

Wenn Friktionen (un)sichtbar werden

Gestaltung als Teil einer kritischen kuratorischen Praxis

Jona Piehl

Wenn wir im Kontext von Ausstellungen und Museen über Friktionen sprechen, stoßen wir auf unterschiedliche, mehr oder weniger offensichtliche Arten der Friktion: Manche sind systemisch, institutionell begründet, manche organisatorischer oder persönlicher Natur – und damit oft in erster Linie behindernd oder sogar verhindernd. Andere, inhaltliche Konflikte und Reibungen, mögen unbequem sein, können aber oft im Prozess des Ausstellens produktiv gemacht werden als Diskursräume, in denen unterschiedliche Perspektiven benannt und ausgehandelt werden. Daneben gibt es Friktionen, die übersehen werden, weil sie nicht wahrgenommen oder die beteiligten Akteur:innen nicht als solche erkannt werden. Eine solche »unsichtbare« Reibungsfläche nehme ich in diesem Beitrag mit der grafischen Gestaltung von Ausstellungen in den Blick.

Ausstellungen sind ausgesprochen multimodal, sie arbeiten mit Objekten, Texten, Räumen und einer Vielzahl von audiovisuellen Medien; entsprechend vielfältig sind auch die Formen der Wissensproduktion und -rezeption. Praktiken der Gestaltung – von der Ausstellungsarchitektur über die Lichtgestaltung, die audiovisuellen Medien bis hin zur Grafik – spielen hierbei eine wichtige Rolle, sowohl in der Präsentation von Inhalten als auch in der Ausbildung originärer, mediumspezifischer Erzählformate.¹ Die grafische Gestaltung, auf die ich mich hier konzentriere, liefert dabei klar

1 Auch wenn die Definition der Ausstellung oder des Mediums Ausstellung als Erzählung durchaus zu diskutieren ist (vgl. beispielsweise Ariane Karbe: »Ausstellungen erzählen«, in: Michael Schimek (Hg): *Mittendrin. Das Museum in der Gesellschaft: Festschrift für Uwe Meiners*, Cloppenburg: Stiftung Museumsdorf Cloppenburg 2018, S. 291-296), spreche ich im Folgenden von der Ausstellungserzählung, da insbesondere Konzepte wie das der *Storyworld* in der Analyse gestalterischer Elemente und ihres Verhältnisses zu den übrigen

zu benennende visuelle Elemente, beispielsweise in Form von Illustrationen oder fotografischen Abbildungen oder dem Layout und Satz von Texttafeln. Die Aufmerksamkeit liegt hier häufig vor allem bei der Umsetzung. Mit anderen Worten: Die Prozesse und Entscheidungen der grafischen Gestaltung werden hauptsächlich unter formalen Aspekten betrachtet und im Bereich (und der Arbeitsphase) der Ausstellungsproduktion verortet. Dabei stellt die grafische Gestaltung darüber hinaus auch Methoden der Analyse und der Interpretation zur Verfügung, wenn beispielsweise schematische Darstellungen dazu dienen, Informationen räumlich, zeitlich oder konzeptionell zueinander in Bezug zu setzen, oder wenn über typografische Auszeichnungen Mehrstimmigkeit gekennzeichnet wird. Allerdings wird dieses methodische, kritische Potenzial *gestalterischer Praxis*² oft nicht als solches wahrgenommen. Das ist in zweierlei Hinsicht problematisch: Einerseits bleiben so entscheidende Werkzeuge der Kommunikation ungenutzt und andererseits besteht bei dem Blick auf Gestaltung als eine Reihe primär formaler Entscheidungen auch die Gefahr, dass die grafische Gestaltung ungeplant die inhaltliche Arbeit unterwandert. Ich möchte argumentieren, dass grafische Gestaltung als integraler Bestandteil kuratorischer Praxis verstanden werden muss, nicht zuletzt, da eine kritische Gestaltungspraxis auch entscheidend dazu beitragen kann, inhaltliche Reibungen in der Ausstellung für Besucher:innen sichtbar zu machen.³ Dafür ist ein präziser Umgang mit den unterschiedlichen visuellen Elementen in Ausstellungen, mit ihren Merkmalen und Funktionen nötig sowie eine Verschiebung der Perspektive, nämlich vom Blick auf Gestaltung als Resultat hin zu einem Blick auf Ge-

Komponenten der Ausstellung produktiv werden, vgl. Jona Piehl: *Graphic Design in Museum Exhibitions: Display, Identity and Narrative*, Abingdon: Routledge 2021.

- 2 Der Begriff einer kritischen gestalterischen Praxis ist vielfältig: Während Michael Rock (vgl. Michael Rock: »Designer as Author«, in: ders. (Hg.): *Multiple Signatures*, New York: Rizzoli 2013) sich vor allem auf Fragen von Autorenschaft und gestalterischem Ausdruck konzentriert, liegt das Augenmerk zunehmend auch auf der politischen Dimension von Gestaltung, vgl. beispielsweise Ruben Pater: *The Politics of Design*, Amsterdam: BIS Publishers 2019; Carl di Salvo: *Adversarial Design*, Cambridge MA: MIT Press 2012. In diesem Kontext nehmen Peter Hall und Patricio Dávila insbesondere die Strategien des Informationsdesigns als Methoden der Analyse und der Interpretation in den Blick, vgl. Peter Hall & Patricio Dávila: *Critical Visualization: Rethinking the Representation of Data*, London: Bloomsbury 2023.
- 3 Vgl. Jona Piehl: »Visual Interventions: Exhibition Graphic Design as Critical Practice«, in: Kate Guy/Hajra Williams/Claire Wintle (Hg.): *Histories of Exhibition Design in the Museum: Makers, Process, and Practice*, Abingdon: Routledge 2023, S. 237-254.

staltung als Prozess. Gestaltung wird hier also nicht nur als Ergebnis einer Tätigkeit verstanden, sondern bezieht die Praxis und Tätigkeit, das Gestalten an sich, mit ein.

Gestaltung als Akteurin der Ausstellung

Um diese Perspektivverschiebung vorzunehmen, ist es sinnvoll, zunächst den Blick auf die Ergebnisse gestalterischer Praxis und ihre Verwendung in Ausstellungen zu richten. Auch wenn die einzelnen Komponenten der Ausstellung und ihre Wirkung auf das Ausstellungserlebnis kaum voneinander zu trennen sind, beziehe ich mich hier mit Blick auf visuelle Elemente explizit nicht auf die Exponate selbst oder den architektonischen Raum, sondern spreche speziell von den unterschiedlichen Elementen der visuellen Kommunikation, die in Ausstellungen und Museen eingebracht werden (Abb. 1). Für eine analytische Betrachtung ist es hilfreich, von drei Gruppen grafischer Objekte auszugehen, der *Ausstellungsgrafik*, der *Orientierung* im Raum und jenen Elementen, die die Identität der Institution verkörpern (*Außenkommunikation/institutionelle Identität*). *Ausstellungsgrafik* umfasst dabei alles, was mit den Inhalten zu tun hat. Diese Elemente haben sich traditionell aus der Beschriftung heraus entwickelt, d. h. der Benennung mehr als der Interpretation,⁴ sie erfüllen aber in heutigen Ausstellungen weitaus vielfältigere Rollen. Auch wenn die genretypischen Elementgruppen der Objektbeschriftungen und Raumtexte immer noch in der Überzahl sind, gibt es in Museen eine große Bandbreite von weiteren visuellen Elementen, beispielsweise im Bereich der Großgrafiken. Zu den *Orientierungselementen* gehören alle visuellen Mittel, die Besucher:innen den Zugang zum Ort ›Museum‹, bzw. ›Ausstellung‹, erleichtern, darunter Richtungsangaben, Raumbezeichnungen oder Übersichtspläne. Die dritte Gruppe umfasst jene Elemente, die primär dazu dienen, die Institution und ihre Aktivitäten zu kommunizieren. Hierzu zählen beispielsweise Poster, Eintrittskarten und Schlüsselanhänger, wobei auch oft die orientierenden Elemente genutzt werden, um vor Ort die Identität des Museums zu betonen. Auch die *Ausstellungsgrafik* kann in die Kommunikation der Institution einbezogen werden, z. B. wenn eine Haus-

4 Vgl. beispielsweise Frederick John North: *Museum Labels: Handbook for Museum Curators*, London: Museums Association 1957.

schrift nicht nur auf Briefbögen, sondern eben auch auf Objektbeschriftungen zum Einsatz kommt. Eine Kategorisierung nach der Art der grafischen Elemente lässt sich daher kaum trennscharf vornehmen.

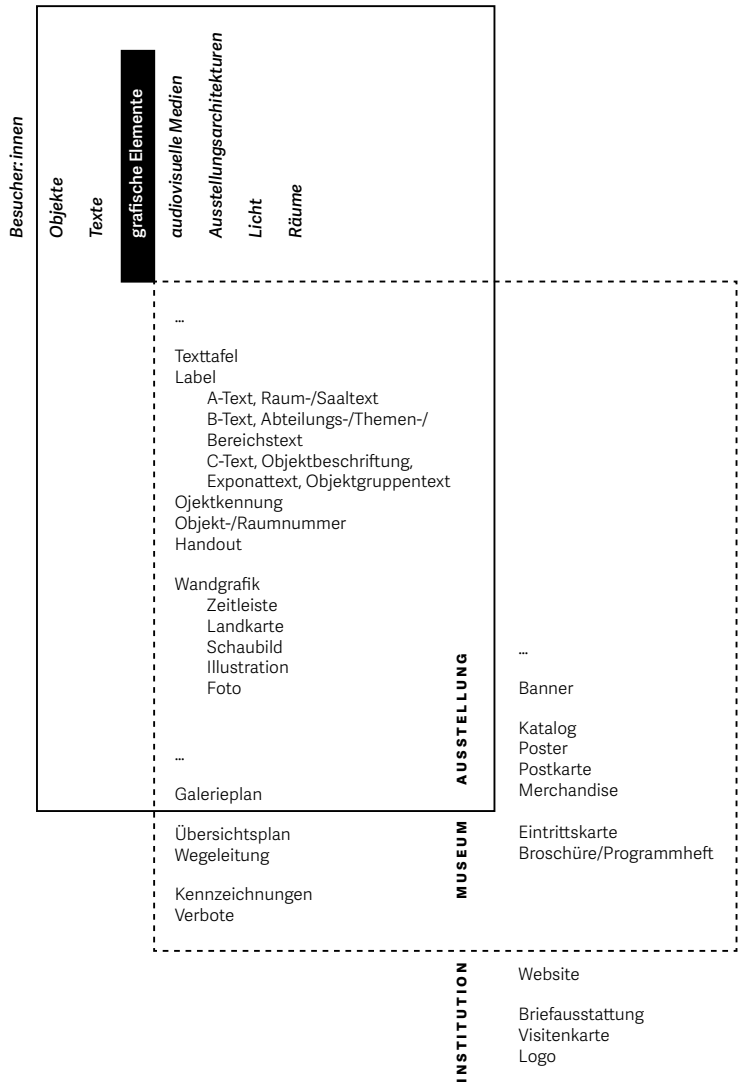


Abb. 1: Ergebnisse gestalterischer Praxis in Ausstellungen und Museen.

Aufgaben und Funktionen grafischer Objekte

Eine zweite Möglichkeit der Beschreibung bezieht sich auf die Funktion eines grafischen Objektes und die damit verbundenen Kriterien, die zu seiner Bewertung angelegt werden. Diese lassen sich für die *orientierenden Elemente* relativ klar formulieren: Hier geht es um Funktionalität und Effizienz. Die Informationen stehen inhaltlich im direkten Bezug zu ihrem räumlichen Kontext, werden aber in der Regel nicht ortspezifisch, sondern mit dem Ziel der richtigen, schnellen Übermittlung stark systematisiert gestaltet. Das heißt, unterschiedliche Gruppen von Inhalten werden hinsichtlich ihrer typografischen Gestaltung, Größe, Materialität und Produktionsform einheitlich organisiert, sodass gleiche Arten von Informationen immer identisch aussehen. Mit Blick auf Lesbarkeit stehen Themen wie Schriftwahl und -größen sowie Lesehöhen und -entfernungen hierbei besonders im Vordergrund, da gerade bei der räumlichen Kommunikation die Einschränkungen aufgrund von Lichtverhältnissen und variablen Leseentfernungen große Herausforderungen für eine inklusive Gestaltung, in der die Bedürfnisse von möglichst vielen Besucher:innen abgebildet werden, darstellen.

Ausstellungsgrafik ist hier deutlich komplexer: Einerseits sollen Informationen sehr unterschiedlicher Art und von unterschiedlichem Umfang in Verbindung zu den ausgestellten Exponaten gezeigt und lesbar gemacht werden – von der rein textlichen Beschreibung des ausgestellten Objekts bis hin zur umfassenden Kontextualisierung mit Inhalten, die weit über das Exponat selbst hinausgehen. Ausstellungsgrafiken dieser Art finden sich beispielsweise in Form von Karten und Zeitleisten, Schaubildern und Infografiken oder typografischen Umsetzungen von Zitaten oder Interviews. Andererseits sind die Erwartungen an die Funktion dieser grafischen Objekte weit weniger eindeutig als bei denen der räumlichen Orientierung. Zwar gelten die gleichen Anforderungen hinsichtlich der Zugänglichkeit von Informationen und daher beeinflussen auch hier Themen wie die Lesbarkeit von Schriften, Schriftgrößen und Farbkontrasten wie auch die Vereinheitlichung der Elemente, oft beschrieben als Systeme aus A-, B- und C-Texten oder Raum-, Bereichs- und Exponattexten, alle gestalterischen Entscheidungen.⁵ Allerdings geht es bei der Ausstellungs-

5 Vgl. beispielsweise Roger Miles: *The Design of Educational Exhibits*, London: Routledge 1988; Evelyn Dawid/Robert Schlesinger (Hg.): *Texte in Museen und Ausstellungen: Ein Praxisleitfaden*, Bielefeld: transcript Verlag 2002.

grafik nicht allein um transaktionale, sondern auch um erzählerische Inhalte. Ein zu sehr auf die Effizienz der Kommunikation konzentrierter Blick läuft Gefahr, diese erzählende Funktion von Gestaltung, den Einfluss von visuellen Elementen auf die historisch-thematische Verortung von Exponaten, aber auch auf Aspekte wie Stimmung und Atmosphäre oder Spannung außer Acht zu lassen. Wenn jedoch die visuelle Dimension vor allem als Mittel zum Zweck, nämlich der erfolgreichen Übertragung von Informationen und als notwendige Hülle der zu vermittelnden Inhalte anstatt als Inhalt an und für sich wahrgenommen wird, wird sie unter Umständen nicht so gezielt eingesetzt, wie es für die jeweilige Ausstellung sinnvoll wäre. Beispielsweise kann eine konsequente Vereinheitlichung der Elementgruppen und der Rückgriff auf stark systematisierte Formate verhindern, dass sich die gestalterische Sprache im Verlauf der Ausstellung mit der Erzählung entwickelt und verändert und so den Rhythmus, die Abwechslung des Erzählens abbildet. Gleichzeitig werden, wenn das Erzählerische des Visuellen nicht bewusst als Akteur der Wissensvermittlung verstanden wird, visuelle Mittel häufig auch nicht hinreichend kritisch in ihrer Wirkung und ihrem Zusammenspiel mit Exponaten und Raum reflektiert. Gestaltung ist nie neutral, jedes visuelle Element beinhaltet eine Entscheidung und trägt über die textlich vermittelten Informationen hinaus weitere Botschaften, die auf die Wahrnehmung der Exponate und der Ausstellung Einfluss haben können.⁶ Im ungünstigsten Fall kann das dazu führen, dass die visuelle gegen die kuratorische Erzählung arbeitet, dass also Konflikte zwischen Text, bzw. Exponat, und grafischer Gestaltung der Präsentation entstehen.⁷

Visuelle Identität als Teil einer sogenannten *Corporate Identity* wurde lange Zeit eher im Kontext von Marken besprochen, aber auch für Museen wird die Außendarstellung immer wichtiger und die Professionalisierung von Institutionen ist zunehmend auch an den gestalterischen Auftritt gekoppelt.⁸ Ziel einer visuellen Identität ist es, über die unterschiedlichen Be-

6 Vgl. Malcolm Barnard: *Graphic Design as Communication*, London: Routledge 2005.

7 Für eine ausführliche Diskussion des Zusammenspiels der unterschiedlichen Funktionen von Ausstellungsgrafik und insbesondere des Verhältnisses von grafischer Systematik und visueller Erzählung vgl. Piehl: *Graphic Design in Museum Exhibitions* (Anm. 1).

8 Anja Dauschek betont die Notwendigkeit von Museen, sich diesbezüglich zu positionieren, besonders mit Blick auf einen gesteigerten Wettbewerb zwischen Museumsinstitutionen und der Ausweitung von Programmen und Aktivitäten, vgl. Anja Dauschek: »Museumsidentitäten – Corporate Identity für Museen. Rückblick und Ausblick«, in: Matthias Dreyer/Rolf Wiese (Hg.): *Mit gestärkter Identität zum Erfolg: Corporate Identity für Museen*, Ehestorf:

reiche hinweg Kommunikation so zu ordnen, dass sich ein einheitliches, kohärentes Bild ergibt. Dieser Prozess der bewussten Artikulierung wird oft als *Branding* bezeichnet, wobei ›visuelle Identität‹ hierbei neben ›Verhalten‹ und ›Produkt‹ nur eine Facette beschreibt.⁹ War ›visuelle Identität‹ früher häufig auf die Entwicklung eines Logos reduziert, so sind Erscheinungsbilder heute systematischer angelegt, sie umfassen neben Wort- und Bildmarken in der Regel auch Leitlinien zur Auswahl und zum Einsatz von Schriften, zum Layout, zu Farbpaletten, Bildelementen und anderen visuellen Merkmalen. Eine gute visuelle Identität erscheint stimmig und ist klar als solche zu erkennen, Kriterien der Bewertung sind eine visuelle Attraktivität sowie die Wiedererkennbarkeit der Institution über unterschiedliche mediale Formate hinweg. Insofern scheint es durchaus schlüssig, die visuelle Identität auf alle im Museum eingesetzten grafischen Elemente auszuweiten: Das Orientierungssystem macht die Institution am Ort für die Besucher:innen sichtbar und die Ausstellung wird als das offensichtliche ›Produkt‹ der Institution gekennzeichnet. Während sowohl ein Blick auf die primär funktionale Ausstellungsgrafik als auch auf die Gestaltung von Ausstellungen allein nach den Vorgaben des Erscheinungsbilds dazu führen könnte, dass das Potenzial medienspezifischer Erzähltechniken und die Möglichkeiten einer themenspezifischen Umsetzung ungenutzt bleiben, so ergeben sich in Bezug auf die institutionelle Identität und ihre visuelle Präsenz in der Ausstellung über die Ausstellungsgrafik vor allem auch Fragen hinsichtlich des Verhältnisses zwischen den Inhalten und der Institution als Autorin oder Herausgeberin. Wie sichtbar ist die Institution und in welchem Maße macht sie sich die Äußerungen in der Ausstellung zu eigen oder lässt Raum für andere Sichtweisen? So weist Stallabrass in seiner Diskussion der Markenkommunikation der Tate Galleries darauf hin, dass jede Art von Markenentwicklung per se als Prozess zunächst einmal bejahend sei und sein müsse.¹⁰ Bei der Markenentwicklung gehe es gerade darum, Widersprüche in der Kommunikation auszuräumen, mit einer Stimme zu sprechen und sich sowohl nach innen als auch außen

Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg 2002, S. 11-38. Für eine kritische Einschätzung vgl. Mark Rectanus: *Culture Incorporated: Museums, Artists, and Corporate Sponsorship*, Minneapolis: University of Minnesota Press 2002; Julian Stallabrass: »The Branding of the Museum«, in: *Art History* 37 (2014) 1, S. 148-165.

9 Vgl. Wally Olins: *Brand New: The Shape of Brands to Come*, London: Thames & Hudson 2014.

10 Vgl. Stallabrass: »Branding of the Museum« (Anm. 8).

überzeugend zu präsentieren.¹¹ In einer derart durchgestalteten Marke bleibe per Definition wenig Raum für Dissens oder Selbstkritik. Gerade etwa für Ausstellungsarbeit, die im Umgang mit problematischen Sammlungen Brüche und Verwerfungen sichtbar machen möchte und deren Präsentationen möglicherweise auch eine kritische Haltung zur Institution selbst verkörpern sollen, wäre hier kaum Gestaltungsspielraum. Neben der von Stallabrass beschriebenen Schwierigkeit, in der Homogenität der Marke Vielstimmigkeit und Multiperspektivität abzubilden, ist besonders im Kontext von musealen Sammlungen und Sammlungspräsentationen zu unterstreichen, dass die Gestaltung einer Identität immer auch eine Fixierung bedeutet, auch wenn Museen ihre visuellen Erscheinungsbilder periodisch aktualisieren, so nach grundlegenden Umbauten oder Leitungswechseln. Für eine kritische Ausstellungsarbeit stellt sich die Frage, was mit Temporalitäten jenseits der Gegenwart passiert, wie Vergangenheiten (oder auch Zukünfte) der Institution zur Disposition gestellt werden können und wie Spannungen in den Zeitebenen einer Erzählung, z. B. zwischen Sammlungshistorie und zeitgenössischer Interpretation, auch visuell zum Ausdruck kommen können.

Gestaltung als Methode

Zwischen *Ausstellungsgrafik*, *Orientierung* und *Außenkommunikation/institutionelle Identität* werden hier also verschiedene Zielsetzungen gestalterischer Arbeit bzw. Kriterien erfolgreicher Gestaltung sichtbar. Überspitzt formuliert treffen sich das (visuelle) Erzählen in Ausstellungen, die Effizienz (inklusive) Kommunikation und überzeugendes Marketing. Dem zugrunde liegen nicht zuletzt unterschiedliche Konzeptionalisierungen von Gestaltung, an denen sich entscheidet, in welchem Kontext Gestaltung entwickelt und diskutiert wird: Gestaltung als Inhalt und Gestaltung als Hülle oder Träger von Inhalten. Speziell mit dem Blick auf Friktion als Teil einer politischen Ausstellungspraxis ergeben sich hier mehrere mögliche Reibungsflächen auf verschiedenen Ebenen des Ausstellungsmachens, von der Ebene der Institution bis zum einzelnen Exponat: Wird das Zusammenspiel von visuellen und textlichen (und selbstverständlich auch räumlich-materiellen) Inhalten erkannt und als kuratorischer Handlungsraum produktiv gemacht? Steht

11 Vgl. auch Olins: *Brand New* (Anm. 9).

Gestaltung methodisch zur Verfügung, um inhaltliche Friktionen in der Erzählung sichtbar zu machen oder nicht? Werden Widersprüche zwischen den Erwartungen und funktionalen Anforderungen an grafische Objekte wahrgenommen und im Sinne der jeweiligen Ausstellung ausgehandelt?

Die Ausstellung *Whose Expression? Die Künstler der Brücke im kolonialen Kontext* (2021) im Brücke Museum in Berlin nutzte etwa Mittel der Typografie, um kritische Textarbeit sichtbar zu machen, indem problematische, vor allem kolonial belegte Begriffe im laufenden Text der Beschriftungen auf den Kopf gesetzt wurden. In der Ausstellung *All Hands On: Flechten* (2022) im Museum für Europäische Kulturen in Berlin wurden Teile von Exponaten, fotografischen Arbeiten und Drucksachen von auf den Vitrinen aufgebrauchten Farbflächen überlagert, sodass diese nur zusammen mit dem visuellen Kommentar betrachtet werden konnten. Inhalte wurden auf diese Weise also nicht entfernt oder weggelassen, sondern bewusst re-präsentiert und in dieser Re-Präsentation reflektiert.¹² Die Inszenierung trug dazu bei, den konventionellen Modus des Sehens zu brechen und den Blick der Betrachter:innen zu schärfen. Diese Eingriffe sind zugleich unter Gesichtspunkten einer inklusiven Gestaltung nicht ganz unproblematisch, denn der durch die Intervention reduzierte Vordergrund-Hintergrund-Kontrast führt zu einer schlechten Lesbarkeit, und die auf den Kopf gestellten Begriffe erzeugen Pausen im Lesefluss und beeinträchtigen das Schriftbild und die Erkennbarkeit der Zeilenzusammenhänge. Sie sind jedoch auch Beispiele für die Rolle, die grafische Mittel methodisch spielen können, und für mögliche kritisch-reflexive Aushandlungen von Zielen und Funktionen der Ausstellungskommunikation. Denn der Einsatz solcher Methoden in Bezug auf konkrete Inhalte und Problemstellungen und damit die Entscheidung, aus inhaltlichen Gründen etablierte Lesegewohnheiten herauszufordern oder zu irritieren, kann nur aus der jeweiligen Ausstellungssituation heraus getroffen werden.

Derart kontextspezifisches Aushandeln kann nicht nur wie hier auf der Ebene des grafischen Objekts, sondern auch auf der Ebene der visuellen Sprache der Ausstellung stattfinden. Auf der Ebene der visuellen Sprache(n), also der gestalterischen Systeme des Erscheinungsbilds, des Orientierungssystems und der Ausstellungsgrafik, kann nach ihrem Verhältnis zueinander gefragt werden, z. B. danach, wo genau eine institutionelle Identität visuell

12 Für eine detailliertere Besprechung grafischer Eingriffe in bestehende Exponate und Ausstellungssituationen vgl. Piehl: »Visual Interventions« (Anm. 3).

präsent sein sollte. An einem Ende des Spektrums stünde eine relative visuelle Kohärenz von Museum und seinen Äußerungen, wie sie etwa am Haus der Geschichte in Bonn praktiziert wird. Hier werden die gestalterischen Merkmale des Erscheinungsbilds in die grafischen Elemente der Ausstellungen und des Orientierungssystems getragen und – auch wenn einzelne Ausstellungen eigene visuelle Elemente aufweisen – insgesamt in *einer* visuellen Stimme kommuniziert. Im Gegensatz dazu stehen Herangehensweisen, bei denen Erscheinungsbild und Ausstellungen deutlich unterschiedlich gestaltet sind wie im Kon-Tiki Museum in Oslo, wo die visuellen Sprachen von Institution und Ausstellung stark kontrastieren und als separat voneinander wahrgenommen werden können. Zwischen der Vereinheitlichung der Sprechakte und der vollständigen Differenzierung gibt es eine Vielzahl an Kombinationen und Zwischenformen: In manchen Museen werden durchgehend bestimmte Schriftarten verwendet und dafür andere Elemente, wie Farbpaletten, mit jeder Ausstellung variiert. Eine andere Strategie ist, die Gestaltung von Dauerausstellungen visuell näher an das Erscheinungsbild heranzurücken, für Wechselausstellungen jedoch jeweils eigene visuelle Formate zu entwickeln.¹³

Gestaltung als selbstkritische Praxis

Diese Vielfalt im Umgang mit visuellen Sprachen kann auf der Ebene der Inhalte weitergedacht werden, wenn Gegenüberstellungen nicht zwischen Institution und Ausstellung, sondern innerhalb einer Ausstellungserzählung vollzogen werden, so über die Kennzeichnung einzelner Sprecher:innen oder kuratorischer Perspektiven. Entscheidend ist das Bewusstsein dafür, wie unterschiedliche Sprechakte visuell kenntlich gemacht werden (können) und wie ihr Zusammenspiel aus der Institution und aus der jeweiligen Ausstellungspraxis heraus begründet werden kann. An dieser Stelle eröffnen sich durch bewusste Funktionsverschiebungen grafischer Elemente weitere Handlungsräume der kritischen Ausstellungsarbeit. So lässt sich beispielsweise fragen, in welcher Form die visuelle Identität erzählstrategisch zum Einsatz kommen kann. Auf den Objektbeschriftungen und Texttafeln der Ausstellung *Hollywood Costume* (2012) im Victoria and Albert Museum waren

13 Für eine ausführliche Diskussion unterschiedlicher visueller Strategien und ihre Auswirkungen auf die Ausstellungserzählung vgl. Piehl: *Graphic Design in Museum Exhibitions* (Anm. 1).

jeweils das V&A-Logo sowie die Textzeile »A V&A Production« zu lesen. Die Museumsinstitution wird hier als fiktive Filmproduktionsgesellschaft in die Geschichte eingeführt und so Teil der Erzählwelt, es wird mit dem medialen Verhältnis von Film und Ausstellung gespielt, aber auch mit der Rolle der Institution im Verhältnis zur Ausstellung.¹⁴ Statt einer Vereinnahmung der Ausstellung als Vehikel der Marke wird das Logo der Institution genutzt, um die Ausstellung als Konstruktion, als Sprechakt der institutionellen Autorin bzw. Erzählerin zu positionieren. Bal spricht in diesem Zusammenhang von Verweisen, mit denen Ausstellende auf ihren Standort aufmerksam machen und diesen reflektieren, um damit im Gegenzug den Betrachter:innen zu ermöglichen, zum Ausgestellten kritisch Position zu beziehen.¹⁵ Interessant ist dies nicht zuletzt deswegen, weil die Lesbarkeit einer solchen Geste hier auch unmittelbar an die Erkennbarkeit der visuellen Identität gekoppelt ist. Eine institutionelle Identität, die dominant in die Praxis des Ausstellens eingreift, kann oder sollte problematisiert werden, da sich die Frage stellt, inwieweit nicht die zunehmende Professionalisierung der Außendarstellung die Möglichkeiten, kritischen Dialog sichtbar zu machen, einschränkt oder sogar unmöglich macht. Allerdings ist die Schlussfolgerung nicht eine Abkehr von der klar formulierten Identität, sondern vielmehr eine präzisere Auseinandersetzung mit den grafischen Mitteln, die an unterschiedlichen Stellen und mit unterschiedlichen Anforderungen zum Einsatz kommen, die aber im Gesamtergebnis »Museum« in direkter Wechselwirkung miteinander stehen.

Das Potenzial des präzisen Blicks auf grafische Mittel wird auch im Umgang mit den Genrekonventionen sichtbar, die sich in Ausstellungen historisch ausgebildet haben, wie etwa der typische inhaltliche Aufbau und die visuelle Formatierung von Objektbeschriftungen oder Texttafeln. Hier bietet die grafische Gestaltung die Möglichkeit, mit den Konventionen zu arbeiten und sich so die Erfahrungen von Leser:innen mit bestimmten Informationsformaten zunutze zu machen. So bediente sich die Ausstellung *Imagine Africa* (2012) im Penn Museum in Philadelphia der traditionellen Konventionen des Ausstellens, um Artefakte eines komplexen, von der Mitwirkung lokaler Gemeinschaften geprägten Entstehungs- bzw. Überarbeitungsprozesses einer Ausstellung selbst als Ausstellung zu präsentieren. Durch die Nutzung von etablierten, genretypischen Formaten wie Texttafeln, Objektbeschriftungen

14 Vgl. Piehl: *Graphic Design in Museum Exhibitions* (Anm. 1).

15 Vgl. Mieke Bal: *Double Exposures*, London: Routledge 1996.

und Schaubildern wurden die Inhalte, die an sich nicht den für die Institution üblichen Ausstellungsinhalten entsprachen, als Ausstellung kodiert, also als Ausstellung lesbar gemacht. Umgekehrt können Konventionen mitsamt den ihnen zugrunde liegenden Perspektiven auf Objekte, den musealen Habitus und das Verhältnis zu den Besucher:innen hinterfragt und zur Disposition gestellt werden. Das kann über die radikale Abkehr von typischen Formaten oder durch den Import von formalen Charakteristika anderer Textsorten geschehen, wie im *Transparenten Museum* (2016) der Kunsthalle Hamburg, wo die genretypischen Textformate der Ausstellung mit Fußnoten und Anmerkungen ergänzt und kommentiert werden.¹⁶ Denkbar wäre in diesem Zusammenhang auch die kritische Reflexion von Veränderungen in der Ausstellungsarbeit selbst, beispielsweise über eine bewusste Gegenüberstellung von grafischen Objekten unterschiedlicher Generationen von Ausstellungsformaten, über eine visuelle Genealogie der Objektbeschriftung oder als Auseinandersetzung mit den Zugängen, die diese Formate jeweils ermöglichen (oder nicht) – als eine politische Geschichte der Wissensvermittlung. Damit könnte sich die strategische Arbeit mit visueller Sprache von einem Fokus auf die spezifische Institution hin zu einer Auseinandersetzung mit den globalen Positionen des Ausstellungsmachens und der Kommunikation mit Besucher:innen entwickeln.

Die Beispiele geben einen Einblick in die Möglichkeiten des strategischen Einsatzes von grafischen Elementen, der bewussten Auslotung ihrer jeweiligen Funktionen und der gezielten Auseinandersetzung mit ihrem Zusammenspiel in der Ausstellung. Sie weisen nicht nur Gestaltung als mögliche Reibungsfläche und damit Handlungsraum aus, sondern zeigen auch das Potenzial von Gestaltung im Sichtbarmachen anderer, inhaltlicher Friktionen und die Möglichkeiten, diese in der Ausstellung zur Disposition zu stellen. Diese Art der gestalterischen Arbeit erfordert einen aufmerksamen, differenzierten Umgang mit visuellen Mitteln und ihren Wirkungsweisen, ebenso mit einzelnen Exponaten, Texten und spezifischen Erzählungen. Nur so kann Gestaltung und die Aushandlung von gestalterischen Entscheidungen Teil einer kritischen Ausstellungspraxis werden, in der – gewissermaßen als Gegenentwurf zu einer Positionierung von visueller Kommunikation, die sich mit den Oberflächen von Inhalten befasst – Gestaltung als Teil der inhaltlichen Entwicklung verstanden wird.

16 Wobei diese Art der Präsentation nicht nur neue Formate von Ausstellungstexten entwickelt, sondern durchaus auch als Legitimierungsstrategie im Sinne einer Verwissenschaftlichung der Darstellung von Inhalten gelesen werden könnte.