluss nehmen und mitbestimmen. »Partizipation wird hier also verstanden als aktive Teilnahme im Sinne einer physischen Betätigung oder »tätlichen« Mitwirkung – dies schließt freilich auch kognitiv-emotionale Anteilnahme mit ein.« (Piontek 2017: 70) Zwischen diesen beiden Extremen bewegen sich die Auffassungen von Partizipation heute. Hans-Ulrich Obrist meint hierzu treffend: »Participation has been used a lot lately. What does this word mean today after it has been turned into a cliché so often?« (Zit.n. ebd.: 68) Diese Feststellung, sowie die Beobachtungen des Diskurses um die Einbindung der Besucher/-innen auf partizipative Weise zeigen die Komplexität des Gegenstands und des Begriffs

auf. In den letzten Jahren sind deshalb auch unterschiedliche Modelle entstanden, die den Begriff ausloten und verschiedene Verständnisse darstellen.⁴ Anja Piontek legt diese Modelle in ihrer Publikation recht umfassend dar. Einige davon sollen im Folgenden kurz aufgeführt werden.

Dabei stellt Piontek fest, dass es eine Vielzahl an Modellen gibt, die u. a. aus der Politikwissenschaft, der Sozialwissenschaft oder der Kunst, also nicht zwingend aus dem Kulturbereich, stammen. Ihre Darstellung der Modelle zeigt das ausge dehnte Verständnis dieses Begriffs deutlich auf. So führt sie einerseits Claudia Ehmayers ›Pfeildiagramm‹ auf, welches fünf Partizipationsintensitäten unterscheidet: Aktivieren, Einfluss nehmen, Mitbestimmen, Mitgestalten und Selbst gestalten. Brown et al. verweisen dagegen auf »ein sehr breites Partizipationsverständnis, das von rezipierender Teilhabe bis aktiver Teilnahme reicht, sofern der Umstand gegeben ist, dass die Situation ein/e Teilnehmer/-in emotional berührt und in einen Zustand ästhetischen Erlebens versetzt. Denn dieses ›Miterleben‹, diese ästhetische Erfahrung – sei sie nun durch Rezeption oder Aktion hervorgerufen – stellen für Brown et al. ein Kennzeichen dafür dar, dass ein ›Publikum‹ in Kunst und Kultur involviert sei, also an dieser ›partizipiere‹.« (Piontek 2017: 170) Brown et al. unterscheiden hierbei fünf unterschiedliche Partizipationsgrade: Spectating, Enhanced Engagement, Crowdsourcing, Co-Creation, Audience-as-Artists. Nina Simon wiederum führt vier »Archetypen partizipativer Angebotsformate« (Piontek 2017: 179) auf: Contribution, Collaboration, Co-Creation, Hosting. Sie stellt dabei auch fest, dass es sich in den meisten Fällen von Partizipation in Ausstellungen um den von ihr aufgestellten Aspekt der »Contribution« (Simon 2010: 190f.) handelt. Dabei geht es nicht um Mitgestaltung und Mitbestimmung im eigentlichen Sinne, sondern um die Möglichkeit, ein Feedback oder einen Kommentar zu hinterlassen. Beispielhaft dafür sind Besucher/-innenbücher, die eine solche Kommentarfunktion meistens am Ende einer Ausstellung erfüllen können.

Das breite Partizipationsverständnis, der unterschiedliche Umgang und die verschiedenen Auslegungen des Begriffs zeigen sich demnach auch in den aufgeführten Modellen. Diese werden im Folgenden nicht weiter ausgeführt, da sie den Rahmen der Arbeit sprengen würden.

Zugänglichkeit – die Diskussion um Zugänglichkeit im Museumskontext

Der Diskurs um den Anspruch an Zugänglichkeit wird im Museumskontext unterschiedlich thematisiert. Dabei wird von der Zugänglichkeit für unterschiedliche

4 Nina Simon: Stufenmodell; Cornelia Ehmay: Partizipationsintensitäten; Suzanna Milevska: Differenzierungskategorien; Anja Piontek: Partizipation im musealen Tagesgeschäft; Silke Feldhoff: Partizipation in der Kunst; Alain S. Brown: Spektrum an Involvierung.

Zielgruppen oder von Barrierefreiheit beispielsweise im Zusammenhang mit Menschen mit einer Behinderung gesprochen. Eingeführt wurde der Begriff der Barrierefreiheit im Jahr 1993, als die UN-Vollversammlung Standardregeln zur Chancengleichheit aufführte (Föhl et al. 2007: 28). In den USA wurde der Begriff schließlich durch denjenigen der ›Accessibility‹ ersetzt, der im Zusammenhang mit dem US-amerikanischen Behindertengesetz (Americans with Disabilities Act) eingeführt wurde. Im deutschen Sprachraum wurde dieser Begriff alsdann mit ›Zugänglichkeit‹ übersetzt. Leidner (2007: 28) führt in seinem Artikel zum Begriff an, dass diese Übersetzung zuweilen als unzureichend bezeichnet wird und »Accessibility« auch »Nutzbarkeit« einschlieÙe. Rein semantisch betrachtet sind die beiden Begriffe quasi gleichbedeutend: So liegt im Wort ›Accessibility‹ das Wort ›access‹, welches übersetzt ›Zugang‹ heißt. ›Zugänglichkeit‹ ist auf denselben Wortstamm zurückzuführen. Aufgrund möglicher Fehlinterpretationen legt das Behindertengleichstellungsgesetz aus dem Jahr 2002 bei der Definition von Barrierefreiheit zugleich den Fokus auf die Begriffe der Zugänglichkeit und Nutzbarkeit.

Der Diskurs zeigt aber deutlich, dass der Schwerpunkt im Museumskontext in erster Linie auf Personen mit Beeinträchtigung gelegt wird. Der ICOM – International Council of Museums formuliert hierzu Folgendes:

Museen stehen im Dienste der ganzen Gesellschaft. Museen sind aufgerufen, ihre Zugänglichkeit für Menschen mit Behinderungen zu verbessern und deren kulturelle Teilhabe zu fördern. Die Schaffung von barrierefreien Zugängen ist schließlich ein Gewinn für alle Besuchergruppen, ob mit oder ohne Behinderung.⁵

In der Publikation/dem Leitfaden zum Thema definiert er schließlich den Begriff wie folgt:

Barrierefreiheit ermöglicht den hindernisfreien Zugang zu allen Orten, Dienstleistungen, Produkten und Tätigkeiten. Sie erlaubt, ein selbstständiges, selbstbestimmtes Leben zu führen. Barrierefreiheit im Museum kann erreicht werden, wenn die Hindernisse, mit denen Menschen mit besonderen Voraussetzungen konfrontiert sind, vermindert oder beseitigt werden. Neben baulichen Barrieren betrifft dies auch den Umgang mit Sprache und die Angebote des Museums. Barrierefreiheit ist immer eine Annäherung an einen Idealzustand und bedingt Kompromisse. (Ebd.)

Unter dem Titel *Das inklusive Museum – ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion* veröffentlichte der Deutsche Museumsbund im Jahr 2013 einen Leitfaden zu ebendiesem Thema. Ganz im Gegensatz zu anderen dieses Gebiet behandelnden Leitfäden und Publikationen, werden hier Maßnahmen und Empfehlungen nicht nach Zielgruppen getrennt aufgeführt, sondern »berücksichtigt [er] den Ablauf eines Museumsbesuchs« (vgl. VMS 2016).

5 <http://www.museums.ch/standards/barrierefreiheit.html> (Stand: 22.08.2021).

Dieses Vorgehen scheint spannend zu sein, stellt sich doch die Frage, inwiefern der Begriff der ›Barrierefreiheit‹ oder ›Zugänglichkeit‹ tatsächlich ›nur‹ für Menschen mit einer Beeinträchtigung gilt. Grundsätzlich müssten hier ja alle mitgedacht werden: Menschen mit Migrationshintergrund, die aufgrund der Sprache beispielsweise einen anderen Zugang erhalten sollten, Kinder, die aufgrund ihrer Körpergröße Vitriolen in großen Höhen nicht betrachten können, Laien, die eine, wie im Leitfaden geforderte »Vereinfachung der Sprache« besser verstehen als Anleitungen mit kompliziertem und fachspezifischem Jargon. Im Weiteren zeigt sich, dass der Begriff der Zugänglichkeit ähnlich wie derjenige der Repräsentation unterschiedliche Merkmale aufweisen kann, die räumlicher, performativer oder sozialer Natur sein können.

Die Verwendung der Begriffe für die Analyse

Die Literaturlage zu den drei Begriffen zeichnet ein sehr unterschiedliches Bild. In Bezug auf die Analyse wird sich zeigen, inwiefern sie tatsächlich produktiv verwendet werden können. Vorgängig schätze ich vor allem die Zuteilung und Verwendung des Begriffs der Repräsentation, gerade aufgrund seiner Bandbreite und Vielschichtigkeit, als weniger klar abzugrenzen ein als die Partizipation und die Zugänglichkeit. So zeigt die Literaturlage, dass der Begriff der Repräsentation sehr vielschichtig und intensiv behandelt wird, die Partizipation sich durch eine Vielzahl an Modellen begreifen lässt, die Zugänglichkeit noch sehr stiefmütterlich eingesetzt wird und oftmals eine Eingrenzung auf nur eine bestimmte Publikumsgruppe (Menschen mit einer Beeinträchtigung) erfährt. Für die Analyse werde ich deshalb von den drei Definitionen nach Richard Sandell (siehe Kapitel »Der Fokus auf drei Begriffe – die drei Pfeiler gesellschaftlicher Einbindung«) ausgehen, der diese sehr pragmatisch und praxisorientiert betrachtet. Für die Analysen scheinen sich diese drei Definitionen auch aus folgenden Gründen am besten zu eignen: Die Definition von Partizipation nach Sandell erscheint sehr offen gewählt. Sie fokussiert nicht auf ein spezifisches Modell aus der Literatur, was eine noch relativ uneingeschränkte Betrachtung der Partizipationsmerkmale zulässt. Die Einschränkung auf ein Modell, um schließlich die passenden Begrifflichkeiten zu finden, soll erst nach der Analyse erfolgen, wogegen die Analyse selber noch sehr breit und möglichst unvoreingenommen geschehen soll. Sandells Definition der Zugänglichkeit ist im Weiteren ebenfalls relativ offen formuliert. Demzufolge wird sie mehr zulassen, als die Literatur dies zurzeit mit der starken Einschränkung auf eine Besucher/-innengruppe intendiert. Für die Analysen eröffnen sich so mehr Möglichkeiten an Merkmalen und Anforderungen zu diesem Begriff.

Im Gegensatz zu den beiden vorangehenden Begriffen erscheint derjenige der Repräsentation sehr vielschichtig und von unterschiedlichen Faktoren abhängig

zu sein. Aus diesem Grund wird der Begriff für die Analyse wahrscheinlich aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet werden müssen. Anders als bei der Partizipation und Zugänglichkeit wird hier die Herausforderung darin bestehen, dass immer nach dem WER, dem WIE oder dem WAS gefragt werden muss, um die relevanten Ansprüche und Merkmale zu erfassen. Inwieweit sich dieser Begriff deshalb tatsächlich eignet, wird sich erst nach den Analysen herausstellen. Trotz allem möchte ich den Begriff so beibehalten und nicht umbenennen oder sogar weiter unterteilen, da sich Sandells Definition stark an der Neuorientierung der Museen auf das Publikum ausrichtet. Deshalb erscheint der Begriff und seine Definition nach Sandell für das Vorhaben und die Suche nach Merkmalen gesellschaftlicher Einbindung ideal.

1. Teil:

Die Forderung nach sozialer Verantwortung und gesellschaftlicher Einbindung im Museumsraum

Neue Anforderungen

Wo vom Museum die Rede ist
– überall, wo vom Museum die Rede ist –,
ist zugleich von der Gesellschaft die Rede.
(Hamacher, zit. n. Tyradellis 2014: 9)

Das folgende Kapitel diskutiert die Anforderung an die gesellschaftliche Einbindung im Museumsbereich, zeigt die daraus resultierenden Entwicklungen für das Museums- und Ausstellungswesen sowie die spezifischen Forderungen der ›Neuen Museologie‹ auf. Dabei werden in einem weiteren Schritt Konzepte seit der Einführung der ›Neuen Museologie‹ diskutiert, die die Entwicklung der Anforderung an gesellschaftliche Einbindung seit den 1980er-Jahren bis heute (2019) aufzeigen.

Die Entwicklung des Anspruchs an gesellschaftliche Einbindung mit der ›Neuen Museologie‹

Mit der Etablierung und Einführung der ›Neuen Museologie‹ Ende der 1980er-Jahre fand eine wesentliche Veränderung für das Museumswesen statt. Dabei wurden vermehrt und vehement Transformationen des ›alten‹ Museumswesens gefordert. Sichtbar sind diese Vorstöße in Richtung einer offeneren und publikumsbezogeneren Institution bereits in Konzepten aus den 1950er-Jahren in den USA, mit den sogenannten ›Community-‹ oder ›Neighbourhood-Museen‹, den ›Ecomusées‹ aus den 1970er-Jahren in Frankreich oder den ›Museos Comunitarios‹ in Mittel- und Südamerika (Piontek 2017: 19). Dabei liegt diesen Konzepten der in der ›Neuen Museologie‹ geforderte Einbezug des Publikums und der Öffnung des Museumsraums in Form eines partizipativen Museumsgedankens zugrunde.

Dieser partizipative Gedanke, der durch die Einführung der ›Neuen Museologie‹ vermehrt im 20. Jahrhundert debattiert und bei dem mit diversen Konzepten und Ausstellungsformaten experimentiert wurde, ist auch im 21. Jahrhundert noch wesentlicher Bestandteil der museologischen Diskussionen. Intensiv wird hierbei über die Öffnung des Museums und den Einbezug der Bevölkerung über partizipative, teilhabeorientierte, interaktive oder teilnehmende Ausstellungsformate und

die Frage nach der Entwicklung beziehungsweise Weiterentwicklung des Ausstellungswesens diskutiert. Denn nebst monetären Herausforderungen, u.a. in Form eines zunehmenden Wettbewerbs zwischen den Institutionen zur Finanzierung der Einrichtungen, haben sich im Zuge der Herausbildung einer Informations- und Wissensgesellschaft, aber auch der Erosion des bildungsbürgerlichen Stammpublikums von Ausstellungen sowie eines demografischen Wandels die Ansprüche an Museen zusehends verändert. Wo in der Vergangenheit der Kulturgenuß im Vordergrund stand, sind es heute kulturelle Erfahrungen, die mit der Möglichkeit der Interaktion und des Kreativwerdens zusammenhängen (vgl. Leadbeater 2009). Daraus entstehen bestimmte Erwartungshaltungen vonseiten der Besucher/-innen. Diese Erwartungen verändern sich, so Birgit Mandel, zusehends. Mandel erklärt dies u.a. mit der zunehmenden Digitalisierung. Sie argumentiert, dass die Besucher/-innen von Ausstellungen deshalb zunehmend partizipative und dialogische Formate einfordern, was für die Institutionen eine Zunahme an Besucher/-innenorientierung erfordert. Das World Wide Web habe auch unsere Beziehung zu Wissen und kulturellem Erbe verändert, so Graham Black in seinem Buch *Transforming Museums in the Twenty-first Century* (vgl. Jank 2016). Wissensgenerierung sei dabei unter einem kooperativen Ansatz zu betrachten. Die Institutionen sind aus diesen Gründen angehalten, auf die neuen Bedürfnisse zu reagieren, ansprechende Erlebnisse zu gestalten und offene und neue Inhalte zu generieren. Für die Museen und ihre Ausstellungen stellt sich hierbei die Frage, welche Formen und Mittel sie dafür wählen, um auch weiterhin Relevanz für ihre Besucher/-innen zu besitzen. Weibel formuliert diesen Umstand wie folgt: »Es bleibt dem Museum gar nichts anderes übrig, als auf das neue Verhalten, das sich Betrachter und Benutzer erworben haben, einzugehen.« (2007: 5)

In der Geschichte des Museums stellen Fragen nach der Einbindung der Gesellschaft keineswegs ein neues Phänomen dar. Die Tendenzen dazu zeigen sich bereits seit dem frühen Museumsgedanken. Schon vom Übergang des mittelalterlichen ›studiolo‹ oder auch ›solitarium‹ zur ›galleria‹ sind Ansätze dazu vorhanden. Hier sollte beispielsweise ein ›geselliger Gesprächsort‹ entstehen, weg von der solitären Studierkammer, und die ausgestellten Objekte sollten als Anlass zum Austausch und zur Kommunikation dienen. Mit der Französischen Revolution von 1789 wurde ein weiteres Moment zum gesellschaftlichen Einbezug geschaffen, weshalb diese auch gemeinhin als wichtigstes Ereignis zur »Vergesellschaftung des Museums« (Piontek 2017: 96) bekannt ist. Die Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert markiert eine weitere Wegmarke: Einerseits entstanden hier viele Museumsgründungen auf Initiative des Bürgertums, was ihnen eine aktive und mitbestimmende Rolle zuschreibt, andererseits führten die Volksbildungsbewegung und die Reformpädagogik zu einer Öffnung der Institutionen und der Miteinbeziehung »möglichst breiter Kreise« (ebd.: 97). In diesem Zusammenhang zitiert Anja Piontek Cornelia Foerster wie folgt:

Gegen Ende des Jahrhunderts entstand ein neuer Museumstyp, den wir heute nicht ohne weiteres mit der üblichen Vorstellung von »museal« in Verbindung bringen. Gemeint sind die Sozialmuseen, die sich sehr konkret gesellschaftlichen Fragen der Gegenwart widmeten. Sie bewahrten nicht in erster Linie das kulturelle Erbe der Vergangenheit, sondern versuchten, für aktuelle Probleme praktikable Lösungen zu propagieren. (2017: 97)

Der in den 1960er-Jahren eingeführte reflexive Museumsbegriff und die darauffolgende zunehmende Bedeutung des »kulturellen Feldes Museum« (ARGE schnittpunkt 2013: 19) in den 1970er-Jahren führten zu einer Vielzahl unterschiedlicher, u. a. von Künstler/-innen initiierten Museums- und Ausstellungskonzepten, die die Möglichkeiten für neue Ausstellungsformen ausloteten.¹ Die zunehmende Bedeutung des Museumsfeldes förderte u. a. neue Faktoren, die aus Sicht der Museumswissenschaften zu eben dieser Vielfalt beitrugen: Die Bedeutung der Objekte wurde kontextabhängig, ökonomierelevante Fragen kamen auf, die Erforschung des Publikums und neue Techniken des Betrachters wurden diskutiert (vgl. Crary 1996). Das Museum als elitärer Sammlungsort geriet in der Folge in den Fokus der Debatten und die bis anhin geltenden paternalistischen Bildungs- und Kanonisierungsprozesse der Institutionen wurden kritisch hinterfragt. Daraus resultierten die kritische Museologie und die Institutionskritik, die die Institutionen selbst in den Fokus der Auseinandersetzungen rückten. Dabei wurden die »Objektivität« und die »Neutralität« der Museen und Ausstellungen thematisiert und ihre politischen und ökonomischen Verstrickungen offengelegt (vgl. Sternfeld 2006). Diese Veränderungen sind als Teil einer breiten Entwicklung in den kulturwissenschaftlichen Disziplinen der 1970er-Jahre zu betrachten, die sich grundlegende Fragen zur Repräsentation stellten. Die damit einhergehenden Prozesse leiteten den »reflexive turn« ein. Dieser führte dazu, dass sich Museen »nicht mehr als objektiv außerhalb der Zeit stehend verstanden, sondern als Teil eines kulturellen Systems der Produktion von Sichtbarkeit, Wissen und Identität« (ARGE schnittpunkt 2013: 20). Die sozialdemokratische Kulturpolitik, die Wandlung des politischen Verständnisses von Demokratie und von Bildung führten zu einem neuartigen Verständnis demokratischer Bildungsmöglichkeiten. Daraus ergab sich die Forderung nach einer Didaktik, die es auch Menschen ohne Vorwissen ermöglichte, an den Bildungseinrichtungen teilzunehmen. Auf diese Weise entstanden Programme für »neue Bildungsschichten« in der Museums- und Ausstellungspolitik.²

1 Beispielsweise das Schubladenmuseum (Hubert Distel 1970–1977), das Museum der Obsessionen von Szeemann (1981), das Musée Sentimentale (Spoerri 1977) oder das Ironische Museum von Stephen Bann.

2 Der Band *Das Museum der Zukunft* von 1970 lotet soziale Utopien aus. Die hier aufgeführten Beiträge zeigen, inwiefern die politischen Geschehnisse nach 1968 in den Diskussionen

Entwicklungen im Museums- und Ausstellungswesen

Die Veränderungen in der Museumswelt führten zu einer Auseinandersetzung, die schließlich in einem neuen Begriff gipfelte: Ende der 1970er-Jahre wurde dieser mit der ›Neuen Museologie‹ eingeführt, die das Verständnis der ›Old Museology‹ ablöste. Unter dem Stichwort der ›Neuen Museologie‹ fand eine grundlegende Neuorientierung in den museologischen Diskussionen statt. Wo vorher eher Sammlungsstrategien, Organisationsstrukturen und die Frage nach einer guten Ausstellung im Vordergrund standen, gerieten hier die Institutionen selber in den Fokus. So heizte die ›Neue Museologie‹ den Diskurs um die soziale und politische Rolle der Institutionen an. Im Gegensatz zu den vormaligen klassischen Strategien und Modellen einer auf Sammlung spezialisierten Institution wurde nun beabsichtigt, neue Formen aufzunehmen und die Beziehungen zwischen Museum und dem Publikum oder den Communities neu zu definieren. Diese Veränderung sollte zu einer breiteren Repräsentation einzelner Gruppen sowie einer zunehmenden Aktivität des Publikums als Besucher/-innen führen und Museen also eine aktivere Rolle in der Bekämpfung sozialer Diskriminierung und sozialer Ungleichheit spielen. Dies hatte eine zusehends besucherorientierte Museumsarbeit zur Folge, wodurch das ›elitäre‹ Verständnis der Museumstempel aufzubrechen begann (vgl. Call/Gray 2013). Peter Vergo forderte mit dieser Umdeutung »a radical re-examination of the role of the museums within society« (1989: 3).

Die politischen, sozialen und museumstheoretischen Veränderungen positionierten sich schließlich gegen ein Verständnis der Besucher/-innen als unkritische Konsument/-innen (vgl. Sommer 2013: 18). Vermehrt waren nun Alltagsobjekte im Museumsraum zu finden. Es ging dabei weniger um die Aura der einzelnen Sammlungsobjekte als um eine das Objekt umfassende Dechiffrierung von Kultur und Geschichte. Die Museumspädagogik erfuhr einen wesentlichen Aufschwung. Eine in dieser Zeit herausgegebene Zeitschrift mit dem Titel *Lernort contra Museumstempel* von 1976 empfahl eine narrativ-explikative Vermittlung. Textliche Zusatzinformationen zu den Objekten sollten helfen, kulturelle Disparitäten zu überwinden. Diese Maßnahmen sollten auch dazu beitragen, ein weniger gebildetes Publikum zu interessieren. Axel Demirovic argumentiert, dass dies »die neue Kulturpolitik« sei, das Projekt einer kulturellen Demokratie und »demokratischen Kultur« und der Versuch, die soziale Distinktion schwinden zu lassen. Die Ansätze zu einem neuen Umgang mit dem Publikum zeigen sich in der Sammlungspolitik³, den Repräsen-

wiederzufinden sind. Vorherrschend ist die Idee des barrierefreien Zugangs zum vormaligen Tempel (vgl. auch te Heesen 2012: 151-152).

- 3 Sammlungsstrategisch zeigten sich neue Ansätze: Dabei wurden Objekte beispielsweise neutraler gezeigt und Neuhängungen wie in der Tate Britain wurden vollzogen (Fayet 2015: 78).

tationstechniken⁴ und der Herausbildung neuer Museumstypen wie beispielsweise der Frauenmuseen.

Einzelne Vertreter/-innen konstruierten in der Folge Ideen von neuartig funktionierenden Institutionen: Paulgerd Jesberg formulierte so beispielsweise die Idee eines »Informationsmuseums«, also eines Museums, welches sich immer wieder veränderte und somit der modernen Gesellschaft und deren Ansprüchen an Mobilität und Flexibilität anpassen würde. Die Sammlungen sollten Produkte des Heute anschaffen und sich an der Konsumgesellschaft ausrichten. Jesberg stellte sich das Museum als Schatzkammer, Magazin, Laboratorium, Informationsort, Bühne und Schule vor. Museen und Ausstellungen wurden in der Folge als Orte des Aufstands gegen die sekundäre Welt gesehen (Korff 2002: 39). Die Rolle der Museen wurde auch in Museumskonzepten neu verhandelt: So hebt sich die Idee der »Museums as Contact Zones« von James Clifford durch die Bildung eines sozialen Raums, eines Aufeinandertreffens und eines so ermöglichten Diskurses im Museumsraum hervor. »When museums are seen as contact zones, their organizing structure as a collection becomes an ongoing historical, political, moral relationship – a power-charged set of exchanges, of push and pull.« (1999: 192f.)

Ende der 1970er-Jahre zeigt sich schließlich ein stark entwickeltes und reichhaltiges Bild des Ausstellungswesens. Die Folge davon war eine Art Dauerkontroverse, die sich in den 1980er-Jahren fortsetzte. Der darauffolgende Museumsboom brachte schließlich neue und wesentliche Veränderungen für das Museumswesen.⁵ Ziel war es auch hier, die Idee der Inklusion des Publikums fortzuführen und dabei mit unzähligen Aktionen der Kulturinstitutionen möglichst viele Menschen einzuschließen und zu erreichen. In der Folge wurde mit einer Vielzahl an Herangehensweisen experimentiert und somit an die von Giedion formulierte Hoffnung auf Experimente im Museumsraum angeknüpft: Viele der neu gegründeten jüdischen Museen in Deutschland und Österreich beispielsweise setzen auf neue Erzähl- und Darstellungsstrategien, da zahlreiche Objekte im Zweiten Weltkrieg vernichtet wurden. Auf diese Weise kamen neue Medien, wie zum Beispiel die Hologrammtechnik, zum Einsatz, welche die bestehenden Leerstellen gestalterisch ersetzten (z.B. das Jüdische Museum in Wien). Andere Inszenierungspraktiken, vor allem für Großausstellungen, stammten aus dem Theater. Auf einen zusehends globaleren Kontext reagierten Einrichtungen wie das Centre Pompidou mit Ausstellungen beispielsweise zu Städtevergleichen (*Paris–Moskau* [1979]). Die 1980er-

4 Gegenpositionen wurden laut, neutraleres Zeigen wurde gefordert, gesellschaftliche Randgruppen sollten einbezogen, persönliche Geschichten erzählt und Alltagsobjekte in der Ausstellung präsentiert werden. Das Museum wurde als Lernort im Gegensatz zum elitären Museumstempel betrachtet.

5 Grundsätzlich standen hier kulturhistorische Ausstellungen und Museen am Anfang einer steilen Karriere.

Jahre waren schließlich gezeichnet von neuen Formaten, Museumstypen, einem weltweiten Museumsboom und damit verbundenen spektakulären Neubauten wie beispielsweise dem Guggenheim-Museum in Bilbao, aber auch einer allgemeinen Verunsicherung und Irritation. Dabei ging ein diffuses Verständnis der Institutionen mit der zunehmenden Ausstellungstätigkeit einher. Erweiterte Kooperationen mit den Wissenschaften und ein gesteigerter Erwartungsdruck vonseiten der Besucher/-innen führten zu einer Zunahme an Formaten: Events, Shows und Spektakel wurden auf diese Weise zusehends Teil der Museumsarbeit. Die Ausstellungen der 1980er-Jahre hatten gemeinsam, dass sie bewusst Merkwelten aufbauten. Deren Bauelemente waren die Originale. Relikte aus der Vergangenheit, die unterschiedliche Funktionen, Ränge etc. hatten, wurden neu kombiniert, in Beziehungen gesetzt und räumlich arrangiert. Diese Ausstellungen entsprachen dem aktuellen Kenntnis- und Deutungsstand (also immer von der Gegenwart ausgehend) und wurden oftmals von renommierten Künstler/-innen oder Architekt/-innen verhandelt. Als Folge des weltweiten Museumsbooms zeigten sich steigende Zahlen an Biennalen und Ausstellungen im Museumsbereich (Ziaja 2013: 25). Ein Professionalisierungs- und Theoretisierungsschub erfolgte, ausstellungshistorische Forschung wurde virulent, thematische Ausstellungen nahmen zu. Beispiele hierfür sind im Centre Pompidou⁶ oder im Stedelijk Museum zu finden. Mitte der 1990er-Jahre führten dann neue und innovative künstlerische Praktiken dazu, dass gesellschaftliche und politische Themen in den Vordergrund gerieten. Auf diese Weise wurden gesellschaftliche Fragen verhandelt, wie dies beispielsweise für die Shedhalle in Zürich zutrif.⁷

6 Von März bis September 2014 wurde eine bereits im Jahr 1989 gezeigte thematische Ausstellung wieder präsentiert: »Au Centre Pompidou et à la Grande halle de la Villette, du 18 mai au 14 août 1989, »Magiciens de la terre« surprit tout à la fois les publics et les milieux de la critique, des musées et du marché. Dans un monde de l'art contemporain alors exclusivement limité au périmètre des frontières de l'Europe et de l'Amérique du Nord, Jean-Hubert Martin, son commissaire, avait invité des artistes de tous les continents, repérés un à un lors de longues missions de terrain accomplies durant des années à la recherche de pratiques enracinées dans des cultures ancestrales, résistantes au post-colonialisme, en lutte contre les totalitarismes et, surtout, curieuses de l'ouverture planétaire émergente. Ils y rencontrèrent d'autres curieux: quelques artistes occidentaux, pourtant parfaitement intégrés dans les réseaux dominants, mais habités par la nécessité du dialogue interculturel. Ces derniers produisirent des oeuvres qui allaient résonner avec l'énergie singulière et le choc inédit que déclencheraient celles de ces »nouveaux artistes« jusqu'alors »invisibles«. « (www.centrepompidou.fr/cpv/resource/c5eRpey/rERz8A).

7 Als Beispiel kann die im Jahr 1994 in der Shedhalle stattgefundene einwöchige Klausur zur Zürcher Drogenpolitik genannt werden (<http://archiv2009.shedhalle.ch/dt/archiv/1994/ausstellung/klausur/klausurdt.shtml>).

Gesellschaftliche Einbindung seit der Jahrhundertwende

Die Jahrhundertwende brachte weitere Neuerungen für die Museumswelt mit sich, denn hier wurden die vorherrschenden Funktionen und Prozesse in Netzwerken organisiert und dadurch Produktion, Erfahrung, Macht und Kultur wesentlich verändert (Castells 2001: 527). Diese Veränderungen griffen in die gesamte gesellschaftliche Struktur ein. So fand mit der Einführung des World Wide Web ab 1991 ein wesentlicher Wendepunkt sowohl in technologischer als auch in gesellschaftlicher Hinsicht statt, denn die medialen Formen veränderten gleichfalls den Alltag. Die Entwicklungen hin zu einer multimedialen Informationsgesellschaft, wie Kurt Imhof diese nennt, sind hier angelegt (2012: 66). In einer solchen Informations- oder Mediengesellschaft stehen öffentliche Diskurse und die Medienkommunikation im Zentrum.⁸ Das Tempo wurde durch die netzwerkartigen Strukturen sowie neuen Informationstechnologien zusehends umgeformt. Die quantitative, aber auch qualitative Ausbreitung der Medien, das Medienwachstum, neue Angebote und Vermittlungsleistungen nahmen zu. Themen wie Virtualität, Kommunikation per Computer oder Informationalisierung zeigen sich als charakteristisch für diese Entwicklungen. Vor allem in der Politik waren wesentliche Veränderungen durch zunehmende mediale Selektions- und Interpretations- sowie neue Inszenierungslogiken zu beobachten. Geänderte Rezeptionsgewohnheiten und Erwartungshaltungen hatten schließlich einen wesentlichen Einfluss auf die Museen und ihre Ausstellungen. Das Konzept des ›Museum 2.0‹, wie Nina Simon diese Entwicklung hin zu einem vermehrt partizipativen Ausstellungsraum nennt, ist hier angelegt. So sieht Simon die Antwort auf die Frage nach dem Grund für mehr Partizipation im Social Web, wo die Vielzahl an Partizipationsmöglichkeiten beim Publikum zu einem Anspruch auf Teilhabe führte.⁹ Die vermehrte Publikumsorientierung, die in den 1990er-Jahren des 20. Jahrhunderts ihren Ursprung hat, ist demnach mit einem Strukturwandel in Medien, Politik und der Arbeitswelt zu begründen.¹⁰ Strategien wie ›cultural citizenship‹ wurden als Maßnahmen zur Einbindung des Publikums in einer zunehmend globalisierten Welt eingeführt. Die

-
- 8 Die Bezeichnungen für diese Gesellschaft sind vielfältig und zum Teil zwischen den Vertretern umstritten. So ist die Rede von Kommunikationsgesellschaft, Mediengesellschaft oder Informationsgesellschaft. Obwohl eine Untersuchung dieser Bezeichnungen spannend wäre, ist diese nicht Teil der vorliegenden Arbeit und wird deshalb nicht weiter verfolgt. Die Begriffe und Bezeichnungen mit ihren Merkmalen sind allerdings wesentlich, um die Ausstellungskonzepte zu kontextualisieren.
- 9 Die amerikanischen Konzepte in den 1950er-Jahren sowie das in den 1970er-Jahren eingeführte ›Écomusée‹ bilden Vorläufer des darauffolgenden ›Museum 2.0‹.
- 10 Als Beispiele können die Autonomisierung der Medien, der Medialisierung, Personalisierung, Emotionalisierung, Skandalisierung, Dysfunktionalität und der Strukturwandel der Medien genannt werden.

museologischen Konzepte entwickelten sich dabei immer stärker in Richtung Involvierung durch soziale Teilhabe, wie dies auch in anderen Kulturinstitutionen der Fall war.¹¹ Zeitgleich mit diesen Prozessen wurden aber auch vermehrt Machtgefüge diskutiert: Was ist der Auftrag der Bildungsinstitutionen, wenn nun Communitys in die Ausstellungen eintreten und die Inhalte vermitteln oder mitentwickeln? Was bedeuten diese Prozesse nicht nur für die Ausstellungen, sondern auch für die Museen? Das Museum sollte sich – so der Tenor in den museologischen Diskursen – immer mehr zum Ort des Dialogs entwickeln, zu einem offenen und für alle zugänglichen Raum, einer Agora, einem Treffpunkt, an den Individuen wie auch Communitys eingeladen werden, um ihren persönlichen Teil beizutragen. Es gehe in der Praxis für die Museen also darum, so Angeli Sachs, durchlässiger zu werden, das Publikum nicht nur an seinen Konsumbedürfnissen messbar zu begreifen und diese Bedürfnisse effizient bedienen zu wollen, sondern vielmehr darum, eine Dialogbasis zu schaffen, potenzielle und inhaltlich motivierte Nutzer/-innen zu adressieren und sich so zu transformieren, dass eine Mitgestaltung möglich wird. Welcher Art diese Mitgestaltung ist, auf welchen Ebenen eine Involvierung stattfindet und mit welchen Mitteln, unterscheidet sich bei den Institutionen stark.

Heute wird vermehrt von Partizipation und Interaktion gesprochen. Die Konzepte zeichnen das Bild einer starken und seit den 1990er-Jahren des 20. Jahrhunderts sich zunehmend transformierenden Institution, deren Veränderungen in den Ausstellungen zu beobachten sind. Der Diskurs zeigt eine markante Verschiebung der Handlungsparadigmen sowie der imaginierten Museumsfunktionen, welche sich allerdings, so Angeli Sachs, »gegenwärtig noch vorwiegend auf der Konzeptebene ereignen« (Mörsch/Sachs/Sieber 2016: 10). In den Institutionen selber werden die Erweiterungen nur graduell umgesetzt. Sie reichen von interaktiven Ausstellungen über das Aufgreifen thematischer Anregungen bis zu kollektiven Formen des Kuratierens. In der Praxis, so Sachs, gehe es für die Institutionen darum, durchlässiger zu werden und sich zu öffnen und, auf einer Dialogbasis aufbauend, die Bedürfnisse der Besucher/-innen kennenzulernen und zu begreifen. So erst entstehe ein Handlungsraum. In *Gegenwärtige Räume* erläutert Beat Hächler die Entstehung des Raums durch eine »Verschränkung von inhaltlicher Konzeption, räumlicher Gestaltung und sozialer Praxis« (zit.n. ebd.: 16), also einer Handlung durch die Besucher/-innen. Diese werden auf diese Weise nicht auf das Rezipieren von Inhalten allein beschränkt, sondern in die Formen der Interaktion, des Dialogs, der Partizipation oder der Reflexion integriert. Der aktuelle Diskurs zeigt somit

11 In der Publikation *Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens* werden Beispiele für Involvierung und soziale Teilhabe wie Kindertheater oder Orchester wie diejenigen der Kammerphilharmonie Bremen aufgeführt. Im Weiteren sind diese Tendenzen zusehends auch in Bibliotheken oder in Theatergruppen wie Gob Squad oder Rimini Protokoll vorzufinden.

eine Verschiebung des Verständnisses des Museumsraums hin zu einem »Handlungsraum« (ebd.), wobei die Besuchenden zu aktiven Beteiligten werden. Die Auslegungen dieser Aktivierung sind vielfältig.

Diese Sichtweisen unterstreicht ein Artikel mit Interviews mit Vertreter/-innen der Kunst- und Kulturszene. Dabei scheint man sich relativ einig zu sein, dass die Institutionen, die zum »Massenphänomen geworden« sind, mit der Zeit gehen und die gesellschaftlichen Veränderungen aufnehmen sollten, damit die Museumsbesucher/-innen etwas erleben können. Spielerische Elemente seien hierbei relevant, die gerade auch Kinder anziehen, und die Forderung nach einer Abkehr von der reinen Kontemplation zu mehr Interaktion steht im Raum. Auch Philipp Bischof, vormaliger Leiter der Abteilung Kultur Basel-Stadt und aktueller Pro-Helvetia-Direktor, weist darauf hin: »Museen können ihre eigene Zukunft nur dann erfolgreich und sinnvoll gestalten, wenn sie sich ungehemmt dem stellen und annehmen, was außerhalb des Museums passiert.« (Zit.n. Gerig 2016)

Gudrun Piller des Historischen Museums Basel spricht von Museen als »zeitgemässe Orte der Auseinandersetzung«. Sie ergänzt:

Museen sollen Fragen und Themen aufgreifen, die uns heute beschäftigen. Als zeitgemässe Orte der Auseinandersetzung müssen sie dafür unterschiedliche Formen und Medien wählen. Sie müssen nicht fertige Antworten liefern oder festes Wissen vermitteln, denn Offenheit ermöglicht Partizipation für unterschiedliche Gruppen der Gesellschaft [...]. (Zit.n. Gerig 2016)

Sabine Himmelsbach, Direktorin des HeK (Haus der elektronischen Künste Basel), fügt auf die Frage nach der Rolle der Museen an:

Für mich ist die Rolle der Museen heute die eines Ortes der Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur anhand aktueller gesellschaftsrelevanter wie auch historischer Themen. Ich denke, die große Herausforderung für Museen heute ist es, sich den radikalen technologischen, sozialen und demografischen Veränderungen zu stellen, mit den neuen kulturellen Realitäten umzugehen. Also auch der veränderten Beziehung zwischen Publikum und Museum gerecht zu werden und den Dialog mit dem Publikum zu suchen [...]. (Zit.n. Gerig 2016)

Die ›Neue Museologie‹ als Wegbereiter einer ›Gemeinschaftsmuseologie‹ – Stand der Diskussion¹²

Im Folgenden werden verschiedene Ansichten aufgeführt, die den Begriff der ›Neuen Museologie‹ umreißen und gleichzeitig die Dringlichkeit der Anpassung an gesellschaftliche Veränderungen betonen. In der *Declaration of Quebec* wird die ›Neue Museologie‹ wie folgt definiert:

Die neue Museologie – Ökomuseologie, Gemeinschaftsmuseologie und alle anderen Formen der aktiven Museologie – befaßen sich in erster Linie mit Gemeinschaftsentwicklungen ... Sie ist ein Weg geworden, Menschen zusammenzubringen, damit sie über sich selbst und voneinander lernen können ... (Zit.n. Waidacher 2000: 143)

Die ›Neue Museologie‹, so Waidacher weiter, sei eine Bewegung, die sich kritisch zu den traditionellen Ansichten verhalte und rasche Reaktionen auf gesellschaftliche Veränderungen anstrebe. Dabei geht es nicht um eine gänzlich neue Auffassung von Museologie. Vielmehr handelt es sich um eine Neukonzeption der Museumsarbeit, die jedoch nicht im Widerspruch mit den bisherigen Grundsätzen stehen müsse.¹³ Wie diese von unterschiedlichen Vertreter/—innen besprochen und angegangen wird, soll eine Zusammenstellung der zum Thema veröffentlichten Arbeiten aufzeigen: In der *Declaration of Quebec* von 1984 wird festgehalten, dass die ›Neue Museologie‹ »das Publikum in seine Aktivitäten einschließen und zunehmend Interdisziplinarität, moderne Kommunikationsmethoden und moderne Managementmethoden, die den Konsumenten einbeziehen« (Waidacher 1999: 143), unterstützen soll. Seit den Anfängen der ›Neuen Museologie‹ wird der Ausdruck des ›Musée participé‹ oder ›participative museum‹ in einem Aufsatz von Dan Bernfeld im Jahr 1993 explizit verwendet (vgl. Piontek 2017: 101). Bernfeld sieht darin eine Möglichkeit, die Museen weg vom »unnecessary museum« zu führen. Dieser Ausdruck stammt von Kenneth Hudson, der diesen in einem Aufsatz im Zusammenhang mit dem Museumsboom über die Zukunftsfähigkeit der Institutionen entwirft. Dabei sieht er diese Zukunftsfähigkeit in der Bildung eines partizipativen Museums verankert. Hierfür entwirft Hudson drei für ihn wesentliche

12 Die dadurch entstandenen Veränderungen für Museen und Ausstellungen zeigen sich in Bestrebungen, die sich im englischsprachigen, niederländischen und frankophonen Raum bereits Mitte der 1950er-Jahre und erst viel später auch im deutschsprachigen Raum abzeichneten. Hier tauchten die Fragen wohl auch aufgrund der ökonomischen und teilweise prekären Situationen für die Museen auf.

13 Die ›Neue Museologie‹ wird im Diskurs auch oft mit ›Kritischer Museologie‹ oder ›Kritischer Museumswissenschaft‹ gekennzeichnet (siehe ebenso Piontek 2017). Für die vorliegende Arbeit soll allerdings in erster Linie der Begriff der ›Neuen Museologie‹ verwendet werden.

Ausgangspunkte: Museumsinhalte, Museumssettings und Umgang mit den Besucher/-innen.¹⁴ Bernfeld sieht im letzten Punkt das Entscheidende für einen Fortbestand der Institutionen. Ein Umdenken gegenüber den Besucher/-innen habe tatsächlich stattgefunden, was Bernfeld aufzuzeigen vermag. So wird die Publikumsorientierung zunehmend zur »Maxime der Museumsarbeit« (Reussner 2010: 2). Piontek führt auf (2017: 102), dass Bernfeld von einer »democratization of museums« spricht. Dies zeige, so Piontek, »dass es ihm anscheinend um eine deutliche Öffnung des Museums und somit auch um eine stärkere Einbeziehung der Besucherschaft geht« (ebd.). Bernfeld, so Piontek weiter, bleibe allerdings genauere Ausführungen schuldig, die beispielsweise die von ihm proklamierten »Face-to-face«-Situationen betreffe. Nichtsdestotrotz schlussfolgerte er, dass ein partizipatives Vorgehen eine Überlebenschance für die Institutionen darstelle. Für Léontine Meijer-van Mensch und Peter van Mensch bedeutet die »Neue Museologie« allerdings einen Bezugspunkt zur heutigen Museumspraxis. Die 1990er-Jahre sehen sie als Öffnungs- und Partizipationstendenzen. Dabei sei auch ein klares Bewusstsein für gesellschaftliche Verantwortung seit den 1970er-Jahren auszumachen, so Piontek über das Verständnis der van Mensch. Die heutigen Entwicklungen sehen sie unter dem Zeichen der »geteilten Verantwortung gemeinsam mit den Menschen bzw. einer bestimmten Community« (Bernfeld, zit.n. Piontek 2017: 107). Dabei beziehen sie sich auf die Verfechter/-innen eines inklusiven Museums wie Eileen Hooper-Greenhill, Jocelyn Dodd oder Richard Sandell. Hans Belting fordert in diesem Zusammenhang aufgrund der erschwerten Situation für die Institutionen eine Bewegung hin zu einem »Forum«, das die »großen Themen einer Gesellschaft« (ebd.: 26) diskutiert. Das Museum müsse sich, so auch Anja Piontek weiter, für die Gesellschaft als Ort der Inklusion und für eine kulturelle Vielfalt einsetzen.

Der Anspruch an gesellschaftliche Einbindung – Vielfalt an Begrifflichkeiten

Gleichzeitig mit der Frage danach, wie mit den Museumsbesucher/-innen umzugehen sei und welche Rolle Museen für ihr Publikum spielen, ist der Stand der Forschungsliteratur zum Thema in den letzten Jahren deutlich angewachsen. Wo Piontek erwähnt, dass die Literatur dazu zu Beginn ihrer Auseinandersetzung im Jahr 2010 noch eher dürftig ausfiel, gibt es heute doch vermehrt zahlreiche Publikationen, die sich mit den unterschiedlichen Möglichkeiten gesellschaftlicher Einbindung auseinandersetzen. Dabei zeigt sich allerdings, dass unter dem Anspruch

14 Diese sind in ähnlicher Formulierung auch bei Sharon McDonald zu finden. Dabei bezeichnet sie den ersten als Museumsobjekte, den zweiten könnte man ebenfalls mit Museumsinhalten betiteln und den dritten analog zu Bernfeld als Umgang mit den Besucher/-innen (2009: 51).

an gesellschaftliche Einbindung viele voneinander abweichende Begriffe und Verständnisse kursieren. Bezeichnungen wie ›soziale Inklusion‹, ›Involvierung‹, ›Partizipation‹, ›teilhabeorientierte Kulturvermittlung‹, ›nachhaltige Museumsarbeit‹, ›gesellschaftliche Einbindung‹, ›Audience Development‹ oder ›Social Inclusion‹, um hier die gängigsten zu nennen, werden hierbei diskutiert. Dies erschwert natürlich eine Eindeutigkeit der eingesetzten Begrifflichkeiten zusehends. Im Folgenden werden die am häufigsten verwendeten aufgeführt:

Zum viel genutzten Begriff der Partizipation existieren ausführliche Abhandlungen in Form von Praxisleitfäden (Piontek 2017: 14). Darunter ist die wohl aktuellste Auseinandersetzung im deutschsprachigen Raum mit dem Titel *Museum und Partizipation. Theorie und Praxis kooperativer Ausstellungsprojekte und Beteiligungsangebote* aus dem Jahr 2017 von Anja Piontek zu finden. Dabei handelt es sich um ein sehr umfassendes Werk zu partizipativen Ausstellungsprojekten. Piontek führt den Umstand, dass relativ wenig Forschungsliteratur hierzu existiert, darauf zurück, dass Partizipation unterschiedlich ausgelegt und verwendet wird.¹⁵ *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen* von Gesser, Handschin, Jannelli und Lichtensteiger aus dem Jahr 2012 behandelt nebst der Herleitung des Anspruchs an Partizipation auch unterschiedliche Ausstellungsprojekte mit partizipativem Charakter, aber ebenso theoretische Auseinandersetzungen zum Thema. Es handelt sich um einen Querschnitt an Positionen und Praxisbeispielen. Im kulturellen Sektor wird dagegen oftmals der Begriff der ›kulturellen Teilhabe‹ anstelle der Partizipation gewählt, um über den Einbezug oder die Aktivierung des Publikums zu sprechen. Dabei findet sich Literatur zum Thema des gesellschaftlichen Einbezugs unter den Begriffen der Teilhabe oder Involvierung. Der Band *Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturerlebens* (Mandel 2016) rückt die Besucher/-innen in den Fokus der Aufmerksamkeit kultureller Einrichtungen. Der amerikanische Kulturvermittler Doug Borwick legt den Fokus mit seinem Titel *Audience Development »vs.« Community Engagement* von 2012 ebenfalls auf das Publikum.

Nina Simon als wohl heute bekannteste Vertreterin des partizipativen Ansatzes für Museen nimmt die von Bernfeld verwendete Bezeichnung des ›Participative Museum‹ auf und formuliert daraus das ›Participatory Museum‹. Gleichzeitig publiziert sie einen Praxisleitfaden zur Aktivierung des Publikums in Ausstellungen. Nebst der gleichnamigen Publikation betreibt sie zudem einen Internetblog. Dabei erwähnt sie den Begriff des ›Museum 2.0‹, der oftmals in der Diskussion um Partizipation im Museum als gleichbedeutend verwendet wird.

15 Dem möchte ich in Anbetracht persönlicher Beobachtungen in der Praxis von Ausstellungen zustimmen.

Museum 2.0 steht [...] als informeller Oberbegriff für jene Ideen und Konzepte, die das Museum nicht länger nur als Distributionsmedium für objektvermitteltes Wissen, Gedanken und Ideen verstanden wissen möchten, sondern als Kommunikationsmedium, bei dem sich Museen und BesucherInnen bzw. dann eher »Nutzer« [...] wechselseitig befruchten und sowohl ProduzentInnen- als auch KonsumentInnenrollen einnehmen [können]. (Piontek 2017: 103)

Simons Ansatz zur Involvierung des Publikums im Museum aus dem Jahr 2010 geht u.a. ein im Jahr 2008 festgestellter Rückgang an Besucher/-innenzahlen voraus. Die Menschen, dies scheint eine Studie aus den USA zu bestätigen, welche Simon zurate zieht, wenden sich anderen Formen der Unterhaltung zu, bei denen es vermehrt um einen Dialog und das Teilen von Inhalten gehe. Nina Simon fragt in diesem Zusammenhang danach, wie die Institutionen wieder mehr mit dem Publikum in Verbindung treten können. Sie ist überzeugt, dass dies dadurch geschehen kann, dass »Publikum als aktive Teilnehmer an Kultur« anzusprechen und nicht als »passive Konsumenten« zu betrachten. Sie führt den Zulauf sozialer Netzwerke auf, wobei es eine enorm große Anzahl an Möglichkeiten zu partizipieren und teilzunehmen gibt. Simon formuliert aus dieser Tatsache die These, dass Besucher/-innen ähnlich ihrem Verhalten im Netz auch im Museum erwarten, zu agieren und »erst genommen zu werden« (2010: 96). Sobald die Menschen also aktiv teilnehmen können, werden Museen zu Orten des sozialen und kulturellen Lebens, resümiert Simon.

Ein weiterer Begriff, der im Zusammenhang mit dem Anspruch an »Kultur für alle« (Piontek 2017: 19) zu finden ist, ist derjenige der sozialen Inklusion oder der gesellschaftlichen Einbindung. Unter dem Stichwort »Social Inclusion« sind in der englischsprachigen Forschungsliteratur bereits in den 1990er-Jahren Artikel und Publikationen zu verzeichnen. Richard Sandell von der Universität Leicester gilt hierbei sicherlich als Vorreiter. So befasst er sich in *Museums as Agents of Social Inclusion* (1998) mit den Bedingungen von Exklusion sowie der Inklusion und deren Möglichkeiten im Museumsraum.

Künstlerische Positionen zum Thema sind ebenfalls vertreten: So ist zum Beispiel Claire Bishops *Participation* (2006) anzuführen, wobei sie hier auf die Besucher/-innen als Produzent/-innen verweist.

The desire to move viewers out of the role of passive observers and into the role of producers is one of the hallmarks of twentieth-century art. This tendency can be found in practices and projects ranging from El Lissitzk's exhibition designs to Allan Kaprow's happenings, from minimalist objects to installation art. More recently, this kind of participatory art has gone so far as to encourage and produce new social relationships. Guy Debord's celebrated argument that capitalism fragments the social bond has become the premise for much relational art seeking to challenge and provide alternatives to the discontents of contemporary life.

This publication collects texts that place this artistic development in historical and theoretical context.¹⁶

Die Literaturlage zeichnet demnach ein breit gefächertes Bild der Diskussion um den gesellschaftlichen Einbezug und zeigt, dass die Begrifflichkeiten hierbei zwischen Mitsprache, Teilhabe, Partizipation, Beteiligung, Inklusion oder Involvierung variieren können. Für die vorliegende Arbeit wird der Begriff der gesellschaftlichen Einbindung als Überbegriff gewählt, der unterschiedliche Arten der Beteiligung, der Mitsprache, der kulturellen Teilhabe oder der Partizipation mitdenkt respektive diese als spezifische Ausprägungen derselben betrachtet.¹⁷

16 <https://mitpress.mit.edu/books/participation> (Stand: 22.08.2021).

17 Eine weitere sowohl von Anja Piontek (2017) als auch von Léontine Meijer-van Mensch (2012) aufgeführte Schwierigkeit besteht darin, dass alleine der Begriff Partizipation unterschiedliche Intensitäten und Ausprägungen aufweist, wie in Kapitel »Begriffe« aufzeigt wird.

Konzepte

Mit der Einführung der ›Neuen Museologie‹ wurde eine umfassende Erneuerungsbewegung in der Museumswelt eingeläutet. Der Ruf nach sozialer Inklusion in Form partizipativer Museumsarbeit und die Frage nach der Relevanz der Institutionen für die Gesellschaft wurden wesentliche Teile des museologischen Diskurses. Nach Bestrebungen in den 1950er-Jahren und dem Boom der ›Écomusées‹ in den 1970er-Jahren folgten weitere, die im Folgenden aufgeführt werden sollen. In unterschiedlichen Umschreibungen der Konzepte zeigen sich die anderweitigen Bestrebungen gesellschaftlicher Einbindung: als »Ort für jemanden« wie etwa dem Museum als Agora, Plattform, Debattierort, Labor oder SocialLab (Piontek 2017: 26).

Museumskonzepte zur Rolle der Institutionen in und für die Gesellschaft¹

Nach den vermehrten Bestrebungen in den USA in den 1950er- und 1960er-Jahren folgte das ›Écomusée‹ in Frankreich der 1960er- und 1970er-Jahre den Forderungen nach gesellschaftlicher Einbindung. Das Wort ›Écomusée‹ wurde 1971 von Georges-Henri Rivière erfunden. Ziel war es, ländliche Regionen aufzuwerten. Dabei ähnelt dieses Museumskonzept demjenigen der deutschen Freilichtmuseen. Die deutschen Freilichtmuseen bauen Häuser ab und stellen sie andernorts wieder auf, wogegen bei den ›Écomusées‹ aber ein ganzes bestehendes Dorf zu einem Museum wird. Wesentlichster Aspekt ist hier die Zusammenarbeit mit der lokalen

1 Es zeigt sich, dass Spekulationen und Theorien zum Museum keineswegs neu sind, sie sich aber vielfältig und vielseitig geben: Bereits vor der Erfindung der Institutionen selbst entwarf Sir Francis Bacon in *New Atlantis* von 1627 ein Gebäude, welches die gesamte Naturgeschichte präsentiert. 1780 schreibt der neoklassizistische französische Architekt Etienne-Louis Boullée ein Proposal, indem er Zukunftsvisionen der Grand Gallerie des Louvre beschreibt. Seit den 1970er-Jahren brachten schließlich massive Umbrüche im gesellschaftlichem Leben auch strukturelle Veränderungen mit sich, mit Folgen für das Museumswesen. So versuchte sich das Museum ›als Spiegel der Gesellschaft‹ in der Folge diesen Gegebenheiten immer wieder und in jedem Jahrhundert neu anzupassen. Daraus resultieren unterschiedliche Ideen und Konzepte verschiedenster Vertreter/-innen, die in diesem Kapitel vorgestellt werden.

Bevölkerung (Community). So gibt es in diesen Museen nebst den Besucher/-innen auch die Bewohner/-innen. Diese sind wichtiger Bestandteil der Institutionen und deren Inszenierung. Dabei liegen vier verschiedene ›Objekte‹ vor: die Natur, die Flora und die Fauna, bewegliche Objekte wie zum Beispiel Mobiliar und Baudenkmäler. Auf das ›Écomusée‹ folgten weitere Konzepte, in denen in unterschiedlichen Umschreibungen die weiteren Bestrebungen gesellschaftlicher Einbindung wesentlich wurden: als »Ort für jemanden« wie etwa dem Museum als Agora, Plattform, Debattierort, Labor oder SocialLab (Piontek 2017: 26). Die Idee des ›Museums als Agora‹ schließt beispielsweise an diejenige des ›Museums als Contact Zone‹ von Clifford aus dem Jahr 1997 an. Das Museum wird hierbei zum Ort des Dialogs und der Begegnung.² Das Konzept hatte seinen Ursprung in der Beobachtung, dass die Museumsmitarbeiter/-innen eine andere Perspektive auf die Objekte in der Ausstellung einnahmen als die älteren indianischstämmigen Museumsmitarbeiter/-innen des Portland Art Museum. Ein gemeinsamer Diskurs fand allerdings nicht statt. Indem sich das Museum neu als ›Contact Zone‹ definierte, wurde es zu einem Ort, an dem Dialoge geführt werden konnten und auch über Konflikte debattiert wurde (vgl. Borwick 2012). Auf diese Weise sollten Multiperspektiven auf ausgestellte Inhalte zugelassen werden können. Das Konzept der ›Agora‹ verfolgt ebenfalls eine diskursive Ausrichtung, ähnlich dem griechischen Vorbild. Richard Sandell, der das Konzept befürwortet, bezeichnet solcherart funktionierende Institutionen als »Räume, in denen Ideen mittels Diskursen visuell und verbal auf den Prüfstand gestellt werden« (Meijer-van Mensch 2012: 87). Allerdings benötigt es eine Abgrenzung zur namensgebenden antiken Variante, denn die griechische Agora, so Meijer-van Mensch, stellte keinen Ort dar, der für alle offen gewesen sei. Sie fordert deshalb, die übertragene Idee der Agora in nächster Konsequenz anzupassen und im Sinne der geforderten sozialen Einbindung als »eine Kontaktzone für alle« (ebd.) zu diskutieren. Dabei gilt es auch darüber zu debattieren, inwiefern die Deutungshoheit der Museen in einem gewissen Sinne abgegeben wird. Diese Öffnung und die Abgabe der Deutungshoheit würden sich denn nur sehr schwer mit dem »bis vor Kurzem von Museumsfachleuten dominierten professionellen Diskurs vereinbaren«, so Meijer-van Mensch weiter (ebd.).³ Steven Zucker, der am Fashion Institute of Technology lehrt, vertritt die Idee des Museums als

2 Der Marktplatz (im Sinne der griechischen Agora) war in der Antike der Ort, an dem sich sowohl politische als auch wirtschaftliche Prozesse abspielten (Imhof et al. 2013: 169).

3 In den letzten Jahren, seit der Entstehung dieses Konzepts, lassen sich jedoch vermehrt Bestrebungen zur Abgabe der Deutungshoheit beobachten. So werden beispielsweise immer wieder museumsferne Communitys für Ausstellungsprojekte einbezogen. Meijer-van Mensch untersucht den Einbezug dieser Communitys u.a. anhand des Amsterdam Museums. Das Ausstellungsprojekt *Anatolien in Amsterdam danki Anadolu* wurde hier beispielsweise in Kooperation mit türkischen Einwohnern umgesetzt. Dabei soll der Diskurs nicht nur den Fachleuten überlassen werden.

Agora in seinem *Sokratischen Museums-Podcast*.⁴ Museen müssten, so Zucker, den Übergang von der unzulänglichen Akropolis zur Agora, wo Gespräche und Austausch möglich sind, bilden. Zucker versteht Museen als Plattformen mit Foren, als ›Marktplatz‹, wo Bürger/-innen sich treffen und in Dialog treten. Das Museum wird somit zur Kontaktzone, Begegnungszone und Ort des Dialogs und also einer Agora im Sinne eines Ortes in der Antike, wo sich die Athener Demokratie abspielte.

Als ein weiterer Vertreter der sozialen Einbindung ist Paulgerd Jesberg mit der Idee des ›Subjektbezogenen Informationsmuseum‹ zu nennen. Dabei fordert Jesberg in seiner Schrift *Das Museum der Zukunft* eine Perfektionierung der Institution. Er betrachtet das Museum als Ganzes, als Mittel für Forschung, Dokumentation, Bildungsarbeit, Bewahrungsinstitution. Die Besucher/-innen sollen hier nun aktiv in das Geschehen eingreifen können, beispielsweise durch Hervorziehen und Bewegen Einblicke erhalten und nicht mehr als ehrfürchtige Betrachter/-innen vor den Gegenständen stehen. Jesberg sieht hierbei die Möglichkeit, das Museum an die gesellschaftlichen Veränderungen hin zu Mobilität und Konsum anzupassen. Dieses so entstehende ›Subjektbezogene Informationsmuseum‹ muss sich innerhalb der Gesellschaft immer wieder neu definieren und sollte deshalb, so Jesberg, stets in Bewegung bleiben. Die grundlegenden Funktionen des Sammelns und Bewahrens sind für Jesberg zwar relevant, aber die Tätigkeit des Ausstellens selbst steht im Zentrum seines Interesses. Dies könne nur »in beständigem Wechsel stattfinden«, so Jesberg (zit. n. te Heesen 2012: 170). »Museale Ausstellungen, die wie bisher auf einen längeren Zeitraum eingerichtet wurden, werden abgelöst von zeitlich begrenzten Ausstellungen über kürzere Zeiträume« (zit. n. ebd.), so sein Statement zum Format der Dauerausstellung.

Eilean Hooper-Greenhill zieht dagegen vergleichende Untersuchungen zurate, wenn es um die Institution Museum geht. Sie stellt das Museum als System der Klassifikation, Ordnung und Rahmung des Dargestellten dar. Das moderne Museum sei aber nicht mehr nur ein Tempel der Kultur, in welchem durch Klassifikationen und Ordnungssysteme Objekte präsentiert werden, so Hooper-Greenhill. Heute sei Wissen durch ein dreidimensionales Erlebnis gekennzeichnet, das sich durch die Beziehung zu den Besucher/-innen definiert, so Hooper-Greenhill weiter. Sie bezieht hier unterschiedliche Wissensformen mit ein, die die Besucher/-innen mitbringen, und erklärt die Macht des »learning subjects« und des »teaching subjects« als ebenbürtig (ebd.: 162f.). Das ›disruptive Museum‹ oder das ›Netzwerk-Museum‹, ein Modell Arnoud Oddings, zeichnet ein Bild einer sich im Wandel befindlichen Gesellschaft und versucht diese Veränderungen in Relation zu den Veränderungen, mit denen sich Museen konfrontiert sehen, zu setzen. Er formuliert hierzu folgendes:

4 Vgl. <https://museummobile.info/podcast-archive> (URL nicht mehr erreichbar).

Denn die ganze Diskussion über Kultur und Identität, die in den letzten Jahren so viel Aufregung verursacht hat, stellt sich für mich lediglich als Symptom für tiefer liegende Ursachen dar. Es ist unsere Gesellschaft selbst, die im Wandel begriffen ist, und Einrichtungen wie Museen haben keine Wahl, als mit diesem Wandel Schritt zu halten. (Odding 2012: 74)

Arnoud Odding weist darauf hin, dass die Kritik an den Museen, sich nicht mehr nur auf ihr Fachgebiet zu konzentrieren, sondern auf die Wünsche des Publikums einzugehen, nun tatsächlich vermehrt umgesetzt wird. Der Gedanke des ›disruptiven Museums‹, sich mit den Menschen zu verbinden, Teil davon zu sein und durch sie zu entstehen, führt also zu einer Art ›Netzwerk-Museum‹. Nach etlichen Gesprächen, die Odding für sein Buchprojekt *Das disruptive Museum* (2012) geführt hat, zeigt sich, dass es in der Museumswelt teilweise fast schon zu einem Bruch mit dem Bestehenden kommt. Dabei findet eine vermehrte Zuwendung zu den Menschen statt und immer wieder taucht die drängende Frage auf: Braucht es das Museumsgebäude noch?

Der Direktor des Van Abbemuseums in Eindhoven, Charles Esche, führt im Weiteren die Idee des »Dispersed Museum« auf, also einem verstreuten Museum. Einem Museum, welches »nicht länger als Gebäude gedacht« wird, sondern als ein Gedankenkonstrukt, um das Verhältnis zwischen Kunst und Gesellschaft auszuloten. Das Museum würde sich, so Esche weiter, an unterschiedliche Orte begeben und auftauchen, Einfluss auf Dinge an »unterschiedlichen Orten der Welt nehmen« (Odding 2012: 77). Die Idee eines verstreuten Museums, so Odding, sei in gewisser Weise tatsächlich Wirklichkeit geworden. Das Van Abbeemuseum zeigt hierfür als ein gutes Beispiel. Das Museum führt Projekte in unterschiedlichen Stadtvierteln durch, richtet Ausstellungen in Frankreich ein und arbeitet mit Kunstakademien beispielsweise in Ramallah. Esche, so deutet Odding, sieht das Museum also als Denkfabrik, einen Ort, an dem »über das Verhältnis zwischen Kunst und Gesellschaft nachgedacht werden kann, als Ort, an dem wichtige gesellschaftliche Themen erörtert werden« (ebd.: 77). Das ›disruptive Museum‹ scheint demnach der radikalste Gedanke zu sein, den ein Museum anstreben kann: Es bedeutet, sich einer Weltgemeinschaft gegenüber zu sehen und die Beziehungen zur globalen Welt auszubauen. Esche vertritt die Meinung, die Gesellschaft zum Museum und das Museum zur Gesellschaft werden zu lassen. Das Museum wird auf diese Weise aktiver Bestandteil der Gesellschaft und ist nicht mehr nur auf ein architektonisches Gebäude reduziert.

Das Konzept des ›postrepräsentativen Museums‹ von Nora Sternfeld beschäftigt sich dagegen mit der Frage nach dem Wahrheitsanspruch der Institutionen. Die so selbstverständlich erscheinenden Prämissen der Museen, Objekte neutral und objektiv zu zeigen, sowie die Macht der Präsentationsformen und die meistens bürgerlichen, westlichen, patriarchalen und nationalen Gesten des Zeigens

werden im Konzept hinterfragt und infrage gestellt.⁵ In diesem Zusammenhang kritisiert sie die sogenannten partizipativen Ansätze der Museen und stellt fest, dass es sich meistens lediglich um eine Form der Interaktion handelt. Man solle den Eindruck haben, sich zu beteiligen, ohne jedoch einen tatsächlichen Einfluss nehmen zu können. Dabei handelt es sich um eine institutionell-hegemoniale Strategie der Institutionen, so Sternfeld. Sie schlägt deshalb vor, Partizipation als Teilhabe und Teilnahme zu verstehen. Es reiche nicht aus, bloß mitzumachen, sondern vielmehr, sich auf eine Auseinandersetzung einzulassen, so Sternfeld. Von Perspektivenwechsel ist die Rede und davon, die bestehenden Logiken und somit auch die bestehenden Machtverhältnisse aufzubrechen. Sternfeld untersucht dabei den Begriff der Partizipation und verweist auf Irit Rogoff, die den Ausstellungsraum als Repräsentationsraum verlassen will, um stattdessen einen Möglichkeitenraum zu generieren. Gerade die Arbeit unter dem Blickpunkt der sozialen Inklusion, bei der marginalisierte Gruppen zu Wort kommen, scheine, so Rogoff, »viel mehr von Zuschreibungen als von Selbstdefinitionen getragen« zu sein. Den Vermittlungsraum als Möglichkeitenraum zu begreifen, ihn »als Raum der Repräsentation zu verlassen und ihn als postrepräsentativen öffentlichen Raum« (Sternfeld 2012: 124) zu sehen, bedeutet, dass hier etwas geschehen kann, was nicht vordefiniert ist. Diese Art, den Raum zu verstehen, sei, so Sternfeld, eine sehr »demokratische Idee der Partizipation« (ebd.: 125) und lasse zudem auch offen, was weiter in diesem Raum geschieht.

Ein weiteres Konzept taucht mit dem Begriff des ›transformative museum‹ auf, welches im Jahr 2012 das erste Mal im Rahmen einer Konferenz mit dem Titel *DREAM (Danish Research Centre on Education and Advanced Media Materials)* erwähnt wird (Nielsen 2014: 237). Jane Nielsen arbeitet den Begriff in ihrer Dissertation auf und inkorporiert ihn als Teil eines neuen Museumsmodells. So folgt sie dabei einer Definition des Begriffs ›Transformation‹ als: »A process by which one figure, expression, or function is converted into another one of similar value« (Oxford Dictionaries online, zit.n. ebd.: 238). Transformation, so Nielsen weiter, ist somit ein ständiger Prozess. Er sei nie statisch und habe zur Folge, dass sich in einem Museum, das sich als transformativ verstehe, die Rolle der Kurator/-innen ebenfalls verändere und nicht statisch sein könne, so Nielsen weiter. So würden sich Museen mit ebendieser Ausrichtung stetig auch in ihren Initiativen und Vorgehensweisen verändern:

A transformative museum will be a museum that transforms postmodern sense and reason for the future and makes sure that transformation remains relevant

5 »Nach dem sogenannten ›reflexive turn‹ entwickelte sich eine zunehmend transdisziplinäre und transnationale kuratorische Praxis, die die Kritik rezipiert und in ihrer Folge Handlungsformen entwickelt hat. Vor diesem Hintergrund wurde das, was unter Ausstellen gefasst war, neu gedacht und experimentell erweitert.« (Sternfeld 2013)

through flexibility, discussion and participation. It may even be possible to identify a development of the postmodern episteme in a transformative episteme: this will be an episteme open to critical and constructive disturbances, in constant debate and discussion that can accommodate new ideas, thoughts and influences from all scientific, academic and practical disciplines. (Nielsen 2014: 239f.)

Das ›Transformative Museum‹, so Nielsen weiter, könne somit als ein Museum gesehen werden, welches ein neues Verständnis und neue Denkweisen fördert. Dies bedeute auch, dass es kein Thema mehr geben werde, welches nicht behandelt oder diskutiert werden kann:

Essentially, a museum in constant transformation will also be shaped by knowledge and traditions of the past, debates, discussions and trends of the present and ideas, thoughts and opportunities of the future. (Ebd.: 240)

Das ›Transformative Museum‹ definiert sich laut Nielsen über folgende Herangehensweisen: Flexibilität, Partizipation, Innovation, Offenheit für Kritik, neue Technologien und Herangehensweisen, stellt Fragen, motiviert und stimuliert die Neugier der Besucher/-innen, kann provokativ sein oder ein Risiko eingehen, stellt relevante und aktuelle Themen zur Diskussion und fordert Expertenwissen durch Diskussionen, Partizipation und Innovation heraus (ebd.: 246f.).

Das radikaldemokratische Museum, ebenfalls von Nora Sternfeld, welches in der gleichnamigen Publikation Ende 2018 veröffentlicht wurde, verfolgt die Strategie eines Ortes, der als demokratischer Verhandlungsraum fungiert – ein Museum also, in dem nicht nur präsentiert wird, sondern über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft verhandelt werden kann. Dabei sollen die Institutionen ihre paternalistischen und zumeist westlich geprägten Denkweisen ablegen. Sie plädiert in diesem Fall für eine Öffnung der Museen, eine Demokratisierung u.a. durch partizipative Arbeitsweisen und den Einbezug eines heterogenen Publikums. Beispiele aus ihrer Arbeitsweise und der Idee eines solchen Museums zeigen sich einige. So verweist sie im Zusammenhang mit der radikaldemokratischen Museumsidee auf eine Arbeit, bei der kein herkömmlicher Ausstellungsraum entstand, sondern ein Versammlungsraum als Ort und Bildungsraum (Sternfeld 2018). Sie führt dabei ein Projekt in Bergen als Beispiel auf, bei dem keine Ausstellung, sondern ein Café entstand, in dem Diskussionen stattfinden konnten. Im folgenden Kapitel werden weitere, zum Teil sehr konkret angewandte Konzepte aufgeführt und diskutiert.

›Museum 2.0‹ oder ›Das partizipative Museum‹⁶

Das Konzept ›The Participatory Museum‹, oftmals auch als ›Museum 2.0‹ bezeichnet, bezieht sich auf die Verlagerung von passiven zu aktiven Ausstellungsbesucher/-innen. Dies hat u.a. mit den Entwicklungen des World Wide Web zu tun: So erwarten die Besucher/-innen heute in Ausstellungen die Möglichkeit, Informationen zu kommentieren, zu bewerten oder zu diskutieren (Gesser et al. 2012: 11). Partizipative Museumsarbeit unterliegt somit einer veränderten Vorstellung von Besuchenden. Erfahrungen, Meinungen und Wissen der Besucher/-innen werden als relevant erachtet und in die Ausstellungen mit einbezogen. Die Museen werden auf diese Weise nicht nur als Bildungsinstitutionen, sondern vielmehr als Kommunikationsplattformen verstanden (ebd.). Mit dem Fokus auf Besucher/-innenmeinung und Besucher/-innenwissen wird gleichzeitig eine Hinwendung zu Gegenwartsthemen relevant. Dabei gewinnt das Alltagswissen der Besuchenden an Bedeutung und gleichzeitig wird so die Perspektive der Besucher/-innen stärker gewichtet. Ihre Involvierung in Ausstellungen und die Präsentation von vermehrt gegenwartsrelevanten Themen sind wichtige Merkmale des Konzepts ›Museum 2.0‹. Dabei spielt die partizipative Museumsarbeit eine wesentliche Rolle. Es zeigt sich allerdings eine schier unglaubliche Bandbreite an Vorstellungen und Definitionen partizipativer Museumsarbeit. Die Spannweite reicht von bloßem Mitteilen zu Formen der radikalen, basisdemokratischen Zusammenarbeit. Grundlegend scheint aber dennoch bei all diesen Konzepten eine Hinwendung zur Arbeit durch Kooperationen zu sein. Dies kann vor der Ausstellung zur Sammlung von Inhalten, während der Ausstellung oder nach der Ausstellung in Form von Rahmenprogrammen stattfinden.⁷ Nina Simon, die den Begriff durch ihre gleichnamige Publikation wesentlich mitgeprägt hat, definiert ein solcherart funktionierendes Museum wie folgt:

What do I mean by 2.0? »Web 2.0« is not just a buzzword; it's a definition of web-based applications with an »architecture of participation«, that is, one in which users generate, share, and curate the content. The web started with sites (1.0) that are authoritative content distributors-like traditional museums. The user experience with web 1.0 is passive; you are a viewer, a consumer. Web 2.0 removes the authority from the content provider and places it in the hands of the user. Now, you are a participant. (2006)

-
- 6 Für die vorliegende Arbeit werden die Bezeichnungen ›Museum 2.0‹ oder ›Das partizipative Museum‹ aufgeführt. Da sie dasselbe Konzept bezeichnen, werden sie in der Forschungsarbeit synonym verwendet.
- 7 Als Beispiel kann die Ausstellung *Wir waren die ersten ... Türkiye'den Berlin'e* aus den Jahren 2000-2002 des FHXB Friedrichshain-Kreuzberg Museum genannt werden, die auf diese Weise entstanden ist.

Dabei definiert sie die verschiedenen Kategorien von Mitwirkung im Museum als »contributing«, »co-creating«, »hosting« oder »collaborative«. Die am häufigsten verwendete Art von Partizipation wird mit »contributing« gekennzeichnet und kann als eine Art Mitarbeit verstanden werden. Besucher/-innen bringen sich hierbei ein, indem sie Ideen und Gedanken zu Werken in öffentlichen Foren teilen, mündlich oder schriftlich Feedback zu Museumsbesuchen geben, Objekte für Ausstellungen und Sammelprojekte zur Verfügung stellen, im Gästebuch ihre persönliche Meinung veröffentlichen oder im Internet Fotos ihres Museumsbesuches zeigen. Social Media spielt bei dieser ersten Form der Beteiligung zunehmend eine große Rolle.⁸ Markus Walz definiert das Konzept des »Museum 2.0« wie folgt:

Ein Museum 2.0 zeigt sich im Verfahren, Dinge als Kulturerbe zu bestimmen, in einer Aufbauorganisation, vor allem aber in Kooperationen mit Netzwerken und Partizipation verschiedenster Communitys. (Walz 2014: 329)

Andere Quellen bezeichnen das »Museum 2.0« als digitale Erweiterung. Der Artikel »Digitales Schlendern« durch die Kunstgeschichte von Sandra Trauner stellt in diesem Zusammenhang die Ideen des Städel Museums vor. In dem im Jahr 2014 erschienenen Artikel präsentiert der Städel-Direktor Max Hollein die Neuerungen wie folgt: »Die digitale Erweiterung des Museums ist unser großes Thema in den nächsten eineinhalb Jahren.« Die Möglichkeit, sich vor dem Ausstellungsbesuch bereits über Inhalte zu informieren, ist gegeben, eine digitale Exponateplattform ist vorhanden.

Der Besucher kann virtuell durch die Sammlung schlendern – von der nur ein Prozent im Museum hängt – und bekommt von Klick zu Klick andere Vorschläge: Wer »Richter« sucht, sieht nicht nur alle Maler dieses Namens, sondern auch Bilder von

8 Irit Rogoffs Verständnis der Partizipation ist radikaler als das von Nina Simon. In ihrem Text *Looking Away. Participations in Visual Culture* fragt sie nach dem, was in den Institutionen selbst getan werden kann. Wegsehen → looking away« als eine Strategie der Partizipation und den Blick darauf lenken, was geschehen ist, wodurch ein Raum der Möglichkeiten entstehen kann. Der Ausstellungsraum als Raum der Präsentation wird auf diese Weise verlassen. In ihrem Ansatz geht sie auf Aspekte der Diskussion ein, wie den Begriff der »Identität«, der die letzten 20 Jahre prägt. Identität ist tatsächlich stark mit der Debatte um die Partizipation verbunden und geht mit demjenigen der sozialen Inklusion einher. Hier setzt Rogoff an und macht darauf aufmerksam, dass die Repräsentation von Randgruppen an und für sich noch keine Errungenschaft sei. Man berichte zum Beispiel stolz von der Partizipation mit »ehemaligen Drogensüchtigen«, so Rogoff weiter. »Bei Fragen der Partizipation, Integration und Inklusion ist darüber hinaus auch diejenige danach wichtig, wer hier mit welchem Recht glaubt, wen inkludieren zu können.« (Jaschke/Sternfeld 2015: 172) Rogoff schlägt demzufolge vor, einen neuen postidentitären »Wir-Begriff« zu entwickeln und Partizipation als eine kollektive Praxis des öffentlichen Sprechens und Handelns zu verstehen, welche sich identitären Zuschreibungen widersetzt (Jaschke/Sternfeld 2015: 173).

Juristen. Wer sich dann für Gerhard Richters »Kahnfahrt« entscheidet, bekommt eine Auswahl von Bildern mit Booten quer durch die Kunstgeschichte. Wer Videos anklickt, bekommt mehr Filme angeboten als jemand, der überwiegend wissenschaftliche Texte liest. (Zit.n. Trauner 2014)

Die Praxisbeispiele, die unter dem Schlagwort des »Museum 2.0« gehandelt werden, zeigen, dass die Digitalisierung als wesentliches Mittel in Bezug auf die Involvierung der Besucher/-innen eingesetzt wird. Sie bringt Erweiterungen des bestehenden Raums mit sich und neue Formen des Dialogs, wie beispielsweise durch den Einsatz von Social Media im Ausstellungsraum oder die Möglichkeit, Objekte virtuell einzusehen. So können Ausstellungen kommentiert, Rückmeldungen dazu gegeben und eventuell neue Inputs dazu geliefert werden. Der Austausch mit der Institution wird dadurch erleichtert (vgl. Reinboth 2010). Diskutiert wird in diesem Zusammenhang allerdings auch die zunehmende »Gefahr« eines Verlusts der Deutungshoheit der Museen.⁹

»Museum 3.0« – von Digitalisierung über Nutzerzentrierung bis zum Third place

Bei der Recherche zum Konzept »Museum 3.0« zeigt sich einerseits, dass in der aktuell publizierten – vor allem deutschsprachigen – Forschungsliteratur der Begriff »Museum 3.0« noch kaum Erwähnung findet und erst ab dem Jahr 2016 auftaucht. Andererseits wird durch eine breit angelegte Recherche im Netz ersichtlich, dass diese Bezeichnung eher in englischsprachigen Beiträgen und Kolloquien auftaucht. Hier wird auch bereits ab den Jahren 2007 über das »Museum 3.0« diskutiert. Gleichzeitig kann festgestellt werden, dass das Konzept »Museum 3.0« zwei unterschiedliche Verständnisse aufweist: Einerseits dasjenige eines Ortes, bei dem das sogenannte »Edutainment« im Vordergrund steht, sowie andererseits eines sogenannten »Third place«, welcher Begegnungen und Versammlungen zulässt. Diese beiden Verständnisse sollen im Folgenden erläutert werden:

Einige Plattformen definieren das »Museum 3.0« als »open ended, multi-layered and visitor centric and encourages conversations« (Walheimer 2011). Bei diesem Verständnis des Museums handelt es sich um einen Ort, an den man jederzeit gehen, an dem man sich aufhalten und treffen und zudem Kunst betrachten kann. Vieles scheint dabei webbasiert und so gelten digitale Oberflächen, Touchscreens, Projektionstechnologien oder sogar virtuelle Realität in fast allen, diese Strategie

9 In der Publikation *Macht. Wissen. Teilhabe* wird die Frage nach der Deutungshoheit der Institutionen rege diskutiert. Beobachtungen an Tagungen und Gespräche mit Museumsleuten deuten die teilweise Angst vor dem Verlust ebenfalls an. Dieses Thema soll allerdings nicht in der vorliegenden Arbeit ausgeführt werden, da dies den Rahmen sprengen würde.

erwähnenden Diskussionen, als Standard für das Konzept (vgl. Anonym 2016). Institutionen, die dieses Konzept verfolgen, besitzen beispielsweise bereits eine komplett digitalisierte Sammlung, die einen Zugang von überall her zulassen. Auch virtuelle Museumsrundgänge sind möglich, was den Ausstellungsbesuch sozusagen dezentralisiert. Diese Offenheit, die nicht mehr nur an den Museumsbesuch und den physischen Raum vor Ort gebunden ist, scheint ein wesentlicher Anspruch des ›Museum 3.0‹ zu sein. Der Fokus liegt dabei deutlich auf dem Einsatz neuer Technologien, die ein neues Erlebnis der Ausstellungen befördern. Zudem scheint das Objekt wieder stärker ins Zentrum der Aufmerksamkeit zu rücken, welches mithilfe der neuen Technologien anders betrachtet, vermittelt und erlebt werden kann. Als Beispiel hierfür kann das Spionagemuseum in Berlin aufgeführt werden. Hier titelt man:

The Spy Museum Berlin, labeled by the media worldwide as ›Museum 3.0‹ and ›Edutainment is the magic word‹, is one of the most thrilling and modern museums in Germany. Located in the heart of the ›Capital of Spies‹, it is unique as an up-to-date venue. The more than 3.000 m² (32.000 sqft) sized Museum provides specially designed rooms for events of any kind: From the SpyCinema equipped with two laser projectors to the Global Operation Room, which can be divided in East and West and which attracts attention during ›secret conferences‹ not only with its 84" UHD 4K screen hidden in the spy mirror.¹⁰

Ein weiteres Beispiel führt die Onlineplattform *Milestone – Excellence in Tourism* auf. Sie bezeichnete 2016 das FIFA Museum als ›Museum 3.0‹ und titelte: »Vergangenes für alle neu beleben.« Im oberen Teil der Ausstellung werden Installationen von persönlich erzählten Geschichten gezeigt, die die Besucher/-innen je nach individuellem Interesse aussuchen können. Die direkte Ansprache der Besucher/-innen durch die porträtierten Personen bewirkt eine unmittelbarere Betroffenheit.

Das *Restauro Magazin* bespricht unter dem Titel *Trendanalyse – Das Museum 3.0* (Anonym 2016) die Öffnung der Kunstmuseen aus den Gebäudemauern hinein in einen digitalen Raum. Mittels Projektionen und Multimediaeinsatz werden den Besucher/-innen die Objekte auf vielschichtige Weise und auch multiperspektivisch nähergebracht. Der Blog *Making use* hingegen spricht vom Ansatz als noch gar nicht existent und bei seiner Ausrichtung als noch ungewiss und ungenau definiert (vgl. Carlson 2014). Eine weitere Definition zum ›Museum 3.0‹ lautet wie folgt:

The Museum 3.0 is designed to present the modern technologies in an interesting and amusing way. You, visitors, are expected to play with the novel technologies

10 <https://convention.visitberlin.de/en/meetingguideberlin/locations/german-spy-museum> (Stand: 27.08.2021).

and have fun, but, at the same time you are welcome to tell us what you think about the program as well as to contribute some fresh ideas or even provide some exhibits from your own work.¹¹

Garry Golden, Koautor von *Tomorrow in the Golden State: Museums and the Future of California* und Lead Instructor für ›the California Association of Museums‹ für Zukunftsprogramme, zeigt in seinem Beitrag mögliche digitale Erweiterungen für Museen: Nach Golden könnten beispielsweise audio- und soundbasierte Experimente dazu genutzt werden, trotz eines vorherrschenden Mix aus Kunst und Musik die Möglichkeit zu kreieren, stille Orte zu erhalten für diejenigen, die eben gerade diese ›Beschallung‹ nicht wollen, und auf diese Weise ein diverseres Publikum einzuschließen, ohne jemanden durch die neuen Möglichkeiten auszuschließen (vgl. Merritt 2012).

Eine etwas andere Sichtweise, die sich vom ›Edutainment-Ansatz‹ entfernt, ist das Verständnis des ›Museum 3.0‹ als sogenannter ›Third place‹, zuweilen auch ›Third space‹ genannt. »›Third space‹ isn't home, and isn't work – it's more like the living room of society at large.« (CAM 2013: 4)

Ein Vertreter dieses Ansatzes ist Lath Carlson. Er betrachtet dabei das ›Museum 3.0‹ als Ressource¹² und versteht die Institution als einen nichtkommerziellen Ort, einen öffentlichen Platz, an dem die Besucher/-innen etwas tun können, was ihren Interessen und Fähigkeiten entspricht. Was die meisten Museen eben gerade nicht hätten, so Carlson, seien Orte, Werkzeuge oder Einrichtungen, an denen sich die Besucher/-innen, ihren persönlichen Interessen und Fähigkeiten folgend, Wissen aneignen könnten. Carlson führt hierfür Kindermuseen als Beispiele auf, die eigentlich genau das tun, was viele andere Institutionen nicht können: Sie gehen Risiken ein, laden zum Experimentieren, zum Gebrauch und zum Entdecken ein. Seine Definition eines ›Museum 3.0‹ lautet wie folgt:

I have been thinking about Museums 3.0, the user-centered museum. Rather than have visitors or participants, thinking of people coming as »users«. They are in a position of using our places rather than just visiting, more like a park or library. (Carlson/Rao 2017)

Die Entwicklung der Museen soll in diesem Konzept dahin führen, einen Ort zu bilden, der Relevanz im Leben der einzelnen Besucher/-innen besitzen soll. Dieses Verständnis teilen sich Lath Carlson (The Tech Museum of Innovation, San Jose), Priya Mahabir (New York Hall of Science, Queens), Kristin Leigh (Explora, Albuquerque) und Devon Hamilton (TELUS Spark, Calgary). In dieser Definition erhalten Museen und ihre Ausstellungen die Qualitäten von Bibliotheken oder

11 <https://dunavnet.eu/museum-3.0> (URL nicht mehr erreichbar).

12 Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=pnnaXO5tYcQ> (Stand: 27.08.2021).

Parks. Dabei werden drei Charakteristika als essenziell für diese Räume aufgeführt: Nichtkommerzialität, soziale Inhärenz und Raum für Experimente und Entdeckungen. Aufgrund dieser drei Qualitätsansprüche werden entsprechende Programme mit der Bevölkerung und den *Communities* aufgebaut.¹³

So scheinen Kollaborationen oder Kooperationen wesentliche Bestandteile des ›Third place‹ zu sein. Diese werden mit Schulen oder *Communities* aus der Bevölkerung eingegangen. Auf diese Weise sollen die Bildungsinstitutionen die spezifischen Bedürfnisse der Bevölkerung stärker berücksichtigen. Es zeigt sich, dass dadurch andere Wissens- und Lernformen für die Institutionen interessant werden. Das Museum soll auf diese Weise in der Gesellschaft verankert werden, ein gewisses Gewicht durch die Zusammenarbeit mit *Communities* und Partnern erhalten und zu einem Teil des Lebens der Bevölkerung werden. Durch Kurse und erweiterte Angebote soll die Integration der Bevölkerung gefördert und der Museumsraum geöffnet werden. Turner Prize, der Direktor des Middlesbrough Institute of Modern Art (mima), definiert den Ansatz auch als Ort **für** das Publikum, **vom** Publikum gemacht. Unter dem Titel ›Ateneum 3.0‹ hat sich das Ateneum Art Museum exakt eine solche Nutzung zum Ziel gesetzt: Dabei soll ein jüngeres Publikum engagiert werden, welches sich partizipativ in die Entwicklung des Museums einbringen kann.¹⁴ Im Oktober 2015 wurden sogenannte ›Ateneum Clubs‹ eingerichtet, wo musikalische Abende und eine Kombination von Folk und Rock stattfanden. Dadurch soll zudem die Hemmschwelle zum Eintritt ins Museum niedrig gehalten werden.¹⁵

Ein wesentlicher Aspekt dieser Orte sei die Gleichheit unter den Personen. Alle Besuchenden werden dabei zu Gästen. Michael Hickey hat im Jahr 2012 eine erweiterte Definition dieses als ›Third place‹ benannten Ortes präsentiert: So sieht er diese als ›Wohnzimmer‹ einer Gesellschaft. Attribute wie komfortabel oder Ort der unerwarteten Möglichkeiten werden hier relevant. ›Third place‹ sei somit ein Ort, der informal und sozial ist, wo Erlebnisse geteilt werden und an dem geteilte Interessen und Bestrebungen existieren. Er ist zugänglich für alle und unabhängig von sozialer oder ökonomischer Herkunft und Möglichkeiten, meistens ist es ein physisch existierender Ort, welcher auch virtuell bestehen kann, seine Zugänglichkeit ist frei und kostenlos oder zumindest nicht teuer (vgl. CAM 2013: 5). Oldenburg

13 Ruffo, Museums 3.0.

14 Vgl. <https://vimeo.com/125571640> (Stand: 27.08.2021).

15 Die Idee eines Museums als ›Third place‹ ist keineswegs neu. Die Publikation *The great good place. Cafés, Coffee shops, Bookstores, Bars, Hair salons and other hangouts at the heart of a community* von Ray Oldenburg fordert bereits im Jahr 1999 einen neutralen Ort, wo Leute sich versammeln und zusammenkommen können. »Third places« or »great good places«, are the many public places where people can gather, put aside the concerns of home and work (the first and second places), and hang out simply for the pleasures of good company and lively conversation.« (Oldenburg 1999)

führt als bereits existierende Beispiele Restaurants, Cafés, Biergärten, öffentliche Parks, Onlinechats, Museen, Bibliotheken, Einkaufszentren oder Messen an. Zusammenfassend und charakteristisch seien hierfür drei wesentliche Merkmale: 1. Non-commercial public space, 2. Inherently social spaces, 3. Faith places.

Eine Studie aus dem Jahr 2014 mit dem Titel *Creating Third Spaces at the Worcester Art Museum* führt Möglichkeiten und Beispiele auf, wie Museen solche Orte mit kleinen Eingriffen schaffen: Das Getty Centre versucht mit einer Kombination von Kunst und Livemusik ein anderes Publikum zu erreichen. Ein Projekt der University of California, Santa Cruz (UCSC), gemeinsam mit der Sesnon Art Gallery, nutzt leer stehende Schaufenster in der Stadt, um Pop-Art auszustellen. Andere Museen bieten unterschiedliche Nutzungen ihrer Räume an (beispielsweise im Naturhistorischen Museum Basel oder dem Museum der Kulturen Basel) oder organisieren Führungen wie Tweetup (Historisches Museum Basel). So werden Führungen genannt, die gleichzeitig zum Ziel haben, Besucher/-innen ihren Rundgang auf Twitter kommentieren zu lassen. Garry Golden sieht die Zukunft der Museen darin, die Strategie des ›Third space‹ auszuloten:

In this future, museums bring the high standards of user experience design now often reserved for exhibitions into the third places they create for their communities, becoming more convivial and welcoming. Third Places will continue to expand as a fixture of life in the modern world, as neutral gathering places for social interactions or as quiet escapes from the fast pace of life. Museums that build compelling third places will likely reap the rewards of healthy civic engagement and the creation of cultural commons that bring communities together. (Merrit 2012)

Im Jahr 2008 erwähnt Lynda Kelly an der *Social Media and Cultural Communication Conference* in Sydney das Konzept in ihrem Beitrag und betont dabei die hierfür wesentliche Veränderung eines Museumsraums hin zu einem Ort **für** die Bevölkerung: »Museums need to transform themselves from [...] being about something to being for somebody.« (Weil 1999, zit.n. Kelly 2008) Es zeigt sich, dass die Idee des Museums als ›Third place‹ den Raum erweitert denkt und bereits zu Hause oder zumindest außerhalb der Museumsmauern beginnt. Das Museum wird somit zum ›Public space‹, zu einem Ort, der Relevanz hat für die Bevölkerung und somit Communities und Einzelpersonen einbezieht und zu Wort kommen lässt. Dabei kann es sich entweder um einen physischen oder einen virtuellen Ort handeln, der als Verhandlungsort dient. Auf diese Weise entsteht ein kuratierter und sozialer Zwischenraum.

Die beiden Ausrichtungen des ›Museum 3.0‹ in der Literatur zeigen, dass eine gewisse Uneinigkeit zur exakten Eingrenzung des Konzepts besteht. Wo die einen das ›Museum 3.0‹ als nicht kommerziell und als öffentlichen Raum bezeichnen ist für andere gerade die ökonomische Ausrichtung triftiger Grund für die Entwick-

lung hin zu diesem Konzept und zu einem vermehrten Besucher/-innenerlebnis und dem Verständnis des Publikums als Konsument/-innen:

Economic necessity is a different driver, but its impact is linked. Museums are having to focus, hard, on the customer. This might be the customer on the door, or it might be the local authority funder. If the customer isn't satisfied with the service then the custom will go elsewhere.¹⁶

So werden Besucher/-innen in diesem Konzept entweder als Kunden oder als Nutzer/-innen verstanden (vgl. Carlson/Rao 2017), der Fokus entweder auf die Schaffung eines ›Public space‹ mit der Möglichkeit zu Begegnungen oder aber auf das Erleben mittels neuer Technologien gelegt, die einen personalisierten Zugang erleichtern.¹⁷

›Museum 4.0‹ – ein Pilotprojekt

›Museum 4.0‹ steckt noch in den Kinderschuhen. Seit Mai 2017 gilt es als Pilotprojekt mit sechs weiteren Museen als Ideenschmiede und Experimentierfeld für den innovativen Einsatz von digitalen Technologien und Medien in Museen.¹⁸ Das in Deutschland angesiedelte Projekt hat zum Ziel, digitale Prototypen zu erstellen, um neue Formen von Kommunikation, Partizipation, Bildung und Vermittlung in Museen zu testen und zu ermöglichen. Im Fokus des Projekts stehen die Besucher/-innen. Es wird dabei nach neuen Wegen gesucht, in einen Austausch mit ihnen zu treten, individualisierte Angebote zu entwickeln und neue Besucher/-innengruppen anzusprechen. Mittel dazu sind neue Technologien wie Virtual Reality, Augmented Reality oder 3-D-Modellierungen. Das auf drei Jahre angelegte Projekt wird von den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien gefördert. Die Digitalisierung wird in diesem Konzept als Grundlage genutzt, um neue Wege zu gehen: Dabei geht es um Vernetzung, um neue und erweiterte Perspektiven auf Objekte, die Möglichkeit, Objekte weltweit zur Verfügung zu stellen, um sie von allen und von überall nutzbar zu machen und auf diese Weise Wissenschaftler/-innen, Privatpersonen und Interessierte einzubeziehen. ›Museum 4.0‹

16 <https://www.artscouncil.org.uk/blog/museum-30> (Stand: 19.07.2017, URL nicht mehr erreichbar).

17 Ähnlich wie im Web 3.0, auch semantisches Web oder Internet der Dinge genannt, geht es beim ›Museum 3.0‹ darum, eine auf die Besucher/-innen zugeschnittene Lösung respektive ein personalisiertes Ausstellungserlebnis anzubieten, welches somit eine gewisse Relevanz für die Besucher/-innen aufweist. Dies wiederum soll dazu führen, dass die Institution selbst an Bedeutung für die Besucher/-innen gewinnt.

18 Vgl. <https://www.museum4punkto.de/> (Stand: 27.08.2021).

thematisiert dabei auch den Zugang zum Museum selbst: Die Hemmschwelle gerade in Kunstmuseen sei hoch, so Prof. Dr. Christina Haak, Stellvertretende Generaldirektorin der Staatlichen Museen zu Berlin. Digitale Medien können hierzu eine Hilfe bieten, indem neue Objektpräsentationen möglich sind, die Objekte dadurch anders zum Sprechen gebracht werden können und so im besten Fall auch ein nicht von vornherein kunstaffines Publikum erreicht werden kann (vgl. Fendius/Lerche 2017). Die Mittel der Digitalisierung werden dabei so eingesetzt, dass die Besucher/-innen im Ausstellungsraum anders angesprochen und einbezogen werden, wobei dadurch eine neue Form der Vermittlung gewährleistet und ein Erlebnis geschaffen werden kann. Digital und analog werden dabei nicht mehr als Gegensätze geführt. Vielmehr sollen die digitalen Anwendungen die Kernaufgaben des Museums durchdringen und unterstützen.

Das Projekt untersucht, inwiefern digital gestützte Datenverarbeitung, Datenanalyse und die Datenvernetzung neue Wege in den Kernbereichen Bildung, Vermittlung, Partizipation und Forschung eröffnen können. Nebst dem Einsatz der digitalen Medien in den Ausstellungen und zu Vermittlungszwecken ist ein wesentlicher Fokus die Erweiterung der Infrastrukturen und Workflows durch digitale Mittel, wie Silvia Faulstich, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Projekt, erläutert. Als Ziel für Ausstellungen dieses Konzepts formuliert Prof. Dr. Christina Haak, stellvertretende Generaldirektorin Staatliche Museen zu Berlin, u.a. Folgendes:

Unser Ziel ist es, unseren Besucherinnen und Besuchern digitale Angebote zu machen, die Orientierung in unseren Museen bieten, Kontexte liefern und Möglichkeiten zur persönlichen Interaktion eröffnen – angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse und als optionales Zusatzangebot zur physischen Begegnung mit den Originalen. (Ebd.)

Für Objekte könnte dies u.a. ganz konkret Folgendes bedeuten, so Dr. Simone Eick, Direktorin und Geschäftsführerin des Deutschen Auswandererhauses Bremerhaven:

Bislang sind die Darstellungsmöglichkeiten für autobiographische Zeugnisse und immaterielles Kulturerbe begrenzt: Bilder und Briefe können gezeigt, Tagebucheinträge und Filmausschnitte an Multimediationen zugänglich gemacht werden. Hier kann durch den Einsatz neuer Medien eine neue Erzählform entstehen; diese als zukünftige Darstellungsform der Biographie- und Mentalitätsgeschichte zu entwickeln ist äußerst spannend. (Lerche 2017a)

Roland Wehrle, Projektverantwortlicher für das Fastnachtmuseum Narrenschopf Bad Dürkheim/Fasnachtmuseum Schloss Langenstein sieht das Potenzial des Pilotprojekts wie folgt:

In virtuellen Ausstellungen werden neue thematische Verknüpfungen geschaffen und es können sonst nicht sichtbare Objekte präsentiert werden. Außerdem erlaubt es die Digitalisierung, Objektinformationen dauerhaft zu erhalten und online nutzbar zu machen – für aktuelle und künftige Generationen. VR-Technologien bieten darüber hinaus völlig neue Dimensionen des Erlebens und Lernens. Soziale Plattformen ermöglichen es schließlich, Wissen und Erlebnisse zur Verfügung zu stellen und zu teilen. (Lerche 2017b)

Michael Fuchs, Präsident des Fasnachtsmuseums Schloss Langenstein, fügt an:

Ergänzend dazu führt eine bessere, selbstverständlich anonymisierte Datengewinnung über das Verhalten der Besucher zu einer optimierten Museumsarbeit. Das Angebot kann durch digitale Technologien stärker auf die tatsächlichen Bedürfnisse des Museumsbesuchers zugeschnitten werden. Durch die Personalisierung von Medien kann jeder einzelne Besucher ganz individuell angesprochen werden und individualisierte Vermittlungsangebote wahrnehmen. (Ebd.)

Das ›Museum 4.0‹ kennzeichnet sich somit als ein Ort, an dem der bestehende Raum erweitert und neue Perspektiven eingenommen werden, Objekte durch die technischen Hilfsmittel anders erfahren und durch 3-D-Visualisierungen neue und auch immersive Erlebnisse in den Ausstellungen geschaffen werden können.¹⁹

19 Die noch spärlich vorhandenen Unterlagen, die sich vorwiegend im Netz finden lassen, führen dazu, dass in diesem Teilkapitel u.a. von den Initianten des ›Museum 4.0‹ viel zitiert wird.

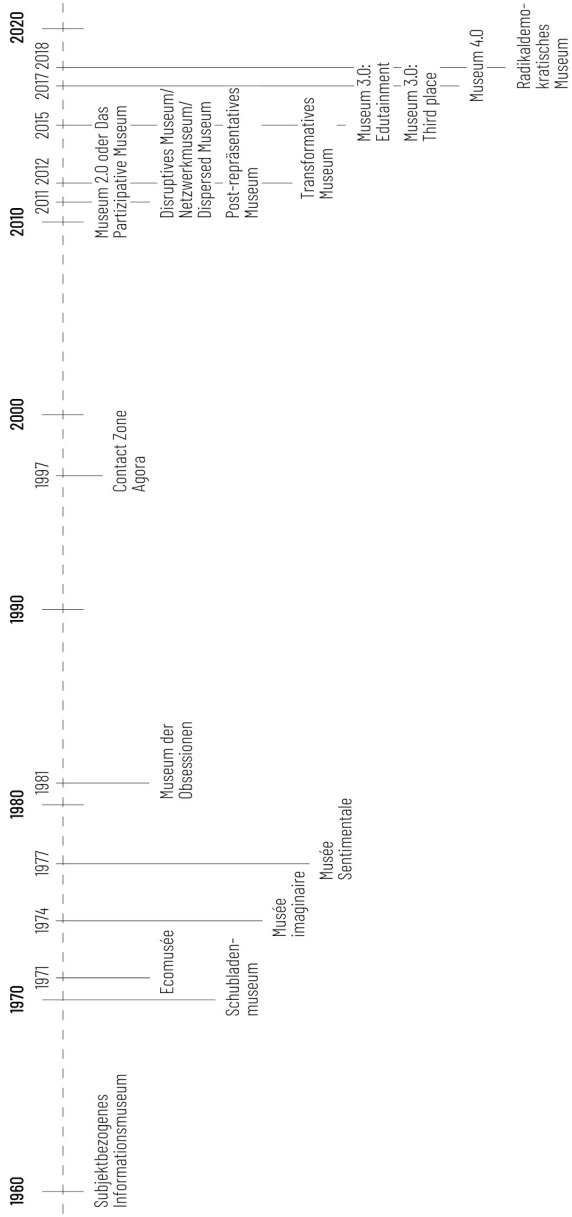
Fazit

Entwicklung Museumskonzepte

Die zusammenfassende Darstellung der Museumskonzepte zeigt, dass zwei größere Entwicklungswellen zu verzeichnen sind sowie eine etwas kleinere in den 1980er- und 1990er-Jahren: Die erste Welle in den 1970er-Jahren erklärt sich durch Veränderungen in der Kulturpolitik sowie durch den Wandel des politischen Verständnisses von Demokratie und Bildung. (Abb. 2)

So beinhaltet das neuartige Verständnis demokratischer Bildungsmöglichkeiten die Forderung an eine Didaktik, die es auch Menschen ohne Vorwissen ermöglichte, an den Bildungseinrichtungen teilzunehmen. Auf diese Weise entstanden Programme für ›neue Bildungsschichten‹ in der Museums- und Ausstellungspolitik. Paulgerd Jesbergs Band *Das Museum der Zukunft* von 1970 zeigt einige dieser Möglichkeiten auf. Er beschreibt, inwiefern die politischen Geschehnisse nach 1968 in den Diskussionen wiederzufinden sind, und demonstriert die vorherrschende Forderung des barrierefreien Zugangs zum vormaligen »Tempel der Bildung« für höhere Besucher/-innenschichten (te Heesen 2012: 152). Weitere zentrale Themen in der Museumswelt zu dieser Zeit waren: die Mobilität von Besucher/-innen und Objekten, die Anschlussfähigkeit der Besucher/-innen an die Gegenwart, zukünftige Technologien sowie der Bewegungstrieb der modernen Gesellschaft. Mit der Einführung der ›Neuen Museologie‹ gegen Ende der 1980er-Jahre und deren schriftlich manifestierten Forderungen nach dem Einbezug des Publikums entstanden weitere Konzepte fast rund zehn Jahre später (›Museum as Contact Zones‹ von 1997 und das ›Museum als Agora‹). Ab 2010 bis heute (2019) zeigen sich wiederum vielfältige Konzepte, deren Weiterentwicklung relativ rasant vonstatten geht. Diese ist durch neue Besucher/-innenansprüche zu erklären, welche sich aus Social Media und anderen technologischen Möglichkeiten ergeben. Sie alle tragen dazu bei, dass das Publikum neue Formen der Partizipation auch im Alltag nutzt und diesen Anspruch in der Folge gleichfalls in die Institutionen überträgt.

Abbildung 2



Museumskonzepte versus Ausstellungen

Die aufgeführten Museumskonzepte zeigen eines deutlich: In den Konzepten scheinen die Anforderungen an die Ausstellungen nicht eindeutig als solche hervorgehoben zu werden. Eine klar ersichtliche Trennung zwischen ›Museumskonzept‹ und ›Ausstellung‹ ist deshalb nicht vorhanden. Vielmehr zeigt sich, dass sich alle Ansprüche der Museumskonzepte an eine gesellschaftliche Einbindung fast nur in der das Publikum adressierenden Form der Ausstellung niederschlagen können. Auf diese Weise verschmelzen die Begriffe zusehends und eine klare Trennung wird dadurch erschwert. In der angefügten Tabelle wird deshalb versucht, eine möglichst klare Trennung der Merkmale von Museumskonzepten sowie Ansprüchen an die Ausstellungen aus diesen Konzepten vorzunehmen. (Tab. 1)

Im Weiteren stellt sich heraus, dass das Museumskonzept ›3.0‹ zwei Ausrichtungen aufzuweisen scheint: eine, die das Museum als ›Third place‹ versteht, sowie eine weitere, die das Museum als Ort begreift, wo Wissen spielerisch vermittelt wird und wobei der Begriff des ›Edutainment‹ eine große Rolle spielt.¹ Ausstellungsbeispiele zu diesem Konzept, wie das Spionagemuseum, untermalen den ›Edutainment‹-Ansatz. Aus diesem Grund wird das Museumskonzept ›Museum 3.0‹ nachfolgend in zwei Konzeptansätze unterteilt: ›Museum 3.0 als Third place‹ und ›Museum 3.0 als Edutainment‹.

Tabelle 1: Museumskonzepte und Ausstellungen

Museumskonzept	Merkmal Museumskonzept	Anspruch an Ausstellung
Subjektbezogenes Informationsmuseum (1970)	Das Museum in Bewegung	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen, Flexibilität, Bewegung, Wandel
Ecomusée (1971)	Freilichtmuseum mit lokaler Bevölkerung	Ortsgebunden, communitybasiert Partizipation durch: Zusammenarbeit, Kooperation (der Community)
contact zone und agora (1997)	Museum als sozialer Raum	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen, Multiperspektive Partizipation durch: Dialog, Auseinandersetzung, Netzwerke, Besucher/-innen als Beteiligte

1 Vgl. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/edutainment-35739> (Stand: 27.08.2021).

Disruptives Museum/ Netzwerkmuseum/ Dispersed Museum (2011)	Denkfabrik	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen, ortsungebunden (verstreut, ohne Museumsgebäude) Partizipation durch: Kooperationen, relevante gesellschaftliche Themen
Museum 2.0 (2010)	Kommunikations- plattform durch Partizipation	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen, Gegenwartsthemen, Alltagswissen Partizipation durch: Kooperation, Mitsprache, Mitarbeit, Teilhabe (community- und netzwerkorientiert) Digitalisierung (Social Media), Digitale Erweiterungen, Selbst-Identifikation (Simon, Self-Identification and Status Updates. Siehe auch: http://museumtwo.blogspot.com/2009/05/self-identification-and-status-updates.html (Stand: 30.04.2019)
Post-repräsentatives Museum	Öffentlicher Möglichkeitenraum	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen Partizipation durch: Teilhabe und Teilnahme, Dialog Perspektivenwechsel Multiperspektive Offene Prozesse in der Ausstellung ermöglichen
Transformatives Museum (2012)	Offenes, proaktives Museum	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen, Flexibilität, Partizipation, Innovation Offenheit für Kritik, neue Technologien, Relevanz, Aktualität
Museum 3.0: Edutainment (2015)	Museum als Erlebnis	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen, Digitalisierung Virtualität Erweiterter Raum, Partizipation durch: Interaktion, Erlebnis, Objektfokus, Individualisiert, Personalisiert, Multiperspektive
Museum 3.0: Third place (2015)	Museum als öffentlicher Aufenthaltsort	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen, Experimentierort, Entdeckungen, Relevanz Sozialer Raum, Kooperationen, Partizipation durch: Kollaboration, einladend, komfortabel, Besucher/-innen als Gast

Museum 4.0 (2017)	Digitales Museum	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen, digitale Technologien, virtuelle Erlebnisse, individualisiert, Vernetzung, Multiperspektiven, Erlebnis, Orientierung, Kontexte schaffen, Partizipation durch: Interaktion, immersive Teilhabe, personalisierte Inhalte, erweiterte Erzähl- und Darstellungsformen, thematische Verknüpfungen, zeitgemäße Wissens- und Lernformen (Teilen von Wissen und Erlebnissen)
Radikaldemokratisches Museum (2018)	Demokratisches Museum	Heterogenes Publikum, aktive Besucher/-innen, Versammlungsraum als Diskussionsraum, Abkehr vom klassischen Ausstellungsraum

Anforderungen an Ausstellungen aus den Museumskonzepten

Die aufgeführten Konzepte, die seit der Einführung der ›Neuen Museologie‹ entstanden sind, zeichnen ein vielfältiges Bild, zeigen aber neben einigen konzeptspezifischen Merkmalen auch viele Gemeinsamkeiten. In den Museumskonzepten werden die Anforderungen teilweise unterschiedlich benannt, obwohl gleiche oder ähnliche Maßstäbe gemeint sind. Im Folgenden sollen die wesentlichsten und deutlichsten Anforderungen der Konzepte an Ausstellungen zusammenfassend aufgeführt werden. Dabei wird Richard Sandells Definitionen der drei Aspekte gefolgt (siehe Kapitel *Der Fokus auf drei Begriffe – die drei Pfeiler gesellschaftlicher Einbindung*).

Unter dem Aspekt der Repräsentation zeigt sich bei fast allen Konzepten der Anspruch an den Einbezug eines heterogenen Publikums unterschiedlicher Herkunft mit verschiedenen Kenntnissen, ökonomischen Hintergründen, Alter etc. Die Forderung einer Multiperspektive auf das Gezeigte wird dadurch ebenfalls laut und geht mit dem Anspruch an Relevanz des Ausgestellten einher, gekoppelt mit einem Gegenwarts- und Aktualitätsbezug. Das Dargestellte soll entsprechend authentisch sein, damit sich die Besucher/-innen mit dem Präsentierten identifizieren können. Beim Aspekt der Partizipation zeigt sich in den Konzepten, dass die Besucher/-innen in den Ausstellungen nicht mehr passive Betrachter/-innen sind, sondern aktiv einbezogen und entsprechend aktiviert werden sollen (in diesem Zusammenhang verweisen die Konzepte Jesbergs sowie Hooper-Greenhills oder Sternfelds radikaldemokratischer Vorschlag auf eine Auflösung der Deutungsho-

heit der Institutionen). Grundsätzlich verdeutlicht sich deshalb bei der Partizipation der Wille zur Aktivierung der Besucher/-innen. Das Verständnis von Partizipation in den verschiedenen Konzepten unterscheidet sich zum Teil stark voneinander und variiert selbst innerhalb der Institutionen. Sie kann von bloßer Aktivierung über die Einflussnahme bis zu Mitbestimmung, Mitgestaltung oder Selbstgestaltung in den Ausstellungen reichen.² Interessant ist dabei der Umstand, dass diese Vielfalt an Partizipationsmöglichkeiten mit dem Konzept ›Museum 3.0‹ eher abnehmend ist oder zumindest nicht mehr so stark zur Diskussion steht. Hier scheinen eher die Interaktionsmöglichkeiten zur Aktivierung und Einflussnahme in das Geschehen die wesentlichsten Merkmale auszumachen. Es geht dabei vielmehr um ein individuelles Erleben als um ein, wie im Konzept ›Museum 2.0‹ gefordertes, dialogisches Format, welches den Anspruch an einen Austausch zwischen Publikum und Institution stellt. Das Konzept ›Museum 4.0‹ scheint hier ebenfalls eher um das individuelle Erlebnis bemüht und diskutiert nebst der Aktivierung des Publikums, in Form der Schaffung eines individuellen Erlebnisses, keine dialogischen Möglichkeiten. Dies scheint zumindest in der jetzigen Beschreibung des Konzepts noch der Fall zu sein. Der Aspekt der Zugänglichkeit wird in den Konzepten wie folgt behandelt: So sind thematische Ausstellungen beispielsweise ein vielgenutztes Mittel, um den Besucher/-innen einen Zugang zu den Inhalten der Ausstellungen zu gewähren. Im Weiteren weisen viele Konzepte die Anforderung an eine gewisse Flexibilität der Ausstellungen auf (diese sichtbare Abkehr von Dauerausstellungen als statisches Format forderte bereits Jesberg). Grundsätzlich zeigt sich, dass der Aspekt der Zugänglichkeit seit den 2010er-Jahren eine Zunahme an neuen Anforderungen erfahren hat. Diese sind u.a. mit den technologischen Entwicklungen und der damit einhergehenden Digitalisierung zu erklären. Dazu gehören die Forderung eines Erlebnisses in Ausstellungen sowie immersive Erfahrungen oder individualisierte und personalisierte Zugänge zu den Inhalten. Eine weitere Option stellt die Anforderung an ein ortsunabhängiges Museum dar, also Ausstellungen, die überall stattfinden können und keines spezifischen Gebäudes mehr bedürfen. Die Digitalisierung führt im Weiteren zum Anspruch an erweiterte Erzähl- und Darstellungsformen in den Ausstellungen, an thematische Verknüpfungen oder Netzwerke, beispielsweise mit Ausstellungen an anderen Orten. Dabei spielt eine gewisse Dezentralität eine Rolle. Die Anpassung an zeitgemäße Wissens- und Lernformen in den Ausstellungen ist zudem anzufügen. Diese formuliert vor allem das Konzept ›Museum 4.0‹, welches sich zurzeit noch im Aufbau befindet.

2 Hierbei beziehe ich mich auf die Bezeichnungen von Claudia Ehmayer. Sie definiert fünf Intensitätsgrade von Partizipation. Ihre Partizipationsintensitäten scheinen mir hierbei sehr umfassend zu sein und kulturelle Partizipation im Allgemeinen zu betreffen. Es gibt natürlich eine Vielzahl weiterer Modelle wie diejenigen von Alain S. Brown, Silke Feldhoff, Nina Simon et al. (siehe auch Piontek 2017).

II. Teil:

Gesellschaftliche Einbindung in der Praxis – aber wie?

Das folgende Kapitel untersucht drei Fallbeispiele auf ihren Umgang mit gesellschaftlicher Einbindung. In einem ersten Schritt werden die Fallstudien beschreibend angegangen. In einem zweiten Schritt wird schließlich ihr Umgang mit den drei Schlüsselbegriffen Repräsentation, Partizipation und Zugänglichkeit untersucht. Hierbei werden Merkmale der drei Ausstellungen analysiert, die den drei Aspekten gesellschaftlicher Einbindung zugeordnet werden können. Für die Auswertung der beobachteten Ansprüche in den Ausstellungen und deren Zuteilung zu den drei Aspekten orientiere ich mich an den Definitionen von Richard Sandell:

1. Representation – the extent to which an individual’s cultural heritage is represented within the mainstream cultural arena;
2. Participation – the opportunities an individual has to participate in the process of cultural production; and
3. Access – the opportunities to enjoy and appreciate cultural services (which can incorporate both (i) and (ii) above). (1998: 410)

Archäologie Schweiz

Kontextualisierung

Das Landesmuseum Zürich ergänzte durch einen Erweiterungsbau der Architekten Christ und Gantenbein den Altbau aus der Zeit des Historismus. Dieser skulptural anmutende Erweiterungsbau verlangte unweigerlich eine Neuinterpretation der Sammlungen. Unter anderem sollte die archäologische Sammlung des Landesmuseums Zürich szenografisch interpretiert und als neuer Teil der Dauerausstellung ausgerichtet werden. Die als Wettbewerb ausgeschriebene Neuinterpretation der Ausstellung wurde vom Atelier Brückner aus Stuttgart konzipiert und umgesetzt. Die relativ geringe Fläche von 500 m², die für den Dauerausstellungsteil zur Verfügung stand, bedingte eine hohe Verdichtung der vielen Sammlungsstücke. Intention der Kurator/-innen war es, die Dauerausstellung zum Schlüssel für eine spannende Auseinandersetzung mit dem Thema ›Schweiz und ihre Umwelt‹ werden zu lassen (vgl. Atelier Brückner 2017: 5). Thematisch behandelt das Landesmuseum Zürich Schweizer Geschichte von den Anfängen bis heute, aktuelle Themen sowie die schweizerische Identität und Vielfalt der Geschichte und Kultur des Landes.¹

Das Museum hat eine historische und kulturhistorische Ausrichtung. Der gesetzliche Auftrag des Museums lautet, die Geschichte der Schweiz darzustellen und sich mit der vielfältigen Identität der Schweiz auseinanderzusetzen. Zielpublikum der Ausstellungen sind verschiedene Besucher/-innengruppen, wobei ein Schwerpunkt auf Schulen, Familien und Touristen gelegt wird. Die 2016 gestaltete Dauerausstellung *Archäologie Schweiz* widmet sich durch die Präsentation archäologischer Bodenbefunde über Medienstationen und Texte der Geschichte der heutigen Schweiz. Ziel der Ausstellungsmacher war es, diese attraktiv und verständlich aufzubereiten, zu vermitteln und zu präsentieren. Die Intention der Kurator/-innen lag darin, »die Dauerausstellung Archäologie zum Schlüssel für die spannende Auseinandersetzung mit dem Thema ›die Schweiz und ihre Umwelt‹ werden zu lassen« (Atelier Brückner 2017: 5). Die Rahmenbedingungen vonseiten der Kuration wur-

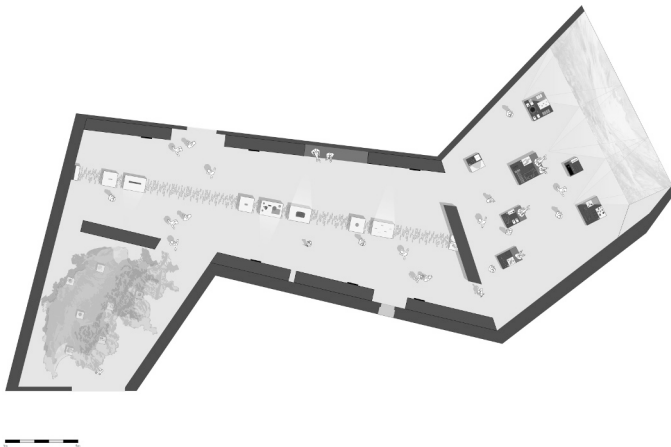
1 Vgl. <https://www.nationalmuseum.ch/de>

den vordergründig klar umrissen und auf diese Weise wesentliche Anhaltspunkte für die Gestaltung, Vermittlung und Ausführung der Inhalte vermerkt.²

Deskription der Ausstellung

Den Szenografen stand ein Z-förmiger Raum zur Verfügung, den sie in drei Bereiche einteilten: einen Prolog ›Terra‹, einen Mittelteil ›Homo‹ und einen Epilog ›Natura‹. In ›Terra‹ werden sieben Fundstücke in Relation zur Topografie der Schweiz gezeigt, in ›Natura‹ werden die Besucher/-innen zum eigenen Forschen eingeladen und in ›Homo‹ sind über 1.300 Fundstücke aus über 10.000 Jahren zu Raumbildern arrangiert. (Abb. 3)

Abbildung 3



Im Folgenden soll ein Besucherrundgang in der Dauerausstellung skizziert werden, um schließlich den Charakter der Ausstellung zu erfassen und Aspekte der Repräsentation, Partizipation und Zugänglichkeit herauszuarbeiten.

2 Die Ausstellung sollte von zwei Seiten her begangen und betreten werden können, eine offene Präsentationsform wurde verlangt (kein Raum im Raum), um somit einen Dialog mit dem bestehenden gebauten Raum herzustellen, Langlebigkeit der Ausstellung und somit ein Einfluss auf das gewählte Material, eine gewisse Flexibilität, um ggf. wechselnde Schwerpunkte des Museums jederzeit anpassen zu können: Ein klarer Objektfokus wurde vermerkt, interaktive Medienstationen, die die Inhalte einfach vermitteln, sowie die Mehrsprachigkeit mussten gewährleistet werden.

Vor der Ausstellung

Das gegenüber dem Bahnhof Zürich gelegene Museum empfängt die Besucher/-innen mit einem großen Vorplatz, dessen eine Seite im Sommer von einem Café genutzt wird. Darüber hinaus laden lange, großzügig gestaltete Sitzbänke zum Verweilen ein. Der kiesbedeckte Boden führt bis vor die wenigen Treppenstufen zum Museumseingang. Vor dem Museum deutet nichts auf die Ausstellung *Archäologie Schweiz* hin. Einige Plakatwände sind zwar vorhanden, bewerben jedoch andere im Museum gezeigte Ausstellungen. An der digitalen Anzeige, die im Foyer aushängt, wo sich auch der Kassenbereich, das Bistro, der Zugang zum Altbau und den darin präsentierten Ausstellungen, der Museumsshop und der Treppenabgang zu den Toiletten und Garderoben befinden, wird die Ausstellung nicht angezeigt. Ein erster Hinweis auf die Dauerausstellung findet sich im großzügigen und sehr hohen Foyer. Eine Orientierungshilfe, auf der verschiedene Signaletiken angebracht sind (Toilette, Bistro), zeigt über drei kleine Bilder die Ausstellungen im Neubau an, darunter auch die gesuchte Ausstellung *Archäologie Schweiz*. Neben dem Bistro und vor dem Eingang in den Ausstellungsbereich des Neubaus gibt es ein Stehpult, wo die Ticketkontrolle stattfindet. Hinter diesem Stehpult hängt ein weiteres kleines Bild, welches die Dauerausstellung anzeigt. Als Besucher/-in schlängelt man sich nach dieser Ticketkontrolle fast labyrinthartig durch die großzügigen Räume und Teile der Ausstellungen im Neubau aus Beton. Der ausladende Treppenaufgang führt die Besucher/-innen in ein Obergeschoss, auf welchem sich ebenfalls Ausstellungsflächen befinden. Weitere kleine Bilder, die als Signaletik zur gesuchten Ausstellung dienen, zeigen an, dass die Besucher/-innen hier geradeaus gehen sollen, um zu *Archäologie Schweiz* zu gelangen. Man erreicht einen schmalen Treppenabgang, der ins Untergeschoss führt. Insgesamt drei kleine Bilder kündigen an, dass die Dauerausstellung nicht mehr weit sein kann. Die Bilder sind alle jeweils an Abzweigungen oder Treppenzu- und -abgängen angebracht, um den Weg zu weisen. (Abb. 4 und 5)

Abbildung 4



Abbildung 5



Beim Ausstellungseingang

Im Gegensatz zur zentralen Treppe im Neubau wirkt der Treppenabgang ins Untergeschoss beinahe eng. Das fensterlose Untergeschoss mutet insgesamt sowieso beengender an als die oberen helleren, hohen und großzügigen Räumlichkeiten. Auffallend sind dabei die hochwertigen Materialien wie Sichtbeton oder geschlif-

fener Beton mit einem Geländer aus Baubronze. Auf der untersten Stufe angelangt, fällt der Blick auf die offenen Flügel einer riesigen Tür, die einen ersten Einblick in die Ausstellung zulassen. Linkerhand im Raum erblickt man eine große Vitrine, rechts davon und eher mittig im Raum eine große schwarze Stele, die Titel, Untertitel und einen Saaltext sowie einzelne Objekte zur Ausstellung enthält. (Abb. 6)

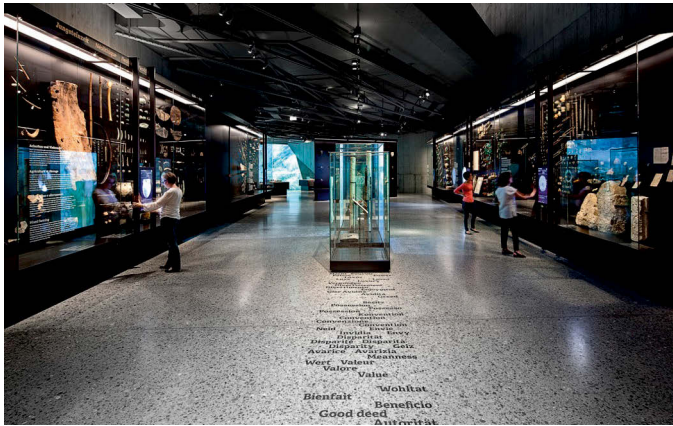
Abbildung 6



Übersichtlichkeit

Nichts deutet auf einen Orientierungsplan hin, der die drei Räume übersichtlich und mit ihren inhaltlichen Schwerpunkten präsentiert. Die drei Stelen, die in den einzelnen Abschnitten stehen und die drei Themenbereiche einführen, sind die einzigen Elemente, die als eine Art Orientierungshilfe für die Besucher/-innen dienen. Sie verweisen mittels Titel, Untertitel, eines beschreibenden Textes sowie der dazugehörigen Objekte auf den jeweiligen Inhalt des Ausstellungsabschnittes. Der fehlende Übersichtsplan zur zusätzlichen Orientierung scheint für diese Ausstellung nicht störend zu sein. Die großzügigen und offenen Räumlichkeiten und die Übersicht in den jeweiligen Themenabschnitten sowie einzelne Durchsichten zu den anderen Themenbereichen lassen die Ausstellung selber relativ übersichtlich erscheinen. Die Ausstellung bietet so den jeweiligen Themen und den darin ausgestellten Objekten genügend Raum. (Abb. 7)

Abbildung 7



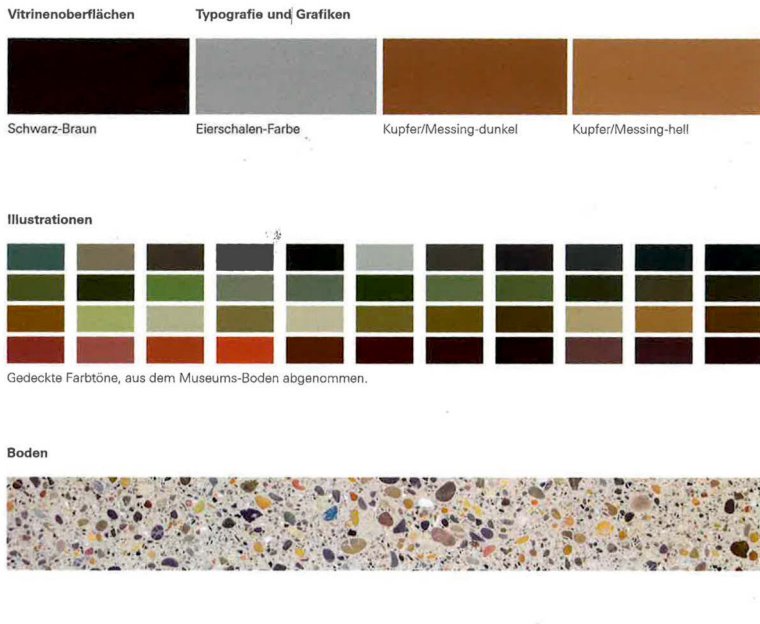
Ausstellungsräumlichkeiten

Über eine schwere und fast raumhohe Tür aus Messing kann der Ausstellungsraum betreten werden. Die Tür, die wahrscheinlich nicht immer offen steht, lässt sich nur mit einem kraftvollen Ruck öffnen. Der Raum ist trotz fehlender Fenster durch eine durchgehende Grundbeleuchtung gut ausgeleuchtet. Die fehlende natürliche Lichtquelle durch nicht vorhandene Fenster, die schwer wirkenden und auch in dunklen Farbtönen gehaltenen Materialien der Ausstellungsarchitektur, welche dem Material des Museumsbodens entnommen wurden, sowie die bestehende Architektur selber lassen den Raum trotzdem etwas düster wirken.³ (Abb. 8)

Von der Treppe des Neubaus kommend und so im Eingangsbereich der Ausstellung stehend, stellt man fest, dass es möglich scheint, die Ausstellung durch einen anderen, direkt gegenüberliegenden Ein- oder Ausgang zu verlassen. Ein Schild zeigt an, dass die Ausstellung auch von der anderen Seite (dem Altbau) her zugänglich ist. Dieser Zugang ist ebenfalls durch eine raumhohe Tür erschlossen. Die Atmosphäre und die Ausstellungssprache dieses Raums wirken sehr klassisch und erinnern an die alten ehrwürdigen Ausstellungshallen, in denen Stillschweigen geboten war, was auch an den hohen Wänden und Decken liegen mag. Der Raum wirkt durch die Anordnung der szenografischen Elemente und Vitrinen aus Glas trotz der Fülle an Sammlungsobjekten relativ großzügig und überschaubar. Fast

3 Bei den Farben, welche dem Museumsboden entnommen wurden, handelt es sich um Schwarz-Braun, Eierschalen-Farbe, Kupfer/Messing-Dunkel, Kupfer/Messing-Hell sowie gedeckte Farbtöne.

Abbildung 8



meint man, in einer Nachbildung eines alten archäologischen Museums zu stehen. So erinnert dieser Abschnitt aufgrund des starken Objektfokus an die traditionellen und heute in vielen archäologischen oder ethnografischen Museen noch immer gängigen Ausstellungstypologien. Eine sehr ähnliche Anordnung, Anmutung und Atmosphäre sind beispielsweise im Musée d'ethnographie de Genève (MEG) oder im Pergamonmuseum in Berlin vorzufinden. Großzügige Hallen, Ruhe und ästhetische Präsentationen, freie Objektanordnungen oder großzügig gestaltete Vitrinen aus hochwertigen Materialien, die Durchsichten auch auf andere Objekte zulassen, kennzeichnen diese Art von Ausstellungen. (Abb. 9 und 10)

Abbildung 9 und 10



Rundgang

Vom Neubau kommend, betritt man den Bereich ›Homo‹, wie der Schriftzug an der im Raum stehenden schwarzen Stele informiert. ›Homo, Archäologie Schweiz‹ – so lautet der Titel in goldenen Lettern auf dem dunklen, hochwertig aussehenden Untergrund der Stele, die die Besucher/-innen um einiges überragt – zeigt sechs kleine Objekte unterschiedlicher Art, die über der Ablage zu schweben scheinen. Zudem sind vier kurze beschreibende Textblöcke in den drei Landessprachen Deutsch, Französisch, Italienisch und der vierten offiziellen Sprache Englisch vorhanden. Die Beschreibungen erklären den Inhalt dieses Raumabschnittes ›Homo‹. Dieser Abschnitt scheint der größte und somit zentrale Teil zu sein, umrahmt von einem etwas weiter hinten und somit direkt hinter der Stele liegenden sowie einem vom Eingang her ersichtlichen Bereich, der durch eine weitere Stele gekennzeichnet ist. Von diesem hintersten Ausstellungsteil ist vom Eingang her nur eine wandfüllende Projektion zu sehen, die den hintersten Raum erhellt. Räumlich geschulte Besucher/-innen erkennen auf diese Weise die Z-Form der gesamten Dauerausstellung.

Im Abschnitt ›Homo‹ wird den Besucher/-innen die Menschheitsgeschichte bis zum modernen Menschen durch zwei miteinander verknüpfte Erzählstränge geschildert. Die ›Protagonisten‹ der Erzählung sind die Objekte. So präsentieren sich den Besucher/-innen zu beiden Seiten dieses Abschnittes ›Homo‹ raumhohe Vitrinen, die die großen sechs Epochen der Menschheitsgeschichte vermitteln und ein chronologisches Band bilden (vgl. Atelier Brückner 2017: 78). Dabei werden in jeder Vitrine entsprechende Objekte präsentiert. Kurze, ebenfalls in vier Sprachen angebrachte Texte an den Vitrinen erzählen Hintergründe zu den jeweiligen Epochen. Die einzelnen Objekte können entweder direkt oder aber mittels einer Art ›Vergrößerungsgerät‹ betrachtet werden, welches den Vitrinen entlang gestoßen

Abbildung 11



oder gezogen werden kann. Das Gerät ermöglicht es den Besucher/-innen, einzelne Objekte näher »heranzuzoomen«. (Abb. 11)

Das Gerät bietet auch die Option, Informationen wie kurze Filme oder weitere Bilder mittels Touchscreen abzurufen, die das Objekt beschreiben. Auf diese Weise ist es Besucher/-innen möglich, vertiefende Angaben zu einzelnen ausgestellten Artefakten zu erhalten. Insgesamt sind an den Epochenvitrinen sechs solcher »Zoom«-Elemente befestigt. Es fällt auf, dass die Objekte in den einzelnen Vitrinen in jeder Epoche einer unterschiedlichen Anordnung unterliegen. In ihrer Präsentation vermitteln sie auf diese Weise ein für die jeweilige Epoche zentrales »Raumbild«, wie ein Museumsangestellter einer Besucher/-innengruppe erklärt. (Abb. 12) Ohne dieses Wissen könnten unbedarfte Besucher/-innen diese Zuordnung wohl kaum erkennen. (Abb. 13)

In der Mitte des Raums befinden sich sieben in Reih und Glied angeordnete Vitrinen, welche größere Objekte als diejenigen in den Epochenvitrinen zeigen. Sich einem dieser Objekte nähernd, sind nebst der sorgfältigen Präsentation ebenfalls kurze, den Gegenstand beschreibende, jedoch sehr klein gedruckte, weiß auf schwarzem Grund geschriebene Texte in den vier Ausgangssprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch, Englisch) zu lesen. Bei eingehender Betrachtung einer der Vitrinen, welche fünf filigrane und scheinbar aus Gold gefertigte Objekte zeigt, ist ein Interaktionsangebot festzustellen. Der an der Vitrine angebrachten Aufforderung folgend, diese Interaktion auszulösen, können Besucher/-innen den Finger auf die vorgesehene Stelle am Glas legen. Als Folge davon wird die Vitrine opaque geschaltet und eine, die ganze Rückseite der Glasvitrine einnehmende Animation flimmert auf, die den Betrachtenden den Gebrauch und die Geschichte des Gegenstands vermittelt.

Abbildung 12

PALÄOLITHIKUM
PALEOLITHIC AGE

Ursprung der Menschheit
Origin of humankind

NEOLITHIKUM
NEOLITHIC AGE

Die ersten Bauern
The first farmers

BRONZEZEIT
BRONZE AGE

Metal makes the World
go round

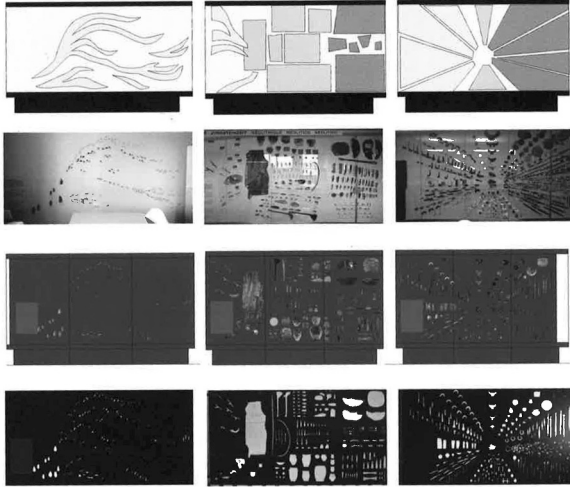


Abbildung 13



Solche interaktiv ausgelösten Projektionen sind auch in drei weiteren in diesem Raum vorhandenen Vitrinen installiert. Grundsätzlich fällt auf, dass in der Ausstellung die Informationen zum Objekt aus einer wissenschaftlichen und archäologischen Perspektive erzählt werden. Durch die Animationen, die als vertiefende Informationen gedacht sind, werden die Objekte in einer Geschichte kontextualisiert. (Abb. 14)

In einer geraden, sich in der Mitte des Raums befindenden und die Vitrinen verlängernden Linie ist eine Grafik in schwarzen Lettern auf dem Terrazzoboden angebracht. Bei eingehender Betrachtung erkennt man Worte wie ›Wohltat‹, ›Beneficio‹, ›Good deed‹, ›Disparität‹, ›Neid‹, ›Gier‹, ›Envie‹ etc. Die Worte alleine scheinen losgelöst von der Ausstellung und ihren Objekten zu stehen. Der eine Gruppe führende Museumsangestellte erklärt jedoch, dass es sich dabei um von Kurator/-innen zeitlos eingeschätzte menschliche Eigenschaften handelt. Sie sollen auf diese Weise als Zeitachse zwischen der Vergangenheit, der Gegenwart und der Zukunft fungieren. (Abb. 15)

Abbildung 14 und 15



Erst jetzt ist zu erkennen, dass die Mittelachse des Raums durch die sie verbindende ›Wortgrafik‹ auch einen Beginn und ein Ende im Ausstellungsteil ›Homo‹ aufweist. Die erste Vitrine, die sich an der hintersten Wand, gleich rechts neben dem Eingang befindet, scheint demnach den Anfang der Zeitachse zu markieren. Kaum merklich erst und schließlich immer stärker erkennen Besucher/-innen sich überlagernde und verändernde Projektionen von Gesichtern in der Vitrine, die die Entwicklung des Menschen darstellen. Durch die leicht verspiegelte Fläche dieser ansonsten leeren Vitrine wird das Spiegelbild der Besucher/-innen Teil der sich überlagernden Gesichter und damit der sich stetig verändernden Menschheitsgeschichte. (Abb. 16)

Der Zeitachse entlang spazierend, in Richtung ›Zukunft‹, wie der Museumsführer erklärt, ist eine weitere Stele zu finden. Darin ist eine Sitzmöglichkeit integriert. Diese Stele grenzt den Abschnitt ›Homo‹ von ›Natura‹ ab. Die Sitzmöglichkeit erinnert in ihrer Ausgestaltung an eine Vitrine, die auf einer Seite geöffnet

Abbildung 16



ist und somit die Besucher/-innen einlädt, sich zu setzen. In der Vitrine sitzt bereits eine Besucherin auf einer schwarzen Sitzgelegenheit. Sie hat eine, an einem Kabel befestigte einzelne Hörmuschel in der Hand und lauscht offensichtlich einer Tonaufnahme, lächelt ab und an, legt schließlich den Hörer wieder an seinen Platz und verlässt die Vitrine. Beim Nähertreten erkennt man auch hier kurze erklärende Texttäfelchen zum Inhalt des Hörspiels eines Schweizer Autors. Das Hörspiel ist fiktiv und wagt einen Ausblick in die Zukunft. In dieser Vitrine selber ausgestellt, erkennen Besucher/-innen, dass sie sich hier am anderen Ende der Zeitachse befinden und so auf die vergangenen Menschheitsentwicklungen ›zurückblicken‹. Ein eigenartiges Gefühl, sich am anderen Ende zu befinden, stellt sich ein, gleichzeitig aber auch ein gewisses Unbehagen, sich in der Vitrine ausgestellt zu wissen, wo unweigerlich alle anderen Besucher/-innen kurz fragend hinblicken. Schließlich kann man den Raumabschnitt, der sich hinter der Vitrine mit dem Hörspiel befindet, betreten. (Abb. 17-19)

Die Raumatmosphäre hier unterscheidet sich von derjenigen in ›Homo‹. Die werkstattähnliche und interaktive, aber auch bewegtere und durch Geräusche unterstützte Ausstellungsatmosphäre wirkt sehr lebendig. Im Gegensatz zum eher objektfokussierten Ausstellungsabschnitt ›Homo‹ wird in ›Natura‹ zum Experimentieren eingeladen. Die wandhohe Projektion, die die Architektur in die Ausstellung mit einbezieht, bildet einen schönen und ästhetisch ansprechend illustrierten Rahmen.

Abbildung 17



Abbildung 18 und 19



Sie zeigt ein sich wahrscheinlich in der Schweiz befindendes Tal. Die Atmosphäre dieses Abschnitts schlägt sich auch in der Ausstellungssprache nieder, denn diese erinnert an diejenige von Science-Museen, wo interaktive und spielerische Elemente im Zentrum stehen.

In ›Natura‹ sind die Objekte haptisch erfahrbar und generieren deshalb ein anderes Ausstellungserlebnis als im Abschnitt davor. Dieser Raumabschnitt ist geprägt von sieben tischhohen Kuben. (Abb. 20)

Abbildung 20



Näher an einen der Tische herantretend, leuchtet auf einmal eines der sich unter einer Vitrine befindenden Exponate auf. Zeitgleich ist festzustellen, dass sich animierte Illustrationen als Projektion an der Wand zeigen. Diese »erwecken« das entsprechende Exponat auf dem Tisch zum Leben und betten es in die Landschaft ein. Durch die ihnen so formverleihende Animation werden die Objekte leichter in die Jetztzeit übertragbar, greifbar und verständlich gemacht.

Insgesamt sind sieben Forschertische mit den Schwerpunkten Holz, Apfel, Kuh und Hund vorhanden. Die Tische mit interaktiven Stationen zeichnen sich dadurch aus, dass sie einen spielerischen interaktiven Zugang zu den sieben Themenbereichen vermitteln. Zusätzlich sind auf den Tischen Infografiken, Hauptexponate und weitere, das Thema illustrierende Exponate zu finden. Die Interaktion wird den Besucher/-innen über haptisch erfahrbare Objekte ermöglicht. Diese grenzen sich über Silhouetten von Tieren oder Pflanzen durch ihre Materialität klar von den Originalen ab. Einzelne Elemente der kubischen Forschertische lassen sich öffnen und werden auf diese Weise zu Schubladen. In diesen Schubladen sind teilweise erklärende Texte zu den jeweiligen Themen der Tische zu finden. Anders als in »Homo« wird den Besucher/-innen hier die Narration anhand einer Kombination von Objekten wie musealen Artefakten, nichtmusealen und spielerisch erfahrbaren Objekten sowie Text und animierten Illustrationen, mit Ton untermalt, vermittelt. Insgesamt sind drei Sitzgelegenheiten vorhanden, die in die interaktiven Kuben eingelassen sind und den Besucher/-innen das ruhige Betrachten der Projektion an der abgeschrägten Wand ermöglichen. (Abb. 21-25)

Abbildung 21 und 22



Abbildung 23 und 24



Abbildung 25



Um nun in den dritten Ausstellungsteil zu gelangen, müssen Besucher/-innen durch den Abschnitt ›Homo‹ zurückgehen. Hinter der Stele, die in die Ausstellung und den Teil ›Homo‹ einführt, ist der dritte thematische Abschnitt ›Terra‹ zu finden. Das Erste, was man hier wahrnimmt, ist ein Licht- und Schattenspiel an den Wänden, welches durch changierende Lichtverhältnisse und deren Projektion auf ein an der Decke angebrachtes Relief der Schweiz ausgelöst wird. (Abb. 26)

Abbildung 26



Dieser Raumabschnitt kennzeichnet sich gestalterisch durch eine neue Sprache und weist eine andere Atmosphäre auf als die beiden vorangegangenen Ausstellungsabschnitte. Hier wird eine relativ lockere Anordnung der Objekte bevorzugt, welche durch die auf Stelen stehenden Vitrinen fast schwebend wirken. Diese sieben unterschiedlich hohen Vitrinen bestehen aus einer Glashaube mit verschiedenen kleineren Artefakten und stehen jeweils auf einem dünnen Sockel. Zentrales Thema dieses Ausstellungsbereiches ist die Archäologie-Landschaft Schweiz (vgl. Atelier Brückner 2017: 49). Die sieben Objekte, welche den Schwerpunkt in diesem Raum bilden, stehen für sieben ›besondere‹ Lebensräume der Schweiz. Auf diese Weise wird in das Thema der Archäologie eingeführt. Pendelleuchten dienen als Verbindungsstücke zwischen den auf dem Boden stehenden Vitrinen und dem jeweiligen Fundort, der auf diese Weise auf dem Relief markiert wird. Das über den Vitrinen schwebende Relief der Schweiz stellt so die jeweiligen Vitrinen und Objekte, die sich darunter befinden, in den Kontext ihrer Fundorte. Die Schatten an der Wand verändern sich während der Verweildauer in diesem Abschnitt stetig. Dem Museumsmitarbeiter lauschend, ist zu erfahren, dass es sich bei diesen sich verändernden Lichtverhältnissen um einen simulierten Tagesverlauf handelt, der

auf diese Weise dargestellt wird. Dieses Lichtspiel, welches in einem Loop gezeigt wird, symbolisiere zudem den Lauf und das Vergehen der Zeit.

Ein Blick vom Ein- respektive Ausgang her zurück in die Ausstellung lässt vermuten, dass die architektonischen Gegebenheiten eine wesentliche Rolle für die Materialität und Farbigkeit der Ausstellung gespielt haben müssen. Der Neubau von Christ und Gantenbein arbeitet dabei mit edlen Materialien, die jedoch allesamt einen schweren und behäbigen Eindruck hinterlassen. Das Vorhandene scheint unverrückbar und »in Stein gemeißelt«. Die gewählte Farbigkeit der Architektur spiegelt sich beispielsweise in den Animationen und deren Farbgebung wider: Hier werden die gedeckten Farbtöne des Museumsbodens benutzt. Das Gleiche gilt für das Mobiliar. Wo beispielsweise die bestehende Architektur des Neubaus Sichtbeton und geschliffenen Beton mit Zusätzen von Baubronze verwendet, werden für die Ausstellungselemente Forex, HPL und Baubronze eingesetzt. Viele leicht spiegelnde Materialien kommen zudem zum Einsatz, was vielleicht auch am fehlenden Tageslicht liegen mag. Dass sich die Ausstellung im Untergeschoss befindet, führt dazu, dass die Lichtverhältnisse eher als schummrig wahrgenommen werden. Steinboden, Bronze und Beton der Architektur sowie die daraus aufgenommene Farbigkeit für die Ausstellungselemente führen insgesamt zu einer zwar ruhigen, aber eher kühl wirkenden Atmosphäre ohne langen oder angenehmen Verweilcharakter. Die Gesamtatmosphäre in der Ausstellung scheint somit stark von der vorhandenen Architektur bestimmt zu werden. (Abb. 27)

Abbildung 27



Angemessenheit der Kommunikationsmedien

Die Beteiligung des Publikums über die Interaktion ist zentrales Element der Ausstellung. Um Informationen zu den Objekten zu erhalten, sind die Besucher/-innen angehalten zu interagieren. Die eingesetzten Mittel und Medien fungieren dabei

als Schnittstellen zwischen Besucher/-in und Objekt(-en). Die Interaktionsmittel nehmen vom Anfang bis zum Ende der Ausstellung zu und werden fortlaufend komplexer und vielseitiger. Dies hat einen direkten Zusammenhang mit der szenografischen Konzeptidee, die eine Zunahme des interaktiven Ablaufs in der Ausstellung vorsieht. Von Bewegungssensoren im Abschnitt ›Terra‹ zu Touchscreens und Auslöseknöpfen für die Projektionen oder das Hörspiel in ›Homo‹ bis hin zu schließlich analogen und haptischen Möglichkeiten in ›Natura‹ bauen sich die Interaktionen zusehends auf. (Abb. 28 und 29)

Abbildung 28 und 29



Die digitalen und technischen Hilfsmittel begünstigen diesen interaktiven Zugang und führen hier dazu, dass ein heterogenes Publikum mit individuellen Hintergründen abgeholt werden kann. Im Weiteren bewirken sie eine schlichte und schön inszenierte Ausstellungspräsentation, die den Objekten genügend Raum lässt und diese so eindeutig in den Mittelpunkt stellt. Dennoch fällt auf: Partizipation findet hier über digitale wie auch haptische Elemente statt. Um vertiefende Informationen zu erhalten, sind diese Interaktionen unerlässlich, da kaum zusätzlich erklärender Text vorhanden ist. In ›Homo‹ beispielsweise liegt der Fokus klar auf den interaktiven Elementen. So sind die Inhalte, welche über Bilder, einzelne vertiefende Texte, Audio und Projektionen zu den Objekten vermittelt werden, nur in der Interaktion erfahrbar. Texte oder kurze Filmsequenzen werden hierbei als vertiefende Ebenen zu den Objekten genutzt und sind per Knopfdruck oder über Touchscreens abrufbar.

In ›Homo‹ ist zusätzlich eine autoaktive Projektion vorzufinden. Dabei handelt es sich um eine Projektion, die die Entwicklung des Menschen zeigt. Dieses autoaktive Element erhält seine tiefere Bedeutung erst in der Interaktion mit den Museumsbesucher/-innen: Deren Spiegelung und somit Überlagerung mit den gezeigten Bildern führt zur Aufforderung, sich selbst in die Menschheitsgeschichte einzureihen und somit Teil davon zu werden. Der geforderte Einsatz von interaktiven Medieninseln im kuratorischen Konzept wird im letzten Ausstellungsteil ›Natura‹

eingelöst. Die sieben quadratischen ›Forschertische‹ mit den Themen Holz, Apfel, Kuh, Hund, Weizen, Kupfer und Pferd können dabei interaktiv erkundet werden. Nebst den sieben Hauptexponaten, die in den Vitrinen liegen, sind Objekte vorhanden, die zum Anfassen auffordern. Im Weiteren laden die Schubladen oder Klappen zum Öffnen ein und ermöglichen vertiefende und erklärende Informationen zum jeweiligen Thementisch. Die Kombination von Bildern, Texten, Bewegtbildern und haptischen Elementen lassen schliesslich die interaktiven Medieninseln zu einem Experimentier- und Forschungsort werden. Die haptisch erfahrbaren Objekte erleichtern den Zugang zu den Inhalten und heben sich gleichzeitig von den Exponaten der Sammlung deutlich ab. Die wandfüllende Projektion eines Schweizer Tals direkt auf den Sichtbeton des Raums dominiert diesen Ausstellungsteil. Die Besucher/-innen ›bevölkern‹ im übertragenen Sinne das Schweizer Tal, indem sie sich den Forschertischen annähern und so gleichzeitig die jeweiligen Hauptexponate aktivieren. Diese wiederum werden zeitgleich in die Landschaft projiziert. Über eine Animation werden sie schliesslich in den Kontext und in Bewegung versetzt. Interaktiv ausgelöste Lichtelemente, die über den jeweiligen Forschertischen schweben, leuchten bei Annäherung an die Tische auf. Insgesamt wirken hier alle interaktiven Elemente sehr selbsterklärend.

Gesamtwirkung

Beim Format der Ausstellung handelt es sich um eine Dauerausstellung im herkömmlichen Sinne: eine auf Dauer ausgelegte Ausstellung mit Objekten aus der Sammlung des Museums. Diese auf Langlebigkeit angelegte Sichtweise der Ausstellung scheint sich in der Wahl des hochwertigen Materials, welches zur Gestaltung verwendet wurde, widerzuspiegeln. Dabei wirken die Vitrinen und Stellwände fast unverrückbar und in den bestehenden Raum eingepasst. Eine mögliche Flexibilität lässt sich über den Medieneinsatz erreichen, nicht aber über die Gestaltung und Positionierung des Mobiliars, das sehr statisch wirkt. Dabei können die Medieninhalte natürlich jederzeit überarbeitet oder Objekte ausgetauscht werden. Die Ausstellung präsentiert das Thema *Archäologie Schweiz* durch ihre gestalterische Übersichtlichkeit und großzügigen Platzverhältnisse in den Räumen klar und strukturiert. Der Titel der Ausstellung *Archäologie Schweiz* wird den Inhalten gerecht. Deren Vermittlung, die sich nur über einen aktiven und interaktiven Zugang vertiefend erschließt, ist selbsterklärend. Die Vertiefungsebenen sind für ein heterogenes Publikum in einfacher Sprache respektive Bildsprache gehalten und scheinen somit für unterschiedliche Besucher/-innengruppen adäquat. Zudem erübrigen sich durch die vielen Bilderklärungen ein Sprachführer und mehrsprachige Texte, was die Ausstellung sehr textarm erscheinen lässt. Durch die Reduktion der Texte, die nur informativ sind, rücken die Objekte klar in den Vordergrund. Die chronologische Erzählweise innerhalb der einzelnen Zonen führt dazu, dass die

Inhalte einfach, verständlich und sehr übersichtlich präsentiert werden. Die tonlosen Animationen werden dabei als Kunstgriff genutzt, indem sie den Anspruch an eine universelle und einfach verständliche ›Sprache‹ zu erfüllen scheinen. Die im Abschnitt ›Natura‹ eingefügten Geräusche von Tieren haben demnach ebenfalls Universalanspruch und werden wohl von den meisten Besucher/-innen verstanden. Die Art der Interaktionsmöglichkeiten zeigt im Weiteren, dass Besucher/-innen als Rezipient/-innen und Konsument/-innen der ihnen dargebotenen Informationen betrachtet werden. So finden sich beispielsweise keine Möglichkeiten, als Besucher/-innen auch selber Informationen in der Ausstellung zu hinterlassen.

Insgesamt wirkt die Ausstellung einfach zugänglich, aber ebenso sehr eindimensional in ihren vermittelten Inhalten. Daran ändern auch die interaktiven Zugänge und die digitalen Medien nichts, die der ganzen Ausstellung eine sehr ästhetische und einheitliche Bildsprache und Stimmung verleihen. Die Ausstellungserfahrung kann vielleicht mit dem Lesen eines schönen Bildbands verglichen werden, den man durchblättert und sich in einzelne Bilder und die dazugehörigen Texte vertieft. So besucht man die Ausstellung aufgrund eines schönen Objekts vielleicht wieder einmal. Das Storytelling bleibt jedoch sehr eindimensional und lockt nicht mit weiteren multiperspektivischen oder persönlichen Geschichten, die einen mehrmaligen Besuch fördern würden.

Kernausstellung

Kontextualisierung

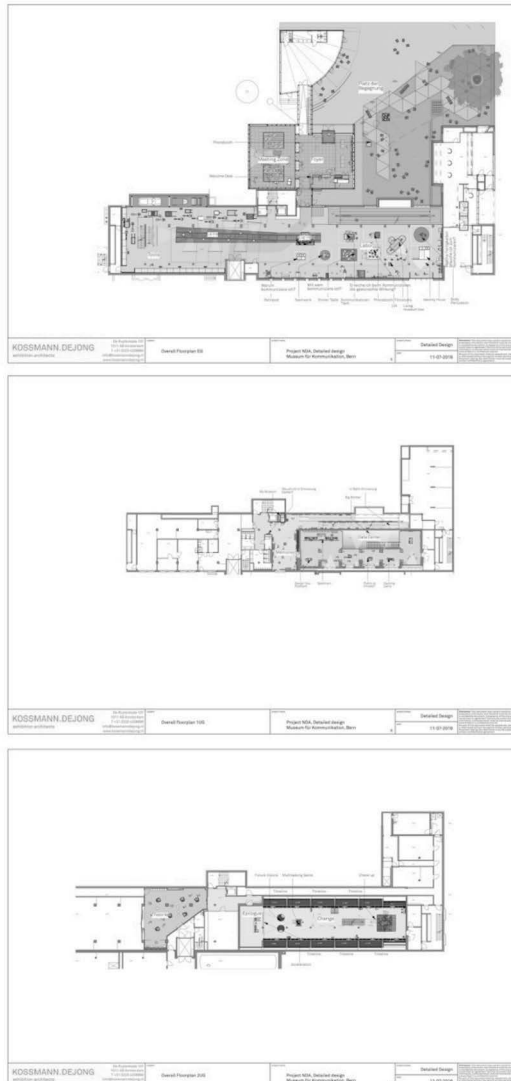
Die Ausschreibung zu Konzeption, Gestaltung und Umsetzung der neuen Dauerausstellung im Museum für Kommunikation, Bern fand im Jahr 2013 statt. Sie enthielt mehrere Schritte, bei denen in einer ersten Auswahlrunde aus über dreißig Kandidaturen schließlich fünf Teams ausgewählt wurden, um in einer zweiten Runde ihre Konzeptideen vorzustellen. In Form von Arbeitsproben sollten die ausgewählten Teams die für sie wesentlichsten Aspekte von Kommunikation präsentieren. Museumsseitig war Folgendes wesentlich: interaktive Stationen, der Einbezug des Publikums durch ›Austausch-Stimmungen‹, eine intuitive Besucher/-innenführung sowie eine gewisse Offenheit und Flexibilität. Das Szenografiebüro Kossmann de Jong aus Amsterdam gewann schließlich die Ausschreibung und konnte die Umsetzung der neuen Dauerausstellung vornehmen. Diese lehnte sich an die genannten Ansprüche des Museums an und legte den Fokus auf zwei zentrale Elemente: die Ansprache des Publikums einerseits durch reale und virtuelle Kommunikatoren, die sich direkt an die Besucher/-innen wenden und sie so persönlich und individuell ansprechen, andererseits durch die Fotomomente, die den Prolog und den Epilog der Ausstellung bilden und so den Museumsbesuch abrunden. Damit soll unterstrichen werden, dass die Besucher/-innen im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen. Das Leitmotiv *It's all about me. And I'm not alone.* der Ausstellung unterstreicht zudem, dass es um den Einbezug des Publikums auf einer individuellen und persönlichen Ebene geht. Um dies zu erreichen, wird eine Mischung von haptischen Interaktionen, aber auch virtuellen Technologien eingesetzt und genutzt.

Deskription der Ausstellung

Die Ausstellung ist auf drei Stockwerken des Museums zu finden. Ebenerdig befindet sich der Eingang, der einen Einstieg in das Thema der Kommunikation liefert. Im ersten Untergeschoss tauchen die Besucher/-innen in verschiedene vertiefen-

de Themenbereiche der Kommunikation ein und im zweiten Untergeschoss findet sich u.a. eine historische Auseinandersetzung mit dem Thema der Kommunikation sowie Kommunikationstheorien. Es handelt sich um eine stark interaktiv begehbare und erlebbare Ausstellung, die das Thema in all seinen Facetten behandelt und für alle Besucher/-innen etwas zu bieten hat. (Abb. 30)

Abbildung 30



Vor der Ausstellung

Bereits am Bahnhof Bern lassen sich Hinweise auf die Kernaussstellung entdecken. Diese wird dabei großformatig über die Leuchtanzeigen am Treffpunkt im Bahnhof beworben. Auf dem Weg ins Museum durch die Stadt Bern trifft man zudem immer wieder auf verschiedene Plakate, die auf die neue Ausstellung verweisen. Vor dem Museum schließlich, auf dem ›Platz der Begegnung‹, sind weitere Plakate angebracht, ebenso am Museumsgebäude selber. Es ist schwer auszumachen, ob die vielen unterschiedlichen Werbeformen (in erster Linie Plakate und Filme), die auf die Ausstellung aufmerksam machen sollen, noch ein Überbleibsel der Eröffnung darstellen oder ob auch in Zukunft mit weiteren Ausstellungen so verfahren wird. Die Werbungen zeigen dabei jeweils verschiedene Objekte aus der Ausstellung.¹ Zusammen mit den ebenfalls unterschiedlichen Titeln wie ›Museum für Tweets‹, ›Museum für Lügen‹ etc. scheinen sie indirekt auf das ›Imaginäre Museum‹² von Malraux zu verweisen und somit zu zeigen, dass für jeden und jede etwas Passendes dabei ist. Dies erscheint als ein wichtiges Element zur persönlichen Involvierung der Besucher/-innen. (Abb. 31)

Abbildung 31



- 1 Siehe auch <https://www.persoendlich.com/kategorie-werbung/relaunch-setzt-auf-vielseitigkeit>
- 2 Das ›Imaginäre Museum‹ von André Malraux bezeichnet die Idee eines Museums, welches sich aus verschiedenen, über die Welt verstreuten Werken zusammensetzt. Malraux stellte diese Idee dar, indem er 1947 eine Vielzahl von fotografischen Abbildungen auf dem Boden verstreute und so die unterschiedlichen Werke aus diversen Ländern und Epochen in einen direkten Dialog treten ließ.

Beim Ausstellungseingang

Nach dem Durchqueren des Museumsshops stehen die Besucher/-innen vor einer Schiebetür aus Glas, durch die sie einen ersten Einblick in die *Kernaussstellung* erhalten. Das Thema der Ausstellung wird ihnen mittels einer auf einem großen Bildschirm gezeigten Animation im Eingangsbereich bildhaft vermittelt. Im ganzen Raum verteilt sind in großen Lettern einzelne Schlagworte und ›highlightende‹ Sätze angebracht, die das Thema Kommunikation betreffen. Diese untermalen das Subjekt der Ausstellung zusätzlich. Ergänzt werden diese durch Illustrationen von Personen in Kommunikationssituationen. (Abb. 32 und 33)

Abbildungen 32 und 33



Übersichtlichkeit

Es ist keine Übersichtlichkeit in Form eines Übersichtsplanes beim Eingang gegeben. Einzig im Treppenhaus sind Pläne zur eigenen Verortung im Haus angebracht. Durch die sich stark unterscheidende Gestaltung der Räume können sich die Besucher/-innen dennoch gut verorten und die Themenbereiche auf diese Weise differenzieren. Die einzelnen Abschnitte der Ausstellung befinden sich in großen

und offenen Räumen ohne Trennwände. So erhalten die Besucher/-innen jeweils beim Betreten der einzelnen Stockwerke einen ersten Überblick über das Geschehen. (Abb. 34) Auf dem Boden angebrachte Signaletik kennzeichnet zudem die thematischen Abschnitte in dieser offenen Struktur und ermöglicht eine zusätzliche Orientierungshilfe. (Abb. 35)

Abbildung 34 und 35



Die Übersichtlichkeit der behandelten Themen ergibt sich in dieser Ausstellung aber sicherlich in erster Linie über die einzelnen Raumbilder, welche die verschiedenen Themen räumlich illustrieren. Dies ähnelt ein wenig dem Einsatz von Bühnenbildern, die bekannte (oder auch unbekannte) Räume nachbilden. Die dadurch entstehenden Raumbilder entsprechen auf diese Weise einem Labor oder Experimentierraum, einem Spielplatz, einem Datenzentrum oder einem klassischen Ausstellungsraum mit Objekten in Vitrinen. Spannend erscheint, dass gerade diese szenisch umgesetzten Raumbilder die Besucher/-innen zu der einen oder anderen Verhaltensweise animieren. Auf diese Weise erkennen Besucher/-innen relativ gut, wo ihre individuelle Interaktion, spielerische Experimentierfreudigkeit oder aber eine eher passive Betrachtung gefragt sind. (Abb. 36-41)

Abbildung 36 und 37

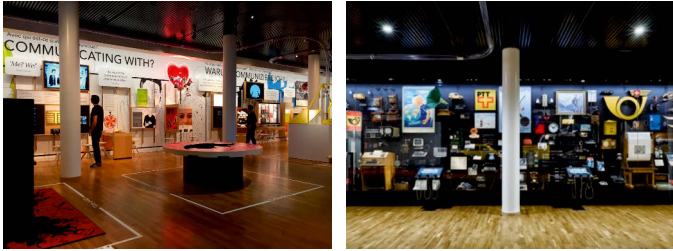
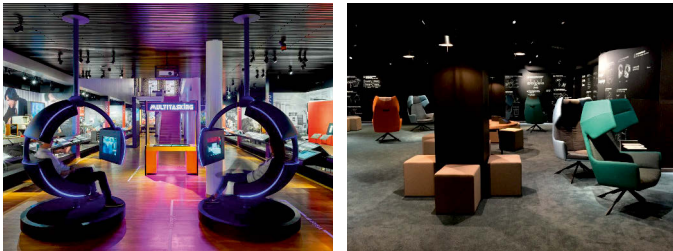


Abbildung 38 und 39



Abbildung 40 und 41



Ausstellungsräumlichkeiten

Bereits im Erdgeschoss zeigt sich, dass die Ausstellung mit starken Raumbildern arbeitet, die die einzelnen Themenbereiche voneinander abgrenzen. Hier lehnt sich das erste Raumbild linkerhand an ein Labor mit Experimentierstationen an und er-

innert somit an Ausstellungseinheiten, wie sie beispielsweise im Verkehrshaus Luzern zu finden sind. Kossmann de Jong, die Gestalter/-innen, haben hierzu bereits in anderen von ihnen entworfenen Ausstellungen eine ähnliche Ausstellungssprache in der Kreation ihrer Räume verwendet. (Abb. 42)

Abbildung 42



Das zweite Raumbild im Erdgeschoss wirkt dagegen musealer und ruhiger. Es liegt ein starker Fokus auf den Objekten. Die Besucher/-innen bleiben hier stärker in der Betrachter/-innenrolle. (Abb. 43) Über eine Rampe wird man in das Untergeschoss geführt. Dieser Abgang ist nur leicht inszeniert. Einzelne Objekte, die an den Wänden angebracht sind, begleiten die Besucher/-innen auf dem Weg nach unten. Hier angekommen, betritt man einen Zwischenraum, in dem eine große Skulptur in Form eines Gehirns die Aufmerksamkeit auf sich zieht. (Abb. 44 und 45) Von hier aus gelangt man durch eine Tür in das ›Datencenter‹. Dieser Raum ist in seiner Ausgestaltung tatsächlich einem Datencenter nachempfunden. Die Lichtstimmung, die Geräusche, die Materialien und eine Art Nachbau eines solchen Zentrums untermalen dieses Raumbild und -gefühl. (Abb. 46)

Abbildung 43



Abbildungen 44 und 45



Von da geht es über eine Treppe in das zweite Untergeschoss (Abb. 47). Hier meint man, im Gegensatz zu den oberen beiden Etagen, eine gewisse Unschlüssigkeit in der Anmutung, Ausgestaltung und Atmosphäre wahrzunehmen: So ist hier kein klar ersichtliches Raumbild vorhanden. Die Objekte scheinen relativ starr und chronologisch an der Wand aufgereiht zu sein. Die etwas düstere und nicht gerade motivierende Farbgebung erinnert an die Philatelieausstellung desselben Museums aus den Jahren 2000–2003. (Abb. 48)

Abbildung 46 und 47



Abbildung 48



Ein Sammelsurium an aufgereihten Objekten geht dabei fast in unterschiedlichen Textebenen unter. Diese Art der Darstellung erscheint durchaus spannend, denn auf diese Weise werden die Objekte in einen Kontext eingebunden, weshalb der Fokus eher auf einem Zeitabschnitt und den historischen Geschehnissen liegt als auf den Objekten selbst. Diese fungieren somit als Zeitzeugen. Im Gegensatz zu den anderen Stockwerken, die stark mit bekannten Bildern und deren »aufgeblasenen« Qualitäten im Raum arbeiten, findet sich hier keine so starke Assozia-

tion und die Darstellung fällt hier entsprechend etwas ab. Der an diesen Raum anschließende Ausstellungsraum arbeitet ebenfalls mit einem bekannten Bild und mutet in der Ausgestaltung an eine Lobby oder Besprechungsräume an, mit weichem und dämpfendem Teppich ausgelegt. Dieser Raum fungiert deshalb eher als Aufenthaltsort mit der zusätzlichen Möglichkeit, sich zu informieren.

Rundgang

Die Ausstellung beginnt bereits außerhalb des Ausstellungsraums, und zwar im Foyer, wo sich nebst der Kasse auch ein kleiner Museumsshop befindet. Nach dem Bezahlen des Tickets wird ein Jeton ausgehändigt mit der Anweisung, diesen im Log-in-Bereich zu verwenden. Im Raum rechts neben der Kasse sind mobile Tribünen aus Holz zu sehen, auf denen eine Schulklasse sitzt und ihrem Lehrer zuhört. Durch eine Schiebetür tretend, stehen die Besucher/-innen vor dem markanten Auftakt zur Ausstellung. Dabei handelt es sich um eine Stele mit integriertem Bildschirm, auf dem eine Animation mit zwei Figuren zu sehen ist. Diese führen in das Thema der Kommunikation und ihre vielfältigen Bedeutungen ein. Solcherart animierte Figuren trifft man auf dem Rundgang vor jedem neuen Themenbereich immer wieder an. Hinter dem Bildschirm verläuft ein roter Teppich nach rechts. Direkt dahinter ist die Log-in-Station zu finden, wobei eine aufgestellte Kamera den Besucher/-innen eine Momentaufnahme in Form eines Selbstporträts ermöglicht. (Abb. 49) Die Kamera wird mithilfe des optischen Codes ausgelöst, der auf dem an der Kasse erhaltenen Jeton angebracht wurde. Nach rechts den Rundgang beginnend, flanieren die Besucher/-innen über den langen roten Teppich. Großflächige Videoprojektionen sind zu beiden Seiten des roten Teppichs aufgebaut. Die verlangsamten Videoprojektionen zeigen Personen unterschiedlichen Alters bei ihrer alltäglichen Kommunikation. Diese verlangsamten Aufnahmen haben eine beruhigende Wirkung auf die Betrachter/-innen. (Abb. 50) Über Hörstationen ist es möglich, den Geschichten einzelner Personen zu lauschen. Diese werden in den vier Sprachen Deutsch, Französisch, Italienisch oder Englisch bereitgestellt. Am Ende des roten Teppichs angelangt, steht den Besucher/-innen ein weiterer Bildschirm frontal gegenüber. Auf ihm vereinen sich die unterschiedlichen Situationen aus den jeweiligen Stationen der einzelnen Bildschirme.

Bereits vom roten Teppich aus können Besucher/-innen einzelne Sammlungsobjekte wahrnehmen, die sich ihnen nun im Ausstellungsteil ›Tools‹ präsentieren. Dabei handelt es sich beispielsweise um ein Postauto oder eine Kutsche etc. Die Präsentation dieser Objekte entspricht einer eher klassischen Ausstellungssituation. Die Objekte werden zum Teil in Vitrinen, zum Teil von der Decke hängend gezeigt. (Abb. 51)

Abbildung 49 und 50



Abbildung 51



Auf diese Weise wird die gesamte Raumhöhe des Ausstellungsraums genutzt, der sich über eine Galerie und somit über zwei Stockwerke erstreckt. Viele der kleineren Objekte in den Vitrinen sind den Besucher/-innen aus ihrem Alltag bekannt (z.B. Telefone, Spielkonsolen). (Abb. 52) Vor den Sammlungsobjekten stehen einzelne Bildschirme mit dreibeinigen Sitzgelegenheiten, die es den Besucher/-innen erlauben, einzelne Objekte näher zu betrachten und Informationen dazu anzufordern. (Abb. 53)

Abbildung 52 und 53



Auf der anderen Seite des Raums präsentiert sich eine ganz andere Art von Ausstellungssituation. Diese zeigt sich als eine überlagernde und sinnesstrapazierende Installation, die sich als ›Labor‹ entpuppt. Die Umsetzung gleicht einem Spielplatz oder einer Werkstatt. Hier ist es den Besucher/-innen möglich, mit unterschiedlichen Kommunikationsarten des Alltags in Berührung zu kommen. Aktives Entdecken ist angesagt. Acht unterschiedliche Themenbereiche werden in der Mitte des Raums verhandelt. Die einzelnen Themenbereiche des ›Labors‹ nennen sich ›Lift‹, ›Identity‹, ›Film-Karaoke‹, ›Dinner Table‹, ›Body Percussion‹, ›Teamwork‹ und ›Kommunikatoren-Tisch‹. Bei allen Stationen können sich die Besucher/-innen aktiv einbringen und sich spielerisch den Inhalten annähern. (Abb. 54) An den Wänden entlang befinden sich vier Vertiefungsthemen. Dabei scheint es jedoch schwierig, die Übersicht zu behalten und Beginn und Ende der einzelnen Vertiefungen wahrzunehmen, denn ihre Gestaltung überlagert sich. (Abb. 55)

Abbildung 54 und 55



Hier lassen sich unterschiedliche Ebenen erkennen. Zitate befinden sich dabei zuoberst. Einige von ihnen sind den Besucher/-innen bekannt, andere wiederum nicht. Illustrationen von Figuren in Kommunikationsprozessen sind ebenfalls vorhanden. Darunter befinden sich kürzere Texte, die die jeweiligen Themenbereiche kurz erklären. Schließlich folgt eine sich ungefähr auf Augenhöhe der Besucher/-innen befindende Objektebene. Diese besteht z.T. aus Objekten aus der Sammlung oder aus spielerischen Elementen, mit deren Hilfe sich den Themen individuell angenähert werden kann. (Abb. 56)

Abbildung 56



Die Besucher/-innen können von hier aus schließlich über eine Rampe, welche vom Erdgeschoss in das erste Untergeschoss führt, gelangen. Entlang dieser Rampe sind verschiedene Installationen, Objekte oder auch Texte zu finden, die die Besucher/-innen auf ihrem Weg in den unteren Ausstellungsbereich begleiten und sie »in das nächste Thema einführen und so auf den besinnlicheren Teil vorbereiten« (Auszug aus dem Konzepttext zum dramaturgischen Ablauf der Ausstellung). (Abb. 57) Im ersten Untergeschoss angelangt, eröffnet sich der Themenbereich »Mémoire«. Dieser kennzeichnet sich einerseits durch ein großes künstlich angefertigtes Gehirn, welches in der Mitte des Raums von der Decke hängt. Andererseits finden sich hier großflächige Projektionen an den Wänden, die Szenen von einer Hochzeit oder vom Spiel mit Kindern zeigen. Einzelne Objekte, die einen Bezug zur Vergangenheit der Besucher/-innen aufweisen könnten, illustrieren das Thema »Mémoire« zusätzlich. Dabei wird die Erinnerung oder »Mémoire«, wie der Ausstellungsraum treffend benannt wird, als zentrales Element der Kommunikation verhandelt. Zusätzlich könnten Besucher/-innen in diesem Raum Audioguides benutzen, um vertiefende Informationen zu einzelnen Objekten zu erhalten, die in weißen Kästen an der Wand angebracht sind. Persönliche und private Geschichten werden hier erzählt und mit den Objekten als »Erinnerungsobjekte« verknüpft. Im selben Raum befindet sich die interaktive Station »My Museum«, eine als Tempel anmutende Installation. Hier besteht für die Besucher/-innen die Option, auf einem Bildschirm gezeigte Objekte anzuwählen und auszusuchen. In der Folge wird diese Auswahl in die Installation eingespielt und als Hologramm ersichtlich. Auf diese Weise soll es Besucher/-innen möglich sein, eine »eigene Ausstellung« zu kuratieren. (Abb. 58) Neben dieser Installation ist ein anderer Bildschirm angebracht, der in einem Film zeigt, wo sich die Sammlung des Museum für Kommunikation befindet und wie die Objekte dort gelagert werden. Daneben ist ein weiterer Bildschirm zu erkennen, über den eine Einsicht in die gesamte Sammlung des Museums möglich wird. Anhand spezifischer Auswahlmöglichkeiten und -kriterien, wie beispielsweise der Suche nach gelben, blumigen Objekten, ist es möglich, die Sammlungsstücke einzusehen.

Abbildungen 57 und 58



Beim Betreten des Themenbereiches ›Data Center‹ finden sich die Besucher/-innen in einem Raum, welcher einem Datenzentrum nachempfunden ist. (Abb. 59) Dunkelblaues, schimmerndes Licht, Überlagerungen von Bildern, flimmernde Bildschirme, Geräusche von Maschinen – thematisiert werden hier Datenströme, Geldflüsse und Machtstrukturen, worüber auch ein großer einleitender Wandtext informiert. Es geht um Daten, um digitale Kommunikation, Big Data, um die Frage nach der Sicherheit im Netz und die Schattenseiten der elektronischen Errungenschaften. Dieser Raum gliedert sich in verschiedene kleinere Bereiche, die unterschiedliche Stationen enthalten. Es sind dabei jeweils Filme, Objekte oder kurze Texte zu den einzelnen Bereichen zu finden. Die Objekte werden entweder in einer kleinen Vitrine, die in die Raumarchitektur eingelassen ist, präsentiert oder in kleinen Safes, die die Besucher/-innen erst knacken müssen, um sie öffnen und daraus Informationen entnehmen zu können. Auf der rechten Seite, gleich neben dem Eingang, befindet sich die Station ›Design your postcard‹. Hier ist es möglich, eine gültige und selbst gestaltete Briefmarke zu kreieren sowie eine Ansichtskarte zu schreiben, diese auszudrucken und abzuschicken (leider war die interaktive Station zum Zeitpunkt des Besuches der Ausstellung außer Betrieb).

Abbildung 59



Einen ersten Fokus legt der Themenbereich ›Speichern‹ links des Eingangs. Speichermedien aus der Vergangenheit und der Gegenwart werden in einer Vitrine präsentiert. Ein Bildschirm mit einem beweglichen Interface steht davor. Damit ist es den Besucher/-innen möglich, Informationen über die einzelnen Speichermedien abzurufen. Als weiterer thematischer Fokus folgt ›Big Data‹. Das Thema wird über einen Film präsentiert. Thematisiert werden die globale Vernetzung sowie die benötigten Speicher- und Rechnerkapazitäten. Weitere, dem Thema zuträgliche Aspekte und Objekte sind in diesem Bereich zu finden. Im nächsten Raumabschnitt wird das Thema ›Value‹ behandelt. Inhaltlich geht es um Datenspuren der digitalen Kommunikation im Netz. Auf einem Touchtable wird spielerisch die Problematik des Datenschutzes erklärt. Die Touchstation lockt die Besucher/-innen unter dem Stichwort ›Secrets‹. Hier entscheiden die Besucher/-innen, welche Bilder auf ihrem Facebookaccount als privat oder als öffentlich einzustufen sind. Plötzlich taucht auf dem Bildschirm ein Foto auf, welches die Besucherin bzw. den Besucher der Station in der momentanen Situation zeigt. Die Station fotografiert die Besucher/-innen unaufgefordert. Mit der Wahl, ob dieses Foto veröffentlicht werden soll oder nicht, entscheiden sich die Fotografierten aktiv dafür, ob das Foto entweder vergrößert an der gegenüberliegenden Wand gezeigt wird oder aber verschwindet. Im nächsten Bereich zum Thema ›Sicherheit‹ geht es um die Überwachung und Kontrolle, NSA und Wikileaks, Cyberterrorismus und Datenspionage, Spam, Viren und Trojaner, Phishing und Hacking, Cookies und Tracking. Die digitale Welt als undurchschaubarer Schauplatz für dubiose und bedrohliche Aktivitäten jeglicher Art wird hier thematisiert (aus dem dramaturgischen Konzept-

text der Ausstellung). Die Machtlosigkeit gegenüber einem Rechtssystem aus der analogen Welt, die im virtuellen Raum kaum greift, wird dabei als wichtiger Aspekt hervorgehoben. In der Mitte dieses Themenbereichs steht ein Tisch mit einem Hacker-Game, das zu zweit gespielt werden kann.

Eine große Projektion, die man bereits vom Eingang des Raums her wahrnehmen kann, entpuppt sich als Kooperationsprojekt mit Studierenden der Hochschule der Künste Bern (HKB). Hier wird den Besucher/-innen ein Einblick in die Informationen gegeben, welche im World Wide Web zugänglich sind. Die Besucher/-innen erahnen auf diese Weise nur die schier unglaublichen Möglichkeiten, die diese immensen Datenströme bieten. Webseiten werden präsentiert, die Daten in Echtzeit zeigen. Es wird klargemacht: Das Internet ist ein gigantischer und unüberschaubarer Wissensspeicher. Eines der letzten Themen auf dieser Galerie des ›Data Center‹ ist die Station ›Schattenseiten‹. Thema ist die dunkle Seite der Herstellung von Smartphones.

Eine Bildreportage auf einer großen Leinwand verdeutlicht die Konsequenzen dieser Ausbeutung für Mensch und Umwelt und hinterfragt dabei das Konsum- und Verbraucherverhalten der Besucher/-innen: Was werfen wir weg? Wann kaufen wir neu? Und was kaufen wir neu? Auf der gegenüberliegenden Seite der Bildreportage und vor dem Treppenabgang in den untersten Stock nähern sich die Besucher/-innen einer Vitrine, in der ein Fairphone ausgestellt wird. Hier erfahren sie, dass es fast unmöglich ist, solche Geräte vollständig fair herzustellen. Die Frage nach dem Warum wird in den Leuchtkästen an der Wand beantwortet: »Da werden alle Rohstoffe vorgestellt, die ein iPhone enthält – darunter Zinn aus Malaysia oder Seltene Erden aus der Mongolei und aus dem Kongo« (aus dem dramaturgischen Konzepttext der Ausstellung). (Abb. 60)

Abbildung 60



Von dieser letzten Station aus ist es den Besucher/-innen möglich, den Blick zurück durch den Raum schweifen zu lassen. Man sieht die raumbreite Projektion des Kooperationsprojekts mit den Studierenden der HKB, die über allem schwebt, und gleichzeitig in den untersten Stock, wo Kinder an einem interaktiven Tisch stehen, Bildschirme flimmern und Besucher/-innen sich in eierschalenförmigen Sitzgelegenheiten vor weiteren Bildschirmen befinden. (Abb. 61)

Abbildung 61



In diesem untersten Geschoss angelangt, steht in großen Lettern der Titel des Raumthemas: ›Change‹ handelt von Entwicklungen in der Kommunikation. (Abb. 62) Im hinteren Bereich des Raums wird durch eine Bodenbeleuchtung und einen Farbverlauf von Wand zu Wand das Thema des Wandels, der Erfindungen und der Veränderungen unterstützend visualisiert. Die Besucher/-innen begeben sich in diesem hinteren Teil erst einmal zu einer verandaähnlichen Konstruktion mit Liegesesseln und Bildschirmen davor. Diese Station mit Namen ›Ceck-up‹ erlaubt es, das eigene Kommunikationsverhalten zu testen. Gegenüber sind auf einer großen Tapete Eiger, Mönch und Jungfrau abgebildet. (Abb. 63)

Abbildungen 62 und 63



Suggeriert dies etwa das Auskurieren der eigenen Social-Media-Sucht in einer gesunden Alpenpanoramasicht? Weiter geht es mit der »Timeline«, die den ganzen Raum auf beiden Seiten einfasst und die Entwicklungen in einer chronologischen Abfolge zeigt: Jede Nische beleuchtet einen Zeitabschnitt und konzentriert sich auf ein Leitobjekt. Dabei wird nicht nur auf bekannte Persönlichkeiten und Ereignisse fokussiert, sondern aufgezeigt, welche gesellschaftlichen Veränderungen die Erfindungen auslösten. Objektebenen, Touchscreens mit vertiefenden Informationen, Texte an den Fototapeten zum zeitgeschichtlichen Kontext, analoge Stationen beispielsweise mit der Möglichkeit, mittels Morsezeichen Botschaften zu verschicken, wechseln sich hier ab. (Abb. 64) In der Mitte des Raums sticht eine leuchtende Station hervor, die einem Spielautomaten nachempfunden ist und die Überschrift »Multitasking-Game« trägt. Besucher/-innen können hier ihre Multitaskingfähigkeiten spielerisch testen. (Abb. 65) Zwei eierförmige, halbrunde Sitze mit Bildschirmen, die aus einem Science-Fiction-Film zu stammen scheinen, sind hinter dem Multitaskingtisch zu sehen. Durch Drehen der Sitze kann gezielt einer der gezeigten Filme angesteuert werden. Inhaltlich geht es bei den Filmen um die Zukunft der zwischenmenschlichen Kommunikation.

Abbildungen 64 und 65



Sich von den Sitzen erhebend, steht man vor einem in einzelne Streifen geschnittenen weißen Vorhang, auf dem großflächige Projektionen gezeigt werden. (Abb. 66) Die Bilder wechseln und zeigen verschiedene Ausschnitte aus Sendungen, Dokumentationen, Kinofilmen etc. Die Besucher/-innen bleiben nur kurz stehen und gehen schließlich um den Vorhang herum auf die dahinter liegende Seite. Hier befindet sich der ›Log-out‹-Bereich. Drei große Bildschirme fordern die Besucher/-innen auf, den beim Eingang erhaltenen Jeton in eine eigens dafür vorgesehene Maschine zu werfen. Auf dem Bildschirm dieser Maschine erscheint das Foto, welches die Besucher/-innen beim ›Log-in‹-Bereich von sich geknipst haben. Schließlich ist es möglich, das Foto als Abziehbild auszudrucken. An der gegenüberliegenden Wand sind in drei großen Rahmen bereits verschiedene Abziehbilder der anderen Besucher/-innen zu sehen. Die Besucher/-innen können ihr eigenes Bild in einen der Rahmen hängen. Den entsprechenden Rahmen wählen die Besucher/-innen bereits auf dem Bildschirm vor dem Ausdrucken des Bildes aus. Eine Positionsangabe auf dem Foto zeigt an, an welche Stelle das Foto gehängt werden soll. Insgesamt ergeben die einzelnen Fotografien in den jeweiligen Rahmen ein Gesamtbild, welches sich aus den einzelnen Fotografien als Pixelbild zusammensetzt. (Abb. 67)

Die Besucher/-innen verlassen diesen Ausstellungsraum durch eine offene Tür und gehen einen kurzen Korridor entlang. Linkerhand befindet sich ein künstlich konstruierter Baum, an dem vogelhausähnliche Objekte hängen, durch deren Türchen man blicken kann. Dahinter befindet sich ein Paternoster, der verschiedene Objekte vorbeifahren lässt. Diese Station ist für Kinder gedacht, die aufgefordert werden, bestimmte Objekte ausfindig zu machen. (Abb. 68)

Gegenüber dieser Installation befindet sich der letzte Raum der Ausstellung. Dieser ist dunkel, mit weichem, mintfarbenem Teppichboden und wirkt gedämpft und ruhig im Gegensatz zu den sich überlagernden Bildschirmen, Objekten und Stimmen der anderen Ausstellungsräume. Die komplett schwarzen, an Wandtafeln

Abbildungen 66 und 67



erinnernden Wände sind mit weißen Kreidezeichnungen bedeckt. Jeder Wandabschnitt widmet sich dabei unterschiedlichen Kommunikationstheorien. Im Raum stehen bequeme Sessel. Die hohe Lehne ermöglicht es, sich vor den anderen Besucher/-innen und umliegenden Geräuschen abzuschirmen. In der Mitte des Raums sind kleine Bildschirme eingelassen. Hier kann man sich in einige der präsentierten Kommunikationstheorien vertiefen. Andernfalls ist es auch möglich, diese in einem ausgelegten Heft nachzulesen. (Abb. 69)

Abbildungen 68 und 69



Angemessenheit der Kommunikationsmedien

Der vielseitige Medieneinsatz in der Ausstellung fördert eine starke und individuelle Besucher/-innenbeteiligung. Spielerische Elemente und der Zugang mittels ›Hands-on‹, die sowohl digital als auch analog vorhanden sind, legen den Fokus auf das spielerische und individuelle Erfahren in der Ausstellung. Dies unterstützt gleichzeitig die Reflexion über das eigene kommunikative Verhalten. Die Objekte stehen bei dieser Ausstellung nicht im Fokus, obwohl sie in einzelnen Bereichen noch immer eine wichtige Rolle spielen. Vielmehr bleiben aber die interaktiven und partizipativen Momente haften. Obwohl klare Raumbilder die Themenbereiche fassen, ist innerhalb dieser Themenbereiche kein deutlich einzuhaltender dramaturgischer Ablauf vorgegeben. Die Stationen sind vielmehr interessenbasiert erfahrbar. Zusätzlich zu den Technologien, die den Zugang zu Informationen erlauben, sind auch analoge Möglichkeiten zur Informationsvermittlung vorhanden. (Abb. 70-74)

Im Weiteren fallen die Kommunikatoren im Raum auf: durch schwarze T-Shirts gekennzeichnetes Museumspersonal, das eine persönliche und zwischenmenschliche Kommunikation fördern soll. Analog hierzu ist das Projekt *Kultur-Dialog/Dialog-Kultur* des Museum der Kulturen Basel zu nennen, welches diese Art der Vermittlung bereits 2012 in den Museumsraum integrierte (A.S. 2012). Es ist also kein neues Konzept, Personal im Dialog zu schulen, um das Publikum auch auf zwischenmenschlicher Ebene zu integrieren. Die Kommunikatoren sollen den Austausch zwischen den Besucher/-innen und Inhalten unterstützen, Fragen stellen, Zusatzinformationen oder Anregungen geben.³ (Abb. 75) Die Mittel und Medien zur Kommunikation und Vermittlung der Inhalte finden demnach auf unterschiedlichen Ebenen statt: über haptische ›Hands-on‹-Stationen, digitale und technische Hilfsmittel oder eine zwischenmenschliche Art und Weise. Die beiden Ersteren ereignen sich spielerisch und bauen Wissen über individuelle Erfahrungen auf.

3 Beim ersten Besuch der Ausstellung wurde ich zwar von allen freundlich angelächelt, mit Stift und Notizblock bewaffnet hat mich jedoch kein/-e Kommunikator/-in während des gesamten Besuchs angesprochen. Erst als ich selber eine Frage direkt an eine Kommunikatorin richtete, kam ich ins Gespräch. Beim zweiten Besuch allerdings wurde ich von einer Kommunikatorin im Bereich des ›Data Centers‹ angesprochen. Inwiefern die Kommunikatoren also die Besucher/-innen tatsächlich auf dem Besuch begleiten und ansprechen, wird sich wohl noch herausstellen. Dabei habe ich beobachtet, dass Personen mit Kindern eher angesprochen und auf Dinge aufmerksam gemacht werden als Erwachsene ohne Kinderbegleitung.

Abbildungen 70–72



Abbildungen 73 und 74



Abbildung 75



Gesamtwirkung

Die Ausstellung steht ganz im Zeichen der Kommunikation: So werden die Besucher/-innen bereits beim Ausstellungseingang außerhalb der Museumsmauern auf dem ›Platz der Begegnung‹ erwartet. Sitzgelegenheiten, ein Café, ein Spielplatz für Kinder und eine großzügig gestaltete Sitzlandschaft aus Holz sind hier zu finden, die einen Dialog und kommunikativen Austausch fördern könn(t)en. In der Ausstellung selbst wird man mit neuen Technologien überrascht, die ein individuelles Ausstellungserlebnis unterstützen: Tracking, Barcodeerkennung und virtuelle Inhalte sind dabei als tragende Elemente vorhanden. Das Thema der Ausstellung beinhaltet die Kommunikation in all ihren Facetten und zieht sich klar durch sämtliche Ausstellungsbereiche: Dabei erweist es sich als ein schier überwältigendes Thema und als eines, »das flüchtig und ständig im Wandel ist« (petb/kell 2017). Christian Rohner, der Kurator der Ausstellung, bezeichnet dabei die Interaktion als »Zauberwort« (ebd.) und meint weiter: »Wir haben ein Credo: erleben, erfahren, begreifen. Uns geht es darum, dass man nicht zuerst lesen muss, sondern man kann erleben.« (Ebd.)

Die Ausstellung, die auf drei Stockwerken angelegt ist, bietet den Besucher/-innen eine enorme Fülle an unterschiedlichen Informationsebenen, Interaktionsmöglichkeiten, Farben, Tönen und Bildern und kann so schon ein wenig reizüberflutend wirken. So ist man, im zweiten Untergeschoss angekommen, bereits zu müde, um sich auf den Abschluss und den ›Log-out‹ zu konzentrieren. Da kommt der schwarze und gedämpfte Raum mit bequemen Sesseln am Schluss der Ausstellung gerade recht. Die unterschiedlichen Raumbilder und die Unmengen an Informationen lassen aber auch die Möglichkeit zu, die Ausstellung mehrmals zu besuchen. Dennoch könnte es ratsam sein, den Besucher/-innen Anhaltspunkte oder mögliche thematische Rundgänge anzubieten, um sich in den doch sehr unübersichtlich gehaltenen Themenüberlagerungen schneller zurechtzufinden oder eine Einführung in die Ausstellung zu erhalten.⁴ Grund dafür ist, dass sich oftmals eine gewisse Orientierungslosigkeit breit macht, die sicherlich nicht beabsichtigt ist, sich aber mit dem Anspruch des kuratorischen Konzepts an intuitiver Besucherführung nicht verträgt. Zudem scheint gerade im Einsatz neuer Medien ein immer wieder zu beobachtendes Problem aufzutreten: Die Technologien reagieren aufgrund der intensiven Nutzung durch unterschiedliche Besucher/-innen noch immer sehr empfindlich. So fallen wiederholt einige Stationen aufgrund technischer Probleme, Abnutzung oder Überlastung weg, was wiederum den Fluss

4 In einem Gespräch mit einer Ausstellungsgestalterin kurz vor der Rente hat sich herausgestellt, dass diese Ausstellung für sie zu überfordernd wirkte. Da die einführenden Worte der Kommunikatoren fehlten und sie nur die Fülle an Informationen, Bildern und Stationen vor sich sah, hat sie die Ausstellung gar nicht erst betreten.

des Storytellings stören und beeinflussen kann oder auch eine gewisse Frustrationsgrenze der Besucher/-innen übersteigt. Nach dem Ausstellungsbesuch bleiben viele Eindrücke zurück, wie zum Beispiel die unterschiedlichen und zum Teil starken Raumbilder. Die *Kernaussstellung* ist insgesamt eine individuell erfahrbare und spielerisch interaktive Ausstellung mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Stationen, die ein großes Thema auf zahlreichen Ebenen mehrschichtig beleuchten – eine durch diese Mehrschichtigkeit sich oftmals überlagernde visuelle Flut an Möglichkeiten, sich den Inhalten anzunähern. Dass man sich hier locker einen ganzen Tag lang die Zeit vertreiben kann oder mehrmals wiederkommt, ist unbestritten.

Kontextualisierung

Das Museum der Kulturen Basel legt seit seinem Umbau und der inhaltlichen Neuausrichtung im Jahr 2011 den Fokus auf thematische Ausstellungen und nicht mehr auf regionale Sammlungspräsentationen. Das Zielpublikum definiert sich dabei immer wieder neu, wobei die Ausstellungen jedoch grundsätzlich für ein breites Publikum funktionieren sollen. Fokussiert und beleuchtet werden bei den Ausstellungen die kulturellen Dimensionen, die eine Gesellschaft bestimmen, Erkenntnisgewinn wird dabei verbunden mit ästhetischem »Genuss und Emotionalität«¹. Jeweils sollen Teile der Sammlung durch die Arbeit des Museums neu positioniert werden und die gewählten Themen immer eine Verbindung zum Hier und Jetzt aufweisen. Im Weiteren versteht sich das Museum als »Partner und Ansprechpartner der Öffentlichkeit« (ebd.), als reflektierende Institution, und sucht deshalb den Dialog mit dem Publikum. Grundsätzlich interessiert sich das Museum für die Frage der Partizipation. Dabei beschränkt es sich jedoch auf einige Aspekte wie zum Beispiel den Kontakt mit Herkunftsgruppen oder Kinderstationen. In Zukunft soll jedoch das Thema der Partizipation gerade in die für 2019 geplante Ausstellung *Zukunft* stärker mit einbezogen werden. Im Leitbild sind deshalb folgende wesentlichen Punkte festgehalten:

- Das Museum der Kulturen Basel fördert mit spannenden Ausstellungen und abwechslungsreichen Veranstaltungen das kulturelle Leben und Bewusstsein in und um Basel, aber auch überregional.
- Wir leuchten kulturelle Dimensionen des Lebens aus, die eine jede Gesellschaft auf unterschiedliche Art und Weise bestimmen.
- Wir stehen für Erkenntnisgewinn, verbunden mit ästhetischem Genuss und Emotionalität. Mit unserer Arbeit positionieren wir jeweils Teile der eigenen Sammlungen neu. Wir bearbeiten Themen immer in Verbindung mit dem Hier und Jetzt.

1 <https://www.mkb.ch/de/museum/ueber-uns.html>

- Wir verstehen uns als Partner und Ansprechpartner der Öffentlichkeit. Wir suchen bewusst den Dialog mit unserem Publikum, weil wir das Museum als reflektierende Institution auffassen.²

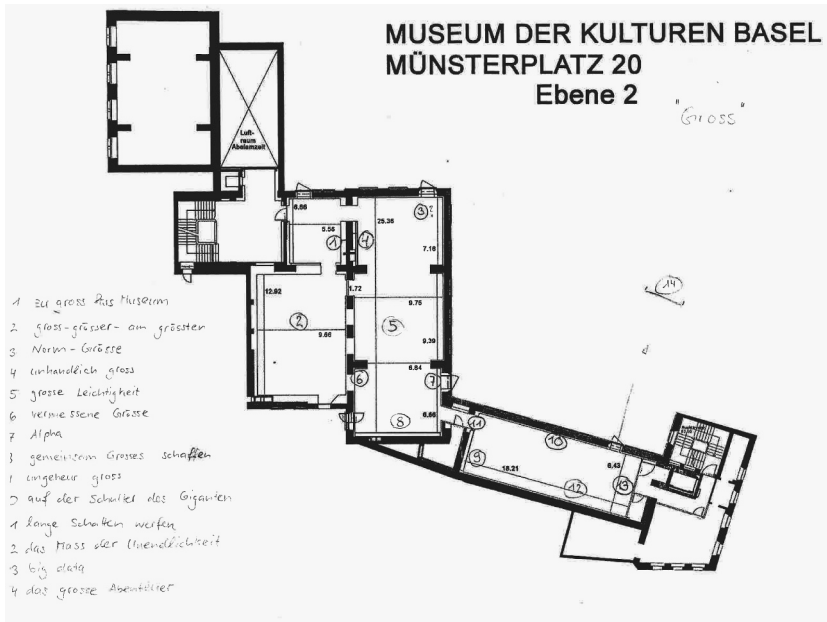
Die thematische Ausstellung *GROSS* unterliegt diesen Ansprüchen aus dem Leitbild. Dabei wird das Thema in der Ausstellung ethnologisch ausgelotet und betrachtet. Es sei ein Querschnittsthema, so die Direktorin Anna Schmid. Eine erste Annäherung an Großes in ökonomischen, sozialen, politischen und religiösen Bereichen (Schmid 2016). Die Ausstellung, welche im Museum der Kulturen Basel von der Kuratorin Beatrice Voirol konzipiert wurde, verfolgt den Anspruch an eine umfassende thematische Ausstellung, die für ein heterogenes Publikum funktionieren muss: »Wir diskutieren die Frage des Zielpublikums immer wieder neu bei jeder Ausstellung, aber prinzipiell müssen Ausstellungen für alle funktionieren«, so Voirol.³ Die Planung der Ausstellung *GROSS* unterscheidet sich dabei von den anderen beiden Fallstudien darin, dass sie weder von einem Wettbewerb noch von einer Neuausrichtung des Museums ausgeht und auch keinen Neu- oder Umbau der Architektur als Ausgangslage hat. Dabei verweist sie auch auf das Leitbild oder Mission Statement des Museums, welches folgende Punkte beinhaltet:

Deskription der Ausstellung

Die Ausstellung *GROSS* wird auf einem ganzen Stockwerk des Museums der Kulturen Basel präsentiert. Dabei handelt es sich um eine relativ klare Abfolge von Räumen, die einen Einstieg und ein Ende der Ausstellung vorsehen. Die Ausstellung ist für ein heterogenes Publikum ohne viel Interaktion gedacht und beleuchtet ein kulturhistorisches Thema. Insgesamt gibt es 14 thematische Stationen, die in vier Räumen der Ausstellung präsentiert werden, wie der hier abgedruckte Grundriss gut ersichtlich aufzeigt. Dieser stammt allerdings noch aus der Konzeptionsphase der Ausstellung, weshalb er nicht mehr in allen Bereichen mit der Umsetzung übereinstimmt: so wurden beispielsweise die Stationen 3 und 6 in der Umsetzung miteinander ausgetauscht. (Abb. 76)

-
- 2 Für die im März 2019 geplante Ausstellung mit dem Titel *Zukunft* besteht die Absicht, Partizipation verstärkt einzubeziehen. Partizipation versteht die Institution jedoch auch als »Kontakt mit Herkunftsgruppen«, der beispielsweise in der Ausstellung *Was jetzt? Aufstand der Dinge am Amazonas* eine Rolle spielte.
 - 3 Antwort der Kuratorin Beatrice Voirol auf die Frage nach spezifischen Ansprüchen an die Ausstellung im Mailaustausch vom 5.10.2017.

Abbildung 76

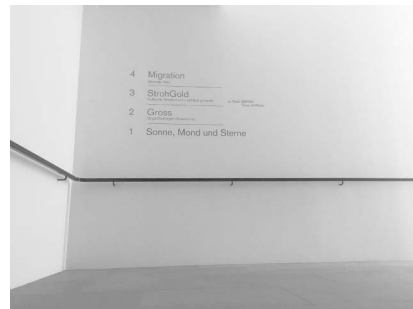


Vor der Ausstellung

Hinweise auf die Ausstellung GROSS sind erst beim Museum selbst zu finden. Hier sind an der Museumsaußenwand die Plakate zu den aktuellen Ausstellungen angebracht. Die zweite, allerdings sehr versteckte Begegnung mit den aktuellen Ausstellungen präsentiert sich den Besucher/-innen beim Eingang zum Hof, der zum Museum führt. Hinter der Tür sind hier nochmals Plakate zu den Ausstellungen zu finden. Vom Hof geht man auf das Museumsgebäude zu, welches im Jahr 2001 von den Basler Architekten Herzog und de Meuron umgebaut wurde. Schlingpflanzen-ähnliche Gewächse hängen vor dem Museumseingang, das gläsern und glänzend wirkende Dach ist auffällig. Die anderen Gebäude, die diesen Innenhof umgeben, stammen aus einer anderen Zeit. Eine breite, flache Treppe, deren Stufen hinunter zum Eingang des Museums führen, lädt bei schönem Wetter zum Verweilen ein. Der durch eine Glasfront großzügig wirkende Eingangsbereich führt direkt zur Kasse, die L-förmig gebaut ist. Hier liegen auch Flyer und andere Informationen zu den Ausstellungen, zu Rahmenprogrammen und weiteren kulturellen Angeboten in Basel aus. Wie in vielen, wenn nicht gar in allen neu organisierten Museen ist auch hier der Museumsshop so neben dem Kassenbereich aufgebaut, dass man

ihn ohne Eintritt in die Ausstellung besuchen kann. Ansprechende Artikel deuten auf die Inhalte der Ausstellungen hin. Eine im Foyer an den weißen Wänden angebrachte kleine Fotoausstellung verweist zwar nicht auf die Ausstellungen im Haus, scheint aber eine erste Einführung in die Ausstellungsräume zu sein und quasi als Prolog zu wirken. Alles in allem werden Besucher/-innen von einer ruhigen und großzügig wirkenden Atmosphäre empfangen. Die Empfangsdame – hier sind es sogar zwei – wickelt den Kauf des Eintrittstickets ab. Mit dem Ticket sind alle Ausstellungen auf sämtlichen Stockwerken betretbar, weshalb wohl keine spezifischeren Informationen zu den zu besuchenden Ausstellungen zur Verfügung stehen. Die Besucher/-innen können sich je nach Bedarf mit dem, neben der Kasse ausgelegten Material über die einzelnen Ausstellungen informieren. Einzig der Weg zu den Ausstellungen wird kommuniziert. Nebst dem Lift kann auch die großzügige Treppe benutzt werden. Linkerhand finden sich nochmals die fünf Plakate der präsentierten Ausstellungen. (Abb. 77) Auf dem ersten Treppenabsatz wird schließlich über eine Übersicht klar, welche Ausstellung wo zu finden ist. (Abb. 78) Was die Inhalte der Ausstellungen betrifft, scheinen die Titel, die vielversprechend tönen und viel Spielraum zulassen, die einzigen vom Museum bereitgestellten Informationen zu sein, wenn Besucher/-innen sich nicht selbst durch die ausgelegten Flyer informieren wollen. Die gesuchte Ausstellung GROSS befindet sich schließlich im zweiten Stock.

Abbildungen 77 und 78



Beim Ausstellungseingang

Auf dem Boden des zweiten Stocks angekommen, lassen sich bereits Teile der Ausstellung sehen. Man erhascht einen Blick auf ein aus bastähnlichem Material hergestelltes fischähnliches Objekt mit aufgerissenem Maul. (Abb. 79) Von diesem Standort aus gibt es zudem die Möglichkeit, linkerhand in eine Galerie hinabzu-

blicken, die sich über alle Stockwerke erstreckt. Hier wird ein, den ganzen Galerieraum ausfüllendes Objekt präsentiert: ein Zelt, welches als Auftakt zum Thema GROSS fungiert. Zudem fallen die schwarz gekleideten Ausstellungsaufseher auf, die freundlich grüßend ihre Runden in den Ausstellungen drehen.

Abbildung 79



Übersichtlichkeit

Die vom Eingang her sichtbaren, groß bis imposant wirkenden Objekte lassen auf das Thema schließen, das hier jedoch noch immer nicht spezifischer eingeleitet wird. So deutet beispielsweise beim Eingang der Ausstellung kein Ausstellungstitel auf das behandelnde Thema hin. Auch eine Übersicht über die einzelnen Räume oder Dimensionen der Räume ist hier nicht vorhanden. Der Überraschungseffekt scheint fragbarer zu sein. Im ersten Raum finden sich schließlich linkerhand

ein Impressum mit Angaben der in die Ausstellung involvierten Personen sowie ein Gästebuch für Rückmeldungen zur Ausstellung. Rechterhand sind der Ausstellungstitel sowie eine kurze Einführung zum Thema an der Wand angebracht. Gleichzeitig wird in diesem ersten Raum mittels Modell und Beamerprojektion sowie zwei großformatigen Objekten an der gegenüberliegenden Wand auf das vor der Ausstellung zu sehende Zelt verwiesen. (Abb. 80) Auf diese Weise wird die Verbindung dieses Objekts mit der Ausstellung geschaffen. Obwohl nirgends ein klarer Rundgang vermerkt ist und es eigentlich möglich wäre, die Ausstellungen von zwei Seiten her zu begehen, deutet der Auftakt in diesem Raum auf die ›Leserichtung‹ der Ausstellung und somit auf eine intendierte Richtung der Begehung hin.

Abbildung 80



Die Ausstellungsräumlichkeiten

Die Ausstellung befindet sich in insgesamt vier Räumen. Dabei gibt es zwei kleinere sowie zwei größere Ausstellungsräume. Die Objektarrangements in den ersten beiden kleineren Räumen wirken ruhiger und großzügiger als in den darauffolgenden, wo ungleich mehr Objekte gezeigt werden. Die Übergänge zu den einzelnen Themenbereichen sind fließend. So finden sich in einem Raum meistens mehrere Themenbereiche. (Abb. 81) In den beiden größeren und längeren Räumen zeigen sich ungleich mehr Themen, aber auch Objekte als in den beiden kleineren. Dadurch wirken diese in ihrer Präsentation weniger ruhig und die Objekte scheinen

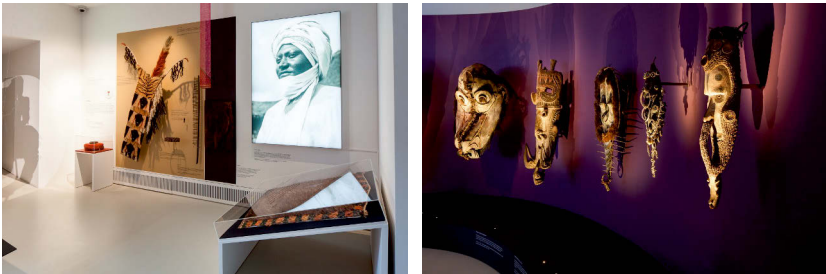
sich stärker zu überlagern. Die offene Präsentation setzt die Objekte allerdings auch in gewisse Bezüge, da die Sichtachsen über die Themenbereiche hinweg frei sind. Die Ausstellung erinnert an klassische Objektpräsentationen kulturhistorischer Museen, die den Objekten genügend Platz einräumen und einen eindeutigen Objektfokus verfolgen. Die Objektpräsentationen sind, trotz fehlender Vitrinen respektive Glashauben, relativ klassisch auf Podesten angeordnet. Ihre Anordnung lässt den Besucher/-innen obgleich enger Platzverhältnisse viel Bewegungsfreiheit. Die Objekte werden gleichwertig präsentiert, keines scheint spezifisch hervorgehoben worden zu sein.

Abbildung 81 und 82

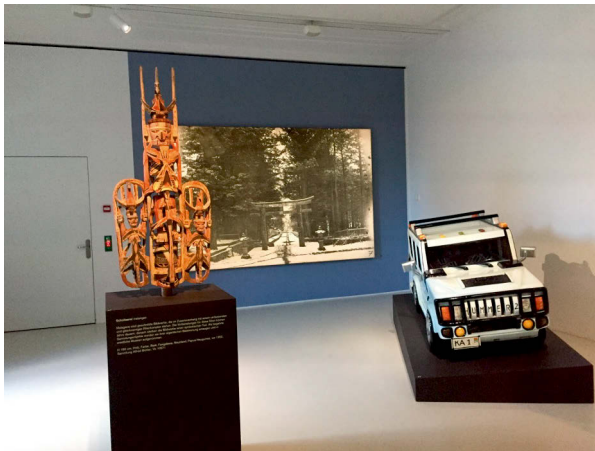


Der zweite und der vierte und letzte Ausstellungsraum heben sich in ihrer atmosphärischen Wirkung von den anderen ab. So präsentiert sich der zweite Raum ganz in Rot getaucht (Abb. 82), was die Objekte stärker hervortreten lässt. Der dritte Raum ist relativ hell gehalten und beinhaltet viele unterschiedliche Themenbereiche. (Abb. 83) Der vierte und letzte Raum wirkt im Gegensatz zu den anderen Räumen kühler. Er teilt sich in zwei Atmosphären: eine etwas kühlere und dunklere sowie eine wiederum hellere. Erstere kann einerseits an der Auswahl der Objekte liegen, die mit dem Thema Tod, Furcht etc. spielen, andererseits sicherlich auch an deren Präsentation und der Farbigkeit der Gestaltung: Das dunkle Violett der Podeste und das gedämpfte Licht im Raum vermitteln eine etwas düstere und gedämpfte Stimmung. (Abb. 84) Der letzte Abschnitt in diesem Raum ist wiederum in Weiß getaucht, einzelne Objekte sowie eine große Fotografie werden hier präsentiert. (Abb. 85)

Abbildungen 83 und 84



Abbildungen 85



Rundgang

Der erste Raum besitzt drei Durchgänge: denjenigen, durch den die Besucher/-innen die Ausstellung vom Treppenhaus her betreten, einen, der weiter geradeaus führt, und einen dritten, der in einen hinteren, etwas größeren Raum mündet. Im Raum auf der linken Seite des Eingangs befindet sich ein großes Objekt, ebenso auf der gegenüberliegenden Seite des Raums. Beide sind an der Wand entlang aufgestellt. Darauf sind Malereien zu erkennen, die u.a. Gesichter darstellen. (Abb. 86) Rechts vom Eingang wird ein kleines Modell im Maßstab 1 : 50 präsentiert. Es handelt sich um die modellhafte Darstellung eines Abelamhauses. Hier erkennen die Besucher/-innen, dass es sich gleichzeitig um ein Modell des Zeltes handelt, wel-

ches in der Galerie vor der Ausstellung zu sehen ist. Man erfährt, dass dieses Modell als Vorlage zum Aufbau des im Museum gezeigten Zeltediente. Die beiden anderen Objekte an den Wänden präsentieren, so der Text, eine Kulthausfassade. (Abb. 87) Der Titel sowie der kurz gehaltene Einführungstext in die Ausstellung sind nicht auf den ersten Blick ersichtlich. Im Raum ist zudem eine Projektion zu finden, die den Gebrauch und Aufbau solcher Kulthäuser zeigt und einer Diashow nachempfunden ist. Der Einführungstext hat eine angenehme Länge und scheint das Thema in allen Facetten und auf allen Ebenen zu erfassen. Vor allem der erwähnte Bogen zur Gegenwart »als Zeit der Superlative« (Einführungstext zur Ausstellung), wobei XXL-Stores und Megacitys erwähnt werden, lässt einiges erwarten. Die Ausstellung scheint auf diese Weise einen großen inhaltlichen Bogen zu spannen und die Sammlungsobjekte mit Alltäglichem und Bekanntem zu durchmischen. Im Durchgang zum nächsten Raum springt die tiefrote Wandfarbe sogleich ins Auge.

Abbildungen 86 und 87



Der großzügig wirkende zweite Raum zieht die Besucher/-innen durch die hier ausgestellten überdimensionalen Objekte in ihren Bann. Die Objekte sind allesamt aus Holz gefertigte Sammlungsstücke, die auf unterschiedlich hohen Podesten präsentiert werden. Dieser Raum trägt den Titel *Groß – größer – am größten*. Diese aus Baumstämmen entstandenen Objekte und ihre schiere Größe scheinen an einen Wald erinnern zu wollen, durch den man sich bewegt. (Abb. 88) Die Präsentation der Objekte, welche durch die rote Wandfarbe noch stärker hervorgehoben werden, die ruhige Atmosphäre und die Assoziation mit einem Wald lassen diesen Raum ruhig erscheinen. Untermalt von entfernt hörbaren Geräuschen, die an eine Tropfsteinhöhle erinnern, scheinen die Objekte Zeitzeugen einer vergangenen Kultur zu sein. Gleichzeitig erinnern ihre geschnitzten und sehr unterschiedlich wirkenden Gesichter an Bekanntes: Assoziationen zu Comicfiguren oder Street-Art-Charakteren kommen beispielsweise auf. Als Besucher/-in flaniert man hier

zwischen den Objekten hindurch, liest ab und zu einen der kurzen Erklärungstexte und fokussiert sich dabei vor allem auf die einzelnen Objekte. Der sehr hohe Raum erstreckt sich über zwei Stockwerke. Auf diese Weise lässt er den ebenfalls hohen Objekten genügend Platz, sodass sie nicht eingeeengt wirken. (Abb. 89)

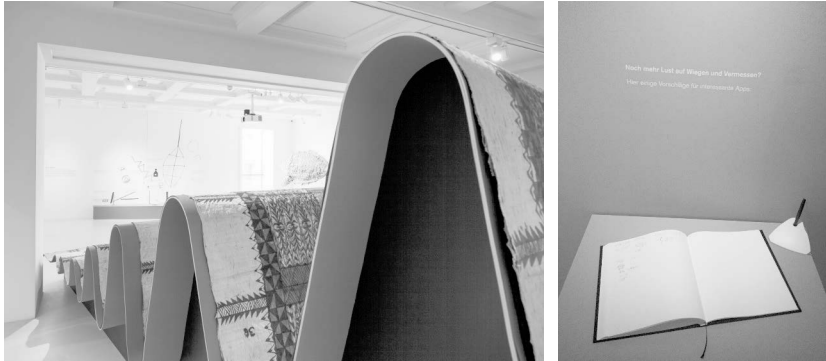
Abbildungen 88 und 89



Den dritten Raum betreten die Besucher/-innen über einen Durchgang, der mit dem zweiten Raum verbunden ist. Die Dimensionen dieses Raums sind wesentlich größer als die der beiden vorangegangenen. Direkt nach dem Durchgang ist ein großes Objekt auf einem mittig im Raum platzierten schwarzen Sockel zu sehen. Das wellenförmig über den Sockel gelegte Objekt erinnert an einen dünnen Teppich. Links an der Wand angebracht ist der Titel dieses Ausstellungsteils zu finden: *Grosse Leichtigkeit*. (Abb. 90) Neben diesem Titel befinden sich zwei weitere Objekte, die aber eher beiläufig wahrgenommen werden. Ein Blick zurück eröffnet, dass der Sockel mit dem teppichähnlichen Objekt einen Durchbruch vorweist, der gerade einmal mannshoch zum Passieren einlädt. Auf der Wand dieser Passage befindet sich linkerhand eine Frage, die zwar in weißer Schrift auf dunklem Grund gehalten ist, die aufgrund der spärlichen Beleuchtung aber nicht sehr auffällig wirkt. Hier steht: »Wie fühlt sich Rindenbaststoff an? Hier darf man anfassen.« Daneben hängt ein, dem großen, teppichähnlichen Objekt im Raum nicht unähnliches kleineres Stück. Jetzt wird klar, dass es sich bei dem Objekt im Raum offensichtlich um ein immenses Stück dieses Rindenbaststoffs handelt. Die gegenüberliegende Wand dieser Passage ist grünlich gestrichen. Vier unterschiedliche und haptisch erfahrbare Stationen sind hier vorhanden, die sich jedoch eindeutig an Kinder richten. Die einzelnen Stationen lassen einen interaktiven Zugang zu

den Inhalten zu. Ein direkter Zusammenhang mit dem Thema der Ausstellung ist allerdings nicht augenfällig. Zudem fehlt hier, gerade weil dieser Bereich für Kinder gedacht ist, eine Sitzgelegenheit. Trotz des interaktiven Zugangs scheint dieser Bereich eher halbherzig eingerichtet worden zu sein. (Abb. 91)

Abbildungen 90 und 91



Nach dem Verlassen dieses Bereichs durch denselben Eingang fällt an der linken Wand eine Grafik auf. Es handelt sich um die bis jetzt einzige grafische Darstellung an den Ausstellungswänden. Hier werden Dimensionen und Größenverhältnisse vergleichend und mittels Icons wiedergegeben. Sie sind kurz und knapp und grafisch ansprechend präsentiert. Der Titel ›Vermessene Grössen‹ spielt auf das Thema der Anthropometrie an und stellt auch aktuell gängige und gültige Proportionen wie Konfektionsgrößen, Größenverhältnisse zwischen Männern und Frauen in einer Partnerschaft oder Gewichtsverhältnisse dar. Viele davon sind direkt auf die Schweizer Bevölkerung bezogen. (Abb. 92) Neben der Grafik befindet sich unter dem Titel ›Vermessene Grössen‹ ein projizierter Film. Davor steht eine weiße Bank als Sitzgelegenheit. Der Film wird unter dem Themenbereich ›Gemeinsam Großes schaffen‹ präsentiert, der den Bau eines Kanus als Gemeinschaftswerk zeigt. Hier wird klar, dass es sich dabei einerseits um Sammlungsobjekte für das Museum handelt, andererseits um Gebrauchsgegenstände.

Neben dem Film gibt es eine dünne Trennwand, die den Film vom nächsten Themenbereich mit dem Titel ›Alpha‹ trennt. (Abb. 93) Bei diesem Begriff werden unterschiedliche Assoziationen geweckt: Alphetier, Anführer, Politik etc. Auffallend ist ein Objekt, das sich in einer Vitrine befindet und vielleicht genau deswegen heraussticht, da die übrigen Objekte ohne Vitrine präsentiert werden. Daneben werden noch weitere Objekte gezeigt. (Abb. 94) Diese beziehen sich alle auf die Männlichkeit und stellen somit den Bezug zum Thema ›Alpha‹ her. Ein schwarz-weiß gehaltenes Porträtfoto eines politischen und religiösen Oberhauptes in Kamerun

wird hier großformatig gezeigt. Das Bild sieht sehr modern aus, stammt jedoch aus den Jahren 1912 bis 1915. ›Alpha‹ entpuppt sich als sehr kleiner Themenbereich in der Ausstellung. (Abb. 95)

Abbildungen 92 und 93



Abbildungen 94 und 95



Diesem Bereich gegenüber, vor dem Durchgang, welcher in den letzten Raum führt, hängt ein Objekt in der Luft und wirft einen Schatten auf Decke und Wand im Durchgang. Hierbei handelt es sich um eine Schattenspielerfigur, die mittels unterschiedlicher Beleuchtung einmal stark aufgeblasen und einmal verzerrt einen Schatten wirft und in den nächsten Raum und Themenbereich einführt. (Abb. 96) Dieser ist im vierten und letzten Raum zu finden, der durch einen Durchgang mit dem dritten Raum verbunden ist. Der Durchgang scheint relativ unspektakulär zu sein und wird nicht bespielt. Im vierten Raum befinden sich zwei halbkreisförmige

Podeste, die einen Kreis andeuten, durch dessen Mitte die Besucher/-innen gehen können. Dieser Themenbereich erscheint durch diesen angedeuteten Kreis in sich geschlossen. (Abb. 97) Auf den Podesten sind unterschiedliche Masken angeordnet. (Abb. 98) Das hier präsentierte Thema ›Ungeheuer Gross‹ vermag nicht so richtig zu überraschen oder zu erschrecken, zumal die größten Objekte eher im zweiten Raum zu finden waren. In diesem vierten Raum werden Objekte gezeigt, die an Ungeheuer erinnern und weit aufgerissene Mäuler haben. Hinter dieser Präsentation finden die Besucher/-innen weitere Bereiche: ein Hörspiel zu Giganten, das Thema ›Big Data‹ und eine religiöse Auseinandersetzung mit dem Thema Größe und Unendlichkeit. Schließlich verspricht der Titel ›Das grosse Abenteuer‹ als letzter Bereich in diesem vierten Raum einen Höhepunkt der Ausstellung. In diesem Themenbereich steht ein Podest vor dem einzigen Fenster im Raum, auf welches sich die Besucher/-innen stellen können. Ein Fernrohr ist von hier aus auf die gegenüberliegende Wand gerichtet. Durch das Fernrohr sind viele kleine Bilder an dieser Wand zu sehen, die Spielzeugautos in unterschiedlichen Umgebungen zeigen und so mit Größenverhältnissen spielen. (Abb. 99) In diesem letzten Teil wird auch das Thema ›Big Data‹ angesprochen. Ein kurzer Text sowie eine tonlose Projektion, die in einem Loop gezeigt wird, sind hier vorzufinden.

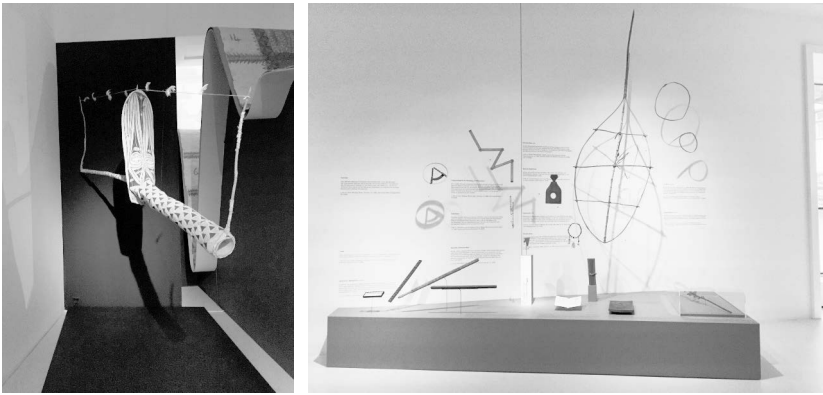
Abbildungen 96 und 97



Abbildungen 98 und 99

Um nun in den letzten Ausstellungsteil zu gelangen, müssen die Besucher/-innen den Weg zurück bis zum Podest mit dem Bastteppich gehen. Dabei ist der Durchgang, in dem sich die interaktive Kinderstation befindet, zu durchqueren. Den Durchgang nun passierend, steht man vor einem lustig anmutenden Objekt mit einer langen nasenähnlichen Ausstülpung. (Abb. 100) Näheres wird hierzu nicht erläutert. Sowieso eröffnet sich in diesem Abschnitt das behandelte Thema nicht gleich. Ausstellungspodeste reihen sich hier an der Wand auf und darauf sind unterschiedliche Objekte präsentiert, die mal mehr, mal weniger interessant scheinen und die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Die Arrangements mit Fisch, Korb, Skulptur scheinen auf den Gebrauch der Objekte zu verweisen. Abgelöst wird diese Art von Arrangements in diesem Raum wieder von museal wirkenden Präsentationen wie beispielsweise einer Installation mit verschiedenen Messinstrumenten. (Abb. 101) Am Ende des Rundgangs in diesem Raum wird ein Film gezeigt. Dieser demonstriert den Aufbau des größten Objekts in der Ausstellung und die Schwierigkeiten des Transports, die damit verbunden waren. Hier wird die Dringlichkeit der Frage nach der Größe von Museumsobjekten sowie den dafür erbauten Räumen und deren Gegebenheiten thematisiert. Der Film entlässt die Besucher/-innen, die nun unterschiedliche Bereiche von Größe erfahren haben, wieder durch den ersten Raum in den Treppenaufgang.

Abbildungen 100 und 101

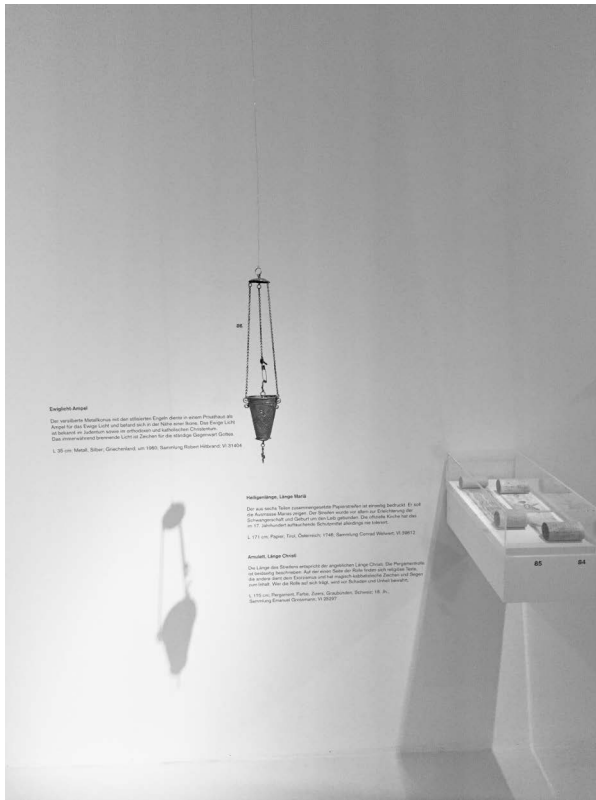


Angemessenheit der Kommunikationsmedien

Die Ausstellung bedient sich der Medien ›Text‹, ›Projektion‹, ›Objekte‹ und ›Audio‹. In jedem Ausstellungsraum wird eine Projektion gezeigt, mit Ausnahme des zweiten Ausstellungsraums mit dem Titel ›Gross-Grösser-am Grössten‹. Fokussiert wird hierbei vielmehr auf ein stimmiges Raumbild, welches durch die Objekte funktioniert. Einzig kurze erklärende Texte zum Objekt sind hier zu finden. Interaktive Elemente sind mit Ausnahme des Kinderbereichs keine zu sehen. Eine Audiospur wird nur da eingesetzt, wo ein Hörspiel für Besucher/-innen angeboten wird. Film kommt allerdings mehrmals zum Einsatz und wird als dokumentarisches Medium eingesetzt, welches die Objekte und deren Gebrauch, Herstellung oder Nutzung erklärt. (Abb. 102)

Das Hauptmedium der Ausstellung ist vor allem der Text. Mithilfe von Texten werden die jeweiligen Themenbereiche kurz und knapp erläutert oder Objekte angeschrieben. Die Texte lesen sich leicht und verstärken durch das gewählte Präsenz den Gegenwartsbezug. Dadurch rücken sie auch die gezeigten Objekte stärker in einen kulturhistorischen Kontext, der nicht unbedingt rückwärtsgewandt erscheint. Durch ihre Positionierung in der Ausstellung stehen die Texte allerdings nicht im Fokus. Dieser liegt vielmehr auf den Objekten selbst. Die Objekte werden einerseits als museale Sammlungsstücke, aber andererseits auch als Gebrauchsgegenstände inszeniert, was unterschiedliche Perspektiven und Blickwinkel ermöglicht. Auf aufwendige Multimediainstallationen wurde verzichtet. Der Medieneinsatz beschränkt sich eher auf herkömmliches, schnell einzurichtendes und einfach bedienbares Material. Einzig die Möglichkeit, mittels eines Barcodes auf die Publikation und somit vertiefende Informationen zuzugreifen, fällt auf. Grundsätzlich

Abbildung 102



scheint der Einsatz der Medien ruhig und bewusst an spezifischen Orten eingesetzt, wo er einen Mehrwert verspricht. Bewegtbild in Form von Film zeigt sich vor allem da, wo die ausgestellten Objekte im alltäglichen Gebrauch oder in ihrer Herstellung gezeigt werden sollen, was die Distanz zwischen den Objekten und den Besucher/-innen zusehends verringert und so ebenfalls einen stärkeren Gegenwartsbezug herzustellen vermag.

Gesamtwirkung und Botschaft der Ausstellung

Die Ausstellung *GROSS* lotet in einer Vielzahl an verschiedenen Themenbereichen und durch die Präsentation verschiedenster Objekte den Gegenstand der Größe aus. Dabei hebt sich die Inszenierung im zweiten Raum der Ausstellung am deutlichsten von den anderen ab, denn hier werden die Besucher/-innen auch atmo-

sphärisch am stärksten mit dem Thema der Ausstellung konfrontiert. So wird hier alleine durch die Größe der Objekte eine physische Konfrontation mit dem Thema ermöglicht. Diese wird zusätzlich durch den ganz in Rot gehaltenen Ausstellungsraum untermalt, womit die Objekte stärker hervorgehoben werden. In diesem Raum gibt es keine weiteren Erklärungen in Textform als die Beschriftung der Objekte. (Abb. 103) Einzelne Arrangements in anderen Bereichen der Ausstellung erinnern an eine klassische ethnografische Ausstellung, bei der Objekte, großformatige Bilder, erklärende Texte und weitere Artefakte in Vitrinen gezeigt werden. Wieder andere erinnern eher an diejenigen eines Freilichtmuseums. Auffallend erscheint, dass es kaum möglich ist, zwischen alten oder sich noch im Gebrauch befindenden Objekten zu unterscheiden. Vielmehr wirken die meisten Objekte eher so, als wären sie aus ihrem Ursprungskontext gerissen worden und würden hier nur zu Anschauungszwecken präsentiert, um sie schließlich wieder in Gebrauch zu nehmen. Insgesamt wirkt die Ausstellung stark in der Gegenwart verortet: Durch einzelne spezifische Gegenwartsbezüge zu unserem Alltag und die Kombination von Objekten als kulturhistorische Gebrauchsgegenstände scheint sie kein Zeugnis vergangener Epochen abzulegen, sondern vielmehr Bezüge unterschiedlicher Kulturen und deren Symbolik zu erforschen.

Abbildung 103



Nach dem Besuch der Ausstellung GROSS hat man eine ansprechende und schön gestaltete Ausstellung gesehen, die ruhig präsentiert wird und den Objekten meistens genügend Spielraum lässt. Der große Titel lässt die Vielfalt der The-

menbereiche zu, die in ihrem dramaturgischen Aufbau einen guten Überblick verschaffen und zeigen, was sich alles innerhalb eines abstrakt gehaltenen Themas behandeln lässt. Leider scheint der Einführungstext hier thematisch einen größeren Alltagsbezug für die Besucher/-innen zu versprechen. Obwohl in der Ausstellung selber einige solcher Bezüge zu finden sind, sind diese relativ kurz und knapp gehalten. Dennoch wird das Potenzial einer solchen thematischen Ausstellung deutlich, welches hier nur angedeutet, aber nicht ausgereizt wurde. Die einzelnen Themenbereiche scheinen alle in etwa gleichwertig behandelt worden zu sein. Dramaturgische Eingriffe in Form von Schwerpunkten oder eine Fokussierung auf einzelne Aspekte, die zu vertiefen möglich wären, könnten hier stärkere emotionale Bezüge zu Gegenwartsthemen herstellen. So wäre es beispielsweise in ›Alpha‹ möglich, die Objekte der Sammlung zu zeigen, aber einen Bezug zu unserer Gegenwart herzustellen, indem aktuelle Statusobjekte oder die Politik einbezogen würden. In der Ausstellung selber sind diese Bezüge stark auf die gezeigten Objekte fokussiert. Emotionaler Einbezug und Alltagsbezug könnten hier allerdings weiter auskosten werden.

Innerhalb der Themenbereiche scheint eine Orientierung relativ schwierig zu sein. Ohne Grundrissplan und die zum Teil eher verschwindend kleinen Wandtexte, die die einzelnen Themen betiteln und beschreiben, bleibt deshalb ein Gefühl einer gewissen Orientierungslosigkeit zurück. Eine bessere Orientierung könnte helfen, Schwerpunkte zu setzen und Alltagsbezüge besser herzustellen. In der Ausstellung fällt zudem der Einbezug des Außenraums auf: Durch den Bereich ›Großes Abenteuer‹ und den Blick auf das moderne Kunstwerk, welches an der Außenmauer auf der gegenüberliegenden Seite zu finden ist, erweitert sich der Blick über die Museumsmauern hinaus. Die Involvierung der Besuchenden geschieht hier auf eine eher klassische und interaktive Weise. Sie werden hierbei als Rezipient/-innen der ihnen präsentierten Inhalte verstanden.

Die Interaktionen beschränken sich im Wesentlichen auf die einzige Hörspielstation, die in der Ausstellung zu finden ist. Im Kinderbereich allerdings findet Interaktion über weitere Elemente statt. Die Kuratorin Beatrice Voirol meint hierzu: »Das partizipative Element ist sicher bei uns bisher etwas zu kurz gekommen. [...] In GROSS beschränkt es sich auf die Kinderstation.«⁴ Leider ist diese Kinderstation sehr klein gehalten. Dennoch finden sich hier spielerische Zugänge und haptische Elemente. Dieser Bereich wirkt durch seine beschränkte Größe fast ein wenig verloren. Sitzgelegenheiten oder andere Elemente, um sich länger hier aufzuhalten, sind nicht vorhanden. Bei längerem Verweilen müssen die Kinder entweder stehen oder auf dem Boden sitzen. Obwohl hier ein interaktiver und haptischer Ansatz gewählt wurde, um Inhalte zu vermitteln, scheint sich die Gestaltung nicht

4 Antwort der Kuratorin Beatrice Voirol im Mailaustausch auf die Frage nach dem Stellenwert der Partizipation in der Ausstellung GROSS vom 5.10.2017.

wesentlich von derjenigen in den anderen Räumen abzuheben und wirkt deshalb für den gewählten spielerischen Zugang wenig einladend. Die Dauerausstellung GROSS ist sicherlich nicht stark medial ausgerichtet. Dennoch zeigen sich hier einige interessante Ansätze zur Einbindung der Besucher/-innen. Insgesamt handelt es sich um eine ruhige Ausstellung, die im weitesten Sinne an eine Schausammlung erinnert. Das Rahmenprogramm zur Ausstellung zeigt sich vielversprechend im Umgang mit der Relevanz zum Thema GROSS im Alltag. Leider gibt es keine direkte Möglichkeit, sich in der Ausstellung darüber zu informieren. Eine genauere Betrachtung des Programms zeigt aber deutlich, dass dabei eine diskursive Einbindung in das Thema durchaus vorhanden ist. Demnach findet diese in erster Linie außerhalb des Ausstellungsraums statt.

III. Teil:

Gesellschaftliche Einbindung im Vergleich

Vergleich 1 – die Fallstudien

In diesem Kapitel geht es darum, die einzelnen Merkmale gesellschaftlicher Einbindung der Fallstudien herauszuarbeiten und den drei Aspekten derselben (Repräsentation, Partizipation und Zugänglichkeit) zuzuordnen. Dabei wird von den jeweiligen Definitionen nach Sandell (wie in Kapitel Der Fokus auf drei Begriffe – die drei Pfeiler gesellschaftlicher Einbindung) ausgegangen, um die Tiefenbohrungen vorzunehmen. Die Fallstudien sollen hierbei in Bezug auf den Umgang mit gesellschaftlicher Einbindung miteinander verglichen werden. In einem ersten Schritt werden die korrelierenden Anforderungen herausgearbeitet sowie in einem zweiten Schritt diejenigen, die sich in den Fallstudien unterscheiden. Um die sich nicht korrelierenden Anforderungen zu verdeutlichen, werden in diesem zweiten Schritt zum Teil Bezüge und Beispiele aus der Praxis aufgeführt.

Der Umgang mit gesellschaftlicher Einbindung in der Praxis

In Bezug auf Sandells Definition der Repräsentation (»Representation – the extent to which an individual's cultural heritage is represented within the mainstream cultural arena«) konnten diesem Aspekt die folgenden Merkmale aus den Fallstudien zugeordnet werden: Ein starker **Gegenwartsbezug**, der bei allen drei Ausstellungen ersichtlich ist, lässt zu, dass sich verschiedene Besucher/-innengruppen repräsentiert fühlen können. Dieser Gegenwartsbezug zeigt sich in der Wahl der Themen und Unterthemen der drei Ausstellungen. In GROSS wird beispielsweise »Big-Data« thematisiert, ein Thema, welches einen starken Gegenwartsbezug besitzt. Im Weiteren finden sich Objekte, deren Gebrauch im Alltag gezeigt werden. Ebenso Bezüge zu »Norm-Grössen« und der auf diese Weise automatisch stattfindende individuelle Vergleich der Besucher/-innen führen zu einem Gegenwartsbezug. Ein wieder anderer Abschnitt in dieser Ausstellung behandelt die Frage nach dem Umgang mit Sammlungsstücken. Eine Fragestellung, welche beispielsweise für Kurator/-innen einen deutlichen Aktualitäts- und Gegenwartsbezug besitzt. Auch die Ausstellung *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation besitzt einen starken Gegenwartsbezug. So wird das Thema der Kommunikation sehr alltagstauglich und gegenwartsbezogen präsentiert. Es werden dabei Fragen gestellt wie: Wie kommu-

niziere ich? Mit wem kommuniziere ich? Erreiche ich beim Kommunizieren die gewünschte Wirkung? Welche Fertigkeiten brauche ich zum Kommunizieren? In der Ausstellung *Archäologie Schweiz* werden Themen wie Musik oder Biodiversität aufgenommen, die den Gegenwartsbezug herstellen. Im Weiteren orientieren sich die Inhalte der Ausstellung am aktuellen Lehrplan und bieten deshalb sicherlich eine gute Grundlage, damit die Ausstellung mit Schulklassen besucht werden kann. Auch der Fokus auf die Jetztzeit über Themen wie Hunde, Kühe, Apfel etc. und deren Entwicklung bis heute lässt Bezüge von der Vergangenheit bis zur Gegenwart herstellen. Dabei wird ersichtlich sich, dass mit dem Gegenwartsbezug auch ein gewisser **Aktualitätsbezug** stattfindet.

In den drei Ausstellungen zeigen sich zudem jeweils **unterschiedliche Perspektiven** auf die präsentierten Themen, die mit verschiedenen Mitteln und Medien eingebracht werden. Vor allem in der *Kernaussstellung* des Museums für Kommunikation wird das Thema der Kommunikation von einer Vielzahl verschiedener Perspektiven beleuchtet – sei dies aus wissenschaftlicher Sicht, aus der Perspektive normaler Bürger/-innen oder Passanten, aus Besucher/-innen- oder Expert/-innensicht. Wo in der *Kernaussstellung* diese verschiedenen Perspektiven zu den einzelnen Themen eingespielt werden und somit die museale Repräsentation verschiedener Gruppen begünstigt wird, sind es bei *Archäologie Schweiz* eher Schulklassen, die durch die Verbindung zum ›Lehrplan 21‹ angesprochen werden. Hier spielt in erster Linie eine wissenschaftliche Perspektive, also eine korrekte Wiedergabe der Forschungsergebnisse eine Rolle, wie sie auch im Lehrbuch stehen. Trotzdem sind weitere Perspektiven ersichtlich. So zum Beispiel in Form eines Hörspiels, welchem eine fiktive Geschichte zugrunde liegt. In *GROSS* wird vor allem die Sicht aus Kurator/-innenperspektive deutlich. Aber auch hier ist eine Hörstation mit einer Kindergeschichte zu finden, die eine weitere Perspektive auf das Thema zulässt. Die Anforderung an eine solche Multiperspektive wird demnach in allen drei Ausstellungen deutlich, auch wenn sich diese bei den drei Fallstudien unterscheiden.

Im Weiteren verdeutlichen die drei Ausstellungen den Anspruch an eine gewisse **Relevanz** für die Besucher/-innen. Das breite und sehr allgemeingültig gehaltene Thema der Kommunikation in der *Kernaussstellung* demonstriert, dass hier Relevanz für eine möglichst große Besucher/-innengruppe hergestellt werden soll. Durch die unterschiedlichen Perspektiven auf das Thema wird die Relevanz – welche natürlich subjektiv ist – unterstützt. Auf diese Weise ist es möglich, die verschiedenen Besucher/-innen auf unterschiedlichen Ebenen abzuholen und damit ein größtmögliches Publikum anzusprechen. Bereits mit der Wahl des Themas der Kommunikation wird der Anspruch an die Relevanz unterstrichen. So betrifft dieses Thema alle Besucher/-innen und erhält auf diese Weise eine große Wichtigkeit für das Publikum. Auch das Thema *GROSS* scheint diesen Anspruch zu verfolgen. Durch die verschiedenen Unterthemen, welche für unterschiedliche Gruppen relevant sein können, wird versucht, diese Wichtigkeit herzustellen. Dagegen zeigt

sich das archäologische Thema in *Archäologie Schweiz* vor allem für Schulklassen (›Lehrplan 21‹) oder interessierte Gruppen als relevant. Der Titel der Ausstellung alleine ist bereits sehr spezifisch gehalten, sodass hier wohl bereits eine Selektion der Zielgruppen stattfindet. Dies führt wahrscheinlich dazu, dass dieses Thema und die Ausstellung für ein kleineres Publikum relevant sind als das Thema der Kommunikation in der *Kernaussstellung*.

Als ein weiteres Merkmal der Repräsentation kann der Anspruch an eine Möglichkeit zur **Identifikation** mit den gewählten Themen aufgeführt werden, welches vor allem in der Ausstellung des Museum für Kommunikation ersichtlich ist. Eingesetzte Mittel wie beispielsweise eine direkte Ansprache an das Publikum sowie die Darstellung von Personen wie ›du und ich‹ fördern die Möglichkeit der Identifikation in dieser Ausstellung deutlich. Die **Multiperspektive** oder die Möglichkeit des Alltagsbezugs der Themen unterstützen diese zusätzlich und führen dazu, dass sich ein breites Publikum angesprochen und repräsentiert fühlen kann. Im Weiteren sind hier die einzelnen Themenbereiche genügend abstrahiert, sodass sich die verschiedenen Besucher/-innen darin wiedererkennen können. Zur Möglichkeit der Identifikation tragen hier nebst dem starken Alltagsbezug auch die Anwendungsorientierung des Themas der Kommunikation und der einzelnen Vertiefungsthemen bei. In GROSS fällt der Anspruch an eine Identifikation nicht ganz so deutlich aus, wie in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation. Vielmehr ist es den Besucher/-innen hier möglich, sich in einzelnen Bereichen mit den Unterthemen zu identifizieren, beispielsweise bei der Frage nach den Normgrößen. Dabei stellen sich Besucher/-innen automatisch die Frage danach, in welcher Kategorie sie sich wohl befinden werden. Die Identifikationsmöglichkeit fällt hier allerdings deutlich weniger stark aus.

In allen drei Fallstudien wird zudem ersichtlich, dass den Objekten eine interessante Rolle zukommt: Sie scheinen als verbindende Elemente für Aussagen zur Gegenwart und sogar für Aussagen zu künftigen Ereignissen eingesetzt zu werden. Der Fokus liegt somit nicht mehr nur auf den einzelnen Objekten. Sie werden vielmehr in einen Kontext eingebunden, um die einzelnen Themenbereiche zu unterstreichen. Diese Einbindung ausgewählter Objekte in die einzelnen Themenbereiche könnte demnach als Möglichkeit gesehen werden, den Gegenwartsbezug, die Relevanz oder die Identifikation zu unterstreichen und zu verstärken. Die Sammlungsobjekte verlieren auf diese Weise an abstrakter Distanz für die Besucher/-innen und gewinnen so vielleicht an Relevanz für ihren Alltag. Am stärksten ausgeprägt zeigt sich, wie bereits aufgeführt, der Gegenwartsbezug im Museum für Kommunikation in Bern. Sicherlich liegt dies auch an der gewählten Bandbreite der Themenbereiche. Hier erweist sich die Ausstellung in dem Sinne als innovativ, als dass die Sammlungsobjekte als Ausgangslage dienen und in einen größeren Kontext eingebunden werden. Dies ermöglicht eine gekonnte Mischung zwischen den Objekten und dem Bezug zur Gegenwart. Im Gegensatz zu den beiden an-

deren Ausstellungen fallen die einzelnen Objekte deshalb nicht mehr so stark ins Gewicht. So stehen sie selber nicht im Fokus der Ausstellung und die Gewichtung liegt somit stärker auf dem einzelnen Themenbereich als auf den Objekten. Obwohl spezifische Zielgruppen in den Leitbildern teilweise noch angesprochen werden, wie dies im Landesmuseum der Fall ist (siehe Kapitel *Archäologie Schweiz*), ist in allen drei Ausstellungen die Anforderung zu erkennen, ein heterogenes Publikum einzubeziehen. Bereits in Thomas Bernhards *Alte Meister* wird festgestellt:

Die Italiener mit ihrem angeborenen Kunstverstand treten immer auf, als wären sie die von Geburt an Eingeweihten. Die Franzosen gehen eher gelangweilt durch das Museum, die Engländer tun so, als wüssten und kennten [sic!] sie alles. Die Russen sind voll Bewunderung. Die Polen betrachten alles mit Hochmut. Die Deutschen schauen im [...] Museum die ganze Zeit in den Katalog, während sie durch die Säle gehen, und kaum auf die an den Wänden hängenden Originale, sie folgen dem Katalog und kriechen, während sie durch das Museum gehen, immer tiefer in den Katalog hinein, so lange, bis sie auf der letzten Katalogseite angelangt und wieder aus dem Museum draußen sind. (Bernhard 1988: 32)

Die Ausstellung *Archäologie Schweiz* unterstreicht diese Anforderung an eine heterogene Mischung beispielsweise durch den Einsatz von Bewegtbild ohne Ton.

Auf diese Weise wird ein visueller und universell verständlicher Zugang zu den Inhalten ermöglicht. Einer starken Textlastigkeit, wie sie durch die Abbildung von Text in unterschiedlichen Sprachen vorhanden gewesen wäre, wird auf diese Weise ebenfalls vorgebeugt. In der Ausstellung des Museum für Kommunikation werden unterschiedliche Inhaltsebenen eingesetzt, welche die Heterogenität des Publikums unterstützen. Die Ausstellung *GROSS* bietet zudem die Möglichkeit, sich außerhalb der Ausstellung stärker in die Materie zu vertiefen, indem ein QR-Code weiterführende Inhalte zur Ausstellung ermöglicht. Diese unterschiedlichen Angebote zeigen, dass sich die Ausstellungsmacher/-innen der Heterogenität des Publikums durchaus auch in der Praxis bewusst sind und verschiedene Herangehensweisen zu den Inhalten anbieten. Die Mittel, um ein heterogenes Publikum anzusprechen, sind in allen drei Ausstellungen vielfältig: Ein mehrsprachiger Zugang zu den Inhalten scheint dabei schon fast Standard zu sein. *GROSS* fällt hier etwas aus dem Rahmen. Die Texte in der Ausstellung selber sind nur auf Deutsch vorhanden. Unterstützt wird die Mehrsprachigkeit in den anderen beiden Ausstellungen durch viele visuelle Elemente, die eine Reduktion der teilweise komplexen Sachverhalte erzielen und somit auch einer gewissen Universalität Ausdruck verleihen. Auffallend erscheint in diesem Zusammenhang der szenografische Einsatz von Raumbildern in allen drei Ausstellungen: aufgeblasene bekannte ›Bilder‹, die auf den Raum übertragen und auf Raumgröße und -dimension gebracht werden. Als beispielhaft hierfür kann der Raum ›Data-Center‹ in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation genannt werden, der dem Bild eines Datenzentrums

nachempfunden wurde und auch auf der auditiven Ebene dieses Empfinden durch Computergeräusche, Pieptöne, Datenübertragungen etc. wiedergibt.

Die Möglichkeiten der **Partizipation**¹ der Besucher/-innen (nach Sandell wie folgt definiert: »Participation – the opportunities an individual has to participate in the process of cultural production« [Sandell 1998: 410]) ist in allen drei Ausstellungen vorhanden. Dass sich die Partizipation unterschiedlich stark und sehr vielfältig äußern kann, ist in den drei Fallstudien ersichtlich. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass ein Bedürfnis nach einer Aktivierung der Besucher/-innen vorherrscht. In den untersuchten Ausstellungen handelt es sich dabei meistens um Formen der Interaktion respektive um den Einbezug interaktiver Elemente zur Aktivierung des Publikums.² Die *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation hebt sich hier im Gegensatz zu den beiden anderen Fallstudien als differenzierter ab. Interaktion findet hier sowohl über digitale Zugänge als auch sehr physisch statt. So hat sie in dieser Ausstellung oftmals etwas mit einem Gegenüber zu tun, also einer Möglichkeit, zusätzlich in Kommunikation nicht nur mit einem Objekt, sondern mit einer anderen Person zu treten. Kommunikation ist somit wörtlich genommen eine Interaktionsform in der Ausstellung selbst mit anderen Besuchenden. In der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation zeigen sich zudem weitere Formen der Partizipation.³ Dabei fallen partizipative Elemente nicht nur in Form einer »Aktivierung« des Publikums, sondern des »Mitbestimmens« und »Mitgestaltens«, wie Ehmayer diese partizipativen Möglichkeiten nennt, auf (zit.n. Piontek 2017: 169). Als Beispiel für ein mitgestaltendes Element in der Ausstellung ist die Station »Film-Karaoke« zu nennen. Hierbei ist es den Besucher/-innen möglich, ihre Beiträge aufzuzeichnen und diese in der Folge von wiederum anderen Ausstellungsbesucher/-innen abspielen zu lassen. Besuchende werden hier also zu Beteiligten, zu »User/-innen« oder »Nutzer/-innen«, die wiederum selber Beiträge für andere zur Verfügung stellen können. Auf diese Weise werden sie zu Vermittlerinnen und Vermittlern und

-
- 1 Obwohl hier unterschiedliche Bezeichnungen für Partizipation infrage kämen, wie diejenigen von Nina Simon oder Alain S. Brown, habe ich mich an dieser Stelle für die Partizipationsintensitäten nach Cornelia Ehmayer entschieden. So scheint mir ihre Bezeichnung für die unterschiedlichen Partizipationsstufen ideal, um den Aspekt der bloßen »Aktivierung«, die noch keine eigentliche Partizipation darstellt, aufzunehmen. Dies wird in den Kapiteln *Anforderungen an Ausstellungen* und *Eine Orientierungshilfe für die Praxis* noch weiter ausgeführt.
 - 2 Cornelia Ehmayers Feststellung, dass »Aktivierung« noch gar keine Partizipation darstelle, erscheint hier erwähnenswert. Vielmehr sei die Aktivierung, so Ehmayer, eine Bedingung dafür, dass Partizipation stattfinden könne. Ihr entwickeltes Differenzierungsmodell der Aktivitätsgrade führt deshalb von der Minderform »Aktivieren« zu »Einfluss nehmen«, »Mitbestimmen«, »Mitgestalten« bis zu »Selbst gestalten« (zit.n. Piontek 2017: 169).
 - 3 Folgende Partizipationsmöglichkeiten konnten analysiert werden: »Mitgestaltung« (Ehmayer), »Einflussnahme« (Ehmayer), »Crowdsourcing« (Brown et al.), »Contribution« (Simon), »Collaboration« (Simon), »Co-Creation« (Brown et al.).

entschlüpfen der ›reinen‹ Rezipient/-innenrolle. Dahingegen scheinen die Ausstellungen *GROSS* und *Archäologie Schweiz* die Besucher/-innen weiterhin als Rezipient/-innen zu verstehen. Partizipation in Form von Interaktion findet deshalb wohl in der Ausstellung *GROSS* des Museum der Kulturen Basel vorerst nur im Kinderbereich statt, mit dem Wunsch jedoch, diese auszuweiten und vermehrt partizipative Elemente in die Ausstellungsräume zu integrieren.⁴ In der Ausstellung *Archäologie Schweiz* liegt der Schwerpunkt ebenfalls auf der Interaktion als partizipativem Element. In Form von Multimediatischen und anderen digitalen Elementen ist diese hier stark vertreten. So ist der Zugang zu vertiefenden Inhalten fast ausschließlich erst über Knopfdruck und Displays gegeben. Die Ausstellung *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation zeigt dabei mehr unterschiedliche partizipative Herangehensweisen als die anderen beiden Ausstellungen.

Die Art des Zugangs (nach Sandell [1998: 410]: »Access – the opportunities to enjoy and appreciate cultural services«) zu den Inhalten der Ausstellungen zeigt sich sehr vielfältig. Dennoch lassen sich in allen drei Fallstudien deutliche Übereinstimmungen festmachen. Zugänglichkeit ist hier bei allen über unterschiedliche Leseebenen und -tiefen, einen spielerischen Zugang zu den Inhalten, über die Wahl thematischer Ausstellungen sowie eine deutliche Reduktion von Texten und ein immersives Erlebnis in Form von Raumbildern zu beobachten. **Unterschiedliche Leseebenen und -tiefen** zeigen sich vor allem in den beiden Ausstellungen *Archäologie Schweiz* sowie in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation deutlich: Wo eine vertiefende Information in *Archäologie Schweiz* über die technologischen Hilfsmittel vorhanden ist (die Lupen an den Vitrinen, die Animationsfilme zu den Objekten in den Vitrinen oder über das Aufziehen der Schubladen sowie die spielerischen Herangehensweisen an den Interaktionstischen im dritten Ausstellungsteil), zeigt sich dies in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation etwas vielfältiger. Informationen können in dieser Ausstellung sowohl über technologische als auch haptische und spielerische Elemente gewonnen werden. Dabei ist es den Besucher/-innen durch die unterschiedlichen Leseebenen und -tiefen möglich, sich je nach Interesse mal mehr oder mal weniger in die Inhalte zu vertiefen. Im Weiteren besteht die Option, weiterführende Informationen zu ausgestellten Objekten in Form von Videos oder Bildern sowie Texten abzurufen. In *Archäologie Schweiz* wird dies beispielsweise durch die digital präsentierten Informationen möglich. Touchscreens an den Vitrinen lassen es je nach Interesse der Besucher/-innen zu, unterschiedliche Informationstiefen abzurufen. In *GROSS* gibt es die Möglichkeit, einen Audioguide hinzuzuziehen oder über die Website zusätzliche Informationen herunterzuladen. Obwohl hier der Zugang über unterschiedliche Ebenen zwar vorhanden ist, ist er einerseits nicht so stark ausgeprägt wie in den beiden anderen

4 Diese Aussage ist einem Gespräch vom 3.10.2017 mit Beatrice Voirol während der Ausstellung *GROSS* entnommen.

Ausstellungen, andererseits wird er nicht offensichtlich kommuniziert. So könnten interessierte Besucher/-innen beispielsweise auch auf Nachfrage einen Katalog zu der Ausstellung erhalten, in dem sich vertiefende Informationen zum Gezeigten finden.

Ein **spielerischer Zugang** zu den Informationen erweist sich bei allen Ausstellungen als wichtig, wogegen dieser in GROSS relativ verhalten ausfällt und sich nur an Kinder richtet. Vor allem die *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation enthält eine Vielzahl an spielerisch erlebbaren Stationen, um sich dem Thema der Kommunikation anzunähern. *Archäologie Schweiz* ermöglicht diesen im Bereich ›Natura‹. Hier sind die Informationen über unterschiedliche spielerische Elemente erfahrbar.⁵ Die Wahl aller drei Institutionen, eine **thematische Ausstellung** zu präsentieren, wird bereits in den Titeln ersichtlich, die relativ offen gehalten sind: GROSS, *Kernaussstellung* mit dem Motto *It's all about me. And I'm not alone.* und *Archäologie Schweiz* scheinen einen großen Spielraum an weiteren Unterthemen zu ermöglichen. Dies zeigt sich zum Beispiel in den Themenbereichen der *Kernaussstellung* in Bern: Diese nimmt sich – entsprechend der Ausrichtung des Museums – dem Thema der Kommunikation in all seinen Facetten an: Themen wie beispielsweise ›Big Data‹, soziale Netzwerke, Sicherheit im Netz, Gefährdung der Privatsphäre oder Phänomene wie Spotify und YouTube werden hier präsentiert. Aber auch, wer sich mit diesen nicht auskennt, sich vielleicht gar nicht dafür interessiert, wird fündig in der Fülle der angebotenen Themenbereiche. So finden sich auch theoretischere Auseinandersetzungen in der Ausstellung wie zum Beispiel Beweggründe des Menschen zu kommunizieren, kommunikative Missverständnisse, nonverbale Kommunikation sowie die Darstellung aller erdenklichen Kommunikationstheorien in der Ausstellung. Auch in GROSS ermöglicht der recht offene Titel viele Unterthemen. Die Ausstellung wartet deshalb mit einem breiten Spektrum an Themenbereichen auf. Der Titel *Archäologie Schweiz* lässt ebenfalls viele unterschiedliche Unterthemen zu, die in der Ausstellung in drei Bereichen abgehandelt werden. Allerdings sind hier die verschiedenen Unterthemen nicht ganz so offen ausgelegt wie in den beiden anderen Ausstellungen. Vielmehr handelt es sich trotz des relativ offenen Titels um eine sehr spezifische und thematisch stark eingegrenzte Ausstellung.

Die bereits im Abschnitt zur Repräsentation festgehaltene Beobachtung des Einsatzes von Raumbildern muss auch bei der Zugänglichkeit Erwähnung finden. Nebst der Option, damit ein heterogenes Publikum über einen Universalitätsanspruch und eine gewisse Allgemeingültigkeit abzuholen, ermöglichen diese auch

5 Die Anforderung eines spielerischen Zugangs wird auch im Kapitel *Unterschiede in den Fallstudien* wieder aufgenommen. Grund dafür ist, dass er zwar in allen drei Ausstellungen vorhanden ist, sich jedoch in GROSS in nur kleinem Umfang äußert.

ein **immersives Erlebnis**. Gut ersichtlich wird dies in der Ausstellung *Kernausstellung* im Museum für Kommunikation. Eine Vielzahl weiterer Ausstellungsbeispiele zeigt, dass diese Raumbilder weltumspannend eingesetzt werden und zugleich eine spezifische Atmosphäre verkörpern. Der Anspruch an Universalität, wie er in den untersuchten Ausstellungen herauskristallisiert werden konnte, scheint deshalb stark mit dem Anspruch an den Einbezug eines heterogenen Publikums zusammenzuhängen. Die Raumbilder zeigen sich dabei als ein wichtiges Mittel, um dies zu erreichen. Gleichzeitig scheinen diese Raumbilder auch zu einer wesentlichen Reduktion von Texten in den Ausstellungen beizutragen. So ist es durch den Einsatz der so stark inszenierten Räume möglich, auch ohne Text gewisse Inhalte zu ›erzählen‹.

Unterschiede in den Fallstudien

Starke Unterschiede zwischen den drei Fallstudien sind vor allem unter dem Aspekt der Zugänglichkeit zu verzeichnen. Hier zeigt sich die Ausstellung *Kernausstellung* im Museum für Kommunikation am innovativsten und vielfältigsten. Sie legt den Fokus beispielsweise auf **persönliche Ausstellungserlebnisse**, die durch digitale und virtuelle Medien unterstützt werden. Die bereits auch in den anderen beiden Ausstellungen angelegten unterschiedlichen Leseebenen werden hier in Richtung einer direkten und persönlichen Ansprache der jeweiligen Besucher/-innen weiterentwickelt, was das Ausstellungserlebnis zusätzlich unterstützt. Gleichzeitig wird auf diese Weise ein emotionaler Zugang gefördert. Eine weitere Möglichkeit der Zugänglichkeit zur Ausstellung ist mit einem sogenannten dezentralen Zugang möglich.

Ein **dezentraler Zugang** zu den Inhalten, der einen gewissen Mehrwert schaffen soll, ist beispielsweise für die Ausstellung *GROSS* zu verzeichnen. Durch einen in der Ausstellung angebrachten QR-Code ist es Besucher/-innen möglich, vertiefende und weiterführende Informationen zu den Ausstellungsinhalten zu erhalten. Dies begünstigt die Chance, sich von überall her in die Inhalte einzulesen. Leider ist das Potenzial für diese Möglichkeit nicht vollständig ausgebaut und bedarf sicherlich einer weiteren und vertiefenden Auseinandersetzung vonseiten des Museums.⁶ Für die neue *Kernausstellung* im Museum für Kommunikation dagegen ist ein virtueller Rundgang durch die Ausstellung per Computer möglich.⁷ Dass das

6 So sind beispielsweise die zusätzlichen Informationen, welche man über den QR-Code erhält, eher spärlich vorhanden. Dies hat sicherlich auch mit Zeitgründen zu tun, die den weiteren Ausbau der Inhalte nicht wie von der Kuratorin gewünscht zuließen.

7 <https://www.mfk.ch/austauschen/digitaler-besuch/360-grad-rundgang-ganzes-museum>

Publikum über einen emotionalen Zugang abgeholt wird, ist sowohl in den untersuchten Ausstellungen als auch in vielen weiteren Praxisbeispielen zu sehen. Vor allem die *Kernausstellung* spielt hier mit einer engen emotionalen Verbindung des Themas zu den Besucher/-innen. So geht das Thema der Kommunikation alle an und betrifft den Alltag jedes und jeder Einzelnen. Die Wichtigkeit eines emotionalen Zugangs zeigt sich im Weiteren weniger stark in den anderen beiden untersuchten Fallstudien. Allerdings ist dieser in anderen Ausstellungen von großer Relevanz. Ausstellungen wie diejenigen des Stapferhaus Lenzburg zielen beispielsweise auf eine emotionale Einbindung des Publikums ab. Bereits die gewählten Titel der Ausstellungen wie *Entscheiden*, *Geld*, *Fake* etc. demonstrieren dies. Durch die Verschlagwortung können bei den Besucher/-innen sehr persönliche Bilder und Vorstellungen entstehen. Hier zeigt sich gleichzeitig, dass der emotionale Zugang eng mit der Forderung nach Identifikation oder Relevanz einhergeht.

Die Anforderung an eine **niedrige Hemmschwelle** und somit einen barrierefreien Zugang zu den Ausstellungen, die in den Museumskonzepten, aber auch den Fallstudien besprochen wird, zeigt sich in vielen verschiedenen Herangehensweisen. Für die Ausstellung *GROSS* beispielsweise wird dies nicht direkt in der Ausstellung ersichtlich und findet sich vielmehr im reichhaltigen Begleitprogramm zur Ausstellung. Dieses Programm ist bestrebt, ein heterogenes Publikum anzusprechen.⁸ Das Ziel der Institutionen mit solchen Angeboten liegt darin, die Hemmschwelle niedrig zu halten und auch museumsfernes Publikum in die Ausstellungen zu locken. Dabei zeigt sich, dass die Barrierefreiheit nicht nur in den Ausstellungen selber stattfinden kann, sondern eben auch in erweiterter Form durch ein entsprechendes Programm möglich ist. Wie bereits im Kapitel *Zugänglichkeit – die Diskussion um Zugänglichkeit im Museumskontext* aufgezeigt werden konnte, bedeutet der Begriff Barrierefreiheit für das Medium Ausstellung eingesetzt, oftmals eine Eingrenzung auf Personen mit einer körperlichen oder geistigen Beeinträchtigung.

In Anbetracht der Realität, mit der die Institutionen konfrontiert sind, erscheint mir dies als ein sehr einseitiges Verständnis. Betrachtet man die Herausforderungen für die Institutionen, den Diskurs und die erwähnten sieben Treiber für Veränderungen wie »Globalisierung«, »Digitalisierung«, »demografischer Wandel«, »Individualisierung«, »Urbanisierung«, »Ökonomisierung« und »Flexibilisierung« (VMS 2016: 5), so erscheint es mir wichtig, den Begriff in seiner Definition zumindest für den musealen Kontext auszuweiten und weit mehr Menschen in diesen Gedanken mit einzubeziehen. So sollten ebenso Hemmschwellen für Personen mit Migrationshintergrund, aus bildungsferneren Schichten oder für Personen unterschiedlicher kultureller Herkunft möglich sein.

8 Martin Heller und Beatrice Voirol sprachen beispielsweise im Rahmen dieses Programmes am 5.09.2018 zum Thema »Große Projekte«.

Der Begriff scheint bezüglich der diskutierten Herausforderungen somit das Potenzial zur Erweiterung der Zielgruppen aufzuweisen. Menschen, die eine grundsätzliche Hürde zu überwinden haben, um den Museums- und Ausstellungsraum zu betreten, könnten auf diese Weise mitgedacht werden. Gerade mit dem Anspruch der Institutionen, ein heterogenes Publikum einzubeziehen, müssten diese unterschiedlichen Besucher/-innengruppen im musealen Kontext eingebunden werden. Ein weiterer Punkt, der sich in den drei untersuchten Ausstellungen deutlich unterscheidet, ist der **spielerische Zugang**. In *GROSS* ist er zwar vorhanden, aber nur für Kinder gedacht. Weitere Beispiele aus der Praxis untermalen allerdings die Tendenz eines solchen Zugangs auch für andere Zielgruppen. Es wird dabei auf einen spielerischen und interaktiven Lerneffekt abgezielt. Hier zeigt sich zudem ein erweiterter spielerischer Ansatz in Form der sogenannten ›Gamification‹.⁹ Aktuelle Beispiele hierzu sind in diversen Museen zu finden: So werden im ›Adventure Room‹ des Technoramas physisch erfahrbare Erlebnisse angeboten. Ein solcher Ausstellungsraum funktioniert wie andere ›Adventure Rooms‹, welche auf der ganzen Welt zu finden sind: Personen werden in einen Raum gesperrt und müssen Rätsel lösen, um sich daraus zu befreien. Hier verspricht der spielerische Ansatz ein ganzheitliches und auch gleichzeitig gemeinschaftliches Erlebnis, welches die Besucher/-innen prägen soll. Ebenfalls werden durch die direkte Erfahrung ein positiver inhaltlicher Lerneffekt und primäre Erfahrungen angestrebt. 2018 setzte die Ausstellung *PLAY* im Stadtmuseum Aarau ebenfalls auf einen spielerischen Ansatz aus der Gamerwelt, durch den die Besucher/-innen zu den Inhalten gelangen sollten. Die Digitalisierung und die technologischen Fortschritte ermöglichen zudem weitere solcher Optionen in den Ausstellungen. Dennoch zeigen sich zurzeit auch viele analoge und direkte spielerische Erfahrungen, wie die *Kernaustellung* im Museum für Kommunikation demonstriert.

9 Vgl. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/gamification-53874>

Tabelle 2: Zusammenstellung des Umgangs mit gesellschaftlicher Einbindung der drei Fallstudien

	Archäologie CH	Kernausstellung	GROSS
Repräsentation	Gegenwartsbezug Heterogenes Publikum Ausblick in die Zukunft Relevanz Universalitätsanspruch	Gegenwartsbezug Heterogenes Publikum Relevanz Multiperspektive Identifikation Universalitätsanspruch	Gegenwartsbezug Bezug zu Aktualität Relevanz Heterogenes Publikum Universalitätsanspruch
Partizipation	Aktivierung des Publikums durch interaktive Elemente	Aktivierung des Publikums (Ehmayer) Mitgestaltung (Ehmayer) Einflussnahme (Ehmayer) Crowdsourcing (Brown et al.) Contribution (Simon) Collaboration (Simon) Co-creation (Brown et al.)	Aktivierung des Publikums durch interaktive Elemente Contribution (Simon) Spectating (Brown et al.) Enhanced Engagement (Brown et al.)
Zugänglichkeit	Unterschiedliche Leseebenen und -tiefen Spielerischer Zugang Thematische Ausstellung Reduktion von Text Versch. Informationsebenen Immersives Erlebnis	Unterschiedliche Leseebenen und -tiefen Spielerischer Zugang Persönliche Ansprache Thematische Ausstellung Orientierung Offenheit Flexibilität Erlebnisorientierung Emotional	Unterschiedliche Leseebenen und -tiefen Spielerischer Zugang Unterschiedliche Perspektiven Dezentraler Zugang Thematische Ausstellung Reduktion von Text Individueller Zugang Immersives Erlebnis Emotional

Vergleich 2 – die wichtigsten Anforderungen

Das vorliegende Kapitel geht der Frage nach, wie sich die Merkmale der untersuchten Ausstellungen zu den Anforderungen an Ausstellungen aus den in der Arbeit aufgeführten Museumskonzepten verhalten. Gleichzeitig soll hier der Vergleich durch weitere Praxisbeispiele sowie durch den praxisorientierten Diskurs angereichert werden. Dabei werden die einzelnen Anforderungen und Merkmale aufgeführt und diskutiert, um daraus die für Ausstellungen wesentlichen abzuleiten. Auf diese Weise sollen die Resultate aus den Fallstudien in einen globaleren Maßstab gesetzt werden. Gleichzeitig können so die wesentlichen Merkmale nochmals genauer definiert und durch konkrete Umsetzungsmittel veranschaulicht werden.

Übereinstimmende Anforderungen an Ausstellungen aus Theorie und Praxis

Im Folgenden soll aufgezeigt werden, welche Anforderungen in den Museumskonzepten formuliert und welche Merkmale aus den Analysen der Fallstudien herausgearbeitet werden konnten. Dabei soll aufgeführt werden, welche auf beiden Ebenen vorkommen, welche sich unterscheiden und wie sie sich auch zum global geführten praxisorientierten Diskurs und zu weiteren Ausstellungsbeispielen verhalten.

Ein globales Publikum adressieren

Für den Aspekt der Repräsentation lassen sich folgende Merkmale aufzeigen, die sowohl die analysierten Fallstudien als auch die Konzepte gemeinsam haben und die im Folgenden diskutiert werden sollen: heterogenes Publikum, Gegenwartsbezug, Aktualitätsbezug, Multiperspektive, Relevanz. Im Weiteren wird in den Museumskonzepten der Anspruch an eine Identifikation erhoben, wo gleichzeitig von Authentizität die Rede ist. So zeigt sich der Einbezug eines **heterogenen Publikums** in allen Museumskonzepten seit Einführung der ›Neuen Museologie‹. Die Globalisierung sowie der starke demografische Wandel tragen vermehrt dazu bei, dass sich die Institutionen mit diesen Herausforderungen beschäftigen müssen.

Damit gehen die Institutionen sehr unterschiedlich um. Der Einbezug eines heterogenen Publikums wird bereits in den Ideen zum ›Écomusée‹ in den 1970er-Jahren oder den ›Neighbourhood Museen‹ ersichtlich und gilt schließlich auch für alle nachfolgenden Konzepte. Gründe dafür sind sicherlich ebenso die finanzielle Lage der Museen und der dadurch entstehende Druck, ein möglichst großes Publikum anzusprechen und einzubeziehen, sowie die Forderung nach einer Öffnung der Institutionen. In den Ausstellungen zeigt sich dieser Anspruch in unterschiedlichen Herangehensweisen. Die Ausstellung *Archäologie Schweiz* beispielsweise hat, um die Mehrsprachigkeit von Texten zu umgehen, erklärende Animationsfilme eingesetzt und die Texte somit stark reduziert. Die *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation Bern wiederum setzt auf die Mehrsprachigkeit in Text und Ton. Weitere Strategien, um ein heterogenes Publikum zu involvieren, zeigen sich im Einbezug einer Community. Das Museum of Liverpool beispielsweise richtet die Institution auf Menschen jeden Alters aus, die eingeladen sind, mit der Sammlung zu arbeiten und sie zu nutzen. Da viele sozial benachteiligte Gruppen in Liverpool leben, verfolgt das Museum folgende Strategien, um die Bevölkerung in die Ausstellungen zu bringen: Ausgesuchte Communityteams widmen sich einzelnen Gruppen, bieten Aktivitäten außerhalb, aber auch innerhalb des Museums an, um Berührungspunkte abzubauen. All diese Elemente führen zu einer sichtlichen Begünstigung der Heterogenität des Publikums, welche in den Ausstellungen durch verschieden eingesetzte Mittel ersichtlich wird.¹ Eine sichtbare Reduktion von Text sowie der Einsatz von Filmen und Projektionen zu Erklärungen scheinen ebenfalls weitere Mittel darzustellen, um ein heterogenes Publikum zu erreichen. Beispielhaft hierfür sind die Ausstellungen des Museum der Kulturen Basel, die fast ausschließlich ohne Text auskommen. Die Ausstellung *Sounds of Silence* des Museum für Kommunikation in Bern von 2019 verzichtet gar ganz auf Text und setzt auf ein reines Hörerlebnis. Die Anforderung an eine **Multiperspektive** wird sowohl in den Museumskonzepten erwähnt als auch in den Fallstudien ersichtlich. Dabei wird sie im Konzept des ›Écomusée‹ wie auch im ›Museum 2.0‹, im ›Transformativen Museum‹ oder im ›Museum 3.0: Third place‹ aufgeführt. Diese Forderung erscheint in Anbetracht der Kritik an der Repräsentation im Museum eine logische Schlussfolgerung zu sein. Deren Einführung in den Museumsraum kommt deshalb mit der Repräsentationskritik zum Tragen. Auch in anderen Projekten wie beispielsweise ›Multaka‹, wobei Migrant*innen Führungen in Ausstellungen anbieten und somit ihre Sichtweise auf die Objekte darlegen, wird diese Forderung umgesetzt.² Wiederum

1 »Das heutige Museumspublikum setzt sich aus einer heterogenen Mischung zusammen: Experten, Sammler, Schüler und Studenten, Sonntagsbesucher – um nur einige wenige zu nennen. Soziologen haben für die Vielfalt an Museumsbesuchern Begriffe wie ›Museumsmensch‹, ›Museumsbewohner‹, ›Museumssammler‹ unterschieden.« (O'Brien 2007: 7)

2 Vgl. <https://multaka.de/projekt>

andere Ausstellungen lassen Betroffene erzählen. So hat das Humboldt Forum für die neu geplanten Ausstellungen beispielsweise zum Ziel, Sichtweisen der indigenen Bevölkerung auf gewisse Objekte einfließen zu lassen und auf diese Weise die wissenschaftliche Perspektive zu ergänzen.³

Sowohl die untersuchten Fallbeispiele als auch die Anforderungen an Ausstellungen der Museumskonzepte legen im Weiteren Wert auf einen **Gegenwartsbezug**. Auf diese Weise soll das Präsentierte in einen Bezug zur Lebenswelt der Besucher/-innen gesetzt werden. Das Museum of Liverpool verfolgt diesen Ansatz, indem es in Ausstellungen die Stadt- und Sozialgeschichte behandelt: »Wir werden Themen wie Identität, Diversität und Gemeinschaft ansprechen – von der Frühzeit bis zur Gegenwart.«⁴ Dabei werden die geografische Lage, die Geschichte und die Kultur der Stadt thematisiert. Mit dem Gegenwartsbezug geht oftmals ein Ausblick in die Zukunft oder aber ein Aktualitätsbezug einher. Dies zeigt sich an der Auswahl der Themen in den Ausstellungen, wie zum Beispiel bei *Weltuntergang* des Naturhistorischen Museum Bern. Hier werden einerseits aktuelle Theorien mit Zukunftsvisionen, aber auch vergangene Ideen zum Thema Weltuntergang präsentiert. Mit der Hinwendung zur Gegenwart und zur Zukunft zu einem »Stadtmuseum des 21. Jahrhunderts« (Gerchow/Gesser/Jannelli 2012: 25) reagiert auch das Historische Museum Frankfurt auf die gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Jahrzehnte.⁵ Um eine für die Stadtgesellschaft relevante Ausstellung zu schaffen, arbeitet das Museum mit der Stadtbevölkerung zusammen und erarbeitet multiperspektivische Ausstellungen mit aktuellen Thematiken.

Die Anforderung an **Relevanz** stellt sich unterschiedlich dar und zeigt sich durch den Gebrauch des Begriffs in den Museumskonzepten, aber auch den Fallstudien als nicht ganz eindeutig. So geht Relevanz oftmals mit einem Gegenwartsbezug, der Möglichkeit zur Identifikation oder der Authentizität sowie einer Multiperspektive einher. Der Anspruch an Relevanz zeigt sich dabei deutlich im Konzept »Museum 3.0« im Sinne eines »Third place«, wobei die Institutionen als sogenannte dritte Orte verstanden werden. Der Anspruch wird aber auch im museologischen Diskurs hinsichtlich der Frage nach der Rolle und Bedeutung (Relevanz) der Institutionen für die Gesellschaft gefordert. Entsprechend handelt es sich hier um einen vielseitigen Anspruch, den es in Bezug auf Ausstellungen gilt, genauer zu definieren und einzugrenzen. So definiert sich die Relevanz nach *DUDEN* wie folgt: »Be-

3 Thematisiert wurden verschiedene Perspektiven auch im Forschungsprojekt *Ubiquitous Computing – for knowledge transfer, exhibition design and museum operations*. Dabei wurde die Frage diskutiert, aus welcher Perspektive die Besucher/-innen des Römermuseums Augusta Raurica die entsprechende Ausgrabungsstätte erleben sollen: aus derjenige des Sklaven, der Hausherrin, des Hausherrn oder eines Legionärs? (Vgl. www.ixdm.ch/portfolio/ubiquitous-computing)

4 Vgl. <https://www.liverpoolmuseums.org.uk/museum-of-liverpool>

5 Vgl. <https://www.historisches-museum-frankfurt.de/>

deutsamkeit, Wichtigkeit in einem bestimmten Zusammenhang«⁶. Obwohl sich die Relevanz eher subjektiv darstellt, könnte man sie im Ausstellungskontext und unter dem Aspekt der Repräsentation dennoch ›messbar‹ werden lassen, indem sie in einen Zusammenhang mit den dargestellten Themen betrachtet wird. Dabei können Fragen gestellt werden wie: für wie viele Leute das Thema an Wichtigkeit besitzt und wie viele Personen das Thema betrifft. Ausstellungen, die sich beispielsweise den Themen wie ›Klimawandel‹ oder ›Abfall‹ annehmen, werden somit als stark relevant für eine breite Masse eingestuft (als Beispiele können die Ausstellungen *Expedition 2 Grad*⁷ oder aber *Endstation Meer*⁸ hier verzeichnet werden). Dagegen zeigen sich Themen wie in *Archäologie Schweiz*, die eher eine kleinere Zielgruppe an Personen ansprechen, als weniger stark relevant.

Ein weiteres Merkmal für Ausstellungen, das eingefordert wird, ist im Anspruch an **Identifikation** ersichtlich. Diese wird in den Museumskonzepten erwähnt, zeigt sich aber vor allem auch in Ausstellungen wie der *Kernaussstellung* deutlich. Sie findet durch direkte Ansprache statt, durch Berichte von Zeitzeugen oder Personen wie ›du und ich‹, die eine bestimmte Perspektive auf ein Thema einnehmen. Im Weiteren lässt sie sich durch einen Alltagsbezug und eine Anwendungsorientiertheit für den Alltag der Besucher/-innen definieren. In diesem Sinne geht es bei der Identifikation auch immer um eine gewisse Authentizität der Inhalte für das Publikum.

Partizipation durch Aktivierung der Besucher/-innen

Grundsätzlich zeigt sich sowohl in den Museumskonzepten als auch in den Fallstudien, dass ein Anspruch an eine **Aktivierung** des Publikums (nach Ehmayer) besteht. In den Fallstudien konnte – wie bereits in Kapitel *Vergleich 1 – die Fallstudien* aufgezeigt wurde – ein Fokus auf die Aktivierung des Publikums festgestellt werden, der sich allerdings in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation am differenziertesten zeigt. In den Museumskonzepten wird Partizipation als Dialog oder Auseinandersetzung (›Museum as Contact Zone‹ und ›Agora‹), als Kooperation, Mitsprache, Mitarbeit, Teilhabe (›Museum 2.0‹ oder ›Das partizipative Museum‹), Teilnahme und Dialog (›postrepräsentatives Museum‹), ganz einfach als Partizipation (›Transformatives Museum‹), als Interaktion (›Museum 3.0: Edu-tainment‹ und ›Museum 4.0‹) und als Kollaboration (›Museum 3.0: Third place‹) benannt.

6 <http://www.duden.de/rechtschreibung/Relevanz> (Stand: 20.9.2021).

7 Vgl. <http://www.expedition2grad.ch/hinweise-fuer-lehrpersonen/> (Stand: 20.9.2021).

8 Vgl. <https://www.zhdk.ch/studienprojekt/18970e0a-ood6-4fe6-aa08-f5d2612ca586> (Stand: 20.9.2021).

Die untersuchten Fallstudien führen alle eine Bandbreite von unterschiedlichen partizipativen Formen auf. Diese reicht von Aktivierung in Form einer Interaktion bis zu einer effektiven Mitsprache, Teilhabe oder sogar Einflussnahme an der Erstellung von Inhalten. In der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation können Besucher/-innen partizipieren, indem sie Inhalte selber generieren und für andere Besucher/-innen bereitstellen. Andere Museen nutzen beispielsweise Social Media zur Partizipation, um ein größeres Publikum zu erreichen oder Communitys einzubeziehen. So organisierte das Indianapolis Museum of Art beispielsweise eine Onlinecommunity, die künstlerische Videos zeigt. Das Smithsonian American Art Museum wiederum hat eine Flickr-Gruppe unter dem Titel *Fill the gap* etabliert. Hier soll das Publikum darüber abstimmen, welche Bilder anstelle der zur Restauration abgehängten Bilder aufgehängt werden sollen. Auch das LACMA (Los Angeles County Museum of Art) hat mit *Unframed* einen Blog erstellt, der die Diskussion zwischen den Kurator/-innen des Museums und dem Publikum öffnen soll (vgl. Huffington 2011). Auf diese Weise wird das Publikum aktiviert, einbezogen oder angesprochen. ›Mitbestimmung‹ oder gar ›Mitgestaltung‹ kann dagegen durch den Einbezug einer Community, wie dies im Konzept des ›Écomusée‹ oder zum Teil in ›Museum 2.0‹ angedacht ist, geschehen. Martin Düspohl, langjähriger Leiter des FHXB Friedrichshain-Kreuzberg Museum in Berlin, hat hier bereits früh mit solchen Ausstellungsmodellen experimentiert. Dadurch sind zum Teil ganze Ausstellungen in Eigenregie einer Community entstanden. Düspohl ist hier sogar einen Schritt weiter gegangen und hat die Communitymitglieder zur ›Selbstorganisation‹, wie Ehmayer die letzte Intensitätsstufe der Partizipation bezeichnet, animiert. Ausstellungen wie *Wir waren die ersten ... Türkiye'den Berlin'e* von 2000 oder *Wagenburg leben in Berlin* von 2008 sind auf diese Weise entstanden. Die Ausstellungen wurden schließlich zu einem Treffpunkt der Gemeinde, Diskussionen und Begegnungen fanden statt und die Involvierten entschieden hier selber über die für sie relevanten Objekte.⁹ Auch andere Projekte wie Rostov Kremlin oder die Derby Silk Mill sind unter dem Aspekt der Partizipation und des starken Einbezugs der lokalen Bevölkerung entstanden und gehen in eine ähnliche Richtung wie das FHXB Friedrichshain-Kreuzberg Museum. Henry Jenkins nennt die Möglichkeit, Objekte zu präsentieren, die für Communitymitglieder eine Rolle spielen oder vom Publikum ausgesucht werden, ›convergence culture‹¹⁰ – eine Möglichkeit für

9 Solche Projekte sind im deutschsprachigen Raum allerdings selten und finden sich tendenziell eher im englischsprachigen Raum.

10 Henry Jenkins gilt als einer der führenden amerikanischen Medienanalysten. In seiner Publikation *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide* aus dem Jahr 2008, zeigt er auf, wo sich die neuen und alten Medien berühren, und bespricht die Versprechungen des Web 2.0 sowie das Aufkommen von Social Media wie beispielsweise YouTube.

Nichtakademiker oder Künstler, angemessene Artefakte für ihre Diskussionen zu kreieren.

Der Vergleich der Fallstudien mit anderen Umsetzungen im erweiterten deutschsprachigen, angelsächsischen und französischen Sprachraum zeigt, dass es in den verschiedenen Sprachräumen wesentliche Unterschiede im Verständnis von Partizipation gibt. In den USA, England, den Niederlanden oder in Frankreich beispielsweise spielen partizipative Verfahrensweisen bereits seit Längerem eine Rolle und sind deshalb etablierter als im deutschen Sprachraum, wie auch Piontek für ihre Untersuchung feststellte. Dabei zeigt sich eine starke Communityorientierung der französischen aber auch angelsächsischen Konzepte. Diese sind bereits in Museumskonzepten wie dem ›Écomusée‹ oder ›Third place‹ für Ausstellungen vorhanden. Projekte wie Museum of Making Derby Silk Milk in England oder der Sesnon Art Gallery in Santa Cruz in Amerika zeigen diese Orientierung deutlich auf. Im Gegensatz zum deutschsprachigen Raum gibt es in den genannten Ländern erste ausführlichere Abhandlungen zum Thema in Form von Praxisleitfäden (Piontek 2017: 14). Projekte mit einem so starken Communityansatz wie sie das FHXB Friedrichshain-Kreuzberg Museum in Berlin verfolgte, sind im deutschen Sprachraum selten vorzufinden.¹¹ Entsprechend unterscheiden sich hier die Anforderungen und Vorstellungen von Partizipation zwischen den Sprach- und Kulturräumen. Noch heute scheint die Community im englischsprachigen Raum auch in vielen anderen Bereichen vorzuherrschen und wesentlicher Bestandteil für das Funktionieren von Partizipation zu sein.¹²

An Konzepten wie dem ›Museum 3.0‹ lässt sich dies ziemlich eindeutig ausmachen und aufzeigen. Die Recherche für die Arbeit hat verdeutlicht, dass das Verständnis des Konzepts als ›Third place‹ nach Ray Oldenburg als Ort für die Gesellschaft, als Treffpunkt und eine damit einhergehende Öffnung der Institutionen nicht dieselben Ansprüche verfolgt wie das gleichnamige Konzept im deutschen Sprachraum. Hier geht es vielmehr um die Einbeziehung des Publikums über Technologien, Interaktion oder individuelle Erlebnisse – zwei somit sich deutlich unterscheidende Anforderungen. Die spielerische, etwas lockerere und experimentierfreudigere Art, an Partizipation heranzugehen, ist eindeutig Teil dieser Konzepte, wie wir sie im deutschen Sprachraum eher vermissen. Dass dies so ist, zeigt das aktuellste Konzept ›Museum 4.0‹, welches seinen Ursprung im deutschen Sprachraum hat. Der Fokus liegt dabei ganz auf der Digitalisierung und den personali-

11 Die ›Selbstorganisation‹ ist eine von fünf aufgeführten Intensitätsstufen nach Cornelia Ehmayr entsprechend ihrem entwickelten Modell der Partizipationsintensitäten.

12 Dies zeigt sich beispielsweise in Projekten wie dem *Granby Four Streets Community Land Trust*. Dabei soll eine gemischte Community entstehen, in der Menschen jedweder Herkunft leben und arbeiten können. Oberstes Prinzip ist die Partizipation in den Entwicklungsprozessen der Community (siehe auch: <https://www.granby4streetsclt.co.uk/>).

sierten sowie individualisierten Erlebnissen des Einzelnen in der Ausstellung und weniger bei einem gemeinschaftlichen Erlebnis.¹³ Obwohl im ›Museum 4.0‹ die Erlebnisse in einem Ausstellungsraum mit mehreren Besucher/-innen natürlich immer auch ein Gemeinschaftserlebnis darstellen, wie bereits Moholy-Nagy und El Lissitzky ausführten, scheint hier, zumindest in der Beschreibung der aktuellen Projekte, eine explizite Einbindung einer Community oder eines Miteinanders vorerst außen vor zu bleiben.

Dass man im deutschen Sprachraum viele der Anforderungen an Ausstellungen vermisst, die im näheren Ausland deutlich vorhanden sind, mag auch daran liegen, dass der Partizipationsdiskurs nicht im deutschsprachigen Raum seinen Anfang nahm, sondern in den 1970er-Jahren in Frankreich und bereits in den 1950er-Jahren in Amerika angedacht wurde. Aus diesem Grund stellen sich hierzulande die Ansprüche und Ausprägungen an Partizipation auch mehrheitlich eher in Form von ›Contribution‹ (Beitragen) nach Nina Simon oder ›Aktivierung‹ nach Cornelia Ehmayer dar. Partizipation im Sinne einer ›Zuarbeit‹ nach Simon oder ›Mitgestaltung‹ nach Ehmayer scheint im deutschen Sprachraum mehr für die Inhaltsgenerierung zuzutreffen. Zu beobachten sind solche Tendenzen und Vorgehensweisen für unterschiedliche Ausstellungen:

Das Stapferhaus Lenzburg ruft entsprechend regelmäßig für seine Ausstellungen die ganze Bevölkerung zu Beiträgen auf, wie dies für die im Oktober 2018 eröffnete Ausstellung *Fake* der Fall war. Hierfür suchte die Institution über Facebook Beiträge zu Notlügen und forderte die Nutzer/-innen zu deren Einsendung auf. Mit dem Projekt ›Memobox‹ im Historischen Museum Basel dagegen können Besucher/-innen, angeregt durch die ausgestellten Objekte, eigene Geschichten erzählen. Auf diese Weise setzt sich das aus dem Projekt ›Museummix‹ entstandene Objekt mit der Deutungshoheit der Institution auseinander, aber auch mit dem Versuch, die Gegenstände aus der Vergangenheit mit der Gegenwart der Besucher/-innen zu verknüpfen.¹⁴ Auch die *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation hat auf Beiträge von Externen für die Inhalte gesetzt. Die Projekte zeigen, dass hier durchaus auf Partizipation fokussiert wird. Das Verständnis der Partizipation dagegen ist nicht dasjenige des ›Aus-der-Hand-Gebens‹, wie Martin Düspohl dies im FHXB Friedrichshain-Kreuzberg Museum geschildert hatte. Die Kuration der Beiträge bleibt hier auf der Seite der Institution, die sich die Auswahl der Inhalte weiterhin vorbehält. Weitere internationale Beispiele wie der Rostov Kremlin¹⁵, in dem die Museumsbetreiber ihre Museen wieder stärker mit der lokalen Bevölkerung verbinden wollten, zeigen Formen einer kollaborativen (Simon) Partizipation mit einer bestehenden Community. Vor allem im englischsprachigen Raum existieren

13 Vgl. <https://www.museum4punkto.de/> (Stand: 20.09.2021).

14 Vgl. <https://www.hmb.ch/aktuell/ausstellungen/memobox/f> (Stand: 20.09.2021).

15 <https://www.rostmuseum.ru/> (Stand: 20.09.2021).

hierzu viele weitere Beispiele: das Chelsea and Westminster Hospital in London¹⁶, das Museum of Broken Relationships¹⁷, das Happy Museum Project¹⁸, Museomix¹⁹ oder das Museum of Making at Derby Silk Mill²⁰. All diesen Projekten ist gemein, dass sich die Institutionen in einer sozialen Rolle sehen, als einen Ort, an dem unterschiedliche Akteure zusammenkommen. Für die Institutionen bedeutet dies deshalb, ihre Tore zu öffnen, den Fokus auf die lokale Bevölkerung zu legen und diese willkommen zu heißen, wie es bereits die Museumskonzepte bis und mit 2010 anstrebten. Der bereits angedeutete Unterschied zwischen dem deutschsprachigen und dem angelsächsischen Raum wird durch die aufgeführten Praxisbeispiele zusätzlich verdeutlicht. Trotz dieser Unterscheidung ist all diesen Bestrebungen gemein, unterschiedliche Formen der Aktivierung des Publikums anzubieten.

Erweiterte Zugänglichkeit

Der Aspekt der Zugänglichkeit erweist sich in den Museumskonzepten wie auch in den Fallstudien als sehr breit. Übereinstimmend sind folgende Anforderungen auszumachen: Flexibilität, Offenheit, persönliche und individuelle Ansprache, Erlebnisorientierung, individueller Zugang, Orientierung, Immersion, Dezentralität.

Dabei ist sowohl in den Anforderungen der Museumskonzepte als auch in den Fallstudien festzustellen, dass eine Vielfalt an Zugängen durch digitale und technologische Mittel möglich wird. Über technologische Hilfsmittel ist es deshalb in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation möglich, **individualisierte** und **personalisierte Inhalte** zu erhalten. Auch die Ausstellung *Archäologie Schweiz* nutzt die digitalen Medien für die Zugänglichkeit zu den Inhalten. Ein personalisierter Zugang ist dabei allerdings nicht gegeben. Der Anspruch an individualisierte und personalisierte Zugänge ist dabei bei fast allen Museumskonzepten ab den 2010er-Jahren, deren Fokus auf den neuen Technologien liegt, zu verzeichnen. Im folgenden können einige Beispiele genannt werden, die einen entsprechenden Zugang anbieten: Im Stapferhaus Lenzburg in der Ausstellung *Heimat* (2017-2018) konnten Besucher/-innen mithilfe technologischer Hilfsmittel ihre ganz persönliche Vorstellung von Heimat überprüfen und gleichzeitig ihren ›Heimat-Typ‹ generieren. Besucher/-innen wurden dabei in der Ausstellung direkt und persönlich angesprochen. (Abb. 104) Das Projekt ›Museum 4.0‹ erprobt eine App, welche den personalisierten Museumsrundgang ermöglichen soll. Das Cleveland Art Museum hat zu-

16 <http://www.chelwest.nhs.uk/> (Stand: 20.09.2021).

17 <https://brokenships.com/> (Stand: 20.09.2021).


18 <http://happymuseumproject.org> (Stand: 20.09.2021).

19 <https://www.museomix.org/> (Stand: 20.09.2021).

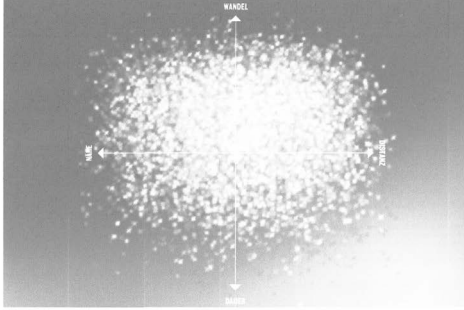
20 <https://www.derbymuseums.org/museum-of-making/> (Stand: 20.09.2021).

dem mit der ›Collection Walk‹ eine Möglichkeit geschaffen, individuelle Rundgänge zusammenzustellen.

Abbildung 104



DAS HIER IST IHR HEIMATSCHWEIN.
Momentaufnahme vom 03.10.2017



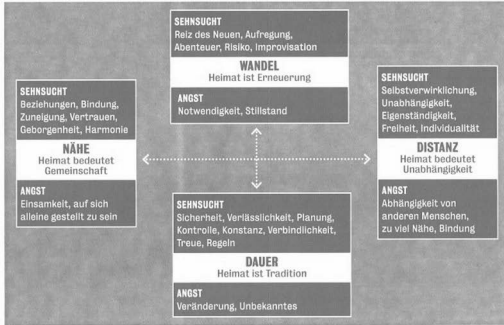
HEIMAT ZWISCHEN SEHNSUCHT UND ANGST

Der Psychologe und Psychoanalytiker Fritz Riemann (1902–1979) geht davon aus, dass vier Grundkräfte unsere Persönlichkeit prägen: Wir bewegen uns im Spannungsfeld zwischen dem Bedürfnis nach Distanz (Unabhängigkeit) und Nähe (Gemeinschaft) sowie zwischen der Sehnsucht nach Dauer (Tradition) und Wandel (Erneuerung). Nach Riemann trägt jeder Mensch all diese Kräfte in sich – mit individuellen Ausprägungen je nach Temperament, Erfahrung und Lebenssituation. So lassen sich unterschiedliche Arten des In-der-Welt-Seins beschreiben.

Riemann hat diese Theorie 1961 in seinem Buch «Grundformen der Angst» veröffentlicht. Es erscheint in der 41. Auflage, wurde aber eine Million Mal verkauft und gilt in der Psychologie als Standardwerk. Das zehnterleuchtete Konzept ist inspiriert durch das Riemann-Thomasian-Modell des Psychologen Christoph Thomann.

STÄPFER | HAVEL | LENZ | ERARD

HEIMAT: EINE GRENZSPERRE ZWISCHEN DEN LÄNDERN
www.stapferhaus.ch



Die Forderung des Zugangs durch **Immersion** zeigt sich in unterschiedlichen Ausstellungen, welche beispielsweise in raumfüllenden immersiven Ausstellungserlebnissen gipfeln. (Abb. 105)

Im MORI Building Digital Art Museum²¹ in Japan verdeutlicht sich, dass durch Immersion Grenzen verwischen: »[...] ›one art and another‹, ›art and visitors‹ and ›oneself and others‹ by allowing visitors to melt into the art and become part of

21 <https://borderless.teamlab.art/> (Stand: 20.09.2021).

Abbildung 105



it«²². Die Einbindung der Besucher/-innen passiert hier also über eine komplett immersive Involvierung, wobei ein individuelles Ausstellungserlebnis entsteht. Andere Beispiele solcher Ausstellungen sind im Museum of the Future zu finden. Hierbei spielen neueste Technologien bei der Vermittlung der Inhalte eine wesentliche Rolle. Die Besucher/-innen tauchen dabei in multisensorische Ausstellungserlebnisse ein.²³ Auch hierzulande werden die Ansprüche an Immersion wichtig. So lautet der Auftrag des Bundesamtes für Kultur (BAK) an eine Neukonzeption eines römischen Befunds im Museum Augusta Raurica wie folgt: »Das Römermuseum Augusta Raurica hat für das Gewerbehaus Schmidmatt, welches sich unter einem, in den 80er-Jahren erbauten Schutzbau befindet einen finanziellen Zuspruch unter der Bedingung gegeben, dass dort ein neuartiges und immersives Erlebnis zu inszenieren sei.«²⁴ Der Zuwachs an Aufträgen für Firmen wie Tamschick Media+Space verweist auf dieses Bedürfnis, die Technologien in Form eines immersiven Erlebnisses einzusetzen. Andere Formen, ein solches Erlebnis zu gestalten, sind zum Beispiel im Kunsthaus Zürich mit der Ausstellung *Action!* zu finden: Hier werden Besucher/-innen aufgefordert, selber ein Kunstwerk zu reinszenieren: Durch eine eigene Performance tauchen die Besucher/-innen so in das Kunstwerk ein.²⁵ Auch in der Schweiz wird intensiv an immersiven Ausstellungserlebnissen und Vermittlungsmöglichkeiten geforscht. Das Laboratory for experimental museology – EMPLUS (eM+) an der EPFL Lausanne experimentiert unter der Leitung

22 Quito 2018, »Borderless«.

23 <https://museumofthefuture.ae/en> (Stand: 20.09.2021).

24 Auszug aus dem eingereichten Förderantrag vom 31.1.2019 im Rahmen des Projekts *Schmidmatt immersiv* des Römermuseums Augusta Raurica.

25 <http://action.kunsthau.ch/de/about> (Stand: 20.09.2021).

von Sarah Kenderdine mit immersiven Visualisierungstechnologien und setzt hierzu neueste technologische Mittel ein. Das Forschungsinstitut erklärt seinen Ansatz wie folgt: »Experimental museography advances theoretical frameworks of new museology re-defining the boundaries of public/museological space. Themes also include design-driven evaluation methodologies for examining qualitative experiences.«²⁶

Dass nebst technologischen Möglichkeiten auch physische Raumbilder zur Begünstigung eines immersiven Erlebnisses eingesetzt werden, zeigt sich an Ausstellungen wie *Expedition Titanic* von Atelier Brückner (Abb. 106) oder in der Ausstellung *Weltuntergang – Ende ohne Ende*. (Abb. 107)

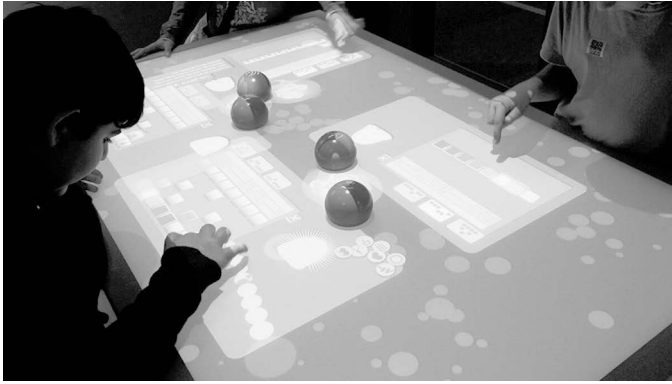
Abbildungen 106 und 107



Dabei wird durch die Installation einer Vielzahl an Leuchtmitteln eine riesige Sonne inszeniert. Diesen Raumbildern ist gemein, dass sie bühnenbildartige Szenen erschaffen, durch die sich die Besucher/-innen bewegen können. Die Ausstellungen der großen Gestaltungsbüros wie Atelier Brückner aus Stuttgart, Kossmann de Jong, die die *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation in Bern gestaltet haben, oder Steiner Sarnen zeigen, dass diese »aufgeblasenen« Raumbilder ein häufig eingesetztes Mittel in Ausstellungen darstellen. Die drei untersuchten Fallstudien reihen sich dabei in diese weniger technologiebasierte Form immersiver Raumbilder ein. Immersion kann somit sowohl durch technologische Möglichkeiten aber auch durch sehr physische Elemente erreicht werden. (Abb. 108)

26 <http://www.epfl.ch/labs/emplus> (Stand: 20.09.2021).

Abbildung 108



Den vor allem im Konzept ›Museum 4.0‹ aufgeführten Anspruch an **Orientierung** gehen die untersuchten Ausstellungen unterschiedlich an. Die *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation zeigt dies eher im Versuch, das komplexe Thema Kommunikation ganzheitlich zu erfassen und somit eine Orientierung im Themenbereich zu schaffen. Eine ebenfalls eher thematisch motivierte Orientierung zeigt sich auch in Ausstellungen des Technorama in Luzern, wobei komplexe Phänomene aus Natur und Technik durch die Möglichkeit eigener und sinnlich erlebbarer Experimente nachvollziehbar sein sollen.²⁷ Der Anspruch an Orientierung kann allerdings auch sehr physisch und räumlich verstanden werden. In den Fallstudien zeigt sich dies deutlich in der Möglichkeit, sich in den Räumen verorten und entsprechend orientieren zu können. Dabei werden ebenfalls klare Unterschiede deutlich: So existiert in der Ausstellung *Archäologie Schweiz* beispielsweise kein Übersichtsplan. Dagegen ist dieser in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation in den Zwischengängen vorzufinden. Eine Standortbestimmung innerhalb der Ausstellung wird auf diese Weise ermöglicht. In *GROSS* existiert ebenfalls keine Übersicht über die Räume und ihre Inhalte, was gerade auch durch die relativ offene Gestaltung der Raumabschnitte eine Orientierung erschwert.

Eine weitere Anforderung, die in Museumskonzepten wie im ›Subjektbezogenen Informationsmuseum‹ oder dem ›Transformativen Museum‹ gefordert wird, ist die **Flexibilität**. In den untersuchten Ausstellungen lässt sich diese einerseits in der maximalen Dauer von fünf Jahren sowie andererseits auch im angedachten Wechsel – sogenanntes dynamisches Kuratieren – von Inhalten oder Objekten erkennen.

27 <http://www.technorama.ch/de/home> (Stand: 20.09.2021).

So wird beispielsweise in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation eine Zeitachse zur Medienentwicklung aufgeführt, die zwar bis ins Jahr 2020 reicht aber kommende Jahre und Entwicklungen andeutet.

Abbildung 109



Ab 2020 wird der Inhalt jedoch noch offen gelassen. (Abb. 109) Das Museum der Kulturen Basel dagegen sieht im hinteren Teil der Ausstellung einen Raum vor, der sich zweimal pro Jahr wandelt. Dass permanente Ausstellungsformate bereits seit einigen Jahren sowohl in der Praxis als auch im museologischen Diskurs an Relevanz verloren haben, zeigt sich deutlich an der Tendenz, diese statische Ausstellungsform von der permanent wechselnden und sich aktualisierenden Form der Wechselausstellung abzulösen oder dieser zumindest einen größeren Platz im Museum einzuräumen. Die Dauerausstellung als eine »breite, ganzheitliche Erzählung« hat, so auch Habsburg-Lothringer, scheinbar ausgedient (2012: 9).

Ein weiterer Anspruch, der sowohl in den Konzepten als auch in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation aufgeführt wird, betrifft die **Öffnung** des Ausstellungsraums. Diese zeichnet sich allerdings auf zwei Ebenen ab: einerseits in der grundsätzlichen Forderung eines gesellschaftlichen Einbezugs seit den 1970er-Jahren und der damit einhergehenden Involvierung eines heterogenen Publikums, andererseits aber auch in gebauter architektonischer Form. Letztere zeigt sich etwa im Museum für Kommunikation durch den »Platz der Begegnung«, der sich vor dem Museumseingang befindet. Die Grenzen zwischen Ausstellungsraum und Au-

ßenraum oder zusätzlichen Nutzungen und Angeboten wie dem Café vermischen sich dabei. Ein weiteres Beispiel hierzu ist die neu konzipierte Kunsthalle Mannheim: Thematisch und konzeptionell richtet sich die neue Kunsthalle an der Metapher der Erweiterung der Stadt aus, so deren Direktorin Ulrike Lorenz. Der dafür 2012 ausgeschriebene Wettbewerb orientierte sich entsprechend an der Metapher der Stadt in der Stadt. Dabei sollten Büros in den Untergeschossen untergebracht werden, in den oberen Tagesräumen die Sammlung. Zum architektonischen Konzept wurde auch das museologische Nutzungskonzept erarbeitet. Dabei sieht Lorenz ein großes Potenzial darin, die Inhalte mit der Architektur neu zu denken, das Museum als Ergänzung zur Stadt und als Weiterführung zu betrachten. Die Offenheit zur Stadt und zur Bevölkerung hin soll sich in der perforierten Fassade manifestieren, einer absoluten Durchlässigkeit mit Wegen, die für die Öffentlichkeit zugänglich sind, wobei es möglich sein soll, bis zum zentralen Platz, Agora oder Forum genannt, vorzudringen und dabei die »Flaniermeile« zu nutzen. Auf dem mittigen Platz sollen Konzerte stattfinden – keine Utopie, aber eine Heterotopie im Sinne Foucaults. Die Kunstvermittlung erhalte, so Lorenz weiter, dabei einen stärkeren Fokus, gerade mit der Stärkung der partizipativen Ansätze. Die Grenzen des Museumsraums sollen auf diese Weise geöffnet werden. (Abb. 110) Andere Vorstöße zeigen sich im Angebot von Yogakursen, Bars oder anderweitigen Events in Ausstellungsräumen. (Abb. 111)

Abbildung 110



Abbildung 111



Im Weiteren wird sowohl in den Fallstudien wie auch in den Museumskonzepten ein Anspruch an eine gewisse **Dezentralität** deutlich. Wo diese für die *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation in Form eines virtuellen Rundgangs durch die Ausstellung über den Computer möglich ist, ist sie in GROSS über einen QR-Code in der Ausstellung zu finden. Dieser ermöglicht einen dezentralen Zugang zu den Inhalten von überall her. Diese Forderung wird auch in den Museumskonzepten gerade durch die zunehmende Digitalisierung befeuert.

Bereits im ›Dispersed Museum‹ wird von einer Ortsunabhängigkeit gesprochen. Obwohl bei den Konzepten wie ›Museum 3.0: Third place‹ oder ›Museum 4.0‹, welche einen starken Fokus auf die Digitalisierung legen, die Dezentralisierung nicht explizit erwähnt wird, zeigt sie sich deutlich als Mittel in der Praxis, um einen ortsunabhängigen Zugang zu fördern. Einerseits existieren hier gänzlich digitale Ausstellungen mit virtuellen Kunstwerken wie das Digital Museum of Digital Art.²⁸ Andererseits sollen dezentrale Zugänge zu Sammlungen ermöglicht werden, die die physischen ergänzen (können).²⁹ Es zeigt sich, dass die Idee und Absicht eines virtuellen und somit auch dezentral zugänglichen Ausstellungsraums keineswegs ein neues Phänomen darstellt. Vielmehr nahm diese Idee bereits in den

28 <https://dimoda.art> (Stand: 20.09.2021).

29 Die Digitalisierung der Sammlungsbestände gehört heute schon fast zum Standard der Institutionen. Als Beispiele können hierzu folgende aufgeführt werden: das Historische Museum Basel, das Projekt *museum-digital*, wobei Institutionen Informationen zu ihren Objekten bereitstellen können, das Landesmuseum Zürich mit der Seite ›Sammlung online‹, das Museum für Naturkunde Berlin, um nur einige zu nennen.

1990er-Jahren mit der Öffnung des World Wide Web hin zu einem Massenmedium ihren Anfang. So ist der Begriff ›Virtuelles Museum‹ schon im Jahr 2002 über Google zu finden (vgl. Huhtamo 2002: 121). Dazu beigetragen hat wohl auch der in den 1960er-Jahren erfundene Hypertext, der eine nonlineare Architektur und Erzählweise ermöglichte.

Die Konzepte aus dem Diskurs zeigen aber auch, dass Dezentralität unterschiedlich verstanden werden kann. Neben der Möglichkeit, Ausstellungen durch digitale Mittel ›ortsunabhängig‹ zu gestalten, können sie auch in physischer Form an anderen Orten stattfinden. Dies demonstrieren zwei Beispiele deutlich: Das Van Abbemuseum expandiert beispielsweise in den städtischen Raum oder arbeitet in Kooperationsprojekten über die Landesgrenzen hinaus und das Smithsonian American Art Museum veranstaltet jedes Jahr das sogenannte ›SAAM Arcade‹, ein Event, das sowohl innerhalb wie auch zum Teil außerhalb der Museumsmauern stattfindet.

SAAM Arcade features arcade cabinets, console games, and a selection of indie games centered around a particular theme. This year's theme, »breaking barriers,« showcases projects that recognize and relish the diversity of gaming audiences, allowing a wide-array of players to see themselves and their interests reflected on screen.³⁰

Im kuratorischen Konzept für die *Kernausstellung* im Museum für Kommunikation ist dieser Anspruch konkret vorhanden und zeigt sich in den Grundrissplänen deutlich durch die Schaffung eines entsprechenden Außenraums (›Platz der Begegnungen‹). Die dadurch formulierte Absicht der Bildung eines sozialen Raums im Sinne eines Ortes des Austausches und des Aufenthalts durch die Möglichkeit der Durchmischung von Museumspublikum, Anwohner/-innen, Arbeitnehmer/-innen und Besucher/-innen des Bistros oder der kleinen Parkanlage ist hiermit vorhanden. (Abb. 112)

Der Besuch der Ausstellung kann somit bereits vor dem eigentlichen Ausstellungsraum geschehen. Es gibt unterschiedliche Vorstöße und aktuelle weitere Beispiele zu ebensolchen Bestrebungen. Sie stammen vor allem von Künstlern wie John Bock, der mit seinem Projekt *Irrgarten* einen Ort schafft, der einerseits als Ausstellungsraum, aber auch als öffentlicher Platz, Park, Wohngemeinschaft, Museum, Merzbau, Baustelle etc. funktioniert (vgl. Maak 2016: 14).

30 <https://americanart.si.edu/events/saam-arcade> (Stand: 20.09.2021).

Abbildung 112



Nur theoretisch-konzeptionelle Ideen?

Zwei wesentliche Anforderungen an Ausstellungen lassen sich den Museumskonzepten, aber auch dem praxisorientierten Diskurs entnehmen. Allerdings sind diese in den untersuchten Fallstudien nicht stark bis kaum ersichtlich. Dabei geht es einerseits um die Forderung nach einem Aufenthaltsort mit einer gewissen Aufenthaltsqualität als auch um die Forderung nach einem Diskurs-, Kommunikations- oder Begegnungsort.

Die Anforderung an einen **Aufenthaltsort** wird im Museumskonzept »Museum 3.0 als Third place« mit den Merkmalen eines komfortablen und einladenden Ortes beschrieben. In der Praxis zeigt sich, dass diese Anforderung bis anhin eher selten in den Ausstellungsräumen zu finden ist. So bemängelt Claudia Schwartz die fehlende »Aufenthaltsqualität« (Schwartz 2019) der Berliner Museumsinsel, der allerdings David Chipperfield mit der neu gebauten James-Simon-Galerie ein »Schnippchen« schlägt. Allerdings zeigen sich dennoch einzelne Ausstellungshäuser bestrebt, diesen Mangel innerhalb der Ausstellungsräume aufzuheben. In der *Kernausstellung* im Museum für Kommunikation findet sich ein solcher Ort beispielsweise im letzten Ausstellungsbereich. Hier werden bequeme Sessel sowie die Möglichkeit einer Vertiefung zu Inhalten angeboten. Die Tate Modern, aber auch andere Kunstmuseen, stellen teilweise Kunstwerke aus, in denen Besucher/-innen bequem liegen oder sitzen können, um in der Ausstellung zu verweilen. Die meisten Institutionen bieten allerdings unterschiedliche Aufenthaltsmöglichkeiten und -nutzungen nur außerhalb der Ausstellungsräume an. Dieses

Angebot jedoch ist vielfältig und besteht meistens aus Bistros, Gärten mit Ausblick auf das Meer (Louisiana Museum of Modern Art), Bistro und Picknickbereich mit Spielmöglichkeiten (Museum für Kommunikation in Bern) oder Arbeitsplätzen (Tate Modern).

Die Anforderung an einen **Diskurs-, Kommunikations- oder Begegnungsort** zeigt sich in der Praxis ebenfalls selten. In den Museumskonzepten ist dabei die Rede von ›Diskussionsraum‹, ›Kommunikationsraum‹, ›Begegnungsort‹ oder ›Versammlungsraum‹. In den untersuchten Fallstudien wird diese Anforderung lediglich bei der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation angedeutet. Indem unterschiedliche Perspektiven auf die präsentierten Themen gezeigt werden und verschiedene Personen zu Wort kommen, könnte hier ein Ort der Begegnung und der Diskussion entstehen. Der bereits vorgängig erwähnte ›Platz der Begegnung‹ im Außenraum des Museums nimmt diesen Gedanken weiter auf.

Die für solche Orte geforderte »Konfliktualität« (Sternfeld 2018: 12) scheint aber auch hier zu fehlen, denn dies würde bedeuten, dass die Ausstellungen zu Orten werden sollten, an denen in demokratischer Weise verschiedene Stimmen und Meinungen Ausdruck finden und somit Debatten oder auch Streitgespräche stattfinden können. In diesem Sinne und auch wenn einige Ausstellungen durchaus Positionen beziehen, wie es diejenigen der Shedhalle in Zürich tun, bleibt der Anspruch an einen Diskurs- und Begegnungsraum eher auf der konzeptionellen Ebene stehen.³¹

31 Die Ausstellungen der Shedhalle in Zürich sind immer stark auf gesellschaftspolitische Fragen bezogen. So lautet beispielsweise der Titel einer Ausstellung aus dem Jahr 2015: *Einige Widersprüche in aktuellen Diskussionen zu Ökologie und Krise. Das Ende der Natur*. Wieder andere aus dem Jahr 2014: *Die Schweiz ist keine Insel. Über die Grenzen*. Die Institution versteht sich als Ort für zeitgenössische und kritische Kunst (siehe auch http://archiv2017.shedhalle.ch/de/71/DIE_SHEDHALLE [Stand: 21.09.2020]).

Fazit

Anforderungen an Ausstellungen

Der Vergleich der unterschiedlichen Diskursebenen (theoretisch-konzeptionell, praxisorientierter Diskurs sowie die Analyse der Merkmale der Fallstudien) verdeutlicht, welche Begriffe aus Diskurs und Praxis übereinstimmen, welche sich in der Ausstellungspraxis niederschlagen oder nur auf konzeptioneller Ebene existieren oder welche Bezeichnungen zusammengefasst werden können, weil sie dasselbe meinen aber in unterschiedlichen Begriffen existieren. Diese Erkenntnisse lassen schließlich eine übersichtliche und zusammenfassende Darstellung der wesentlichsten Anforderungen an Ausstellungen seit der ›Neuen Museologie‹ zu. Hierfür sollen die analysierten und diskutierten Anforderungen aus den vorangegangenen Kapiteln in Form eines Katalogs aufgeführt und mit Beispielen respektive durch Mittel und Merkmale aus der Praxis ergänzt werden. Dadurch soll es möglich sein, die einzelnen Anforderungen an Ausstellungen besser zu definieren und einzugrenzen, um sie schließlich auch visuell zu übertragen und somit eine Rückführung in die Praxis zu ermöglichen.

Diese Art der Darstellung ermöglicht einerseits eine klare Abgrenzung der einzelnen Anforderungen und kann andererseits jederzeit erweitert werden. Bei der Zusammenstellung des Katalogs zeigt sich aber auch, dass zuweilen Abgrenzungen zwischen einzelnen Begriffen relativ schwierig sind, da einzelne Anforderungen zusammenhängen oder sich sogar gegenseitig bedingen.¹ Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte und die analysierten Ansprüche erläutert.

So zeigen sich für den Aspekt der **Repräsentation** die folgenden Ansprüche als übereinstimmend und wesentlich: die Möglichkeit zur Identifikation sowie ein

1 Beim ›spielerischen Zugang‹ wird beispielsweise ersichtlich, dass nebst dem Erlebnis und der Erfahrung auch emotionale Aspekte eine Rolle spielen, die ebenso in der Anforderung ›emotionaler Zugang‹ vorkommen. Andere Merkmale wiederholen sich oder können für verschiedene Anforderungen eingesetzt werden, wie zum Beispiel das Raumbild. Dieses kann sowohl für den Einbezug eines heterogenen Publikums als auch für den Anspruch an Universalität genutzt werden.

Gegenwartsbezug, der Einbezug eines heterogenen Publikums, eine damit einhergehende multiperspektivische Präsentation der Inhalte sowie der Anspruch an eine gewisse Relevanz des Gezeitigten.

Letzterer findet sich meistens auf der thematischen Ebene. Er zeigt sich oftmals in Zusammenhang mit einem Aktualitätsbezug oder einem Zukunftsausblick. In den Museumskonzepten, aber auch im praxisorientierten Diskurs und den Fallstudien tauchen diese Anforderungen meistens gleichzeitig mit dem **Gegenwartsbezug** auf. Die genannten Ansprüche gehen auch alle mit demjenigen an eine gewisse **Identifikation** mit dem Gezeitigten und Thematisierten einher, damit sich das Publikum direkt angesprochen und eingebunden fühlt. Identifikation kann aber auch über Authentizität hergestellt werden. Diese existiert beispielsweise dann, wenn Betroffene zu Wort kommen oder eine direkte Ansprache an das Publikum stattfindet. Hierfür spielen der Alltagsbezug und eine mögliche Anwendungsorientierung für den Alltag ebenfalls eine Rolle. Der Anspruch an ein **heterogenes Publikum** wird mit verschiedenen Mitteln abgeholt: durch eine deutliche Mehrsprachigkeit, einen Anspruch an Allgemeingültigkeit, welcher sich über Raumbilder, Animationsfilme, Projektionen, Bewegtbilder, Audios etc. vermittelt, sowie durch eine deutliche Reduktion von Text. Gleichzeitig spielt hierbei die Möglichkeit der **Multiperspektive** eine Rolle, die ein möglichst heterogenes Publikum abholt, unterstützt und repräsentiert. Im Weiteren konnte aus den Fallstudien ein gewisser Anspruch an **Universalität** nachgewiesen werden, der sich in den Ausstellungen über Raumbilder oder Geräusche äußert (*Archäologie Schweiz* arbeitet in der Ausstellung stark mit diesen Elementen). Die **Relevanz** einer Ausstellung schließlich lässt sich durch die Wichtigkeit ihres Themas messen. Dabei sprechen gewisse Themen ein breiteres Publikum an als andere. Das Thema der Kommunikation beispielsweise (in der *Kernausstellung* im Museum für Kommunikation) ist für ein breites Publikum von Bedeutung. In diesem Sinne kann man bei Relevanz auch von einer gewissen »Betroffenheit« sprechen, die vorhanden sein muss, um von den Besucher/-innen als relevant eingestuft zu werden. Entsprechend dieser Aufstellungen ergeben sich unter dem Aspekt der Repräsentation folgende Ansprüche für Ausstellungen:

Tabelle 3: Anforderungen an Repräsentation

Aspekt	Anspruch	Mittel/Umsetzung in der Ausstellung
Repräsentation	Relevanz	Themen, die ein breites Publikum betreffen Inhaltlich Gewisser Aktualitätsanspruch
	Gegenwartsbezug	Aktualitätsbezug Zukunftsausblick
	Identifikation	Direkte Ansprache Authentizität Zeitzeugen und Betroffene sprechen Personen wie ›du und ich‹ Alltagsbezug und Anwendungsorientierung im Alltag
	Multiperspektive	Unterschiedliche Sichtweisen auf ein Thema (Betroffene, Besucher/-innen, Objektperspektive, wissenschaftliche Perspektiven etc.)
	Heterogenität	Mehrsprachigkeit Raumbilder, Animationsfilme, Projektionen, Bewegtbilder, Audio Verkörperung einer Atmosphäre etc. Reduktion von Text Unterschiedliche Inhaltsebenen Einbezug von Communitys Unterschiedliche Perspektiven
	Universalität	Raumbild (Immersion) Bekannte Geräusche ›Allgemeingültiges‹

Der Aspekt der **Partizipation** zeigt sich ebenfalls sehr vielfältig und hier erschwert der Gebrauch der unterschiedlichen Begriffe zusehends eine einheitliche Verwendung der Formen von Partizipation: Sowohl die Fallstudien als auch der theoretisch-konzeptionelle, aber ebenso der praxisorientierte Diskurs zeigen sich hier nicht einheitlich in der Verwendung der Begrifflichkeiten. Aus diesem Grund muss eine Fokussierung auf ein Modell stattfinden, welches die verschiedenen Partizipationsmöglichkeiten mit einbezieht. Die Beobachtungen aus den Fallstudien, aber gleichfalls des Praxisdiskurses zeigen, dass eigentlich meistens eine »Aktivierung« der Besucher/-innen gemeint ist, welche nach Cornelia Ehmayer die niedrigste Stufe der Partizipation darstellt. Dabei erscheint Ehmayers Modell der Partizipationsintensitäten aufgrund der Aktivitätsgrade, die sie mit »Aktivierung«, »Einfluss nehmen«, »Mitbestimmen«, »Mitgestalten« und »Selbst gestalten« bezeichnet, als sehr umfassend und ideal, um die Partizipation in Ausstellungen erfassen

sen zu können.² Aus diesem Grund soll hier eine Fokussierung auf ihre Begriffe stattfinden, die sich allerdings auch stark mit denjenigen Nina Simons oder Alan S. Browns decken (vgl. Piontek 2017: 168-170). Für den Aspekt der Partizipation lassen sich also die folgenden Anforderungen festhalten:

Tabelle 4: Anforderungen an Partizipation

Aspekt	Anspruch	Mittel/Umsetzung in den Ausstellungen
Partizipation	Aktivierung	Bedeutet noch nicht Partizipation, ist aber eine Bedingung dazu. In den Ausstellungen zeigt sich diese zum Beispiel wie folgt: > Möglichkeiten zur Interaktion, Hands-on-Stationen, Knöpfe und Hebel oder das Auslösen von Projektionen
	Einfluss nehmen	Hier besteht noch ein Machtgefälle. Als Beispiele können genannt werden: > Besucher/-innen können einen Beitrag gestalten oder einen Verlauf eines Inhaltes ergänzen.
	Mitbestimmen	Alle Beteiligten haben die gleich große Entscheidungsmacht: > beispielsweise in Prozessen der Auswahl von Inhalten, nicht beim vorangehenden Entscheidungsprozess
	Mitgestalten	Hier ist eine Mitbestimmung bei Entscheidungsprozessen möglich. > Bereits zu Beginn der Projekte sind die Partizipant/-innen einbezogen. > Konzept und Prozess können mitentschieden werden.
	Selbst gestalten	Die Partizipant/-innen gestalten vollkommen selber und losgelöst. > Eigene Entscheidungen, Konzept, Umsetzungen können so bei den Partizipant/-innen liegen.

Der Aspekt der **Zugänglichkeit** erweist sich auf allen Diskursebenen als sehr breit. Zu beobachten sind in den Konzepten, aber auch im praxisorientierten Diskurs sowie in den Fallstudien folgende sich deckende Merkmale: Flexibilität, Offen-

2 Cornelia Ehmayers Bezeichnungen für das von ihr entwickelte Modell werden schließlich auch für die visuelle Umsetzung in Form eines Netzdiagramms in Kapitel *Die Übertragung der Erkenntnisse in die Praxis* eingesetzt.

heit, Personalisierung, Erlebnisorientierung, individueller Zugang, Orientierung, Immersion und Dezentralität. Hinzu kommen Forderungen aus dem praxisorientierten Diskurs und den Analysen der Fallstudien wie: unterschiedliche Leseebenen und -tiefen, emotionaler Zugang, der Einsatz thematischer Ausstellungen, der Abbau von Hemmschwellen und die Barrierefreiheit sowie ein spielerischer Zugang. Die Forderung nach einem Diskursort bewegt sich dabei fast ausschließlich auf einer theoretisch-konzeptionellen Ebene, wie bereits diskutiert wurde. Dabei zeigt sich, dass der Begriff der Flexibilität beispielsweise in den Konzepten auch mit ›Wandel‹ oder ›Bewegung‹ ergänzt wird. Offenheit wird dagegen sowohl für eine Öffnung der Institutionen für ein heterogenes Publikum als auch als bauliche und somit räumliche Offenheit aufgeführt. Personalisierung dagegen erweist sich vor allem in den Konzepten ab ›Museum 3.0‹ als sehr wichtig. In den Ausstellungen zeigt sich dies durch persönliche Ansprachen an das Publikum, die Möglichkeiten, sich individuell und nach persönlichen Vorlieben durch die Ausstellung zu bewegen oder gänzlich personalisierte Inhalte zu erhalten, wie dies zum Beispiel in der Ausstellung *Entscheiden* des Stapferhauses Lenzburg der Fall war. Hier konnten Besucher/-innen individuell Fragen beantworten und erhielten zum Schluss einen persönlichen Katalog mit Vorschlägen. Die Erlebnisorientierung zeigt sich sowohl im theoretischen Diskurs als auch in den Fallstudien und auch im praxisorientierten Diskurs. Die Besucher/-innen sollen dabei ein Ausstellungserlebnis erhalten, welches sie nachhaltig beeinflusst. Dabei ist auch ein gewisser spielerischer Zugang aufzuführen, der vor allem im praxisorientierten Diskurs auftaucht. Viele Ausstellungen, wie auch die untersuchte *Kernausstellung* im Museum für Kommunikation weisen diese Merkmale auf.

Der Anspruch an eine Orientierung zeigt sich in den Fallstudien vor allem auf einer inhaltlichen Ebene. Die großgefassten Themen ermöglichen es, ein Thema mit vielen Unterthemen abzuhandeln und so eine Übersicht über einen Bereich zu geben. In diesem Sinne kann der Anspruch an Orientierung auf einer inhaltlichen Ebene eine gewisse Komplexitätsreduktion bedeuten. Orientierung kann allerdings auch auf einer räumlichen Ebene betrachtet werden und eine Übersicht über die Ausstellungsinhalte oder die Ausstellungsräumlichkeiten meinen, wie beispielsweise durch einen Übersichtsplan. Der immersive Zugang ist eine neuere Forderung, welche sich seit dem Konzept ›Museum 4.0‹ deutlich verbreitet hat. Die Ausstellungen warten hier oftmals mit vielen digitalen Mitteln auf, um einen entsprechenden Zugang zu gewährleisten. In den Fallstudien konnte allerdings festgestellt werden, dass die Immersion auch sehr physischer Natur sein kann, beispielsweise in Form von Raumbildern, die Atmosphären kreieren. Unterschiedliche Leseebenen und -tiefen, ein emotionaler Zugang, beispielsweise durch Berichte Betroffener, sind ebenfalls Anforderungen, welche im Praxisdiskurs zu beobachten sind. Die Forderung nach Dezentralität zeigt sich zu einem kleinen Teil in den Fallstudien, ist aber vor allem im praxisorientierten Diskurs, beispielsweise

in Form virtueller Rundgänge, auffallend. Viele Museen setzen dies über ihre Webseite um – so auch das Museum für Kommunikation, welches auf diese Weise einen Rundgang in der Ausstellung ermöglicht. Die Museumskonzepte verstehen unter Dezentralität dagegen oftmals eine Ortsunabhängigkeit von Ausstellungsräumen. Die beiden Begriffe könnten demnach zusammenfassend betrachtet werden und sowohl als ein ortsunabhängiger Zugang in Form virtueller Rundgänge oder der Möglichkeit, Inhalte von überall her einzusehen, als auch als dezentral organisierte Ausstellungsräume definiert werden.

Zwei weitere Begriffe, die zu diskutieren sind, beinhalten die Forderung nach einem Abbau von Hemmschwellen sowie nach Barrierefreiheit. Dabei zeigt sich (wie bereits im Kapitel *Begriffe* aufgeführt), dass Barrierefreiheit meistens im Zusammenhang mit Personen mit einer Beeinträchtigung genannt wird. Hemmschwellenabbau allerdings wird eher im Zusammenhang mit dem Einbezug eines nicht museumsaffinen Publikums erwähnt. Wie bereits im Kapitel *Begriffe* angemerkt, erachte ich es als möglich, den Begriff der ›Barrierefreiheit‹ auszuweiten und damit auch anderes Publikum mitzudenken. In diesem Sinne könnte die Barrierefreiheit natürlich einen Hemmschwellenabbau beinhalten. Eine weitere Anforderung findet sich in der Präsentation thematischer Ausstellungen. Diese scheinen aktuell ein wichtiges Mittel zu sein, um den Zugang zu den Inhalten zu gewährleisten. So werben nebst den untersuchten Fallstudien auch viele andere Ausstellungshäuser mit thematischen Ausstellungstiteln, die beinahe wie Schlagworte funktionieren und sehr allgemein gehalten sind. Sie ermöglichen somit viele Unterthemen. Das Stapferhaus Lenzburg erscheint hierbei als ein gutes Beispiel, um die Anforderung an thematische Ausstellungen zu diskutieren. Mit ihren groß angelegten Themenfeldern ermöglichen sie einen Zugang für ein vielfältig interessiertes Publikum.

Tabelle 5: Anforderungen an Zugänglichkeit

Aspekt	Anspruch	Mittel/Umsetzung in den Ausstellungen
Zugänglichkeit	Flexibilität	<ul style="list-style-type: none"> > Auch Wandel, Bewegung (wie z.B. in ›Subjektbezogenes Informationsmuseum‹) > Wechselausstellungen oder Dauerausstellungen nur noch auf fünf Jahre begrenzt > Permanenter Wechsel in den Ausstellungen durch Objekte, inhaltliche Ergänzungen etc.
	Offenheit	<ul style="list-style-type: none"> > Zugang zum Inhalt: die Möglichkeit, Kritik anzubringen (wie im Konzept des ›Transformativen Museums‹), z.B. über Rückmeldungen, Diskussionen, Plattformen > Zugang zum Raum: Aussichten, Aufenthaltsqualität, einladend, komfortabel, Aufenthaltsmöglichkeiten, längere Öffnungszeiten, niedrige Preise, andere Anlässe in den Ausstellungen wie die Bar der Toten Tiere im Naturhistorischen Museum Bern, Sitzgelegenheiten, Arbeitsmöglichkeiten etc.
	Personalisierung	<ul style="list-style-type: none"> > Individueller Zugang > AR- und VR-Technologien, die personalisierte Erlebnisse befördern > Möglichkeit, nach persönlicher Disposition Rundgänge zu gestalten
	Erlebnisorientierung	<ul style="list-style-type: none"> > Physisches Erlebnis z.B. durch Parcours wie im Spionagemuseum Berlin > Spielerisches Lernen > Immersives Raumbild
	Orientierung	<ul style="list-style-type: none"> > Übersicht über ein Thema, Komplexitätsreduktion > Räumliche Übersicht über die Ausstellung
	Immersion	<ul style="list-style-type: none"> > Raumbild (räumliches Eintauchen in ein Thema) > Emotionales Eintauchen in ein Thema > digital, analog > raumfüllend, interaktiv etc. > Reinszenierungen, in denen die Besucher/-innen selber performen
	Unterschiedliche Leseebenen und -tiefen	<ul style="list-style-type: none"> > Unterschiedliche Möglichkeiten, Informationen zu vertiefen, je nach Wissensstand, Interesse etc. > digital oder analog

Emotionaler Zugang	<ul style="list-style-type: none"> > Durch direkte Ansprache > Themen, die den emotionalen Bezug unterstützen > Durch Betroffenenberichte > positive Emotionen z.B. durch spielerische Lerneffekte sammeln
Spielerischer Zugang	<ul style="list-style-type: none"> > Spielerisches Lernen, ›Gamification‹ in Ausstellungen, Wissen direkt und primär erleben > kann digital, analog oder gemischt sein > gemeinschaftliche Erlebnisse > Erfahrungen sammeln, Selbsterfahrung
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> > Abbau von Hemmschwellen für ein heterogenes Publikum > Einbezug eines heterogenen, globalisierten Publikums mit verschiedenen Gruppen (Alter, Wissen, Kenntnisse, Herkunft) > Einbezug eines Publikums mit körperlichen Einschränkungen
Dezentralität	<ul style="list-style-type: none"> > Ortsunabhängiger Zugang zu Inhalten > Unabhängige Ausstellungsräume > Externe Ausstellungsräume, Installationen etc.
Thematische Ausstellung	<ul style="list-style-type: none"> > Ein Thema, welches viele Unterthemen ermöglicht
Diskursort	<ul style="list-style-type: none"> > Findet oftmals auf einer theoretisch-konzeptionellen Ebene statt, aber in der Shedhalle in Zürich durch: > Kontroverse Ausstellungsthemen und Diskussionen dazu > Über Kommunikatoren wie z.B. im Museum für Kommunikation, Bern

Die Übertragung der Erkenntnisse in die Praxis

Trotz der Komplexität des Gegenstands und der vielfältigen Begriffe zeigen die herausgearbeiteten Anforderungen und Merkmale, dass sich der Paradigmenwechsel hin zur Einbindung des Publikums seit den frühen 1960er- und 1970er-Jahren sowie mit der Einführung der ›Neuen Museologie‹ bis heute (2022) als wesentlich für die Museumsarbeit darstellt. Wie die Untersuchungen belegen konnten, sind die dafür gewählten Mittel und Medien sowie Herangehensweisen vielfältig und unterscheiden sich je nach Institution stark voneinander. Dennoch lassen sich daraus

spezifische Anforderungen an Ausstellungen herauslesen, die bis heute (2022) Gültigkeit zu haben scheinen und wahrscheinlich auch noch in den kommenden Jahren mit dem starken Fokus auf die Einbindung der Besucher/-innen von Relevanz für das Ausstellungswesen sind. Diese Anforderungen, welche im vorangehenden Kapitel *Anforderungen an Ausstellungen* zusammenfassend dargelegt wurden, sollen nun in die Praxis übertragen werden können. Hierzu ist es notwendig, die herausgearbeiteten Anforderungen auch visuell darzustellen. Diese Veranschaulichung geschieht in Form eines Netzdiagramms, das als Orientierungshilfe in der Praxis des Ausstellens dienen kann. Auf diese Weise gelingt eine aus den Analysen abgeleitete synthetisierende »Verschränkung der Perspektiven« – also von Theorie und Praxis –, wie von Bernhard Tschofen für Ausstellungen gefordert (vgl. das Kapitel *Vorgehen* oder auch Gfrereis/Thiemeyer/Tschofen 2015: 9).

Für die Darstellung der Resultate in Form eines Netzdiagramms ergeben sich allerdings einige Herausforderungen, denn eine Grafik muss selbsterklärend funktionieren. Die Diskussion in Textform lässt da noch die Möglichkeit zu, die einzelnen Begriffe genauer auszuführen, diverse Abhängigkeiten zu erklären, die einzelnen Mittel jeweils aufzuführen und die Positionierungen der Begriffe zu erklären. Vor allem die Anforderungen unter dem Aspekt der Zugänglichkeit erwiesen sich diesbezüglich als vielfältig. Um keine willkürliche Positionierung im Diagramm vorzunehmen, mussten diese Anforderungen nochmals nach räumlichen, sozialen oder performativen (oder auch inhaltlichen) Ausprägungen angeordnet werden. Entsprechend lässt sich ihre Positionierung in der visuellen Übersetzung argumentieren. (Diese Unterteilung wurde bereits zu Beginn der Arbeit aufgeführt. Obwohl sie für die Analyse selber keine Rolle spielten, werden sie im Zusammenhang mit der visuellen Darstellung deshalb wichtig.)

Zudem zeigte sich, dass gewisse Anforderungen dieselben Mittel aufweisen können. So kann das Mittel ›Raumbild‹ sowohl für den Anspruch an ›Universalität‹ aber auch ›Immersion‹ oder gar die ›Erlebnisorientierung‹ eingesetzt werden. Am einfachsten gestaltete sich die klare Positionierung der Anforderungen für die Partizipation. Hier entschied ich mich – wie bereits im vorangehenden Kapitel erläutert – für die Bezeichnungen von Cornelia Ehmayers Modell, welches die Intensitäten der Partizipationsformen bezeichnet.

Tabelle 6: Zuordnung Ausprägungen Zugänglichkeit

Ausprägung	Aspekt	Mittel/Merkmale
Räumlich	Immersion	<ul style="list-style-type: none"> > Raumbild (räumliches Eintauchen in ein Thema) > Emotionales Eintauchen in ein Thema > digital, analog > raumfüllend, interaktiv etc. > Reinszenierungen, in denen die BesucherInnen selber performen
Räumlich	Dezentralität	<ul style="list-style-type: none"> > Ortsunabhängiger Zugang zu Inhalten > Unabhängige Ausstellungsräume > Externe Ausstellungsräume, Installationen etc.
Räumlich, sozial	Offenheit	<ul style="list-style-type: none"> > Zugang zum Inhalt: die Möglichkeit Kritik anzubringen (wie im Konzept des «Transformativen Museums»), z.B. über Rückmeldungen, Diskussionen, Plattformen etc. > Zugang zum Raum: Aussichten, Aufenthaltsqualität, Einladend, komfortabel, Aufenthaltsmöglichkeiten, längere Öffnungszeiten, niedrige Preise, andere Anlässe in den Ausstellungen wie die »Bar der Toten Tiere« im <i>Naturhistorischen Museum</i> Bern, Sitzgelegenheiten, Arbeitsmöglichkeiten etc.
Räumlich, sozial	Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> > Abbau von Hemmschwellen für ein heterogenes Publikum > Einbezug eines heterogenen globalisierten Publikums mit verschiedenen Gruppen (Alter, Wissen und Kenntnisse, Herkunft) > Räumliche Angebote: Einbezug eines Publikums mit körperlichen Einschränkungen
Räumlich, sozial	Orientierung	<ul style="list-style-type: none"> > Übersicht über ein Thema, Komplexitätsreduktion > Räumliche Übersicht über die Ausstellung
Räumlich, performativ (inhaltlich)	Flexibilität	<ul style="list-style-type: none"> > Auch Wandel, Bewegung (wie z.B. in »Subjektbezogenes Informationsmuseum«) > Wechselausstellungen oder Dauerausstellungen nur noch auf fünf Jahre begrenzt > Permanenter Wechsel in den Ausstellungen selbst durch Objekte, inhaltliche Ergänzungen etc.
Sozial, performativ (inhaltlich)	Personalisierung	<ul style="list-style-type: none"> > Individueller Zugang > AR- und VR-Technologien, die personalisierte Erlebnisse befördern > Die Möglichkeit nach persönlicher Disposition Rundgänge zu gestalten

Sozial, performativ (inhaltlich)	Erlebnisorientierung	<ul style="list-style-type: none"> > Physisches Erlebnis z.B. durch Parcours wie im Spionage- museum Berlin > Spielerisches Lernen > Raumbild
Sozial, performativ (inhaltlich)	Emotionaler Zugang	<ul style="list-style-type: none"> > Durch direkte Ansprache > Themen, die den emotionalen Bezug unterstützen > Durch Betroffenenberichte > positive Emotionen z.B. durch spielerische Lerneffekte sammeln
Sozial, performativ (inhaltlich)	Spielerischer Zugang	<ul style="list-style-type: none"> > Spielerisches Lernen, «Gamification» in Ausstellungen, Wissen direkt und primär erleben > kann digital, analog oder gemischt sein > gemeinschaftliche Erlebnisse > Erfahrungen sammeln, Selbsterfahrung
Sozial, performativ (inhaltlich)	Unterschiedliche Leseebenen und -tiefen	<ul style="list-style-type: none"> > Unterschiedliche Möglichkeiten, Informationen zu vertiefen, je nach Wissensstand, Interesse etc. > digital oder analog
Sozial, performativ (inhaltlich)	Thematische Ausstellung	<ul style="list-style-type: none"> > Ein Thema, welches viele Unterthemen ermöglicht
Sozial, performativ (inhaltlich)	Diskursort	<ul style="list-style-type: none"> > Findet noch oftmals auf einer theoretisch-konzeptionellen Ebene statt. In der «Shedhalle» in Zürich durch: > Kontroverse Ausstellungsthemen und Diskussionen dazu > Über Kommunikatoren wie z.B. im Museum für Kommunikation, Bern

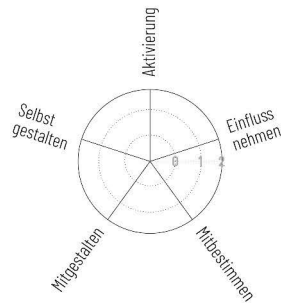
Abbildung 113

Gesellschaftliche Einbindung

Repräsentation



Partizipation



Zugänglichkeit



Erkenntnisse

The time is right for museums to transform their contribution to contemporary life.¹

Eine Orientierungshilfe für die Praxis

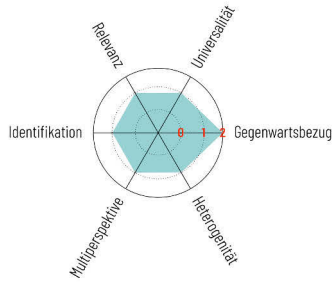
Die Darstellung in Form eines Netzdiagramms ermöglicht verschiedene Anwendungen für die Praxis. Einerseits ist so die übersichtliche Darstellung aller herausgearbeiteten Anforderungen an die gesellschaftliche Einbindung an Ausstellungen aus Diskurs und Praxis möglich. Andererseits lassen sich so auch Schwerpunkte von Ausstellungen festhalten sowie institutionelle Haltungen daraus ablesen. Dies ermöglicht visuelle Vergleiche und somit auch eine vergleichende Diskussion der Schwerpunkte der Ausstellungen. Die Anwendung des Diagramms auf die drei analysierten Fallstudien veranschaulicht eine entsprechende Gültigkeit: Einerseits zeigen diese visuellen Darstellungen, wie sich die untersuchten Fallstudien zu den Anforderungen an Ausstellungen verhalten, und andererseits, wie intensiv sie auf diese Anforderungen eingehen. Die Intensität der einzelnen Anforderungen bewegt sich dabei zwischen 0 = nicht vorhanden, 1 = vorhanden, 2 = stark vorhanden. Mit diesen Darstellungen bestünde zudem die Möglichkeit, die Ausstellungen rückblickend zu vergleichen, zu überprüfen und zu diskutieren.² (Abb. 114-116)

- 1 <https://archive-media.museumassociation.org/26062013-museums-change-lives.pdf> (Museum Association Website, Stand: 30.04.2019).
- 2 Die herausgearbeiteten Anforderungen könnten auch für die Frage nach der Unterstützungswürdigkeit von Institutionen eine Rolle spielen. Zurzeit liegt der Fokus der Unterstützung der Institutionen in der Schweiz auf der Anzahl der Besucher/-inneneintritte. Größere Häuser mit vielen finanziellen Mitteln erhalten die erwartete Anzahl an Besucher/-innen durch Blockbuster ausstellungen oder große Events. Die kleineren Institutionen haben dabei jedoch das Nachsehen und müssen sich mit der Suche nach Förderbeiträgen über Wasser halten. Indem aber die analysierten Anforderungen quasi als Kriterienkatalog verwendet werden würden, um die Unterstützungswürdigkeit von Institutionen zu prüfen, kämen beispielsweise nicht nur große Häuser in den Genuss von Bundesgeldern, die sowieso mit enormen Publikumszahlen punkten können. Auf diese Weise würde der Fokus nach der Frage der monetären Unterstützung von Institutionen eher auf der Frage nach dem Umgang mit dem Publikum

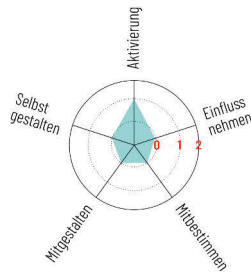
Abbildung 114

Gesellschaftliche Einbindung Museum der Kulturen Basel

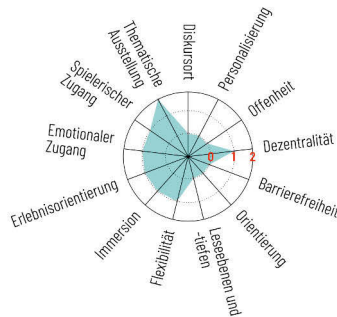
Repräsentation



Partizipation



Zugänglichkeit



liegen. Diese könnte demnach durch die erarbeiteten und analysierten Anforderungen an Ausstellungen ›messbar‹ gemacht oder zumindest miteinander verglichen werden. Das Ungleichgewicht, wie es zurzeit aufgrund der monetären Lage der Institutionen besteht, indem diese in ständigem Wettbewerb stehen und auf aufwendige Geldsuche angewiesen sind, könnte so zu einem gewissen Teil verlagert oder teilweise auch aufgehoben werden.

Abbildung 115

Gesellschaftliche Einbindung Museum für Kommunikation

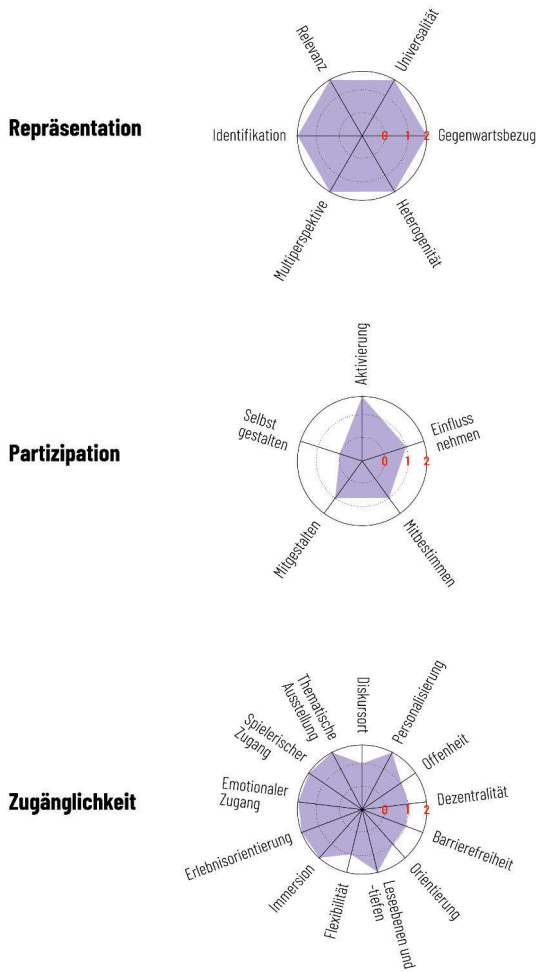
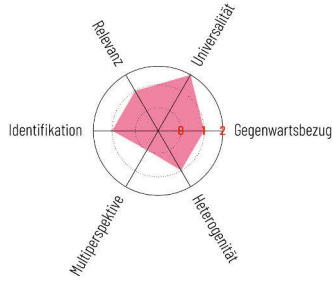


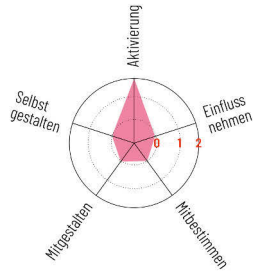
Abbildung 116

Gesellschaftliche Einbindung Landesmuseum Zürich

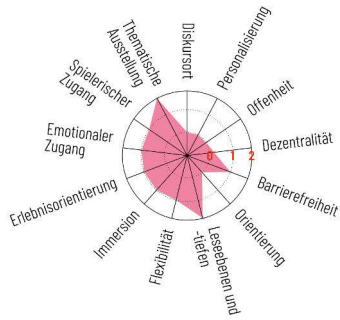
Repräsentation



Partizipation



Zugänglichkeit



Herausforderung Ausstellungsanalyse

Die Ausstellungen als sicht- und wahrnehmbare Kommunikationsform der Institutionen mit dem Publikum sind das Aushängeschild der Museen. Sie sind Kommunikation im Raum, so Angela Jannelli und Thomas Hammacher. Inhalte werden in den Ausstellungen »durch das absichtsvolle Arrangement von Dingen in Räumen vermittelt« (Jannelli/Hammacher 2008: 7). Für die Ausstellungen werden spezifische Medien wie Objekte, Texte oder Technologien eingesetzt, zueinander in eine bestimmte Beziehung gesetzt, sie ergeben ein Ensemble im Raum, ein Raumbild sowie eine Geschichte, die die Besucher/-innen physisch erfahren. Anders als bei anderen Kommunikationsmitteln, wie Text oder Film, ist es den Besucher/-innen möglich, sich physisch im Raum vor- und zurückzubewegen. Die Ausstellung sei selber ein Bild und bebildere nicht, lautet Gottfried Korffs Einschätzung. Dieser Werkbegriff gelte ebenfalls, so Jannelli, für Literatur, Film oder die Kunst. Diese können jedoch auf ein breites Instrumentarium zur Analyse ihres Fachs zurückgreifen, was für die Museumswissenschaften und im spezifischen Fall für die Ausstellungsanalyse nicht zutrefte.

Nach Friedrich Waidacher werden die Leser/-innen einer Ausstellungskritik zwar über die Inhalte informiert, aber es wird kaum über das Ausstellungskonzept, seine Umsetzung, das Design, die Beleuchtung, die Texte gesprochen. Neben Jannelli und Hammacher stellt in diesem Zusammenhang auch Waidacher einen Vergleich mit anderen Disziplinen wie der Literatur, dem Theater, der Oper oder der Musik her. Bisher sei man sehr zurückhaltend damit gewesen, Qualitäten von Ausstellungen zu bewerten, obwohl es genügend Kritiker in den einzelnen Fachbereichen gebe, die sich mit den ausgestellten Objekten befassen. Und so stellt Waidacher den Vergleich zu einer Opernaufführung her und konstatiert:

Man stelle sich etwa die Rezension einer Opernaufführung vor, die sich auf eine Inhaltsangabe der Handlung beschränkt, hingegen die Leistung des Dirigenten, der Sänger, des Orchesters nicht beachtet, die Regie und ihr Konzept nicht bespricht und bewertet, das Bühnenbild, die Ausstattung, den Stil, das Tempo, die Atmosphäre, den Gesamteindruck der Veranstaltung einfach ignoriert. Bei Ausstellungskritiken ist derlei jedoch fast die Regel. (Waidacher 2000: 23)

Demnach plädiert Waidacher für eine, den komplexen Gegenstand der Ausstellung erfassende Analyse, die zu einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Gegenstand führen kann. Ausstellungen werden subjektiv erfahren, weshalb sich individuelle Eindrücke und Auswirkungen nur schwer vorhersagen lassen, so Waidacher. Allerdings könnten Qualitäten von Ausstellungen beurteilt werden, und zwar ihre Fähigkeit zur Kommunikation, so Waidacher weiter. Ausstellungskritik sieht er hierzu als ein wesentliches Hilfsmittel.

Waidacher hat hierfür einen Katalog an Stichworten für Ausstellungskritiker erstellt, der es ermöglichen soll, das Phänomen der Ausstellung möglichst ganzheitlich zu erfassen. So spielen Fragen nach der Vorbereitung vor dem Museumsbesuch eine Rolle, nach Augenfälligem bei der Eingangssituation, nach der Übersichtlichkeit des Themas, nach den Räumlichkeiten, der Angemessenheit der Kommunikationsmedien sowie der Gesamtwirkung. Ebenfalls als Hilfsmittel zur Ausstellungskritik gedacht, ist ein neuerer Katalog von Regula Wyss und Gina Moser sowie jener von Dr. Bernd Holtwick, Leiter Ausstellungen bei der DASA in Dortmund³. Wo es bei Ersterem um eine Zusammenstellung an Fragen geht, die man sich beim Besuch einer Ausstellung stellen und auf die geachtet werden kann, ist Letzterer ein Blog, auf dem die Besucher/-innen individuell ihren Ausstellungsbesuch beschreiben und kritisieren können.

Ein neues Analyseverfahren

Damit der ganze Raum erfasst werden kann, wie von Waidacher gefordert, habe ich mich für einen Methodenmix entschieden. Einerseits stellte dabei die strukturierte Vorgehensweise nach Waidachers Beobachtungsprotokoll einen geeigneten Rahmen für das Festhalten der eigenen Beobachtungen dar. Andererseits habe ich schließlich das Protokoll durch eigene Beobachtungen und die Erfahrung im Ausstellungsraum erweitert, einem Aspekt, den auch Waidacher als wesentlich erachtet, indem er formuliert:

Gute Ausstellungsbesprechungen versuchen jene Eigenschaften einer Ausstellung zu erkennen, zu definieren und zu analysieren, die persönliche Reaktionen und Eindrücke hervorrufen; und sie bemühen sich, wichtige Elemente wahrzunehmen und sie zur ganzen Ausstellung in Beziehung zu setzen. Das bedeutet, daß [...] Kritik auf unmittelbarer Wahrnehmung fußen muß [...] – auf der persönlichen Erfahrung des Kritikers von und in der Ausstellung – und nicht auf Informationen, die durch die Ausstellungsplaner gegeben wurden. Nach dem Besuch einer Ausstellung kann ein Kritiker hingegen über die Absichten der Planer und darüber, wie gut die Ausstellung diesen entspricht, nachdenken. Aber jede gute Kritik hat ihre Grundlage in der direkten Erfahrung. (Waidacher 2000: 30–31)

Spannend war schließlich die nicht zu Beginn vorhergesehene Ergänzung des Beobachtungsprotokolls durch eine Bildanalyse. Das Beobachtungsprotokoll wurde nämlich mittels Fotografien festgehalten und ergänzt. Dabei kam ich nicht umhin, das, was auf der Fotografie dargestellt wurde, nochmals zu analysieren und

3 <http://www.museumcamp.ch/ausstellungskritik> (Stand: 21.09.2020).

mit dem Text abzugleichen. Der Text wurde deshalb zum Teil durch Beobachtungen und Analysen der Bilder ergänzt. Aus diesem Grund scheint mir die Bildanalyse als Ergänzung zu einem Beobachtungsprotokoll in Textform ein geeignetes Mittel, um den Raum ganzheitlich zu erfassen. Die Verschränkung dieser beiden Perspektiven führte zudem zu Erkenntnissen, die über die eigentliche Fragestellung hinausgehen und die im bisherigen Diskurs zu Ausstellungen nicht untersucht oder hinterfragt wurden.

In Bezug auf Waidachers Beobachtungsprotokoll habe ich zudem eine Erweiterung vorgenommen. Hier habe ich die Kategorie des ›Rundgangs‹ eingeführt, die mir für Ausstellungen wichtig erscheint. Grund dafür war die Schwierigkeit, die einzelnen Räume zu benennen, weil diese teilweise sehr unterschiedlich ausfielen. Sie einfach mit Raum 1, Raum 2 etc. zu bezeichnen, kam mir wenig aussagekräftig und vor allem zu wenig beschreibend vor. Mit der Kategorie ›Rundgang‹ ist es möglich, den tatsächlichen Ausstellungsparcours zu beschreiben.

Ergänzend muss ich anfügen, dass das Vorgehen nach Waidachers Protokoll auch einige Schwierigkeiten barg: So waren teilweise Redundanzen in der Beschreibung kaum zu verhindern, da die einzelnen darzulegenden Themenfelder Waidachers teilweise nach sich überschneidenden Kategorien verlangten. Allerdings wurden diese so immer von Neuem aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet. Auf diese Weise lässt sich deshalb zum Schluss auch eine relativ präzise Aussage zur Gesamtwirkung der Ausstellung vornehmen.

Die beschreibende Annäherung an den Ausstellungsraum mittels Waidachers Fragestruktur ermöglichte im Weiteren, den Ausstellungsraum aus einer Perspektive der Besucher/-innenwahrnehmung zu betreten und zu beschreiben. Auf diese Weise konnte die Grundlage geschaffen werden, den Fokus in einem zweiten Schritt erneut auf die Frage zu legen, was von der jeweiligen Ausstellung nach deren Besuch ›hängenbleibt‹. Im Weiteren ermöglichte diese Besucher/-innenperspektive das Wahrnehmen von Merkmalen, die gerade aus szenografischer Sicht zwar augenfällig gewesen wären, für Besucher/-innen nicht aber in den Fokus der Aufmerksamkeit geraten würden, da sie zum ›Alltagsgeschäft‹ im Museum gehören. Zu erwähnen sind dabei zum Beispiel die visuellen Elemente, die den Anspruch an eine Reduktion von Text oder aber an eine universelle Sprache für ein möglichst heterogenes Publikum zum Ziel haben. Dadurch entstehen die eingängigen und haftenbleibenden Raumbilder und Atmosphären, die einen Ausstellungsraum als erinnerungswürdig erscheinen lassen. Diese Raumbilder und Atmosphärenkreierungen sind seit der *Expo 2000* wesentliches Merkmal der Szenografie und untrennbar mit ihr verbunden (vgl. Fülischer 2009). Dadurch entstehen Raumgefühle und können Inhalte visuell und atmosphärisch unterstützt werden. Die drei untersuchten Ausstellungen setzen auf dieses Mittel, wobei vor allem die *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation aber auch *Archäologie Schweiz* damit hervorstechen. Im Weiteren war es durch die Analyse der drei Ausstellungen durch

einen ethnografischen Zugang und einen normativen Blick auf die Ausstellungen möglich, das Urteil aus Szenograf/-innen- oder Kurator/-innensicht weitgehend abzulegen. Vor allem für den Aspekt der Zugänglichkeit haben sich so erweiterte Elemente ergeben, die ansonsten vielleicht nicht festgehalten worden wären.

Der Versuch, dabei einen möglichst neutralen Blick auf die Ausstellungen zu erlangen, scheint durch die ethnografische Methode der teilnehmenden Beobachtung und den Anspruch an eine qualitative Analyse unterstützt zu werden (dabei ist eine gänzlich objektivierte Sichtweise auf den Gegenstand natürlich nie ganz möglich; die persönliche Disposition und Erfahrung können deshalb nicht vollständig abgelegt werden). Eine Rückführung des Beobachteten und Analysierten in die Praxis wird schließlich durch die visuelle Darstellung in Form eines Netzdiagramms eingelöst, das die Ansprüche an zeitgenössische Ausstellungen zusammenfassend aufführt und somit eine Orientierung für Ausstellungen und deren Analyse zum Ziel hat. Durch die Beobachtung im Rahmen der Feldforschung war es also möglich, erweiterte Anforderungen an Ausstellungen aus der Praxis abzuleiten. Auf diese Weise kann die Theorie durch die Beobachtungen in der Praxis erweitert werden – ein Ziel, welches zu Beginn der Arbeit formuliert wurde. Zudem konnte ich feststellen, dass es nicht möglich ist, ein Raumerlebnis aus Besucher/-innenperspektive mit nur einer Methode anzugehen. Die Vielschichtigkeit des Ausstellungsraums führt dazu, dass ein Mix unterschiedlicher Herangehensweisen und Methoden, die sich zum Teil ergänzen können, angewendet werden muss.

Die Analyse der einzelnen Anforderungen stellte sich allerdings als relativ komplex dar. So handelt es sich für die Wiedergabe und Auswahl der als wesentlichsten Merkmale gekennzeichneten Anforderungen eigentlich um eine Textanalyse und eine daraus resultierende Interpretationsleistung, um schließlich die relevantesten Anforderungen herauszukristallisieren. Im Weiteren erwies sich die Diskussion der einzelnen Anforderungen als schwierig: Da ich versucht habe, die einzelnen Fallstudien miteinander zu vergleichen sowie im Anschluss daran eine Gegenüberstellung zum Diskurs vorzunehmen, waren auch hier Redundanzen nicht ganz zu vermeiden.

Demokratisierungsprozesse?

Demokratie setzt sich zusammen aus den griechischen Wortbestandteilen *demos* (Volk) und *kratein* (herrschen). Demokratie ist demnach »Herrschaft des Volkes« oder nach der berühmten Gettysburg-Formel von Abraham Lincoln (1863) »government of the people, by the people, and for the people«.

(Wewer 2001: 115)

In allen Bereichen, seien diese politischer oder kultureller Natur, ist die Demokratisierung zurzeit ein wichtiges Thema. Hierbei wird dann auch oft von »Bürgerbeteiligung« oder »Mitmachpolitik« gesprochen (Buchecker 2015). Wie die vorliegende Arbeit darlegen konnte, ist diese sogenannte »Mitmachpolitik« keineswegs ein neues Phänomen in der Museumswelt. Die so entstehenden Demokratisierungsprozesse sind deshalb zu einem relevanten Thema in der museologischen Diskussion geworden und zeigen sich in der Debatte um die gesellschaftliche Einbindung deutlich.

Die herausgearbeiteten Anforderungen an Ausstellungen aus dem Diskurs sowie den analysierten Fallstudien untermalen diese Bestrebungen und zeigen deutlich, dass Demokratisierungsprozesse im und für das Museum im Gang sind.

Vor allem der Aspekt der Zugänglichkeit, der seit der Einführung der »Neuen Museologie« eine wesentliche Zunahme an Anforderungen erfahren hat, die eine stärkere »Bürger/-innenbeteiligung« und eine damit einhergehende demokratische Öffnung der Institutionen im Sinne eines »Zugangs für alle« ermöglicht, verweist auf diesen Demokratisierungsprozess. Diese erweiterten Zugangsmöglichkeiten hängen dabei sicherlich auch mit der Zunahme an technologischen Entwicklungen seit den 1990er-Jahren zusammen. Diese fördern Möglichkeiten von dezentralen und somit ortsunabhängigen, aber auch individualisierten und personalisierten Zugängen. Gleichzeitig werden so barrierefreie Akzessibilität sowie der Hemmschwellenabbau für Ausstellungen gefördert. Eine weitere Tendenz, die unter dem Aspekt der Zugänglichkeit analysiert werden konnte, ist der deutliche Einsatz thematischer Ausstellungen. Diese meist – wie bereits in den Analysen aufgeführt – relativ breit und offen gehaltenen Themenbereiche lassen diverse Möglichkeiten des Einbezugs eines sehr heterogenen Publikums zu. Einerseits zeigt sich dies durch die vielen unterschiedlichen Unterthemen, die ein breites Publikum ansprechen sollen. Andererseits scheint diese Art der Ausstellung die vormals vielerorts eingesetzte Chronologie abzulösen.

Vielleicht, so eine mögliche These der Arbeit, ist eine chronologische Präsentation mit dem Anspruch des Einbezugs eines heterogenen Publikums nicht mehr kompatibel. So stellt eine Chronologie eine eher einseitige Perspektive auf ein Thema dar, wogegen eine thematische Präsentation Multiperspektiven zulässt. Dies könnte, so die These weiter, auch bedeuten, dass eine chronologische Darstellung eine eher tradierte Rolle der Institutionen unterstützt und ein einseitiges Machtverhältnis befördert, was den Anforderungen an einen Hemmschwellen- und Barrierenabbau entgegenwirken würde. Mit der vermehrt thematisch orientierten Ausstellungsform könnte also auch die geforderte Öffnung des Systems Museum einhergehen. Chronologie könnte demnach die Befestigung eines tendenziell autoritativen Systems bedeuten, wogegen thematische Ausstellungen eine gewisse Flexibilität in allen Bereichen zulassen und somit eine demokratischere Vorgehensweise unterstützen.

Kritik an den vorhandenen Begrifflichkeiten

Repräsentation als Paradigma

Bei der vorliegenden Arbeit handelt es sich eigentlich nicht um eine Analyse der einzelnen Begriffe der Repräsentation, Zugänglichkeit oder Partizipation. Vielmehr geht es um eine sehr anwendungsorientierte Analyse, denn die Resultate sollen schließlich wiederum in die Praxis übertragen werden können. Dennoch kam ich nicht umhin, die Vielzahl an Begrifflichkeiten zu ordnen, zum Teil zu erweitern oder sogar nach neuen und mir passender erscheinenden Bezeichnungen zu suchen. Um die gesellschaftliche Einbindung fassbar zu gestalten, hielt ich mich deshalb auch an die relativ prägnanten und pragmatischen Definitionen der drei Aspekte Repräsentation, Partizipation und Zugänglichkeit von Richard Sandell. Diese drei Begriffe scheinen dabei sowohl bei Sandell als auch bei van Mensch oder Mörsch gleichwertig nebeneinander zu stehen und werden als ›Pfeiler‹ gesellschaftlicher Einbindung verstanden, die diese erst erfassen lassen. Für die Analyse der Anforderungen an und Merkmale für Ausstellungen habe ich mich deshalb an die Begriffe gehalten, wie sie in der Literatur verwendet werden und somit eine gleichwertige Behandlung der drei Begriffe vorgenommen. Diese schlägt sich schließlich in der Darstellung in Form des Netzdiagramms nieder. Dabei haben sich aber einige bereits im Kapitel *Die Verwendung der Begriffe für die Analyse* aufgeführte Herausforderungen ergeben, die im Folgenden zu diskutieren sind.

Bei der Analyse und Zuteilung der einzelnen Anforderungen zu den drei Aspekten stellten sich die Partizipation sowie die Zugänglichkeit als relativ einfach einzugrenzen dar. Beim Partizipationsbegriff galt es beispielsweise, sich in der Fül-

le an unterschiedlichen Modellen für eines zu entscheiden, welches die Formen der Partizipation in den untersuchten Ausstellungen am besten fassen lässt. Die Zugänglichkeit schien mir, Sandells Definition folgend, relativ klar dargestellt. Wie bereits zu Beginn der Arbeit aufgeführt, ist die Zugänglichkeit in der Literatur am wenigsten dokumentiert und wirkt zu stark eingegrenzt, wo Sandells Definition Abhilfe schafft und eine größere Bandbreite an Möglichkeiten zulässt. Dies zeigte sich in der Arbeit als notwendig und hat deshalb zu der Erkenntnis geführt, dass der Aspekt der Zugänglichkeit in den letzten Jahren an Relevanz gewonnen hat.

In Bezug auf die Repräsentation allerdings gibt es einige Diskussionspunkte, die vermuten lassen, dass der Begriff nicht gleichwertig neben den anderen beiden stehen kann, wie es in der Literaturlage der Fall zu sein scheint. Dies soll im Folgenden zur Diskussion gestellt werden: Im Kapitel *Begriffe*, das sich mit den Begriffsdefinitionen auseinandersetzt, konnte ich aufzeigen, dass vor allem der Begriff der Repräsentation viel diskutiert wurde und sich entsprechend vielschichtig gestaltet. Für die Untersuchung der Repräsentation hielt ich mich deshalb an ihr Verständnis seit den 1960er-Jahren, welche mit einer Kritik des vormaligen Repräsentationsbegriffs einsetzt. Diese zeitliche Eingrenzung erschien mir sinnvoll, da sie sich mit den neuen Anforderungen an Museen und Ausstellungen deckt, indem eine Ausweitung der in den Institutionen repräsentierten Zielgruppen gefordert wird. Der Begriff wird auf diese Weise mit einer starken Publikumsorientierung gleichgesetzt. Dabei wird der Einbezug eines möglichst breiten Publikums vorausgesetzt. Der klassische und tradierte Repräsentationsbegriff wird hierbei nicht einbezogen. Trotz dieser zeitlichen Fokussierung sowie der relativ breiten Literaturlage zur Repräsentation stellte sich die Zuteilung von Anforderungen und Merkmalen an Ausstellungen hier am schwierigsten dar und die Repräsentation gestaltete sich in der Analyse vielschichtiger als beispielsweise die Partizipation oder die Zugänglichkeit. Hier musste ich immer aus mehreren Perspektiven danach fragen, wer repräsentiert wird, wie repräsentiert wird und was repräsentiert wird.⁴ Aus diesem Grund sind hier auch die Anforderungen der ›Multiperspektive‹, des ›Gegenwartsbezugs‹ oder der ›Relevanz‹ zu finden, die eher der Frage nach dem ›Wie‹ der Repräsentation unterliegen, wogegen beispielsweise das ›Heterogene Publikum‹ unter die Frage nach dem ›Wer‹ fällt. Dies demonstriert, dass die Betrachtung aus unterschiedlichen Perspektiven für den Begriff wesentlich ist, um herauszufinden, wer, was oder wie repräsentiert wird.

Im Weiteren ist aus den Analysen die Erkenntnis abzuleiten, dass sich die drei Begriffe auf unterschiedlichen Ebenen bewegen. Grund dafür ist, dass die Partizipation und die Zugänglichkeit an handfesten Umsetzungsmöglichkeiten ausgemacht werden können wie beispielsweise einem ›spielerischen Zugang‹, ›unter-

4 Dabei handelt es sich um eine Annahme, die ich bereits zu Beginn der Arbeit in Kapitel *Vwendung der Begriffe für die Analyse* aufgeführt habe.

schiedlichen Leseebenen und -tiefen«, ›thematischen Ausstellungen«, oder ›Orientierung«. Dagegen scheinen sich einzelne Anforderungen, welche auf der Ebene der Repräsentation zu finden sind, auf einer übergeordneten und somit einer konzeptionellen Ebene zu bewegen. Die Anforderungen wie ›Relevanz«, ›Heterogenität«, ›Identifikation« oder ›Universalität« demonstrieren diese eher konzeptionellen Ansprüche, was im Gegensatz zu den anderen beiden Aspekten noch keine Aussagen zu konkreten Umsetzungen erlaubt. Ein gleichwertiges Nebeneinander der drei Begriffe, wie sie in der Literatur aufgeführt werden, ist deshalb zu hinterfragen.⁵

Dieser Feststellung könnte man nun in einem weiteren Schritt nachgehen. Gleichzeitig könnte eine vertiefte Untersuchung der Begriffe dazu führen, dass auch die Darstellungsform der Spiderdiagramme in einem nächsten Schritt angepasst werden müsste. Eine entsprechende Untersuchung würde allerdings den Rahmen dieser Arbeit sprengen und war auch nicht Gegenstand der Fragestellungen und Thesen.

Partizipation diskutieren?

»Der Gedanke, sich mitunter in parallelen Welten zu bewegen, muss unweigerlich aufkommen, wenn auf Tagungen, in Texten oder bei Ausstellungsbeschreibungen von ›Partizipation« die Rede ist.« Diese Aussage Pionteks (2017: 480) spiegelt die eigenen Beobachtungen in der Ausstellungs- und Museumswelt wider. Wie bereits in Kapitel *Partizipation – Definitionen und Verständnisse des Begriffs im Museumskontext* dargelegt werden konnte, gestaltet sich der Begriff relativ breit und diverse Modelle haben versucht, diesen genauer zu fassen und zu definieren. In der Praxis des Ausstellungsmachens kann der Begriff aufgrund seiner vielseitigen Verwendung und Auslegung sehr irreführend sein respektive jeder etwas anderes darunter verstehen. Dabei sind sowohl aktivere als auch passivere Formen der Partizipation mitgemeint, was dem Begriff, wie Anja Piontek in ihrer Publikation aufzeigt, durchaus entspricht. Es stellt sich dabei unweigerlich immer wieder die Frage, was genau mit Partizipation gemeint ist, wenn davon die Rede ist. Piontek, die den Begriff sehr gründlich und umfassend untersucht hat, versteht Partizipation als

5 Einzig die beiden Anforderungen ›Gegenwartsbezug« sowie die ›Multiperspektive« erscheinen mir umsetzungsorientierter zu sein. Dass sie dennoch dem Aspekt der Repräsentation zugeordnet wurden, hat Gründe: Die Multiperspektive sehe ich dabei als eine wesentliche Grundlage dafür, das Publikum – vor allem ein heterogenes Publikum – einzubeziehen. Mit der Multiperspektive ist eine Repräsentation verschiedener Gruppen eher gegeben, als wenn diese nicht vorhanden ist. Entsprechend ist die Repräsentation verschiedener Gruppen hiermit wahrscheinlicher. Der Gegenwartsbezug stellt im Weiteren die Möglichkeit her, die Besucher/-innen und ihre für den Alltag relevanten Themen und Fragestellungen zu repräsentieren.

»einen Austauschprozess auf zwischenmenschlicher Ebene, an dem Museumsvertreter/-innen und ›Museums Laien‹ beteiligt sind, manchmal auch weitere externe Expert/-innen oder Stakeholder.« (Ebd.: 481) Ihr geht es dabei um den Gedanken der Gegenseitigkeit, welchen ich teile. Sie zeigt auf, dass Partizipation im kulturellen Sektor oftmals auch als ›kulturelle Teilhabe‹ gehandelt wird. Dabei stützt sich diese Bezeichnung auf den Art. 27 § 1 der Vereinten Nationen, welcher den Zugang zum kulturellen Leben einer Gesellschaft als Menschenrecht verankert (ebd.: 16). Partizipation in diesem Kontext, so führt Piontek an, stelle lediglich die Teilnahme am kulturellen Leben fest. Dies kann beispielsweise in Form eines Theaterstücks passieren. Partizipation, so Piontek weiter, werde hier also als Rezeption und somit im Sinne einer passiven Auslegung des Begriffs verstanden.

Die Fallstudien haben zwar gezeigt, dass Partizipation hierbei in Form einer tatsächlichen Interaktion gesehen wird. Allerdings handelt es sich auch bei den untersuchten Ausstellungen meistens um eine der niedrigsten Formen von Partizipation, die nach Ehmayers Definition als ›Aktivierung‹ oder nach Simon als ›Contribution‹ gekennzeichnet wird. Diese Feststellung untermauert Simons Aussage, dass in den meisten Ausstellungen die geringste Form der Partizipation vorzufinden ist, die sich darauf beschränkt, ein Feedback über Besucher/-innenbücher oder auf der Website zu ermöglichen. In einigen Ausnahmefällen zeigen sich natürlich intensivere partizipative Formen wie ›Einflussnahme‹, ›Mitbestimmung‹ oder ›Mitgestaltung‹, was vor allem in der *Kernaussstellung* im Museum für Kommunikation der Fall war.

Andere Formen von Partizipation zeigen sich in der Praxis des Ausstellens dennoch: Das Stadtmuseum Stuttgart beispielsweise hat sich zum Ziel gesetzt, die Stadtbevölkerung zu involvieren und somit eine Kooperation mit der Bevölkerung einzugehen, was wie folgt formuliert wird:

Das Stadtmuseum geht mit seinen Angeboten in den Stadtraum und es sucht aktiv die Kooperation mit unterschiedlichen Partnern in Stuttgart. Das Stadtmuseum will das vielfältige kulturelle Angebot der Stadt sinnvoll ergänzen. Dies gilt insbesondere für die Zusammenarbeit mit den Geschichts- und Heimatinitiativen in den Stadtteilen. (Stadtmuseum Stuttgart 2013: 5)

Ein weiteres Beispiel ist das Stapferhaus Lenzburg, welches sich die Partizipation zum Leitbild macht. Dabei wird die Bevölkerung aufgefordert, spezifische Beiträge zu einer Ausstellung zu verfassen.

Die genannten Beispiele zeigen kuratierte Formen von Partizipation. Gleichzeitig findet hier auch eine Öffnung der Institutionen statt, indem sowohl das Stapferhaus als auch das Stadtmuseum Stuttgart den Museumsraum verlassen und sich zur Bevölkerung hinbewegen.

Das breite Spektrum an Möglichkeiten und Herangehensweisen, aber auch an Verständnissen von Partizipation bringt die Frage hervor, ob denn nicht ein offe-

ner und die Bandbreiten an partizipativen Möglichkeiten besser erfassbarer Begriff gesucht werden sollte. Gerade mit den neuen Technologien, die ganz andere und neue Formen der gesellschaftlichen Einbindung zulassen, als es noch für die ›Nachbarschaftsmuseen‹ oder ›Écomusées‹ in den 1970er-Jahren möglich war, scheint mir ein anderer Begriff, der eine größere Offenheit zulässt, sinnvoll. Die oftmals auch synonym verwendete Involvierung erweist sich in diesem Zusammenhang als spannend. Der Begriff ›Involvierung‹ ist offener zu verstehen als Partizipation und lässt dennoch den Spielraum zu, sowohl die passiven als auch die aktiven Arten von Partizipation mitzudenken. In Anbetracht des Umstands, dass im deutschsprachigen Raum und gerade mit neueren Konzepten wie dem ›Museum 4.0‹ eher selten Partizipation im Sinne einer ›Mitsprache‹ oder ›Teilhabe‹ oder sogar einer ›Selbstorganisation‹, wie dies das Intensitätenmodell von Ehmayer definiert, verstanden wird, erachte ich diesen Begriff als durchaus einsetzbar. So bedeutet das lateinische ›involvere‹ auch hineinwälzen, einwickeln. Laut Duden wird involvieren wie folgt definiert: »1. einbegreifen, einschließen; 2. an etwas beteiligen, in etwas verwickeln.«⁶ Vielleicht lässt diese sehr offene Formulierung mehr zu als der Begriff der Partizipation, der sich nochmals in passive oder aktive Formen aufteilt (Piontek). In den meisten Fällen zeigt sich in den Ausstellungen trotz der vielfältigen Optionen und Medien sowieso ›nur‹ eine einzige ›Aktivierung‹ in Form einer interaktiven Möglichkeit.

6 <http://www.duden.de/rechtschreibung/involvieren> (Stand: 21.09.2020).

Schlussbetrachtung

Nebst den aus den Analysen herausgearbeiteten Anforderungen lassen sich zwei Verständnisse gesellschaftlicher Einbindung erahnen, die im Folgenden zu diskutieren und im Zeitraum von nunmehr 60 Jahren, also seit dem deutlichen Paradigmenwechsel hin zur Fokussierung auf das Publikum, abzulesen sind. Im Weiteren geben diese beiden Verständnisse auch Auskunft darüber, in welche Richtung sich die Ausstellungen, aber auch die Institutionen, weiterentwickeln könn(t)en.

Zwei Verständnisse gesellschaftlicher Einbindung

Gesellschaftliche Einbindung ist weiterhin ein wichtiges Thema für Museen und ihre Ausstellungen. Der Fokus auf das Publikum und die so entstehende Publikumsorientierung ist kaum mehr wegzudenken, wenn es um die Institutionen geht – sei dies aus finanziellen Gründen oder aber, um auch weiterhin relevant für das Publikum zu sein. Die Untersuchung mit Fokus auf die gesellschaftliche Einbindung hat nebst den aufgeführten Erkenntnissen im vorangehenden Kapitel aber auch etwas anderes aufgezeigt: Durch die Zusammenstellung der Entwicklung der Museumskonzepte sowie deren Anforderungen an Ausstellungen lassen sich zwei Verständnisse erkennen, wie zurzeit aber auch in naher Zukunft mit den Institutionen und Ausstellungen umgegangen wird. Deren Unterscheidungen sind vor allem unter dem Aspekt der Involvierung (ich werde im Folgenden den Begriff der Involvierung anstelle von Partizipation verwenden) zu finden.

Die Konzepte wie ›Contact Zone‹, ›Agora‹, ›Écomusée‹, ›Museum 2.0‹ oder ›Museum 3.0: Third place‹ fokussieren auf eine zwischenmenschliche Einbindung. Dies manifestiert sich in den Ausstellungen, die sich diesen Konzepten verschreiben beim Aspekt der Involvierung deutlich: So werden die Ausstellungsprojekte mit den Varianten der ›Mitbestimmung‹, ›Mitgestaltung‹, ›Einflussnahme‹ oder gar der ›Selbstgestaltung‹ umgesetzt. Bloße ›Aktivierung‹ als niedrigste Form der Involvierung findet hier weniger statt. Für die Involvierung werden oftmals Kooperationen mit der lokalen Bevölkerung oder mit einer Community gesucht und damit eine gewisse Relevanz für das Publikum geschaffen. In diesen Konzepten sind zudem die

Anforderungen an einen ›Begegnungsraum‹, ›Diskussionsraum‹ oder ›Kommunikationsraum‹ angelegt, der unter dem Aspekt der Zugänglichkeit zu finden ist. Die neuesten Entwicklungen in den Museumskonzepten wie ›Museum 3.0: Edutainment‹, ›Museum 4.0‹ oder ›Immersives Museum‹ deuten allerdings auf eine Abkehr dieser zwischenmenschlichen Einbindung hin. Hier stehen die Digitalisierung und die individuellen Erlebnisse im Fokus. Unter dem Aspekt der Involvierung lässt sich bei diesen Konzepten deshalb vor allem der Anspruch an eine ›Aktivierung‹ als wesentliche Anforderung zur Einbindung des Publikums erkennen. Von einer ›Mitgestaltung‹ oder gar ›Selbstgestaltung‹ wird bei diesen Projekten – so zumindest im Diskurs – kaum gesprochen. Zudem scheinen hier Kooperationen eher in Zusammenarbeit mit Künstler/-innen oder lokalen Institutionen stattzufinden – und weniger mit einer Community – und sich so auf einer sehr institutionellen und kontrollierten Ebene zu bewegen. Um die Frage nach der Weiterentwicklung von Ausstellungen zu beantworten, die nicht losgelöst von den Entwicklungen der Institutionen betrachtet werden kann, sollen beide zurzeit parallel stattfindenden Herangehensweisen kurz aufgeführt sowie ein möglicher Ausblick aufgezeigt werden.

Der zwischenmenschliche Ansatz

Für einen Ansatz, der den Fokus auf zwischenmenschliche Beziehungen legt, gibt es einige aktuelle Beispiele zu verzeichnen. Nebst (wie bereits in den Vergleichen aufgeführt) den Ausstellungen des FHXB Friedrichshain-Kreuzberg Museum unter Martin Düspohl in Berlin, welcher entsprechende Ansätze verfolgte, sowie einzelnen Projekten vor allem im englischsprachigen Raum wie beispielsweise das Museum of Making scheinen aktuell Beispiele aus ostafrikanischen Museen diese Anforderungen umzusetzen. Ein Artikel in der NZZ führt dabei Folgendes vor Augen: »Dass sich die Museumswelt in Afrika in der Zwischenzeit weiterdreht, bleibt dabei unbemerkt«, so Raphael Schwere (2019). Die zurzeit stattfindende Debatte um die Provenienzforschung, so der Artikel weiter, lasse außer Acht, dass sich die afrikanischen Museen aufgrund der mangelnden Objekte neu zu erfinden hatten.¹ Die Institutionen nehmen dabei die gesellschaftliche Einbindung sehr ernst und setzen diese, nebst Kooperationen und multifunktionaler Räumlichkeiten, gekonnt um.² Um ihre Relevanz für das Publikum zu bewahren, entstehen beispielsweise

- 1 Bénédicte Savoy gilt zurzeit als wohl bekanntestes Aushängeschild in der Diskussion um die Provenienzforschung. Die Kunsthistorikerin berät u.a. Emmanuel Macron, war im Aufbauteam des Humboldt Forums in Berlin dabei und gründete an der TU Berlin ein Projekt unter dem Titel *Translocations* (siehe auch Burchard 2017 und Schmälzle 2018).
- 2 »Die Aktivitäten des Museums beschränken sich aber nicht nur auf den Innenbereich des von einem deutschen Architekten 1954, gegen Ende der Kolonialzeit, errichteten Gebäudes.

mobile Ausstellungen, die mit für die Bevölkerung wichtigen Themen durchs Land ziehen. In einer dieser Ausstellungen (eine Kooperation des ugandischen Völkerkundemuseums und der Universität Zürich) wird beispielsweise die Herausforderung lokaler Milchproduzenten thematisiert. Wieder andere Themen basieren auf der konfliktbelasteten Vergangenheit des Landes, denen sich beispielsweise Museen wie das Saryan-Museum in Somalia widmet. Um orale Überlieferungen zu bewahren, werden deshalb Rezitationsabende veranstaltet. Das Museum wird somit zu einem identitätsstiftenden Ort, »an dem kulturelle Identität im Beisein von Museumsobjekten, aber vor allem unter Bürgerinnen und Bürgern ausgehandelt werden kann« (Schwere 2019). Die Besucher/-innen werden gleichzeitig aufgefordert, mitzumachen und im Sinne einer »Mitgestaltung« oder »Einflussnahme« ihren Teil beizutragen.

Museen in Ostafrika beschäftigen sich intensiv mit ihrer gesellschaftlichen Rolle und suchen den aktiven Austausch mit der Öffentlichkeit. Sie sind weit mehr als bloß Orte für freizeithliches Staunen und haben sich zu Begegnungsräumen für verschiedene wissbegierige Publika entwickelt, indem sie die Gelegenheit zum Dialog und zur Auseinandersetzung mit persönlichen und sozialen Fragen bieten. Angesichts der aufstrebenden Garde afrikanischer Kuratoren und Museologinnen, die sich diesem Museumsmodell verschrieben haben, darf man davon ausgehen, dass sich dieser Trend in Zukunft noch verstärken wird. Museen versuchen zunehmend, Einfluss auf den öffentlichen Diskurs zu nehmen, wenn auch in unterschiedlichen Reichweiten und unterschiedlicher Wahrnehmung. (Schwere 2019)

Die Ausstellungen in diesen Museen dienen als Ausgangspunkte für Debatten. Hier genau zeigt sich, was bei den Analysen der Ausstellungen, des Praxisdiskurses und der Forderungen der Museumskonzepte ebenfalls aufgefallen ist: Der Ausstellungsraum als Ort des Diskurses und der Begegnung, der in vielen Institutionen Europas noch eher stiefmütterlich oder in Form von Begleitprogrammen behandelt wird, scheint, so zumindest der zitierte Artikel, in einzelnen afrikanischen Museen wesentlicher Anspruch an die Ausstellungen zu sein. Die Institutionen erhalten somit eine neue Relevanz für die Gesellschaft. Die Besucher/-innen werden in Konzepten, die den Fokus auf eine zwischenmenschliche Involvierung legen, als Teilhabende verstanden. Sie werden sehr direkt einbezogen und können auch inhaltlich mitreden. Ein aktiver und sichtbarer Austausch entweder zwischen den Besuchenden untereinander oder aber zwischen dem Publikum und den Institutionen kann auf

Mehrmals pro Monat belebt es seinen großen Gartenbereich mit kulturellen, musikalischen, gastronomischen, religiösen, sportlichen oder auch kommerziellen Grossveranstaltungen. Das Uganda-Museum orientiert sich also nicht nur nach innen, sondern gleichermassen nach außen.« (Schwere 2019)

diese Weise stattfinden und wird gesucht. Hier findet sich die Forderung nach der Abkehr eines passiven Besucher/-innenverhaltens, die in der Repräsentationskritik laut wurde.

Der technologische Ansatz

Museumskonzepte wie ›Museum 3.0: Edutainment‹, ›Museum 4.0‹ oder ›Immersives Museum‹ zeigen sich mit einer klaren Fokussierung auf ein individuelles Erleben der Ausstellungen. Dabei legen sie den Schwerpunkt auf die Digitalisierung und neue Technologien, um das Publikum einzubeziehen. Digitalisierung wird hier deshalb auch als Ziel der verschiedenen Konzepte und Strategien formuliert, denn sie eröffnet den Institutionen neue Möglichkeiten, um das Publikum einzubeziehen. Dieser Anspruch ist im ›Museum 2.0‹ bereits angelegt. Hier steht allerdings noch die Forderung des Einbezugs von Social Media im Raum, mit dem Ziel, einen Austausch zwischen Museum und Besucher/-innen zu erwirken. In Konzepten wie ›Museum 3.0: Edutainment‹ erweitert sich diese Form deutlich durch die Schaffung virtueller Erlebnisse und die Erweiterung des physischen Raums durch digitale Medien. Der Einsatz neuer Technologien ist zurzeit sowohl in den Praxisprojekten als auch in der Literatur in aller Munde.³ Über Möglichkeiten zur Akti-

3 Die bereits bei den Dadaisten intendierte individuelle Aktivierung von Besucher/—innen im Ausstellungsraum wird hier mittels Technologien deutlich unterstützt. Auch diese hatten sich bereits individuelle und personalisierte Ausstellungserlebnisse zum Ziel gesetzt: »The technology was used against collective consumption typical of mass media and for individualized and customized experiences.« (Huhtamo 2013: 127) Diese Ausstellungen, wenn auch zum Teil außerhalb der Museumsmauern, waren nonlinear aufgebaut, bestachen durch haptische Erlebnisse und den Einsatz multimedialer Technologien, die die tradierte Vorgabe eines unantastbaren Objekts übergangen. Sie waren allerdings immer Teil einer öffentlichen Ausstellung und somit ein kollektives Erlebnis. So formulierten bereits früh Künstler wie Moholy-Nagy oder Kiesler die Vision eines dezentralen Zugangs zu den Inhalten, da die Ausstellungen noch stark ortsbasierte und vom Rest der Welt abgeschnittene Ereignisse darstellten. Dabei überdachten sie beispielsweise die Präsentation von Bildern und skizzierten Projekte, bei denen Bilder zu Hause gezeigt und konsumiert werden konnten. In einem von Moholy-Nagy publizierten Buch *Domestic pinacoteca* war die Idee präsent, das Heim in eine Bildergalerie zu verwandeln. Darin zeigen sich bereits Ideen einer ›database‹ von Bildern und hologrammartige dreidimensionale Bildsysteme. Moholy-Nagy sah zudem vor, den Fernseher oder das, was er als »Radio picture service« bezeichnete, als wesentlichen Kanal für visuelle Informationen einzusetzen. Kiesler dagegen formulierte im Jahr 1926 die Idee des ›Virtuellen Museums‹, von Moholy-Nagys *Domestic pinacoteca* inspiriert. Obwohl die Idee des ›Virtuellen Museums‹ noch ausstand, können diese Bestrebungen als Vorgänger des Konzepts betrachtet werden. Auch Didier Malauvre suchte nach Möglichkeiten, die Bourgeoisie zu Hause in einen Ort für Bilder zu verwandeln, noch ohne die entsprechenden Technologien dazu zu besitzen. Viele andere wären zu nennen, die sich Gedanken zum Ausstellen von Bildern ge-

vierung zu Spiel und zum Spaß durch ›Gamifizierung‹, Virtual Reality, Audio und ›sensitive‹⁴ Herangehensweisen oder aber mittels raumübergreifender Installationen, die die Besucher/-innen in atmosphärische Räume eintauchen lassen,⁵ sollen Besucher/-innenerlebnisse entstehen. Dabei gibt es Formate wie *Tweetup* im Historischen Museum Basel, mobile Apps, Gaming in Ausstellungen wie in der Ausstellung *PLAY* im Stadtmuseum Aarau, das Rijksmuseum in Amsterdam mit dem *Rijksstudio*, die Onlinesammlung des Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg oder das Städel Museum mit *Kunstgeschichte Online*. Das Konzept ›Museum 4.0‹ beinhaltet und verfolgt weitere Projekte im digitalen Bereich wie ›(Digital) MEER erleben‹, ›Digitales Storytelling: historische Räume und visualisierte Geschichte(n)‹, ›Migrationsgeschichte digital erleben‹, ›3D Visualisierung: Perspektiven in der musealen Vermittlung‹, ›Kulturgut Fasnacht digital. Dazu wird Folgendes propagiert:

Im Fokus stehen die Besucher und Besucherinnen: Gesucht wird nach neuen Wegen, um in Austausch mit ihnen zu treten, individualisierte Angebote für sie zu entwickeln und zusätzliche Zielgruppen anzusprechen. Hierzu erproben wir den Einsatz moderner Technologien wie zum Beispiel Virtual Reality, Augmented Reality und 3D-Modellierung [sic].⁶

›Museum 4.0‹ verspricht demnach ein digitales Erlebnis, interaktive Beteiligung, Mixed-Reality-Präsentationen, soziale Medien, Augmented Reality und Virtual Reality. Solche Bestrebungen sind allerdings in anderen Ländern bereits weit verbreitet und fester Bestandteil der Ausstellungen. Die Beispiele von Ausstellungen des Digital Art Museums in Tokyo sowie in dem geplanten The Future Museum in Abu Dhabi demonstrieren, dass die Einbindung des Publikums hier ausschließlich über technologiebasierte Ansätze geschieht und ein immersives Erlebnis zum Ziel hat. Im Diskurs scheint die Tendenz deshalb oftmals in Richtung eines digitalen Museums zu zeigen, in dem Ausstellungen mittels neuesten Technologien erlebbar werden.

macht haben und die den Grundgedanken der Dezentralität und des individuellen Zugangs des Virtuellen Museums mitprägten. Jeffrey Shaw beispielsweise kreierte im Jahr 1990 eine interaktive Installation unter dem Titel *The Virtual Museum*. Shaw sah dabei das ›Virtuelle Museum‹ als eine Möglichkeit, den physischen Ort zu transzendieren und neue Möglichkeiten für die Kunst und ihre Darstellung zu eröffnen (ebd.: 128).

- 4 Die Ausstellung im Gropius-Bau *Welt ohne Außen* ermöglicht ein immersives Erlebnisparcours. Folgender Artikel beschreibt die Ausstellung: <https://www.tagesspiegel.de/kultur/ausstellung-welt-ohne-aussen-im-martin-gropius-bau-kriechen-und-riechen/22665414.html>
- 5 In Tokyo hat das teamLab Planets TOKYO einen immersiven Ausstellungsort kreiert (vgl. <https://planets.teamlab.art/tokyo>).
- 6 <http://www.museum4punkto.de/> (Stand: 21.09.2021).

Das Potenzial der Digitalisierung

Die beiden Ausrichtungen zeigen eines deutlich auf: Die Publikumsorientierung ist bei beiden Verständnissen gesellschaftlicher Einbindung wesentlicher Bestandteil, denn beide verfolgen das Ziel, ein möglichst großes Publikum zu erreichen. Grund hierfür sind sicherlich auch die finanziellen Herausforderungen der Museen, aber auch der Wunsch, Relevanz für das Publikum zu gewinnen oder zu erhalten. Die Publikumsorientierung ist es auch, die mit dem Paradigmenwechsel seit der ›Neuen Museologie‹ und der Repräsentationskritik Einzug in die Museen gehalten hat. In Bezug auf die beiden Aspekte der Zugänglichkeit und der Involvierung allerdings unterscheiden sich die beiden Verständnisse – wie aufgeführt – stark voneinander. Aufgrund der vorangehenden Ausführungen könnte man ggf. meinen, dass die Digitalisierung einen Rückschritt in Bezug auf die zwischenmenschliche Komponente eines Museumsbesuchs haben könnte und entsprechend die Individualisierung des Publikums und ihres persönlichen Erlebnisses unterstützt. Also weg von einem gemeinsamen Begegnungs- und Diskussionsort, wie er in den frühen Konzepten angedacht ist. Viele der zur Zeit kursierenden digitalen Vermittlungsformate scheinen so zu funktionieren. Allerdings gibt es mittlerweile auch neuere Vorstöße wie das Projekt ›Migrationsgeschichte digital erleben‹ des Deutschen Auswandererhauses Bremerhaven. Einerseits werden Besucher/-innen durch digitale Rekonstruktionen und realen Geschichten durch historische Schauplätze geführt, andererseits ist es möglich, Diskussionen zum Thema Migration über eine Onlineplattform zu führen. Hierbei existieren beispielsweise Befragungs- und Interaktionsformate, die zu aktuellen politischen Debatten als auch zu historischen Migrationsthemen stattfinden.⁷

Dies zeigt deutlich, dass eine Verschränkung der beiden Ausrichtungen durchaus dazu beitragen kann, einen Museumsraum zu fördern, der einem gesellschaftlichen Begegnungs- und Diskursort Rechnung trägt. Das erwähnte Projekt demonstriert dabei, dass die Digitalisierung einen Diskurs auf einer sozialen und zwischenmenschlichen Ebene unterstützend fördern kann. Im Folgenden sollen ein paar weitere Möglichkeiten skizziert werden, die eine Verschränkung dieser Sichtweisen vorsieht. Die Publikation unter dem Titel *Museen digital* zeigt hier eine Bandbreite an Ansätzen auf (Kohle 2018).

So können die Digitalisierung und Virtualisierung dazu beitragen, Museen für zukünftige Generationen erst ›relevant‹ werden zu lassen – ein Anspruch, den Andreas Rudigier für Museen des 21. Jahrhunderts sieht. In diesem Sinne geht es nicht darum, die beiden Verständnisse gesellschaftlicher Einbindung gegeneinander auszuspielen. Die Digitalisierung als Mittel kann beispielsweise die Anforde-

7 <https://www.museum4punkto.de/teilprojekt/migrationsgeschichte-digital-erleben/> (Stand: 25.5.2021).

rungen an Ausstellungen (siehe Netzdiagramm) unterstützen. So könnten gerade in Bezug auf die Provenienzforschung digitale Mittel hilfreich sein. Hierbei ist ein ähnlicher Einsatz denkbar, wie es für jüdische Museen nach dem Zweiten Weltkrieg für unwiederbringlich verlorene Objekte der Fall war: Die damals vorherrschende Hologrammtechnik ermöglichte deren Darstellung in den Ausstellungen. Objekte, die man deshalb zurückgeben müsste, könnten so noch immer Teil der Sammlungen sein und ausgestellt werden. Gleichzeitig lassen sich Multiperspektiven darstellen. Dezentrale Zugänge werden dadurch ebenfalls erleichtert und ermöglichen beispielsweise einen barrierefreien Zugang zu den Inhalten. Die digital aufbereiteten Inhalte können im Weiteren die Flexibilität von Angaben unterstützen und unterschiedlichen Leseebenen und -tiefen zuträglich sein. Sie können sogar die Anforderung an einen Diskussionsort unterstützen, falls Besuchende eher anonym bleiben möchten oder aber eine Diskussion über physische Räume hinweg anregen. Im Weiteren ließen sich unter dem Aspekt der Involvierung auch ›Mitbestimmungen‹ mittels digitaler Mittel einfließen. Hier könnten beispielsweise Besucher/-innen bei Inhalten mitreden, ihre eigenen Sichtweisen hinzufügen und somit zu einem sichtbaren Diskursort beitragen. Für die Institutionen gilt es grundsätzlich, sich nicht hinter den digitalen Möglichkeiten zu verstecken, sondern trotz allem den Weg in Richtung eines offenen und demokratisch orientierten Museums weiterzugehen. Dabei spielt der Aspekt der Involvierung eine zentrale Rolle und darf nicht nur bei der ›Aktivierung‹ bleiben. Vielmehr sollte die Digitalisierung das Museum als Debattier- und Diskursort unterstützen können, in dem die von Sternfeld geforderte »Konfliktualität« (Sternfeld 2018: 12) tatsächlich stattfinden kann. Beispielsweise indem sich Besucher/-innen aktiv von überall her mitteilen und austauschen können. Ein Beitrag des jährlich stattfindenden Szenografiekolloquiums fasst das Potenzial einer möglichen Entwicklung für Ausstellungen mithilfe der Digitalisierung als unterstützendes Mittel wie folgt zusammen:

In der Tat werden moderne Technologien bei der Vermittlung von Inhalten durchaus wertvoll bleiben und in Zukunft auch keinesfalls verschwinden, sie werden sich im Idealfall aber eher einer mehr oder minder komplexen Strategie unterordnen, den Raum somit nicht dominieren, sondern die Inhalte vielmehr stärken bzw. unterstreichen. Die Gestaltung unserer szenischen Räume wird damit flexibel verändert und an die jeweiligen Bedürfnisse der Nutzer anpassbar. Aus der nonverbalen Vermittlung von Inhalten und der Schnelllebigkeit von visuellen Eindrücken, der Unverbindlichkeit von Scheinwelten und der Benebelung durch Sinnesüberreizung wird eine inszenierte Präsentation mit nachhaltiger Wirkung – ein Ort der verbalen Konfrontation und der persönlichen Begegnung. Aus Erlebnisräumen werden Experimentierräume für das Leben: Jeder Einzelne kann mitforschen, mitdebattieren, mitentscheiden und mitgestalten. (Poesch 2019)

Ausblick

Ein Museum des 21. Jahrhunderts ist nicht mehr nur ein Ort für Objekte, sondern auch für Menschen. Es ist ein sozialer Raum, in dem alleine oder gemeinsam mit anderen Erfahrungen gemacht werden können.¹

Ein Museum für die Gesellschaft?

Die Museumsgeschichte zeigt, dass in der Entwicklung der Institutionen immer wieder über die Frage nach der Intensität der gesellschaftlichen Involvierung und der Rolle der Museen in der Gesellschaft diskutiert und reflektiert wurde. Dabei lässt sich feststellen, dass die Suche der Institutionen nach ihrer Funktion immer wieder weg vom reinen Zeigegestus hin zu dialogischen Formaten mit den Besucher/-innen steuert (Alfred Lichtwark um 1900, Otto Neurath um 1925), dem aktiven Einbezug von Besucher/-innen oder Communities (1950er-Jahre ›Community Museen‹, ›Neighbourhood Museen‹, 1970 ›Écomusées‹), Gemeinschaftsorten wie »Kontaktzonen« (Clifford), »Dritte Orte« (Oldenburg), »partizipative Räume« (Simon), »Verhandlungsorte« (Sternfeld) oder »Kontaktzone, Agora und Arena« (Sternfeld) sowie die bereits in den 1970er-Jahren geführte Debatte um Museen als multiperspektivische Foren (Soziomuseologie). Diese Bestrebungen deuten gleichzeitig auch auf eine gewisse Aufbruchsstimmung der oftmals nach Objektivität strebenden Institutionen hin. Dabei stehen alle aufgeführten Vorstöße für die Idee eines Museums, das durch die Einbindung einer Gesellschaft zu einem Ort der Begegnung, der Aushandlung, der Teilhabe, der Teilnahme und der gemeinsamen Diskussion gelangt.

Die Aktualität und erhöhte Aufmerksamkeit der Fragen nach der gesellschaftlichen Funktion und Rolle der Museen zeigt sich auch an einem vom ICOM (International Council of Museums) geführten Diskurs von 2019. Nach einer Umfrage bei den ICOM-Mitgliedern und einem entsprechenden Aufruf, die Museumsdefinition

1 <https://www.fondationbeyeler.ch/museum/museumsneubau> (Stand: 21.09.2021)

zu erneuern, wurde schließlich im Verlaufe des Jahres 2020 eine neue Definition herausgegeben:

Museums are democratising, inclusive and polyphonic spaces for critical dialogue about the pasts and the futures. Acknowledging and addressing the conflicts and challenges of the present, they hold artefacts and specimens in trust for society, safeguard diverse memories for future generations and guarantee equal rights and equal access to heritage for all people. Museums are not for profit. They are participatory and transparent, and work in active partnership with and for diverse communities to collect, preserve, research, interpret, exhibit, and enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality and planetary wellbeing.²

Die Reaktion auf diese neue Definition fällt unterschiedlich aus: Wo einige Museen die Herausforderungen annehmen und Orte zur Diskussion gestalten wollen (z.B. Museum für Kommunikation) und Léontine Meijer-van Mensch die neue Abkehr von einer auf Dauer ausgelegten Institution lobt (Bahners 2020), gibt es auch kritische Stimmen. Diese sehen bei einer solchen Definition des Museums die Gefahr in einer Vereinheitlichung der verschiedenen Kulturinstitutionen und Angebote sowie das Alleinstellungsmerkmal der Museen als Orte der Sammlung, des Vermitteln und des Bewahrens in den Hintergrund rücken.

Die Praxis zeigt – zurzeit zumindest – ein noch sehr verhaltenes Bild, diese Definition tatsächlich umsetzen zu wollen. Denn trotz all der Vorstöße, Ideen, Mittel, Medien, Formate, Öffnungen von Institutionen und Diskussionen scheint eine wesentliche Forderung, welche in fast allen der vorab zur Einbindung der Gesellschaft aufgeführten Museumskonzepten zur Diskussion steht, nur am Rande behandelt zu werden: Der Anspruch an eine Institution, die kontroverse Debatten und eine ›Konfliktualität‹ im Sinne von Nora Sternfelds ›Post-repräsentativem Museum‹, als ›Verhandlungsort‹ und ›Aktionsfeld‹, als ›Agora‹ oder ›Forum‹ und ›Marktplatz‹ befördert, wird tatsächlich noch sehr stiefmütterlich behandelt (dabei handelt es sich um Positionen, die das Konzept des subjektiven Museums, welches in der Debatte zur Rolle der Institutionen wieder eine Aktualität erlebt, durchaus einfordert) (vgl. Gesser et al. 2020).

Obwohl die Institutionen bereit sind, kontroverse Themen aufzugreifen und in den Ausstellungen zur Debatte zu stellen, bleibt ein direkter und zwischenmenschlicher Austausch gerade für aktuelle Themen außen vor. So erscheint eine echte Teilnahme und Mitsprache im Sinne eines tatsächlichen ›Einflussnehmens‹, ›Mitbestimmens‹, ›Mitgestaltens‹ oder gar ›Selbstgestaltens‹ in der Art einer gemeinsamen Aushandlung zwischen Museumsschaffenden und dem Publikum in

2 <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/> (Stand: 21.09.2021).

den meisten Fällen nicht eingelöst (Erica de Abreu Gonçalves [2020: 216] spricht vom Unterschied der Teilnahme und Teilhabe als wesentlich, impliziert die Teilhabe eine tatsächliche Öffnung des Raums und eine Wirksamkeit). Richard Sandell kritisiert hier den Umstand des Versuchs, objektiv zu sein, stark und meint: »Das Streben vieler Museen nach Objektivität [...], ist gleichermaßen ein Irrweg wie eine verpasste Gelegenheit.« Er argumentiert damit, dass Museen nie neutral und unbefangen agieren. So bilde jede Auswahl an Themen und Objekten eigentlich eine subjektive Sichtweise ab (Sandell 2020: 52). Natürlich sind durchaus auch Beispiele aufzuführen, die bestrebt sind, einen Ort des Diskurses und eine als Forum funktionierende Institution zu gestalten. Oftmals werden diese als ›Labor‹, ›Experimentierraum‹ etc. gekennzeichnet und behandeln Themen wie zum Beispiel Stadtentwicklungen (Stadtlabor Frankfurt, The Museum of Making at Derby Silk Mill). Solche Bestrebungen zeugen davon, dass die Museumswelt durchaus nach neuen Formaten zur gemeinsamen Aushandlung mit dem Publikum sucht und somit auch die Forderung eines subjektiven Museums ernst nimmt.³

Die Forderung nach einem Inter-Aktionsraum – neue Formate für Museen

Forum, Thinktank oder Diskussionsraum?

Mit diesem Schlusskapitel möchte ich versuchen, die Idee eines neuen Formats für Museen zu skizzieren, welches aber auch auf die formulierte Kritik einer Verwässerung der Museumswelt in Bezug auf die neue Definition der ICOM eingeht. Denn die Herausforderungen, mit denen wir heute auf allen Ebenen konfrontiert sind, sind vielfältig: Sie reichen von Themen wie dem Klimanotstand, dem Umgang mit der Migrationskrise, der Digitalisierung, der Stadtentwicklung bis zu neuen Wohnformen oder dem Umgang mit einer überalterten Gesellschaft. Solche Themenbereiche werden in Thinktanks diskutiert oder in Forschungsprojekten untersucht und verhandelt, womit sie in stetiger Aushandlung sind. Oftmals existieren keine ganz klaren Antworten und Handlungsanweisungen oder die Kenntnisse zu bestimmten Bereichen fehlen. Aussagen, Ideen und Lösungsansätze zum Umgang mit diesen Herausforderungen lassen sich nur gesamtgesellschaftlich verhandeln.

3 In Bezug auf diese Bestrebungen bleibt allerdings ein wesentlicher Aspekt zu erwähnen, dem in der vorliegenden Arbeit auch aus Gründen des Rahmens und der Schwerpunktsetzung nicht weiter nachgegangen wurde: So ist es wichtig zu wissen, dass hier erstens keine Definition vorhanden ist, was ein Museum ist und sein soll sowie keine spezifische Differenzierung der Museen vorgenommen wurde. Mir ist allerdings durchaus bewusst, dass nicht alle Museen aufgrund ihres Leistungsauftrags oder auch aus finanziellen Gründen ein wie soeben skizzierter Ort werden müssen und können.

Was hierzu fehlt, sind Orte, die solche Aushandlungen zulassen. Orte, an denen Begegnungen stattfinden, Themen zur Diskussion gestellt und Diskurse geführt werden können und wo gemeinsam über die Zukunft verhandelt wird, Städten, die als Labor und Experimentierorte oder Thinktanks für unser zukünftiges Leben dienen. Die Kulturinstitutionen scheinen hierfür prädestiniert zu sein: Sie besitzen Räumlichkeiten, haben einen Forschungs- und Bildungsauftrag, vermitteln komplexe Themen, die einem breiten Publikum präsentiert werden, und gelten als ›Spiegel der Gesellschaft‹. Die Museen könnten solche Orte innerhalb ihrer eigenen Räumlichkeiten anbieten, diese außer Haus verorten oder entsprechende Angebote selber kuratieren und organisieren. Auf diese Weise wird ein Zukunftsraum angeboten, der moderiert und somit begleitet wird, an dem aber alle am Thema Interessierten teilnehmen können. So würden die Museen zu Institutionen werden, die auch als Zukunftslabore fungieren.

Die Institutionen könnten sich bei der Entwicklung entsprechender Angebote an Formaten orientieren, wie sie in Genossenschaften oder Arealentwicklungen bereits eingesetzt werden. Dabei werden oftmals offene und dialogisch geführte Formen genutzt, die zu einer Vielstimmigkeit und Multiperspektive, aber sicher auch zur Aushandlung von Kontroversen beitragen. Diese Formate werden meistens ›kuratiert‹ und die aus den Diskussionen oder Workshops erarbeiteten Inputs zusammengetragen, um zu Resultaten zu gelangen. Auf diese Weise entstehen Inter-Aktionsräume, die die Forderungen nach kontroversen Debatten und der Verhandlung von Themen erst ermöglichen. Zu solchen Orten zu werden und diese Möglichkeiten anzubieten, mag vielleicht an der tradierten Rolle der Museen als ›allwissende Institutionen‹ rütteln. Aber auf die drängenden Fragen unserer Zeit gibt es nur in deren Aushandlung und in der gemeinsamen Zusammenarbeit Antworten. Hier sehe ich die Institutionen klar in der von Richard Sandell (2020: 52) erwähnten Rolle als gesellschaftliche und politische Akteure, die die Welt nicht nur abbilden, sondern aktiv formen.

Digitalisierung als Chance

Im Zuge der COVID-19-Pandemie, die die Kulturinstitutionen und -angebote stark im Griff hält und einschränkt, zeigt sich eines deutlich: Die Digitalisierung ist ein guter und gangbarer Weg, um interessiertes Publikum an den kulturellen Angeboten teilhaben zu lassen. Der Digitalisierung kommt gerade jetzt eine enorm tragende Rolle zu. Die Verschiebung von Ausstellungseröffnungen, Diskussionsrunden, Theater- und Musikveranstaltungen auf zum Teil unbestimmte Zeit führt dazu, dass mit neuen Formaten experimentiert wird. Die Ideen reichen von Podcasts, Heimkonzerten oder Führungen hin zu virtuellen Rundgängen im Museum. Die Einschränkung des physisch erfahrbaren Raums soll auf diese Weise neu gedacht, die Inhalte anders vermittelt und so trotz allem das Tagesgeschäft und die Exper-

tisen der Institutionen aufrechterhalten werden. Die digitalen Mittel ermöglichen gerade die im Vorfeld skizzierten Vernetzungen, Kommentierungen, Diskussionsforen und eine zu jeder Zeit zur Verfügung stehende Möglichkeit des Kulturkonsums. Ideen können so gemeinsam weiterentwickelt werden und Expert/-innen zu bestimmten Bereichen zeit- und ortsunabhängig an Diskussionen teilnehmen.

Für die Kurator/-innenrolle bedeutet dies natürlich ein Umdenken. Ihnen wird dabei eine moderierende wie auch eine vermittelnde Aufgabe zuteil, was gleichzeitig auch wesentliche Kompetenzen des Berufes sind und ggf. die Kurator/-innenrolle im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit und Wikipedia und Co. neu zu definieren vermag. Ein solcher Ort würde als Inter-Aktionsraum fungieren und eine Rolle als Plattform einnehmen, die die Gesellschaft in die Diskussion um relevante Themen einbindet. Auf diese Weise können die Institutionen eine wesentliche Rolle in der Entwicklung relevanter Themenbereiche einnehmen. Anders als beispielsweise Impact Hubs oder Thinktanks, die einem spezifischen und interessierten Publikum zugänglich sind oder hinter verschlossenen Türen agieren, könnten die Museen so eine für die Öffentlichkeit zugängliche und offene Plattform schaffen, die durch Querverweise ganz verschiedene Bedürfnisse abdecken und auch neues Publikum generieren kann.

Hierfür existieren bereits eine ganze Reihe von Beispielen: Das Brooklyn Museum organisierte in Zusammenarbeit mit Netflix eine virtuelle Ausstellung, welche sich den Kleidungen der beiden Netflixserien *THE QUEEN AND THE CROWN* und *THE QUEENS GAMBIT* widmet.⁴ Für eine virtuelle Ausstellung des Victoria & Albert Museums in London können sich Besucher/-innen eine App herunterladen und mit einem Avatar an einer Führung der Kuratorin Kate Bailey teilnehmen (Meier 2020). Sogar die Reisebranche setzt in Zeiten von Corona auf virtuelle Möglichkeiten. So ist es beispielsweise möglich, die Stadt Helsinki auf virtuelle Weise zu erkunden, Stadtführungen oder auch Führungen ins Umland von Helsinki zu erhalten. Das interaktive 3-D-Modell der Stadt erlaubt unterschiedliche Nutzungen: touristische Touren, Shopping, Konzerte oder sogar die Möglichkeit ein v-Bewohner zu werden, also ein virtueller Bewohner mit Wohnsitz in Helsinki.⁵

Die Beispiele demonstrieren, dass mit den technischen Möglichkeiten experimentiert wird. Dabei wird gerade der Aspekt eines gemeinschaftlichen Erlebnisses und die Konstruktion eines sozialen Raums als größte Herausforderung betrachtet. Zu diesem Thema beginnt Anika Meier ihre Kolumne mit folgenden Worten:

In der Debatte um die erneute Schließung der Kunstorte stehen sich Verteidiger des realen Raums und Promotoren des Digitalen gegenüber. Vielleicht ist es Zeit,

4 <https://www.thequeenandthecrown.com/>(Stand: 21.09.2021).

5 Vgl. www.virtualhelsinki.fi (Stand: 21.09.2021).

sich in der Mitte zu treffen – und vom Interaktionsgedanken der sozialen Medien zu lernen. (Meier 2020)

So kommt sie am Ende zum Schluss, dass es kaum reichen wird, eine Ausstellung lediglich in 3-D nachzubauen und so auf der Website zugänglich zu machen (Meier 2020). Laura Olin, CEO und Partnerin des Studio Zoan in Helsinki, führt ihre Gedanken in eine ähnliche Richtung, indem sie argumentiert, dass heutige Teenager sehr viel Zeit mit Videogames verbringen, und sieht hierin eine Zukunft für das Erleben des virtuellen Raums: »Today's teenagers are spending more time (on video games) like Mind Trap or Fortnite on social media. That is the future where we are [headed] to« (Hudoyo 2020).

Aber vielleicht ermöglicht gerade der virtuelle Raum die Schaffung eines wie vorgängig skizzierten Diskursraums, in dem Themen miteinander verhandelt und unterschiedliche Positionen diskutiert werden können. Realer und digitaler Raum sollen sich also nicht gegenseitig konkurrieren. Es gilt nicht entweder ..., oder..., vielmehr bedarf es einer Verschränkung der beiden Möglichkeiten und ein Starkmachen der jeweiligen Eigenheiten dieser Verortungen. Sie sollen sich ergänzen und als Spielwiese gesehen werden, um sich den echten Herausforderungen gemeinsam und diskursiv anzunehmen.

Literaturverzeichnis¹

- Anonym (2016): Trendanalyse – Das Museum 3.0, in: Restaurom vom 3.8.2016. <https://www.restaurom.de/trendanalyse-das-museum-3-0/> (Stand: 21.09.2021)
- Anonym (2018): Europäische Ehren für Museum für Kommunikation, in: Der Bund online vom 9.12.2018. <https://www.derbund.ch/kultur/diverses/europaeische-ehren-fuer-museum-fuer-kommunikation/story/30391613> (Stand: 21.09.2021)
- ARGE schnittpunkt (Hg.) (2013): Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien/Köln/Weimar: Böhlau
- Atelier Brückner (2017): Archäologie Schweiz, Stuttgart
- Bal, Mieke (2002): Kulturanalyse, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Bahners, Patrick (2020): Streit um Museumsdefinition. Was tun wir hier überhaupt?, in: Frankfurter Allgemeine online vom 3.2.2020. <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/streit-um-den-museumsbegriff-im-weltverband-der-museen-16613815.html> (Stand: 21.09.2021)
- Barker, Steve/Dombroski, Zachary/Li, Lisha/Longwell, Sam (2015): Creating Third Spaces at the Worcester Art Museum. Worcester community project center worcester, Polytechnic Institute. https://web.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project-050514-083355/unrestricted/Creating_Third_Spaces_at_the_Worcester_Art_Museum.pdf (Stand: 21.09.2021)
- Bartels, Gunda (2018): Kriechen und riechen. Rein in den Erlebnisparcours: »Welt ohne Außen« im Gropius-Bau zeigt immersive Räume von den 1960er-Jahren bis heute, in: Der Tagesspiegel online vom 8.6.2018. <https://www.tagesspiegel.de/kultur/ausstellung-welt-ohne-aussen-im-martin-gropius-bau-kriechen-und-riechen/22665414.html> (Stand: 21.09.2021)
- Baur, Joachim (Hg.) (2010): Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes, Bielefeld: transcript
- Baur, Joachim (2015): Repräsentation, in: Heike Gfrereis/Thomas Thiemeyer/Bernhard Tschofen (Hg.): Museen verstehen. Begriffe der Theorie und Praxis, Göttingen: Wallstein

1 Sämtliche Internetverweise wurden vor der Drucklegung überprüft und aktualisiert.

- Baur, Joachim (2009): Museum 2.0 – Notizen zum Museum als Plattform gesellschaftlichen Wandels, in: *Museumskunde. Museen in der Informationsgesellschaft*. Bd. 73, 2/18, S. 42–50
- Baur, Joachim (2018): Krise der Repräsentationskritik? Über Deutungsmacht im postfaktischen Museum, in: Regine Falkenberg/Thomas Jander (Hg.) (2018): *Assessment of Significance. Deuten – Bedeuten – Umdeuten*, Berlin, S. 27–31. http://exponauten.de/wp-content/uploads/2018/04/Baur_Krise_der_Repr%C3%A4sentationskritik.pdf (Stand: 21.09.2021)
- Behrisch, Sven (2016): III. Abhängen. Kunst braucht Musse – und eine neue Ordnung. Die Tate Modern macht es vor, in: *ETCETERA*, H. 12: *Das Museum der Zukunft*, S. 38–42
- Beier-de Haan, Rosmarie (2006): *Erinnerte Geschichte – inszenierte Geschichte*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Bernfeld, Dan (1993): The participative Museum, in: *Museum International*, Nr. 179, Bd. XLV, 3, S. 50–52
- Bernhard, Thomas (1988): *Alte Meister*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Betzer, Christian/Brandt, Sanja/Kalenbach, Nina/Kalinina, Alissa/Lemke, Katharina (2008): 4. Ausstellungsmodelle: Ausstellungsanalyse Modell C, in: *VOKUS* 18, H. 1, S. 47–50. <http://www.fbkultur.uni-hamburg.de/vk/forschung/publikationen/vokus/vokus200801/media/41-50-vokus2008-1.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Bina, Andrea (2014): Das Museum von morgen beginnt bereits heute, in: *neues museum, die österreichische museumszeitschrift* 14, H. 4, S. 6–11. http://www.museumbund.at/uploads/neues_museum_archiv/nm_14_4.pdf (Stand: 21.09.2021)
- Bishop, Claire (Hg.) (2006): *Participation. Documents of Contemporary Art*, London: Whitechapel
- Borwick, Doug (2012): Audience Development »vs.« Community Engagement, in: *Engaging Matters* vom 9.5.2012. <https://www.artsjournal.com/engage/2012/05/audience-development-vs-community-engagement/> (Stand: 21.09.2021)
- Bott, Gerhard (Hg.) (1970): *Das Museum der Zukunft*. 43 Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums, Köln: Du Mont Schauberg
- Brandt, Sanja/Ćurković, Sonja/Kalinina, Alissa (2008): 3. Annäherung an die Ausstellungsanalyse: Performanz, Theatralität und Raum, in: *VOKUS* 18, H. 1, S. 25–28. <https://www.kulturwissenschaften.uni-hamburg.de/ekw/forschung/publikationen/vokus/vokus200801/media/25-39-vokus2008-1.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- British Museum (2015): *Museum of the Future. A Preliminary Report*. www.britishmuseum.org/pdf/The_Green_Brain_A_Preliminary_Report_APPROVED_November_2015.pdf (URL nicht mehr erreichbar, Stand: 21.09.2021)
- Buchecker, Heide (2015): *Demokratisierungsprozesse und politische Bildung, in: Erwachsenenbildung.at. Wissen vernetzt. Bildung wirkt* vom 13.7.2015. <https://>

- /erwachsenenbildung.at/aktuell/nachrichten/8141-demokratisierungsprozesse-und-politische-bildung.php (Stand: 21.09.2021)
- Burchard, Amory (2017): Eine Berliner Weltgeschichte des Kunstraubs, in: Der Tagesspiegel online vom 20.09.2017. <https://www.tagesspiegel.de/wissen/provenienzforschung-eine-berliner-weltgeschichte-des-kunstraubs/20354028.html> (Stand: 21.09.2021)
- California Association of Museums (CAM [2013]): Foresight Research Report. Museums as Third Places. http://art.ucsc.edu/sites/default/files/CAMLF_Third_Place_Baseline_Final.pdf (Stand: 21.09.2021)
- Call, Vikki/Gray, Clive (2013): Museums and the ›new museology‹: theory, practice and organizational change, in: *Museum Management and Curatorship* 29, H. 1, S. 1–17. https://warwick.ac.uk/fac/arts/scapvc/ccmps/staff/gray/research/new_museology_article.pdf (Stand: 21.09.2021)
- Castells, Manuel (2001): *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter. Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur.* Bd. 1, Wiesbaden: Springer
- Carlson, Lath/Mohabir, Priya/Leigh, Kristin/Hamilton, Devon (2014): Museum 3.0: Implementing programs/exhibits which are a community resource, in: Association of Science-Technology-Centers vom 18.10.2014. https://www.informalscience.org/sites/default/files/Session_2787_handout_52_o.pdf
- Carlson, Lath/Rao, Seema (2017): Visitor Centered Museums in Practice and its Future. <http://www.museumnext.com/article/visitor-centered-museums-practice-future>
- Clifford, James (1999): Museums as Contact Zones, in: David Boswell/Jessica Evans: *Representing the Nation: A Reader. Histories, Heritage and Museums*, London: Routledge
- Crary, Joanthan (1996): *Techniken des Betrachters. Sehen und Moderne im 19. Jahrhundert.* Dresden/Basel: Verlag der Kunst
- Crouch, Colin (2008) [Interview mit Philipp Ormer und Elke Schmitter]: »Die Macht verschiebt sich«. Der britische Politikwissenschaftler Colin Crouch über seine umstrittene Theorie der Postdemokratie, die Scheingefechte der Parteien und die wachsende Bedeutung von Wirtschaftseliten, in: *Der Spiegel*, Nr. 32 vom 4. 8.2008, S. 134f. <https://www.spiegel.de/kultur/die-macht-verschiebt-sich-a-6cod4728-0002-0001-0000-000058656917?context=issue> (Stand: 21.09.2021)
- Ćurković, Sonja/Dietrich, Ela/Köster, Heike/Schmidt, Claudia (2008): 4. Ausstellungsmodelle: Ausstellungsanalysemodell A, in: *VOKUS* 18, H. 1, S. 41–43. <https://www.kulturwissenschaften.uni-hamburg.de/ekw/forschung/publikationen/vokus/vokus200801/media/41-50-vokus2008-1.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- De Abreu Gonçalves, Erica (2020): Von Gräben, Brücken und Museumsdiplomaten*innen. Ein Fellow blickt zurück, in: Susanne Gesser/Nina Gorgus/Angela Jannelli

- (Hg.): Das subjektive Museum. Partizipative Museumsarbeit zwischen Selbstvergewisserung und gesellschaftspolitischem Engagement, S. 213–216
- Deutscher Museumsbund (Hg.) (2013): Das inklusive Museum – Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion. Berlin. <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/dmb-barrierefreiheit-digital-160728.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Deutscher Museumsbund e.V. (Hg.) (2015): Museen, Migration und kulturelle Vielfalt. Handreichungen für die Museumsarbeit. Berlin. <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/leitfaden-kulturellevielfalt.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Diehl, Petra/Hartwig, Lili/Paulsen, Lina/Zenker, Nina (2008): 4. Ausstellungsmodelle: Ausstellungsanalysemodell B, in: VOKUS 18, H. 1, S. 44–46. <http://www.fbkultur.uni-hamburg.de/vk/forschung/publikationen/vokus/vokus200801/media/41-50-vokus2008-1.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Döring, Nicola/Bortz, Jürgen (2015): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin: Springer
- [dpa] (2017): Intendanten weisen Kritik zurück, in: Die Welt online vom 22.7.2017. https://www.welt.de/newsticker/dpa_nt/infoline_nt/boulevard_nt/article166910853/Intendanten-weisen-Kritik-zurueck.html (Stand: 21.09.2021)
- Elpers, Sophie/Palm, Anna (Hg.): Die Musealisierung der Gegenwart. Von Grenzen und Chancen des Sammelns in kulturhistorischen Museen, Bielefeld: transcript
- Engage [2015]: The future of Museums. Interim findings from roundtable discussions on audience engagement and the role of the museum in the community, in: Gensler Reserach. https://www.gensler.com/uploads/document/395/file/gensler_museum-research-interim-report.pdf (Stand: 21.09.2021)
- Fayet, Roger (2015): Die Logik des Museums. Beiträge zur Museologie, Baden: Verlag für Kultur und Geschichte
- Fendius, Katharina/Lerche, Julia (2017): »Das Digitale ist stets eine Erweiterung der analogen Welt« [Interview mit Christina Haak vom 1.6.2017]. [https://www.preussischer-kulturbesitz.de/news-detail/article/2017/06/01/das-digitale-ist-stetseine-erweiterung-der-analogen-welt.html?L=0&cHash=oca5857843cdc92e3f02032d7ddc74a4&sword_list\[\]=das-digitale-ist-stets-eine-erweiterung-der-analogen-welt&no_cache=1](https://www.preussischer-kulturbesitz.de/news-detail/article/2017/06/01/das-digitale-ist-stetseine-erweiterung-der-analogen-welt.html?L=0&cHash=oca5857843cdc92e3f02032d7ddc74a4&sword_list[]=das-digitale-ist-stets-eine-erweiterung-der-analogen-welt&no_cache=1) (URL nicht mehr erreichbar; Stand: 21.09.2021)
- Fischer, Peter/Lichtin, Christoph (2010): Modell für ein Museum. Die Sammlungs-ausstellungen des Kunstmuseums Luzern 2005–2010, Heidelberg: Kehrer Verlag
- Fliedl, Gottfried (2014): Herkunft und Zukünfte des Museums, in: neues museum. die österreichische museumszeitschrift 14, H. 4, S. 12–19. https://www.museumsbund.at/uploads/neues_museum_archiv/nm_14_4.pdf (Stand: 21.09.2021)

- Föhl, Patrick/Erdrich, Stefanie/John, Hartmut/Maass, Karin (Hg.) (2007): Das barrierefreie Museum. Theorien und Praxis einer besseren Zugänglichkeit. Ein Handbuch, Bielefeld: transcript
- Fülscher, Bernadette (2009): Gebaute Bilder – Künstliche Welten. Szenografie und Inszenierung an der Expo.02, Baden: Hier und Jetzt
- Gander, Robert/Rudiger, Andreas/Winkler, Bruno (Hg.) (2015): Museum und Gegenwart. Verhandlungsorte und Aktionsfelder für soziale Verantwortung und gesellschaftlichen Wandel, Bielefeld: transcript
- Gerchow, Jan/Gesser, Susanne/Jannelli, Angela (2012): Nicht von gestern. Das historische museum frankfurt wird zum Stadtmuseum für das 21. Jahrhundert, in: Susanne Gesser/Martin Handschin/Angela Jannelli/Sybille Lichtensteiger (Hg.): Das Partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen, Bielefeld: transcript, S. 22–31
- Gere, Charlie (1997): Museums, Contact Zones and the Internet, in: Archives and Museum Informatics. Museum Interactive Multimedia, Birkbecker College, University of London, S. 59–66. <https://www.archimuse.com/publishing/ichim97/gere.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Gerig, Karen N. (2016): Was die Basler Museen für die Zukunft brauchen. Museen bauen weltweit aus und setzen auf schöne Hüllen. Drinnen allerdings wartet die wirkliche Herausforderung: Die Ankunft in der digitalen Gesellschaft. Schlaue Gadgets und bessere Vermittlung wären notwendig, aber das Geld wird knapper. Das gilt auch für Basel, in: TagesWoche vom 18.1.2016
- Gesser, Susanne/Handschin, Martin/Jannelli, Angela/Lichtensteiger, Sybille (Hg.) (2012): Das Partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen, Bielefeld: transcript
- Gesser, Susanne/Gorgus, Nina/Jannelli, Angela (Hg.) (2020): Das subjektive Museum. Partizipative Museumsarbeit zwischen Selbstvergewisserung und gesellschaftspolitischem Engagement, Bielefeld: transcript
- Gfrereis, Heike/Thiemeyer, Thomas/Tschofen, Bernhard (Hg.) (2015): Museen verstehen. Begriffe der Theorie und Praxis, Göttingen: Wallstein
- Habsburg-Lothringer, Bettina (Hg.) (2012): Dauerausstellungen. Schlaglichter auf ein Format, Bielefeld: transcript
- Hammacher, Thomas (2008): Schnitte durch Zeit und Raum. Anmerkungen zum Montagebegriff in Film und Ausstellung. Plädoyer für einen interdisziplinären Austausch, in: VOKUS 18, H. 1, S. 33–39. <https://www.kulturwissenschaften.uni-hamburg.de/ekw/forschung/publikationen/vokus/vokus200801/media/25-39-vokus2008-1.pdf> (Stand: 21.09.2021)

- Hanke, Katja (2014): Neue Bibliotheken. Von Nutzern, für Nutzer, in: Goethe Institut [Weblog] vom August 2014. <https://www.goethe.de/de/kul/bib/20417807.html>
- Hartwig, Lili/Paulsen, Lina (2008): Erzähltheorie/Narratologie: Sind Ausstellungen narrative Werke? in: VOKUS 18, H. 1, S. 29–32. <https://www.kulturwissenschaften.uni-hamburg.de/ekw/forschung/publikationen/vokus/vokus200801/media/25-39-vokus2008-1.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Henkel, Matthias (2016): Audience Development zwischen gesellschaftlicher Teilhabe und Umsatzoptimierung, in: Das Museum für alle. Imperativ oder Illusion? Internationales Bodensee-Symposium vom 18.6.–20.6.2015. Ausgerichtet von den Nationalkomitees von ICOM-Schweiz, ICOM-Österreich und ICOM-Deutschland, S. 34–46. https://www.museums.ch/assets/files/dossiers_d/Publikationen/Bodenseesymposium2015_web.pdf (Stand: 21.09.2021)
- Hoins, Katharina; von Mallinckrodt, Felicitas (Hg.) (2015): Macht. Wissen. Teilhabe. Sammlungsinstitutionen im 21. Jahrhundert, Bielefeld: transcript
- Hudoyo, Mimi (2020): Future of travel lies in virtual space. in: TTG Asia. <https://www.ttgasia.com/2020/10/26/future-of-travel-lies-in-the-virtual-space/> (Stand: 21.09.2021)
- Huffington, Arianna (2011): Museum 2.0: What Happens When Great Art Meets New Media?, in: Huffpost vom 27.12.2010. https://www.huffpost.com/entry/museums-20-what-happens-w_b_801372 (Stand: 21.09.2021)
- Huhtamo, Erik (2002): On the Origins of the Virtual Museum, in: »Virtual Museums and Public Understanding of Science and Culture«. Beitrag im Rahmen des Nobel Symposium in Stockholm, 26. bis 29.5.2002. S. 1–14.
- ICOM Schweiz – Internationaler Museumsrat (Hg.) (2016): Das Museum für alle. Imperativ oder Illusion?, Berlin: ICOM Schweiz.
- Imhof, Kurt (2012): Plädoyer. Die Musealisierung des Aktuellen: eine Kritik, in: Das Partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen, Bielefeld: transcript, S. 61–67
- Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren Otfried (Hg.) (2013): Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken, Wiesbaden: Springer Fachmedien
- Jank, Sabine (2016): Zukunft Partizipation: Museen im Kontext der Digitalisierung, in: Netzpiloten Magazin vom 11.1.2016. <https://www.netzpiloten.de/zukunft-partizipation-museum-digitalisierung/> (Stand: 21.09.2021)
- Jannelli, Angela/Hammacher, Thomas (2008): Einleitung – Warum Ausstellungsanalyse?, in: VOKUS 18, H. 1, S. 7–10. <https://www.kulturwissenschaften.uni-hamburg.de/ekw/forschung/publikationen/vokus/vokus200801/media/7-10-vokus2008-1.pdf> (Stand: 21.09.2021)

- Jaschke, Beatrice/Sternfeld, Nora (2015): Zwischen/Räume der Partizipation, in: Verband österreichischer Kunsthistoriker und Kunsthistorikerinnen (Hg.): Räume der Kunstgeschichte, Wien: 2015, S. 168–181
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York: University Press. <https://www.hse.ru/data/2016/03/15/1127638366/Henry%20Jenkins%20Convergence%20culture%20where%20old%20and%20new%20media%20collide%20%202006.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Jesberg, Paulgerd (1970): Das Museum der Zukunft – Aufgabe, Bau, Einrichtung, Betrieb, in: Gerhard Bott (Hg.): *Das Museum der Zukunft*. 43 Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums, Köln: M. DuMont Schauberg, S. 138–156
- Kalenbach, Nina (2003): 2. Bisherige Ansätze der Ausstellungsanalyse: Martin R. Schärer: Die Ausstellung, Theorie und Exempel (München 2003), in: VOKUS 18, H. 1, S. 13–23. <https://www.kulturwissenschaften.uni-hamburg.de/ekw/forschung/publikationen/vokus/vokus200801/media/13-23-vokus2008-1.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Kelly, Linda (2008): Museum 3.0: informal learning and social media. Beitrag im Rahmen der Social Media and Cultural Communication Conference in Sydney, 29.2.2008. <https://nlablog.files.wordpress.com/2008/03/session2kelly.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Kirchberg, Volker (2005): *Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Kohle, Hubertus (2018): *Museen digital. Eine Gedächtnisinstitution sucht den Anschluss an die Zukunft*, Heidelberg: University Publishing
- Korff, Gottfried (2002): Zielpunkt: Neue Prächtigkeit? Notizen zur Geschichte kultur-historischer Ausstellungen in der »alten« Bundesrepublik [1996], in: Martina Eberspächer/Gudrun Marlene König/Bernhard Tschofen (Hg.): *Museumsdinge: deponieren – exponieren*, Köln/Weimar/Wien: Böhlau 2006, S. 24–48
- Leadbeater, Charles (2009): *The Art of With*. Cornerhouse, Manchester
- Leidner, Rüdiger (2007): Die Begriffe »Barrierefreiheit«, »Zugänglichkeit« und »Nutzbarkeit« im Fokus, in: Patrick S. Föhl/Stefanie Erdrich/Hartmut John/Karin Maaß (Hg.): *Das barrierefreie Museum. Theorie und Praxis einer besseren Zugänglichkeit. Ein Handbuch*, in: *Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement*, Bielefeld: transcript, S. 28–33
- Lerche, Julia (2017a): »Für Museumssammlungen ist die Digitalisierung ein Segen«. News vom 30.5.2017. <http://www.preussischer-kulturbesitz.de/meldung/article/2017/05/30/fuer-museumssammlungen-ist-die-digitalisierung-ein-segen.html> (URL nicht mehr erreichbar; Stand: 21.09.2021)
- Lerche, Julia (2017b): Die Narren sind los! News vom 31.5.2017. <https://www.preussischer-kulturbesitz.de/news-detail/article/2017/05/31/die-narren-sind-los>.

html?L=O&cHash=2145bc3956be2a5f1485d15d66750bda&sword_list[]=die&sword_list[]=narren&sword_list[]=sind&sword_list[]=los&no_cache=1 (URL nicht mehr erreichbar; Stand: 21.09.2021)

- Loehndorf, Marion (2013): Neubesichtigung der Vergangenheit. In den nächsten fünf Jahren wird der Bestand der Tate Britain in streng chronologischer Anordnung zu sehen sein. Dabei soll Altbekanntes durch unerwartete Arrangements belebt werden, in: Neue Zürcher Zeitung online vom 31.7.2013. <https://www.nzz.ch/feuilleton/neubesichtigung-der-vergangenheit-ld.704454> (Stand: 21.09.2021)
- Lünstroth, Michael (2018): Bauplan für das Museum der Zukunft, in: Thurgaukultur.ch. <https://www.thurgaukultur.ch/magazin/bauplan-fuer-das-museum-der-zukunft-3864?fbclid=IwAR14xwTnPfAszxt8ZMPjtfqUqLe9LM8QA9Fe-CRxcf8mNHbU98-MibGSCx8> (Stand: 21.09.2021)
- Lunau, Ralf (2014): Erwartungen an das Museum heute, in: Museumskunde. Themenschwerpunkte. Museum machen – Museumsmacher. Das inklusive Museum, Bd. 79, 2/14, S. 8–13
- Lunau, Ralf (2014): Erwartungen an das Museum heute, in: Deutscher Museumsbund e.V. (Hg.): Themenschwerpunkte. Museum machen – Museumsmacher. Das inklusive Museum, Bd. 79/14, Berlin, S. 5f.
- Maak, Niklas (2016): I. Das Museum als Wohnzimmer. Die einstigen Kathedralen der Kunst müssen sich öffnen – und von Stätten der Anbetung zu Orten der Anschauung werden, in: ETCETERA, H. 12: Das Museum der Zukunft, S. 12–23. <http://www.xcult.org/medientheorie/text/museion.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Macdonald, Sharon (2010): Museen erforschen. Für eine Museumswissenschaft in der Erweiterung, in: Joachim Baur (Hg.): Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes, Bielefeld: transcript, S. 49–69
- Mandel, Birgit (Hg.) (2016): Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens, Bielefeld: transcript
- McCarthy, Conal (2007): Review article: Museum factions – the transformation of museum studies, in: Museum and Society, Bd. 5 (3), Victoria University of Wellington, S. 179–185
- Meier, Anika (2020): Kultur im Digitalen. Museen müssen die besseren sozialen Medien werden, in: Monopol Magazin für Kunst und Leben. https://www.monopol-magazin.de/museen-muessen-die-besseren-sozialen-medien-werden?fbclid=IwAR1TLqZqFoX1DHZmQ4Q_hnBR_IRoASnzViQglc98if (Stand: 21.09.2021)
- Meijer van-Mensch, Léontine (2012): Von Zielgruppen zu Communities. Ein Plädoyer für das Museum als Agora einer vielschichtigen Constituent Community, in: Susanne Gesser/Martin Handschin/Angela Jannelli/ Sibylle Lichtensteiger (Hg.): Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated

- Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen, Bielefeld: transcript, S. 86–94
- Mergen, Simone (2007): Das besucherorientierte Museum – Ein Erfolgsrezept. Besucherforschung in der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, in: Ruari O'Brien (Hg.): Das Museum im 21. Jahrhundert, Dresden: TUDpress, S. 7–22
- Merrit, Elisabeth (2012): Experience Design & the Future of Third Place. <https://www.aam-us.org/2012/04/03/experience-design-the-future-of-third-place/>
- Mörsch, Carmen/Sachs, Angel/Sieber, Thomas (Hg.) (2016): Ausstellen und Vermitteln im Museum der Gegenwart, Bielefeld: transcript
- Munter, Marc (2010): Musterstücke. Wandlungen der Sammlungsausstellung in Kunstmuseen, in: Christoph Lichtin/Peter Fischer (Hg.): Modell für ein Museum. Die Sammlungsausstellungen des Kunstmuseums Luzern 2005–2010, Heidelberg: Kehrer Verlag
- Museum 3.0, in: Making use [Weblog]. <https://makinguse.artmuseum.pl/en/slow-nik-muzeum-3-0> (Stand: 21.09.2021)
- Muttenthaler, Roswitha/Wonisch, Regina (2006): Gesten des Zeigens. Zur Repräsentation von Gender und Race in Ausstellungen, Bielefeld: transcript
- Nürnberger, Dieter (2016): Berliner Multaka-Projekt. Flüchtlinge als Museumsguides, in: Deutschlandfunk vom 3. Januar 2016. <https://www.deutschlandfunk.de/berliner-multaka-projekt-fluechtlinge-als-museumsguides-100.html> (Stand: 21.09.2021)
- Nielsen, Jane (2014): Museum Communication: Learning, Interaction and Experience. unv. Diss., Universität St Andrews. <https://research-repository.st-andrews.ac.uk/bitstream/handle/10023/12815/ThomasSmithPhDThesis.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (Stand: 21.09.2021)
- O'Brien, Ruari (2007): Das Museum im 21. Jahrhundert. Dresden: TUDpress
- Obrist, Hans Ulrich (2006): Preface. Participation Lasts Forever, in: Markus Miessen/Shumon Basar (Hg.) (2006): Did someone say participate? An atlas of Spatial Practice. Frankfurt am Main: Revolver, S. 14–21
- Odding, Arnoud (2012): Das disruptive Museum als Netzwerk-Museum, in: Susanne Gesser/Martin Handschin/Angela Jannelli/Sibylle Lichtensteiger (Hg.): Das Partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen. Bielefeld: transcript, S. 74–85.
- Oldenburg, Ray (1999): The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community, Cambridge: Da Capo Press
- petb/kell (2017): Neues Museum für Kommunikation – Kommunikation ist ein Kunstwerk, das sich ständig verändert, in: Radio SRF 2: Kultur kompakt. Sendung vom 17.8.2017. <https://www.srf.ch/kultur/wissen/neues-museum-fu>

- er-kommunikation-kommunikation-ist-ein-kunstwerk-das-sich-staendig-veraendert (Stand: 21.09.2021)
- Lehrreich und gleichzeitig spielerisch soll es sein: Das Museum für Kommunikation in Bern hat sich einen neuen Anstrich verpasst.
- Piontek, Anja (2017): *Museum und Partizipation. Theorie und Praxis kooperativer Ausstellungsprojekte und Beteiligungsangebote*, Bielefeld: transcript
- Poesch, Janina (2019): *Die Zukunft der Szenografie der Zukunft*, in: Plot vom 22.1.2019. <https://www.plotmag.com/blog/2019/01/die-zukunft-der-szenografie-der-zukunft/> (Stand: 21.09.2021)
- [Reinboth, Christian] (2010): *Web 2.0: eine Herausforderung für Museen? (Teil II)*, in: *Kulturmanagement Blog* vom 16.7.2010. <https://kulturmanagement.wordpress.com/2010/07/16/web2-o-eine-herausforderung-fur-museen-teil-ii> (Stand: 21.09.2021)
- Reussner, Eva Maria (2010): *Publikumsforschung für Museen: internationale Erfolgsbeispiele*, Bielefeld: transcript
- Rodgers, Lizzy (2012): *Das Museum of Liverpool. Welche Rolle Partizipation und Gegenwart bei seiner Neukonzeption spielten*, in: Susanne Gesser/Martin Handschin/Angela Jannelli/Sibylle Lichtensteiger (Hg.): *Das Partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen*, Bielefeld: transcript, S. 56–60
- Rodley, Ed (2016): *On Museums and Contact Zones*, in: *Thinking about Museums. Thoughts on museums, content, design, and why they matter* vom 6.5.2016. <https://thinkingaboutmuseums.com/2016/05/06/on-museums-and-contact-zones> (Stand: 21.09.2021)
- Rogoff, Irit (2005): *Looking Away. Participations in Visual Culture*, in: Gavin Butt (2005): *After Criticism. New Responses to Art and performance*, Oxford: Blackwell Publishing, S. 117–134. https://kvelv.files.wordpress.com/2013/10/irit_rogoff_looking_away_participations_in_visual_culture.pdf (Stand: 21.09.2021)
- S., A. (2012): *In freundlicher Begleitung durchs Museum der Kulturen*, in: *Online Reports (Basel)* vom 15.8.2012. <https://www.onlinereports.ch/News.99+M5b605df97cc.o.html> (Stand: 21.09.2021)
- Sandell, Richard (1998): *Museums as agents of social inclusion*, in: *Museum Management and Curatorship*, Bd. 17. S. 401–418.
- Sandell, Richard (2003): *Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral change*, in: *Museum and Society*, Bd. 1, University of Leicester, S. 45–62
- Sandell, Richard (2020): *Statement: Das subjektive Museum*, in: Susanne Gesser/Nina Gorgius/Angela Jannelli (Hg.): *Das subjektive Museum. Partizipative Museumsarbeit zwischen Selbstvergewisserung und gesellschaftspolitischem Engagement*, Bielefeld: transcript, S. 52f.
- Schmälze, Christoph (2018): *Ist das Kunst, oder muss das wieder weg?*, in: *Frankfurter Allgemeine* vom 16.8.2018. <https://www.faz.net/aktuell/karriere-h>

- ochschule/themen-der-museumpolitik-provenienz-und-restitution-15736699.html (Stand: 21.09.2021)
- Schmid, Anna (2016): Großes – Ethnologische Annäherung an ein Phänomen, in: Museum der Kulturen Basel. Digitale Begleitpublikation. <https://gross.mkb.ch/gross/de/grosses-ethnologische-annaeherung-an-ein-phaenomen.html> (Stand: 21.09.2021)
- Schorch, Philipp (2015): Contact Zones, Third Spaces, and the Act of Interpretation, in: *Museum and Society*, Bd. 11, Melbourne: Deakin University, S. 68–81. <https://journals.le.ac.uk/ojs1/index.php/mas/article/view/223/236> (Stand: 21.09.2021)
- Scholze, Jana (2004): *Medium Ausstellung. Lektüren musealer Gestaltung in Oxford, Leipzig, Amsterdam und Berlin*, Bielefeld: transcript, S. 8
- Schwere, Raphael (2019): Afrikas Museen haben sich längst emanzipiert, in: *Neue Zürcher Zeitung online* vom 17..4.2019. <https://www.nzz.ch/feuilleton/afrikanische-museen-laengst-emanzipiert-ld.1471734> (Stand: 21.09.2021)
- Simon, Nina (2006): What is museum 2.0?, in: *Museum 2.0* vom 1.12.2006. <http://museumtwo.blogspot.ch/2006/12/what-is-museum-20.html> (Stand: 21.09.2021)
- Simon, Nina (2009): Self-Identification and Status Updates. Personal Entrypoints to Museum Experiences, in: *Museum 2.0* vom 14..5.2009. <http://museumtwo.blogspot.com/2009/05/self-identification-and-status-updates.html> (Stand: 21.09.2021)
- Simon, Nina (2010): *The Participatory Museum*. Santa Cruz (CA): *Museum 2.0*
- Sommer, Museums- und Ausstellungsgeschichte(n) (2013), in: *ARGE schnittpunkt* (Hg.): *Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis*, Wien/Köln/Weimar: Böhlau, S. 13–21
- Souhami, Rachel (2014): *Manifesto for the Future of Museums. A challenge from emerging museum professionals*. <https://museumsshowoff.files.wordpress.com/2013/10/manifesto-for-the-future-of-museums1.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Stadtmuseum Stuttgart (2013): *Museums- und Ausstellungskonzeption*. <https://studylibde.com/doc/8736975/museumskonzept---stadtmuseum-stuttgart> (Stand: 21.09.2021)
- Sternfeld, Nora (2018): *Das radikaldemokratische Museum*, Berlin/Boston: de Gruyter
- Sternfeld, Nora (2013): *Involvierungen. Das post-repräsentative Museum zwischen Verstrickung und Solidarität*. <https://archiv2019.kunstverein-bielefeld.de/ausstellungen/2013/museum-off-museum-blog/nora-sternfeld.html> (Stand: 21.09.2021)
- Sternfeld, Nora (2012): *PLÄDOYER. Um die Spielregeln spielen! Partizipation im post-repräsentativen Museum*, in: Susanne Gesser/Martin Handschin/Angela Jannelli/Sibylle Lichtensteiger (Hg.): *Das Partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen*, Bielefeld: transcript, S.119–126

- Tate, Natalie B. (2012): Museums as Third Places or What? Accessing the Social Without Reservations, in: *Museums & Social Issues. A Journal of Reflective Discourse* 7, H. 2 (Fall), S. 269–283. <https://rcnnolly.files.wordpress.com/2013/07/tate-msi-7-21.pdf> (Stand: 21.09.2021)
- Taylor, Mark (2014): Museums in the next 25 years, in: *neues nuseum. die österreichische museumszeitschrift* 14, H. 4, S. 27–33. https://www.museumsbund.at/uploads/neues_museum_archiv/nm_14_4.pdf (Stand: 21.09.2021)
- Te Heesen, Anke (2012): *Theorien des Museums. Zur Einführung*, Hamburg: Junius
- Thiel, Sonja (2019): Das partizipative Museum. in: *Nationaler Kulturdialog* (Hg.): *Kulturelle Teilhabe. Participation culturelle. Partecipazione culturale*. Zürich: Seismo, S. 165–172.
- Thorne, Sam (2015): What is the future of the Museum?, in: *Frieze*, H. 175. <https://frieze.com/article/what-is-the-future-of-the-museum> (Stand: 21.09.2021)
- Trauner, Sandra (2014): »Digitales Schlendern« durch die Kunstgeschichte, in: *General-Anzeiger* (Bonn) vom 2.1.2014. https://ga.de/news/panorama/digitales-schlendern-durch-die-kunstgeschichte_aid-41674943 (Stand: 21.09.2021)
- Tyradellis, Daniel (2014): Müde Museen oder wie Ausstellungen unser Denken verändern könnten, Hamburg: Edition Körber
- Verband der Museen der Schweiz [2016]: *Museumszukünfte. Wir haben die Wahl. VMS 2016*. https://www.museums.ch/assets/files/dossiers_d/Publikationen/VMS_Zukunft_D_web.pdf (Stand: 21.09.2021)
- VMS (2016): Glossar zur Publikation »Barrierefreie Museen«. http://www.museum.s.ch/assets/files/dossiers_d/Standards/Standard_Barrierefreie%20Museen_Glossar.pdf (Stand: 21.09.2021)
- Vergo, Peter (1989): *The New Museology*, London: Reaktion Books
- Waidacher, Friedrich (1999): *Handbuch der allgemeinen Museologie*, Wien: Boehlau
- Waidacher, Friedrich (2000): Ausstellungen besprechen, in: *Museologie Online* 2, S. 21–34.
- Wainwright, Oliver (2016): II. Ein Wehrturm für die Kunst. Wie baut man ein Museum? Ein Werkstattbericht aus dem Atelier von Herzog und de Meuron, in: *ETCETERA*, H. 12: *Das Museum der Zukunft*, S. 24–37
- Walheimer, Mark (2011): The Future of Interactivity?, in: *Museum Planner. A blog of museum planning by an experienced museum planner* vom 14.11.2011. <http://museumplanner.org/future-of-interactivity> (Stand: 21.09.2021)
- Walz, Markus (2014): Museum 2.0. Museum 3.0. Europäische Ethnologie o.o? Das Sammeln gegenwärtiger Alltagskultur als Aufgabe angewandter Wissenschaft, in: *Sophie Elpers/Anna Palm* (Hg.): *Die Musealisierung der Gegenwart. Von Grenzen und Chancen des Sammelns in kulturhistorischen Museen*, Bielefeld: transcript, S. 31–50
- Walz, Markus (Hg.) (2016): *Handbuch Museum: Geschichte, Aufgaben, Perspektiven*, Stuttgart: Springer

- Welzbach, Christian (2017): Das totale Museum. Über Kulturkletterung als Herrschaftsform, Berlin: Matthes und Setz
- Weibel, Peter (2007): Das Museum im Zeitalter von Web 2.0. Essay, in: Aus Politik und Zeitgeschichte 49, S. 3–6
- Wewer, Götrik (2001) Art. »Demokratie, Demokratisierung«, in: Bernhard Schäfers/Wolfgang Zapf (Hg.): Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands. 2., erweit. und aktual. Aufl. Opladen: Leske + Buderich, S. 115–126
- Ziaja, Luisa (2013): Ausstellungsgeschichten. Ansätze der Historisierung im Kunstfeld, in: ARGE schnittpunkt (Hg.) (2013): Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien/Köln/Weimar: Böhlau, S. 23–36

Weiterführende Links²

- <http://action.kunsthhaus.ch/de/about>
- <http://archiv2009.shedhalle.ch/dt/archiv/1994/ausstellung/klausur/klausurdt.shtml>
- <https://www.axisweb.org/archive/news-and-views/beyond-the-gallery/>
- <https://www.behance.net/gallery/26673117/Founder-Artistic-Director-Senior-Grafiti-K65-CREW>
- <https://brokenships.com>
- <https://www.centrepompidou.fr/fr/programme/agenda/evenement/c5eRpey>
- <https://www.chelwest.nhs.uk/>
- <https://convention.visitberlin.de/de/meetingguideberlin/locations/deutsches-spi-onagemuseum>
- <https://www.derbymuseums.org/>
- <https://dimoda.art>
- <https://www.duden.de/>
- <http://futureofmuseums.blogspot.ch/2012/04/experience-design-future-of-third-place.html>
- <https://www.granby4streetslct.co.uk/>
- www.grandpalais.fr/fr/article/decouvrez-le-nouveau-grand-palais
- <http://happymuseumproject.org>
- <https://www.historisches-museum-frankfurt.de/>
- <https://www.hmb.ch/aktuell/ausstellungen/memobox/>
- <https://www.humboldtforum.org/de>
- <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/>

2 Alle angegebenen Links wurden am 21.09.2021 geprüft.

www.ixdm.ch/portfolio/ubiquitous-computing
<https://www.kunstforum.de/nachrichten/kunst-trifft-vision/>
<https://www.liverpoolmuseums.org.uk/museum-of-liverpool>
<https://www.mfk.ch/austauschen/digitaler-besuch/360-grad-rundgang-ganzes-museum> (Stand. 12.01.2022)
<https://mitpress.mit.edu/books/participation>
<https://www.museumix.org/>
<https://www.museumnext.com/article/visitor-centered-museums-practice-future/>
<https://www.museum4punkto.de/>
<https://www.museumsassociation.org/>
<https://www.museumsassociation.org/campaigns/museums-change-lives/>
<https://www.museumsbund.de/>
<https://www.nationalmuseum.ch/de>
www.oxforddictionaries.com
<https://www.rostmuseum.ru/>
<https://www.srf.ch/play/tv/kulturplatz/video/the-square-kunst-als-gesellschaftlich-moralische-katastrophe?urn=urn:srf:video:ef6c7ab2-5085-4529-9b9a-60115eb47cca>
<https://www.technorama.ch/de/home>
<https://www.thequeenandthecrown.com/view>
<https://vimeo.com/125571640> [ATENEUM 3.0]
www.virtualhelsinki.fi
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/edutainment-35739> [Art.: Edutainment]
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/gamification-53874> [Art.: Gamification]
<https://www.youtube.com/watch?v=gp-6LQG67NU> [Nora Sternfeld: Das radikale Museum]
<https://www.youtube.com/watch?v=pnnaXO5tYcQ> [Lath Carlson: Museums 3.0 – Museum as Resource]
www.zpk.org/de/kunstvermittlungkindermuseum-creaviva/kindermuseum-creaviva/freizeit/interaktive-ausstellung-64.html

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: Neubau St. Johann, <https://architekturbasel.ch/wettbewerb-naturhistorisches-museum-basel-und-staatsarchiv-basel-stadt>
- Abb. 2: Entwicklung Museumskonzepte
- Abb. 3: Grundriss *Archäologie Schweiz*, Atelier Brückner, Stuttgart
- Abb. 4: Innenbereich Museum und Signaletik, Foto Julia Büchel, 5.12.2017
- Abb. 5: Signaletik, Foto Julia Büchel, 5.12.2017
- Abb. 6: Ausstellungseingang, Foto Julia Büchel, 5.12.2017
- Abb. 7: Blick durch den Ausstellungsraum © Schweizerisches Nationalmuseum
Atelier Brückner, Foto Daniel Stauch
- Abb. 8: Farbkonzept der Ausstellung, Atelier Brückner, LMZ, S. 40
- Abb. 9: Musée de l'Ethnografie Genève, <https://www.swiss-architects.com/fi/projects/view/meg-musee-d-ethnographie-de-geneve>, Foto Daniel Stauch
- Abb. 10: Musée de l'Histoire Naturelle Lausanne, Foto Julia Büchel, 26.08.2018
- Abb. 11: Zoom auf Objekte, <https://www.museumcamp.ch/past-camps#camp-2>
- Abb. 12: Entwicklung Raumbilder, Atelier Brückner, LMZ, S. 110.
- Abb. 13: Raumbilder – von der Skizze zur Ausführung © Schweizerisches Nationalmuseum. Atelier Brückner, Foto Daniel Stauch
- Abb. 14: Raumbilder – von der Skizze zur Ausführung © Schweizerisches Nationalmuseum. Atelier Brückner, Foto Daniel Stauch
- Abb. 15: Grafik, Foto Julia Büchel, 5.12.2017
- Abb. 16: Spiegelung, © Schweizerisches Nationalmuseum. Atelier Brückner, Foto Daniel Stauch
- Abb. 17: Hörspielvitrine © Schweizerisches Nationalmuseum. Atelier Brückner, Foto Daniel Stauch
- Abb. 18: Hörspielvitrine; © Schweizerisches Nationalmuseum. Atelier Brückner, Foto Daniel Stauch
- Abb. 19: Hörspielvitrine; Foto Julia Büchel, 5.12.2017
- Abb. 20: »Natura« © Schweizerisches Nationalmuseum. Atelier Brückner, Foto Daniel Stauch

Abb. 21–22: Interaktive Tische in ›Natura‹, Foto Julia Büchel, 5.12.2017

Abb. 23–24: ›Natura‹ © Schweizerisches Nationalmuseum. Atelier Brückner, Foto Daniel Stauch

Abb. 25: Interaktive Tische in ›Natura‹, Foto Julia Büchel, 5.12.2017

Abb. 26: ›Terra‹ © Schweizerisches Nationalmuseum. Atelier Brückner, Foto Daniel Stauch

Abb. 27: Materialien, Atelier Brückner, LMZ Archäologie Schweiz, S. 34f.

Abb. 28–29: Kommunikationsmittel, <https://www.museumcamp.ch/past-camps#camp-2>

Abb. 30: Grundrisse *Kernaussstellung im Museum für Kommunikation*, Grundrisspläne Kossmann De Jong, zur Verfügung gestellt vom Museum für Kommunikation, Bern

Abb. 31: Werbekampagne Museum für Kommunikation Bern, <https://www.persoenlich.com/kategorie-werbung/relaunch-setzt-auf-vielseitigkeit>

Abb. 32: Animation; Foto Julia Büchel, 5.9.2017

Abb. 33: Einstieg in die Ausstellung, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 34: Einstiegsraum, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 35: Log-in, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 36: Raumbild »Labor«, Foto Julia Büchel, 5.9.2017

Abb. 37: Raumbild, »Tools«, Foto © Museum für Kommunikation / Beat Schweizer

Abb. 38: Raumbild: ›Mémoire‹, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 39: Raumbild »Data-Center«, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 40: Raumbild, Quelle: <https://www.mfk.ch/medien/medienbilder-16012019>, Foto © Museum für Kommunikation / Beat Schweizer

Abb. 41: Raumbild »Theorie«, Foto Julia Büchel, 5.9.2017

Abb. 42: »Tools«, Foto Julia Büchel, 5.9.2017.

Abb. 43: Erdgeschoss, Foto: Julia Büchel, 12.12.2019

Abb. 44: 1. Untergeschoss, Foto Julia Büchel, 5.9.2017

Abb. 45: Zwischenraum Mémoire, Foto Julia Büchel, 5.9.2017

Abb. 46: Daten-Center, Foto Julia Büchel, 19.8.2017

Abb. 47: Treppe in das 2. Untergeschoss, Foto Julia Büchel, 19.8.2017

Abb. 48: Chronologie, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 49: Log-in Station, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 50: Station »La Vie«, Foto Julia Büchel, 5.9.2017

Abb. 51: »Tools«, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 52: »Tools«, Foto Julia Büchel, 12.12.2017

Abb. 53: »Tools«, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 54: »Film-Karaoke«, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

Abb. 55: Überlagerungen, Foto Julia Büchel

Abb. 56: Unterschiedliche Ebenen, Foto Julia Büchel, 5.9.2017

Abb. 57: Objekte Rampe, Foto Julia Büchel, 4.6.2021

- Abb. 58: Station »My Museum«, Foto Julia Büchel, 5.9.2017
- Abb. 59: Data-Center, Foto Julia Büchel, 5.9.2017
- Abb. 60: Station »Schattenseiten«, Foto Julia Büchel, 4.6.2021
- Abb. 61: Zweites Untergeschoss, Foto Julia Büchel, 4.6.2021
- Abb. 62: Check-up, Quelle: <https://www.mfk.ch/medien/medienbilder-16012019>, © Museum für Kommunikation, Foto: Thijs Wolzak
- Abb. 63: »Change«, Foto Julia Büchel, 5.9.2017
- Abb. 64: Timeline, Foto Julia Büchel, 4.6.2021
- Abb. 65: Station »Multi-Tasking«, Foto Julia Büchel, 19.8.2017
- Abb. 66: »Change«, Roboter, Foto Julia Büchel, 5.9.2017
- Abb. 67: Station »Log-out«, Foto Julia Büchel, 19.8.2017
- Abb. 68: Baum, Foto Julia Büchel, 05.09.2017
- Abb. 69: Station »Theorie«, Foto Julia Büchel, 19.8.2017
- Abb. 70–72: Analoge Interaktion, Foto Julia Büchel, 5.9.2017
- Abb. 73–74: Digitale Interaktion, Foto: Beat Schweizer, <https://www.kossmanndejong.nl/project/museum-fur-kommunikation/>
- Abb. 75: Kommunikatoren, Foto: Beat Schweizer
- Abb. 76: Grundriss Ausstellung GROSS, PDF und Handskizzen von Béatrice Voirol, Kuratorin Museum der Kulturen Basel
- Abb. 77: Ausstellungswerbung, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016–31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 78: Signaletik, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016–31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 79: Blick in die Ausstellung, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016–31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 28.11.2017
- Abb. 80: Einführung in die Ausstellung, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016–31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 03.10.2017
- Abb. 81: Übergänge, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016–31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 85: Vierter Raum, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016–31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 86: Erster Raum, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016–31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 87: Erster Raum, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016–31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 88–89: »Groß-größer-am größten«, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016–31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 28.11.2017

- Abb. 91: Interaktion für Kinder, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 92: Station »Norm-Grössen«, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 93: Blick in die Ausstellung, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 28.11.2017
- Abb. 94: Station »Alpha«, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 95: Station, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 96: Station »Lange Schatten werfen«, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 28.11.2017
- Abb. 97: Station »Ungeheuer Groß«, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 28.11.2017
- Abb. 98: Maske in »Ungeheuer Groß«, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 28.11.2017
- Abb. 99: »Das große Abenteuer«, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 100: Objekt, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 28.11.2017
- Abb. 101: »Vermessene Grösse«, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 28.11.2017
- Abb. 102: Kommunikationsmittel, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 3.10.2017
- Abb. 103: Zweiter Raum, Ausstellung GROSS – Dinge Deutungen Dimensionen, Museum der Kulturen Basel, 1. Juli 2016-31. Mai 2021, Foto Julia Büchel, 28.11.2017
- Abb. 104: Stapferhaus Lenzburg, Heimatschein Stapferhaus, Schlussbericht Lookbook, S. 49, https://stapferhaus.ch/media/documents/Stapferhaus_HEIMAT_Schlussbericht_Lookbook.pdf
- Abb. 105: Immersion, Foto: TAMSCHICK MEDIA + SPACE

- Abb. 106: »Expedition Titanic«, <https://www.atelier-brueckner.com/de/projekte/expedition-titanic>
- Abb. 107: »Weltuntergang«, https://www.google.com/search?q=weltuntergang,+naturhistorisches+museum+bern&client=firefox-b-d&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiThZ2Az_XjAhUGQUEAHUZ6BvoQ_AUIESgC&biw=1165&bih=740&dpr=2
- Abb. 108: Orientierung über ein Thema, <https://iart.ch/de/-/i-factory-dauerausstellung-im-verkehrshaus-der-schweiz>
- Abb. 109: Flexibilität, Foto Julia Büchel, 5.9.2017
- Abb. 110: Fotografie Sebastian Weindel, Kunsthalle Mannheim, <https://www.sebastian-weindel.de/>
- Abb. 111: Öffnung der Museen, Yoga im Museum: © Bernisches Historisches Museum, Bern. Foto: Christine Moor
- Abb. 112: Außenraum Museum für Kommunikation Bern, Foto Julia Büchel, 4.6.2021
- Abb. 113: Spider-Diagramm
- Abb. 114-116: Vergleich der Fallstudien im Spider

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Museumskonzepte und Ausstellungen

Tab. 2: Zusammenstellung des Umgangs mit gesellschaftlicher Einbindung der drei Fallstudien

Tab. 3: Anforderungen an Repräsentation

Tab. 4: Anforderungen an Partizipation

Tab. 5: Anforderungen an Zugänglichkeit

Tab. 6: Zuordnung Ausprägungen Zugänglichkeit

Museum



schnittpunkt, Joachim Baur (Hg.)

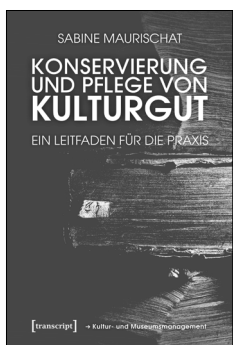
Das Museum der Zukunft

43 neue Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums

2020, 320 S., kart.,
Dispersionsbindung, 2 SW-Abbildungen, 55 Farbabbildungen
29,00 € (DE), 978-3-8376-5270-3

E-Book:

PDF: 25,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5270-7



Sabine Maurischat

Konservierung und Pflege von Kulturgut

Ein Leitfaden für die Praxis

2020, 208 S., kart.,
Dispersionsbindung, 57 Farbabbildungen, 15 SW-Abbildungen
29,00 € (DE), 978-3-8376-4914-7

E-Book:

PDF: 21,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4914-1



Anna Greve

Koloniales Erbe in Museen

Kritische Weißseinsforschung
in der praktischen Museumsarbeit

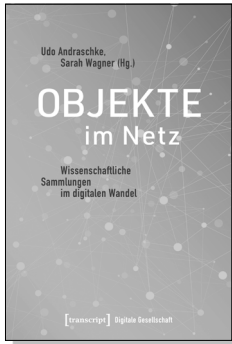
2019, 266 S., kart.,
Dispersionsbindung, 23 SW-Abbildungen, 4 Farbabbildungen
24,99 € (DE), 978-3-8376-4931-4

E-Book:

PDF: 21,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4931-8

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

Museum



Udo Andraschke, Sarah Wagner (Hg.)

Objekte im Netz

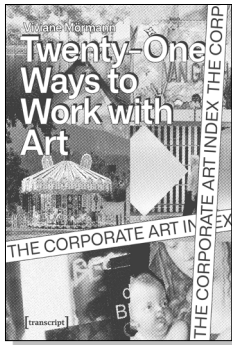
Wissenschaftliche Sammlungen im digitalen Wandel

2020, 336 S., kart.

30,00 € (DE), 978-3-8376-5571-1

E-Book: kostenlos erhältlich als Open-Access-Publikation

PDF: ISBN 978-3-8394-5571-5



Viviane Mörmann

The Corporate Art Index

Twenty-One Ways to Work With Art

2020, 224 p., pb.

35,00 € (DE), 978-3-8376-5650-3

E-Book:

PDF: 34,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5650-7



Susanne Gesser, Nina Gorgus, Angela Jannelli (Hg.)

Das subjektive Museum

Partizipative Museumsarbeit
zwischen Selbstvergewisserung
und gesellschaftspolischem Engagement

2020, 234 S., kart., Dispersionsbindung, 8 Farbabbildungen

28,00 € (DE), 978-3-8376-4286-5

E-Book:

PDF: 24,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4286-9

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

