

SCHLUSSBETRACHTUNG

Events sind gegenwärtig Bestandteil der deutschen Museumslandschaft. So gewannen auch besucherorientierte Konzepte in den vergangenen Jahrzehnten zunehmend an Bedeutung. Die Präsentationskonzepte von kulturhistorischen Ausstellungen entwickelten sich weg von objektorientierten Präsentationen hin zu inszenierten Erlebnisorten. Diese Veränderungen bedingen negative wie auch positive Konsequenzen, vergleichbar den zwei Seiten einer Medaille.

Positiv an dieser Entwicklung ist, dass die potentiellen Besucher und die Kommunikation mit diesen an Bedeutung gewinnen. Dieser gesteigerte Stellenwert der Interessen und Bedürfnisse der Besucher fließt in die konzeptionellen Überlegungen von Ausstellungsgestaltungen ein und verändert die Präsentationsformen. Damit wird dem demokratischen Anliegen, nicht nur das interessierte Fachpublikum, sondern auch breite Bevölkerungsschichten zu erreichen, entsprochen. Die Annahme, dass die Exponate zu den Besuchern sprechen, funktioniert nur dann, wenn der Rezipient das nötige Hintergrundwissen zur Decodierung bereits besitzt. Die Betrachter brauchen jedoch die Vermittlung durch symbolische Zeichensysteme, wenn Informationen bildungsrelevant sein sollen. So wird in inszenierten Ausstellungen der Versuch unternommen, ein sinnliches Beziehungsgefüge zu schaffen, welches die Exponate in einen illustrierenden Kontext einbindet. Entgegen einem „vernunftlosen Erschauern vor dem Original“¹ kann sich vertiefendes Verstehen vollziehen, wenn sich die Erfahrung nicht auf reine Bewunderung der Exponate beschränkt, sondern Bezüge und Vernetzungen zu anderen Exponaten, Ereignissen oder Sachverhalten hergestellt werden.

Mit Blick auf die Entwicklung in amerikanischen Museen kann dies bedeuten, dass im Kanon der Hierarchie klassischer Aufgaben von Museen, welcher das Sammeln, Bewahren, Erforschen und Vermitteln umfasst, die Besucher nicht nur eine gleichrangige Position erhalten, sondern diese sogar an der Spitze der Bedeutungspyramide stehen. Damit

1 Sauerländer, Willibald: Die Luft auf der Spitze des Pinsels. Kritische Spaziergänge durch Bildersäle. München 2002, S. 154.

verbunden ist jedoch die Befürchtung, dass Ausstellungsräume zu Spaßtempeln mutieren und dies zu einer Disneysierung unter gleichzeitiger Aufgabe des Bildungsanspruches führt. Der Zwang zur Belebung der Museen durch ständig neue Erlebnisangebote stellt Museen vor mehrere Herausforderungen und wird auch von Museumsfachleuten immer wieder kritisch hinterfragt.

Tatsächlich kann festgestellt werden, dass sich manche Befürchtungen als berechtigt erweisen. So werden zum Beispiel Ressourcen in der fachlichen Sammlungsbetreuung zu Gunsten der Finanzierung von Marketing- und Öffentlichkeitsmaßnahmen gekürzt. Bereits vor knapp zwanzig Jahren wies Ekkehard auf die Problematik des Wettbewerbs im Medium Großausstellung hin, welches in der Folge zu einem „Ausstellungskarussell der Superlative an Preziösen und Kosten“ führte (Ekkehard 1986, S. 70). Der Wettbewerb innerhalb des Ausstellungsbetriebs von Museen um die Gunst der potentiellen Besucher wurde zudem durch das steigende Angebot von Themen- und Freizeitparks verschärft. Durch die Erlebnisorientierung der Museen veränderten sich auch die Erwartungen und Wahrnehmungsgewohnheiten der Besucher, indem diese in Museen nicht mehr allein einen Ort der Hochkultur, sondern zunehmend auch einen Ort der Unterhaltung sehen.

Dieser Entwicklung hin zu Erlebnisorientierung können sich die Museen jedoch kaum entziehen, da Häuser, die keine aktuellen Anreize zum Besuch ihrer Ausstellung liefern, mit sinkenden Besucherzahlen konfrontiert sind (Graf 2000, S. 27). Auf diese Einnahmen sind die Ausstellungshäuser aber angewiesen, insbesondere auch im Hinblick auf Kürzungen staatlicher Zuschüsse. Im Zuge von Sparmaßnahmen öffentlicher Träger müssen bzw. sollten die Museen aus eigenen Reihen reagieren, wenn sie nicht wollen, dass ihnen Veränderungen von außen aufgezwungen werden. Dies mag als zu pragmatischer Ansatz kritisiert werden, doch im gegenwärtigen Prozess der Umstrukturierung bedeutet dies auch eine Gewährleistung von Qualität.²

-
- 2 So kann dies zum Beispiel bedeuten, dass als Direktor eines Hauses nicht mehr eine Person mit einem fachwissenschaftlichem Studium der Kunst- oder Geschichtswissenschaft steht, sondern ein Betriebswirt. Ökonomische Überlegungen rangieren dann an erster Stelle, erst in zweiter Linie werden fachwissenschaftliche Belange berücksichtigt.

„Wo die Häuser das Heft in der Hand halten, können sie den sich abzeichnen- den Wandel gestalten – oder aber sich vom Sturmwind der Veränderung um- pusten lassen. Sie haben die Wahl.“³

Die Museen sind gefordert, ihre alte Systematik zu überdenken und be- weglich zu machen, nur dann können sie ihr schlummerndes Angebot an sinnlichen und anthropologischen Erfahrungen aktivieren. Dies schließt ein, sich aus dem Spezialistentum zu befreien, um im Medienzeitalter als Gegenstimme vernommen zu werden (Sauerländer 2002, S. 155). Diese aus pädagogischer Perspektive an sich positive Veränderung hin zu Be- sucherorientierung ist somit oft nicht nur auf Freiwilligkeit der Ausstel- lungshäuser zurückzuführen, sondern auch durch geringere öffentliche Gelder und der daraus resultierenden Notwendigkeit der Erwirtschaftung eigener Mittel bedingt. Umso wichtiger erscheint es, diesen Verände- rungsprozess von Seiten der Museen aktiv und unter Berücksichtigung museumsspezifischer und bildungsrelevanter Ansprüche zu gestalten.

In diesem Spannungsfeld zwischen Kommerzialisierung und Besu- cherorientierung, in dem sich inszenierte Ausstellungen befinden, ist diese Studie angesiedelt.⁴ Ein zentraler Leitgedanke bestand darin, wo und wie sich die museumspädagogischen Belange innerhalb dieser Ent- wicklung von Ausstellungen positionieren können. Es wurden Formen besucherorientierter Konzepte vorgestellt und diskutiert. Im Vorder- grund stand die Reflexion im Hinblick auf die gegenwärtige Ausstel- lungskultur. Das Ziel der Studie bestand nicht darin, ein Rezept für die ideale Gestaltung einer Ausstellung zu liefern, denn sowohl Ausstellung- sorte, Exponate, Themen sind derart vielfältig, dass jede Form der Prä- sentation von traditioneller Objektorientierung bis hin zu raumgreifen-

3 Liebs, Holger: Die Tage der Ruhe sind gezählt. Im Trubel der Sparmaß- nahmen: An den deutschen Museen zeichnet sich ein Generationswechsel ab. In: Süddeutsche Zeitung vom 05./06.01.05.

4 Der gegenwärtige Diskussionsbedarf zu diesem Thema zeigt sich auch an der Vielzahl von Tagungen und Fortbildungen, die aktuell von Bildungs- institutionen angeboten wurden werden. Stellvertretend seien einige ge- nannt: Die Tagung an der Universität in Hildesheim (11./12.02/05) stand unter dem Thema „Kulturvermittlung zwischen kultureller Bildung und E- ventmarketing – eine Profession mit Zukunft?“ Das Symposium „Kultur- tourismus – Kultur als Tourismus: Reisen mit dem feinen Unterschied“ an der Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel (16./17.02.05) thematisierte ebenfalls dieses Spannungsfeld. Der 3. Kulturpolitische Sa- lon in Leipzig (13.01.04) stand unter dem Slogan „Zwang zum Event? Kulturpolitik und Erlebnisorientierung“.

den Gesamtinszenierungen die jeweils adäquate Realisierung sein kann. Dies spricht für eine Vielfalt von Präsentationsformen in der Ausstellungslandschaft. Diese können sich sowohl auf formaler Ebene von rekonstruktiven bis abstrahierenden Raumbildern unterscheiden, wie auch auf inhaltlicher Ebene, indem sie sich variantenreicher Ausstellungsstrategien bedienen wie zum Beispiel narrativer, künstlerischer oder auch partizipativer Konzepte.

Die Studie argumentiert für besucherorientierte und ganzheitliche Ausstellungskonzepte. Nichtsdestotrotz gibt es Formen der Besucherorientierung, die nicht diesen Kriterien entsprechen und somit dem Bildungsanspruch von Museen nicht gerecht werden. Eine klare Absage soll jenen Konzepten erteilt werden, die, mit dem Ziel des Eintauchens in eine wie auch immer geartete Vergangenheit, zu einer nostalgischen Stilisierung der Vergangenheit führen. Das Phänomen der Musealisierung führt zu einer „fetischierten Objektfixierung“, die nicht die Möglichkeiten der sinnlichen Bildung und Emanzipation weiterentwickelt, sondern in ein emotionalisiertes „mixtum nostalgium“ mündet (Korff 1990, S. 67). Ein wichtiges Kriterium der Abgrenzung kulturhistorischer Ausstellungen von kommerziellen Angeboten bildet die jeweilige Zielformulierung. Besteht das Ziel kommerzieller Anbieter meist darin, unter Einsatz quasi-authentischer historischer Facetten ein möglichst perfektes Vergangenheitsbild zu entwerfen, sollten museale Ausstellungen die Differenzen zwischen Vergangenheit und Gegenwart nicht einebnen, sondern die Konstrukthaftigkeit der historischen Imaginationen betonen und Irritationen im Fluss der Wahrnehmung erzeugen.

Der Auftrag musealer Ausstellungen im Hinblick auf den Bildungsanspruch liegt weniger in einer regulären, formalen Vermittlung von Wissen. Gefordert ist vielmehr eine Qualität der Präsentation, die zur schöpferischen Auseinandersetzung ermuntert. Als elementare Aufgabe musealer Ausstellungen wird formuliert, dass diese als Stätten der Differenzerfahrung und der Reflexion fungieren. Eine gesellschaftliche Funktion dieser Orte liegt auch darin, für kritische gesellschaftspolitische Fragen Sensibilität zu wecken. Über die Entwicklung von Verständnis und Wertschätzung der Vergangenheit hinaus soll die Kritikfähigkeit gegenüber der eigenen Epoche und deren gesellschaftlichen Äußerungen gefördert werden. Es geht darum, bewusst Fragen zu stellen, Sehgewohnheiten zu stören oder auch Fremdheitserfahrungen zu initiieren.

„Gerade weil das Museum kein Ort ausgedörrter Faktenwissenschaft ist und kein in sich abgeschlossenes, auf die Ewigkeit ausgerichtetes Haus, gerade

deshalb ist es ja so wertvoll. Weil es keine Fix- und Fertig Rezepte verheißt, keine endgültigen Antworten parat hält, sondern immer wieder zu Fragen einlädt.“ (Rauterberg 2002, S. 40).

Ein weiteres Aufgabenfeld musealer Ausstellungen kann in der Sensibilisierung der Sinne mit dem Ziel des Sehenlernens liegen. Entgegen der Flüchtigkeit und Schnelllebigkeit der Bilder in der alltäglichen Umwelt, bilden Museen Orte der Aufmerksamkeit und Konzentration. Die spezifischen Erfahrungsqualitäten liegen in der historischen sowie ästhetischen Erfahrung. Obgleich diese – wie aufgezeigt – zu Wahrnehmungskonflikten führen können, kristallisierten sich Kriterien heraus, die für beide Erfahrungsformen relevant sind. Weder bei der ästhetischen noch bei der historischen Erfahrung geht es um Eindimensionalität. Beiden gemeinsam ist Sensibilisierung für die Vielschichtigkeit und Mannigfaltigkeit der Interpretationen von Historie, Artefakten wie auch gegenwärtigen Erscheinungen.

Im Hinblick auf die Position der Museumspädagogik sieht sich diese mit der Problematik konfrontiert, dass sie aufgrund der Finanznöte der Museen dazu aufgefordert ist, attraktive und auch populäre Veranstaltungen zu initiieren, und so das Bildungsanliegen leicht ins Hintertreffen geraten könnte. Sie kann dazu funktionalisiert werden, als Helferin zum Anlocken von Besuchern zu fungieren. Diese Herausforderung besteht und dieser gilt es sich zu stellen.

Im Speziellen wurde in der Studie die Frage thematisiert, wie sich die Museumspädagogik im Bereich der Ausstellungsgestaltung positionieren kann.⁵ Die Mitarbeit bei der Konzipierung von Ausstellungen zählt nach wie vor eher zu den Randbereichen im Aufgabenspektrum von Museumspädagogen. Festgehalten werden kann, dass die Mitwirkung bei

5 Inszenierte Ausstellungen wirken sich auch auf die Gestaltung des personellen pädagogischen Begleitprogramms aus. Anhand eines Praxisbeispiels zeigte Arndt auf, dass Inszenierungen und der Einsatz moderner Medien im Ausstellungsparcours nicht die personelle Vermittlung ersetzen können, sondern über die sinnlichen Reize hinaus eine reflektierende Vertiefung gewährleisten. Dabei betont sie, dass Multimedia-Angebote jedoch nicht als Gegner der pädagogischen Arbeit betrachtet, sondern integriert und auch thematisiert werden sollten. Vgl. Arnt, Sirka: „Heidi“ zwischen den Welten. Erfahrungen mit einer inszenierten Ausstellung zum Roman von Johanna Spyri im Alpinen Museum in München. (unveröffentl. Skript) Magisterarbeit an der LMU München, Fakultät Kunstpädagogik, München 2004, S. 80.

Ausstellungsprojekten spezifische Kompetenzen erfordert, die sich einerseits mit den Aufgaben in der personellen Vermittlung überschneiden, darüber hinaus jedoch spezielle Ausstellungskompetenz notwendig ist. Zu dem breiten Spektrum an Fähigkeiten, welches sich mit dem Begriff Ausstellungskompetenz verbindet, gehört einerseits visuelles und räumliches Vorstellungsvermögen. Andererseits meint dies soziale Fähigkeiten im Rahmen der Mitarbeit innerhalb eines Ausstellungsteams.

In der Studie wurde versucht herauszuarbeiten, worin spezifische museumspädagogische Ausstellungskompetenzen liegen können. Ein Bereich liegt in der Kenntnis kommunikativer Strategien, wie sie unter den Begriffen Anschaulichkeit, Handlungsorientierung, Ganzheit und Differenzierung beschrieben wurden. Das Wissen um diese Strategien gilt genauso für alle anderen Mitwirkenden im Team, zählt jedoch nicht zu deren Kernbereich. Neben einem methodischen Know-how der Ausstellungsgestaltung besteht darüber hinaus ein inhaltlicher Anspruch. Inwieweit sich diese pädagogischen Aspekte im Ausstellungskonzept verwirklichen lassen, hängt grundlegend davon ab, ob die Ausstellungsleitung diesen aufgeschlossen gegenübersteht und dieses Anliegen mitträgt. Die tatsächliche Mitwirkung von Museumspädagogen pendelt zwischen zwei Extremen. Einerseits kann beobachtet werden, dass diesen die Leitung und somit auch die inhaltliche Konzepterstellung übertragen wird. Andererseits wird ihr lediglich eine Randfunktion zugebilligt: Sie darf ein fertiges Ausstellungskonzept mit einem museumspädagogischen Begleitprogramm ergänzen.

Ausstellungen bilden eine spezifische Form von Massenkommunikation. Insofern lassen sich theoretische Reflexionen auf dem Gebiet der *Medienpädagogik* auf die Museumspädagogik übertragen. Bauer sieht in der Medienpädagogik eine Mediationsagentur zwischen Medienökonomie und Medienkultur.⁶ Das pädagogische Interesse richtet sich an die Wertperspektiven gesellschaftlicher Kommunikation. In diesem Sinne ist Medienpädagogik eine Vermittlungsagentur zwischen Medienökonomie

6 Bauer weist auf die Problematik der Begriffswahl Medienpädagogik hin, die für manche signifikant wie auch unbehaglich klingt. Jedoch betont er, dass man dies nicht durch Termini wie zum Beispiel *Medienkompetenz* verschleiern sollte, da durch derartige Umschreibungen der herrschaftsverdächtige Tatzusammenhang von Medien und Pädagogik, mit dessen kritischen Implikationen man durchaus konfrontiert bleiben sollte, verdeckt werden würde. Vgl. Bauer, A. Thomas: Medienpädagogik als Mediationsagentur zwischen Medienökonomie und Medienkultur. In: Altmepfen, Klaus-Dieter: Medien und Ökonomie, Wiesbaden 2003, S. 123.

und Medienkultur. Analog könnte man dies auf die Museumspädagogik übertragen: Museumspädagogik ist eine Vermittlungsagentur zwischen Ausstellungsökonomie und Ausstellungskultur. Sie positioniert sich auch dort, wenn es um ethische Werte geht und Fragen nach der Moral zu stellen sind.

Wenngleich nach dem ursprünglichen Konzept dieser Studie nicht angedacht, führte das Thema Inszenierung und Erlebnis bei einem historischen Blick auf die Ausstellungsgeschichte unweigerlich zu den Propagandaausstellungen der Nationalsozialisten. In Reaktion auf deren ideologischen Missbrauch von Ausstellungsinszenierungen waren die Nachkriegsjahre von reduzierten, entpolitisierten und nüchternen Ausstellungsgestaltungen geprägt. Nach über einem halben Jahrzehnt ist diese Zäsur überwunden, szenographische Konzepte unter Einsatz moderner Medien sind gegenwärtig. Gerade jedoch diese Gefahr des Missbrauchs des Mediums Ausstellung verweist auf einen Problemkreis, der auch momentan aktuell ist. Inszenierungen führen zu einer Emotionalisierung der Ausstellungsumwelt. Das in dieser Studie als positiv bewertete Ansprechen aller Sinne und einer ganzheitlichen Orientierung wird somit durch die Möglichkeit der ideologischen Vereinnahmung kontrastiert. Mit Inszenierungen lassen sich auf subtile Art und Weise gefärbte Interpretationen vermitteln, die sowohl politischen oder auch ökonomischen Interessen dienstbar gemacht werden und damit für manipulative Zwecke eingesetzt werden können. Dies führt zu dem Thema der Subjektivität bezüglich der Interpretation von Historie. Geschichte wird immer unter einer bestimmten Perspektive beleuchtet, die jeweils von den herrschenden gesellschaftlichen Systemen geprägt ist. Auch hier stellen diese unumgänglichen Zusammenhänge eine Herausforderung für die Ausstellungsmacher dar und wenden sich somit an deren Verantwortungsbewusstsein, in kritischer Reflexion über jeweilige Inhalte, Methoden und Medien zu entscheiden.

Mit dieser Studie wird für Ausstellungskonzepte plädiert, die keine eindimensionalen Geschichtsbilder produzieren, sondern in deren Vordergrund die Offenheit der Interpretation steht, die eher Irritationen bewirken sollen, als endgültige Wahrheiten festzuschreiben. Ausstellungsgestaltungen sollten die Imaginationskraft aktivieren, jedoch keine starren Bilder entwerfen, sondern Leerstellen zum Weiterdenken eröffnen. Gleichsam als Schlüssel weisen kulturhistorische Ausstellungen Wege in die Vergangenheit. Durch die Inszenierungen in Ausstellungsräumen werden Exponate und ihre mannigfaltigen Geschichten in der Gegenwart zur Aufführung gebracht. Der Gratwanderung zwischen Anregung der

Vorstellungsfähigkeit und dem Festschreiben von Bildern und Interpretationen muss jedoch mit höchster Sensibilität begegnet werden. Diese Aufgabe gilt es, immer wieder neu und verantwortungsvoll auch insbesondere im Hinblick auf die Zugriffe ökonomischer Interessen zu lösen.