

# Kommunizierende Räume. Das Museum

---

STEFAN PAUL

»Schaulust«, »Bilderwelten«, »Blickwechsel«, »Sehsucht«, »Der Traum vom Sehen«, »Ich sehe was, was du nicht siehst« – so lauten die Titel viel beachteter Ausstellungen der letzten Jahre, die den Sehsinn in den Mittelpunkt stellen.<sup>1</sup> Damit folgt der Museumsbereich einem Trend, ohne dessen Schrittmacher zu sein. Doch diese starke Hinwendung zum Sehen, Schauen und Blicken vernachlässigt eine vermeintlich unbedeutende Tatsache: Voraussetzung für das Sehen ist der Raum, und ohne Raum könnte der so hervorgehobene Sinn nicht zur Entfaltung kommen. Diese Tatsache schlägt sich aber nicht in einer besonderen Wertschätzung der Kategorie Raum im Museum nieder. Um es noch schärfer zu formulieren: Jeder arbeitet mit dem Raum, aber keiner redet darüber. Auch der Fakt, dass Ausstellungen und Museen im Unterschied zu vielen anderen vermittelnden Medien physisch zu begehen sind, wird in der Regel übersehen. Vor diesem Hintergrund verwundert es kaum, dass einer der wenigen ernst zu nehmenden Versuche, sich mit dem Thema Raum im Museum zu beschäftigen, im Kindermuseum »zoom« in Wien stattfand. Schiefe Häuser stellten dort den Gleichgewichtssinn der Besucher auf die Probe, und überdimensionale Schaumstoffkostüme ließen erahnen, was passiert, wenn aus Körpern Raum wird.<sup>2</sup>

1 | »Blickwechsel« (Zentrum für Kunst und Medientechnologie, Karlsruhe 1998); »Sehsucht – Das Panorama als Massenunterhaltung im 19. Jahrhundert« (Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1993); »Der Traum vom Sehen« (Gasometer, Oberhausen 1997); »Ich sehe was, was du nicht siehst! Sehmaschinen und Bilderwelten« (Agfa Foto-Historama im Museum Ludwig, Köln 2002).

2 | In eine ähnliche Richtung geht die Dauerausstellung des Alimentariums in Vevey. Hier wird nicht nur die Kulturgeschichte der Ernährung gezeigt, sondern auch die Dauerausstellung als Ausstellung hinterfragt. Alte Ausstellungselemente werden

Diese Befunde signalisieren, was die Kategorie des Raumes für die Kommunikation im Museum bedeutet. Umso überraschender ist die Feststellung, dass die Kategorie ›Raum‹ in der deutschsprachigen museologischen Literatur so gut wie gar keinen ›Raum‹ einnimmt. Ein Beispiel dafür ist das *Handbuch der Allgemeinen Museologie* von Friedrich Waidacher.<sup>3</sup> Die Kategorie Raum kommt hier zwar hin und wieder vor, aber ein eigenes Kapitel wird ihr auf den knapp 800 Seiten des Buches nicht gewidmet. Eine weitaus stärkere, wenngleich nicht zentrale Rolle spielt sie im englischsprachigen Raum, wo es im Gefolge der Kommunikationstheorie von Marshall McLuhan in den 60er und 70er Jahren eine intensive Debatte um Kommunikationsstrukturen im Museum gab.<sup>4</sup> In den letzten Jahren zeichnet sich eine Entwicklung ab, die von Museumspädagogen forciert wird und in der Themen wie Besucherverhalten, Leitsysteme oder Wahrnehmungspsychologie in den Vordergrund treten. Auch hier spielt die englischsprachige Forschung eine wichtige Vorreiterrolle,<sup>5</sup> ohne jedoch die Bedeutung der Kategorie Raum wirklich erkannt zu haben.

Im vorliegenden Beitrag geht es nicht etwa um eine kritische Auseinandersetzung mit theoretischen Standpunkten; vielmehr soll versucht werden, erste Kriterien für Raum als Kategorie einer Kommunikationsgeschichte des Museums zu entwickeln.<sup>6</sup> Ein Mosaik verschiedener möglicher Zugänge soll Einstiege eröffnen und Anregungen für eine weiterführende Diskussion geben. Zunächst gilt es die Janusköpfigkeit von äußerer Hülle als Schauseite und der Funktion des Museums als Depot und Ort der

der neu gestalteten Ausstellung gegenübergestellt. So entsteht eine Art »Ausstellungslabor«. Vgl. dazu Martin R. Schärer: *Ausstellungswanderungen. Notizen museologischer Streifzüge durch das Alimentarium*, Vevey 2002.

**3** | Friedrich Waidacher: *Handbuch der Allgemeinen Museologie*, 2. Aufl., Wien, Köln, Weimar 1996.

**4** | Vgl. etwa Duncan F. Cameron: »A Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education«, in: *Curator* 11 (1968) S. 33-40.

**5** | Vgl. etwa Valorie Beer: »Great Expectations. Do Museums Know what Visitors are Doing?«, in: *Curator* 30 (1987), S. 206-215; Kenneth Hudson: *A Social History of Museums: What the Visitors Thought*, London 1975.

**6** | Einen interessanten Ansatz aus dem philosophischen Bereich bietet das Werk »Mensch und Raum« von Otto Friedrich Bollnow aus dem Jahr 1962, der eine Art Anthropologie des Raumes entwickelte. Bollnow stellt das menschliche Bedürfnis nach Bewegung und Ruhe in den Mittelpunkt seiner Betrachtungen. Dieser Ansatz scheint mir auch für das Museum interessant zu sein, da er sich stärker dem Menschen, sprich: dem Besucher, zuwendet. Museumspädagogik beginne nicht erst mit der Vermittlung einer Ausstellung, sondern mit Überlegungen zum menschenfreundlichen Raum.

Präsentation von Objekten zu thematisieren.<sup>7</sup> Der erste Abschnitt beschäftigt sich mit der Architektur des Museums, die raumkonstituierend ist und einprägsame, repräsentative Aufgaben erfüllt. Hierbei steht die Geschichte des Museums als Baukörper im Vordergrund. Der zweite Abschnitt wendet sich dem ›Kerngeschäft‹ des Museums zu, der Inszenierung von Innenräumen, die die Ausstellungsobjekte, frei nach Hermann Hesse, »heben und weiten« sollen. Raum wird zu einem wesentlichen dramaturgischen Element, das das Museum prägt. Danach folgen drei kurze Ausblicke auf andere zentrale Fragestellungen, die Anregungen für eine vertiefte Debatte geben sollen. Dabei wird im Nachgang zu den Bestrebungen der 60er Jahre gefragt, ob der Kommunikationsbegriff heute für das Verhältnis von Raum und Kommunikation noch fruchtbar genutzt werden kann. Die stärkere Hinwendung zur Szenographie in den 90er Jahren lässt nach dem Verhältnis von Theater und Museum fragen. Im letzten Kapitel steht der Begriff der virtuellen Räume im Zentrum – und damit die Frage, ob virtuelle Museen das klassische Museum ergänzen oder in Konkurrenz zu ihm treten.

## 1. Einblicke

### 1.1 Das Museum als Baukörper – Architektur

Das Museum als öffentliche Sammlung künstlerischer und wissenschaftlicher Gegenstände ist eine Erfindung des 18. Jahrhunderts. In dieser Zeit wurde begonnen, die fürstlichen Sammlungen (»Kunstkammern«) öffentlich zur Schau zu stellen.

Die erste staatliche Gründung war das Britische Museum in London (1753). In Deutschland entstand das Kasseler Museum Fridericianum (1769-1779). Die Verschränkung von Raum und Kommunikation in Museen und Ausstellungen hat aber viel ältere Wurzeln.<sup>8</sup> Woher diese älteren Prinzipien kommen, lässt sich an den Museumsbauten des 19. Jahrhunderts ausmachen, die unser Bild von Museumsräumen bis heute prägen. Der Museumsbau orientiert sich in seiner äußeren Hülle oft an antiken Tem-

7 | Diese Doppelfunktion der Architektur belegt Wolfgang Schivelbusch eindrucksvoll an den Bahnhofsbauten des 19. Jahrhunderts, wo die prächtige steinerne Außenfassade im Inneren einer modernen funktionalen Industriearchitektur aus Stahl gegenübersteht. Vgl. Wolfgang Schivelbusch: *Geschichte der Eisenbahnreise*, München 1977, S. 152-157.

8 | Vgl. Paul von Naredi-Rainer: *Zwischen Stadt und Kult. Die Sprache moderner Museumsarchitektur*. Siebente Sigurd Greven-Vorlesung, gehalten am 15. Mai 2003, S. 3f.; Alexis Joachimides: *Die Museumsreformbewegung in Deutschland und die Entstehung des Modernen Museums 1880-1940*, Dresden, Basel 2001.

pelbauten. Der sakrale Bezug ist auch an der Dramaturgie dieser Bauten zu erkennen. Die eindrucksvolle Kubatur mit aufwändig gestalteter Fassade schafft von außen eine besondere, Ehrfurcht gebietende Atmosphäre, bevor das Gebäude überhaupt betreten wird.

Dort findet der Besucher eine Abfolge von Räumen, die beim Heiligsten des Tempels enden. Diese Abfolge kennen wir in ähnlicher, etwas abgewandelter Form auch von den christlichen Kirchen. Und so ist die Präsentation von Schreinen oder wertvollen Monstranzen als erste Form einer Ausstellungsstrategie zu begreifen, die sich des Raumes bedient.

*Abbildung 1: Das Museum als Tempel: Die Alte Nationalgalerie in Berlin 1839, Gartenansicht*



Quelle: Bildarchiv Marburg.

Viele Museen folgen dieser ›klassischen‹ Dramaturgie. Der Eingangsbereich führt dem Besucher bereits äußerlich die Bedeutung des Raumes vor Augen, der Bewahrer wertvoller, auratischer Objekte ist. Dementsprechend repräsentativ ist der Zugang zum Gebäude. Ein gutes Beispiel ist die nunmehr wieder eröffnete Alte Nationalgalerie in Berlin. Die Architektur des Gebäudes entspricht in ihrer räumlichen Dramaturgie der eines Tempels. Ein mächtiger Treppenaufgang empfängt den Besucher. Danach folgt ein Bereich der inneren Einkehr, der im benachbarten Alten Museum in der zentralen Rotunde besteht.<sup>9</sup> Es schließt sich in der Regel ein Rundgang

9 | Die Rotunde im Alten Museum, entworfen von Karl Friedrich Schinkel, ge-

durch die Ausstellung an, der wieder im imposanten Eingangsbereich endet. Dieses festgelegte Raumprogramm lässt sich in der Struktur noch heute in vielen Museen verfolgen. Die Gestaltung des Eingangs ist oft weniger repräsentativ als in den genannten Beispielen, die Funktion ist aber dieselbe. Der Raum der Einkehr hat sich in der Regel in einen Dienstleistungsbereich verwandelt. Der Besucher kann sich wie bei den genannten Vorbildern orientieren, doch zusätzliche Funktionen ergänzen das Angebot, etwa der wohl unvermeidliche Shop, der zum Erwerb vertiefenden Materials animieren soll. Aber hier lässt sich die Analogie fortsetzen, denn auch die Verkaufsstellen von Postkarten und Führern in Kirchenräumen werden meistens als Fremdkörper erlebt.

Die Tradition der an sakralen Vorbildern ausgerichteten Raumabfolge wird erst durch die fürstlichen und damit weltlichen Wunderkammern des 18. Jahrhunderts gebrochen.<sup>10</sup> Nicht eine fest aufeinander abgestimmte Dramaturgie bestimmt hier den Gang durch den Raum, sondern das Bemühen, alle besonderen natürlichen und kulturellen Phänomene der Zeit zu sammeln und auf gleichem Niveau zu präsentieren. Die Sammlung ist oft nur in einem Raum mit gleichartigen, großen Schränken verteilt. Die Abfolge der Themen orientiert sich an den antiken Einteilungen der Wissenschaften. Der Raum verwandelt sich in ein Schaudepot. Das Objekt wird nicht inszeniert, sondern in seiner dreidimensionalen Form dokumentiert. Damit sind zugleich die beiden zentralen Aktivitäten definiert, die der Raum Museum leisten muss: das Deponieren und das Exponieren von Objekten.<sup>11</sup>

Dass neue Aufgaben für die äußere Hülle des Museums hinzugekommen sind, zeigt der Sprung in die Gegenwart. Ein beeindruckendes Beispiel für die Kategorie Raum als Kommunikationsinstrument ist der Libeskind-

hört für postmoderne Architekten wie James Stirling, der dieses architektonische Element in der Nationalgalerie aufnahm, zu den Ikonen. Vgl. dazu: Douglas Crimp: Über die Ruinen des Museums, Basel 1996, S. 284-319; Dieter Bartetzko: »Das Bewusstsein des Menschen für sich selbst. Das Erbe des postmodernen Museumsbaus der achtziger Jahre«, in: Landschaftsverband Rheinland (Hg.), Vom Elfenbein zur Fußgängerzone. Drei Jahrzehnte deutsche Museumsentwicklung, Opladen 1996, S. 85-96.

**10** | Vgl. Jürg Steiner: »Von der Kunst, Wunderkammern zu gestalten«, in: Herzog Anton Ulrich-Museum Braunschweig (Hg.), Weltenharmonie. Die Kunstkammer und die Ordnung des Wissens, Katalog zur Ausstellung im Herzog Anton Ulrich-Museum Braunschweig, S. 376-381.

**11** | Vgl. ebd.; Gottfried Korff: Merkwelt Wissenschaft/Staging Science, Vortrag Workshop Ausstellungen als Instrument der Wissensvermittlung am 26. u. 27. April 2002 im Helmholtz-Zentrum für Kulturtechnik, Humboldt-Universität zu Berlin, unter: [www2.rz.hu-berlin.de/kulturtechnik/files/Korff.pdf](http://www2.rz.hu-berlin.de/kulturtechnik/files/Korff.pdf), S. 2, gesehen am 20. Dezember 2003.

Bau, das Jüdische Museum in Berlin. Allein die Verwendung zweier Bezeichnungen für das neue Haus – Libeskind-Bau und Jüdisches Museum – zeigt die zunehmende Bedeutung des Baukörpers und seines Schöpfers, des Architekten.

Der Bau in Berlin scheint dieser Tendenz zu folgen und sich als sperriger Museumsraum zunächst der Ausstellung zu entziehen. Er ist ein Solitär mit einer starken architektonischen Ausstrahlung. Er besitzt keinen eigenen Eingang, was ihn unter den vielen Museumsneubauten einzigartig macht. Der Zugang ist nur über ein historisches Nachbargebäude möglich, welches vormals das Berlin-Museum beherbergte. Auch durch ein anderes wesentliches Merkmal unterscheidet sich das Jüdische Museum von anderen Museen. Der Zugang in die Ausstellung (nicht der Eingang) liegt unterhalb des Erdgeschossniveaus. Der erhabene Moment des Zugangs, ein wesentliches Element der Museumsbauten des 19. Jahrhunderts bis in die Gegenwart, oft symbolisiert durch eine breite, mächtige Treppe, wird hier konterkariert. Stattdessen erwartet den Besucher ein System aus mehreren Achsen, das nicht unbedingt eine stringente Besucherführung erlaubt, aber Teil der Dramaturgie ist. Der gesamte Bau scheint sich der Kommunikation zu verweigern. Dieses Prinzip wird mit so genannten *voids*, nicht begehbaren Leerräumen, auf eine dramaturgische Spitze getrieben. Wie faszinierend dieser Museums-Raum schon ohne Ausstellung wirkte, zeigt die Tatsache, dass vor seiner Eröffnung mehr als 300.000 Besucher das noch leere Jüdische Museum besucht haben.

Der Libeskind-Bau ist ein prägnantes Beispiel für die zunehmende Tendenz der Loslösung der äußeren Hülle des Museums vom Innenleben. Die Übereinstimmung zwischen Baukörper und Innenraum, zwischen Fassade und Grundriss fehlt.<sup>12</sup> Zu beobachten ist eine »Emotionalisierung« des Raumes. Die äußere Architektur dient nicht mehr als Schutzhülle oder Schatzkästlein, sondern das Gebäude wird Teil des *brandings* oder, anders formuliert, der Markenkommunikation.<sup>13</sup> Ein ebenso beeindruckendes wie abschreckendes Beispiel ist der Museumsbau von Frank Gehry in Bilbao. Dort ordnet sich in vielen Bereichen die ausgestellte Kunst der Architektur unter. Diese Entwicklung lässt sich nicht allein auf gegenwärtige Strömungen innerhalb der Architektur zurückführen. Vielmehr reagieren Architekten und Auftraggeber damit auf ein verändertes Kommunikationsbedürfnis der Besucher: Nicht Sammlung und Kontemplation, sondern Erlebnisorien-

**12** | Vgl. dazu Salomon Korn: »Plädoyer fürs Ungewohnte: Die Architektur kann uns bereichern – wenn sie mit den vertrauten Normen bricht«, in: Die ZEIT vom 21.II.2002, S. 44.

**13** | Vgl. Gert Kähler: »Warnung vor einer Architektur des Spektakels. Sie nutzt sich rasch ab und dient nur den Interessen der Stadtvermarkter«, in: Die ZEIT vom 21.II.2002, S. 44.

tierung ist gefragt. Diese Öffnung oder – negativer formuliert – Anpassung der Museen führt aus meiner Sicht in eine Sackgasse.

Die Erlebniskomponente unterstützt in vielen Fällen nicht die Vermittlung von Inhalten, sondern setzt eigene Akzente. Und die Kategorie Raum ist ein wichtiger Agent dieser Entwicklung. Der Raum verliert zunehmend seine dienende Funktion, er emanzipiert sich, fordert und bekommt sein eigenes Recht. Damit erfüllen die Architekten und ihre Auftraggeber zwar die Anforderungen des Zeitgeschmacks, verabschieden sich jedoch vom Museum als einer im besten Sinne aufklärerischen Institution. Das gilt im Übrigen nicht nur für Neubauten. Die zunehmende Nutzung alter Industriebauten als Ausstellungsraum weist in eine ähnliche Richtung. Themen, Installationen und Objekte haben sich am gegebenen Raum zu orientieren

*Abbildung 2: Das Jüdische Museum in Berlin: Außenansicht*



Quelle: Jüdisches Museum Berlin.

und nicht umgekehrt. Beispiele sind die Zeche Zollverein und vor allem der Gasometer in Oberhausen, dessen Hülle zu einer Ikone räumlicher Inszenierung geworden ist.

Abbildung 3: Das Jüdische Museum in Berlin: Blick in einen »void«



Quelle: Jüdisches Museum Berlin.

## 1.2 Inszenierte Geschichte – Raum als dramaturgisches Element

Wenn wir uns in das Innere der Museumshülle bewegen, so stellen wir fest, dass die Entwicklungen im Außenraum hier nicht halt machen. Jean-Christophe Amman, der frühere Direktor des Museums für moderne Kunst in Frankfurt, beklagt, dass die sich selbst inszenierenden Museumsarchitekturen der letzten Jahre dem täglichen Arbeiten mit Werken und Ausstellungen im Wege stehen. Für ihn ist der ideale Ausstellungsraum ein weißer

Resonanzraum für die Werke in einer ihnen dienenden Umgebung.<sup>14</sup> Dieser Ansatz – ob man ihn nun richtig oder falsch findet – unterscheidet vielleicht am stärksten das kunsthistorische Museum vom kulturgeschichtlichen Ausstellungsraum. Die kulturgeschichtlichen Museen aktueller Prägung benötigen die veränderbare Kategorie Raum, um Inhalte dauerhaft zu vermitteln. Es ist nicht die Aura des singulären Kunstwerkes, das in Szene gesetzt werden muss, sondern ein in der Regel heterogener Objektbestand, der Bezüge untereinander und damit auch zum Betrachter schaffen soll. Ein wichtiges Hilfsmittel für diese Form der Interpretation ist der Raum. Daher liegt der Fokus der folgenden Betrachtungen auf kulturhistorischen Museen, die stärker als kunsthistorische Museen mit der Kategorie Raum arbeiten. Kulturhistorische Museen versuchen, komplexe Kontexte und Inhalte herauszuarbeiten, während der Anspruch von Kunstmuseen, Werkbezüge herzustellen, vergleichsweise bescheiden wirkt. Die Ästhetik ist dort wichtiger als die Aufklärung.

Wie bestimmt die Raumgestaltung von Museen und Ausstellungen die Dramaturgie der Themen? Wie wird Spannung aufgebaut? Und wie werden Leitfragen kommuniziert? Der Umgang mit dem Raum ist eines der stärksten Werkzeuge der Dramaturgie. Besucher reagieren unmittelbar auf räumliche Veränderungen. Schafft ein Raum Offenheit, wirkt er eng oder verwinkelt, ist er begehbar oder abgeschlossen? Diese Eindrücke prägen ganz wesentlich die Atmosphäre von Räumen. Die Kategorie Raum bekommt unterschiedliche kommunikative Funktionen. Der Raum kann Teil einer Inszenierung sein. Wie die Kulissen in Film und Theater kann er die Besucher eintauchen lassen in eine andere Welt. Er lässt sie in eine afrikanische Hütte, ins Innere eines Kraftwerks oder auf dem Passagierdeck eines Ozeandampfers reisen. Der Raum lässt die Objekte stärker zur Geltung kommen und gewährleistet eine klare Führung der Besucher. Damit beschränkt er sich auf seine dienende Aufgabe als Hülle und Ort.<sup>15</sup>

Seit gut dreißig Jahren wird ganz wesentlich mit der Kategorie Raum als Teil der Inszenierung und damit als Teil eines weitergehenden Kommunikationskonzeptes gearbeitet. Das ist eine Entwicklung, die mehr oder weniger unbewusst Stränge aus dem Ausstellungswesen der 20er Jahre des letzten Jahrhunderts aufnimmt. Wichtige Impulse für die Dramaturgie von

**14** | Vgl. Christel Dauster/Claudia Weibel: Tagungsbericht Museum als Medium – Medien im Museum. Perspektiven der Museologie, 5./6. Juli 2002 in der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart, unter: [www.arthist.net/Wforum/CoD2.html](http://www.arthist.net/Wforum/CoD2.html), gesehen am 20. Oktober 2003.

**15** | Diese Ansätze verfolgte schon in den 30er Jahren Georges Henri Rivières am Musée d'Ethnographie, wo er für jedes Exponat eine eigene Gestaltung suchte. Wie Libeskind im architektonischen Bereich spielte er mit einer Ästhetik der Leere und verbannte Dubletten aus der Ausstellung. Vgl. Nina Gorgus: Der Zauberer der Vitrinen. Zur Museologie Georges Henri Rivières, Münster 1999, S. 49.

Ausstellungen kamen von den avantgardistischen Kunstausstellungen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Dabei sei nur an die kleine, damals eher unbeachtete DADA-Messe 1920 in Berlin erinnert, die in den 80er Jahren wieder entdeckt und als räumliche Reproduktion inszeniert wurde.<sup>16</sup> Eine ältere Traditionslinie bilden die Weltausstellungen oder die zahlreichen Industrie- und Gewerbeausstellungen, die sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts großer Beliebtheit erfreuten. Ihr Einfluss ist nicht genau zu bestimmen. Sie waren inspirierend für die Einführung neuer Themengruppen innerhalb des Museums. Ihre inszenierten Räume, die uns zuweilen an Freiluftmuseen erinnern, könnten ein wichtiger Impulsgeber für die Einrichtung von »Stuben« in zahlreichen Regionalmuseen und heimatgeschichtlichen Sammlungen gewesen sein. Auf eine deutliche Verbindung von Weltausstellungen und Museen weisen auch institutionelle Verknüpfungen hin: So stellen das South Kensington Museum in London (1851), das Field Museum of Natural History in Chicago (1893) oder das französische Kolonialmuseum in Vincennes (1931) allesamt geplante oder ungeplante Relikte von Großausstellungen dar.<sup>17</sup>

Das Ziel der neuen Inszenierungsformen seit den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts bestand darin, sich von der Vorherrschaft des Objekts zu verabschieden und stärker narrative Strukturen in den Vordergrund zu rücken. Ausstellungen sollten Geschichten erzählen und zu einer »Demokratisierung des Museums« beitragen. Das bedeutete konkret, breitere Besucherschichten in die vermeintlich antiquierte Institution Museum zu locken. Das wurde zunächst über eine neue Themenpalette und ein neuartiges Kommunikationsangebot versucht. Die Kultur der breiten Bevölkerung, insbesondere der Unterschichten, der Arbeiter und Bauern, rückte thematisch in den Blickpunkt der Museen. Vitrinen wurden immer weniger akzeptiert. Das Stichwort »hands on« machte die Runde. Der Besucher sollte aktiv in die Ausstellung einbezogen werden. Das didaktische, kommunikative Element wurde zunehmend wichtiger. Die Textmenge in den Ausstellungen wuchs, und kleine Inszenierungen sollten Lebenswelten wiederherstellen.<sup>18</sup>

Eine große Neuerung in der Ausstellungspraxis bedeuteten die viel beachteten kulturhistorischen Ausstellungen seit Ende der 70er Jahre. Hier

**16** | Helen Adkins: »Erste internationale Dada-Messe, Berlin 1920«, in: Bernd Klüser/Katharina Hegewisch (Hg.), *Die Kunst der Ausstellung. Eine Dokumentation dreißig exemplarischer Kunstausstellungen dieses Jahrhunderts*, Frankfurt am Main, Leipzig 1995, S. 70-75.

**17** | Vgl. Alexander C.T. Geppert: »Welttheater. Die Geschichte des europäischen Ausstellungswesens im 19. und 20. Jahrhundert. Ein Forschungsbericht«, in: *Neue Politische Literatur* 47 (2002), 10-61.

**18** | Vgl. Ellen Spickernagel/Brigitte Walbe (Hg.): *Das Museum – Lernort contra Musentempel*, Gießen 1976.

wäre die große Ausstellung »Preußen – Geschichte einer Bilanz« von 1981 oder die Ausstellung »Berlin-Berlin« im Martin-Gropius-Bau von 1987 zu nennen.<sup>19</sup> Die Ausstellungsarchitektur nahm in der Vermittlung der vielfältigen Themen eine zentrale Stellung ein. Räume sollten Atmosphäre herstellen, Enge und Weite, Glamour und Alltag. Architekten und Bühnenbildner wie Hans Dieter Schaal und Jürg Steiner bestimmten die gestalterische Sprache in diesem Bereich. Die zweidimensionale Ausstellungswelt der Designer rückte in den Hintergrund. Wie ein vorläufiges Fazit dieser Bemühungen lesen sich die Einlassungen von Gottfried Korff, einem der Kuratoren beider Ausstellungen:

»Die Dreidimensionalität der in ihm aufbewahrten Gegenstände macht das Museum zum Ort einer raumdeterminierten Wahrnehmung. Der Raum wirkt mit, wenn es um die Formierung sinnlicher Erkenntnis geht. So unterscheidet sich das Museum von den anderen, an den Sehsinn appellierenden wissensvermittelnden Agenturen, durch inszenatorische Möglichkeiten, die auch den Körper in ein Recht setzen. [...] Authentizität im Museum ist [...] eine Sache der Anmutungs- und Erlebnisqualität, die sich aus dem Bezugssystem von Körper, Gegenstand und Raum ergibt.«<sup>20</sup>

Diese Ausstellungen hatten auch Konsequenzen für die Neueinrichtung der beiden großen historischen Museen in den 90er Jahren. Sie verfolgten im Grundsatz weiterhin die Intentionen der Ausstellungsmacher der eben genannten Großausstellungen, die jetzt zum Teil das leitende Personal der neuen Museen stellten. Gemeint sind das Haus der Geschichte in Bonn und das Deutsche Historische Museum in Berlin. Sie arbeiten mit ähnlichen Raumkonzepten, erweitern diese aber um neue Formen der Medialisierung.<sup>21</sup> Dabei scheint auch ein stärker gewordenes Misstrauen gegenüber den Kommunikationsmöglichkeiten dreidimensionaler Objekte zutage zu treten.

Der Gebrauch oder die Nutzung der Kategorie »Raum« in Museen verfolgt unterschiedliche Zwecke. Im Zentrum des Interesses steht dabei – trotz der genannten Einschränkung – immer noch das Objekt. Diese Objektbezogenheit tritt, wie bereits erwähnt, in Kunstmuseen deutlicher hervor als in historischen Museen, in denen eher spielerisch mit Räumen umgegangen wird. Eine moderne Ausstellungsplanung geht zunächst von Leitobjekten aus, die die Struktur einer Ausstellung »kommunizieren« sollen.

**19** | Vgl. Gottfried Korff: »Zielpunkt: Neue Prächtigkeit? Notizen zur Geschichte kulturhistorischer Ausstellungen in der ›alten‹ Bundesrepublik«, in: Landschaftsverband Rheinland (Hg.), Vom Elfenbein zur Fußgängerzone, S. 53-84.

**20** | Vgl. Korff, Museumsdinge oder Merkwelt?, S. 2.

**21** | Vgl. Detlef Hoffmann: »Drei Jahrzehnte Museumsentwicklung in der Bundesrepublik – Trends, Strukturen, Perspektiven«, in: Landschaftsverband Rheinland (Hg.), Vom Elfenbein zur Fußgängerzone, S. 16.

Um diese Objekte herum werden weitere Objekte mit vermeintlich geringerer Bedeutung platziert, die zwar ihren Wert als Objekt behalten, aber eine stärker kommentierende Funktion haben. Leitobjekte werden nicht nur inhaltlich bestimmt. Manchmal ist es ihre Größe, ihre Form oder ihre Farbe, die sie ›qualifizieren‹, den Raum und damit die Ausstellung zu gliedern. Was für die äußere Hülle des Museums gilt, wird auch für das Innenleben von Ausstellungen wichtiger: Es werden erlebnisorientierte, die Sinne ansprechende Räume geschaffen. Der Einsatz von Licht, Farbe, Klang und Geruchsstationen soll die Raumerfahrung vertiefen. Vor diesem Hintergrund erklärt sich wohl auch die geradezu inflationäre Einführung von Klang-, Duft- und Tasträumen.

Der zweite wesentliche Faktor, der die räumliche Konstellation im Museum prägen kann, ist das Thema. Ein in dieser Hinsicht besonders auffallendes Beispiel war die James-Bond-Ausstellung (1998) im Hildesheimer Roemer- und Pelizaeus-Museum. Ihr Untertitel »Die Welt des 007« prägte die Struktur der Ausstellung. Der Eingangsbereich führte durch einen Pistolenlauf. Es folgten Orte, die jeder Besucher aus den Bond-Filmen kannte: ein Casino mit Baccara-Tisch, das Vorzimmer von Miss Money Penny, das Büro von M, die Werkstatt von Q, eine gigantische Kommandozentrale und schließlich eine Stahlbrücke, die sich über brodelndes Wasser zog. Diese Form des Umgangs mit Raum mag extrem sein, aber sie steht dennoch für einen vorherrschenden Trend im Ausstellungsbereich. Es werden so genannte Themenräume konzipiert, in denen Geschichten erzählt werden. Die Objekte werden Mittel zum Zweck und sind nicht mehr Gegenstand der ehrfürchtigen Bewunderung. Der Zugang zur Museumspräsentation wird damit wesentlich erleichtert.

Ein dritter Faktor ist die zunehmende Medialisierung von Ausstellungen. Dabei bestimmen unterschiedliche Konzepte die derzeitige Ausstellungspraxis. Eindrucksvoll wurde dies im Jahre 2000 durch die EXPO in Hannover und die Ausstellung »Sieben Hügel« im Berliner Gropiusbau manifestiert,<sup>22</sup> die stark auf elektronische Hilfsmittel setzten, um neue Erlebniswelten<sup>23</sup> zu inszenieren.<sup>24</sup> Bei vielen EXPO-Präsentationen war zu

**22** | Vgl. Bettina Drescher: Im Westen nichts Neues? Themenpark und Sieben Hügel. Präsentationsästhetiken im Vergleich, unter: [www.ulmer-verein.de/drescher.html](http://www.ulmer-verein.de/drescher.html), gesehen am 11. November 2003.

**23** | Ein vorläufiger Endpunkt dieses ausgereizten Begriffes ist der »Atlas der Erlebniswelten«, der den Versuch einer Topographie unserer Welt im Kopf unternimmt. Vgl. Louise van Swaaij/Jean Klare (Hg.): Atlas der Erlebniswelten, Frankfurt am Main 2000.

**24** | Ein konträres Konzept verfolgte die Ausstellung »Theatrum Mundi«, die auf die »Sieben Hügel« im Gropiusbau folgte und einen sehr puristischen, objektzentrierten Blick auf die Wissenschaftsrelikte der Humboldt-Universität richtete: eine spannende Ausstellung – trotz oder gerade wegen der vielen Vitrinen.

beobachten, dass die Medialisierung oft mit dem Verlust des physisch erlebbaren Raumes einhergeht. Räume werden nicht mehr inszeniert, sondern sind bloß noch Hüllen für immer perfektere Projektionsverfahren.

## 2. Ausblicke

### 2.1 Ein einfaches Kommunikationsmodell

Ging es bislang um Raum und den Umgang mit Raum, so steht im Folgenden der Begriff ›Kommunikation‹ im Zentrum. Ich gehe dabei von einem einfachen Kommunikationsmodell aus, das aber bereits die Komplexität dieser Herangehensweise zeigt,<sup>25</sup> nämlich dem Modell *Sender – Medium – Empfänger*, das ich mit *Objekt – Raum – Besucher* gleichsetze.

Dabei muss das Medium nicht unbedingt die Kategorie Raum sein. Auch Kategorien wie Thema, Medien, Klang, Licht, Farbe und Text können Medium sein. Dieses sehr einfache Kommunikationsmodell schafft bereits eine Fülle von Bezügen, die die Möglichkeiten und Grenzen dieses Ansatzes erahnen lassen. Übertragen auf die kleinste Ebene der musealen Präsentation, nämlich die Zurschaustellung eines Objektes in einer Vitrine, sendet das Objekt eine Botschaft an den Betrachter.<sup>26</sup> Dazwischen liegt nur der Raum, der durch eine Glasscheibe und/oder eine Absperrung unterbrochen wird. Diese Aufteilung des Raumes schafft Distanz. Die Vitrine als Raumveränderer hat damit eine zentrale kommunikative Funktion. Aus dieser Sicht können Vitrinen in einer Ausstellung eine bedeutsame Rolle spielen, die weit über die Funktion des Schutzes (vor Besuchern, Wärme, Licht oder Feuchtigkeit) hinausgeht. Sie ist auch ein wichtiges dramaturgisches Mittel. Die Objekte werden durch Distanz aufgewertet. Aber nicht jedes Objekt gehört in eine Vitrine, wie ein skurriles Beispiel der Ausstellung »Mittelalter am Oberrhein« des Badischen Landesmuseums zeigt. Dort wurden Kanonenkugeln unter Glas gesetzt. In dieser einfachen Beziehung zwischen Objekt – Raum – Besucher können auch andere »Werkzeuge« genutzt werden, um Distanz herzustellen. Ähnliche Betrachtungen wie für die Vitrine ließen sich für den Sockel anstellen.

Im Museumsraum überlagern sich eine Vielzahl solcher einfacher Kommunikationsmuster. Diese Verschränkungen machen das besucherori-

25 | Ein anderer Ansatz findet sich bei Michael Schmolke: Ausstellung und Kommunikation der Gesellschaft. Eine Skizze, Vortrag Workshop Ausstellungen als Instrument der Wissensvermittlung am 26. u. 27. April 2002 im Helmholtz-Zentrum für Kulturtechnik, Humboldt-Universität zu Berlin, unter: [www2.rz.hu-berlin.de/kulturtechnik/files/Schmolke.pdf](http://www2.rz.hu-berlin.de/kulturtechnik/files/Schmolke.pdf), gesehen am 20. Dezember 2003.

26 | Vgl. Der Ausstellungsraum im Ausstellungsraum. Moderne Vitrintechnik im Museum, Köln 1994, S. 7f.

enterte Bauen einer Ausstellung zu einem so schwierigen und kaum planbaren Unterfangen. Der Gestalter Ralph Appelbaum formulierte die Schwierigkeit für die Kategorie der »Empfänger« einmal folgendermaßen: »Museumsbesucher sind wie Schafe – man weiß nie, wo sie grasen.«

Ähnlich komplex ist die Wirkung auf der Objektebene. Wie wirken Objekte miteinander, die in einer bestimmten Absicht und in einer festgelegten Position in den Raum gestellt werden? Jeder »Empfänger« oder Besucher baut sich seinen eigenen Museumsraum. Die Alternative wäre ein schmaler Gang, der den Besucher zwar führen, ihn aber kaum noch »heben« und »weiten« könnte – es sei denn, man wollte ein Bergwerk inszenieren.

Ein anderer wichtiger Aspekt der Frage nach dem Museumsraum als Kommunikationsmedium, der bisher jedoch in der Planungspraxis von Ausstellungen kaum eine Rolle spielt, ist die der Beziehung der Besucher untereinander. Sind Museumsräume kommunikationsfeindlich? Noch heute gilt der Satz von Paul Valéry, dass sich Besucher in Museen zwar »ein wenig lauter als in der Kirche, aber viel ruhiger als im Alltag«<sup>27</sup> verhalten. Die sakrale Tradition der Museumsbauten scheint noch ihre Wirkung zu tun.

## 2.2 Das Museum als Theater?

Seit einigen Jahren erfreut sich der Begriff »Szenographie« großer Beliebtheit. Vielen Gestaltern, Designern und Architekten scheint ihre herkömmliche Berufsbezeichnung zu langweilig geworden zu sein und sie schmücken sich mit dem Begriff Szenograph. Für Martin Roth, den ehemaligen Präsidenten des Deutschen Museumsbundes und eifrigen Förderer dieser neuen Berufsbezeichnung, ist Szenographie »das Handwerk, dreidimensionale Räume so zu inszenieren, so einzurichten, dass Inhalte verstärkt durch gestalterische Mittel deutlicher und prägnanter in ihrer Wirkung und Aussage werden«.<sup>28</sup> Mit diesem Begriff wird die Nähe zum Theater gesucht. Die Ausstellung wird als Bühne begriffen, auf der mit den Objekten ein Stück inszeniert wird und wo eine Vielzahl von Komponenten auf das fertige Produkt wirken. Hier liegen aber auch die Grenzen dieser Analogie. Theater und Film drängen den Zuschauer in eine eher passive Rolle. Er ist der Dramaturgie eines Stücks oder eines Films ausgesetzt. Im Bereich des Museums kommt ihm eine wesentlich aktivere Rolle zu. Der Besucher be-

27 | Zit. n. Barbara Gehrke: »Museen und Cybernauten. Zukunft hat eine lange Vergangenheit«, in: [www.ecmc.de/content/new/pub/download/cybernauten.pdf](http://www.ecmc.de/content/new/pub/download/cybernauten.pdf), S. 1, gesehen am 10. Dezember 2003.

28 | Martin Roth: »Szenographie. Zur Entstehung von neuen Bildwelten im Themenpark der Expo 2000«, in: *Museumskunde* (66) 2001, S. 25.

stimmt das Tempo und die Vertiefung des Themas. Die Bewegung des Besuchers im Raum konstituiert die Dramaturgie. Ausstellungsmacher arbeiten denn auch mit zahlreichen Mitteln, um diesen Gang zielgerichtet zu bestimmen. Eine räumliche und thematische Struktur wird vorgegeben,<sup>29</sup> aber der Besucher entscheidet, ob er den Vorgaben folgt oder seine eigene Dramaturgie der Ausstellung entwirft. Oder plastischer gesagt: Der Besucher eines Theaters hat nicht die Möglichkeit, den Schluss der Aufführung vorzuziehen, doch der Besucher eines Museums kann seinen Gang durch die Ausstellung auch am Ende des Rundgangs beginnen.

Die These muss daher aus meiner Sicht variiert werden: Das Museum arbeitet, wenn es mit Raum arbeitet, der Institution Theater geradezu entgegengesetzt. Der Besucher ist gewissermaßen ein Akteur auf der Bühne der Ausstellung, während die Objekte die passive Rolle von Zuschauern einnehmen – denen es allerdings versagt ist, der menschlichen Vorführung zu applaudieren.

### 2.3 Virtuelle Räume

Seit dem Aufkommen neuer Medientechniken geistert ein weiteres Schlagwort durch den Museumsäther: Das klassische Museum sah sich plötzlich bedrängt von virtuellen Museen, die nur noch Netzwerke und Bildschirme brauchten, um sich von den herkömmlichen Museen zu emanzipieren. Die Überwindung des Raums durch das Netz schien unmittelbar bevorzustehen. So war es nicht weiter verwunderlich, dass der zentrale Museumsserver des Deutschen Historischen Museums schon bald eine Sparte mit virtuellen Museen anbot. Doch wie es vielen Kindermuseen an Objekten mangelt und man versucht, diese durch bunte Installationen zu ersetzen, so fehlt den virtuellen Museen auch etwas: der physisch erlebbare Raum.<sup>30</sup> Ob die Räume des Netzes dieses Defizit ausgleichen oder ausgleichen können, vermag ich nicht zu beurteilen. Die Direktorin des Museums für Gestaltung in Zürich, Erika Keil, vergleicht in diesem Zusammenhang die »Konkurrenzprodukte« und sieht die Vorteile des Museums in den Bereichen »Dreidimensionalität« und »Echtheit«.<sup>31</sup>

29 | Vgl. Duncan F. Cameron: »A Viewpoint. The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education«, in: *Curator* 11 (1968) S. 38.

30 | Ein spannender Brückenschlag zwischen virtuellen Räumen und »historischen Illusionsräumen« gelingt Oliver Grau. Für ihn haben die vermeintlich innovativen virtuellen Räume unserer Zeit eine lange historische Tradition, die bis in die Antike reicht. Vgl. Oliver Grau: *Virtuelle Kunst in Geschichte und Gegenwart. Visuelle Strategien*, Berlin 2001.

31 | Vgl. Gespräch mit Erika Keil, unter: [edu.gbssg.ch/grf/zeitlos/5recherche/gespraech/keil.htm](https://www.gbssg.ch/grf/zeitlos/5recherche/gespraech/keil.htm), gesehen am 12. Dezember 2003.

Damit bin ich bei meiner abschließenden These: Raum wird durch »leibliche Anwesenheit« (Gernot Böhme) erfahrbar.<sup>32</sup> Auch die technisch ausgereiftesten Lösungen im Cyberspace lassen mich eher als passiven Betrachter enden. Boris Groys spricht sogar von einer Entmündigung des Besuchers, der einer fremden Lichtgestalt unterworfen werde.<sup>33</sup>

Der Raum ist im Bereich der virtuellen Welten nur noch als Hülle für Installationen interessant, weniger als dramaturgisches Element. Ein gutes Beispiel ist das Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe, das sich der Präsentation neuer Medien verschrieben hat. Hier wird nicht Raum inszeniert, um die vielfältigen medialen Angebote zur Geltung zu bringen, sondern die Medien inszenieren den Raum. Bei der Dauerausstellung des ZKM hat der Raum dienende Funktion für die medialen Kunstwerke. Die Abfolge der gezeigten Kunstwerke scheint beliebig, und eine Dramaturgie der Ausstellung ist nicht zu erkennen.

### 3. Fazit

An kaum einer anderen Institution lässt sich die Verschränkung von Raum und Kommunikation so gut zeigen wie am Museum. Nichtsdestotrotz scheint das Museum die Kategorie »Raum« erst spät als Faktor der Kommunikation entdeckt zu haben. Das gilt in erster Linie für die Architektur der Museen, die zunehmend zum Marketinginstrument verkommt. Bei vielen Neueröffnungen der letzten Jahre – insbesondere bei Kunstmuseen – musste der Eindruck entstehen, dass die Gebäudehülle weitaus wichtiger war als die präsentierten Objekte. In den kulturhistorischen Museen bekommt der Raum zunehmende Bedeutung als dramaturgisches Element der »erlebnisorientierten« Inszenierung. Diese Tendenz ist freilich nicht neu, denn der Raum spielt für die Arbeit der Museen schon immer eine zentrale Rolle, sei es als Tempelersatz oder Erlebnisort. Dabei ist die Kategorie »Raum« einer stetigen begrifflichen Erweiterung unterworfen, die aber den Kern des Raumgedankens eher verwässert als schärft – sei es als virtuelles Museum oder als Museums-Theater.

Die Kategorie des Raumes ist eines der zentralen »Alleinstellungsmerkmale« des Mediums Museum, verlangt dieses Medium doch die struk-

**32** | Zit. n. Christian Thomas: Der poröse Leib. Ein Symposium des Deutschen Architektur-Museums über »Architektur + Wahrnehmung« in Frankfurt, in: [www.fr-aktuell.de/fr/140/t140007.htm](http://www.fr-aktuell.de/fr/140/t140007.htm), gesehen am 16. November 2002.

**33** | Zit. n. einer Besprechung der Tagung »Museum als Medium – Medien im Museum. Perspektiven der Museologie« an der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart von Christel Dauster und Claudia Waibel, Universität Stuttgart, in: *H-ArtHist* (August, 2002); <http://www.h-net.org/mmreviews/showrev.cgi?path=289>, gesehen am 12. Dezember 2003.

turierte Bewegung des gesamten Körpers, um sinnvoll genutzt werden zu können. Die ›leibliche‹ Form der Raumerfahrung ist für mich ein wesentlicher Ansatz musealer Kommunikation. Wahrnehmung ist ›Ganzkörpereinsatz‹, der nicht nur über den Augensinn gesteuert wird. Das Primat des Sehens in der augenblicklichen Diskussion wird nicht durch die Kategorie des Raumes ersetzt. Eine eindrückliche Erfahrung mit den unterschiedlichen Räumen des Museums scheint mir aber nur mit physischer Präsenz möglich, um die virtuelle Welt des Museums erleben zu können.

