

→ EINLEITUNG

BEATRIX COMMANDEUR UND DOROTHEE DENNERT



Das Thema der Tagungsdokumentation kennzeichnen Schlagworte wie »Eventkultur« oder »Edutainment«. Längst ist die Vermittlungsarbeit der Museen in Veranstaltungsprogramme eingebunden, die das Publikum unterhaltsam bilden und zugleich



neue Besucherschichten für das Museum interessieren sollen.

Was unterscheidet Museumsprogramme von den Angeboten der Freizeitparks? Welche Wünsche richten heute BesucherInnen an die Museen? Fachleute aus Museen, Freizeiteinrichtungen sowie Forschung und Kulturpolitik nehmen dazu Stellung. Eine Dokumentation der Arbeitsgruppen in Bonner Museen und der Praxisbeiträge des Ideenmarktes runden den Band ab.

Die Tagung widmet sich einem Thema, das mit Schlagworten wie »Edutainment«, »Lernen im Vorbeigehen« oder »Erlebniswelten« ebenso populär wie umstritten umschrieben wird. Prof. Dr. Janbernd Oebbecke formuliert hierzu treffend: »Kulturelle Grundversorgung versus Eventkultur«; sie bilden nicht nur einen Gegensatz, sie ergänzen sich auch; oder präziser formuliert: »Events sind Teil der kulturellen Grundversorgung, die wie ein Event wahrgenommen werden kann.«

Kann oder muss »Eventkultur« für die Besucherorientierung der Museen nutzbar gemacht werden? Oder laufen die Museen damit lediglich einem Trend nach, um die Besucherzahlen zu halten und Marktanteile zu sichern? Müssen erlebnisorientierte Vermittlungsformen stärker in die Museumsarbeit integriert werden, weil dies den Bedürfnissen der BesucherInnen in einer veränderten Welt entspricht? Es geht letztlich darum, ob wir auf gewandelte Formen der Wahrnehmung mit neuen Formen der Vermittlung reagieren und das Lernen im Museum aus der engen Konnotation mit beschwerlicher Wissensaneignung herauslösen und selbst zum Erlebnis machen müssen.

Konnte man bisher feststellen, dass sich Museen und Freizeit- oder Themenparks eher skeptisch gegenüberstanden, weil die einen für den »Spaß« und die anderen für das »beschwerliche Lernen« zuständig waren, so lässt sich mittlerweile feststellen, dass sich bei beiden »Freizeitanbietern« ein Wandel vollzieht. Längst gehören in Museen Events wie Lange Nächte, Museumsmeilenfeste, Theateraufführungen, Internationale Museumstage und vieles mehr zum Museumsalltag. Der Wunsch, Schwellenängste von Nicht-Besuchern zu überwinden und das Museum für neue Zielgruppen zu öffnen, steht oft im Mittelpunkt dieser Aktivitäten. In der Regel werden diese mit Hilfe der Museumspädagogik, wie beispielsweise die Langen Nächte in Berlin,

geplant und durchgeführt. Befragungen des Instituts für Museumskunde bei der 7. Langen Nacht im Januar 2000 – dort zählte man 40.500 BesucherInnen – haben ergeben, dass BesucherInnen nicht nur aus Entdeckerneugier teilnehmen oder der Lust, einem speziellen Kulturerlebnis beizuwohnen, sondern auch und gerade, um neue Museen kennen zu lernen, Ausstellungen zu besichtigen und von thematischen Angeboten zu profitieren.

Diese Ergebnisse zeigen, dass auch bei Eventveranstaltungen im Museum nicht allein das Spektakel zählt, sondern die inhaltliche und thematische Anbindung von entscheidender Bedeutung für die BesucherInnen ist. Dies belegt unsere These, dass sich allein mit spektakulären Aktionen kein Publikum auf Dauer binden lässt. Es geht darum, durch kontinuierliche und qualitätsvolle Angebote das Museum auch jenseits von kurzfristigen Veranstaltungen attraktiv zu halten.

Das bedeutet aber auch, an den gewandelten Interessen und Wahrnehmungsgewohnheiten der BesucherInnen anzusetzen und nicht starr an traditionellen Lehr- und Lernmethoden festzuhalten. Dies erreichen die Museen vor allem durch spannende Ausstellungen und daraus resultierende phantasievolle Angebote für verschiedene Besucherschichten.

Genau deshalb thematisieren wir als MuseumspädagogInnen das Spannungsverhältnis zwischen Inhalt und Event, und nicht weil wir uns als Marketingabteilung des Museumsbetriebs verstehen, denn – um es zu wiederholen – die Bedürfnisse und Forderungen von BesucherInnen stehen im Mittelpunkt der museumspädagogischen Arbeit.

Bei näherem Hinsehen findet man aber auch in den Themenparks zielgruppen- und themenspezifische Angebote, die nicht nur Spaß machen, sondern auch Inhalte vermitteln wollen. Erkenntnisse der Freizeitforschung legen nahe, dass in Themenparks ein erlebnisorientierter Zugang zu Gesellschaft, Politik, Naturwissenschaft und Technik eröffnet wird. So kann das Erlebnis einer Fahrt in der Achterbahn genutzt werden, um physikalische und mathematische Grundlagen zu veranschaulichen.

In diesem Tagungsband kommen VertreterInnen aus beiden Sparten zu Wort. Im gemeinsamen Austausch sollen Vorurteile abgebaut und neueste Erkenntnisse zur Besucherorientierung diskutiert werden.