

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 multifunktioneller 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 Aufbau-team 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 freizeitliches Staunen und haben sich zu Begegnungsräumen für verschiedene wissbegierige Publikum 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 Ausstellungsräum 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

Mehrmais 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 ›Immer-sives 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 übergingen. 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 hologrammatische 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 ›Tele-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 Wege(n), 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 transzendifizieren und neue Möglichkeiten für die Kunst und ihre Darstellung zu eröffnen (ebd.: 128).

4 Die Ausstellung im Gropius-Bau *Welt ohne Außen* ermöglicht einen immersiven Erlebnisparkours. 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. <http://planets.teamlab.art/tokyo>).

6 <http://www.museum4punkt0.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.museum4punkt0.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)

