

# Inhalt

---

**Verzeichnis der Grafiken, Tabellen und Fotos | 9**

**Vorwort und Dank | 11**

## **I. EINFÜHRUNG | 13**

Am Beginn eines partizipativen Zeitalters? • Partizipation – Vieldeutigkeit und normative Aufladung • Partizipation im kulturellen Bereich und speziell im Museumswesen • Konjunktur(en) • Heutige Herausforderungen für das Museumswesen • „From being about Something to being for Somebody“ und „Kultur für alle von allen“ • Zum Inhalt und Aufbau dieses Buches

## **II. PARTIZIPATIVE AUSSTELLUNGSPROJEKTE ANALYSIEREN – METHODENDISKUSSION | 31**

**II.1 Forschungsziele und Vorgehen im Gesamtüberblick | 33**

**II.2 Theoriebildung: Genese des Dimensionenmodells | 39**

**II.3 Empirische Einzelfallstudien: Auswahl, Erkenntnismittel und Vorgehen | 41**

II.3.1 Auswahl und Begründung der Fallstudienprojekte | 41

II.3.2 Ausstellungsanalyse: Exkurs über bestehende Ansätze und eigenes Vorgehen | 45

II.3.3 Befragung beteiligter MuseumsmitarbeiterInnen (leitfadengestützte Interviews) | 58

II.3.4 Befragung von TeilnehmerInnen (Online-Fragebogen) | 62

**II.4 Zusammenfassung | 66**

### **III. PARTIZIPATION – DEFINITORISCHE ANNÄHERUNG | 67**

#### **III.1 Partizipation aus sprach- und ideengeschichtlicher sowie fachspezifischer Perspektive | 69**

III.1.1 Partizipation aus etymologischer Sicht | 69

III.1.2 Partizipation aus ideengeschichtlicher Perspektive | 76

III.1.3 Partizipation aus Sicht der Soziologie und Pädagogik | 78

III.1.4 Zusammenfassung | 81

#### **III.2 Eigenes Partizipationsverständnis – oder: Definitionsvorschlag für Partizipation aus museologischer Sicht | 85**

### **IV. PARTIZIPATION IM MUSEUM – STAND DER DISKUSSION | 93**

#### **IV.1 Historischer Exkurs und aktuelle Literaturlage | 95**

#### **IV.2 Positionen I: Befürwortung von Partizipation | 101**

IV.2.1 „Museums must either become participative or disappear“ | 101

IV.2.2 Zusammenschau und Kontextualisierung | 116

#### **IV.3 Positionen II: Befürwortung unter bestimmten Bedingungen | 120**

IV.3.1 „...wann [...] Partizipation vielleicht doch Sinn machen könnte“ | 120

IV.3.2 Zusammenschau und Kontextualisierung | 131

#### **IV.4 Positionen III: Partizipationskritik | 136**

IV.4.1 „Partizipation ist [...] weder ein moralischer Wert an sich noch liefert sie eine Gewinnstrategie.“ | 136

IV.4.2 Zusammenschau und Kontextualisierung | 145

#### **IV.5 Fazit | 151**

### **V. PARTIZIPATION ANALYSIEREN | 153**

#### **V.1 Vorhandene Partizipationsmodelle | 155**

V.1.1 Kategoriale Modelle | 155

V.1.2 Prozessuale Modelle/Stufenmodelle | 160

V.1.3 Zwischenfazit | 173

V.1.4 Silke Feldhoffs Typologie für Partizipation in der Kunst | 174

V.1.5 Nina Simons Stufenmodell partizipativer Museumsarbeit | 179

## **V.2 Dimensionenmodell von Partizipation | 183**

- V.2.1 Dimension Beteiligung | 184
- V.2.2 Dimension Akteure | 208
- V.2.3 Dimension Ausstellungsgegenstand | 214
- V.2.4 Dimension Raum | 222
- V.2.5 Dimension Zeit/Prozess | 225
- V.2.6 Dimension Kommunikation und Interaktion | 231
- V.2.7 Dimension Zielsetzungen | 243
- V.2.8 Dimension Selbstverständnis | 254
- V.2.9 Eine weitere Dimension? | 258

## **VI. PARTIZIPATION IN DER PRAXIS – FALLSTUDIEN PARTIZIPATIVER AUSSTELLUNGSPROJEKTE | 259**

### **VI.1 Vorstellung Fallstudie 1: OSTEND // OSTANFANG | 261**

- VI.1.1 Ein neues Museum! – Kontextualisierung | 261
- VI.1.2 Das Projekt – Kurzüberblick | 266

### **VI.2 Vorstellung Fallstudie 2: NeuZugänge | 274**

- VI.2.1 Aller Anfang ist eine Leerstelle... – Kontextualisierung | 274
- VI.2.2 Das Projekt – Kurzüberblick | 279

### **VI.3 Vorstellung Fallstudie 3: gerhardWER? | 288**

- VI.3.1 Ungeahnte Einblicke! – Kontextualisierung | 288
- VI.3.2 Das Projekt – Kurzüberblick | 291

### **VI.4 Vergleichende Analyse der drei Projekte | 299**

- VI.4.1 Dimension Akteure | 299
- VI.4.2 Dimension Beteiligung | 307
- VI.4.3 Dimension Zeit/Prozess | 317
- VI.4.4 Dimension Kommunikation/Interaktion | 322
- VI.4.5 Dimension Ausstellungsgegenstand | 332
- VI.4.6 Dimension Raum | 337
- VI.4.7 Dimension Ziele (Teil I) und Dimension Selbstverständnis | 352
- VI.4.8 Dimension Ziele (Teil II): Motive der Teilnehmenden | 362

## VII. OUTPUT/FAZIT – PARTIZIPATION UND DIE FOLGEN | 373

- VII.1 Partizipation und Reproduktion/  
*Audience Development* | 375
- VII.2 Inklusion = Exklusion? | 383
- VII.3 *Sich-Einlassen-Können* – Partizipation als Wert  
an sich | 387
- VII.4 „Zauberwort“ Partizipation: Fauler Zauber oder echter  
Mehrwert für die Teilnehmenden? | 390
- VII.5 Mehrwert Vergegenwärtigung | 399
- VII.6 Exkurs: Partizipation aus lern- und  
motivationspsychologischer Sicht | 407
- VII.7 Museum als „*contact zone*“ und sozialer Raum durch  
Partizipation? | 413
- VII.8 Folgeerscheinungen – eine neue KuratorInnenrolle? | 420
- VII.9 Folgeerscheinungen –  
Niveaulosigkeit und Qualitätsverlust? | 428
- VII.10 Folgeerscheinungen – Zensur und Vorauswahl? | 438
- VII.11 Folgeerscheinungen – Relevant oder bedeutungslos?  
Wie empfinden BesucherInnen partizipativ  
generierte Ausstellungen? | 443
- VII.12 Nur *mehr Aufwand* oder echter *Mehrwert*? Wo profitiert  
das Museum? | 455
- VII.13 In einem anderen Modus operieren – Bruch mit dem  
„System Museum“? | 465

## VIII. AM SCHLUSS – UND DOCH NOCH LANGE NICHT AM ENDE... | 479

Paralleluniversum Partizipation • Partizipation in der Praxis • Folgen und  
Implikationen • Tendenzen und Grenzen • Was bleibt?

Literatur- und Quellenverzeichnis | 489

Übersicht und Informationen zum digitalen Anhang | 531