Markus Walz (Hg.)

Handbuch Museum

Geschichte, Aufgaben, Perspektiven

Mit 13 Abbildungen

J. B. Metzler Verlag

grundsätzlich vielfältigen Mix an Lehrmitteln begünstigen das Lernen, wie es die Forschungen zu Gedächtnismodellen postulieren. Vereinfacht gesagt heißt dies, je mehr und je unterschiedlicher die Kanäle der Kommunikation sind, je mehr Sinne an der Wahrnehmung beteiligt sind, je aktiver die Inhalte im Arbeitsgedächtnis bearbeitet werden, desto größer die Chance, dass sie auch langfristig erinnert werden. Dazu gehören insbesondere auch haptische Erfahrungen und aktives, eigenes Handeln. Was diese Entwicklung sicher begünstig hat ist, dass eine sehr wichtige Zielgruppe die Kinder bzw. Familien mit Kindern sind. Ein Ausstellungsbesuch muss eine gute gemeinsame Erfahrung, Spaß und attraktive Angebote für Kinder versprechen, damit Familien sich für einen Museumsbesuch entscheiden (Eissenhauer/Ritter 2010, 56).

Handlung/Interaktion

Naturmuseen stellen schon lange Objekte zum Anfassen bereit. Die Konzentration auf ein sinnliches Phänomen und dessen Isolierung von anderen Wahrnehmungsreizen erhöht die Aufmerksamkeit. Vertrautes wird fremd und die Wahrnehmung geschärft. Nicht Kontextualisierung oder Gesamtstimmung stehen im Vordergrund sondern Wahrnehmen, Erkennen, Vergleichen und Unterscheiden. Seit den 1970er-Jahren erfreuen sich interaktive, zunächst analoge Stationen großer Beliebtheit, die einen spielerischen Zugang, ein aktives Entdecken und Lernen ermöglichen (Eissenhauer/Ritter 2010, 20). Körperliche Erfahrungen wie Klettern, Krabbeln oder Kriechen werden in Themenstationen integriert. Diesen Angeboten ist gemeinsam, dass sie nicht zielgerichtet sind und es keine Erfolgs- bzw. Wissenskontrolle gibt. Ein anderer Typus von Interaktiva ist problemorientiert, eine Aufgabe soll gelöst werden oder Wissen kann überprüft werden. Für Familien ist es spannend, wenn die Aktivitäten geteilt werden können, die Familienmitglieder ins Gespräch kommen und sich über das, was sie sehen und erfahren, austauschen können. Hierbei ist auch wichtig, dass die Eltern Informationen finden, um die Fragen der Kinder beantworten zu können. Diese Art der interaktiven, spielerischen und handlungsorientierten Angebote hat sich mittlerweile auch in anderen Museumstypen etabliert. Es hat sich herausgestellt, dass die Angebote, obwohl explizit für Kinder entwickelt, auch gerne von Erwachsenen genutzt werden, da sie auch ihnen den Zugang zu den Themen erleichtern. Seit einiger Zeit werden Dauerausstellungen mit »Laboren« ergänzt, die eine Fülle von zusätzlichen, kindgerechten, interaktiven Zusatzangeboten zur Verfügung stellen, oder mit Werkstätten, in denen die Museumsgäste selbsttätig oder gemeinsam mit Museumspersonal die Arbeitsweisen des Museums ausprobieren können. Der technologische Fortschritt der digitalen Medien im 21. Jh. hat den Museen ganz neue Möglichkeiten der Interaktion eröffnet. Die neuen Medien wurden zunächst vor allem genutzt, um dem Publikum zusätzliche Informationen in Form von Datenbanken zur Verfügung zu stellen. Die Qualität der inhaltlichen Dramaturgie, der Navigation und des Interaktionsdesigns hat stetig zugenommen und es werden für die Ausstellungen nach Zielgruppen differenzierte Lern- und Spielapplikationen entwickelt (Krämer 2005). Die Schnittstelle zwischen Publikum und Medium ist nicht länger auf die Oberfläche eines Touchscreens beschränkt. Auch die interaktiven Medien sind räumlich geworden und bieten neue Handlungsformen an, bei der das Interface zur körperlichen Erfahrung wird.

Die Naturmuseen haben eine solche Vielzahl der Inszenierungs- und Vermittlungselemente, Spielangebote und Interaktionen, dass manchmal die Museralien zu bloßen Requisiten werden. Auch wenn die Angebote zwanglos, spielerisch und unterhaltsam sind, haben sie doch oft den anleitenden Charakter und lassen den Vermittlungswillen der Ausstellungsmacher und -macherinnen erkennen. Vielleicht ist auch deswegen eine Renaissance der »Schau«-sammlung zu erkennen, eine Präsentationsweise, die ein ziel- und interesseloses Wahrnehmen und Staunen über die schönen Exponate und Sammlungen zulässt und durch die Faszination erst Interesse weckt. Gerade die neuen Medien bieten intelligente und unterhaltsame Möglichkeiten, den Wissensdurstigen trotzdem Informationen zu bieten, ohne die Schaulust zu domestizieren. Als Trendsetter kann hier wohl die Themengalerie »Spectrum of Life« von 1998 im American Museum of Natural History in New York gelten. 1.000 Exemplare wurden zu einer riesigen Installation zusammengestellt: eine imposante Visualisierung der Artenvielfalt. An interaktiven Medienstationen können die Museumsgäste erfahren, inwiefern die ausgestellten Arten für die Erde und den Menschen nützlich sind. Mit einem ganz ähnlichen Konzept präsentiert das Museum für Naturkunde in Berlin die Biodiversität – 3.000 präparierte Tierarten in einer einzigen raumhohen Vitrine, begleitet durch informative Medienstationen; der Einstieg dazu geht dabei immer direkt über das Tier, das das Interesse geweckt hat. Im Berliner Museum findet sich auch eines der gelungensten Beispiele für die Kombination von Exponat und avancierter medialer Vermittlung: die Saurierwelt in der zentralen Halle des Museums.

Fazit

Der wissensvermittelnde Ansatz der Naturmuseen kann als Vorbild dienen für eine erfolgreiche Ausstellungspraxis, wenn unter Lernen nicht nur Vermehrung von Wissen, sondern Wahrnehmen, Verstehen und das Sammeln von Erfahrungen verstanden wird. Die Vermittlungsabsichten treten in den Hintergrund und die Ausstellung wird ein Angebot an das Publikum, das sowohl Verstand wie Gefühl anspricht, unterschiedlichste sinnliche und intellektuelle Zugangsweisen ermöglicht; ein Angebot, das die Museumsgäste ins Zentrum stellt, denn diese können sich aktiv und nach den eigenen Bedürfnissen, Kompetenzen und Vorlieben, nach Lust und Laune bedienen, und sei es zum Staunen und Zerstreuen. Museumsbesuche werden zum inspirierenden, positiven Erlebnis und wecken den Wunsch nach mehr, wie Drevermann postuliert: Ausstellungen sollen hungrig machen statt satt (Drevermann 1928, 75).

Literatur

Drevermann, Fritz: *Naturerkenntnis. Vom Gegenstand der Naturwissenschaften.* Potsdam/Zürich 1927.

Eissenhauer, Michael/Ritter, Dorothea (Hg.): *Museen und Lebenslanges Lernen – Ein europäisches Handbuch.* Berlin 2010. [Erweiterte deutsche Ausgabe von: Kirsten Gibbs u. a. (Hg.): *Lifelong learning in museums. A European handbook.* Ferrara 2007.]

Köstering, Susanne: *Natur zum Anschauen. Das Naturkundemuseum des deutschen Kaiserreichs 1871–1914.* Köln 2003.

Krämer, Harald: »Interaktive Impulse.« In: *UniPress – das Wissenschaftsmagazin* Nr. 127 (2005), 17 f. In: http://www.kommunikation.unibe.ch/unibe/rektorat/kommunikation/content/e80/e1425/e4697/e4912/e4914/linkliste5281/up_127_s_17_kraemer.pdf.

Muhr, Stefanie: *Der Effekt des Realen. Die Historische Genremalerei des 19. Jahrhunderts.* Köln/Weimar/Wien 2006.

Schärer, Martin R.: *Die Ausstellung. Theorie und Exempel.* München 2003.

Ursula Gillmann

57 Mit Räumen sichtbar machen: inszenatorisch-szenografischer Ansatz

Ausstellungen im Allgemeinen zeigen eine Reihe grundlegender Charakteristika: »In ihnen wird eine Erzählung (Präsentation) mit Objekten, Zeugnissen, Bildern und Texten geschaffen, die im Raum gezeigt, verknüpft und aufeinander bezogen werden – dies alles in einem räumlich-ästhetischen Kontext, der unterschiedlich gestalterisch durchgearbeitet, ›inszeniert‹ ist.« (Beier-de Haan 2005, 180) Folgt man dieser Definition, so ist jede Ausstellung notwendig räumlich inszeniert – ein Befund, der neben der Sache selbst nicht zuletzt auf die Unschärfe und Ubiquität des Begriffs »Inszenierung« verweist. Nach Assmann (2007, 162) ist »Inszenierung [...] der Schlüsselbegriff eines konstruktivistischen Weltverständnisses, demzufolge Wirklichkeit nicht vorfindlich existiert, sondern performativ hergestellt wird.« Als solcher hat er in den letzten Jahrzehnten, auch außerhalb seines ursprünglichen Kontexts Theater und Film, in verschiedenen Bereichen – Mode, Sport, Politik, Identitäten usw. – eine beachtliche Konjunktur erlebt.

Etymologisch leitet sich der Begriff »Inszenierung« von »Szene« ab, was »eine kleine Handlungseinheit« oder einen »Schauplatz« bezeichnet. Im 18. Jh. entsteht er aus dem französischen »scène«, das ursprünglich vom lateinischen »scena«/«scaena« – »Bühne des Theaters« – stammt (Schober 1994, 9). »Inszenierung« bedeutet demnach »auf die Bühne bringen«/«auf die Bühne Gebrachtes«. Im Wortsinn sind so bereits zwei entscheidende Aspekte aufgerufen: Inszenierung als Prozess und Produkt sowie eine bezeichnende Nähe zu Bühne und Theater.

Schober hat als erste systematisch die Übertragung von Ansatz und Begriff der Inszenierung auf Ausstellungen herausgearbeitet. Sie vermutet, dass die Rede vom Inszenieren in Bezug auf Ausstellungen ein Phänomen der letzten Jahrzehnte sei (ebd., 9). Die Popularisierung dieses Begriffs lässt sich für das deutsche Ausstellungswesen in den 1970er- und 1980er- Jahren verorten, auch wenn das Wort schon 1883 Wilhelm von Bode verwendet: Er begründet im Katalog seiner »Ausstellung von Gemälden älterer Meister« in der Königlichen Akademie der Künste das Prinzip der »Inscenirung der Ausstellung« als Ensemble aus Gemälden, Plastiken und kunsthandwerklichen Gegenständen damit, so eine »Gesammterscheinung« zu erzielen (Thiemeyer 2012, 200).

Wenn die Ausstellung als Zur-Schau-Stellung, als Zeigen von Dingen vor Publikum nach Beier-de Haan prinzipiell nicht ohne Formen der »Inszenierung« auskommt, so sei hier im Anschluss an Schober ein spezielleres Phänomen betrachtet, das sie »programmatisch inszenierte Ausstellung« nennt: Ausstellungen, »die das Publikum mit bildhaften Arrangements und einem künstlerischen Umgang mit den Objekten, der vom einfachen Zusammenkomponieren bis zu allegorischen Darstellungen reichen kann, ansprechen und verführen wollen. Die Mittel der Inszenierung – Raum und Architektur, Licht, Farbe, Ton und Geräusche sowie Filme, Videos und ›rhetorische Kunstgriffe‹ – werden bewußt und experimentell eingesetzt. Dabei wird die Grenzlinie gegenüber Inszenierungsformen der bildenden und darstellenden Kunst verwischt.« (Schober 1994, 16)

Schwer abzugrenzen ist der Begriff der »Inszenierung« im Kontext Ausstellung von »Szenografie«. Baumunk beschreibt diese als Übersteigerung von Inszenierung und »Schlüsselbegriff der ausstellerischen ›Eventkultur‹« (Baumunk 2004, 10). Roth versteht unter Szenografie nüchterner »das Handwerk, dreidimensionale Räume so zu inszenieren, so einzurichten, dass Inhalte verstärkt durch gestalterische Mittel deutlicher und prägnanter in ihrer Wirkung und damit in der intendierten Aussage werden.« (Roth 2001, 25) Thiemeyer fasst darunter im Anschluss an Jean-Pierre Laurent, der den Begriff in den 1970er-Jahren in die französische Museumsdiskussion eingeführt hat, solche Formen der Ausstellung, die weniger auf das originale Exponat bauen: »kleine Inszenierungen oder Installationen, die Ereignisse oder Phänomene evident machen sollten, die sich nicht durch echte Objekte oder Faksimiles dieser Objekte darstellen ließen« (Thiemeyer 2012, 211).

Inszenatorisch-szenografische Ansätze haben ihren Ausgangspunkt in historischen Ausstellungen und finden hier nach wie vor ihre größtes Anwendungsgebiet (Thiemeyer 2012, 205). Im Kunstmuseum kommen sie nach wie vor nur selten zum Einsatz: »Es ist jedenfalls auffällig, dass große Architekturinszenierungen in Ausstellungen erstrangiger Kunstwerke kaum versucht worden sind, und sicher nicht aus Pietät« (Baumunk 2004, 10).

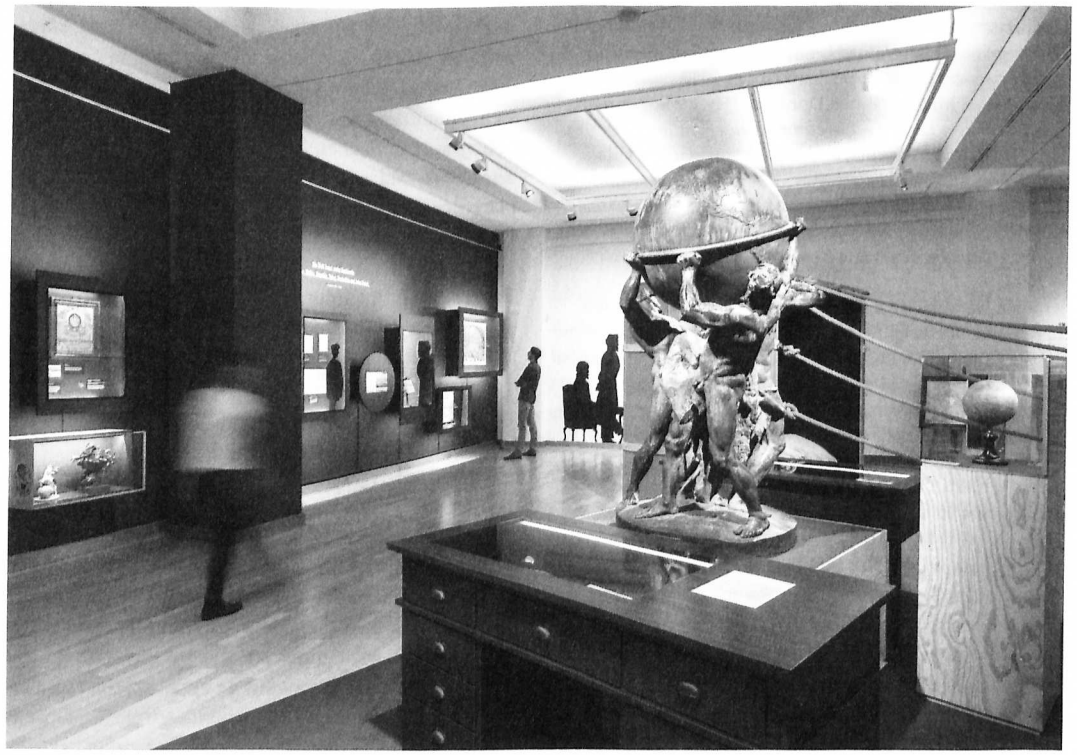

Abb. 57.1 Ausstellung »In 80 Dingen um die Welt. Der Jules-Verne-Code«. Museum für Kommunikation, Berlin, 2014.

Bühne für Dinge und Themen: Die Geburt der inszenierten Ausstellung aus dem Geiste des Theaters

Entscheidend für die Abgrenzung programmatisch inszenierter Ausstellungen als eigenes Genre ist der Bezug auf den bewusst gestalteten Raum, der als Bühne für Dinge, Themen, Thesen und das Publikum arrangiert wird. Die programmatisch inszenierte Ausstellung entsteht mithin aus dem Geiste des Theaters (Hanak-Lettner 2011). Von diesem entlehnt sie nicht allein den Zentralbegriff der Inszenierung, sondern auch die kreative Ausgestaltung von Ausstellungsräumen als dem Bühnenbild ähnliche, begehbare und programmatisch verdichtete Bildwelten; des Weiteren ein performatives Verständnis, das Ausstellungen als Aufführungen begreift, die sich im freien Spiel der Kräfte von Dingen, Texten, Assoziationen vielfach neu zusammensetzen; und nicht zuletzt eine Spezies von Fachleuten, die über die Bühnenbildnerei oder Dramaturgie einschlägig vom Theater geprägt sind.

Zur Verdeutlichung des qualitativen Umschlags, den die Engführung von Ausstellung und Theater und der Bedeutungszuwachs des gestalteten Ausstellungsraumes mit sich bringt, mag der kontrastierende Rück- bzw. Seitenblick hilfreich sein: Konsistenz, Zusammenhang, Deutung und Gesamtbild werden in der traditionellen Ausstellungspraxis über die Zusammenstellung von Exponaten und nicht zuletzt über die davon abgeleitete Zusammenstellung von Texten – Objektbeschreibungen – gewährleistet und hergestellt. Die programmatisch inszenierte Ausstellung fügt diesem Arrangement nun als weitere – teils zusätzliche, teils alternative – Klammer den gestalteten Raum hinzu. Zusammenhang und Deutungshorizont erwachsen damit nicht allein oder gar vordringlich durch Objekt-Objekt-, Objekt-Text- oder Text-Text-Beziehungen, sondern durch den deutend gestalteten Raum, seine Szenerie und Atmosphäre, sowie die in ihm sich ereignenden Konstellationen.

Die performative Dimension, die Ausstellungen generell eignet, akzentuiert die programmatisch inszenierte Ausstellung in besonderer Weise: »Im Ausstellungsraum kommt es zu einer Konfrontation zwischen dem Besucher, der sich sowohl als Zuschauer als auch als Akteur auf einer Bühne (dem inszenierten Ausstellungsraum) bewegt, und den dort ausgestellten Dingen. Wenn es ein Drama in der Ausstellung gibt, dann spielt es sich zwischen den Dingen untereinander, vor allem aber zwischen den Dingen und den Besuchern ab« (Hanak-Lettner 2011, 105). Drei Dimensionen räumlicher »Inszenierungen« sind dabei nach Thiemeyer (2012, 202) von besonderer Bedeutung, nämlich »erstens, dass es sich um performative Strategien handelt, also absichtliche Handlungen, die etwas erzeugen, bewusst etwas mit einer Sache tun, um die Wahrnehmung zu lenken und Aufmerksamkeit zu erregen; die zweitens auf Materialität beruhen, also etwas materiell fundieren, es im Hier und Jetzt dinglich präsent und damit sinnlich zugänglich machen; und die drittens nicht abgeschlossen, d. h. offen für Aneignungen durch den Rezipienten sind. Inszenierungen stellen einen sinnlichen Mehrwert in Rechnung, den sie nur bedingt erkennen und kontrollieren können.« In diesem Sinne und auf diese Weise versuchen inszenierte Ausstellungen der Aufforderung Benjamins (1972, 560) zu folgen: »Was zu sehen ist, darf nie dasselbe, oder einfach mehr oder weniger sein, als eine Beschriftung zu sagen hätte. Es muß ein Neues, einen Trick der Evidenz mit sich führen, der mit Worten grundsätzlich nicht erzielt wird.« Den Boden für diesen »Trick der Evidenz« bereitet der programmatisch inszenierte Ausstellungsraum.

Lässt sich die programmatisch inszenierte Ausstellung so in ihren Grundzügen und Zielrichtungen beschreiben, so bleiben gleichwohl diverse Spielarten. Schober (1994, 19 f.) nennt vier Typen, die sich hinsichtlich des Grades der Inszenierung und nicht zuletzt des jeweiligen Stellenwerts von Musealien und gestaltetem Raum unterscheiden: 1. die inszenierte Ausstellung als Gesamtkunstwerk, in der originale historische Objekte zu neuen Konstellationen verbunden werden; 2. Ausstellungen, in denen ein räumlich inszenierter Kontext gegenüber vorhandenen Musealien dominiert; 3. »szenische Ausstellungen«, die ganz auf Musealien verzichten und stattdessen theatrale »Erlebnisräume« oder »Raumskulpturen« gestalten und 4. detailgetreue historische Rekonstruktionen, in denen der Ausstellungsraum dioramengleich ausgestaltet wird und mit mehr oder weniger Musealien als ›Authentizitätsanker‹ angereichert wird.

Popularisierung der inszenierten Ausstellung: Schlaglichter der Entwicklung

Einen merklichen Aufschwung nehmen programmatisch inszenierte Ausstellungen zunächst in Frankreich, wo etwa das Pariser Musée des Arts et des Traditions populaires insbesondere seit der Neueröffnung 1972 mit entsprechenden Darstellungsformen experimentiert (Schober 1994, 18). Seit Ende der 1970er-Jahre gewinnt die »Tendenz zum bewußten und pro-

grammatischen Inszenieren historischer Ausstellungen, zum Arbeiten mit ›Bildern‹« (Schober 1994, 15) auch in Deutschland an Bedeutung für historische Ausstellungen, und zwar in Abgrenzung sowohl gegen didaktisierte, textlastige Formate, die als »ausgestelltes Buch« mit »Alibi-Objekten« geschmäht werden, als auch gegen Ansätze, die auf die Auratisierung isolierter Exponate setzen und so einer Ästhetisierung kultureller Erzeugnisse – gar von Kultur und Geschichte im Ganzen – Vorschub leisten.

Einen Meilenstein der Entwicklung stellt die Ausstellung »Preußen. Versuch einer Bilanz« dar, die 1981 im Berliner Martin-Gropius-Bau gezeigt wurde. Erstmals in Deutschland wurden hier in großem Stil bühnenbildnerische Elemente zur Darstellung von Schwerpunktthemen und zur deutenden, teils assoziativen Kontextualisierung von Exponaten eingesetzt: »Bezeichnend für die Gestaltungsprinzipien der gesamten Ausstellung war: der Einsatz von Montagen, Inszenierungen, Arrangements als Mittel der Interpretation« (Korff 1982, 15). Durch die bis dahin ungewohnte Nähe zu Bühne und Theater brachte die Ausstellung dabei in der Wahrnehmung zeitgenössischer und retrospektiver Kommentare eben jene performativen Aspekte zur Entfaltung, auf die das Genre der räumlich inszenierten Ausstellung abzielt. Diese Preußen-Ausstellung erschien nicht als fest gefügte, stets gleiche Präsentation, sondern als »Inszenierung, die den Betrachtern den Eindruck vermittelte, an einer *Aufführung* teilzunehmen« (Beier 2005, 196).

Nachfolgend erprobten mehrere Ausstellungen mit neuen Themen und Ansätzen Modelle der Inszenierung: »prometheus. menschen – bilder – visionen« (Weltkulturerbe Alte Völklinger Hütte, 1998–99) kam ganz ohne Musealien aus, die Ausstellung »Schauplatz Südwest« zur baden-württembergischen Landesgeschichte (Haus der Wirtschaft, Stuttgart, 1992) ließ die Texte weg. Ihren vorläufigen Höhepunkt erreichte der Trend zur Inszenierung in zwei Großereignissen: Der Themenpark der EXPO 2000, Hannover, setzte ganz auf Szenografie als künstlerische Interpretation und szenische Umsetzung von Inhalten und reizte deren Möglichkeiten bis ins (vorerst) Letzte aus, die Ausstellung »7 Hügel. Bilder und Zeichen des 21. Jahrhunderts« (Berlin, Martin-Gropius-Bau, 2000) beschäftigte gleich sieben Gestaltungsbüros und machte die Schau so auch zu einer Ausstellung divergierender Präsentationsstile. Sinnfällig wurde dabei die fortschreitende Entgrenzung professioneller Hintergründe, nach der Einbeziehung der Bühnenbildnerei nun Filmgestaltung, Comic-Zeichnen, Licht- und Konzeptkunst oder Choreographie. Raumgreifende Videoprojektionen, begehbare Filme oder sensorische Environments traten vielfach an die Stelle klassischer, also: dinglicher Exponate und zielten auf eine tendenzielle Auflösung des geschlossenen Ausstellungsraumes (Baur 2012, 139).

Abb. 57.2 Ausstellung »Preußen. Versuch einer Bilanz«. Martin-Gropius-Bau, Berlin, 1981.

Abb. 57.3 Ausstellung »1944–1952: Schauplatz Südwest«. Haus der Wirtschaft, Stuttgart, 1992.

Szenografie und Inszenierung: Eine alltäglich gewordene Option

Nachdem inszenatorisch-szenografische Ansätze in den 1980er-Jahren noch kontroverse Debatten auslösten, hat die Auseinandersetzung in den letzten Jahren merklich an Schärfe verloren. Die Herangehensweise, Themen und Thesen über programmatisch gestaltete Räume sichtbar zu machen, hat sich, zumindest in Kulturmuseen, als ein Format unter anderen fest etabliert. Die bereits früh formulierte Skepsis gegenüber entsprechenden Ausstellungen, insbesondere solchen, die sich im Zeichen von Inszenierung und Szenografie weit von Musealien entfernen, bleibt dabei – mal mehr, mal weniger – vernehmlich. Spektakelhaftigkeit, Überwältigung des Publikums, zwanghafte Erlebnisorientierung, bloße Dekoration von Ausstellungsräumen und Museumssammlungen sowie Überformung und Entmündigung der Musealien sind die gängigsten Kritikpunkte (Mai 1986; Merz 2005). Zugleich sind die Vorzüge des Formats nicht zu übersehen: Inszenatorisch-szenografische Ansätze können die Dinge in ungewohnten Zusammenstellungen und deutungsleitenden Raumbildern zur Wirkung, zu ihren Möglichkeiten bringen. Sie können »die Phantasie und die Kombinationslust der Besucher stimulieren«, »Leichtigkeit und eine unverkrampfte Haltung« vermitteln und »als Strategie gegen Ermüdung, Langeweile und Überforderung des Ausstellungsbesuchers« dienen (Korff 1982, 14 f.; Kilger/Müller-Kuhlmann

2004). Nicht zuletzt können sie in besonderem Maße und auf besondere Weise komplexe, objektarme und »immaterielle« Themen anschaulich machen (Beier-de Haan/Jungblut 2007).

Literatur

Assmann, Aleida: *Geschichte im Gedächtnis. Von der individuellen Erfahrung zur öffentlichen Inszenierung.* München 2007.

Baumunk, Bodo-Michael: »Abschied vom Event.« In: Kilger/Müller-Kuhlmann 2004, 10–17.

Baur, Joachim: »Ausstellen. Trends und Tendenzen im kulturhistorischen Feld.« In: Bernhard Graf/Volker Rodekamp (Hg.): *Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen.* Berlin 2012, 131–144.

Beier-de Haan, Rosmarie: *Erinnerte Geschichte – Inszenierte Geschichte. Ausstellungen und Museen in der Zweiten Moderne.* Frankfurt a. M. 2005.

Beier-de Haan, Rosmarie/Jungblut, Marie-Paule (Hg.): *Das Ausstellen und das Immaterielle. Beiträge der 1. Museologischen Studientage Neumünster, Luxemburg 2006.* München 2007.

Benjamin, Walter: »Bekränzter Eingang. Zur Ausstellung ›Gesunde Nerven‹ im Gesundheitshaus Kreuzberg.« In: Ders.: *Gesammelte Schriften, Bd. 4/1.* Frankfurt a. M. 1972, 557–561.

Hanak-Lettner, Werner: *Die Ausstellung als Drama. Wie das Museum aus dem Theater entstand.* Bielefeld 2011.

Kilger, Gerhard/Müller-Kuhlmann, Wolfgang (Hg.): *Szenografie in Ausstellungen und Museen, [Teil 1].* Essen 2004.

Korff, Gottfried: »Zur Einführung.« In: Ulrich Eckhardt (Hg.): *Preußen, Versuch einer Bilanz. Bilder und Texte einer Ausstellung.* Berlin 1982.

Mai, Ekkehard: *Expositionen. Geschichte und Kritik des Ausstellungswesens.* München 1986.

Merz, HG: »Lost in Decoration«. In: Anke te Heesen/Petra Lutz (Hg.): *Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort.* Köln/Weimar/Wien 2005, 37–43.

Roth, Martin: »Scenographie. Zur Entstehung von neuen Bildwelten im Themenpark der Expo 2000.« In: *Museumskunde* 66. Bd., 1 (2001), 25–32.

Schober, Anna: *Montierte Geschichten. Programmatsch inszenierte historische Ausstellungen.* Wien 1994.

Thiemeyer, Thomas: »Inszenierung und Szenografie. Auf den Spuren eines Grundbegriffs des Museums und seines Herausforderers.« In: *Zeitschrift für Volkskunde* 108. Jg., 2 (2012), 199–214.

Joachim Baur

58 Begehbares Multimedia – Ausstellungsmittel als Ausstellungen

Die logische Abfolge der fünf sog. Kernaufgaben des Museums – sammeln, bewahren, erforschen, ausstellen, vermitteln – bedeutet keine zwingend zu realisierende Handlungskette für die Entstehung einer Ausstellung. Ein Museumsdirektor meint, dass viele Museen zu viele Exponate hätten, und überlegt, zugunsten einer prägnanten Aussage auf ausgestellte Musealien zu verzichten und »ein mutiges Cross-Over zu Theater, Hörspiel, Film und Fernsehen mit ihren spezifischen dramaturgischen Möglichkeiten« zu wagen (Sonnenberger 2003, 26). Zum Verständnis der Exponate sind oft Sekundärmaterialien notwendig, umgekehrt aber kann z. B. ein in der Ausstellung abrufbares Videointerview »selbsterklärend« ohne ein Exponat auftreten (Jong 2011, 258–260).

Der nachfolgende Abschnitt lotet in fiktiven Fallbeispielen Erscheinungsformen und Entstehungsgründe derartiger Museumsausstellungen aus – keine mangelhaften Leistungen, sondern auftragsgemäße, sorgfältig geplante, gut besuchte Präsentationen jenseits der fünfpoligen Museumsarbeit.

Top-Themen als Fehlstellen der Sammlung

Die Kaiserpfalz von Hohenhofen hatte im Frühmittelalter eine herausragende Stellung im Reich; heute ist Hohenhofen eine beschauliche Kleinstadt, fernab von Autobahnen. Die Bürgermeisterin hat Fördermittel der Europäischen Union eingeworben: Das Stadtmuseum soll zum Pfalzmuseum und dadurch zum Tourismusmagneten werden! Die Sammlung gibt dazu nur wenig her, trotzdem soll binnen eines halben Jahres ein modernes Dauerausstellungskonzept vorliegen. Als Vorbild schwebt der Bürgermeisterin das Deutsche Auswandererhaus in Bremerhaven vor, wo man am abendlichen Kai die Gespräche historischer Schiffspassagiere (-Figurinen) belauschen kann, ehe man zum Ozeandampfer (-Nachbau) hinaufsteigt.

Allen historisch argumentierenden Museen fehlen zu einzelnen Themen die Musealien, sodass Sekundärmaterialien Abhilfe schaffen müssen: direkte Substitute (z. B. Faksimiles von Urkunden, Abformungen historischer Grabplatten), Zinnfiguren in naturalistischen Landschaftsdarstellungen (»Zinnfiguren-Diorama«), Gebäude- und Landschaftsmodelle. Interaktivität in Museumsausstellungen hat bei solchen Modellen angefangen: Tastendruck verschafft Beleuchtung, setzt ein Funktionsmodell in Bewegung, lässt eine Markierung im Stadtmodell aufleuchten.

Neue Medientechnik hat die Modelle nicht verdrängt, sondern aufgerüstet: Bilder werden aufprojiziert, Klänge eingespielt, Modellteile verschwinden oder tauchen auf. Lebensgroße Modelle ermöglichen, durch historische Straßen zu schlendern und in die von Figurinen bewohnten Stuben zu gucken oder auf hölzernen Hochwasserstegen zu balancieren, während im (projizierten) Gewässer Möbelstücke durch die Straßen schwimmen. Ganze Dauerausstellungen, die Musealien gar nicht oder nur punktuell einsetzen, sind keine Seltenheit, z. B. das Aquarius Wassermuseum, Mülheim an der Ruhr (eröffnet 1992), und das Museum Wolfram von Eschenbach in Wolframs-Eschenbach (1995).

Gewünschte Einzigartigkeit – aktuelle Konfektion als Ergebnis

Eine private Kulturstiftung gewährt eine respektable Zuwendung, um die angejahrte Dauerausstellung im Museum des Fulda-Werra-Kreises zu modernisieren; gleichzeitig soll eine der Spezialsammlungen das neue Alleinstellungsmerkmal werden – Korkenzieher aus drei Jahrhunderten, kaiserzeitliche Sammelbildchen oder Wanderstöcke stehen zur Wahl. Der Kreistag favorisiert externe Lösungen: eine Beratungsagentur zur Bestimmung des neuen Schwerpunkts, ein international erfolgreiches Planungsbüro für Ausstellungsinhalte und -gestaltung als Ganzes.

Klare Vorstellungen externer Effekte verbinden sich mit geringen Kenntnissen von den Aufgaben, Zielgruppen und dauerhaften Ressourcen des Museums. Dazu kommt der verbreitete Irrtum, es genüge eine zeitgemäße Ausstattung und pfiffige Werbung, um ein Museum zum sensationellen Solitär zu machen. Die prinzipielle Differenz zwischen den Bedeutungsdimensionen der Musealien und der geplanten Narration der Ausstellung (s. Kap. X.55) ließe sich als Chance verstehen, weil »erst in dieser Lücke zwischen Sagen und Zeigen, in dieser Offenheit zwischen Inhalten und Objekten das besondere Potenzial des Mediums Ausstellung begründet« liegt (Lepp 2014, 113). Dagegen beschleunigt es das Projekt ungemein, keine Wissenslücken durch solide Forschung und eine zielgerichtete Sammlungsergänzung zu bearbeiten oder gleich alle (restaurierungsbedürftigen) Exponate wegzulassen.

In derartigen Situationen kommt vielfach Szenografie (s. Kap. X.57) zum Zuge, obschon sie denselben Selbstanspruch, Zusammenhänge der Exponate vorzustellen (»Rekontextualisierung«), wie die anderen Richtungen der Ausstellungsplanung vorträgt (Zehn Thesen 2014, Nr. 7 f.). Die Ausrichtung als »Emotiografie« will »eine Ausstellung stimmig und zu einem Erlebnis machen«: Die planende Person führt die Ausstellungsgäste im themengemäßen Spannungsbogen, rührt sie mit Überraschungen und »poetischen Elementen« an, schenkt »unvergessliche Momente« und entlässt in den Museumsshop zum »Emotionalienkauf« (Di Valentino 2006).

Solche Ausstellungskonzepte entstehen offensichtlich rückwärts: Die zurzeit beliebte Gestaltungsweise soll die gewünschte Wirkung auf das Publikum garantieren. Die Sammlung gelangt erst später in den Blick; angegliederte Schaudepots oder »Schatzkammern« befrieden eventuelle Kritik an Exponatarmut.

Erreichen der Unerreichbaren

Der dynamische neue Bürgermeister will Jugendliche und junge Erwachsene für die klassischen Kultureinrichtungen erwärmen. Die Medientechnik-Agentur, die die Social-Media-Auftritte der Stadt so »frisch« gestaltet hat, soll die Dauerausstellung im Stadtmuseum »relaunchen« – Texttafeln und Exponate waren gestern, die Meinungen der Museumsgäste selbst sind angesagt: Jede Kommentar-SMS erscheint binnen Sekunden als Laufschrift im Ausstellungsraum. Die verbleibenden Exponate bekommen kleine Flachbildschirme, auf denen eine »individualisierte« Exponatinformation mit Kommentarfeld aufleuchtet. Die Museumseröffnung stellt einen Besuchsrekord auf; leider hat die Prominenz die Quizterminals übersehen, deren Bedienung die Eintritts-Chipkarten »personalisiert« – die Exponatbeschriftungen bleiben dunkel.

Dass die junge Zielgruppe nicht schwierig sein muss, weiß das Döner-Müseum – perfekt gelegen zwischen Street Art an einem Abschnitt der Berliner Mauer und der Garage von »Stadtrundfahrt im Trabi«. Auch diese auf privates Risiko betriebene Einrichtung befolgt das Gebot »Du sollst nicht langweilen«, aus Kostengründen stecken die vielfältigen Informationen aber als Texte hinter fingierten Kühlschranktüren oder in überdimensionalen Gewürzdosen. Am beliebtesten ist die Gelegenheit, Selfies in der mit Fleisch- und Gemüseattrappen inszenierten Dönerbude zu schießen.

Die generationstypische Produktgestaltung ist keine isolierte Aufgabe – Jugendliche kaufen keine Win-