

Religiöse Dinge im Museum: Kommunikation zwischen Mensch – Raum – Artefakten

Sarah Justus

»Sammeln, Bewahren, Forschen und Ausstellen/Vermitteln«¹ lauten die Kernaufgaben eines Museums nach dem Deutschen Museumsbund. In diesem Beitrag zur »Besucherlenkung und Kommunikation zwischen Artefakten und Raum«² soll der vierte Aspekt des Ausstellens/Vermittelns in den Fokus rücken: Tritt eine Person in einen Raum ein, so findet unwillkürlich eine Form der Kommunikation mit dem Raum und den dazugehörigen Artefakten statt. Die Person nimmt Reize wahr und interagiert mit den Artefakten und dem Raum. In einem Museum kann diese Kommunikation für eine erfolgreiche Vermittlung und Präsentation der Artefakte und Inhalte genutzt werden. Wieso dies von der Bewegung der Besucher:innen abhängig ist und wie das Ganze mit sogenannten weichen und harten Lenkungsmaßnahmen zusammenhängt, soll im folgenden Text näher beleuchtet werden.

1. Lenkung der Besucher:innen

Menschen bewegen sich durch Räume, häufig ganz intuitiv und unterbewusst. Sie nehmen eine individuelle Perspektive ein, welche durch persönliche Erfahrungen geprägt ist. Die Bewegung im Raum scheint zunächst »frei« und spontan zu geschehen. Um den Besucher:innen ein optimales Erlebnis zu schaffen, muss diese Heterogenität der Perspektiven näher in den Blick genommen werden. An öffentlichen Orten wie in einem Museum kann diese Heterogenität durch bestimmte Lenkungsmaßnahmen beeinflusst werden. Ein Beispiel hierfür ist die Bewegung im Raum: Diese kann genutzt werden, um Einfluss auf die Besucher:innen zu nehmen, ohne dass es ihnen bewusst wird. Die Lenkung der Besucher:innen wird durch verschiedene Impulse wie Artefakte, Licht, Akustik, Farbgebung, Gerüche etc. gestaltet – mit dem Ziel, vielfältige Zugänge und Erlebnismöglichkeiten zu eröffnen. Die Intentionen der Vermittlung sind dabei genauso heterogen wie die Besucherschaft selbst und hängen von der Art des Museums ab.

¹ Vgl. Deutscher Museumsbund e.V./ICOM-Deutschland: Standards für Museen, Kassel/Berlin: MK-Druck 2006, <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/standards-fuer-museen-2006-1.pdf> abgerufen am 09.01.2024.

² Ebd.

Während Kunstmuseen stärker auf eine Ästhetik im Gesamtkonzept und der optimalen Präsentation der Einzelwerke konzentriert sind, kann der Fokus im Naturkundemuseum auf der Vermittlung der Forschung und dem Wecken von weiterem Forschungsinteresse liegen.³ Dabei lassen sich die Maßnahmen in »harte und weiche Maßnahmen«⁴ einteilen. Während harte Lenkungsmaßnahmen wie Wegweiser, Wegführungen oder Beschilderungen häufig schnell wahrnehmbar sind, spielen weiche Maßnahmen ebenfalls eine entscheidende Rolle. Beispiele für solche weichen Maßnahmen sind Farb-, Form- und Lichtgestaltung im Raum, Akustik, Gerüche oder aber auch Positionierung der Artefakte im Raum sowie die Architektur vorhanden. Sie dienen nicht nur der visuellen Gestaltung und inhaltlichen Gliederung einer Ausstellung, sondern kommunizieren darüber hinaus mit den Besucher:innen und helfen ihnen in ihrer Orientierung. Dies geschieht häufig, ohne dass diese Kommunikation/Lenkung den Besucher:innen bewusst ist. Die harten Lenkungsmaßnahmen in Form von Wegweisern und Leitsystemen vermitteln Ausstellungsinformationen auf unterschiedlichen Wahrnehmungsebenen.⁵ Insgesamt unterscheiden sich die harten und die weichen Maßnahmen dadurch, dass die harten Maßnahmen verschiedene Bereiche der Ausstellung klar voneinander abgrenzen sowie konkrete Wege (auf-)weisen, während die weichen Maßnahmen eher als eine Art Bewegungs- und Blicklenker fungieren, indem sie bestimmte Anreize in der Wahrnehmung bieten.⁶ Alle Maßnahmen der Besucher:innenlenkung dienen dazu, den Besucher:innengruppen ein angenehmes Besucherlebnis zu ermöglichen. Ein erfolgreiches Wegeleitsystem lässt sich dadurch charakterisieren, dass es »leicht wahrzunehmen, intuitiv zu verstehen und einprägsam«⁷ ist (Abb. 1). Eine schlechte bzw. nicht vorhandene Besucherlenkung führt bei den Besucher:innen zu einem Gefühl von Orientierungslosigkeit, das unbewusst zu einer negativen Haltung oder Einstellung gegenüber der Ausstellung führen kann.⁸

Blicklenkung: Eine zentrale Rolle bei der Besucher:innenlenkung spielt die »Blicklenkung«. Besucher:innen bewegen sich selten linear durch den Raum, sie lassen ihren Blick durch den Raum des Museums schweifen und werden durch »clevere« Blicklenker in bestimmte Richtungen verwiesen.⁹ Dabei spielen neben den bereits aufgeführten Einflussfaktoren auch Aspekte wie die Anordnung von Artefakten, das Platzieren der Erklärtafeln, deren Schriftgröße und -art sowie die Führung durch den Raum durch direkte und indirekte Wegweiser eine große Rolle. Häufig machen kleine Ver-

3 Vgl. Noschka-Roos, Annette: »Besucherorientierung in Museen: Vielfalt als Prinzip« in: KULTURELLE BILDUNG ONLINE (2016/2017): <https://www.kubi-online.de/artikel/besucherorientierung-museen-vielfalt-prinzip> abgerufen am 30.08.2024.

4 Vgl. Gaß, Friederike: Besucherlenkung – Was ist das und wie funktioniert es?, 2021, <https://www.tour-konzept.net/2021/12/16/besucherlenkung-was-ist-das-und-wie-funktioniert-sie/> abgerufen am 03.01.2024.

5 Westphal, Eva: Gestalterische Elemente in der Ausstellung – Eine Handreichung der LVR-Museumsberatung (= LVR-Museumsheft, Nr. 2), Köln: LVR-Druckerei 2015, https://www.lvr.de/media/wwwlvrde/kultur/berdasdezernat_1/publizieren_und_informieren/dokumente_44/15_1332_barrierefreiePDF_Kemsies_3.pdf abgerufen am 09.01.2024, S. 6.

6 Ebd.

7 Vgl. LVR-Museumsheft Nr. 2: Gestalterische Elemente in der Ausstellung, S. 6.

8 Ebd.

9 LVR-Museumsheft Nr. 2: Gestalterische Elemente in der Ausstellung, S. 5f.

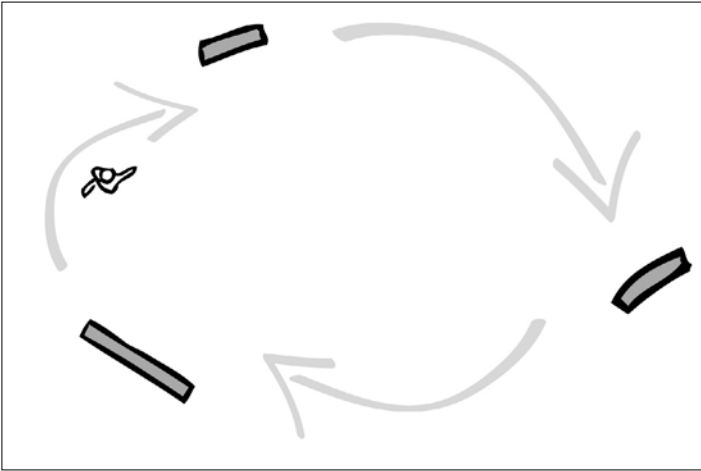


Abb.1: Besucherlenkung im Raum; eigene Darstellung (© Sarah Justus).

änderungen der Anordnungs- und Gestaltungsfaktoren bereits einen großen Unterschied in der Blicklenkung der Besucher:innen. Durch die richtige Platzierung sowie eine prägnante Farb- und Formgebung werden die Blicke der Besucher:innen auf die Kernaspekte und Besonderheiten eines Artefaktes oder Raumes gelenkt. Dadurch werden sie angeleitet, eine neue Perspektive einzunehmen und einen Besuch als möglichst positiv zu erleben. Dies ermöglicht die Fokussierung auf die Vermittlung bestimmter Inhalte und Interaktionen im Raum.

Ein mögliches Zusammenspiel von weichen und harten Lenkungsfaktoren lässt sich anhand einer Stele (s. Abb. 2) darstellen: Eine Stele ist eine flexibel anzubringende Informationstafel im Raum, die somit einen harten Lenkungsfaktor, der sofort wahrnehmbar ist, verkörpert. Anders als Informationsschilder, die an der Wand (neben einem Artefakt) angebracht werden, sind diese in ihrer Richtung flexibel zu platzieren. Sie können durch ihre Positionierung auf eine Blick- sowie Gehrichtung verweisen (s. Abb. 1/2). Diese Möglichkeit spiegelt die weiche Besucherlenkung wider. Die Lenkung durch die Positionierung und damit einhergehende Blicklenkung der Besucher:innen ist nicht auf Anhieb klar erkennbar, stellt jedoch einen wichtigen Punkt in der Vermittlungsabsicht dar. Dass die Anordnung im Raum in Beziehung zum zugehörigen Artefakt flexibel ist, eröffnet damit einen großen Gestaltungsspielraum, der verschiedene Vermittlungsabsichten berücksichtigen kann. Eine weitere Möglichkeit wäre es, in die Stele selbst Blicklenker einzubauen wie etwa durch transparente Fenster oder Ausschnitte, durch die der Blick der Besucher:innen auf einen bestimmten Aspekt des Artefakts fokussiert und ausgerichtet wird (Abb. 2).



Abb. 2: 3D-Simulation einer Stele; eigene Darstellung (© Julia Aden und Sarah Justus).

2. Besucher:innenforschung

Bei der Gestaltung eines Raumes, in dem sich Menschen bewegen und interagieren, ist es von hoher Relevanz, die »Zielgruppe« genauer zu kennen und ihre Erwartungen im Vorfeld zu analysieren. Unter »Zielgruppe« ist in diesem Kontext eine Gästegruppe des Museums gemeint, der auf didaktischem Wege ein bestimmtes Ziel oder eine Wirkung vermittelt werden soll.¹⁰ Unsere heutige Gesellschaft ist geprägt von großer Heterogenität, die sich auch in den Besucher:innen eines Museums widerspiegelt. Zwar wird sie durch die Tatsache des speziellen Schwerpunktes eines Museums in gewisser Weise eingegrenzt, doch stellt sie einen zentralen Aspekt in der Besucherforschung dar. Um ein tieferes Verständnis für die Besucher:innen zu entwickeln, kann es sinnvoll sein, »Personas« zu erstellen. Dabei handelt es sich um eine Art Steckbrief fiktiver Personen, bei dem der Fokus auf den Lebenslagen sowie den kulturellen Interessenschwerpunkten liegt.¹¹ Sie beschreiben möglichst konkret – mit Namen, Aussehen und Interessen – bestehende oder auch anzustrebende Typen von Besucher:innen. Im Idealfall werden diese auf Grundlage von erhobenen Daten erstellt. Sie dienen dazu, die Besucherschaft in diesen Figuren lebendig werden zu lassen, um so für sie Empathie zu entwickeln und sich in ihre Lage zu versetzen und auf Grundlage dessen das Museum aus ihrer Perspektive neu zu entdecken. Das Ganze sollte als stetiger Prozess verstanden werden. Personas sind niemals stillstehend, sie entwickeln sich im Hinblick auf veränderte Lebensweisen der Gesellschaft und müssen stetig angepasst und überprüft werden.¹² Hilfreich kann es hier auch sein, zu erfahren, aus welchen Gründen Besucher:innen ein Museum gerade nicht besuchen oder in welchen Situationen ein Besuch naheliegt oder in Erwägung gezogen wird. Dieser Ansatz kann dazu genutzt werden, das Museum für ein breiteres Publikum zu öffnen und die Außenwirkung zu verändern.¹³

Die fachwissenschaftlichen Aufarbeitungen und Darstellungen von Artefakten müssen die Besucher:innen in ihren persönlichen Interessen ansprechen. Dabei überwiegt die Frage, ob die Besucher:innen von den Artefakten und Inhalten »abgeholt« werden, gegenüber allen anderen Aspekten der Darstellung.¹⁴ Sie sollen demnach in eine individuelle Kommunikation mit den Artefakten und dem Raum eintreten und zum Nach- und Weiterdenken angeregt werden. Die Kommunikation tritt dadurch aus dem Museum hinaus in die Lebenswelt der Besucher:innen. Neben dem Wandel

10 Vgl. Wohlers, Lars: Informelle Bildung – Natur- und Kulturerbe freizeitorientiert vermitteln – ein Handbuch für Tiergärten, Großschutzgebiete, Museen, Botanische Gärten und historische Orte, Heilighaus: Eigenverlag 2018, <https://www.kon-tiki.eu/leistungen/informelle-bildung-publikation/> abgerufen am 20.09.24, S. 13.

11 Allmanritter, Vera: Lebensstile, Besuchermotivationen und eine erfolgreiche kollektive Besucheransprache von Kultureinrichtungen, Berlin: Konferenz Nationaler Kultureinrichtungen (KNK) 2019, https://konferenz-kultur.de/dokumente/190829_Abschlussbericht-AD-KNK-2017-2018.pdf abgerufen am 06.01.2024, S. 35ff.

12 Ebd.

13 Vgl. Deutscher Museumsbund e.V./Bundesverband Museumspädagogik e.V. (Hg.): Leitfaden – Bildung und Vermittlung im Museum gestalten, Berlin: Deutscher Museumsbund e. V. und Bundesverband Museumspädagogik e. V. 2020, <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2020/12/dmb-leitfaden-bildung-u-vermittlung-web-bfrei-20201201-002.pdf> abgerufen am 20.09.2024, S. 18ff.

14 Deutscher Museumsbund: Hauptsache Publikum!, Berlin 2019, S. 5f.

der Gesellschaftsstrukturen muss das Museum auch auf die Entwicklung in der Informationstechnik eingehen, da diese zu einer Veränderung der Seh- und Wahrnehmungsgewohnheiten der Besucher:innen führt. Vor allem junge Besucher:innen sind in ihrer persönlichen wie schulischen oder beruflichen Lebenswelt häufig gewohnt, digital mit Informationen geflutet zu werden, die jedoch häufig in kurzen Videos von nur wenigen Sekunden präsentiert werden. Ein solches Phänomen zeigt, wie sich die Aufmerksamkeitsspanne in der Wissensvermittlung durch gesellschaftliche und digitale Entwicklungen stetig verändert. Diese neue Art der Wahrnehmung muss daher in die Präsentation und die Vermittlung der Artefakte eingebunden werden.¹⁵

3. Museumspädagogik

»Museen bewahren und vermitteln das Kultur- und Naturerbe der Menschheit.«¹⁶ Sie geben einerseits fachspezifische Informationen und Erlebnisse weiter und fördern andererseits wichtige Werte wie Toleranz, Akzeptanz, Aufgeschlossenheit und Kreativität.¹⁷ Dabei stellen *Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen/Vermitteln*¹⁸ die spezifischen Kernaufgaben eines Museums dar. Die Museumspädagogik beschäftigt sich mit dem Vermittlungs- und dem damit einhergehenden Bildungsauftrag. Jener ist jedoch nicht, wie häufig dargestellt, als ein rein personaler pädagogischer Vermittlungsauftrag zu verstehen. Er ist bereits im Kuratieren der Ausstellung angesiedelt und umfasst darüber hinaus auch den Besucherservice, das Marketing, die damit einhergehende Öffentlichkeitsarbeit sowie die allgemeine Ausstellungsentwicklung.¹⁹ Der Deutsche Museumsbund (DMB) fasst die Relevanz mit folgendem Zitat zusammen: »Das Museum erfüllt als Ort lebenslangen Lernens einen Bildungsauftrag.«²⁰

Tobias Nettke bezeichnet den Vermittlungsauftrag des Museums als »aktive Kommunikation mit dem Publikum«.²¹ Dies verdeutlicht, dass die Vermittlungsarbeit im Museum und die damit einhergehende Besucherlenkung oder -orientierung den zentralen Aspekt der Kommunikation zwischen Mensch – Artefakt – Raum darstellt. Dabei kommt die Frage auf, wie diese Kommunikation entstehen kann. Um die Fragestellung zu erklären, ist es notwendig, dass ein Museum ein individuelles, museumspezifisches Vermittlungskonzept besitzt, das die Teildisziplin der Arbeit im Museum miteinander vereint. Ein solches Vermittlungskonzept beinhaltet die Aufgabe, die Ausstellung an die Bedürfnisse der Besucher:innen anzupassen und möglichst erfolgreich zu vermitteln.

Der DMB fasst diese Gedanken gemeinsam mit dem Bundesverband Museumspädagogik (BVMP) wie folgt zusammen:

15 Deutscher Museumsbund: Standards für Museen, S. 20.

16 Deutscher Museumsbund: Standards für Museen, S. 6.

17 Ebd.

18 Ebd.

19 Nettke, Tobias: »Was ist Museumspädagogik? – Bildung und Vermittlung in Museen«, in: Kulture Bildung online (2017/2016), <https://www.kubi-online.de/artikel/was-museumspaedagogik-bildung-vermittlung-museen-abgerufen-am-04.01.2024>.

20 Vgl. Deutscher Museumsbund: Standards für Museen, S. 20.

21 Ebd.

»Vermittlungsarbeit im Museum gestaltet den Dialog zwischen den Besuchern und den Objekten und Inhalten in Museen und Ausstellungen. Sie veranschaulicht Inhalte, wirft Fragen auf, provoziert, stimuliert und eröffnet neue Horizonte. Sie richtet sich an alle Besucher/innen und versetzt sie in die Lage, in vielfältiger Weise vom Museum und seinen Inhalten zu profitieren, das Museum als Wissensspeicher und Erlebnisort selbstständig zu nutzen und zu reflektieren. Vermittlungsarbeit ist integraler Bestandteil der Institution Museum und realisiert maßgeblich und nachhaltig ihren Bildungsauftrag.«²²

4. Ausstellungsgestaltung/Vermittlungskonzept

»Das Gestaltungskonzept erfordert das Zusammenwirken verschiedener Fertigkeiten aus den Disziplinen Gestaltung (Design, Grafik, Architektur), Museumspädagogik (Bildung und Vermittlung) sowie den Geistes- und/oder Naturwissenschaften.«²³

Hinter den Fragen und Überlegungen zur Bewegung und Lenkung der Besuchergruppen steckt ein komplexes Konzept der Ausstellungsdesigner in Zusammenhang mit den geistes- bzw. naturwissenschaftlichen und pädagogischen Wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen des Museums. Dabei beinhaltet die Kommunikation zwischen Museum und Besuchergruppe ein komplexes Zusammenspiel zwischen »alle[n] Gestaltungsbereiche[n], wie Architektur, Objekteinrichtung, Text, Beleuchtung sowie Grafik«²⁴. Neben der Inhaltsvermittlung der Artefakte ebenso um die Orientierung und Leitung im bzw. durch den Raum. Zudem kommt der Vermittlung eine starke didaktische Aufgabe zu: Bei der Vermittlung geht es nicht um eine einfache Darstellung der Artefakte, sondern um die Herstellung eines Erlebnisses. Die Wahrnehmung soll so unterstützt werden, dass ein Interesse zur weiteren Auseinandersetzung geweckt wird. So werden bewusst Emotionen bei den Besucher:innen ausgelöst, die das Erlebnis unterstützen und begreifbarer machen.²⁵ Ein solches emotionales Erlebnis kann darüber hinaus auch im Nachgang des Besuchs eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Thematik anregen.

5. Museumskonzept

Das Ausstellungs- bzw. Vermittlungskonzept ist nur ein Teilkonzept des gesamten Museumskonzeptes, das darüber hinaus auch das Sammlungskonzept sowie das Marketing- und Sicherheitskonzept beinhaltet. Das Museumskonzept erfüllt den Zweck, die Leitlinien, Strategien und Ziele der Teilkonzepte zu bündeln und darzustellen. Es dient nicht nur der Darstellung des aktuellen Zustandes des Museums, sondern vor allem auch der professionellen Reflexion sowie seiner zukünftigen Entwicklung.

22 Vgl. Deutscher Museumsbund und Bundesverband für Museumspädagogik: Qualitätskriterien für Museen, 2008, S. 8.

23 Vgl. LVR-Museumsheft Nr. 2: Gestalterische Elemente in der Ausstellung, S. 5.

24 Ebd.

25 LVR-Museumsheft Nr. 2: Gestalterische Elemente in der Ausstellung, S. 5f.

Die wichtigste Zielgruppe stellen daher die Museumsmitarbeiter:innen in allen Teilbereichen dar. Darüber hinaus wird das Museumskonzept auch in der Kommunikation mit Trägern und Geldgebern, Politik und Verwaltung und zum Teil auch mit der Öffentlichkeit angewendet.²⁶ Dabei zeigt sich, dass ein Museumskonzept sowohl für die Außenwirkung im Hinblick auf die Besucher:innengewinnung und Öffentlichkeitsarbeit von Relevanz ist als auch für die Binnenstruktur der Kommunikation zwischen Mensch – Raum – Artefakten, die bereits näher erläutert wurde.²⁷ Bei der Entwicklung eines solchen Konzeptes sind zwei verschiedene Strategien denkbar. Verfolgt man den Ansatz »Top-Down« entwickelt die Museumsleitung ein solches Konzept aus den unterschiedlichen Teilkonzepten und stellt es den Museumsmitarbeiter:innen für die Arbeit zur Verfügung. Dies sorgt für klare Linien im Entwicklungsprozess bei gleichzeitig möglichst hoher Transparenz. Eine weitere Möglichkeit stellt der Ansatz »Bottom-up« dar. Hierbei wird den Museumsmitarbeiter:innen in Teams die Aufgabe gestellt, ein solches Museumskonzept (in Teilen) zu erarbeiten. Dieser Ansatz bietet eine Möglichkeit der Einbindung vieler verschiedener Perspektiven und Expertisen.

6. Verdichtende Bemerkungen

»Museen sind das sammelnde, speichernde und verarbeitende Gedächtnis des kulturellen Erbes unserer Gesellschaft. Sie spielen eine wichtige Rolle bei der gesellschaftlichen, insbesondere kulturellen Standortbestimmung und Strukturentwicklung. Sie sind lehrende und lernende Institutionen, welche immer wieder der aktuellen Positionierung bedürfen.«²⁸

Dieses Zitat des DMBs spiegelt die Vielfältigkeit der Rollen, Funktionen und Aufgaben eines Museums wider. Ein Museum befindet sich in einem ständigen Prozess im Hinblick auf die Konzipierung, Bewahrung, Vermittlung und Gestaltung. Die gesellschaftlichen Entwicklungen müssen ebenso wie neue Forschungsentwicklungen stets erarbeitet und in die Ausstellung eingearbeitet werden. Auch wenn im vorangegangenen Artikel lediglich eine der vier Kernaufgaben eines Museums,²⁹ das Ausstellen und Vermitteln, gesondert herausgegriffen wurde, zeigt sich, wie viele Entwicklungsschritte allein für diesen Aspekt notwendig sind. Angefangen mit der Aufstellung eines allgemeinen Museumskonzeptes über die Konzipierung eines Vermittlungsansatzes, der die Notwendigkeit der Besucher:innenforschung impliziert, bis hin zur konkreten Besucherlenkung im Raum erfolgen viele Schritte zur Erfassung einer (möglichen) Kommunikation zwischen den Menschen mit dem Raum und den Artefakten.

26 Vgl. Deutscher Museumsbund e.V./Konferenz der Museumsberatung in den Ländern (KMBL): Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzeptes, Berlin: Deutscher Museumsbund e.V. 2011, <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2023/05/2023-ausstellungspraxis-in-museen-160dpi.pdf> abgerufen am 14.01.2024, S. 5f.

27 Vgl. Noschka-Roos, Annette: Besucherorientierung in Museen: Vielfalt als Prinzip, <https://www.kubi-online.de/artikel/besucherorientierung-museenvielfalt-prinzip> abgerufen am 30.08.2024.

28 Vgl. Deutscher Museumsbund: Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzeptes, S. 4.

29 Vgl. Deutscher Museumsbund: Standards für Museen, S. 6.

Aber welchem übergeordneten Ziel dient ein solch umfassendes Ausstellungs- und Vermittlungskonzept? Menschen treten in ihrem alltäglichen Leben ständig in einen Kommunikationsprozess zwischen ihnen und dem Raum und/oder Artefakten ein. Sie nehmen Artefakte im Raum wahr und kommunizieren mit ihnen durch verschiedene Bewegungsmuster und Handlungen. Das Museum als Bildungsort kann sich diesen natürlichen Prozess zu eigen machen, um die Kommunikation zwischen Mensch – Raum – Artefakten für den individuellen Vermittlungsauftrag zu nutzen und dementsprechend zu lenken. Dabei wird durch dargestellte Lenkungsmaßnahmen ein möglichst ansprechendes und aufmerksamkeitsregendes Erlebnis geschaffen. Durch die fachwissenschaftlichen Aufarbeitungen werden die Informationen gefiltert und durch die pädagogische Vermittlungsarbeit eindrucksvoll und lebensnah aufgearbeitet. Diese Art der Vermittlung adaptiert das gesellschaftlich erwünschte Phänomen der schnellen und gefilterten Informationsaufnahme. Die natürlichen Kommunikationsprozesse werden durch direkte und indirekte Maßnahmen für die Besucher:innen auf eine möglichst ergiebige und erlebnisreiche Art und Weise initiiert.

7. Ausblick – Religiöse Dinge im Museum

Artefakte im Kontext Museum bedürfen immer verschiedener Erschließungszugänge, die durch die Museumsmitarbeitenden geschaffen werden. Gleichzeitig ermöglichen die Gegenstände und Objekte selbst Zugänge für die Besucher:innen in ihrer komplexen Eigenart.³⁰ Ein besonderes Beispiel dafür stellen religiöse Artefakte im Museum dar. Bündeln wir alle vorangegangenen Überlegungen zur Kommunikation zwischen Mensch – Raum – Artefakten und versuchen diese Gedanken auf religiöse Dinge im Museum zu übertragen, muss zunächst festgehalten werden, dass die Präsentation von religiösen Artefakten im Kontext eines Museums immer die Gefahr von Spannungen hervorruft. Diese Spannungen sind durch die heterogene religiöse Landschaft unserer pluralen Gesellschaft bedingt. Religion ist ein sensibles Thema, das im öffentlichen Raum des Museums sensibel und interkulturell aufgearbeitet werden muss. Eva Tropper beschreibt den Umgang mit Religion wie folgt: »[...] so geht es heute immer mehr darum, Religionen als symbolische Deutungssysteme und Praktiken zu begreifen, mittels derer Menschen ihrer Welt Bedeutung verleihen.«³¹

Darüber hinaus wird gleichzeitig durch den Kontext Museum ein besonderer Raum für Dialog, Begegnung und Reflexion geschaffen, in dem das Museum durch das individuelle Vermittlungskonzept in eine moderierende Rolle treten kann.³² Die religiösen Artefakte nehmen in dem Kontext den »Kernpunkt« des Vermittlungsauftrages ein, da sie durch lenkende Maßnahmen in ein wahrnehmungsanregendes Besuchererlebnis eingebunden werden. Dabei werden Entscheidungen über Ort und Anordnung getroffen. Die Auswahl der religiösen Artefakte befindet über deren Wirkung, zudem können diese Faktoren auch Anhaltspunkte für das religiöse Weltbild

30 Deutscher Museumsbund: Leitfaden – Bildung und Vermittlung im Museum gestalten.

31 Tropper, Eva: Religion im Museum. Kulturelles Handeln moderieren, 2020, <https://www.museum-joanneum.at/forschung-vernetzung/museumsakademie/berichte/religion-im-museum-kulturelles-handeln-moderieren> abgerufen am 10.01.2024.

32 Ebd.

der Museumsmitarbeiter:innen darstellen.³³ Welche religiösen Artefakte werden ausgewählt? Welche Artefakte werden nebeneinander angeordnet? Wie ist das Größenverhältnis der Artefakte zueinander? Wie werden diese kontextuell eingebettet? Bei all diesen Fragestellungen ist es wichtig, dass ein Perspektivwechsel der Besucher:innen angeregt wird, der es ermöglicht, andere (religiöse) Standpunkte in Beziehung zu den religiösen Artefakten einzunehmen und diese zu reflektieren. Religiöse Artefakte können auf verschiedenen Ebenen erschlossen werden, indem unterschiedliche Interessen und Erfahrungen an sie herangetragen werden. Die Bildungs- und Vermittlungsarbeit eines Museums dient dazu, die religiösen Inhalte zu erschließen und die Aufmerksamkeit auf sie zu lenken, diese in Verbindung mit gesellschaftlichen Themen zu setzen und kritisches, reflektiertes Denken anzuregen.³⁴

Zudem spielt die Sensibilisierung von den immer weniger religiös sozialisierten Besucher:innen für den besonderen Wert der religiösen Artefakte eine Rolle in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit. Peter Bräunlein beschreibt einen solchen Prozess als »romantische Verwandlung von Kunst-Erleben in religiöses Erleben«³⁵. Dies impliziert die Annahme, dass es einer heterogenen Besucherschaft durch religiöse Artefakte ermöglicht wird, das religiöse Objekt bzw. den religiösen Gegenstand auf eine besondere Art und Weise zu erfahren.

Daher lässt sich folgern, dass religiöse Artefakte im Museum zu einer besonderen und sensiblen Kommunikation zwischen Mensch – Raum – Artefakten führen. Zwar können und werden auch hier harte sowie weiche Lenkungsmaßnahmen im Rahmen des Vermittlungskonzeptes genutzt, dabei muss jedoch verstärkt auf den besonderen Kontext der Artefakte geachtet und ein Raum für eine offene und reflektierte Begegnung geschaffen werden.

Literaturverzeichnis/Internetquellen

- Ammon, Sabine/Baumberger, Christoph/Neubert, Christine/Petrow, Constanze: Architektur im Gebrauch. Gebaute Umwelt als Lebenswelt, Berlin: Universitätsverlag der TU Berlin 2018.
- Allmanritter, Vera: Lebensstile, Besuchermotivationen und eine erfolgreiche kollektive Besucheransprache von Kultureinrichtungen, Berlin: Konferenz Nationaler Kultureinrichtungen (KNK) 2019; https://konferenz-kultur.de/dokumente/190829_Abschlussbericht-AD-KNK-2017-2018.pdf abgerufen am 06.01.2024.
- Bräunlein, Peter: Religion und Museum – Zur visuellen Repräsentation von Religion/en im öffentlichen Raum, Bielefeld: Transcript Verlag, 2015.
- Deutscher Museumsbund e.V./ICOM-Deutschland: Standards für Museen, Kassel/Berlin: MK-Druck 2006, <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/standards-fuer-museen-2006-1.pdf>.

33 Vgl. REDIM, Dynamiken religiöser Dinge im Museum, Projekt REDIM – REDIM »Dynamiken religiöser Dinge im Museum« – Philipps-Universität Marburg (uni-marburg.de) abgerufen am 01.09.2024.

34 Deutscher Museumsbund: Leitfaden – Bildung und Vermittlung im Museum gestalten.

35 Bräunlein, Peter: Religion und Museum – Zur visuellen Repräsentation von Religion/en im öffentlichen Raum, Bielefeld: Transcript Verlag 2015, S. 22.

- Deutscher Museumsbund e.V./Bundesverband Museumspädagogik e.V. (Hg.): Qualitätskriterien für Museen – Bildungs- und Vermittlungsarbeit, Berlin: Deutscher Museumsbund e.V. und Bundesverband Museumspädagogik e.V. 2008.
- Deutscher Museumsbund e.V./Bundesverband Museumspädagogik e.V. (Hg.): Leitfaden – Bildung und Vermittlung im Museum gestalten, Berlin: Deutscher Museumsbund e. V. und Bundesverband Museumspädagogik e. V. 2020, <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2020/12/dmb-leitfaden-bildung-u-vermittlung-web-bfrei-20201201-002.pdf> abgerufen am 20.09.2024.
- Deutscher Museumsbund e.V./Konferenz der Museumsberatung in den Ländern (KMBL): Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzeptes, Berlin: Deutscher Museumsbund e.V. 2011, <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/leitfaden-museumskonzept-2011.pdf> abgerufen am 14.01.2024).
- Deutscher Museumsbund: Hauptsache Publikum! Besucherforschung für die Museumspraxis, Berlin: Deutscher Museumsbund e.V. 2019, <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2020/03/lf-hauptsache-publikum-web-200212.pdf> abgerufen am 20.09.2024.
- Gaß, Friederike: Besucherlenkung – Was ist das und wie funktioniert es?, 2021, <https://www.tour-konzept.net/2021/12/16/besucherlenkung-was-ist-das-und-wie-funktioniert-sie/> abgerufen am 03.01.2024.
- Westphal, Eva: Gestalterische Elemente in der Ausstellung – Eine Handreichung der LVR-Museumsberatung (= LVR-Museumsheft, Nr. 2), Köln: LVR-Druckerei 2015, https://www.lvr.de/media/wwwlvrde/kultur/berdasdezernat_1/publizieren_und_informieren/dokumente_44/15_1332_barrierefreiePDF_Kemsies_3.pdf abgerufen am 09.01.2024.
- Nettke, Tobias: »Was ist Museumspädagogik? – Bildung und Vermittlung in Museen«, in: Kulturelle Bildung online (2017/2016), <https://www.kubi-online.de/artikel/was-museumspaedagogik-bildung-vermittlung-museen> abgerufen am 04.01.2024.
- Noschka-Roos, Annette: »Besucherorientierung in Museen: Vielfalt als Prinzip« in: KULTURELLE BILDUNG ONLINE (2016/2017): <https://www.kubi-online.de/artikel/besucherorientierung-museen-vielfalt-prinzip> abgerufen am 30.08.2024.
- Przyborski, Aglaja/Wohlrab-Sahr, Monika: Qualitative Sozialforschung, München: Oldenbourg Verlag 2014.
- REDIM, Dynamiken religiöser Dinge im Museum, Projekt REDIM – REDIM »Dynamiken religiöser Dinge im Museum« – Philipps-Universität Marburg (uni-marburg.de) abgerufen am 01.09.2024.
- Tropper, Eva: Religion im Museum. Kulturelles Handeln moderieren, 2020m, <https://www.museum-joanneum.at/forschung-vernetzung/museumsakademie/berichte/religion-im-museum-kulturelles-handeln-moderieren> abgerufen am 10.01.2024.
- Wohlers, Lars: Informelle Bildung – Natur- und Kulturerbe freizeitorientiert vermitteln – ein Handbuch für Tiergärten, Großschutzgebiete, Museen, Botanische Gärten und historische Orte, Heiligenthal: Eigenverlag 2018, <https://www.kon-tiki.eu/leistungen/informelle-bildung-publikation/> abgerufen am 20.09.24.