

PATRICIA MUNRO

Brückenschlag zwischen Museen und ihren Besuchern mittels Vorab-Evaluation

Wenn im Frühjahr das Schmelzwasser die Zugspitze herabfließt, bahnt es sich als Wildbach seinen Weg durch den schmalen Höllentalklamm. Dabei strömt es mal über riesige Felsen, mal zwängt es sich durch enge Gesteinsritzen, bevor es tosend ins Tal rauscht.

Stellen Sie sich nun vor, Sie sind mit einer Gruppe von Bergwanderern um diese Zeit im Höllentalklamm unterwegs. Schließen Sie die Augen und vergegenwärtigen Sie sich die großartige Alpenlandschaft rings um Sie herum. Hören Sie den reißenden Wildbach durch die enge Schlucht herabtosen? Der Lärm des Wassers ist so laut, daß Sie sich mit Ihren Kameraden kaum verständigen können.

In gewissem Sinne kann man dieses beeindruckende Naturschauspiel mit der Kommunikation zwischen den wissenschaftlichen Mitarbeitern eines Museums und seinem Publikum vergleichen: Die Menschen suchen unsere Institutionen in ihrer Freizeit auf, und unsere einzigartigen Sammlungen von Objekten und wie sie präsentiert und interpretiert werden – ob in Form einer Ausstellung oder eines öffentlichen Veranstaltungsprogramms – bietet eine einzigartige Begegnung. Zudem erlebt und erfährt jeder Besucher das Gebotene und das Museum selbst aus seiner ganz persönlichen Perspektive. Aber hierbei können auch Hindernisse auftreten, welche den »Dialog«, den wir mit den Besuchern in Gang setzen wollen, erschweren. Trotz jahrelanger hervorragender wissenschaftlicher Arbeit kann ein Museum sein Wissen, seine Bot-

schaft oft nicht wirksam bzw. nachhaltig vermitteln. Woran liegt das? Analog zu dem tosenden Lärm des Gebirgsbaches wird es dem Besucher oft erschwert, unsere Botschaft zu »hören«, d.h. sie zu empfangen, geschweige denn sie aufzunehmen und zu begreifen. Die Vorab-Evaluation (auch: Front-End-Evaluation) ist eine Methode, mit der Museums-Fachleute wertvolle Informationen sammeln und die Kommunikation mit ihren Besuchern verbessern können. Die Evaluation bietet eine Art Forum, die einen echten Dialog zwischen dem Museum und seinem Publikum ermöglichen kann.

Eine grundlegende Voraussetzung hierfür ist, daß sich eine Institution zunächst einen Überblick über ihr potentielles Zielpublikum verschafft. Diese Informationen bilden den Ausgangspunkt jeglicher besucherorientierter Bemühungen und Aktivitäten. Je mehr ein Museum über seine Besucher (und auch über seine Nichtbesucher) in Erfahrung bringen kann, desto besser wird es deren Erwartungen verstehen und sich auf ihre Bedürfnisse und Vorlieben einstellen können. Auf diese Weise läßt sich eine Ausstellung zielgerechter und damit für die Besucher wirkungsvoller und lohnender gestalten. Die Basis solcher Besuchererhebungen bilden soziodemographische Daten (z.B. Alter, Geschlecht, Beruf, Bildungsstand, Einkommensgruppe, Wohnort). Im Idealfall werden diese Angaben über eine repräsentative Zeitperiode hinweg gesammelt, um alle Jahreszeiten und Wochentage zu erfassen.¹

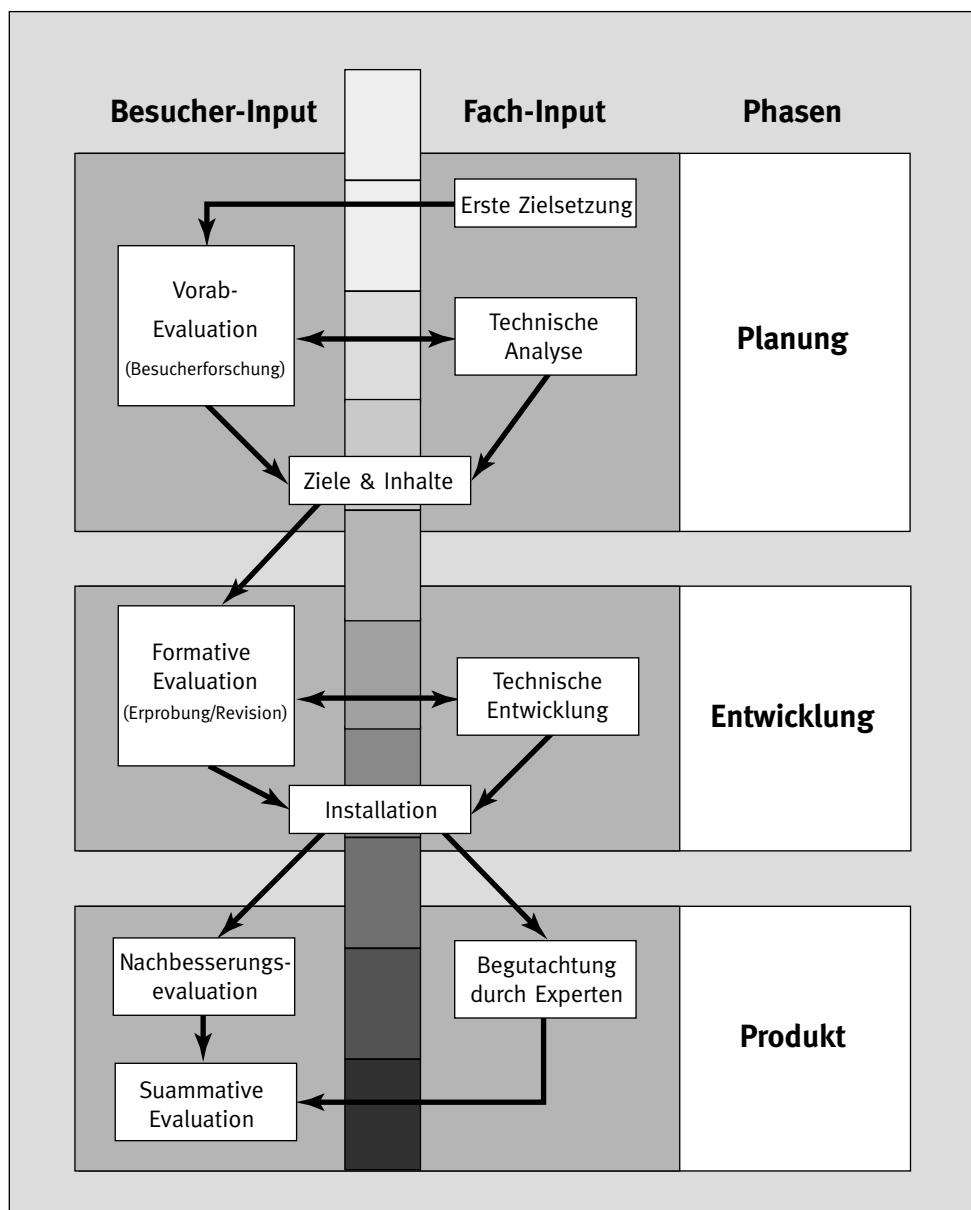
Zur Ergänzung dieser soziodemographischen Angaben plädieren viele Forscher für die Erhebung psychographischer Daten. Dabei geht es um die Antwort auf Fragen folgender Art: Wie häufig werden Museen/Ausstellungen besucht, welche Interessen sind vorhanden, welche Freizeit-Aktivitäten werden bevorzugt; welche Wichtigkeit wird Museumsbesuchen innerhalb der Familie beigemessen, wie hoch ist der Wissensstand in bezug auf das geplante Thema bzw. das Verfahren; gab es in der Gemeinde, in der der/die Betreffende aufwuchs, Museen (»kulturelle Vergangenheit«) etc. (Dierking/Pollock 1998)?² Auf der Grundlage dieser demographischen und psychographischen Daten gewinnen Museen ein besseres Verständnis für die Erwartungen ihres Publikums an eine Ausstellung.

Vor der Darlegung der Vorab-Evaluation als »Brückenschlag« zwischen einem geplanten Ausstellungsprojekt und seinen potentiellen Besuchern soll hier zunächst ein allgemeiner Überblick über die Methode der Evaluation gegeben werden.

Über den Einsatz der Evaluation bestehen im Museumsbereich viele falsche Vorstellungen. Schon der Begriff selbst birgt ein grundlegendes Mißverständnis: Er impliziert, daß hier etwas als »gut« oder »schlecht« bewertet wird. Museumsfachleute sollten »Evaluation« aus einer anderen Perspektive betrachten. Sie sollten sie als eine Methode begreifen, die ihnen konstruktive Informationen liefert, Ausstellungen besucherorientierter und damit erfolgreicher zu gestalten – und deren Effizienz in bezug auf die gesteckten Ziele zu erhöhen. Ein weiteres, weit verbreitetes Mißverständnis besteht in der Annahme, daß eine Evaluation erst **nach** der Fertigstellung einer Ausstellung stattfindet. Sowohl eine Vorab- als auch eine Formative Evaluation werden jedoch bereits in den **frühen** Planungsphasen durchgeführt. Durch Evaluationen lassen sich bereits im Vorfeld der Realisierung einer Ausstellung wertvolle Einblicke und Anregungen gewinnen, die das Ausstellungskonzept/-design rechtzeitig positiv beeinflussen können (siehe Abbildung 1). Hinzu kommt, daß viele Museumsfachleute nach eigenem Bekunden keine Evaluationen durchführen, weil diese angeblich viel zu teuer seien. Dieser Einwand wurde von einem Museumsdirektor stichhaltig entkräftet. Er bestätigte zwar aus langjähriger Erfahrung, daß Evaluationen Zeit und Geld kosten – aber er vertrat die feste Überzeugung, daß Evaluationen seinem Museum letztlich sogar **Geld sparen**, da ineffektive Ausstellungskonzepte und teure Fehlentscheidungen auf diese Weise als solche erkannt und entsprechend modifiziert werden können, bevor es zu spät (und das Geld ausgegeben) sei (Friedman 1993). Es existiert noch eine weiteres gängiges Vorurteil: daß eine Evaluation von **jedermann** durchgeführt werden könne. Auch dies trifft nicht zu. Eine Evaluation muß, wie jede andere wissenschaftliche Tätigkeit im Museum, einem erfahrenen Fachmann (oder einer Fachfrau) anvertraut werden, der/die nicht nur mit der einschlägigen Literatur, sondern auch mit dem Einsatz qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden vertraut ist.

Welche Vorteile kann eine Evaluation Ausstellungsplanern und -designern bieten? Chandler Screven, einer der Pioniere in der praktischen Anwendung von Evaluation im Museumsbereich, bezeichnet sie als einen »Prozeß zur Erlangung von Informationen über die Besucher – Informationen, welche letztlich die Wirkung der Ausstellung und ihrer interpretativen Komponenten auf das Verhalten bzw. die Interessen der Besucher positiv beeinflussen und damit die Fähigkeit der Ausstellung, mit ihren Besuchern zu

Abbildung 1: Evaluationsprozeß für Ausstellungen



kommunizieren, verbessern können« (Screven 1990). Zu den Aufgaben einer Evaluation gehört das Formulieren von Forschungs-

fragen, die Erfassung von Informationen mittels systematischer Verfahren und die Analyse der erhobenen Daten auf signifikante Muster und Zusammenhänge. Anhand dieser Informationen können sich potentielle Probleme bzw. Schwachpunkte abzeichnen, die dann bereits in der Frühphase der Ausstellungsentwicklung gelöst bzw. behoben werden können. Insofern dient eine Evaluation Ausstellungsmachern als ein Instrument, um ihre potentiellen Besucher besser kennenzulernen und Wege und Möglichkeiten zu sondieren, diese gezielter und effektiver zu erreichen.

Welche konkreten Vorteile hat eine Vorab-Evaluation nun in der täglichen Praxis? Von allen Evaluationsformen hat sie am eindeutigsten einen **präventiven** Charakter. Sie ermöglicht es dem Museum, die Dinge »mit den Augen der Besucher zu sehen« und dient somit als Quelle von Informationen aus dem **Blickwinkel des Publikums**. Wer für diese »andere« Perspektive ein geschärftes Bewußtsein entwickelt, kann »das, was wir dem Publikum präsentieren und diejenigen, die dieses Publikum repräsentieren, signifikant besser aufeinander abstimmen« (Shettel 1992). Diese Art der Evaluation verschafft Museumsfachleuten ein klareres Bild darüber, aus welchen Perspektiven andere Menschen das jeweilige Thema betrachten. Zudem liefert eine Vorab-Evaluation hilfreiche Anregungen im Hinblick auf die Entwicklung von Ausstellungen, die mit den Besuchern **wirkungsvoll** kommunizieren. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen können die Bemühungen des Museums um die Verwirklichung seiner Vision und seines Bestimmungszwecks/ seiner öffentlichen Verpflichtung ergänzen und unterstützen. Insofern kann eine Vorab-Evaluation nicht nur die Planung einer bestimmten Ausstellung positiv beeinflussen, sondern gleichzeitig als wertvolles Management-Instrument für fundierte Entscheidungen im gesamten Museumsbereich dienen.

Inwiefern unterscheidet sich eine Vorab-Evaluation von einer Formativen Evaluation und einer Summativen Evaluation? Nun, sie betrifft noch nicht die praktischen Aspekte einer Ausstellung – z.B. die Lesbarkeit von Texten oder die Wirksamkeit eines Exponats im Hinblick auf die erklärten Zielsetzungen – sondern wird bereits im Stadium der ersten Ideen und der frühen Konzepterarbeitung eingesetzt, also noch vor dem Entwurf von Lösungsversuchen. Sie bietet eine Möglichkeit, die Grundsätze einer Ausstellung während des gesamten Entwicklungsprozesses konstruktiv zu hinterfragen. Die während einer Vorab-Evaluation gesammelten Informationen betreffen den Wissensstand, die Interessen und

Einstellungen potentieller Besucher sowie eventuell vorhandene Vorurteile oder Klischees bzw. Mißverständnisse oder Fehlinformationen in bezug auf ein bestimmtes Thema. Zudem bietet sie Experten ein Forum, um ihre persönlichen Vorstellungen und Annahmen in bezug auf ein Thema zu überprüfen!

Harris Shettel, ein früher Verfechter der Vorab-Evaluation, betont, daß diese Art der Evaluation Ausstellungsplanern »spezifische Informationen liefert, welche es ihnen ermöglichen, die zu vermittelnden Lerninhalte auf kognitiver wie auf affektiver Ebene von vornherein gezielter auf das potentielle Publikum abzustimmen«. Auf kognitiver Ebene muß bei einer Vorab-Evaluation die Frage gestellt werden: »Wie **bereit** ist der Besucher, sich mit dem Thema, das wir ihm nahebringen wollen, geistig auseinanderzusetzen?« Auf affektiver Ebene muß die Frage lauten: »Wie **interessiert** ist der Besucher daran, etwas über das Thema, das wir ihm vermitteln wollen, zu erfahren?«

Mittels einer Vorab-Evaluation können potentielle Probleme eines vorläufigen Ausstellungskonzeptes aufgedeckt werden, bevor Entscheidungen getroffen werden, die sich nicht mehr rückgängig machen lassen. So stellte sich während der Planung einer Ausstellung über das Thema »Globale Erwärmung« im Zuge der Vorab-Evaluation heraus, daß die Besucher irrigerweise davon ausgingen, »die globale Erwärmung« würde durch »das Ozonloch« verursacht. Von dieser Fehlvorstellung hatten die Ausstellungskonzeptionen vor der Evaluation keine Ahnung gehabt, aber dank dieser rechtzeitig gewonnenen Erkenntnis wurde klar, daß die Ausstellung den Besuchern zusätzliche Informationen liefern mußte, damit diese beiden Themen sinnvoll vermittelt werden konnten. Daraufhin wurde das ursprüngliche Ausstellungskonzept (bei dem man unbesehen davon ausgegangen war, daß den Besuchern der Unterschied zwischen der globalen Erwärmung und dem Ozonloch bekannt war) entsprechend abgeändert und somit vermieden, daß die Besucher diese beiden Umwelterscheinungen in einen falschen Zusammenhang brachten. So ließen sich dank der Vorab-Evaluation wertvolle Design-Entwicklungszeit und/oder teure Investitionen in Ausstellungs-Prototypen vermeiden.

Eine Vorab-Evaluation liefert besucherspezifisches Feedback zu unterschiedlichen Aspekten, etwa **Erwartungen, Eindrücke und/oder Vorstellungen seitens der Besucher in bezug auf ein bestimmtes Ausstellungsthema**. Während der Planung einer Ausstellung über »Festmüll« stellte sich z.B. im Rahmen der Vor-

ab-Evaluation heraus, daß »die Leute im allgemeinen die Verantwortung für Müll woanders sahen, nur nicht bei sich selbst ... die meisten erwarteten von der Ausstellung praktische Informationen und Vorschläge, und in allererster Linie eine »Anti-Umweltverschmutzungs-Botschaft«; am häufigsten tauchte der Begriff ›Recycling‹ auf« (Dierking / Pollock 1998: 109ff.).

Eine Vorab-Evaluation kann auch dazu beitragen, den **Wissensstand** der potentiellen Besucher, ebenso wie ihre »populären Vorstellungen« bzw. **Vorurteile und Klischees** in bezug auf ein ausgewähltes Ausstellungsthema zu sondieren. Im Rahmen der Vorbereitung eines neuen Ausstellungsraumes ermittelte ein großes Museum, was Schulkinder über Dinosaurier wußten und welche Vorstellungen sie mit dem Thema verbanden. Die Ergebnisse dieser Vorab-Evaluation ergaben, daß »8-12jährige Schüler Dinosaurier für Kaltblüter hielten und der Meinung waren, alle großen Tiere im Mesozoikum seien Dinosaurier gewesen und daß diese schwerfällig und stupide waren« (Dierking / Pollock 1998: 94ff.).

Mit einer Vorab-Evaluation läßt sich auch ausloten, ob seitens des Publikums generell **Interesse an einem bestimmten Thema** besteht, wie stark das Interesse ist, etwas über **bestimmte Aspekte eines Themas** zu erfahren, und welche **Präsentationsformen** die Besucher am ehesten ansprechen würden. Während der Besucher-Interviews, die während der Vorab-Evaluation zu der Ausstellung »Verflixt Schönheit« durchgeführt wurden, erhielten die Ausstellungsplaner nicht nur die Bestätigung, daß das Thema »Gesundheit und Schönheit« auf reges Publikumsinteresse stoßen würde, sondern sammelten zudem wertvolle Impulse und Vorschläge für weitere Konzepte und Themenbereiche, die in das Ausstellungskonzept eingebunden werden konnten (Noschka-Roos 1993).

Im Rahmen einer Vorab-Evaluation kann auch das **Nicht-Vorhandensein von Kenntnissen** ermittelt werden, die für das Verständnis der Ausstellungs-Botschaft jedoch unverzichtbar sind. Die Vorab-Evaluation zu einer Ausstellung über Kernfusion ergab, daß »nur knapp die Hälfte der Besucher wußte, daß Atome bzw. deren Komponenten die Grundbausteine der Materie darstellen; sie verwechselten Atome mit Zellen. Die Leute hatten zwar schon einmal etwas von »Fusion« und »Spaltung« gehört, konnten diese Begriffe aber weder definieren, noch erläutern« (Dierking / Pollock 1998: 98).

Und last, but not least kann eine Vorab-Evaluation hilfreiche **Aufschlüsse über die Beweggründe** liefern, die Besucher dazu

motivieren, eine Ausstellung zu besuchen – und welche Wirkung sie möglicherweise auf die Besucher hat. Bei der Planung einer Ausstellung über »Quallen« im Monterey Bay Aquarium (Kalifornien) ergab sich aus der Vorab-Evaluation, daß unter den Befragten die »weitverbreitete Ansicht herrschte, Quallen seien wertlose glibbrige Dinger, oder aber gefährliche Lebewesen, denen man am besten aus dem Weg geht«. Die Ausstellungsplaner mußten sich also etwas einfallen lassen, um die Besucher für das Thema zu erwärmen. Während der Evaluationsstudie ergab sich dann das Leitthema »Schönheit« als der vielversprechendste Ansatz für die Entwicklung dieser Ausstellung« (Dierking/Pollock 1998: 89).

Die Ausstellung »Verflixte Schönheit« bot eine ausgezeichnete Fallstudie im Hinblick auf den praktischen Einsatz der Vorab-Evaluation als Instrument der Ausstellungsplanung.³ Im Zuge der Planung für diese Ausstellung wurde eine intensive Vorab-Evaluation durchgeführt mit dem Ziel, eine Bewußtsein für Gesundheit schaffende Ausstellung zu konzipieren, welche die Wechselbeziehungen zwischen den Themen »Schönheit« und »Gesundheit« herausstellen sollte. Das Thema »Gesundheit« sollte auf ganzheitliche Weise dargestellt werden, d.h. unter Einbeziehung der damit verknüpften physischen, als auch psychologischen und sozialen Aspekte. Auf der Basis einer interdisziplinären Studie wurde zunächst ein vorläufiges Ausstellungskonzept erarbeitet. Im Rahmen mehrerer strukturierter Interviews und Fokus-Gruppen-Gesprächsrunden wurde dieses Konzept dann mit Vertretern der potentiellen Zielgruppe sowie mit Fachexperten diskutiert. Weitere Informationen und Erkenntnisse ergaben sich aus Einzel- und Gruppenbefragungen von Laien (Männer und Frauen aus unterschiedlichen Altersgruppen). Und schließlich wurden in Fokus-Gruppen Sachverständige aus den Bereichen »Schönheit« und »Gesundheit« zusammengeführt, die ihr jeweiliges Fachwissen zum Thema einbrachten. Die Ergebnisse dieser Vorab-Evaluation ermöglichten es dem Ausstellungsteam, ein endgültiges Ausstellungskonzept zu formulieren. Ohne diese Studien hätte die Ausstellung »Verflixte Schönheit« sicherlich ein anderes Profil erhalten – dies ergab sich eindeutig sowohl aus der Schwerpunktverlagerung auf bestimmte Themen, die letztlich für die Ausstellung ausgewählt wurden, als auch aus der Art und Weise, wie diese Themen in der Ausstellung gestalterisch umgesetzt wurden. Wer sich mit dieser Fallstudie eingehender befassen möchte, kann die zur Ausstellung erschienene Dokumentation anfordern.⁴

► Brückenschlag mittels Vorab-Evaluation

Wie das oben beschriebene Ausstellungsprojekt veranschaulicht, liefert eine Vorab-Evaluation Einblicke in die Sichtweise des potentiellen Zielpublikums, welche von den Ausstellungsplanern bereits im ersten Planungstadium einbezogen werden kann. Die Vorab-Evaluation ist aber auch in anderen Bereichen eines Museums einsetzbar, die ebenfalls von Rückkopplungen mit dem Zielpublikum profitieren können. Im Fall der Ausstellung »Verflixte Schönheit« wurde die Vorab-Evaluation genutzt, um schon im Vorfeld zu erfahren, wie potentielle Besucher auf eine Auswahl geplanter Ausstellungstitel und deren Logos reagieren würden. Diese Informationen lieferten wertvolle Hinweise und erleichterten die endgültige Auswahl von Titel und Logo der Ausstellung. In der folgenden Kurzbeschreibung der Vorgehensweisen sollen Wert und Bedeutung einer solchen begleitenden Vorab-Evaluation veranschaulicht werden.

Die Ergebnisse der Vorab-Evaluation bestätigten, daß zwischen den Erwartungen, der Zielgruppe in bezug auf eine Ausstellung zum Thema »Schönheit« und den Intentionen der Ausstellungsplaner eine Diskrepanz bestand. Das Projektteam wollte durch Titel und Logo der Ausstellung eine eindeutige Aussage vermitteln: »Wer schön sein will, muß nicht leiden ... Lust an einer pluralistischen Schönheit«. Mit anderen Worten, es galt unter allen Umständen jegliche Assoziationen mit den gängigen Stereotypen und Klischees zu vermeiden, die bei dem Thema »Schönheit« allzu häufig geweckt werden. Titel und Logo sollten den Besucher vielmehr dazu animieren, sich auf eine Ausstellung einzustellen, die das Thema »Schönheit« nicht in der üblichen Weise darstellen würde, wie er es tagtäglich erlebt.

Während einer 30minütigen Brainstorming-Sitzung wurden vom Projektteam 45 Vorschläge für mögliche Ausstellungstitel entwickelt. Mit Blick auf die Zielsetzung der Ausstellung wurden die vier besten ausgewählt:

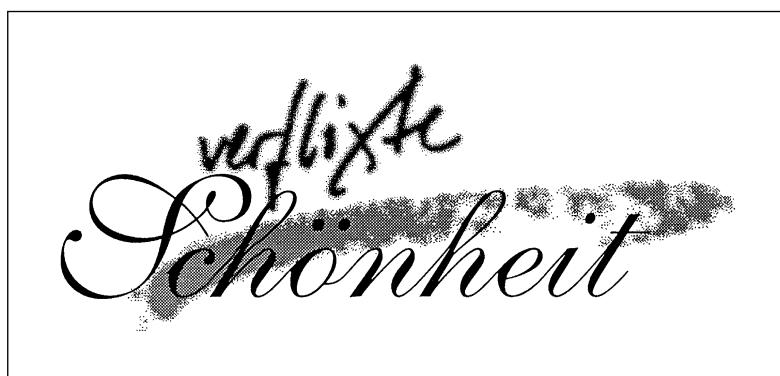
- »Schönheit: Lust und Last«
- »Sein und Schein«
- »Verflixte Schönheit«
- »Echt schön – schön echt«

Diese Titel dienten als Grundlage für eine Vorab-Evaluation »im Schnellverfahren«, die in der Fußgängerzone in der Münchner In-

nenstadt durchgeführt wurde. Dabei wurden rund 50 Passanten die folgenden Fragen gestellt:

- 1) »Stellen Sie sich bitte Ausstellungsplakate vor mit folgenden Titeln. Welcher Titel spricht Sie so an, daß Sie auf die Ausstellung neugierig würden?«
- 2) »In der Ausstellung soll gezeigt werden, daß jeder schön sein will, daß jeder von uns seine liebe Not mit der allseits erwünschten Schönheit hat, für die man immer wieder mal ›hungert‹ oder sich anderen Torturen unterzieht. Gleichzeitig ist es doch so: Wenn wir jemanden mögen, dann gefällt er oder sie uns in jedem Fall – und wenn wir uns wohlfühlen, auch das kennt jeder, dann finden wir uns schön. Das soll in der Ausstellung angesprochen werden. Würden Sie das bei dem genannten Titel erwarten? Ja oder nein?«
- 3) »Welcher der anderen Titel würde Ihrer Meinung nach diesen Themen entsprechen?«

Abbildung 2: Entwurf des Ausstellungs-Logos



Die Befragten entschieden sich mit überwältigender Mehrheit für den Ausstellungstitel »Verflixte Schönheit«. Dieser Titel spiegelte exakt die Kernidee des Ausstellungskonzeptes wieder. Innerhalb von weniger als drei Stunden konnte also mit nur zwei Interviewern⁵ genügend Feedback eingeholt werden, um eine fundierte Entscheidung im Hinblick auf den Ausstellungstitel zu treffen. Der Titel »Verflixte Schönheit« ist ein Ergebnis dieser Vorab-Evaluierung.

► Brückenschlag mittels Vorab-Evaluation

tion; er vermochte potentiellen Besuchern den besonderen Charakter der geplanten Ausstellung unmißverständlich zu vermitteln.

Abbildung 3: Entwurf des Ausstellungs-Logos



Abbildung 4: Entwurf des Ausstellungs-Logos



Als nächster Schritt sollte sichergestellt werden, daß das Ausstellungs-Logo visuell dieselbe Funktion erfüllte. Für den Titel »Verflixte Schönheit« wurden drei Entwürfe erarbeitet (siehe Abbildungen 2 bis 5).⁶ Diese wurden insgesamt 120 Personen gezeigt und hierzu folgende Fragen gestellt:

- Welche Veranstaltung würden Sie hinter diesem Plakat vermuten?
 - Theater
 - Ausstellung

- Informationsveranstaltung
- Kabarett
- Sonstiges

Die weiteren Fragen beziehen sich nur auf jenes Plakat, bei dem eine Ausstellung vermutet wurde:

- Spricht dieses Plakat Sie so an, daß Sie auf die Ausstellung neugierig wären?
- Welche Themen vermuten Sie in der Ausstellung?
 - Es werden Schönheitsideale von gestern und heute gezeigt.
 - Es wird gezeigt, daß jeder schön sein will, daß jeder von uns seine liebe Not mit der allseits erwünschten Schönheit hat, für die man auch mal »hungert« oder sich anderen Torturen unterzieht.
 - Es wird das Thema »Masken und Kostüme« gezeigt.
 - Es wird gezeigt, daß man die sogenannte Schönheit, wie man sie üblicherweise in Illustrierten sieht, nicht so ernst nehmen soll.

Aus den Evaluationsergebnissen ging hervor, daß das »Gesicht«-Logo und die »Barockfigur« am häufigsten mit einer Ausstellung verbunden wurden. Bei über der Hälfte der Befragten lösten diese Logos Neugierde aus. Der entscheidende Faktor jedoch war die Art der Assoziationen, die die Logos bei den Befragten erweckten. Sie verbanden das »Gesicht« mit »Schönheitsidealen« (48,3 Prozent), mit »Schönheitszwängen« (55 Prozent), mit »Masken und Kostümen« (55 Prozent) und mit »Schönheit nicht so ernst nehmen« (71,7 Prozent). Die »Barockfigur« errang in allen Kategorien höhere Bewertungen (»Schönheitsideale«: 68,3 Prozent, »Schönheitszwänge«: 58,3 Prozent, »Masken und Kostüme«: 81,7 Prozent und »Schönheit nicht so ernst nehmen«: 82 Prozent). Aufgrund dieser Ergebnisse fiel die Entscheidung zugunsten der »Barockfigur« als Ausstellungs-Logo. Der hohe Prozentsatz an Assoziationen mit »Masken und Kostüme« gab dem Ausstellungsteam allerdings zu denken, so daß bestimmte Aspekte des Logos eigens modifiziert wurden, um der Figur eine modernere Anmutung zu verleihen und somit, so hoffte man, die »Kostüm«-Assoziation auszulöschen (siehe Abbildung 5).

Abbildung 5: Logo zur Ausstellung »Verflixte Schönheit«



Wie die oben dargelegten Beispiele verdeutlichen, ist die Vorab-Evaluation eine ausgezeichnete Methode, um zu dem potentiellen Zielpublikum eine Brücke zu schlagen. Die Evaluation kann dem Ausstellungsteam Informationen darüber liefern, wie die Besucher auf ein bestimmtes Thema reagieren – welches Vorwissen, aber auch welche Mißverständnisse und Vorurteile sie mitbringen, was sie sich von der Ausstellung erwarten, wie man sie erreichen, fesseln, beeinflussen kann. Unmittelbares Feedback seitens der Besucher kann auch zu einer erkenntnisreichen Hinterfragung der Effektivität eines geplanten Ausstellungskonzeptes führen. Eine Vorab-Evaluation schärft somit beim Ausstellungsteam das Bewußtsein für die Erwartungen der Besucher und fördert das Sich-Hineinfühlen-Können in deren Sichtweise. Sie liefert die Grundlage

für den Brückenschlag über die »tosenden Gewässer, die durch die enge Schlucht talwärts strömen«, eröffnet gleichsam den Dialog zwischen Ausstellungsmachern und Ausstellungsbesuchern. Das Ergebnis: Erfolgreichere und gelungenere Ausstellungen.

Praktische Erfahrungen mit der Vorab-Evaluation liefern die überzeugendsten Argumente für den Einsatz dieses Planungsinstrumentes. Wenn ein Ausstellungsteam erst einmal aus erster Hand erfahren hat, welche wertvollen Erkenntnisse und Hinweise sich mit Hilfe dieser Methode gewinnen lassen, wird es auf diese Untersuchungen im Vorfeld der Planung einer Ausstellung nie mehr verzichten wollen.

Anmerkungen

- 1 Eine Einführung in die Erhebungsmethoden bieten U. Paatsch / C. Schulze 1992.
- 2 Für eine detaillierte Beschreibung der Bedeutung psychographischer Daten im Museumsbereich siehe Falk 1998 sowie Hood 1983.
- 3 Dieses Ausstellungsprojekt und die begleitende Vorab-, Formative und Summative Evaluation wurden von der ANstiftung (Gemeinnützige Forschungsgesellschaft zur Förderung zukunftsichernder sozialer, kultureller und ökonomisch/ökologischer Maßnahmen m.b.H., München) unterstützt. Die vollständige Dokumentation zur Ausstellung »Verflixte Schönheit« (Veröffentlichungen und Videos) kann direkt bei der ANstiftung (Fax: 089-74 74 60 30) bestellt werden.
- 4 Front-End Evaluation – Ein nichtssagender Name für eine vielsagende Methode, Karlsruher Schriften zur Besucherforschung, Heft 4, Institut für Soziologie, Universität Karlsruhe, 1993, (124 Seiten) und Front-End Evaluation – Video zur Besucherforschung, ANstiftung, München, 1993, VHS, 25 Minuten.
- 5 Leiterin des Evaluations-Projektteams: Dr. Annette Noschka-Roos (München).
- 6 Die Logos wurden vom Designteam Polygon (Offenbach) entworfen, das auch die Ausstellung »Verflixte Schönheit« gestaltete.

Literatur

ANstiftung (1993): Front-End Evaluation – Video zur Besucherforschung, VHS, 25 Minuten, München.

- Dierking, L./Pollock, W. (1998): »Questioning Assumptions. An Introduction to Front-End Studies in Museums«. Association of Science-Technology Centers, Washington, DC, S. 53ff.
- Falk, J. (1998): »Visitors: Towards a Better Understanding of Why People Go to Museums«. *Museums News* (March/April 1998), S. 37-43ff.
- Friedman, A. (1993): »Convincing the Director«, *Museum Visitor Studies in the 90s*, London: Science Museum, S. 43-46.
- Hood, M. (1983): »Staying Away: Why People Choose Not to Visit Museums«. *Museums News* (April 1983), S. 50-57.
- Institut für Soziologie, Universität Karlsruhe (1993): Front-End Evaluation – Ein nichtssagender Name für eine vielsagende Methode, Karlsruher Schriften zur Besucherforschung, Heft 4.
- Noschka-Roos, A. (1993): »Wegweiser der Front-End Evaluation für die Ausstellungsplanung«. In: Institut für Soziologie, Universität Karlsruhe, Front-end Evaluation – Ein nichtssagender Name für eine vielsagende Methode, Karlsruher Schriften zur Besucherforschung, Heft 4, S. 57-103.
- Paatsch, U./Schulze, C. (1992): Besuchererhebungen selbst durchführen. Ein Werkstattbericht aus der Praxis bildungsorientierter Erhebungen an Museen, Methoden, Reichweite, Probleme, Heidelberg.
- Screven, C. (1990): »The Use of Evaluation Before, During and After Exhibit Design«. *ILVS Review: A Journal of Visitor Behavior* 1, 2, S. 36.
- Shettel, H. (1992): »Front-End Evaluation: Another Useful Tool«. *ILVS Review: A Journal of Visitor Behavior* 2, 2, S. 275-280.