

„Langweilige Museen? Nein, danke!“

– Nachhaltige Vermittlungsmethoden in Ausstellungen –

Von der Philosophischen Fakultät
der Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover
zur Erlangung des Grades
Doktorin der Philosophie
Dr. phil.
genehmigte Dissertation
von
Tabea Golgath, M.A.
geb. Schiffmann,
geboren am 26.08.1980 in Hannover

2011

Referent: Prof. Dr. Karl-Heinz Schneider, Historisches Seminar

Koreferent: Dr. Thomas Schwark, Historisches Museum Hannover

Koreferent: Prof. Dr. Carl-Hans Hauptmeyer, Historisches Seminar

Tag der Promotion: 30.06.2010

Museum, Ausstellung, Vermittlung

Die vorliegende Dissertation behandelt das Thema der nachhaltigen Vermittlung in Ausstellungen. Nach einer Bestandsaufnahme der bisherigen Ausstellungsmethoden wird der Besucher näher beleuchtet. Eine Nicht-Besucher-Befragung bringt neue Erkenntnisse zur Motivation und den medialen Interessenschwerpunkten potentieller Museumsbesucher. Die Betrachtung der Wahrnehmungs- und Lernprozesse und die resultierenden Schlüsse erleichtern die nachhaltige Vermittlung. Eine Vorstellung neuerer Ausstellungsmethoden und zweier Beispiel-Konzepte belegen die Anwendbarkeit. Die Arbeit schließt mit einer Anleitung zur Ausstellungskonzipierung und analysiert alle vorgestellten Ausstellungsmethoden anhand der erläuterten Wahrnehmungs- und Lernprozesse.

museum, exhibition, learning

The dissertation deals with effective methods of conveying information in museum exhibitions. After an inventory of previous exhibition methods the visitor himself is taken a closer look at. A survey helps to answer questions about the motivation and media preferences of potential visitors. The examination of learning and perception processes create effective alternatives of knowledge transfer. The introduction of new exhibition methods is supplemented by two exemplary concepts. The dissertation closes with an analysis of all introduced exhibition methods considering learning and perception processes and offers a manual for designing exhibitions.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung – Museum – eine Institution mit Potential.....	8
2. Eine Bestandsaufnahme des Museumswesens nach ausstellungsgestalterischen Kriterien.....	22
Die Entwicklung der Ausstellungsmethoden kulturgeschichtlicher Museen seit 1965	22
Die 1950er und 1960er Jahre – eine Phase des Wiederaufbaus und des Positivismus.....	22
Reaktionen auf den „Appell zur Soforthilfe“ am Beispiel des Historischen Museums Frankfurt a.M.....	24
Ein Vergleich der Dauerausstellung im Hist. Museum Frankfurt a.M. 1972 und 1980.....	27
Die Ausstellungen des Historischen Museums Hannover ab 1966.....	29
Die Ausstellungen des Städtischen Museums Braunschweig.....	32
Interaktion zwischen Besucher und Ausstellungsmedien oder Museumspädagogen.....	33
Die Ausstellungsmethode der (Voll-)Inszenierung.....	34
Die Ausstellungsmethode der Ästhetisierung.....	35
Die Ausstellungsmethode der Szenografie.....	37
Die Ausstellungsmethode der begehbaren Inszenierung	39
3. Die Besucher	41
3.1 Museumsboom und Besucherstatistiken.....	41
Erklärungsversuche zum Anstieg der Besuchszahlen.....	43
Der Museumsgründungsboom.....	45
Die meistbesuchten Museen in Niedersachsen und Bremen.....	47
3.2 Bisher bekannte Besucherstrukturen.....	52
3.3 Die mäßig erfassten Nicht-Besucher.....	64
3.3.1 Vorstellung der Ziele und Vorgehensweise der Umfrage „Langweilige Museen? Nein, danke!“.....	68
3.3.2 Die Auswertung der Schülerbefragung „Langweilige Museen? Nein, danke!“	72

3.3.3 Die Auswertung der Erwachsenenbefragung „Langweilige Museen? Nein, danke!“	96
3.4 Besucherorientierung.....	109
4. Wahrnehmung und Emotionen für eine nachhaltige Vermittlung in Museen	118
4.1 Die Sinnesorgane und ihre Wahrnehmungsprozesse.....	118
4.2 Lernen – die Verankerung von Informationen im Gehirn	129
4.3 Emotionen im Zusammenhang von Wahrnehmung und Lernen.....	139
5. Grundsätze besucherorientierter Ausstellungen.....	154
5.1 Die Konzepte der personellen Geschichtsdarstellungen.....	155
5.2 Technische Lösungen im Museum.....	183
5.4 Eine beispielhafte Umsetzung neuerer Ausstellungsmethoden.....	198
5.4.1 Beispielkonzept 1: „Mami, wo ist unser Haus geblieben?“ - Hannover in der Nachkriegszeit.....	198
5.4.2 Beispielkonzept 2: „Noch 'n Bier“ – Maschinen, Arbeit und Bier in Hannover.....	211
6. Ein Leitfaden für nachhaltige Vermittlungsmethoden in Ausstellungen	218
6.1 Die Konzipierung einer Ausstellung.....	218
6.2 Kritische Bewertung der vorgestellten Ausstellungsmethoden	225
6.3 Fazit und Ausblick.....	234
7. Anhang	240
7.1 Schülerumfragebögen zu Langweilige Museen? Nein, danke!.....	240
7.2 Erwachsenenfragebögen zu Langweilige Museen? Nein, danke!.....	242
8.1 Schriftquellen.....	244
8.2 Internetquellen.....	257

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Museumsbesuchszahlen und statistische Rückläufe zu Selbigen (kleine Grafik) in Niedersachsen und Bremen.....	42
Abbildung 2: Museumsgründungen in Niedersachsen und Bremen.....	45
Abbildung 3: Anzahl der Museen in Niedersachsen in Relation zu ihren Besuchszahlen (2006).....	47
Abbildung 4: Bedürfnispyramide nach A. Maslow.....	61
Abbildung 5: Vergleich der Schulabschlüsse 1985 und 2006.....	62
Abbildung 6: Besuchshäufigkeiten nach Schulformen in Prozent.....	73
Abbildung 7: Besuchshäufigkeiten nach Gelegenheiten in absoluten Zahlen (Mehrfachnennungen möglich).....	74
Abbildung 8: Besuche in Geschichtsmuseen und Freizeitparks in absoluten Zahlen	78
Abbildung 9: Schülermeinung zu mehr oder weniger Eintritt in Prozent.....	79
Abbildung 10: Geschlechtsspezifische Verteilung auf die historischen Themen.....	81
Abbildung 11: Verteilung des Geschichtsinteresses nach Schulformen (in Prozent)	82
Abbildung 12: Medienkonsum der historisch Interessierten / Desinteressierten in absoluten Zahlen.....	83
Abbildung 13: Medienpräferenz an Kleidung/Essen, Technik und Politik interessierter Schüler.....	84
Abbildung 14: Verteilung des Lese-Interesses in Prozent an den einzelnen Schulformen.....	88
Abbildung 15: Verteilung der Meinungen zu Museumstexten an den einzelnen Schulformen in absoluten Zahlen.....	89
Abbildung 16: Museum mit Schwerpunkt Lernen vs. Unterhaltung/Spaß in Prozent.	90
Abbildung 17: Schülermeinungen zu musealen Rahmenbedingungen in absoluten Zahlen.....	93
Abbildung 18: Vergleich zwischen dem Geschichtsinteresse und dem Besitz von Bücher im Haushalt in Prozent.....	99
Abbildung 19: Begründungen für fehlendes Interesse an Geschichte in absoluten Zahlen (Mehrfachnennungen möglich).....	100
Abbildung 20: Aufschlüsselung der Interessen nach Geschlechtern	102
Abbildung 21: Geschichtsinteresse der versch. Medienkonsumenten.....	104

Abbildung 22: Meinungen der Erwachsenen zu Erklärungstexten in Geschichtsmuseen.....	105
Abbildung 23: Fischbetäuber.....	127
Abbildung 24: Funktionsweise eines Richtlautsprechers.....	186
Abbildung 25: Projektionsfolie im Raum hängend.....	190
Abbildung 26: Projektion auf eine Scheibe oder Folie.....	190
Abbildung 27: Beispielterminal 1.....	195
Abbildung 28: Beispielterminal 2.....	195
Abbildung 29: Funktionsweise der Touch Sensoren, Quelle: Heddier Electronic GmbH.....	197
Abbildung 30: Konzept 1 Grundriss.....	207
Abbildung 31: Ausstellungseingang und Luftschutzkeller.....	208
Abbildung 32: Ruinenlandschaft.....	208
Abbildung 33: Küche der Familie Peters.....	209
Abbildung 34: Zeittunnel, Messehalle und Straßenbahn.....	209
Abbildung 35: 50er Jahre Wohnung von Maria Siebert.....	210
Abbildung 36: Abschluss mit traditioneller Ausstellung.....	210
Abbildung 37: Konzept 2 Grundriss.....	216
Abbildung 38: Werkstatt und Wohnraum des Ehepaars Weigel.....	217
Abbildung 39: Brauerei (ohne Ausstattung).....	217
Abbildung 40: Villa des Industriellen Schubert.....	217

1. Einleitung – Museum – eine Institution mit Potential

An einem Sonntagmorgen bei Nieselregen und 5°C spielt sich die folgende Unterhaltung eines Elternpaares mit ihren Freunden in der Stadt XY ab.

- Person A: *„Was wollen wir denn mal heute Nachmittag unternehmen? Bei dem Wetter können wir ja draußen nichts machen. Aber den ganzen Tag zu Hause zu bleiben ist auch nicht so schön.“*
- Person B: *„Warum denn nicht, wir könnten unser neues Spiel ausprobieren?“*
- Person A: *„Ach nein, das können wir doch auch noch später machen. Wenn Annika und Frank da sind, sollten wir gemeinsam etwas unternehmen.“*
- Person B: *„Gut, was haben wir für Möglichkeiten? Das Schwimmbad ist keine gute Idee, weil ihr keine Schwimmsachen dabei habt und im Kino gibt es gerade keine geeigneten Filme. Zumindest nicht, wenn wir die Kinder mitnehmen wollen.“*
- Person A: *„Wir könnten doch ins Geschichtsmuseum gehen? Da gibt es für alle etwas zu sehen.“*
- Person B: *„Ach nee, da war ich früher mal mit der Schule, das lohnt sich nicht. Wir wollen unsere Gäste doch nicht langweilen und mit den Kindern müssen wir die ganze Zeit aufpassen, dass sie nichts anfassen.“*
- Person C: *„Stimmt, sonst meckern die Aufsichten. Ich hab mich schon immer gefragt, ob sie für den Job extra misstrauische Leute als Abschreckung einstellen.“*
- Person A: *„Wenn ich den ganzen Tag das ach-so-alte-und-wertvolle Zeug abstauben und bewachen müsste, wäre ich auch misstrauisch.“*
- Person D: *„Der alte Kram interessiert mich eh nicht so. Das ist eher was für Rentner und so alt sind wir doch noch nicht, oder?“*
- Person A: *„Na gut, was ist denn lebendiger? Wir könnten ins Einkaufszentrum gehen. Die haben dort heute verkaufsoffenen Sonntag mit einem Unterhaltungsprogramm.“*

- Person B: *„Ach, Shoppen ist mit den Kindern doch auch etwas anstrengend, besonders wenn es so voll ist. In der Stadt hat ein Sealife aufgemacht. Das wäre doch was?“*
- Person C: *„Ja gern, der Eintritt ist zwar nicht ganz billig und bei unserem Sealife zu Hause sind manchmal Schlangen vor der Kasse, aber dafür lohnt es sich und man hat für jedes Alter etwas Spannendes.“*
- Person A: *„Das ist richtig und selbst mit einem Kinderwagen soll man überall gut durchkommen, hab ich gehört. Schön, dann wäre das entschieden.“*

Eine analoge Unterhaltung kann sich immer wieder in jeder beliebigen Stadt abspielen. Irrelevant, ob es nun schlussendlich ins *Sealife-Center*, zum Shoppen oder in den Indoor-Park geht, die Kriterien bleiben ähnlich. Warum entscheiden sich viele Menschen konträr zum Besuch eines Geschichtsmuseums? Die fiktiven Personen der vorangegangenen Unterhaltung wussten 1. nur vage über die Ausstellung Bescheid und kannten keines der eventuell angebotenen Zusatzprogramme für Kinder und Erwachsene. 2. Die Protagonisten hatten keinen Bezug zu den Exponaten, die ihnen pauschal langweilig und tot erschienen. 3. Mindestens eine Person hatte bereits negative Erfahrungen in einem Geschichtsmuseum gemacht, die alle weiteren Entscheidungen für oder wider einen Besuch auch für das Umfeld prägen. 4. Das Geschichtsmuseum scheint kein idealer Ort für Kinder zu sein, da sie hier nichts anfassen dürfen. 5. Die potentiellen Besucher möchten etwas Spannendes erleben und sehen dies im Museum nicht erfüllt.

Der Historiker Philipp Blom postuliert in dem Artikel *„Schafft die Museen ab!“* und geht davon aus, dass die heutige Gesellschaft kein Interesse mehr an Geschichtsmuseen und damit an der Vergangenheit hat.¹ Gewiss ist es nicht ideal Museen lediglich zur Konservierung und Adoration des Vergangenen zu erhalten, wenn viele Menschen ihre Verbindung zur Geschichte, wie in dem Artikel erläutert, gekappt haben. Empfehlenswerter könnte gleichwohl eine Zukunftsgewandtheit mit dem simultanen Bewusstsein für die Historie als unabänderlichem Umstand, von dem man jedoch profitiert, sein. Beides kann sich in Museen widerspiegeln und ist

1 Der Artikel des Historikers Philipp Blom erschien in „Der Zeit“ vom 03.01.2008: <http://hermes.zeit.de/pdf/archiv/2008/02/Schafft-die-Museen-ab.pdf>, 31.01.2008.

bereits partiell der Fall. Eine **Legitimation für Museen** und dem phasenweise sehr prononcierten Besucherinteresse an Geschichtsmuseen sieht Hermann Lübbe in einer „Gegenwartsschrumpfung“:

Gegenwartsschrumpfung bedeutet, dass die Zahl der Jahre abnimmt, für die wir in allen Bereichen unseres Lebens, in der Wirtschaft, in der Politik, und in unseren privaten Lebensverbringerung mit einigermaßen konstanten Lebensverhältnissen rechnen können. Gegenwartsschrumpfung ist generell abhängig von der Menge der Innovationen pro Zeiteinheit.“²

Durch eine Gegenwartsschrumpfung wird der Musealisierungprozess akzeleriert, d.h. Objekte werden eine kürzere Zeit genutzt und kommen in der Regel nach Ende der Nutzung ins Museum. Demnach finden sich heute Objekte im Museum, die noch vor ein paar Jahren verwendet wurden. Eine ähnliche Entwicklung war Ende des 19. Jahrhunderts zu beobachten, als sich die Gesellschaft und das alltägliche Leben durch z.B. die Industrialisierung veränderte und viele Museen zur Konservierung der Zeitzeugnisse gegründet wurden. Geschichte erhält durch Schnelllebigkeit eine neue Konnotation, die pointiert vermittelt werden sollte, wie es Gerd Biegel, ehemaliger Direktor des Braunschweigischen Landesmuseums, formulierte:

Wenn Geschichte nicht verwechselt wird mit bloßem Gewesenem, wenn Geschichte aktiviertes Gedächtnis, sozusagen eingeholte Vergangenheit ist, wenn Geschichte betreiben heißt, eine Sache aus ihren Voraussetzungen heraus und in ihren Folgen zu verstehen, als Chance verstanden wird, aus Verganem das Gegenwärtige zu begreifen, dann kann die Beschäftigung mit der Museumskultur in besonderem Maße der über solche Beschäftigung mit Geschichte zu erreichenden gesellschaftlichen Identität dienen.³

Biegel betont die gesellschaftliche Funktion von Geschichtsmuseen als Gedächtnis- und Lernort zugleich. Über die Erinnerung und die damit verbundene Mahnung des Nationalsozialismus in Deutschland hinaus bietet Geschichte die Möglichkeit menschliches Handeln unter verschiedenen Voraussetzungen zu betrachten, zu evaluieren und für die individuelle, regionale und überregionale Zukunft einzubeziehen. Dem Geschichtsmuseum kommt in diesem Zusammenhang eine besondere Bedeutung zu, denn hier findet sich neben den Archiven das historische Wissen und die Überreste in gebündelter und bereits aufgearbeiteter

2 Lübbe, Hermann „Der Fortschritt von gestern. Über Musealisierung als Modernisierung“ in: Borsdorf, Ulrich; Grütter, Heinrich Theodor; Rösen, Jörn (Hrsg.). *Die Aneignung der Vergangenheit - Musealisierung und Geschichte*. Bielefeld 2004, S.19.

3 Biegel, Gerd (Hrsg.). *Geschichte und ihre Vermittlung in Lokal-, Regional- und Heimatmuseen*. Braunschweig 1995, S.32.

Form. Demnach erhält die Museumsdefinition als Volksbildungsstätte eine deutliche Betonung im Öffentlichen Raum, denn aus der Geschichte lässt sich mehr lernen als eine omnipräsente Vorsicht Fehler nicht zu wiederholen. Ziel eines Museums ist es demnach nicht nur besucht, sondern als „Volksbildungsstätte“ genutzt zu werden.

Die vorliegende Dissertation versucht die folgende **Fragestellung** zu eruieren: „Wie lässt sich eine effektive und nachhaltige Vermittlung durch Ausstellungen auch an ein Museen wenig zugeneigtes Publikum bis hin zu einer Besucherbindung erreichen?“ Im Zuge einer eingehenden Recherche im Aktenbestand des *Museumsverbands für Niedersachsen und Bremen (MVNB)* und Dutzenden von Besuchen kleiner und größerer Museen im In- und Ausland wurde evident, dass viele, besonders aber kleinere Museen Probleme haben „gute und erfolgreiche“ Ausstellungen zu gestalten. Vielfach werden diese von Historikern, Archivaren oder engagierten Fördervereinsmitgliedern konzipiert, von denen nur Wenige die nötige Expertise haben, um auf die essentiellen Aspekte der effektiven Vermittlung historischer Materie und einer ansprechenden Komposition zu achten. Die Fachliteratur ist in den meisten Fällen spezialisiert und erfordert eine langwierige Recherche, um sich das entsprechende Know-How anzueignen.

Der **Erfolg eines Museums bzw. einer Ausstellung** wird häufig mit den erreichten finanziellen Einnahmen oder Besuchszahlen verwechselt. Beide Faktoren spielen in diesem Zusammenhang eine Rolle, werden allerdings maßgeblich durch andere Aspekte ergänzt. Erfolg kann allgemein als das Erreichen der im Vorfeld gesteckten Ziele definiert werden. Im musealen Kontext werden solche Ziele für einzelne Ausstellungen oder eine ganze Institution bislang noch selten formuliert, weswegen der Erfolg einer Ausstellung vorrangig durch subjektive Eindrücke der Kuratoren, Träger etc. in Ergänzung mit absoluten Zahlen gemessen wird. Für den Kurator ist eine Ausstellung erfolgreich, wenn sie in der Öffentlichkeit angemessen wahrgenommen wurde, für den Träger mögen Prestige und Besucherzahlen im Vordergrund stehen und für den Museumspädagogen liegen die erfolgte Vermittlung an Gruppen, Schulklassen und den Einzelbesucher im Fokus. Die Autorin definiert den Erfolg einer Ausstellung neben der individuellen Erfüllung im Vorfeld gesteckter

Ziele als die erfolgreiche Vermittlung von Inhalten, die dem Besucher nachhaltig im Gedächtnis verhaften und zu einem erneuten Besuch anregen.

Das Erreichen der Ziele lässt sich vielfach erst mit einer Zeitverzögerung ablesen, wenn z.B. die Besuchszahlen nach einer Sonderausstellung steigen, Gruppen auch andere Angebote der Museumspädagogik wahrnehmen oder Besucher bei einem erneuten Besuch sich dem Personal gegenüber positiv zu der besuchten Ausstellung äußern. Demzufolge ist eine Ausstellung gleichzeitig eine Investition in die Zukunft. Als Erfolgsindikator mit schnelleren Ergebnissen kann die Vermittlung von Inhalten und durch Überprüfung der Speicherung von Informationen aus der Ausstellung betrachtet werden. Dies erfolgt beispielsweise durch ein Quiz am Ende des Ausstellungsraums, in dem spielerisch Aspekte und Objekterinnerungen abgefragt werden. Eine weitere Möglichkeit bietet die Partizipation der Besucher an der Ausstellung in Form einer Pinnwand o.ä.. Der Besucher kann auf vorgeschlagene Fragen zum Thema Antworten, weitere Fragen oder Kommentare notieren und für nachfolgende Besucher hinterlassen. Diese Option hat den Vorteil, dass der Besucher sich auf der einen Seite aktiv mit dem Ausstellungsinhalt auseinandersetzt und auf der anderen Seite kann der Kurator an den Kommentaren etc. erkennen inwieweit der Inhalt verstanden wurde und welche weitergehenden Fragen sich stellen.

Wie alle Medien befindet sich auch das **Museum in einer Wechselbeziehung zur Gesellschaft**. Wünschenswerterweise gehen vom Museum Impulse als Anregung zur Reflektion und Reaktion in die Gesellschaft und gleichzeitig unterliegt das Museum mit seinen Teilbereichen gesellschaftlichen Strömungen. Je nach Selbstverständnis der Gesellschaft und Interpretation von Geschichtswissenschaft finden sich diese Einflüsse auch in der Institution Museum. Nach wie vor haben viele große Häuser in der zumindest teilweise eine öffentliche Trägerschaft und sind an dieser Stelle u.a. an Tarifverträge der städtischen Verwaltungen gebunden. Ein weiterer Bereich in dem sich eine Beeinflussung der Gesellschaft nicht verleugnen lässt ist die Ausstellungsgestaltung. Wenngleich schwächer als in der Werbung lassen sich ästhetische Präferenzen des jeweiligen Zeitgeist auch an Ausstellungen ablesen. Gepaart mit veränderten Wissenschaftsschwerpunkten und dem

Selbstverständnis von Kultur versuchen Museen sich an alle Gesellschaftsschichten zu richten. Insbesondere am Kulturbegriff werden jedoch Divergenzen offenbar.

Laut Brockhaus ist **Kultur** die Gesamtheit der Lebensäußerungen der Gesellschaft, was alle materiellen und geistigen kreativen Produkte beinhaltet.⁴ Bei einer derart umfassenden Definition lässt sich ein pauschales Desinteresse einiger Menschen an Kultur unter keinen Umständen vertreten, denn jeder Mensch hat eine Form sich auszudrücken und hegt wiederum ein immanentes Interesse an den „kulturellen Produkten“ anderer Menschen. Diese können z.B. alle Arten von Musik, Fernsehsendungen oder Schriftstücken sein. Wenn jedoch im Volksmund von „Kultur“ gesprochen wird, dann häufig im Zusammenhang mit „Hochkultur“ als Paraphrase für die Musik, Literatur und Kunst einer gesellschaftlichen Elite, die auf Abgrenzung zu anderen Kulturbegriffen wie Massenkultur, Alltagskultur oder Populärkultur basiert und dadurch eine künstliche Wertigkeit einführt. „Hochkultur“ beinhaltet nicht selten kulturelle Ausdrucksweisen, die sich nicht jedem Menschen ohne Weiteres erschließen und somit einer (Vor-)Bildung bedürfen. Museen spiegeln ihr Verständnis des Kulturbegriffs in ihren Ausstellungen, Werbematerialien und im Personal. Die inhaltlichen Themen von Ausstellungen sind dabei nicht per se „hochkulturell“, hingegen orientiert sich die Ausstellungsgestaltung an der ästhetischen Präferenz der u.U. „hochkulturellen“ Zielgruppe.

Sowohl im Titel als auch im weiteren Text taucht wiederholt der Terminus „**Geschichtsmuseum**“ auf. An sich handelt es sich hierbei um einen künstlich geschaffenen Begriff, denn Bezeichnungen wie Stadtmuseum, Dorfmuseum, Heimatmuseum, Historisches Museum, Burgmuseum, Freilichtmuseum oder aber Spezialmuseen mit Titeln wie Mühlenmuseum, Bergwerksmuseum oder Schulmuseum weiter verbreitet. Der Begriff „Geschichtsmuseum“ wird vom Deutschen Museumsbund für alle stadt- und heimatgeschichtlichen Museen genutzt.⁵ Die Autorin erweitert den Begriff um folgende Definition: Mit „Geschichtsmuseum“ werden alle Museen umschrieben, die grundsätzlich eine Ausstellung zu einem

4 Brockhaus Enzyklopädie Online (Zugriff über Zugang der Leibniz Universität Hannover) unter: http://shan01.tib.uni-hannover.de/han/Brockhaus/www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php, 29.10.2008.

5 Vgl. Definition der Fachgruppe Geschichtsmuseen des Deutschen Museumsbundes: <http://www.museumsbund.de/cms/index.php?id=29&L=0&STIL=0>, 06.01.2009.

historischen Thema bestehend aus mehreren Teilaspekten zeigen. Der Terminus beinhaltet keine Museen, die lediglich eine Reihe von Exponaten ähnlich einem Schaumagazin aufstellen und beschildern. Die erarbeiteten „Grundsätze“ von Ausstellungen sind unabhängig des Inhalts auf alle Themen und Zeitschnitte anwendbar.

Das Institut für Museumsforschung verzeichnete im Jahr 2007 erneut einen Anstieg der Besucherzahlen auf derweil 113,5 Millionen in 6.200 inkludierten Museen.⁵ Ergo scheint es viele Menschen mit einem aktiven Interesse an Museen zu geben. Für eine ausgewogene Darstellung sei angemerkt, dass nur ca. ein Viertel der 81.882.000 Einwohner der Bundesrepublik zu diesen Museumsbesuchern zählen und von diesen wiederum eine Vielzahl mehrere Museen besuchten.⁶ Eine Majorität der Bevölkerung assoziiert mit dem Terminus „Museum“ nach wie vor „Staub“, „Langeweile“ und „Nichts Anfassen“.⁷ Neben der Empfindung die Zeit vergehe ungewöhnlich langsam wird das **Gefühl der Langeweile** durch eine Reizarmut, sprich eine Eintönigkeit oder fehlende Ablenkung ausgelöst. Der Gefühlszustand unterbindet eine Genussfähigkeit und Erlebnistiefe, was zur Folge hat, dass die vorhandenen Reize nicht entsprechend wahrgenommen oder sogar abgewertet werden. Langeweile als Reizarmut kann demnach durchaus eine reizintensive Situation hervorrufen, die jedoch aufgrund von psychologischen Hindernissen nicht als solche erfasst wird. Der Besuch eines Fußballspiels, eines Kinos, eines Jahrmarktes oder einer Fachmesse könnte als ebenso langweilig empfunden werden wie das Lesen eines fachfremden wissenschaftlichen Buches oder der Besuch eines fremdsprachlichen Vortrags, wenn die allgemeine Motivation, die emotionale Einstellung in dem Zeitrahmen oder der intellektuelle Zugang nicht gegeben ist. Gründe für das Gefühl Langeweile sind demzufolge fehlende emotionale oder intellektuelle Zugänge. Beide äußern sich in hormonellen Blockaden der entsprechenden Synapsen im Gehirn, so dass eine Aufnahme der angebotenen Reize verhindert wird. Die einzige Möglichkeit diese neuropsychologischen

5 <http://museum.zib.de/ifm/mat62.pdf>, 14.12.2009.

6 Kirchberg, Volker. *Besucher und Nichtbesucher von Museen in Deutschland*. In: *Museumskunde* Bd. 61, H. 2. 1996, S.160.

7 König, Gabriele. *Kinder- und Jugendmuseen – Genese und Entwicklung einer Museumsgattung / Impulse für besucherorientierte Museumskonzepte*. Opladen 2002, S.109.

Hindernisse zu überwinden ist das Aufbrechen der Reizstrukturen, um eine neue Herangehensweise zu eröffnen.

Für die einzelnen Elemente dieser Arbeit sieht der **Forschungsstand** wie folgt aus: Die Entwicklung des Museumswesens allgemein und der Ausstellungsmethodik im Besonderen wird vor allem in der Dissertation von Anja Dauschek *Museumsmanagement – Amerikanische Strategien in der deutschen Diskussion* (2001)⁸ und in dem Aufsatz von Gottfried Korff „Zielpunkt: Neue Prächtigkeit? Notizen zur Geschichte kulturhistorischer Ausstellungen in der 'alten' Bundesrepublik“ (1996)⁹ besprochen. Keiner der Beiden beinhaltet jedoch aufgrund des Verfassungsdatums die Entwicklung des letzten Jahrzehnts. Andere Aufsätze und Monographien reißen das Thema nur an oder bilden nur ein bestimmtes Zeitfenster z.B. *Das Museum – Die Entwicklung in den 80er Jahren*¹⁰ ab oder beziehen sich nur auf eine bestimmte Region wie *Museumsentwicklung und -planung in Oberfranken. Eine angebotsorientierte Bestandsaufnahme und empirische Problemanalyse*.¹¹ Für die Osnabrücker Museen legte Thorsten Heese eine Dissertation mit dem Titel „... ein eigenes Local für Kunst und Alterthum – Die Institutionalisierung des Sammelns am Beispiel der Osnabrücker Museumsgeschichte“ an der Martin-Luther Universität Halle-Wittenberg vor.¹² Heeses Darstellung von 125 Jahren musealer Entwicklung in Osnabrück konzentriert sich auf das Sammeln und die damit verbundenen Aspekte. An verschiedenen Stellen gibt der Autor kurze Hinweise auf die jeweilige Ausstellungsgestaltung. Eine allumfassende Erläuterung für Niedersachsen liegt bislang nicht vor.

Zu Besucherbefragungen und einer Besucherorientierung wurde bereits seit dem Aufkommen dieses Themas im musealen Diskurs Ende der 1980er Jahre immer wieder publiziert. Zu nennen sind hier beispielsweise der Tagungsband

8 Dauschek, Anja. *Museumsmanagement – Amerikanische Strategien in der deutschen Diskussion*. Ehestorf 2001.

9 Korff, Gottfried. „Zielpunkt: Neue Prächtigkeit? Notizen zur Geschichte kulturhistorischer Ausstellungen in der 'alten' Bundesrepublik“ (1996) unter: http://www.zeithistorische-forschungen.de/Portals/_ZF/documents/pdf/Korff-NeuePraechtigkeit.pdf, 26.02.2008.

10 Preiß, Achim; Stamm, Karl; Zehnder, Frank Günther. *Das Museum – Die Entwicklung in den 80er Jahren*. Festschrift für Hugo Borger zum 65. Geburtstag. München 1990.

11 Wildenauer, Marion. *Museumsentwicklung und -planung in Oberfranken. Eine angebotsorientierte Bestandsaufnahme und empirische Problemanalyse*. München 1990.

12 Heese, Thorsten. *...ein eigenes Local für Kunst und Alterthum – Die Institutionalisierung des Sammelns am Beispiel der Osnabrücker Museen*. Bramsche 2004.

Besucherinteressen und Besucherverhalten in historischen Museen und Ausstellungen (1991)¹³ oder *Besucherkforschung und Museumspraxis* (1997).¹⁴ Bereits ein Standardwerk ist wohl *Der gläserne Besucher* (1990)¹⁵ von Hans-Joachim Klein, der von einer Kategorisierung der Besucher anhand von Lebensstil-Modellen ausgeht. Besonders im Zusammenhang einer Nicht-Besucher-Forschung ist wiederum Volker Kirchberg u.a. bekannt durch seinen Aufsatz „Sozialforschung und Museumsmarketing“ in *Museen und ihre Besucher* (1996), in dem anhand einer telefonischen Datenerhebung die Bekanntheit des Hauses der Geschichte in Bonn und das Verhältnis der Nicht-Besucher zu Museen allgemein untersucht wurde.¹⁶ Die Besucher- und Nicht-Besucher-Forschung bleibt trotz aller bisher gewonnenen Erkenntnisse konstant aktuell, da sich mit der steten Veränderung der Gesellschaft auch die potentiellen Museumsbesucher verändern. Eine Anwendung der diversen Kategorisierungsversuche der (Nicht-)Besucher aus den 1980ern und 1990ern ist heute teilweise nicht mehr möglich, sondern muss überprüft und angepasst werden.

Die Wahrnehmungspsychologie beschäftigte sich bislang kaum mit der Wirkung von Ausstellungen auf Besucher, während die allgemeinen Wahrnehmungsprozesse durch Standardwerke wie *Wahrnehmungspsychologie*¹⁷ von Bruce E. Goldstein oder *Wahrnehmung: Eine Einführung in die Psychologie der menschlichen Informationsaufnahme*¹⁸ von Rainer Guski bereits relativ gut dokumentiert sind. Für den musealen Kontext müssen Transferleistungen erbracht werden, um die Forschungen der reinen Neurologie, der Neuropsychologie oder der Kognitionspsychologie umsetzen zu können. Ralf Terlutter hat diese Forschungen in seinem Aufsatz „Besucherorientierte Ausstellungen“ (2001)¹⁹ in Teilen aufgearbeitet und betont wiederholt die Wichtigkeit der Integration von Erlebnis und Emotionen in

13 Faulenbach, Bernd; Jelich, Franz-Josef. *Besucherinteressen und Besucherverhalten in historischen Museen und Ausstellungen – Dokumentation einer Tagung*. Recklinghausen 1991.

14 Helm, Sabrina; Klar, Susanne. *Besucherkforschung und Museumspraxis*. München 1997.

15 Klein, Hans-Joachim. *Der gläserne Besucher : Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft*. Berlin 1990.

16 Noschka-Roos, Annette, Hrsg. *Museen und ihre Besucher : Museums-Fragen; Herausforderungen in der Zukunft ; [Internationales Symposium vom 22. bis 24. November 1995 im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn]*. Berlin 1996.

17 Goldstein, E. Bruce. *Wahrnehmungspsychologie*. Heidelberg 1997.

18 Guski, Rainer. *Wahrnehmung : eine Einführung in die Psychologie der menschlichen Informationsaufnahme*. Stuttgart 2000.

19 Terlutter, Ralf. „Besucherorientierte Ausstellungen: Lernen kultureller Inhalte aus Sicht psychologischer Lerntheorien.“ (2001) unter: <http://www.vl-museen.de/m-online/01/03.pdf>, 26.02.2008.

Ausstellungen. Ähnlich geht Brigitte Kaiser in ihrer Dissertation *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen* (2006)²⁰ vor, in der sie besonders auf die kommunikativen Funktionen von Ausstellungen eingeht. Durch eine ähnlich ausgelegte Zielsetzung, nämlich eine besucherorientierte bzw. erlebnisorientierte Ausstellung zu schaffen, die anhand eindeutiger Kommunikation zwischen der Ausstellung bzw. dem Ausstellungsgestalter und dem Besucher dauerhaft Wissen vermittelt wird, bietet sich ihre Arbeit als Vergleich zum vorliegenden Text an. Während Brigitte Kaiser ihre Ausführungen auf ähnliche Prinzipien baut, bleibt sie in der Umsetzung im Rahmen einer traditionellen, wenn auch durch erlebnisorientierte Elemente wie Hands-On-Stationen erweiterten, Ausstellung.

Technische Lösungen im Museum wurden durch das Institut für Museumskunde in *Multimedia-Anwendungen in Museen* (1998)²¹ thematisiert, allerdings eher als eine generelle Besprechung des Themas und nicht als Hinweis zu einzelnen Anwendungen. Die zweijährig stattfindende *Exponatec Cologne*²² sowie Informationsmaterial der einzelnen Museumsverbände etc. offerieren eine bessere Informationsquelle.

Szenische Geschichtsdarstellungen durch Personen werden in deutschsprachigen Museumsfachkreisen erst seit 2007 vermehrt durch Tagungen behandelt, deren Tagungsbände den Forschungsstand wiedergeben. Besonders auf der Tagung „Living History im Museum“, die im November 2007 im Museumsdorf Cloppenburg²³ stattfand, wurde durch die Redner eine große Bandbreite von Perspektiven zu dem Thema vertreten und dokumentiert, während auf der Folgetagung „Living History in Freilichtmuseen“ im Mai 2008 im Museum am Kiekeberg²⁴ eher auf den qualitativen Anspruch der Geschichtsdarstellung eingegangen wurde. Weitere auch ältere Fachliteratur zu diesem Thema ist die Monographie von Jay Anderson „Time Machines – The World of Living History“ von 1984 oder von Stacy F.

20 Kaiser, Brigitte. *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen – Museale Kommunikation in kunstpädagogischer Perspektive*. Bielefeld 2006.

21 Schuck-Wersig, Petra; Wersig, Gernot; Prehn, Andrea. *Multimedia-Anwendungen in Museen*. Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde Nr. 13. Berlin 1998.

22 Die nächste Messe wird im November 2011 stattfinden. Siehe: www.exponatec.de.

23 Carstensen, Jan (Hrsg.). *Living History im Museum – Möglichkeiten und Grenzen einer populären Vermittlungsform*. Münster 2008.

24 Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008.

Roth „Past into Present – Effective Techniques for First-Person Historical Interpretation.“ Beide Arbeiten gelten in Fachkreisen als Vorreiter und bilden die Möglichkeiten szenischer Geschichtsdarstellungen ab.

Relevante Literatur, andere Materialien oder Ereignisse wurden für die vorliegende Arbeit bis Dezember 2008 bearbeitet und im Text reflektiert. Während der Recherche ist deutlich geworden, dass es an einem Leitfaden zur Erstellung von Ausstellungskonzepten fehlt, der sowohl auf die bisherige Entwicklung in der Ausstellungsmethodik, Besuchererwartungen und -bedürfnisse, die Wahrnehmungs- und Lernprozesse und die neueren Möglichkeiten der technischen und sonstigen Umsetzung innerhalb einer historischen Ausstellung eingeht. Die vorliegende Arbeit verfolgt das Ziel neben den wissenschaftlichen Ergebnissen eine Anleitung zur praktische Umsetzung im Museumsalltag zu bieten. Museen und Ausstellungshäuser wollen als außerschulische Lernorte Wissen vermitteln. Zu untersuchen bleibt, ob und welche Informationen durch den Besucher aufgenommen werden. Für eine Auswertung der tatsächlichen Vermittlungsarbeit im Museum werden die zugrundeliegenden Prinzipien nachhaltiger Wahrnehmung und Vermittlung in Ausstellungen dargestellt.

Diese Dissertation gliedert sich in vier aufeinander aufbauende **Hauptelemente**. In Kapitel 2 wird die Entwicklung der Ausstellungsmethoden der letzten 40 Jahre unter Berücksichtigung von Fallbeispielen niedersächsischer und bremischer Museen vorgestellt. Die Bundesländer Niedersachsen und Bremen bieten sich als Fallbeispiele an, da sie alle unterschiedlichen Museumsgrößen und -formen und ein ausgeprägtes Stadt-Land-Gefälle aufweisen. Aufgrund der Gründung des Museumsverbandes für Niedersachsen und Bremen im Jahre 1965 wurden skizzenhaft auch die 1950er und 1960er Jahre zum Vergleich mit der späteren Entwicklung einbezogen, wobei die folgenreiche Zäsur im Jahr 1974 mit der Veröffentlichung der Denkschrift „*Zur Situation der Museen*“²⁵ anzusetzen ist.

In Kapitel 3 werden zu Beginn bisher bekannte Besuchszahlenstatistiken, und Ergebnisse von Besucherbefragungen in Museen vorgestellt, bevor im Weiteren

25 Auer, Herrmann. *Denkschrift Museen : zur Lage der Museen in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West)*. Boppard 1974.

explizit auf Nicht-Besucher bzw. Noch-Nicht-Besucher eingegangen wird. Mit „Nicht-Besucher“ werden in diesem Zusammenhang zum Einen Personen umschrieben, die aufgrund ihrer geringen oder nicht vorhandenen Besuchsfrequenz nicht zu den regelmäßigen Museumsbesuchern zu zählen sind. Auf der anderen Seite wird mit diesem Terminus der Ort der Befragung verdeutlicht. Besucherbefragungen finden im Museum statt bzw. rekrutieren die potentiellen Teilnehmer in den musealen Räumen, während eine Nicht-Besucher-Befragung außerhalb des Museums stattfindet, um eine Klassifizierung nach Besucher oder Nicht-Besucher zu vermeiden und eine repräsentative Außenbetrachtung der Institution Museum vornehmen zu können.

Für die Beantwortung der Fragestellung nach den Motiven des Fernbleibens vieler Besucher und etwaigen Veränderungsmöglichkeiten wurde eine Umfrage mit 1.227 Nicht-Besuchern durchgeführt. Anhand der Ergebnisse lassen sich mehrere Hypothesen für das teilweise schwache Interesse an Geschichtsmuseen untermauern, jedoch musste ebenfalls festgestellt werden, dass die meisten Menschen eine ausgeprägte Sozialisierung für den musealen Kontext erfahren. Die Mehrheit der befragten Schüler und Erwachsenen zweifelte die Funktion und Qualität des Museums als Volksbildungsstätte nicht an. Ein Museum wird besucht, um etwas zu lernen und nicht unbedingt, um Spaß bzw. Zerstreuung zu erleben. In einem dritten Abschnitt werden die einzelnen Aspekte der Besucherorientierung und deren Berücksichtigung in einer Ausstellung analysiert und Faktoren einer zielgruppenorientierten Ausstellung vorgestellt.

In Kapitel 4 wird auf die Rolle der Wahrnehmung und Emotionen und deren Auswirkungen auf die Lernprozesse im Museum eingegangen. Diese finden im Großteil der Fachliteratur und in der Mehrheit der Ausstellungen wenig Berücksichtigung. Selbst wenn emotionale Elemente in Ausstellungskonzepten angekündigt werden, so ist die Herausforderung dies dem Besucher in einer ihm verständlichen Sprache zu vermitteln. Die Bedeutung des Verständnisses der Wahrnehmungsprozesse und ihrer neuropsychologischen Verarbeitung sind wenigen Ausstellungsgestaltern klar, können aber nicht oft genug betont werden. Ebenso wie in der alltäglichen Kommunikation ständig Missverständnisse geschehen können,

kommt dies auch in Museen vor. Eine Folge dessen ist die Irritation des Museumsbesuchers, der den Aufbau und die einzelnen Ausstellungselemente nicht versteht und das Museum u.U. mit einer negativen Konditionierung verlässt. Neben dem einen irritierten Besucher drohen Weitere durch negative Mundpropaganda.

In Kapitel 5 wird eine Analyse der in Kapitel 2 vorgestellten bisher umgesetzten Ausstellungsmethoden anhand der in der Umfrage und der Betrachtung der Wahrnehmungs- und Lernprozesse gewonnen Erkenntnisse vorgenommen. In einem zweiten Schritt werden verschiedene neue Ausstellungsmethoden wie die Geschichtsdarstellung u.a. durch Laienschauspieler und unterschiedliche technische Vermittlungsmöglichkeiten vorgestellt. Beide Ansätze sind in Museumskreisen nur bedingt bekannt und verbreitet. Aufgrund des praxisorientierten Anspruchs der Arbeit werden jeweils Vor- und Nachteile, sowie Preise und teilweise auch Kontaktmöglichkeiten dargestellt. Im letzten Abschnitt dieses Kapitels wird ein praktikabler Leitfaden zur Ausstellungskonzipierung entworfen. Um die teils simple Anwendbarkeit der vorgestellten Grundsätze zu demonstrieren, wurden zwei Beispielkonzepte mit unterschiedlichen Schwerpunkten eigens für diese Arbeit skizziert und präsentiert. Das Beispielkonzept 1 hat den Titel *„Mami, wo ist unser Haus geblieben? - Hannover in der Nachkriegszeit“* und vermittelt dem Besucher anhand von Inszenierungen und technischen Mitteln wichtige Elemente der Nachkriegszeit. Das Beispielkonzept 2 mit dem Titel *„Noch 'n Bier – Maschinen, Arbeit und Bier in Hannover“* versetzt den Besucher mittels der Geschichtsdarstellung in das 19. Jahrhundert der industriell aufstrebenden Großstadt Hannover. Beide Konzepte vermitteln dem Besucher nicht nur Fachwissen, sondern zielen auf eine Nachvollziehbarkeit von Geschichte ab, um durch multisensuale Erlebnisse und die Einbindung von Emotionen das Gelernte dauerhaft im Gedächtnis zu verankern.

Im abschließenden Teil erfolgt ein Ausblick zur Entwicklung des Museumswesens unter Berücksichtigung der gewonnenen Erkenntnisse und der Erreichung des Ziels einer „guten Ausstellung“. Da mir eine hohe Umsetzbarkeit für Museen wichtig war, wurde die Länge der Texte und ihre Form diesen Ansprüchen angepasst. Es bleibt hervorzuheben, dass es sich bei den vorgestellten Grundsätze

nicht um Patentlösungen für jedes Museum handelt, sondern um den Versuch die zugrundeliegenden Prozesse in der Wahrnehmung und dem Lernen des Besuchers bewusst zu machen, um eine Berücksichtigung in zukünftigen Ausstellungen zu ermöglichen. Die neu entwickelten oder bereits teilweise umgesetzten Grundsätze wurden als Teil einer Lehrveranstaltung am Historischen Seminar der Leibniz Universität Hannover mit Studierenden diskutiert und fortgeführt. Das Ziel dieser Arbeit ist es einen Beitrag zur Weiterentwicklung von Museen und Ausstellungen zu leisten.

2. Eine Bestandsaufnahme des Museumswesens nach ausstellungsgestalterischen Kriterien

Für die Eruiierung der Frage „*Warum haben viele Menschen nur wenig Motivation in Geschichtsmuseen zu gehen und inwiefern lassen sich mehr Besucher gewinnen?*“ ist es unerlässlich eine Bestandsaufnahme vorzunehmen. Eine Analyse der Entwicklung der Ausstellungsmethoden gibt Aufschluss über die bereits angewandten Vermittlungsansätze und die Veränderung der Gesellschaft. Bevor ein Lösungsansatz für die Zukunft versucht werden kann, sollte die Vergangenheit und die Gegenwart analysiert werden. Die Ausstellung formt das Verbindungsstück zwischen der musealen Institution und dem Besucher als Rezipienten. Aus diesem Grund sollen primär die Ausstellungsentwicklungen unter Bezugnahme auf gesellschaftliche Strömungen (soweit relevant) analysiert werden.

Die Entwicklung der Ausstellungsmethoden kulturgeschichtlicher Museen seit 1965

Durch Einflüsse auf politischer, institutionell-musealer und individueller Ebene lassen sich einzelne Alterationen an kleineren und größeren Museen der Bundesrepublik Deutschland (BRD) seit den 1960er Jahren erkennen. Das Jahr 1965 wurde als Zäsur gewählt, weil in diesem Jahr der *Museumsverband für Niedersachsen* (später folgte die Zusammenfassung mit Bremen) gegründet wurde. Zum Verständnis der weiteren Ereignisse werden die früheren Entwicklungen kurz skizziert. Wie bereits in der Einleitung erwähnt, wurden bislang mehrere schemenhafte Versuche unternommen die allgemeine Entwicklung der Museen in der BRD nachzuzeichnen. Hierbei wurde der Schwerpunkt der Abhandlungen unterschiedlich gesetzt, so dass bislang keine vollständige Museumsgeschichte entstanden ist.

Die 1950er und 1960er Jahre – eine Phase des Wiederaufbaus und des Positivismus

Nach dem Zweiten Weltkrieg gestaltete sich der Wiederaufbau der zum Schutz eingelagerten Sammlungen in repräsentativen Ausstellungen aufgrund von Raum-

und Finanzmangel oftmals diffizil und langwierig und zog sich durch die 1950er bis in die 1960er Jahre hin. In dieser Zeit stand in den Ausstellungen das Präsentieren von „Schätzen“ als positive Identifikationsmöglichkeiten der Historie im Vordergrund.²⁶

Der Angst, noch einmal der Suggestivkraft einer Ideologie zu verfallen, wurde ein Positivismus entgegengesetzt, der im Museum auf die Formel gebracht war, „die Kunstwerke sprechen für sich selbst.“ Da das Geschichtsmuseum überwiegend in der Hand von Kunsthistorikern war, wurde angenommen, die Objekte wirkten durch künstlerisches Sein.²⁷

Beispiele hierfür sind die Großausstellungen *Werdendes Abendland an Rhein und Ruhr* (1956) oder die *Bayerische Frömmigkeit* (1960), die mit ihren politisch-neutralen Inhalten eine „schöne“ Vergangenheit projizierten. Die Intention hinter diesen Großausstellungen war es ein historisches Bewusstsein zu schaffen und den „*Deutschen nach der Katastrophe zu einer wahren Selbsterkenntnis*“ zu verhelfen, indem ihnen „*das 'Edelste ihrer Kultur in großartiger Übersicht*“ gezeigt wird.²⁸ Der langjährige Kultusminister von Nordrhein-Westfalen Hans Schwier²⁹ artikulierte es wie folgt:

Die Museumslandschaft hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten entscheidend verändert. Noch in den sechziger Jahren verband sich mit dem Begriff „museal“ eher die Vorstellung von „verstaubt“ und „unaktuell“. Das Museum galt als elitärer Ort, Attraktion nur für die Gebildeten. „Schwellenangst“ war ein Schlagwort der Zeit.³⁰

Ende der 1960er folgte wie in anderen Sektionen des Öffentlichen Lebens auch im Museumswesen eine Zäsur. Nicht als direkte Konsequenz der Studentenbewegung, aber aufgrund der zeitlichen Nähe und als Manifestation eines langsamen Umdenkens in Aspekten wie Bildung und Gesellschaftsstrukturen sind auch die Veränderungen im Museumswesen zu interpretieren.³¹ In den bundesdeutschen Museen wurde ein dringender Veränderungsbedarf registriert, was

26 Vgl. Dauschek, Anja „Museumsidentitäten – Corporate Identity für Museen. Rückblick und Ausblick“ in: Dreyer, Matthias; Wiese, Rolf (Hrsg.). *Mit gestärkter Identität zum Erfolg. Corporate Identity für Museen*. Ehestorf 2002, S.18.

27 Hoffmann, Detlev „Drei Jahrzehnte Museumsentwicklung in der Bundesrepublik – Trends, Strukturen, Perspektiven“ in: Landschaftsverband Rheinland – Rheinisches Museumsamt (Hrsg.). *Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone: Drei Jahrzehnte deutsche Museumsentwicklung – Versuch einer Bilanz und Standortbestimmung*. Opladen 1996, S. 14.

28 Vgl. Große Burlage, Martin. *Große historische Ausstellungen in der Bundesrepublik Deutschland : 1960 - 2000*. Münster 2005, S.259. Und: Rösen, J./Ernst, W./Grütter, H. Th. (Hrsg.). *Geschichte sehen – Beiträge zur Ästhetik historischer Museen*. Pfaffenweiler 1988, S.70.

29 Hans Schwier (*1926 †1996), SPD-Politiker, Minister für Wissenschaft und Forschung und Kultusminister von Nordrhein-Westfalen.

30 Schwier, Hans „Jede Epoche schafft ihre Museen“ in: Preiß, Achim; Stamm, Karl; Zehnder, Frank Günther. *Das Museum – Die Entwicklung in den 80er Jahren*. Festschrift für Hugo Borger zum 65. Geburtstag. München 1990, S.77.

31 Vgl. Noschka-Roos, Annette (Hrsg.). *Besuchforschung in Museen – Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München 2003, S.10.

1971 in dem „Appell zur Soforthilfe“ an die Öffentlichkeit formuliert wurde. Die Deutsche Forschungsgemeinschaft publizierte 1974 eine „*Denkschrift Museen: Zur Lage der Museen in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West)*“, in der ein Katalog von Missständen und konkreten Maßnahmen aufgezählt wurde. Sie betrafen:

- a) die Errichtung eines zentralen Forschungsinstituts für Museumsmethodik,
- b) die Notwendigkeit, Untersuchungen zur Kenntnis des Museums in der Öffentlichkeit vorzunehmen,
- c) die Erschließung der Museumsbestände für die Forschung,
- d) die Darstellung der Museen in ihrem Beitrag zur Entwicklungshilfe,
- e) die Forderung auf zentrale Einrichtungen für naturwissenschaftliche Untersuchungen an kulturhistorischen Objekten,
- f) Fragen des Wiederaufbaus und des Ausbaus von Museen,
- g) Maßnahmen zum Schutz von Kulturgut bei bewaffneten Konflikten,
- h) Schwerpunktbildung bei Spezialbibliotheken.³²

Die Resonanz in den Medien und bei den Museumsträgern war groß, doch die nun folgende Entwicklung divergierte in einzelnen Regionen und Museumsarten nicht nur zeitlich, sondern auch inhaltlich.³³

Reaktionen auf den „Appell zur Soforthilfe“ am Beispiel des Historischen Museums Frankfurt a.M.

Anfang der 1970er sollten als Konsequenz auf die Missstände Kultur und Bildung für alle Menschen zugänglich gemacht werden, was eine Didaktisierung und Besucherorientierung nach sich zog.³⁴

Wegweisend für die Museumsarbeit des letzten Jahrhundertviertels war der in den 1970er Jahren einsetzende historiographische Perspektivenwechsel, der die Geschichtswissenschaft demokratisieren sollte, in dem es breiteren Bevölkerungsteilen erleichtert bzw. überhaupt erst ermöglicht wurde, einen Zugang zur Geschichte zu finden. Als wichtiges Arbeitsfeld trat dabei die Alltagsgeschichte hervor und als deren Teilbereich [z.B. in Osnabrück, d.A.] die Industriekultur.³⁵

Die existenten Sammlungen und Ausstellungen sollten den Besuchern z.B. durch Beschriftungen der Exponate und Erklärungstexte näher gebracht werden.³⁶

32 Auer, Herrmann. *Denkschrift Museen: zur Lage der Museen in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West)*. Boppard 1974, S.20.

33 Vgl. Materialien aus dem Institut für Museumskunde. *Entwicklung von Museumskonzeptionen in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West) 1974-1985*. Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz Berlin 1985, S.5.

34 Vgl. Biermann, Alfons W. (Hrsg.). *Texte in Ausstellungen – Hinweise und Anregungen für verständliche Formulierung und besucherfreundliche Gestaltung*. Schriften des Rheinischen Museumsamtes Nr. 60, Köln 1995, S.13.

35 Heese, Thorsten, 2004, S. 244.

36 Vgl. Dech, Uwe Christian. *Sehenlernen im Museum – Ein Konzept zur Wahrnehmung und Präsentation von Exponaten*. Bielefeld 2003, S.25.

Vielfach wurde die intendierte Didaktisierung derart forciert, dass sich die Besucher in „begehbaren Büchern“ wiederfanden, d.h. sie sahen sich einer Textflut auf Stellwänden oder sonstigen Präsentationsflächen und einzelnen Objekten als „Garnierung“ gegenüber.³⁷ Trotz aller Defizite, die diese Ausstellungen inhärierten, soll nichtsdestotrotz die durchaus legitime Zielsetzung angeführt werden: Die verantwortlichen Ausstellungsgestalter versuchten den Besuchern anhand dieser Konzepte maximales Hintergrundwissen zu vermitteln und sich von der vormaligen reinen Präsentation der Objekte zu distanzieren.

Das meist diskutierte Exempel für diese Methodik liegt in Frankfurt am Main und ist das dortige Historische Museum, dessen Ausstellung von seinen Opponenten als „linker Doktrinalismus“ kritisiert wurde.³⁸ Der Direktor Hans Stubenvoll betonte in der neuen Dauerausstellung, die zwischen 1972 und 1975 abteilungsweise eröffnet wurde und während der 1970er Jahre eine Pionierrolle spielte, das Museum als Bildungsinstitution und präsentierte ein Konzept, das drei verschiedene Ausstellungstypen kombinierte.

1. Die „Historische Dokumentationen“ genannten Abteilungen zur Frankfurter Stadtgeschichte von vorchristlicher Zeit bis heute, 2. die Schausammlungen und historischen Sammlungskomplexe, die einen großen Teil des Bestandes dem Publikum in der Art begehbare Depots zugänglich machen und 3. Wechselausstellungen. Die ständigen Ausstellungseinheiten, das Herz- und Kernstück der didaktischen Museumskonzeption, sind die Historischen Dokumentationen.³⁹

Die Designer der Ausstellung hatten nur marginale Museumserfahrung und übernahmen die bekannten Medien der Informationsvermittlung aus anderen Branchen, um ein „demokratisches Museum“, d.h. ein leicht zugängliches „Museum für Alle“ zu kreieren.⁴⁰ Des Weiteren sprach für diese neue Ausstellungsmethode die Intention radikal mit der „traditionellen“ und ästhetischen Präsentation von Objekten zu brechen und ideologiekritisch mit der historischen Materie umzugehen. Aus

37 Vgl. Faulenbach, Bernd; Jelich, Franz-Josef (Hrsg.). *Reaktionäre Modernität und Völkermord. Probleme des Umgangs mit der NS-Zeit in Museen, Ausstellungen und Gedenkstätten*. Essen 1994, S.186.

38 Vgl. Faulenbach, Bernd; Jelich, Franz-Josef. *Besucherinteressen und Besucherverhalten in historischen Museen und Ausstellungen – Dokumentation einer Tagung*. Recklinghausen 1991, S. 48.

39 Historisches Museum Frankfurt/Main (Hrsg.). *Die Zukunft beginnt in der Vergangenheit – Museumsgeschichte und Geschichtsmuseum*. Frankfurt am Main 1982, S.330.

40 Vgl. Landschaftsverband Rheinland, 1996, S. 14 und vgl. Rösen, 1988, S.139.

Stellwänden zusammengesetzt sollte sich diese Methode flexibel und inhaltlich neutral für die differenten Themenkomplexe eignen.⁴¹

Das Historische Museum in Frankfurt und das Römisch-Germanische Museum in Köln boten sich als alternative Modelle: Frankfurt als textorientiertes Museum (nicht einmal so sehr, weil es ein Übermaß an Schrifftafeln offerierte – die hielten sich im Vergleich zur Reichstagsausstellung in Grenzen –, sondern weil es logozentrisch strukturiert war, wie sich insbesondere an dem Führungssystem ablesen ließ); das Römisch-Germanische auf der Kölner Domplatte – in entschiedenem Gegensatz zu Frankfurt – als hochkomplexes Schauarrangement, das bewusst den Wahrnehmungsattitüden der Zeit folgte und so von Trivialitäten nicht frei war.⁴²

Die Debatte der Fachwelt zwischen dem „Text-Museum“ in Frankfurt und dem „Warenhaus-Museum für die Massen“ in Köln, das 1974 seine Ausstellung eröffnete, wurde in der *„Frankfurter Bilanz 'Geschichte als öffentliches Ärgernis', die in ihrem Untertitel für ein 'Museum für die demokratische Gesellschaft' plädiert*⁴³ resümiert und 1974 publiziert.⁴⁴ Das Römisch-Germanische Museum in Köln hatte in seiner damaligen Ausstellung keinen vorgegebenen Rundgang, sondern offerierte dem Besucher durch eine offene Narration seine Inhalte. Hier standen eine Vielzahl von Objekten im Vordergrund und Textinformationen beschränkten sich auf eine Kurzform, während detailliertere Abhandlungen in den Ausstellungskatalogen und sonstigen Publikationen zu finden waren.⁴⁵

Die Überarbeitung der Dauerausstellung des Historischen Museums Frankfurt a.M. 1980 war nicht als Reaktion auf die in Presse und Fachkreisen geführten Diskussionen zum Konzept intendiert, sondern eine Aktualisierung gemäß neuester Forschungserkenntnisse zu Inhalt und Vermittlungsmethodik, die seit 1976 in Sonderausstellungen gesammelt wurden, wie Viktoria Schmidt-Linsenhoff betonte.⁴⁶ Obwohl in dem Jahrzehnt bis zur Modifikation keine empirischen Besucherstudien stattfanden, wurden zwei relevante Prinzipien der Ausstellungsmethodik offensichtlich. Die Besucher nehmen nicht nur die einzelnen Objekte und Texte wahr,

41 Vgl. Historisches Museum Frankfurt/Main, 1982, S.333.

42 Korff in Landschaftsverband Rheinland – Rheinisches Museumsamt, 1996, S.66.

43 Korff, Gottfried. *Museumsdinge – Deponieren – Exponieren*. Köln 2002, S.29.

44 Vgl. Biegel, Gerd (Hrsg.). *Geschichte und ihre Vermittlung in Lokal-, Regional- und Heimatmuseen*. Braunschweigische Landschaft e.V. Braunschweig 1995, S.27.

45 Vgl. Schäfke, Werner „Geschichte ist nicht ausstellbar“ in: Preiß, Achim; Stamm, Karl; Zehnder, Frank Günther. *Das Museum – Die Entwicklung in den 80er Jahren*. Festschrift für Hugo Borger zum 65. Geburtstag. München 1990, S. 280-284.

46 Kustodin am Historischen Museum Frankfurt a.M. 1981-1990, vorher Volontärin im selben Haus; vgl. Schmidt-Linsenhoff, Viktoria. „Historische Dokumentationen – Zehn Jahre danach“ in: Historisches Museum Frankfurt/Main (Hrsg.). *Die Zukunft beginnt in der Vergangenheit – Museumsgeschichte und Geschichtsmuseum*. Frankfurt am Main 1982, S.331.

sondern vielmehr die Synergien und Arrangements der verschiedenen Exponate und Erläuterungen. Bei Korff heißt es dazu:

Die Inszenierung ist die ästhetisch reflektierte und ästhetisch intendierte Ordnung der Dinge in einem Raum, eine nach Maßgabe gegenwärtiger Wahrnehmungsformen bewusst organisierte Merkwelt (im Gegensatz zur realen Wirkwelt). Das Objekt, das dreidimensionale Ding, das konstitutiv für den Bewahrungsort Museum ist (im Unterschied zu den Aufbewahrungsanstalten anderer Hinterlassenschaftssorten), macht das Museum zu einem Ort der sinnlichen Erkenntnis, denn das Ding hat, worauf immer wieder insistiert werden muss, nicht nur einen Zeugnis- und Dokumentationswert, sondern auch eine sinnliche Anmutungsqualität, es ist Objekt der sinnlichen, in aller Regel über den Augensinn organisierten, Erkenntnis. Die inszenierte Ausstellung kann also – über die in der Fragmentarik gründende Notwendigkeit der räumlich (=expositorisch) angelegten Erläuterung der Dinge einen bewusst ästhetisch organisierten Rahmen für Kognitionsleistungen schaffen.⁴⁷

Diese „Präsentationsästhetik“, die einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf den Besucher hat, lässt sich mit dem Terminus der „Inszenierung“ beschreiben. Hierbei sollte eine Anknüpfung an die ästhetische Präsentation in *„Stilzimmern‘ und falschen ‘Folterkammern‘, den das kulturgeschichtliche Museum des späten 19. Jahrhunderts entwickelt hatte und der heute noch gelegentlich in Heimatmuseen fortlebt“*⁴⁸ bewusst vermieden werden. In der neuen Frankfurter Dauerausstellung wurde zwar das Stellwandsystem erhalten, jedoch wurde auf die stringente Nummerierung der Texttafeln verzichtet. Durch sogenannte *Environments* bzw. Inszenierungen (teilweise begehrbar und teilweise aus konservatorischen Gründen mit Glaswänden abgetrennt) wurde der Rundgang aufgelockert. Beispiele hierfür sind eine Kleinbürgerstube aus der Kaiserzeit oder eine Küche der 1920er Jahre.⁴⁹

Ein Vergleich der *Dauerausstellung* im Hist. Museum Frankfurt a.M. 1972 und 1980

Beim Vergleich der Dauerausstellungen von 1972 und 1980 bietet sich die Präsentation einer Bombe aus dem Zweiten Weltkrieg als Exempel der Alteration an. In der textlastigen Ausstellung wurde sie neutral auf einem Sockel präsentiert, während der Besucher auf einer Texttafel einige Fakten zum Luftkrieg über Frankfurt lesen konnte. Sowohl der Text als auch die Präsentation der Bombe kreieren eine Distanz zwischen dem Besucher und der historischen Wirklichkeit und vermitteln schlichtweg die notwendigen Fakten. In der neuen Dauerausstellung von 1980 liegt die Bombe in einem künstlichen Trümmerhaufen und wird durch zwei in kleinen

47 Korff, 2002, S.171-172.

48 Ebda, S.332.

49 Vgl. Ebd., S. 334.

Vitrinen deponierten Objekte komplementiert: ein zufällig nicht mehr abgeschicktes Päckchen an einen Frontsoldaten und ein teilweise geschmolzenes Teeservice, mit dem Hinweis der Spenderin: „*Das ist der Rest unserer zerstörten Wohnung am 12.9.1944.*“⁵⁰ Hinter der kleinen Inszenierung ist das Großfoto einer Frau in einem Trümmerfeld zu sehen. Ziel dieser Präsentation ist es beim Besucher Emotionen zu stimulieren und ihn mit dem historischen Inhalt vertraut zu machen, ohne dass Geschichte durch eine distanzierte Darstellung emotionslos und neutral erscheint.

Eine Ausstellungsmethode mit großem Effekt auf die museale Szene, die im Historischen Museum Frankfurt a.M. geprägt wurde, ist die Inszenierung vor einem Großfoto. Wie in dem Beispiel der Bombeninszenierung bereits skizziert, wird das Thema eines Hintergrundfotos aufgegriffen und durch im Raum positionierte Objekte intensiviert. Ein weiteres bekanntes Beispiel aus Frankfurt zu dieser Methode ist die Inszenierung einer Häftlingsuniform vor dem entsprechenden Bild einer KZ-Situation. Durch das dreidimensionale Objekt, in diesem Fall die Uniform, wird das Foto verifiziert. Auf der anderen Seite erhält die Uniform durch die auf dem Foto visualisierten Häftlinge eine größere Signifikanz. Anhand des Fotos lässt sich ein stärkerer Bezug zur historischen, sprich evidenten und trotzdem visualisierbaren „Wirklichkeit“ schaffen. Der Besucherservice konnte häufig sowohl bei Kindern als auch bei Erwachsenen eine tiefe Betroffenheit bei der Assoziation zwischen der Uniform und dem Bild beobachten.⁵¹

Eine andere Inszenierung zeigt das Foto eines Sees mit Steg und Ruderboot. Hier scheint das Boot von dem Bild in den dreidimensionalen Raum hineinzuragen und wird von weiteren Objekten zum Thema Freizeit am See ergänzt. Keines der beiden Elemente, Bild oder Inszenierung im Raum hätten für sich allein eine solche überzeugende Wirkung auf den Besucher oder würde ihm real erscheinen. „Real“ meint in diesem Kontext den Versuch des Museums mit unterschiedlichen Mitteln die Wirklichkeit (auch die historische) nachzuahmen, um sie dem Besucher näher zu bringen. Hierzu sind Objekte erforderlich, aber auch die Tiefenwirkung eines Bildes, das den Eindruck erweckt, man würde tatsächlich auf einen See schauen und sei nicht durch die Wände des Museums limitiert.

50 Ebd. S.337.

51 Vgl. Ebd. S. 335.

Durch derlei Inszenierungen zeigte sich der

... sich mehr und mehr durchsetzende[n] Gestaltungswille[n] der Ausstellungsmacher, die zuerst in kulturhistorischen, dann zunehmend auch in Kunstaussstellungen mit Architekten, Raumkünstlern und Bühnenbildnern zusammenarbeiteten. Kooperationen dieser Art waren keineswegs neu, wie es zuweilen in Bezug auf inszenierte Ausstellungen behauptet wurde, aber sie traten aus zwei Gründen stärker ins Bewusstsein: Erstens, indem durch die von Lübke beschriebene Musealisierung alltägliche Dingwelten in die Museen und Ausstellungen gekommen waren, die, weil ästhetisch ohne Eigenwert, des gestaltenden Arrangements im Raum bedurften. Zweitens, weil durch die konsequent entwickelte Orientierung an Originalobjekten Raum-Installationen und Ding-Kompositionen nötig waren, die zweckmäßigerweise kompetenten Fachleute, Spezialisten für das Dreidimensionale (und damit Ambientale) übertragen wurden.⁵²

Die Ausstellungen selbst wurden durch die Partizipation unterschiedlichster Berufsgruppen professionalisiert und waren durch die präzisere Koordination einzelner Elemente in der Lage die Ausstellungsinhalte besser zu vermitteln.

Die Ausstellungen des Historischen Museums Hannover ab 1966

Im Historischen Museum Hannover wurde mit dem Neubau am Leineufer in der Altstadt 1966 die Dauerausstellung eröffnet, die bis zum Umbau 1990/91 noch keine Indizien der aufkommenden Didaktisierung und Demokratisierung der Museen zeigte. Dr. Helmut Plath entwarf in enger Symbiose mit dem Architekten Dieter Oesterlen (*1911 †1994) das Gebäude und die Ausstellung. Die von Plath angewandte Museumstheorie und Ausstellungsdidaktik entsprach dem Kenntnisstand der 1950er Jahre.⁵³ Drei Abteilungen, nämlich Landesgeschichte, Stadtgeschichte und Volkskunde wurden durch die zur Altstadt gewandten Fensterfronten in ihren städtebaulichen Kontext gestellt. Es herrschte keine chronologische Gliederung, sondern eine rein thematische Struktur, wodurch zeitliche Entwicklungen kaum darstellbar waren.

Die Gruppierung nach sachlichen Gesichtspunkten bietet zwei große Vorteile. Der eine Vorteil kommt dem Besucher unmittelbar zugute, der nun gleichartige Objekte unmittelbar benachbart betrachten, überblicken und vergleichen kann. Der zweite Vorteil ist primär ausstellungstechnischer Art. Gleichartige Objekte erfordern gleichartige Ausstellungshilfsmittel. Mit ihnen gewinnen die einzelnen Gruppen und damit die Schausammlung als solche an Ruhe und Geschlossenheit, die dem Besucher die Muße vermitteln, die es für eine geistige Begegnung mit den Objekten benötigt.⁵⁴

Im Gegensatz zum Historischen Museum Frankfurt a.M. standen die Objekte als Zeitzeugnisse und nicht die Vermittlung von Informationen im Vordergrund. Ein

52 Korff, 2002, S.34.

53 Vgl. Urban, Andreas. *Von der Gesinnungsbildung zur Erlebnisorientierung: Geschichtsvermittlung in einem kommunalen historischen Museum im 20. Jahrhundert.* Schwalbach/Ts. 1999., S.59, 60.

54 Stadtgeschichtliche Abteilung. Katalog des Historischen Museums Hannover, 1970, S.7.

Vergleich der zwei unterschiedlichen Dauerausstellungen wurde bereits 1974 in einer kurzen öffentlichen Debatte unternommen, die zu dem Ergebnis führte, das beide Konzepte de facto ihre Berechtigung hatten.⁵⁵ Mit der Einstellung des neuen Direktors Dr. Waldemar R. Röhrbein 1976 ging ebenfalls der Auftrag einher die stadtgeschichtliche Ausstellung zu modifizieren und die Sammlung um zeitgeschichtliche Objekte auszubauen.

Der Museumsträger – die Stadt Hannover – setzte die Substanz des Museums betreffende normative Vorgaben fest: Er erwartete eine Modernisierung des Präsentationskonzeptes im Sinne einer stärkeren Berücksichtigung der jüngeren Vergangenheit und der bisher nicht repräsentierten unteren Sozialschichten sowie die Intensivierung der museumspädagogischen Arbeit.⁵⁶

Dieses Unterfangen zog sich aufgrund von finanziellen, konzeptionellen und organisatorischen Problemen bis 1990/91. Im Interim konnten in Sonderausstellungen die z.T. durch Zeitungsaufrufe gesammelten Zeugnisse der jüngeren Vergangenheit, dem Zeitraum vom Ende des Ersten Weltkriegs bis in die 1950er und 1960er Jahre hinein präsentiert werden. In diesem Kontext lassen sich deutlich Einflüsse anderer programmatischer Museen bzw. Ausstellungen ablesen. Während der 1970er Jahre blieb die Kombination von Stellwänden und Vitrinen (größtenteils Tischvitrinen) mit Fotos, Diagrammen, Texten und einigen Objekten dominant. Die didaktischen Mittel waren Schauen, Bewundern und Lesen. Im Jahr 1983 werden erste Versuche die Realität in einer Ausstellung zum Zweiten Weltkrieg durch Teilinszenierungen nachzustellen unternommen, d.h. Objekte wurden in ihrem Kontext gruppiert. Durch die Präsentation einer konkreten Situation, beispielsweise eines Luftschutzkellers, wurden Informationen für den Besucher verdichtet. Er konnte nicht nur einzelne Objekte, sondern den Zusammenhang betrachten und auf sich wirken lassen.

In einem Rückblick auf die zeitgeschichtlichen Ausstellungen hat Röhrbein auf diesen didaktischen Lernprozess [des „In-Beziehung-Setzens“, d.A.] hingewiesen, zugleich aber auch betont, dass für ihn inszenierende Geschichtspräsentationen nur dann mit der Aufgabe des Geschichtsmuseums, aufklärend zu wirken, zu vereinbaren seien, wenn sie Deutungshilfen gäben.⁵⁷

Eine der typischsten Inszenierungsmethoden des Historischen Museums Frankfurt a.M. ist, wie erwähnt, die Anordnung von Objekten vor einem Großfoto, das

55 Vgl. Röhrbein, Waldemar „Zur Neugestaltung der Abteilungen Stadtgeschichte und Volkskunde im Historischen Museum Hannover“ in: MVNB. Mitteilungsblatt Nr. 42/1992, S. 23-25.

56 Urban, 1999, S.64.

57 Ebd., S.67.

eine konvergierende Situation zeigt. Diese Methode wurde in Hannover seit der Ausstellung zum Rundfunk in der Stadt im Jahr 1985 praktiziert, in der u.a. Filmaufnahmegeräte und Mikrofone vor dem Foto eines Studiokontrollraums inszeniert waren.

Die neue Dauerausstellung des Historischen Museums Hannover orientierte sich nicht mehr an der Frage: *„Was besitzt das Historische Museum an originalen Objekten und wie können diese thematisch zu bestimmten aussagefähigen Ausstellungsgruppen zusammengefasst werden?“*⁶⁸ Stattdessen sollte durch eine chronologische Präsentation die Entwicklung der Stadt anhand von Objekten gezeigt werden. Der Inhalt dieser Bereiche wurde durch Vitrinen, Schautafeln mit Texten, Diagrammen und Bildern, Inszenierungen, Gemälden, Fotos und Modellen veranschaulicht. Es gab keine restriktive Wegführung, sondern die Exponate wurden mit Hilfe von Zwischenwänden zu Inseln gruppiert. Insbesondere die vielen Inszenierungen, z.B. eine Arbeiterküche, dem Esszimmer eines Bankdirektors, zwei Wohnzimmern und eine mittelalterliche Schreiberei, sollten dem Besucher den Inhalt differenziert vermitteln. Auch in der Dauerausstellung finden sich Inszenierungen mit Großfotos. Beispiele hierfür sind eine Lore auf Schienen und Sand vor einem Foto zum Maschseebau in den Jahren 1934-36 und eine provisorische „Küche“ (aus Ziegelsteinen und einem Rost) vor einem Trümmerfoto der Nachkriegszeit.

Die Dauerausstellung des Nds. Landesmuseums Braunschweig

Im Nds. Landesmuseum Braunschweig (BLM) wurde erstmals 1960 die Dauerausstellung in den renovierten Schauräumen „Hinter Aegidien“ aufgestellt. Ein Akzent lag hier gemäß dem zeitgenössischen Stil auf der malerischen Präsentation von kirchlicher Kunst, ostfälischer Volkskunde, Kulturgeschichte und braunschweigischer Landesgeschichte. Im Jahre 1986 wurden die bislang zur Verfügung stehenden Gebäude des Landesmuseums erweitert und die Dauerausstellung zog in das Vieweghaus am Burgplatz um. In diesem Zusammenhang wurde die Ausstellung vollständig überarbeitet und für den didaktischen Anspruch der Zeit modifiziert. Museumsdirektor Dr. Gerd Biegel, der zwischen 1986 und 2008 das BLM führte, definierte seine Museumsarbeit wie folgt:

58 Röhrbein, Mitteilungsblatt Nr. 42/1992, S.27.

Solide Geschichtsforschung, Vermitteln der Vergangenheit und Präsentation der Quellen ist daher unerlässlich und kann keineswegs durch Marketinggeschwätz und Massensuggestion ersetzt werden. Im kleinen Detail und im überschaubaren Raum der Erfahrbarkeit liegt dabei die eigentliche Chance, aber auch kulturpolitische Verpflichtung. Sie ist nämlich an der Sache und an den Menschen orientiert, so wie es die tatsächlich wahrgenommene Aufgabe der Heimat- und Regionalmuseen war und ist.⁵⁹

Elementare Charakteristika der Ausstellung sind die Kombination von Vitrinen, Schautafeln und (Teil-)Inszenierungen sowie die Integration der Objekte in das historische Gebäude, was partiell die räumliche Situation aufgrund von Form und Größe verkompliziert. Dem Besucher wird eine Vielzahl von Objekten präsentiert, die von Schautafeln mit Textinformationen und Bildern sekundiert werden. Bei den Inszenierungen handelt es sich um erhaltene Geschäftsausstattungen, z.B. eines Apothekers oder Gemischtwarenhändlers oder um Wohnsituationen. Eine Inszenierung lehnt sich entfernt an das Frankfurter Vorbild an: Hier wird ein Fotografenstudio mit einem entsprechend gemalten Hintergrund und dreidimensionalen Objekten im Raum präsentiert, was der Frankfurter Inszenierungsmethode, Exponate vor ein thematisch-stimmiges Bild zu positionieren, nachempfunden ist. Ein weiterer Raum interpretiert einen Thronsaal und ist dafür mit einem roten Teppich, Wandschmuck und Möbeln ausgestattet. Aktuell befindet sich die Dauerausstellung in einer abteilungsweisen Umbauphase.

Die Ausstellungen des Städtischen Museums Braunschweig

Die stadthistorische Ausstellung des Städtischen Museums Braunschweig im Altstadtrathaus *„steht in bewusstem Kontrast zur herzoglich geprägten Landesgeschichte in der Burg Dankwarderode [Mittelalter-Abteilung des Herzog Anton Ulrich Museums, d.A.] sowie zum Braunschweigischen Landesmuseum am Burgplatz.“*⁶⁰ Seit 1989 dient das Gewölbe des Altstadtrathauses zur Illustration der Stadtgeschichte. Der chronologische Rundgang gliedert sich in verschiedene Themen, welche durch die in den 1980er Jahren aufkommenden Methode der farblichen Kennzeichnung strukturiert werden. Die Texttafeln sind beispielsweise zum Thema Kultur und Wirtschaft mit einem farbigen Streifen und die Tafeln zu Religion und Kirche mit einem andersfarbigen Streifen markiert. Die Ausstellung selbst besteht aus Großvitrinen, wie sie auch in Schaumagazinen verwandt (siehe

59 Biegel, Gerd (Hrsg.). *Geschichte und ihre Vermittlung in Lokal-, Regional- und Heimatmuseen*. Braunschweigische Landschaft e.V. Braunschweig 1995, S.30.

60 http://www.braunschweig.de/kultur/museen/altstadtrathaus_geschichte_navi110.html. 28.05.08.

die Textilabteilung im Bomann-Museum Celle), in denen die Exponate auf unterschiedlichen Ebenen (durch kleine Podeste) und an den Wänden ausgestellt werden. Direkt hinter der Glasscheibe finden sich die nummerierten Objektbeschreibungen auf DIN-A4-großen Schildern. Im neueren Ausstellungsbereich sind die Objekte auf Podesten zu Inseln gruppiert und es wird mit der Ästhetisierungsmethode, auf die später en detail eingegangen wird, gearbeitet.

Interaktion zwischen Besucher und Ausstellungsmedien oder Museumspädagogen

Eine ebenfalls Ende der 1970er bzw. Anfang der 1980er aufkommende Methode ist die Nutzung von Audio-Visuellen Medien (AV-Medien), um die Sinne ihrer Besucher anzusprechen. Im Historischen Museum Hannover fand diese Methode jedoch, wie in der Majorität der Museen, erst in den 1990ern Anwendung.

[AV-Medien] galten als eine besonders zeitgemäße Form des Umgangs mit inhaltlichen sowie unterhaltsamen Anforderungen. In Ausstellungskonzepten wurde ihnen daher vor allem gegen Ende der 90er Jahre ein hoher Stellenwert eingeräumt. Verstanden als Symbole für innovationsfreudiges und aufgeschlossenes Denken kommunizierten Museen mit dem Einsatz neuer Medien ihre eigene Fortschrittlichkeit.⁶¹

Da es sich hierbei häufig um teure bzw. leicht zu beschädigende Geräte handelt, ist die Zurückhaltung vieler Museen beim Kauf derartiger Elemente verständlich und insbesondere kleinere Museen waren vielfach hierzu finanziell nicht in der Lage.

Neben AV-Medien gibt es seit den 1980ern verschiedene Möglichkeiten Besucher durch Interaktion in die Ausstellungen zu involvieren. Zum Einen geschieht dies durch museumspädagogische Programme für Erwachsene und Kinder wie Führungen, Museumsfeste und Mitmach-Aktionen wie z.B. „Vom Korn zum Brot“, „Von der Wolle zum Stoff“ etc. Zum Anderen werden seit den 1990ern, aber vermehrt innerhalb des letzten Jahrzehnts, Aktivitätsmöglichkeiten in die Ausstellungen selbst integriert. Die Variationen reichen von simplen Klapptafeln oder Schubladen, die weitere Informationen preisgeben, über „Fühlkästen“ in denen durch die Haptik Gegenstände erkannt werden können, bis zum Ausprobieren von Kleidung oder

61 Bäumler, Christine. *Bildung und Unterhaltung im Museum – Das museale Selbstbild im Wandel*. Münster 2004, S.131.

historischen Geräten. Die Ausprägung dieser didaktischen Mittel hängt von der Museumsdefinition und den konservatorischen Prinzipien des Museumsleiters ab. In privaten bzw. von Heimatvereinen getragenen Museen fehlt zuweilen eine „Aufklärung“ über die empfehlenswerte Behandlung der Objekte, wohingegen in anderen Museen mancherorts nicht ausreichend Raum für die Aktivitätsbedürfnisse der Besucher vorhanden ist.

Die Ausstellungsmethode der (Voll-)Inszenierung

In den 1990er Jahren lassen sich vermehrt Inszenierungen und Kontextualisierungen in den Ausstellungen und ein Abrücken von der propagierten „Aura des Objekts“ registrieren. Vielmehr sollte der Besucher den Hintergrund und Zusammenhang zwischen Objekten und historischen Fakten kennenlernen.

Die verbreitete Ansicht, die Exponate könnten kraft ihrer Aura für sich selbst sprechen, mag zutreffen, wenn lediglich ein diffuses Stimmengewaber erzielt werden soll. Eine hörbare Stimme entwickeln die meisten Exponate jedoch erst in einem eindeutigen und nachvollziehbaren Sinnzusammenhang.⁶²

Ein Objekt kann nur für den Vorgebildeten eine Aura besitzen, für alle anderen Betrachter handelt es sich lediglich um ein „Ding“, wenn auch ein scheinbar Wertvolles. Die Kontextualisierung durch Erklärung bzw. Präsentation im Zusammenhang einer Inszenierung verdeutlicht die Funktion und Bedeutung eines Objekts und erschließt sich ergo auch dem „unwissenden Besucher“. Der englische Museumswissenschaftler Peter Vergo drückte es wie folgt aus: „Left to speak for themselves, they [the objects] often say very little. [...] The 'context' of the exhibition conveys upon them a 'meaning' beyond any significance they may already possess as cultural artifacts or objects of aesthetic contemplation.“⁶³

In den Sonderausstellungen des Historischen Museums Hannover äußerte sich die Veränderung in der Methodik durch die Reduzierung von Stellwänden und die vermehrte Umsetzung von Inszenierungen besonders gegen Ende der 1990er z.B. in der Ausstellung *„Mit 17 – Jugendliche in Hannover von 1900 bis Heute“* (1997). In

62 Derks, Heidrun. „Ausstellungsgestalter gesucht – Praktische Überlegungen zur Kooperation von Museen und Gestaltern“ in: Compania Media (Hrsg.). *Handbuch Museumsberatung – Akteure, Kompetenzen, Leistungen*. Bielefeld 2000, S. 211.

63 Peter Vergo, Autor des Aufsatzes „The Reticent Object“ und Herausgeber von *The New Museology* (1989) zitiert in: Beier-de Haan, Rosemarie. *Erinnerte Geschichte – Inszenierte Geschichte – Ausstellungen und Museen in der Zweiten Moderne*. Frankfurt am Main 2005, S.182.

dieser sehr erfolgreichen Sonderausstellung wurden mehrere typische Jugendzimmer unterschiedlicher Zeitschnitte eingerichtet. Das Zusammenspiel von Kleidung, Lebensumwelten, Fotos und additiven Informationen zu den Jugendlichen vereinfachte es dem Besucher, zum großen Teil Kindern und Jugendlichen, sich den Alltag als junger Mensch in den einzelnen Dekaden vorzustellen. Während der 1980er begann in Hannover ebenfalls die Verwendung von Puppen und Pappfiguren (flach mit humanoiden Umrissen) in Ausstellungen, die in den 1990ern häufiger zum Einsatz kamen. Ein derartiges Exempel ist die Ausstellung „*Wir sind die Niedersachsen*“ aus den Jahren 1996/97, in der landestypische Aspekte vorgestellt wurden. Während an den Wänden des Ausstellungsraumes mit Hilfe von teilweise lebensgroßen Fotos einzelne Menschen gezeigt wurden, gruppierten sich in der Mitte des Raumes Puppen in typisch niedersächsischen Charakteristika wie z.B. eine Flüchtlingsfrau mit Handwagen, Vater und Sohn mit „Friesennerzen“ und ein VW-Mitarbeiter mit dem goldenen Käfer (dem millionsten in Niedersachsen vom Band gelaufenen VW-Käfer). Obgleich die Puppen keineswegs menschlich wirkten, ließen sich Lebenssituationen durch sie adäquater nachbilden.

Die Ausstellungsmethode der Ästhetisierung

Ein weiterer langsam fortschreitender Entwicklungsprozess in der Ausstellungsmethodik ist die „Ästhetisierung“, die in den 1990ern begann. „Ästhetisierung“ wird hier als Umschreibung eines Ausstellungsstils benutzt, der ein besonderes Augenmerk darauf legt, Objekte und Textinformationen auf „schöne“, von den meisten Menschen als ästhetisch erachtete Art und Weise in Ausstellungen zu platzieren. Dieser Ausstellungsstil verwendet Farben zur leichteren Orientierung des Besuchers. Singuläre thematische Bereiche werden mit unterschiedlichen Hintergrundfarben der Vitrinen und Stellwände gestaltet. Ein konsequentes Beispiel ist das Deutsche Historische Museum in Berlin, das auch in seinem Internetauftritt die Ausstellungsbereiche farblich differenziert. In der Ausstellung selbst realisiert der Besucher an den Farben, wenn er einen Zeitschnitt oder ein bestimmtes Thema betritt und verlässt. Im Historischen Museum Hannover ist diese Methode ebenfalls in den jüngeren Abteilungen wie z.B. zum Mittelalter oder Absolutismus erkennbar. Dabei werden die Farben nicht zwingend nach psychologischen, sondern eher nach ästhetischen Kriterien ausgewählt.

Soweit in den Ausstellungsräumen möglich, wird mit einer besonderen Beleuchtung gearbeitet. Vielfach wird der Raum allgemein etwas dunkler gehalten, um durch verstärkte Beleuchtung der Exponate eine Pointierung zu erzielen. Ein weiterer Grund für die geringere Helligkeit des Raumes ist, dass sie vom Besucher als angenehmer empfunden wird. In Ausstellungsräumen, in denen durch große Fenster oder gar Glaswände das Tageslicht dominiert, lässt sich dieses Prinzip nur marginal umsetzen. Eine sehr einfache und bereits in den 1980er Jahren angewandte Beleuchtungsmethode beinhaltet die Verdunkelung des gesamten Raumes, so dass die freistehenden Kubus-Vitrinen durch ihre helle Ausleuchtung besonders auffallen. Diese Art der Illumination kreiert eine andächtige Atmosphäre und veranlasst den Besucher mit größerer Aufmerksamkeit die Exponate zu betrachten. Nicht zuletzt beeinflussen konservatorische Prämissen die Lichtintensität.

Teil der „Ästhetisierung“ ist des Weiteren die Art der Präsentation von Textinformationen. Seit Beginn des neuen Jahrtausends sind von der Decke hängenden bedruckten Stoffbanner weit verbreitet, aber auch vornehmlich in dezenten Grau- bzw. Pastelltönen gehaltene Schilder, die an den Wänden hängen oder im Raum stehen. In Bezug auf die Farben, die Schriftart und -größe und die Textlänge sind deutliche Einflüsse der Markt- und Besucherforschung und der vermehrten Beteiligung von professionellen Gestalterfirmen erkennbar.

In diesen ästhetisch gestalteten Ausstellungen finden sich nur noch selten Komplettinszenierungen. Mehr Wert wird offenkundig auf die vor farbig gestaltetem Hintergrund positionierten Teilinszenierungen gelegt. Während bei „Vollinszenierungen“ Forschungs- oder Sammlungslücken durch realistische Ergänzungen vervollständigt wurden, werden diese in den ästhetischen Teilinszenierungen bewusst ausgespart. Ein Vorteil dessen ist, dass dem Besucher keine künstliche Vollständigkeit suggeriert wird. Einen Nachteil dieser Methode bildet jedoch die oft entstehende sterile Distanz zwischen Besucher und Objekten. Selten findet man „Schmutz“ oder andere Indizien auf eine frühere tatsächliche Benutzung in Ausstellungen. Aus konservatorischen Gründen ist dies durchaus verständlich, jedoch wird auf der anderen Seite eine Annäherung an historische Zustände verhindert.

Die Ausstellungsmethode der Szenografie

Mit der Expo 2000 in Hannover hielt eine neue Ausstellungsmethode Einzug in Museen und Ausstellungshäuser: die Szenografie. Diese Methode versucht die künstlerische Umsetzung eines Themas durch in Teilen abstrakte Formen.

Ursprünglich aus dem Bereich des Theaters stammend, steht dieser Ansatz für eine Präsentation, die auf Elemente der Architektur wie auf solche der Theaterdramaturgie zurückgreift. Charakteristisch für diesen Ansatz ist, dass er in seiner Gestaltung über das eigentliche Ausstellungsobjekt hinausgeht und sowohl die räumliche kontextuelle Umgebung wie auch den Betrachter in eine Gesamtdramaturgie einzubeziehen versucht.⁶⁴

In den Themenparks der Weltausstellung von jeweils unterschiedlichen Gestaltern wurden Fragen zu sozialen, kulturellen ökologischen Problemen auf abstrakte bzw. künstlerische Art gestellt und zu beantworten versucht.⁶⁵ Da diese Bereiche auf die Zukunft ausgerichtet waren, wurde mit den technischen Optionen möglichst futuristisch wirkender Elemente gespielt. Der Themenpark Wissen stellte ein Netzwerk von Computern räumlich dar,

die sich ohne hierarchische Strukturen zu einem sinnvollen Ganzen zusammenschließen. Nur sahen hier die Computer anders aus als gewohnt: 72 eiförmige, sich selbst steuernde Roboterwesen, die untereinander vernetzt, aber gleichzeitig mit eigener Entscheidungsmacht ausgestattet waren bewegten sich wie fremde Intelligenzen von einem fernen Planeten durch den in Farbstimmungen und Klangatmosphären pulsierenden Raum. Das Projekt präsentierte aktuelle Erkenntnisse über die Komplexität von Netzwerken und das Zusammenwirken künstlicher Intelligenzen. Roboter, die in einen schwarmartigen Verbund integriert waren und autonom eine künstliche, spielerische Welt erschufen.⁶⁶

Ähnlich unkonventionell wurde in den Themenparks *Mensch, Umwelt, Basic Needs, Ernährung, Gesundheit, Energie, Mobilität* und *Arbeit* vorgegangen. Noch komplexer waren die Konzepte der wohl meistbesuchten Pavillons „Planet of Visions“ und „Das 21. Jahrhundert“. Im „Planet of Visions“ wurden die menschlichen Ideen einer utopischen Welt vorgestellt: z.B. das Paradies, in dem Pflanzen und Tiere kopfüber von der Decke hingen und sich in einer Wasseroberfläche spiegelten, oder den Korridor der Schriften mit übergroßen Büchern.⁶⁷ Im „21. Jahrhundert“ erforschten die Besucher anhand eines auf Archäologie basierenden Roten Fadens

64 Staube, Gisela „Szenografie in Ausstellungen“ in: Kilger, Gerhard; Warnke, Ursula. *Szenografie in Ausstellungen und Museen* [Vorträge aus den drei Szenografie-Kolloquien ... 1. Kolloquium „Szenografie in Ausstellungen und Museen vom 23. bis 24.11.2000, 2. Kolloquium „Raumkriterien und Innenraumgestaltung“ vom 30.1. bis 1.2.2002, 3. Kolloquium „Hybride Räume“ vom 22. bis 24.1.2003]. Essen 2004, S.126.

65 Themenparks sind keine Museen, dennoch werden sie als Beispiele der Szenografie erläutert, wobei Stefan Iglhaut, einer der Gestalter mit seiner Agentur Iglhaut&Partner heute für diverse Museen tätig ist. Siehe: www.iglhaut-partner.de, 04.06.2008.

66 http://www.expo2000.de/expo2000/deutsch/themenpark/frame_wissen.html. 04.06.2008.

67 Vgl. http://www.expo2000.de/expo2000/deutsch/themenpark/frame_planet.html 04.06.2008.

die „Geschichte“ des 21. Jahrhunderts rückwärts und endete mit ihrem Rundgang in der Gegenwart. Auf dem Weg erhielten sie Einblicke in das Leben und Arbeiten der Zukunft in verschiedenen Städten dieser Erde.

Es wird deutlich, dass die dargestellten Objekte und Themen durch die künstlerische Umsetzung verzerrt erscheinen und eines aktiven Mitdenkens und Erlebens bedürfen, um den Kontext zu verstehen. Während die Fachwelt vor der Expo 2000 noch über die Möglichkeiten und Effektivität der Szenografie diskutierte, fand sie anschließend eine so große Anwendung, dass teilweise bereits eine Überreizung thematisiert wurde.

Sicherlich gibt es eindeutige Grenzen szenografischer Gestaltung: die Gefahr einer Loslösung der Präsentation vom darzustellenden Inhalt ist groß, auch kann sich die Attraktivität szenografierter Ausstellungen im Laufe der Zeit verringern, und eine Dauertheatralisierung kann Objekte rasch veralten lassen.⁶⁸

Für szenografische Ausstellungen sehr typisch sind das Deutsche Hygiene Museum in Dresden und die Deutsche Arbeitsschutzausstellung in Dortmund. Beide nutzen szenografische Elemente aufgrund eines zeitlichen und teilweise personellen Zusammenhangs der Institutionen in ihren Dauer- und Sonderausstellungen, wobei die Dichte dieser Elemente variiert. Auch wenn diese beiden Museen die Verbreitung von Szenografie und die Erforschung der Möglichkeiten durch ihre Anwendung und Publikationen forcierten, wird sie nicht als eine Patentlösung betrachtet.⁶⁹ In niedersächsischen Museen fand diese Methode vorrangig in Sonderausstellungen oder nicht-historischen Ausstellungen Anwendung. So auch im Historischen Museum Hannover in der Ausstellung *„Ehrgeiz, Luxus & Fortune – Hannovers Weg zu Englands Krone“* (2001/2002). Die Ausstellung wurde durch kräftige Farben (Rot, Gelb, Blau und Grün) und eine räumliche Strukturierung in stilisierte, kulissenartige Architekturelemente geprägt.⁷⁰ Positive Aspekte dieser Ausstellung war die offenkundige Andersartigkeit im Vergleich zur Dauerausstellung und den bisherigen Sonderausstellungen und die Nutzung künstlerischer Mittel wie des Emotionendesigns. Negativ ist aufgefallen, dass viele Besucher den Aufbau der Ausstellung und die Bedeutung der Farben nicht verstanden haben. Die Ausstellung

68 Staube, S.131.

69 Vgl. Ebd., S.131.

70 Vgl. Selle, Kerstin. *Szenographie als neues Gestaltungskonzept in Ausstellungen und Museen am Beispiel des Historischen Museums Hannover*. Magisterarbeit am Historischen Seminar der Universität Hannover unter Betreuung von Prof. Dr. Wunderlich und Prof. Dr. Füllberg-Stolberg. 2002, S.55-56. Die Arbeit liegt dem Historischen Museum Hannover vor.

setzte auf das selbstständige Denken und Orientieren der Besucher, was leider in einigen Fällen misslang.⁷¹

Die Ausstellungsmethode der begehbaren Inszenierung

Eine Weiterentwicklung der Inszenierungsmethode ist die „begehbare Inszenierung“, die Ende der 1990er Jahre erstmalig eingesetzt wurde. In diesen Ausstellungen werden Räume z.B. zur Wohnkultur vergangener Jahrzehnte wie im Ausstellungsbereich zum 20. Jahrhundert im HamburgMuseum komplett ausgestaltet.⁷² Alle Gegenstände und Möbel dürfen berührt und benutzt werden und vermitteln durch die Ganzheitlichkeit dieser Methode ein Gefühl für den „Zeitgeist“.

Die zentrale Kategorie dieses Museumskonzeptes ist der Mensch. Das Objekt verliert im Rahmen dieses Museumskonzeptes seine Bedeutung als wichtigstes Medium des Informationstransfers. Im Dienste des sozialen Auftrags können Objekte deshalb auch dem konsumierenden Gebrauch ausgesetzt sein, d.h. angefasst bzw. ausprobiert werden und dadurch zum Verbrauchsgut werden.⁷³

Ein ähnliches Konzept mit gewissen Abwandlungen wurde im Historischen Museum Hannover in der Ausstellung „*Familie 1000Fach*“ (2004/05) angewandt, in der die Besucher ein komplettes Haus und deren fiktive Bewohner kennen lernten. In der Ausstellung „*Petticoat und Frontlader*“ des Freilichtmuseums am Kiekeberg in Ehestorf bei Hamburg wurde nicht nur ein Haus mit zwei Etagen gezeigt, sondern auch eine Straßenskulisse der Wirtschaftswunderjahre mit Geschäften, einem Friseursalon und einer Zahnarztpraxis.⁷⁴ In einem Jugendzimmer ließ sich an einer Audiostation zeitgenössische Musik abspielen und auf einem kleinen Polizeirevier waren Aufnahmen von Ermittlungen zu hören. Im Deutschen Auswandererhaus Bremerhaven wird die begehbare Inszenierung mit multimedialen und traditionellen Methoden kombiniert. Der Besucher kann sich hier Schiffsquartiere dreier Zeitabschnitte und entsprechende Veränderungen durch Begehung der Räume erschließen. Theoretisch wäre es ihm möglich sich in die Betten der fiktiven Passagiere zu legen, allerdings sind die meisten Besucher durch den musealen Verhaltenskanon („nichts anfassen, leise sein, hören und sehen“) derart sozialisiert, dass solch museal-ungewöhnliches Verhalten nicht praktiziert wird.

71 Vgl. Selle, 2002, S.66/67.

72 Siehe „Virtueller Rundgang“ unter: http://www.hamburgmuseum.de/d/htm_d/ug-20jhd1.html, 20.08.2008.

73 König, 2002, S.27.

74 Informationen zur Ausstellung: <http://www.kiekeberg-museum.de/so-ist-es-bei-uns/ausstellungen/dauerausstellung.html>, 20.08.2008.

Die vielfältigen und zahlreichen Verwendungen erzählerischer Ansätze in Museen lassen vermuten, dass – zumindest im Moment – Emotionalisierung, Personalisierung und Authentizitätsbezug als wesentliche Elemente einer musealen Ausstellung angesehen werden.⁷⁵

In Fachkreisen wird bereits seit den 1980er Jahren vom „Erlebnis Ausstellung“ gesprochen. Die Ansprüche der Besucher und die Definition durch die Gestalter haben sich jedoch über die Jahre verändert. War vor 25 Jahren das Betrachten eines Exponats in einer Vitrine ein Erlebnis durch die „Aura des Originals“, werden heute intensivere Auseinandersetzungen mit Informationen und Objekten, wie z.B. das Erfühlen eines Gegenstandes in einem „Fühlkasten“ oder das Abrufen von Hintergrundinformationen an einem Multimedia-Terminal, als Erlebnis bezeichnet.

Der historische Wandel der Wahrnehmungsgewohnheiten (und Inszenierungstechniken) ist selbst ein entscheidendes Stück Mentalitätsgeschichte, übrigens weit schwerer zu erlernen als z.B. Technikgeschichte, da er meist unbewusst verläuft und jede kulturell selbstverständliche (gerade „gültige“) Wahrnehmungsart sich für „natürlich“, „normal“ und „alternativlos“ hält.⁷⁶

Trotz der bisherigen Entwicklung und anders lautender Prognosen zur allgemeinen Erlebnis- und Genussgesellschaft Anfang der 1990er Jahre werden viele Ausstellungen heute noch an ihrer Erlebnisorientierung gemessen und eine Änderung ist nicht abzusehen. In diesem Zusammenhang ist deutlich zwischen der möglichen Definition eines „Erlebnisses“ durch den Kurator und der Wahrnehmung des Besucher zu unterscheiden.

75 Bäumler, S.90.

76 Borries, Bodo von. *Lebendiges Geschichtslernen: Bausteine zu Theorie und Pragmatik, Empirie und Normfrage; Bodo von Borries zum 60. Geburtstag*. Schwalbach/Ts. 2004, S.231.

3. Die Besucher

Die Aufgaben des Museums sind Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln. Der Besucher registriert vorrangig die zwei letztgenannten Funktionen und teilweise die Forschungsergebnisse in Form von Begleittexten und Katalogen der Ausstellungen. Nichtsdestotrotz steht und fällt ein Museum mit dem sichtbaren Besucherinteresse, auch wenn dies in Fachkreisen ungern offen ausgesprochen wird. Besucher sind 1. durch ihren Besuch als Interessenbekundung am Museumsinhalt wichtig; 2. benötigen die meisten Museen die Einkünfte aus Eintrittskarten, etwaigem Museumsshop und -café und nicht zuletzt aus Spenden an den Förderverein; 3. lässt sich am Besucherinteresse – nicht nur, aber auch – der Erfolg eines Museums durch Ausstellungen, gute Vermittlungsarbeit, effektive Vermarktung und aussagekräftige Positionierung in Gesellschaft und Politik vor Ort ablesen.

In den meisten Museen werden mehr oder weniger professionelle Besucherbefragungen durchgeführt, selbst wenn es sich nur um die Möglichkeit handelt Lob und Kritik zu platzieren. Hieraus lässt sich die Absicht schließen, dass Museen eine ungefähre Vorstellung ihrer Besucherstrukturen anstreben. Schwieriger ist die Erfassung der Nicht-Besucher und ihrer Meinung zum Museum. In Anbetracht der fortschreitenden Verknappung von Mitteln der Öffentlichen Hand gewinnt die Besucher- und Nicht-Besucher-Analyse ebenso wie eine klare Definition der eigenen Zielgruppen an Bedeutung. Im folgenden Kapitel werden der Museumsboom, die bisher bekannten Besucherstrukturen, das Äquivalent an Nicht-Besuchern und die jeweiligen Erwartungen und Bedürfnisse betrachtet.

3.1 Museumsboom und Besucherstatistiken

„Museen sind in den 80er Jahren wieder in Mode gekommen.“⁷⁷ In den 1980er Jahren lassen sich in Niedersachsen, aber auch in der gesamten Bundesrepublik scheinbar starke Anstiege der Museumsbesuchszahlen verzeichnen. Bei einer

77 Maier, Charles S. *Die Gegenwart der Vergangenheit – Geschichte und die nationale Identität der Deutschen*. Frankfurt a.M. 1992, S.154.

genauerer Analyse erscheinen die Statistiken jedoch nicht mehr ganz so positiv.⁷⁸ Dem *Museumsverband für Niedersachsen und Bremen (MVNB)* liegen Besuchszahlen seit 1986 vor.

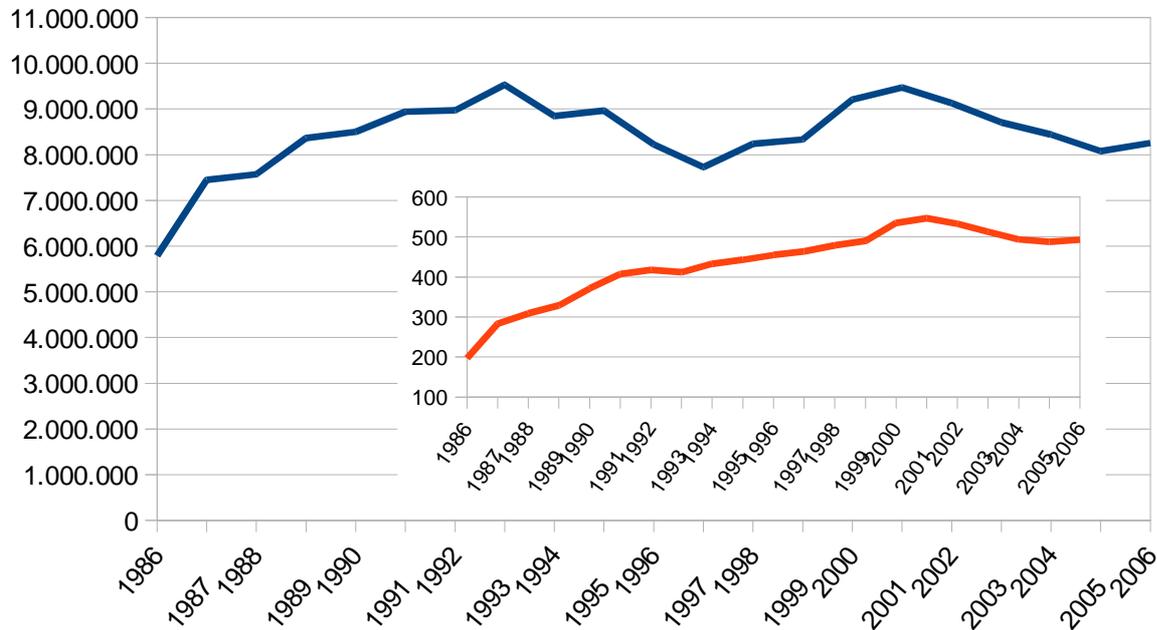


Abbildung 1: Museumsbesuchszahlen und statistische Rückläufe zu Selbigen (kleine Grafik) in Niedersachsen und Bremen

In diesem Jahr betragen die Museumsbesuche in Niedersachsen und Bremen 5.785.506. Innerhalb von sieben Jahren stieg die Zahl auf 9.521.886 Besuche an. Bis 2000 lässt sich eine Wellenbewegung in der Entwicklung feststellen, die 2000 bis 2002 mit ca. 9 Mio. erneut sehr hoch war. Seither zeigen sie sich relativ konstant bei einem Wert von über 8 Mio. Besuchern.

Für ganz Deutschland entspricht die Statistik von 1971 ca. 16 Millionen Besuchen in der BRD und 1988 über 70 Millionen.⁷⁹ Für das Jahr 2007 registrierte das Institut für Museumsforschung in Berlin mehr als 113 Millionen Besuche.⁸⁰ Ein Teil des starken Anstiegs der Besuchszahlen begründet sich in der verbesserten Erfassung der Daten, da immer mehr Museen mit dem Institut für

78 Vgl. Klein, Hans-Joachim. *Der gläserne Besucher : Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft*. Berlin 1990, S. 329.

79 Faulenbach, S.20, die gleichen Zahlen nennt: Herles, Diethard. *Das Museum und die Dinge – Wissenschaft, Präsentation, Pädagogik*. Frankfurt a.M. 1996.

80 Pressemitteilung des Deutschen Museumsbund unter: http://www.museumsbund.de/cms/fileadmin/geschaefts/presse/2008/2008_10_PM_Besuchszahlen_07.pdf, 20.10.2008.

Museumsforschung (IfM) zusammenarbeiten. Ähnlich stellt sich die Relation zwischen Besuchszahlen-Kurve und statistische Rücklaufquote des MVNB dar.

Erklärungsversuche zum Anstieg der Besuchszahlen

Das wachsende Geschichtsinteresse der Bevölkerung wird in der Fachliteratur häufig mit der Beschleunigung der technischen Entwicklung und einem resultierenden „Vertrautheitsschwund“ in der Gesellschaft erklärt. Der Mensch sei ohnehin auf der Suche nach sich selbst und seiner Identität anhand der Fragen woher er komme und wohin er gehe und suche nach Hilfestellung in seiner Umwelt und somit im Museum.⁸¹

Das Kompensationsmodell, wie es von Ritter, Lübke [bereits 1982, d.A.] und Marquard beschrieben worden ist, kann Gültigkeit nur für die affektive Zuwendung zu den Dingen in der Moderne beanspruchen. Es ist auf innerweltliche Verlusterfahrungen bezogen, auf den Vertrautheitsschwund aufgrund beschleunigter Transformationsprozesse in dynamischen Gesellschaften.⁸²

Neben dieser Erklärung, die u.a. auf die sozialpsychologischen Tendenzen der Geschichtsforschung in den 1970er und 1980er Jahren zurückzuführen ist und immer noch in über 60% der entsprechenden Literatur als Begründung zitiert wird, sollten weitere Zusammenhänge in Betracht gezogen werden.

Ein grundsätzliches Interesse weiter Teile der Bevölkerung an Geschichte ist nicht zu bezweifeln, das allerdings nicht allein durch einen etwaigen „Vertrautheitsschwund“ hervorgerufen wurde. Vielmehr wurden die Menschen durch die einer „Phase des Schweigens“ nach dem Zweiten Weltkrieg folgende erstmalige Aufarbeitung und Dokumentation der jüngsten Vergangenheit in die Ausstellungshäuser „gelockt“, da vielfach die „ältere Generation“ ihre Erinnerungen nicht an die „Kinder-Generation“ kommunizierte.⁸³ Als einer der maßgeblichen Früchte der 68er Bewegung ist die Auseinandersetzung mit dem Dritten Reich und seinen Folgen für die lokale wie nationale Vergangenheit zu nennen. Besonders die damals jüngere Generation zeigte Interesse an diesen Themen und machte sich

81 Vgl. Faulenbach, S.9.

82 Korff, Gottfried. „Vom Verlangen, Bedeutungen zu sehen“ in: Borsdorf, Ulrich; Grütter, Heinrich Theodor; Rösen, Jörn (Hrsg.). *Die Aneignung der Vergangenheit - Musealisierung und Geschichte*. Transcript Verlag, Bielefeld 2004, S. 95.

83 Vgl. Assmann, Aleida; Frevert, Ute. *Geschichtsvergessenheit – Geschichtsversessenheit – Vom Umgang mit deutschen Vergangenheiten nach 1945*. Stuttgart 1999, S.144.

bereitwillig auf den Weg ins Museum, was sich an den entsprechenden Besuchszahlen ablesen lässt. Eine weitere Folge war der

Paradigmenwechsel der Geschichtswissenschaft, deren Zuwendung zu Fragestellungen der Wirtschafts- und Sozialgeschichte, zu alltäglichen und kollektiven Phänomenen, um die anstehenden Aufgaben deutlicher zu erkennen und auch museale Lösungsversuche vor der Öffentlichkeit zu legitimieren.⁸⁴

Neben der Präsentation der Herrschaftsgeschichte trat die „Geschichte des kleinen Mannes“ in den Vordergrund und diese neuen Aspekte weckten das Interesse weiter Bevölkerungsteile.

Ein ungemein wichtiger Aspekt für die Betrachtung von Besuchszahlen sind zudem Schulklassen. Diese zahlenmäßig starke Gruppe wird häufig undifferenziert hinzugerechnet und beschönigt so (unabsichtlich) die musealen Statistiken. *„Ab Anfang der 70er erblühte die Museumspädagogik sowohl institutionell-organisatorisch (in Form von neu eingerichteten Planstellen) wie auch als Impulsgeber für geänderte Darstellungsformen in den Museen.“*⁸⁵ Mit der Veränderung der Ausstellungen ging eine intensivere Zusammenarbeit mit Schulen und Lehrern einher, die nicht zuletzt an Publikationen in dieser Zeit erkennbar ist.⁸⁶ *„Museumsbesuch und Museumsunterricht sollten aber vielmehr zu neuen, an der Praxis orientierten Erfahrungen verhelfen und Lern- und Denkprozesse einleiten, an die im Unterricht in der Schule angeknüpft werden kann.“*⁸⁷ Resultierend lässt sich festhalten, dass viele Schulklassen in dieser Zeit ins Museum geführt wurden und sich so positiv auf die Besuchszahlen auswirkten, während auf der anderen Seite die „selbstständigen“ und „freiwilligen“ Besucher tatsächlich weniger waren, als es

84 Korff, Gottfried und Roth, Martin (Hrsg.). *Das historische Museum – Labor, Schaubühne, Identitätsfabrik*. Frankfurt a.M. 1990, S.70.

85 Korff, 2002, S.29, vgl. auch: Freymann, Thelma von „Was ist und wozu dient Museumspädagogik?“ in: Grünwald-Steiger, Andreas; Freymann, Thelma von. *Am Beispiel erklärt, Aufgaben und Wege der Museumspädagogik*. Hildesheim [u.a.]: Olms, 1988, S.7.

86 Siehe z.B.: Zerull, Ludwig. *Museum und Schule*. Velber bei Hannover: Friedrich, 1976;
Ommen, Eilert. *Museen als Lernorte : eine Bibliographie zum Verhältnis von Museum, Schule und Küstenraum - Ergänzung der vom RPZ Aurich 1977 herausgegebenen Bibliographie*. Aurich 1979;
Bieber, Dietrich. *Museum und Schule: Schüler entdecken unsere Museen*. Lütjensee: Albrechts, 1986;
Igl, Josef. *Schule und Museum in der Region – Zur Kooperation von Grund- und Hauptschule und Heimatmuseum*. Berlin 1992.

87 Kuhn, Annette/Schneider, Gerhard (Hrsg.). *Geschichte lernen im Museum*. Düsseldorf 1978, S.10.

scheinen mag. Bevor von einem Museumsboom gesprochen werden kann, bedürfen die Besuchszahlen zumindest einer kritischen Betrachtung.

Der Museumsgründungsboom

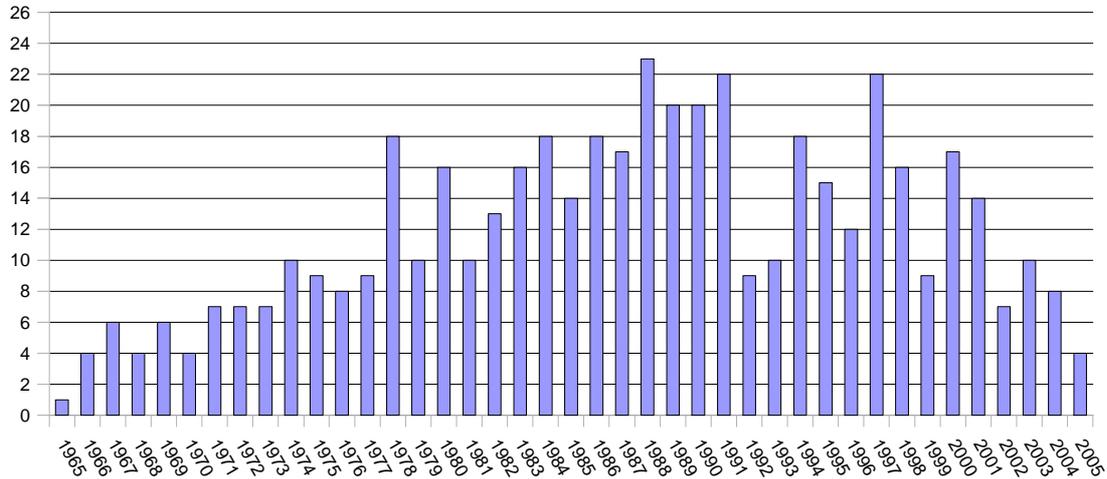


Abbildung 2: Museumsgründungen in Niedersachsen und Bremen

Neben dem Anstieg der Besuchszahlen sollte die Vermehrung der Museen per se betrachtet werden. Im Jahr 1986 wurden in Niedersachsen 181 Museen erfasst.⁸⁸ Während der 1960er und 1970er Jahre lässt sich ein fast konstanter Anstieg der Gründungen verzeichnen, der sich in den 1980ern mit einem Höhepunkt von 23 Museumsgründungen im Jahr 1988 fortsetzte. Weitere Spitzen der Gründungszahlen wurden in den Jahren 1991, 1997 und 2000 mit erneut bis zu 22 Museumsgründungen pro Jahr erreicht.⁸⁹ Heute gibt es in Niedersachsen und Bremen gut 700 Museen (Deutschland = 6.175 im Jahre 2006, laut IfM) und nach wie vor werden weitere gegründet, obwohl seit den 1980er Jahren immer mehr Bedenken von der Fachwelt zu neuen Gründungen geäußert werden. Besonders kleine Heimatmuseen wurden seit Ende der 1970er aufgebaut, um sich die eigene

88 Der Museumsverband für Niedersachsen und Bremen richtete 1987 eine Geschäftsstelle für die bessere Betreuung und Erfassung des Museumswesens ein, daher gehen statistische Erhebungen bis zu diesem Zeitraum zurück.

89 Für ganz Deutschland gelten folgende Zahlen: 1981 – 2.076 Museen, 1989 – 2.964 (plus 751 der ehem. DDR), 1997 – 5.919; genannt in: Dauschek, Anja. *Museumsmangement - Amerikanische Strategien in der deutschen Diskussion*. Ehestorf 2001, S.31.; laut IfM wurden 1998 5.376 Museen für die Erhebung der Besuchszahlen angeschrieben. Offenkundig gibt es hier eine Diskrepanz. Siehe: <http://elib.zib.de/museum/ifm/mat52.pdf>, 26.03.2008.

regionale Identität und das „Heimatgefühl“ nach den Gebietsreformen⁹⁰ zu erhalten und sich in der Konkurrenzsituation der Dörfer, Städte und Regionen zu profilieren.⁹¹

Museen mit ihren Sammlungen kulturell bedeutsamer Gegenstände haben nach dem derzeitigen Museumsverständnis die Aufgabe, Bindeglied zwischen vergangenen, gegenwärtigen und zukünftigen Welten zu sein. Viele der in den achtziger Jahren entstandenen Museen verdanken ihre Entstehung jedoch nicht allein dieser gesellschaftlich anerkannten Funktion, sondern vor allem Politikern aller Ebenen und aller Couleur, die in der Gründung eines Museums die Möglichkeit sahen, an der Errichtung des eigenen Denkmals mitzuwirken.⁹²

Während in den 1980er Jahren also durch das starke Ansteigen der Museumszahlen selbst und die so fortschreitende museale Erschließung Niedersachsens insgesamt mehr Besucher verzeichnet wurden, ist heute das Gegenteil der Fall. Zwar werden nach wie vor Museen gegründet, jedoch werden nicht mehr Besucher registriert, sondern die gleichbleibende Besucherzahl verteilt sich auf mehr Museen. Die geographische Verteilung der Museen in Niedersachsen entspricht der Bevölkerungsdichte in den einzelnen Gebieten. So befinden sich in Südniedersachsen (Göttingen, Northeim, etc.) mehr Museen als beispielsweise im Westen, wobei sich eine Veränderung der Museumslandschaft durch die fortschreitende Verknappung der Öffentlichen Finanzmittel für Kultur vollzieht. Besonders schwierig gestaltet sich die Situation der Museen durch den demografischen Wandel und der Landflucht junger Menschen wie im Harz zu beobachten.

Die meistbesuchten Museen befinden sich erstaunlicherweise nicht unbedingt in Bereichen mit hoher Bevölkerungsdichte, sondern besitzen durch ihre Funktion als touristische Ausflugsdestinationen große Einzugsgebiete. Dies wird vornehmlich in den Küstenregionen deutlich, wo sich sechs der 30 meistbesuchten niedersächsischen Museen befinden. Es deutet sich heute eine Tendenz an in den touristisch-aktiven Küstenregionen Museen mit einer Erlebnisausstellung bewusst eine Attraktion zu etablieren. Einige überregionale Museen weisen mittlerweile sehr positive Besuchsstatistiken auf, während die Zahlen bei vielen mittleren und kleinen Museen sinken.⁹³ *„Mit einem quantitativ verstandenen Museumsboom kann also*

90 In Niedersachsen, wie in anderen Bundesländern auch, wurden zwischen 1967 und 1977 kommunale Neugliederungen vorgenommen, wodurch einzelne Ortschaften kommunal zusammengelegt wurden.

91 Vgl. Institut für Museumskunde, 1985, S.9, 30.

92 König, 2002, S.105-106.

93 Vgl. 10. Bayerischer Museumstag Landshut 7.-9. Juli 1999. Tagungsbericht - *„Geöffnet! Das Museum für den Besucher.* (Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen) München 2000, S.23.

*nicht die Steigerung der Besuchszahl, sondern vielmehr die Steigerung der Museumszahl gemeint sein.*⁹⁴

Die meistbesuchten Museen in Niedersachsen und *Bremen*

Für das Jahr 2006 kann auf Basis der Zahlen, die sich auf Museumsformate beziehen und dem MVNB vorliegen, d.h. von den Museen weitergeleitet wurden, Folgendes beispielhaft herausgestellt werden:

Museen	Relation	Besuche
11	Mehr als	100.000
38	Mehr als	50.000
92	Mehr als	20.000
147	Mehr als	10.000
222	Mehr als	5.000
237	Weniger als	5.000

Abbildung 3: Anzahl der Museen in Niedersachsen in Relation zu ihren Besuchszahlen (2006)

Besonders für Museen mit geringeren Besuchszahlen ist zu bedenken, dass der Großteil der Besucher nicht selten am Tag der Offenen Tür oder einem Museumsfest, mit bis zu mehreren tausend Gästen, zustande kommt, so dass auf die sonstigen (oft geringen) Öffnungszeiten relativ wenig Besucher entfallen. In Anbetracht der Besuchszahlenstatistik für ganz Deutschland von über 113 Millionen Besuchen könnte man bei einer Bevölkerung von ca. 80 Millionen davon ausgehen, dass jeder Bürger mindestens einmal pro Jahr ein Museum besucht. Tatsächlich können jedoch nur ein Viertel der Bevölkerung als mehr oder weniger regelmäßige Museumsbesucher bezeichnet werden.⁹⁵

Die Umkehrung dieses Zahlenverhältnisses ergibt, dass drei Viertel der deutschen Bevölkerung nicht in Museen gehen. An anderer Stelle werden sogar 80%

94 Kirchberg, Volker. *Gesellschaftliche Funktionen von Museen : makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften, 2005, S.25.

95 Kirchberg, 1996, S.160.

als nicht- oder nur seltene Besucher bezeichnet.⁹⁶ „Auch das Ziel der Neuen Kulturpolitik der 1970er Jahre, das Museum für breitere Besucherschichten zu öffnen, konnte nicht erreicht werden.“⁹⁷ Dieser Umstand wurde 1985 vom Institut für Museumskunde noch anders dargestellt:

Bei den großen kulturgeschichtlichen und geschichtlichen Ausstellungen des letzten Jahrzehnts konnten durch eine intensive Öffentlichkeitsarbeit neue Bevölkerungsschichten, die bislang nicht ins Museum gingen, für den Besuch gewonnen werden. Sie sprachen ferner Interessenten aus anderen Regionen an.⁹⁸

Für 80% der Bevölkerung klingen die Worte „Museum“ oder „museal“ negativ und rufen „Assoziationen wie Muff, Staub oder Langeweile“⁹⁹ hervor. Nahezu unverändert ist Bildung ein wesentliches Indiz für die Wahrscheinlichkeit eines Museumsbesuches, wobei sehr gebildete Personen eher in Ausstellungen mit klassisch-kulturellen Inhalten wie Kunst, Geschichte oder Literatur gehen. Menschen mit weniger ausgeprägter Bildung besuchen vermehrt technische und naturkundliche Ausstellungen.¹⁰⁰ Die Verknüpfung zwischen höherer Bildung und einem Museumsbesuch lässt sich auf eine häufig extravertierte Perspektive auf lebenslanges Lernen zurückführen. Je mehr sich ein Mensch in Bildung und Beruf neue Wissensbereiche aneignen muss, umso mehr ist ihm zum Einen dieser Prozess vertraut und er hat zum Anderen die Notwendigkeit von Lernen als Erweiterung des persönlichen Kenntnisstandes verinnerlicht. Ein Museumsbesuch rührt bei den meisten Menschen von einer Verbindung zwischen Erkenntnisgewinn und Unterhaltung her. Wenn also ein potentieller Besucher vor Allem Zerstreuung und Abwechslung vom Alltag sucht und den aktiven Lernprozess eher meidet, wird er nicht diejenigen Museen aufsuchen, deren Inhalte er besonders mit klassischer Bildung in Verbindung bringt. Auf der anderen Seite des Angebots stehen Häuser, die häufig den Museumsbegriff nicht im Namen führen und in ihrer Vermarktung den Erlebniswert in den Vordergrund stellen. Scheinbar beiläufig werden jedoch auch in diesen Institutionen Fakten und Phänomene vermittelt, die sich nachhaltig in der Erinnerung des Besuchers verankern.

96 Dech, S.27.

97 Dauschek in Dreyer 2002, S.22.

98 Institut für Museumskunde, 1985, S.31.

99 König, 2002, S.109.

100 Vgl. Kirchberg 1996, S.160. Siehe hierzu auch Kapitel 3.1 dieser Arbeit.

Nach einer weiteren Begutachtung der meistbesuchten Museen lässt sich feststellen, dass alle größere bzw. überregionale Museen mit vielschichtigen Zielgruppen sind und in den Tourismus der Region bzw. in das Stadtmarketing eingebunden werden. Unter den 15 meistbesuchten Museen des Jahres 2006 sind zwei Freilichtmuseen, drei Kunstmuseen, zwei Landesmuseen, ein Burgmuseum, drei technische bzw. Schifffahrtsmuseen, ein stadtgeschichtliches Museum, das Dinosaurier-Freilichtmuseum, das Übersee-Museum und die Gedenkstätte Bergen-Belsen. In diesen Häusern finden sich eine ausgeprägte Museumspädagogik, nicht nur für Kinder, ein Besucherservice und teilweise sehr innovative Konzepte. In vielen Fällen lässt sich ein ganzer Tagesausflug in den Museen verbringen.

Temporär positive Besuchsstatistiken gelingen durch spektakuläre Sonderausstellungen, die mit ungewöhnlichem Inhalt, einer besucherorientierten Vermittlung oder durch professionelle Vermarktung Besucher locken.¹⁰¹

Den Anstoß zu größeren Ausstellungen geben zumeist offizielle Anlässe wie Jubiläen, Geburtstage und Jahrestage. Politiker jeder Couleur vom Bürgermeister bis zum Bundespräsidenten nutzen dabei die großen Ausstellungen zur Selbstdarstellung.¹⁰²

Interessanterweise wurde bereits 1990 das Ende des inflationär-gebrauchten Ereignis-Terminus für Ausstellungen und die „marktschreierische“ Bewerbung dieser großen Ausstellungen prognostiziert.¹⁰³ Ähnliche Warnungen, verbunden mit der empfohlenen Rückbesinnung auf die „wahren Werte“ der Gesellschaft als auch des Museums, finden sich seither immer wieder in Publikationen und Vorträgen, wobei ein Ende der „Erlebnis-/Ereignis-Spirale“ nicht in Sicht ist.

Eine Präsentationsmöglichkeit für nds. Museen bietet der vom MVNB seit 1975 veröffentlichte Museumsführer, um Besucher zu informieren und so besonders auch auf kleinere Museen aufmerksam zu machen.¹⁰⁴ Im Zuge der Digitalisierung können sich Museen über eine Plattform des MVNB im Internet präsentieren. Ohne diese Möglichkeiten bleiben viele Einrichtungen eher unauffällig und nur die Museen, mit

101 Vgl. Siebenhaar, Klaus „Der Besucher – das begehrte Wesen. Möglichkeiten und Strategien einer zielgruppenorientierten und zielgruppenspezifischen Ansprache im Museumsbereich“ in: Dreyer, Matthias; Wiese, Rolf (Hrsg.). *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden*. Ehestorf 2004, S.11.

102 Große Burlage, 2005, S.301.

103 Vgl. Weisner, Ulrich „Museen unter dem Zwang zur Öffentlichkeit“ in: Preiß, Achim; Stamm, Karl; Zehnder, Frank Günther. *Das Museum – Die Entwicklung in den 80er Jahren. Festschrift für Hugo Borger zum 65. Geburtstag*. München 1990, S.189.

104 Vgl. <http://www.mvnb.de/publikationen/museumsfuehrer/?STIL=0>, 25.08.2008.

einer erfolgreichen Vermarktung durch Öffentlichkeitsarbeit mit Hilfe von Broschüren, Anzeigen und Artikeln in Zeitungen und nicht zuletzt einem informativen Internetauftritt werden durch die Besucher entsprechend gewürdigt. Das Landesmuseum Braunschweig gewann durch die regionalen, nationalen und internationalen Kontakte des Direktors Gerd Biegel (1986-2008) viele Möglichkeiten für Kooperationen mit anderen Museen oder Universitäten. Es ist verständlich, dass nur im engeren Umkreis bekannte Museen kaum Besucher aus der weiteren Entfernung anziehen.

Eine andere Methode sich besonders auf lokaler Ebene um Einbindung zu bemühen ist die Zusammenarbeit mit Schulen. Hier sind als Beispiele das Historische Museum Bremerhaven (vormals Morgenstern-Museum) und das Museum Nienburg zu nennen, wobei sich mittlerweile sehr viele Museen in kleinen und großen Städten durch Schulprojekte profilieren. Diese Projekte sind Teil einer Kooperation zwischen dem Kultusministerium Niedersachsen, dem MVNB und dem Arbeitskreis Museumspädagogik Norddeutschland e.V. Das Historische Museum Bremerhaven entwarf bereits Ende der 1990er Jahre mit einer Gruppe von Gymnasiasten die Sonderausstellung „Jugend im 3. Reich“ und das Museum Nienburg arbeitet mit einer Ganztagschule zusammen. Eine Mitarbeiterin des Museums recherchiert mit den Schülern, unternimmt Ausflüge in die nähere Umgebung und bereitet eine Ausstellung vor.¹⁰⁵ Die Projekte dauern jeweils ein halbes Schuljahr und haben in der Schule die Funktion einer Arbeitsgemeinschaft in den Nachmittagsstunden. So kommen nicht nur Schulklassen in die Museen, sondern das Museum kommt in die Schulen. Über die Schüler können auf diese Weise die Eltern und vielleicht auch weitere Erwachsene erreicht werden, um etwaige Vorurteile gegenüber Museen abzubauen.

Museen bieten immer wieder Sonderausstellungen zu aktuellen Themen an, um einen Alltagsbezug herzustellen. Erwähnenswert ist hier das Deutsche Salzmuseum Lüneburg, das 1999 in Kooperation mit der Zeitschrift BRIGITTE eine

105 Zum Historischen Museum Bremerhaven, siehe entsprechende Akte beim MVNB und für das Museum Nienburg vgl. <http://www.museum-nienburg.de/Arbeitsfelder/Museumspaedagogik/Museumspaedagogik.htm>, 10.12.2008.

Ausstellung über „starke Frauen“ durchführte.¹⁰⁶ Eine nicht unbedingt historische, aber sehr publikumswirksame Ausstellung lief 2006 im Historischen Museum Hannover und hieß: „*Weil wir Mädchen sind...*“. Auf sehr erlebnisorientierte Weise wurden die Alltagssituationen von drei Mädchen in Entwicklungsländern vorgestellt. Das Konzept dieser Wanderausstellung wurde von dem Hamburger Ausstellungsbüro *kunstraum GfK mbH . vivid exhibitions* erstellt und von dem Kinderhilfswerk *Plan International* in Auftrag gegeben. Ausstellungen die aktuelle Themen aufgreifen und vielleicht auch in den historischen Kontext setzen, sind nicht immer ein Erfolgsgarant, aber in Kombination mit gutem Marketing und einer besucherorientierten Umsetzung haben sie das Potenzial auch diejenigen ins Museum „zu locken“, die sonst nicht kommen würden.

Wenig überraschend ist, dass fast alle gutbesuchten Museen gefördert werden, denn mitunter gelten die Besuchszahlen neben den Ausstellungsinhalten nach wie vor als eines der wenigen messbaren Erfolgsindizien. So erhalten erfolgreiche Ausstellungen und Museen wesentlich leichter Förderungen als Museen, die sich erst einen „guten Ruf“ aufbauen müssen. Fördernde Instanzen sind in Niedersachsen neben kommunalen Institutionen das Ministerium für Wissenschaft und Kultur, verschiedene Stiftungen wie z.B. die Stiftung Niedersachsen, Niedersächsische Lottostiftung (bis 2008), Niedersächsische Sparkassenstiftung, Stiftung NordLB/Öffentliche und indirekt auch die Bundesagentur für Arbeit durch die Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen (ABM). Allein in den fünf Jahren von 1999 bis 2004 wurden in Niedersachsen 219 ABM-Kräfte für Museen genehmigt. Dies ist ein Hinweis auf die große Anzahl der ABMler in den 1980ern und Anfang der 1990er Jahre, da in dieser Zeit sehr viele Inventarisierungs- und Umbaumaßnahmen in Museen durch ABMs durchgeführt wurden.¹⁰⁷ In den Akten des MVNB finden sich häufig Hinweise hierfür, wobei nicht immer die genaue Zahl der ABM-Kräfte notiert ist, denn oft wurden gleich mehrere Personen für eine bestimmte Zeit vermittelt. In manchen Fällen konnten diese Personen anschließend von dem Museum übernommen werden, wenn die Notwendigkeit einer Fachkraft genügend erkannt wurde und die finanzielle Umsetzbarkeit gegeben war.

106 Siehe Konzept und Pressereflektionen in der Akte zum Deutschen Salzmuseum Lüneburg, beim MVNB.

107 Mündl. Auskunft der Agentur für Arbeit Hannover, 27.02.2007.

Beachtlich ist der große Zuspruch der Besucher auch in Museen mit hohen Eintrittspreisen. Im Gegensatz zu der These, dass der Museumsbesuch mit dem Haushaltseinkommen korreliert, ist anzunehmen, dass dies jedoch eher auf die kulturelle Bildung der Personen zurückzuführen ist, was jedoch in teuren aber erlebnisorientierten Museen wie z.B. dem Deutsche Auswandererhaus Bremerhaven oder der BallinStadt Hamburg das Gegenteil widerlegt wird.¹⁰⁸

In marketing analysis, a consumer is viewed as likely to purchase or adopt a thing when convinced the benefits will outweigh the costs. An individual who decides to visit a museum likewise faces various costs and sacrifices. Museum visits take time – not merely the time spent in the galleries but also the time required to travel to the museum, find a parking space, purchase tickets, stand in line to view a special exhibition, and gain entrance to the museum restaurant.¹⁰⁹

Abgesehen von den Menschen, die generell kein Geld für Freizeitaktivitäten oder kulturelle Bildung haben, ist erkennbar, dass ein teurer Eintrittspreis Besucher nicht abschreckt, sondern eine gegenteilige Wirkung hat. Ähnlich wie bei teuren Produkten oder in Freizeitparks hofft der Besucher für viel Geld auch viel sehen oder erleben zu können. Der Heide-Park Soltau hatte im Jahr 2007 1,4 Millionen Besucher, wobei der Eintritt dort für Personen ab 12 Jahren 31,50€ kostet, und der Europa-Park Rust (34,-€ Eintritt) hatte sogar 4 Millionen Besucher.¹¹⁰ Durch hohe Eintrittspreise gewinnen Museen anscheinend in Wirklichkeit an Prestige und Qualitätserwartung. Offenkundig besteht die Schwierigkeit nicht in teuren Eintrittsgeldern, sondern in der Überzeugung des Publikums, wie viel ein Museumsbesuch wert ist. Die meisten niedersächsischen Museen lassen sich mit ihren Eintrittspreisen im mittleren Segment von 2,- bis 6,-€ einordnen und es ist davon auszugehen, dass die Besucher hier nicht mehr als eine „normale“ informative Ausstellung mit mäßigem Erlebniswert erwarten.

3.2 Bisher bekannte Besucherstrukturen

Die Besucherforschung ist in Deutschland eine relativ junge Disziplin und findet sowohl in großen, als auch in kleinen Museen erst seit ca. 20-30 Jahren breitere Anwendung. Wie in vielen anderen Fällen kamen die Impulse hierzu aus

108 Im Deutschen Auswandererhaus Bremerhaven kostet der Eintritt für Erwachsene 10,50€ und in der BallinStadt Hamburg 12,-€.

109 Kotler, Neil; Kotler, Philip. *Museum Strategy and Marketing – Designing Museums, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. San Francisco 1998, S.44.

110 Vgl. <http://www.europapark.de/lang-de/c1151/default.html> und <http://www.achterbahn-freizeitpark.de/info/freizeitparks-in-deutschland/> 25.08.2008.

Großbritannien und den USA, die bereits in den 1960er Jahren begannen ihre Ausstellungen zu evaluieren. In Deutschland hielt diese Methode nach dem Museumsgründungsboom Einzug, da ab Ende der 1980er Jahre die Öffentlichen Mittel nicht mehr in gleichem Maße investiert wurden und dem Besucher und seinem Geld durch geringere Öffentliche Fördermittel mehr Bedeutung beigemessen wurde.

Mit dem wachsenden Druck, das Museum und seine Ausstellung über Besucherzahlen zu legitimieren, aber auch, um dem öffentlichen Auftrag gerecht zu werden, rückt das Thema Besucherorientierung in Museen immer mehr in den Vordergrund. Hinzu kommt ein verändertes Freizeit- und Kulturverständnis der Besucher: Der Museumsbesuch soll Spaß machen, unterhalten, subjektive Betroffenheit erzeugen, ein kommunikatives Erlebnis sein und eine leicht verständliche Hilfe bei der Auseinandersetzung mit der Welt bieten.¹¹¹

Dies initiierte eine nähere Betrachtung der Museumsbesucher, um sie selbst und möglichst auch ihre Bedürfnisse besser einschätzen zu können. Seither findet die Methode der Besucherbefragung rege Anwendung und es ist davon auszugehen, dass ein Großteil der Museumsbesucher bereits mindestens einen Fragebogen seiner Herkunft und seiner Meinung zum Museum ausgefüllt hat. Ziele dieser Befragungen waren, die Stammbesucher näher kennenzulernen und mit passenden Aktionen enger an die Institution zu binden.¹¹² Einen Meilenstein in der Besucherforschung bildet Hans-Joachim Kleins „*Der gläserne Besucher – Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft*“.¹¹³ In dem diesem Buch zugrunde liegenden Projekt wurden über einen längeren Zeitraum an unterschiedlichen Museen Befragungen durchgeführt. Die Ergebnisse wurden als Ausdruck des Besucherverhaltens innerhalb der Museen und der Besucherstrukturen in Relation zu soziodemographischen Merkmalen interpretiert. Daraus abgeleitet entstand eine Kategorisierung der Museumsbesucher nach soziologischen Gesichtspunkten und ihren dementsprechenden musealen Präferenzen.

Nach einer ersten Analyse-Phase begann ab Mitte/Ende der 1980er Jahre die sogenannte „Besucherorientierung“, in der zumindest allmählich die Ausstellungen und die allgemeine Museumsarbeit auf die Besucher ausgerichtet und zugeschnitten wurden.¹¹⁴ Reflektiert wurde dieser Ansatz in einer Tagung im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland im November 1995 mit anschließend publiziertem

111 Compania Media (Hrsg.). *Handbuch Museumsberatung – Akteure, Kompetenzen, Leistungen*. Bielefeld 2000, S.229.

112 Kirchberg, 2005, S.39.

113 Klein, 1990.

114 Vgl. 10. Bayerischer Museumstag, 2000, S.39.

Tagungsband.¹¹⁵ Die Forschungsergebnisse, die den Besucher als neuen Mittelpunkt der Ausstellung in den Fokus stellen, wurden allerdings erst langsam in den Museen umgesetzt. Ganz im Gegensatz zu diesen Ergebnissen zentrieren sich in vielen Häusern die klimatischen Bedingungen und Sicherheitsbestimmungen auf die Objekte, was sich an fehlenden Notausgängen oder Brandschutztüren (auch in öffentlichen Gebäuden) äußern kann. Aus konservatorischer Perspektive ist der Besucher, besonders bei Auftreten in Gruppen durch seine Körperwärme und Transpiration als Störfaktor für ein gleichmäßiges Raumklima zum Schutz der Exponate zu sehen. Diese Exponatzentrierung kann sich nachteilig für das Museum auswirken, sofern der Besucher die Nachrangigkeit seines Besuches spürt und ihm vermittelt wird, er werde geduldet, aber im Fokus stünden die Objekte.

„Museum visitor“ implies people who are passive, people who have been persuaded to enter a building and usually to pay for the privilege. Libraries do not have visitors. They have users. What museums need in order to progress and to be more valuable socially are users, not visitors.¹¹⁶

Der Besucher nimmt als Außenstehender häufig wesentlich deutlicher wahr, welcher Stellenwert ihm als Gast einer Ausstellung eingeräumt wird und fühlt sich dementsprechend wohl, wagt sich mutig mit den Exponaten (wenn auch rein kognitiv) auseinanderzusetzen oder fühlt sich eingeschüchtert, hat Angst etwas Falsches zu tun oder gar etwas Wertvolles zu beschädigen. Eine Besucher- oder Exponatzentrierung äußert sich maßgeblich durch das Personal, aber auch durch die Bereitstellung von Service-Elementen wie Garderoben, Toiletten, Orientierungshilfen in der Ausstellung oder ausreichende Lichtverhältnisse und Schriftgrößen zum Lesen der Objekterklärungen.

Gleichwohl eine Besucherorientierung erst zögerlich angewandt wurde, spiegelt sich eine grundsätzliche Bemühung um den Besucher in den vielen Besucherbefragungen, die entsprechend der jeweiligen Ziele in ihrer Methodik unterschiedlich ausfallen. Häufig eingesetzt werden das persönliche Interview, das Ausfüllen eines Fragebogens nach Anleitung bzw. mittels eines PC-Terminals oder frei zugängliche Fragebögen ohne Erklärung. Diese Methoden unterscheiden sich vor allem durch ihren personellen Aufwand und eine etwaige Suggestion oder

115 Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996

116 Hudson, Kenneth „Perspektiven für ein Museum des nächsten Jahrhunderts“ in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996, S.269.

Hilfestellung durch beteiligte Repräsentanten des Museums oder des ausführenden Instituts. Besonders mittlere und größere Museen vergeben Evaluationsaufträge an wissenschaftliche Institute wie Universitäten oder unabhängige Befragungsunternehmen. Bei Letzterem ist eine gewisse finanzielle Investition notwendig. Ein Beispiel für eine solche Institution ist das *Zentrum für Evaluation und Besucherforschung* als Unterabteilung des Badischen Landesmuseums Karlsruhe, das seine Methoden u.a. mit Hans-Joachim Klein erarbeitet hat.¹¹⁷ Ein anderes Beispiel ist die unabhängige *Arbeitsgruppe für empirische Bildungsforschung e.V.* in Heidelberg.¹¹⁸ Die Kosten für eine Ausstellungsevaluation durch ein externes Team belaufen sich je nach Aufwand – Dauer der Erhebung, Vor- und Nachbereitungszeit und personellem Bedarf – auf ca. 5.000 bis 15.000€. Für Museen mit kleinerem Budget bzw. größerer Eigenleistung wird eine Beratung und Projektbegleitung angeboten.

Da große Besucherbefragungen sehr teuer sind, gibt es nur eine relativ kleine Anzahl, die für lange Zeit als Referenz dienen. Es sei darauf hingewiesen, dass die Repräsentativität vor allem älterer Projekte von den zwischenzeitlichen gesellschaftlichen Veränderungen abhängt. *Der gläserne Besucher* von Klein hat zweifelsohne Beispielcharakter ebenso wie die *Erlebnisgesellschaft – Kultursoziologie der Gegenwart*¹¹⁹ von Gerhard Schulze und Beide werden nach wie vor zitiert. Nichtsdestotrotz lassen sich die Milieu-Kategorien von Schulze heute nicht mehr ohne Weiteres anwenden. Eine Gesellschaft wird u.a. durch nationale und internationale Politik, technologische Fortschritte z.B. Kommunikationsmedien und soziale Definitionen wie die Veränderung des Familienbegriffs beeinflusst. Besonders offensichtlich sind diese Verschiebungen am Freizeit- und Konsumverhalten, das sich innerhalb einer Generation deutlich verändert. In den vergangenen 30 Jahren hat sich die Mobilität und Internationalität der Konsummärkte signifikant verändert. Als Beispiel soll die Entwicklung der Kommunikationsmöglichkeiten vom Postbrief über Fax, Email und SMS zu Twitter und Facebook genannt werden. In ähnlichem Maße haben sich die Sehgewohnheiten der Besucher und die technischen Möglichkeiten in Ausstellungen verändert, was wiederum die Besuchserwartung und

117 http://www.landesmuseum.de/website/Deutsch/Service/ZEB_-_Zentrum_fuer_Evaluation_und_Besucherforschung/Ueber_uns.htm, 06.10.08.

118 <http://freenet-homepage.de/afeb/index2.htm>, 06.10.08.

119 Schulze, Gerhard. *Die Erlebnisgesellschaft : Kultursoziologie der Gegenwart*. 2. Aufl. Frankfurt/Main 1992.

-motivation verändert. Auch wenn ein jugendlicher Besucher in einem kleinen Museum mit 20 Jahre alter Ausstellung kaum hinter die Gründe für eine Objektpositionierung in einer Vitrine mit jeweils maschinengeschriebenen Schildern blicken kann, wird er dennoch die für ihn fremde Ausstellungsform erkennen und ohne Hilfestellung mit Zurückhaltung reagieren.

In Ermangelung aktuellerer Daten werden die Ergebnisse von Klein und Schulze im Folgenden unter Hinweis auf das Alter der Erkenntnisse angefügt. In Museen wie dem Jüdischen Museum Berlin und dem Haus der Geschichte der BRD in Bonn werden kontinuierlich Besucherstudien durchgeführt, um etwaige Veränderungen in der Zusammensetzung der Besucherstrukturen zu erkennen und gleichzeitig den Erfolg der Vermarktung und die Attraktivität der Ausstellungen zu kontrollieren. Die Ergebnisse des Hauses der Geschichte werden auf seiner Website veröffentlicht und dokumentieren für die Sonderausstellungen eine durchschnittliche Anzahl von kurz unter 1.000 Besuchern pro Tag der Ausstellung. Jedes Jahr besuchen ca. 500.000 Menschen die Dauerausstellung, was sich durch die Zielsetzung des Museums als Nationalmuseum, der sehr besucherorientierten Ausstellungsmethodik und nicht zuletzt dem Dienstleistungscharakter der Institution begründen lässt. Dem entspricht das Prinzip des Gründungsdirektors der Stiftung des Hauses der Geschichte, Hermann Schäfer:

Je besucherorientierter Museen arbeiten, je mehr sie sich an ein breites Publikum wenden, um so eher werden Politik und Öffentlichkeit bereit sein, die für gute Museums- und Ausstellungsprojekte erforderlichen hohen Finanzmittel bereitzustellen.¹²⁰

Das Haus der Geschichte hat es sich zur Aufgabe gemacht auch Menschen anzusprechen, die bisher schlechte Erfahrungen mit Museen gemacht haben, und eine Besucherorientierung in den Ausstellungen ernst zu nehmen und umzusetzen. *„Ein Schwergewicht der Arbeit liegt auf der Kommunikation mit den Besuchern bis hin zu einfacher Sprache und Nutzerfreundlichkeit der in die Ausstellung integrierten Medienstationen.“*¹²¹

Unabhängig von der einzelnen Durchführungsstrategie ist die Zielsetzung und damit ebenfalls die Einschränkung auf eine bestimmte Anzahl von Fragestellungen

120 Schäfer, Hermann „Besucherkforschung im Haus der Geschichte“ in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996, S.153.

121 Schäfer, Hermann „Das Museum als 'Erlebnisarrangement'“ in: Nahrstedt, Wolfgang. *Lernen in Erlebniswelten : Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft* IFKA-Schriftenreihe ; Bd. 22. Bielefeld 2002, S.139.

ungemein wichtig. In vielen Museen wird beispielsweise der Einzugsbereich des Museums bereits an der Kasse durch die einfache Frage nach der Postleitzahl der Besucher beantwortet. *„Über den Einzugsbereich eines Museums wird auch der Markt eines Museums an sich definiert, also die potenzielle Besuchszahl.“*¹²² An der Postleitzahl kann die Herkunft der Besucher abgelesen werden und die wiederum ist eine Aussage zur Attraktivität und u.U. überregionalen Bedeutung eines Museums. Für die meisten Museen sind neben der Herkunft der Besucher, die Häufigkeit des Besuchs, der Anlass, allgemeine Daten wie Geschlecht, Alter, Bildung, Beruf und eine Stellungnahme zur Ausstellung interessant.

Als regelmäßige Besucher bezeichnen sich nur die wenigsten Menschen, während viele von sich behaupten ab und zu ein Museum aufzusuchen, wenn sie Zeit und Gelegenheit haben. *„Der Anlass für einen Museumsbesuch kann verschieden sein. In erster Linie ist es ein sozialer, kommunikativer Anlass. Besucher kommen selten alleine, sondern meist als Paar oder in einer (Klein-)Gruppe ins Museum.“*¹²³ Einzelbesucher gehen aufgrund ihres Interesses und weniger aus gesellschaftlichen Gründen ins Museum. Anlass zu einem Museumsbesuch ist leider allzu oft schlechtes Wetter, aber auch ein grundsätzliches historisches Interesse oder allgemeine Schaulust. Während des Entscheidungsprozesses für einen Museumsbesuch werden die Alternativen gegeneinander abgewogen und schließlich die Tätigkeit gewählt, die am Meisten verspricht. Die Kriterien für diesen Prozess sind subjektiv-emotional und hängen von der Wahrscheinlichkeit einer sinnvollen und gewinnbringenden Zeitinvestition für die jeweilige Aktivität ab. Hierbei ist vor allem die bisherige Erfahrung und die Meinungsbildung durch äußere Einflüsse wie den Aussagen von Dritten ausschlaggebend. Eine unter Museumsbesuchern durchgeführte Befragung, bei der auch mehrere Motivationen für den Ausstellungsbesuch genannt werden konnten, ergab, dass sie *„'Dinge im Original sehen' (92%), etwas Neues lernen' (83%) oder 'Spaß und Unterhaltung' (81%) [möchten, d.A.]. Über 18% nannten sogar den Museumsshop als Grund für einen Museumsbesuch.“*¹²⁴ Des Weiteren gaben die

122 Dauschek, Anja „Zielgruppen erkennen, Zielgruppen definieren“ in: Dreyer, Matthias. *Zielgruppen von Museen: mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden*. Ehestorf 2004, S.26.

123 Dauschek, 2004, S.27.

124 Wersebe, Helena von, „Besucherdienst im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland“ in: Landesstelle für nichtstaatliche Museen (Hrsg.), *Geöffnet! das Museum für den Besucher*, München 2000, S. 50.

Besucher an, ihre Allgemeinbildung verbessern, etwas Außergewöhnliches oder Überraschendes sehen und sich gegenseitig austauschen zu wollen.¹²⁵

Die persönlichen Eckdaten komplettieren das Bild des Besuchers. Wenn beispielsweise eine Besucherbefragung ergibt, dass Museum XY vorrangig von jungen Familien besucht wird, kann sich das Museum darauf einrichten, möglicherweise die Ausstellung zu verändern und Zusatzangebote anzupassen. Eine solche Aussage erlaubt ebenfalls gewisse Schlüsse über den entsprechenden „Nicht-Besucher“-Anteil der Lokalbevölkerung, auf den in Kap. 3.3 näher eingegangen wird. Generelle Stellungnahmen und detaillierte Kritik sind für ein Museum existentiell, denn trotz aller Bemühungen eine Ausstellung auf den Besucher auszurichten, treten in fast allen Fällen Missverständnisse oder allgemeine Kommunikationsprobleme auf. Obwohl der Gestalter sich bemühen mag, die Ausstellung durch die Augen des Besuchers zu betrachten, hat er dennoch wesentlich mehr Vorwissen als der Besucher und dementsprechend eine andere Perspektive.

Als Beispiel für eine solche Besucherbefragung soll ein Projekt am Historischen Museum Hannover sowohl zur Sonderausstellung *„Sieben gegen den König – Ernst August und der Skandal von 1837“* (2007), zur Dauerausstellung und auch den Begleitangeboten dienen. Die Evaluation wurde mittels eines Fragebogens von der Masterstudentin des Historischen Seminars der Leibniz Universität Hannover Karin Farnung durchgeführt und anschließend ausgewertet. Es wurden insgesamt 286 Fragebögen analysiert, wobei die Beteiligung von Männern und Frauen ausgewogen war.

Die Erwartung bezüglich eines eher hohen Alters der Besucher wurde bestätigt, da 59% älter als 50 Jahre und nur 8% jünger als 30 Jahre waren. Die Mehrheit der Besucher gab ihr allgemeines historisches Interesse als Hauptmotivation an und schätzte ihr Vorwissen als gut ein. Beides konnte durch die Ausstellung verstärkt werden, u.a. durch die als wichtig erachteten Textinformationen. Sowohl in der Sonder- als auch in der Dauerausstellung wurde das Fehlen einer vorgegebenen Wegführung kritisiert. Als Fazit der Befragung konnte die Zufriedenheit der Besucher

125 Ebd.

mit den Ausstellungen und Begleitveranstaltungen festgehalten werden.¹²⁶ Inwiefern das Historische Museum konkret auf die Änderungswünsche der Besucher reagierte, ist der Autorin Ende 2008 noch nicht bekannt und wird sich möglicherweise in zukünftigen Sonderausstellungen und Umgestaltungen der Dauerausstellung zeigen.

Allgemein ist bezüglich der Besucherstrukturen festzustellen, dass eher Menschen mit höherer Bildung Museen besuchen, was sich in den höheren Bildungsabschlüssen der Museumsbesucher in Relation zum Bundesdurchschnitt äußert.¹²⁷ Dies lässt sich für die einzelnen Museumstypen weiter aufschlüsseln und sieht wie folgt aus. Personen mit geringerer Bildung besuchen eher Science Center oder Technik- und Naturwissenschaftliche Museen, während Personen mit höherer Bildung vermehrt in Kunst- und Geschichtsmuseen anzutreffen sind.¹²⁸ Für Burgen, Schlösser und Freilichtmuseen gilt Ersteres, da hier der „Museumsbesuch“ einen weniger kognitiven als vielmehr einen ausgeprägten Erlebnischarakter hat und die Barriere der vorausgesetzten Bildung sehr gering ausfällt; auch wenn sich dies lediglich auf die subjektive Wahrnehmung der Nicht-/Besucher bezieht. *„Ein Museumsbesuch, der nicht mit dem eigenen Lebensstil übereinstimmt, wird von vornherein aus der Nützlichkeitskalkulation ausgeschlossen.“*¹²⁹ Eine Nützlichkeitskalkulation berechnet bewusst oder unbewusst die Relevanz der absehbaren Erkenntnisse oder ungewöhnlichen Erfahrungen für den eigenen Lebensbereich. Die wahrscheinliche Nützlichkeit erhöht sich, wenn der Inhalt des Besuchs eine konkrete Erweiterung oder Bestätigung des eigenen Alltags bildet oder ein überraschendes Erlebnis in sich birgt. Tatsächlich beinhaltet jede Abwägung für oder wider einer Handlung eine Nützlichkeitskalkulation irrelevant ob es sich dabei um das Mittagessen oder die Urlaubsplanung handelt.

Laut Elisabeth van Bentum, die in ihrer Dissertation *Touristisches Freizeitverhalten und soziale Ungleichheit* mehrere Milieu- und Lebensstiltypologien miteinander verglich und auf den Tourismus am Bodensee anwendete, gibt es zwei essentielle Aspekte, die eine Klassifizierung der Gesellschaft nach Freizeitpräferenzen erlauben: 1. Alter und 2. Bildung. Durch eine Analyse der

126 Farnung, Karin. *Besucherstudie im Historischen Museum in Hannover im Zeitraum von Oktober 2007 bis Januar 2008*. Bachelorarbeit am Historisches Seminar der Leibniz Universität Hannover 2008. Die Arbeit liegt dem Museum als PDF-Datei vor.

127 Vgl. Faulenbach, 1991, S.13.

128 Vgl. Kirchberg, 1996, S.160.

129 Kirchberg, 2005, S.237.

Gesellschaft in Abgleich mit den Ergebnisse von Schulze, Bourdieu, Lüdtke und Weber kommt van Bentum zu dem Schluss, dass von Ausnahmen abgesehen Intellektuelle und Bildungsbürger Geschichts- und Kunstmuseen in ihrer Freizeit besuchen, um sich weiterzubilden und sich kulturell zu informieren. „Intellektuelle“ haben bei van Bentum statistisch gesehen einen Hochschulabschluss, sind leitende Angestellte oder Selbstständige und konsumieren in ihrer Freizeit gehobene Literatur und entsprechende Musik. Bildungsbürger sind durchschnittlich etwas jünger als Intellektuelle, können unterschiedliche Bildungsabschlüsse haben, sind beruflich oft mittlere oder leitende Angestellte und streben in ihrer Freizeit und ihrem Urlaub eine Weiterbildung an. Beide Bevölkerungsteile hören als Hochkultur¹³⁰ zu bezeichnende Musik.¹³¹ Der Terminus Freizeit wird bei Hans-Werner Prahls wie folgt definiert:

Tagesfreizeit: 24 Stunden minus Zeiten für Schlafen, Hygiene, Ernährung, Einkaufen, familiäre Pflichten, Wohnungspflege, Wegezeiten, Arbeitsvorbereitungen, Erwerbsarbeit und sonstige zentralen Rollenpflichten (einschließlich Krankheit, Pflege). *Wochenfreizeit:* 144 Stunden minus obige Zeiten plus Wochenendfreizeit. *Jahresfreizeit:* 365 Tage minus obige Zeiten plus Jahresurlaub, Festtage, Fehlzeiten, eventuell auch Arbeitslosigkeit oder Kurzarbeit, sofern diese Zeiten als Freizeit empfunden werden.¹³²

Eine Untermauerung dieser Freizeitpräferenzen durch die Einbeziehung des Einkommens bietet die Maslow'sche Bedürfnispyramide.¹³³

130 Der Begriff wird in Kap. 3.2 näher beleuchtet.

131 Van Bentum, Elisabeth. *Touristisches Freizeitverhalten und soziale Ungleichheit*. Vorgelegt an der Universität Konstanz im Fachbereich Soziologie. Veröffentlicht als PDF unter: <http://www.ub.uni-konstanz.de/kops/volltexte/2008/6467/>. 27.10.08.

132 Prahls, Hans-Werner. *Soziologie der Freizeit*. Paderborn 2002, S.135.

133 Bild siehe: <http://www.uni-due.de/edit/lp/motivation/kognitiv.htm>, 27.10.08.



Abbildung 4: Bedürfnispyramide nach A. Maslow

Die unteren vier Bedürfniskategorien sind unbedingt zu stillende Notwendigkeiten unter Berücksichtigung der Prioritäten. Erst nach Versorgung der Bedürfnisse einer Ebene kann die nächsthöhere Stufe berücksichtigt werden. Dies hat zur Folge, dass eine Selbstverwirklichung durch Kreativität oder kulturelle Weiterbildung erst nach Sättigung aller anderen Bedürfnisse angestrebt wird. Dieser Ansatz erklärt das mangelnde Interesse an den tendenziell hochkulturell orientierten Museen.

Die Verweildauer vor den Objekten während eines Museumsbesuchs steigt mit dem Bildungsniveau der Besucher, ist jedoch auch bei Hochgebildeten eher flüchtig, d.h. die Verweildauer ist meist wesentlich geringer als die Minimalzeit, die zum Lesen der Texte und dem Betrachten des Exponats notwendig wäre.¹³⁴

Empirical data supports the view that visitors spend little time at individual exhibit components (often a matter of a few seconds and seldom as much as one minute); seldom read labels; usually stop at less than half the components at an exhibit than to read instructions.¹³⁵

Auf diese Weise ist es den Besuchern möglich eine Vielzahl an Objekten und Themenbereichen zu besichtigen.¹³⁶ Dieses Verhalten wird als „kulturelles Window-Shopping“ bezeichnet. In den meisten Museen sind die Anteile der Besucher an Männern und Frauen ausgeglichen, allerdings tendieren Männer „traditionell“ zu Technikmuseen und Frauen zu Kunstmuseen, was bedeutet, dass in Technikmuseen

134 Vgl. Treinen, Heiner „Das Museum als kultureller Vermittlungsort in der Erlebnisgesellschaft“ in: Landschaftsverband Rheinland – Rheinisches Museumsamt (Hrsg.). *Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone: Drei Jahrzehnte deutsche Museumsentwicklung – Versuch einer Bilanz und Standortbestimmung*. Opladen 1996, S.117.

135 Hein, George E. *Learning in the Museum*. New York 2000, S.138.

die Mehrheit der Besucher aus Männern besteht, wohingegen das Gleiche in Kunstmuseen für Frauen gilt.¹³⁶

Die Wahrscheinlichkeit eines Museumsbesuchs nimmt mit dem Bildungsniveau zu. Dies legt den Schluss nahe, dass mit dem Anstieg der Bildungschancen auch die Gruppe der potentiellen Museumsbesucher wächst.¹³⁷ Das Statistische Bundesamt Wiesbaden gab für das Jahr 1985 die folgenden Werte heraus:

Schulabschluss	Werte von 1985¹³⁸	Werte von 2006¹³⁹
keinen Schulabschluss	1,4%	8,23%
Hauptschulabschluss	68,5%	24,39%
Realschulabschluss	17,2%	41,70%
Fach-/Abitur	12,9%	25,68%

Abbildung 5: Vergleich der Schulabschlüsse 1985 und 2006

Vergleicht man diese Angaben mit den Daten von 2006, ergibt sich tatsächlich ein eindeutiger Aufwärtstrend. Ganz offensichtlich erreichen heute mehr Schüler einen Realschulabschluss oder ein Abitur, allerdings stieg die Zahl der Abgänger ohne Abschluss ebenfalls. Wenn nun Museen ihre Besucher vorrangig aus der Menge der Abiturienten rekrutieren, lässt sich bei dem geringen Anteil von nur einem Viertel der jährlichen Schulabgänger mit Abitur trotzdem keine positive Bilanz ziehen.

Heutige Ausstellungskonzepte zielen nicht mehr vorrangig auf die Bildungselite, aber es ist dennoch notwendig zu bedenken, welcher Teil der Bevölkerung erreicht werden soll. Nach wie vor gehören Besucher von Geschichts- und Kunstmuseen zur Bildungsoberschicht. Es stellt sich jedoch die Frage, ob diese Bevölkerungsteile ausreichen, um auch in Zukunft die Museen zu füllen und womöglich dadurch finanziell zu unterstützen. Ebenso wichtig ist die Überprüfung des Bildungsauftrags der Museen, die sich laut ihrer eigenen Ziele, soweit diese überhaupt formuliert sind,

136 Dauschek, 2004, S.25.

137 Faulenbach, 1991, S.27 und Waidacher, Friedrich. *Handbuch der allgemeinen Museologie*. Wien 1996, S.21.

138 Vgl. Hutzelmann, Reinhard. *Museen in der Stadt – Eine Untersuchung über Museen, ihre wirtschaftlichen Auswirkungen sowie die Struktur ihrer Besucher*. Bayreuth 1989, S.81.

139 Vgl. Statistik der Schulabschlüsse 2006 des Statistisches Bundesamts Deutschland unter: https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/dWerteabruf_Page;jsessionid=82819A1730B8352CEBFC64775B5E8263.tc22, 19.03.2007.

an alle Teile der Bevölkerung richten und nicht nur die kulturelle Elite bedienen wollen.

Besucherbefragungen in Museen ergaben, dass die meisten Besucher bereits eine gewisse Vorbildung zum Ausstellungsthema mitbringen. Nur ein geringer Teil besucht ein Museum ohne jegliche Vorbereitung und lässt sich vom Inhalt „überraschen“. Zum Einen hat dieses Phänomen mit Lernpsychologie zu tun, was in Kap. 4.2 näher ausgeführt wird. Hier sei nur kurz erwähnt, dass eine Vorbildung in Form eines groben Rasters notwendig ist, um weitere Informationen aufzunehmen und dauerhaft zu speichern. Zum Anderen äußert sich dieser Effekt in dem Unwohlsein von Menschen in komplett neuen Situationen.

[Sie] setzen sich nicht freiwillig einer Situation aus, in der sie sich selbst als unwissend und entsprechend 'mangelhaft' empfinden. Gerade Museen zeitgenössischer Kunst kennen dieses Problem der 'kognitiven Dissonanz': Weil viele Menschen zeitgenössische Kunst als schwer verständlich empfinden, vermeiden sie einen Museumsbesuch.¹⁴⁰

Auch während des Ausstellungsbesuchs beschäftigen sich verhältnismäßig viele Personen mit Objekten, die ihnen zumindest teilweise bekannt sind. „Lernen“ wird durch die wiederholte Beschäftigung mit vertrauten Themen intensiviert (auch hier siehe Kap. 4.2).¹⁴¹

Wir verweilen vor allem vor solchen Objekten, mit denen wir bereits vorweg, vor dem Museumsbesuch also, zu tun hatten. Sofern unser Wissen über die dahinterstehenden Objektklassen, über die Struktur der ausgestellten Objekte also, ausgedehnt ist, genügen vielleicht wenige Blicke, um einen Merkposten abzuhaken, Gedanken anzuregen, Wissen zu vervollständigen.¹⁴²

Leider ist bei weiten Teilen der Bevölkerung nicht von einer allgemeinen Grundkenntnis¹⁴³ in Geschichte auszugehen, die – wenn überhaupt – in den als Bildungsbürgertum zu bezeichnenden Kreisen vorhanden ist.¹⁴⁴

Zusammenfassend sei festgestellt, die tatsächlichen Museumsbesucher sind den Institutionen durch regelmäßige Befragungen in ihren Strukturen und Motivationen bekannt. In einer steten Entwicklung befindet sich wiederum die Besucherorientierung und in dem Sinne die umfassende Berücksichtigung deren

140 Dauschek, 2004, S.29.

141 Vgl. Treinen, 1996, S.119.

142 Treinen, Heiner „Was sucht der Besucher im Museum?“ in: Fliedl, Gottfried (Hrsg.). *Museum als soziales Gedächtnis? Kritische Beiträge zu Museumswissenschaft und Museumspädagogik*. Klagenfurt 1988, S.34.

143 Z.B. eine Einordnung verschiedener historischer Epochen und deren maßgeblicher Unterschiede oder das Wissen um wichtige Ereignisse wie der Entdeckung Amerikas, der Reformation durch Martin Luther, der Französischen Revolution oder der beiden Weltkriege.

144 Borries, Bodo von. *Geschichtsbewußtsein als Identitätsgewinn? : fachdidaktische Programmatik und Tatsachenforschung*. Hagen 1990, S.108.

Bedürfnisse in Form einer Besucherzentrierung im Gegensatz zu einer objektzentrierten Ausstellung, die bereits im Vorfeld des Besuches beginnt und über das Verlassen des musealen Gebäudes hinausreicht. Das museumsaffine Publikum beschränkt sich vielfach auf „bildungsbürgerliche“ Gruppen. Um weitere Besucher zu gewinnen und das Museum als „Volksbildungsstätte“ mit Angeboten auch bei geringerer Motivation für eine Wissenserweiterung zu etablieren, empfiehlt sich eine Beschäftigung mit den „Nicht-Besuchern“.

3.3 Die mäßig erfassten Nicht-Besucher

Zwischen aktiven Museumsbesuchern und Nicht-Besuchern kann wie folgt differenziert werden: 1. *häufige Besucher* mit mindestens drei Museumsbesuchen pro Jahr, 2. *gelegentliche Besucher* mit durchschnittlich einem Museumsbesuch pro Jahr und 3. die *Nicht-Besucher*.¹⁴⁵ Als Nicht-Besucher kann jeder Mensch bezeichnet werden, der nicht regelmäßig ein Museum besucht. Eine Nicht-Besucher-Forschung beinhaltet allerdings wesentlich mehr Personen als nur die eigentlichen Nicht-Besucher, da sie sich potentiell an alle Menschen richtet. Der Begriff Nicht-Besucher soll hierbei eine Differenzierung des aktuellen Status der Umfrage-Teilnehmer vornehmen, denn die meisten Umfragen im musealen Bereich werden in einem Museum, d.h. an Museumsbesuchern durchgeführt. Eine Nicht-Besucher-Befragung meint demnach eine Umfrage, die an einem beliebigen Ort außerhalb des Museums stattfindet. Solche Befragungen sind für Museen mit wesentlich größerem personellen und finanziellen Aufwand verbunden und wurden daher in den letzten Jahrzehnten nur wenig durchgeführt. Einige Projekte sollen im Folgenden exemplarisch vorgestellt werden.

Ein Beispiel einer Nicht-Besucher-Erfassung ist die Befragung in Interview-Form von Ralf Terlutter im Sommer 1995, bei der 323 Personen zu Hause aufgesucht und nach ihrer Einschätzung zu Museen und ihrem allgemeinen Freizeitverhalten befragt wurden. In der Analyse der gesammelten Daten wurden allerdings die Nicht-Besucher vernachlässigt, d.h. es wurden zwar grundsätzlich

145 Vgl. Adams, G. Donald „Museumsmarketing und Besucherentwicklung“ in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996, S.166.

Personen außerhalb des musealen Umfeldes befragt, jedoch nur diejenigen in die folgende Analyse einbezogen, die angaben mehr oder weniger regelmäßig Museen zu besuchen. Die Einschränkung war in der Irrelevanz der Aussagen zur Situation in Museen von Menschen begründet, die laut eigener Einschätzung keine Museen besuchen.

Durch die Beschränkung auf potentielle Besucher von Ausstellungen und Museen sollte gewährleistet werden, dass die Probanden in der Lage sind, die Fragen zu Ausstellungen und Museen zu beantworten. Auch liegt die Vermutung nahe, dass die Nicht-Besucher von Ausstellungen und Museen ein zu geringes Interesse an diesen Kulturinstitutionen – vermutlich sogar an kulturellen Aktivitäten insgesamt – aufweisen, so dass sich auch hier eine Verfälschung der Ergebnisse der Untersuchung durch die Nicht-Besucher ergeben könnte. Bereits Andreasen/Belk (1980) haben festgestellt, dass ein Teil der Bevölkerung praktisch kein Interesse an kulturellen Aktivitäten aufweist.¹⁴⁶

Für die Zielsetzung des Projekts ist die Vernachlässigung der Nicht-Besucher durchaus verständlich, allerdings kann keineswegs der Aussage zugestimmt werden, dass dieser „Teil der Bevölkerung“ kein Interesse an kulturellen Aktivitäten hat. Wie in der Einleitung dargelegt, bedarf der Umgang mit dem „Kultur“-Begriff eine klare Definition. Bei Terlutter scheint der Terminus „Museum“ auf einer fast elitären Kulturdefinition zu beruhen, die zwangsläufig einen Großteil der Bevölkerung ausschließt.

Eine Befragung, die sich ebenfalls an Nicht-Besucher richtete, wurde vom Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland 1995 und in Wiederholungen 1997 und 1999/2000 durchgeführt. In diesen Untersuchungen sollte in einem ersten Schritt an 25.000 Personen die Bekanntheit und das Image des Museums geprüft werden. In einem zweiten Schritt wurden 1.000 Personen detaillierter zu ihren zukünftigen Besuchs- und Freizeitabsichten befragt, um die Ergebnisse marketingstrategisch umzusetzen. In der folgenden Analyse konnte dem Haus der Geschichte ein weitgehend positives Zeugnis zu seiner Bekanntheit, dem Image und der musealen Präsentation ausgestellt werden.¹⁴⁷

Das Projekt von Sabrina Helm, eine Kooperation der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf und des Rheinischen Freilichtmuseums Kommern (RFK), wurde interessanterweise von Interviewern an öffentlichen Plätzen z.B. vor Kinos, in der

146 Terlutter, Ralf. *Lebensstilorientiertes Kulturmarketing – Besucherorientierung bei Ausstellungen und Museen*. Wiesbaden 2000, S.92.

147 Vgl. Schäfer, 1996, S.152.

Fußgängerzone oder in Gaststätten durchgeführt, um ein möglichst repräsentatives Ergebnis der Altersgruppe von 18 bis 30 Jahre zu erhalten. Das Interview mit 16 Fragen dauerte ca. 15 Minuten und nach dessen Ende wurden den Probanden Informationsmaterial und Freikarten für das Rheinische Freilichtmuseum Kommern angeboten. Diese wurden zwar in fast allen Fällen angenommen, jedoch bis zur Publikation der Ergebnisse nach ca. zwei Jahren kaum eingelöst.¹⁴⁸ Das Projekt behandelte ebenfalls das Freizeitverhalten der Probanden und ihre Meinung über Museen allgemein sowie das RFK im Besonderen. In der untersuchten Altersgruppe spielten die Freizeitaktivitäten „Kino“ und „auswärts essen“ die größte Rolle, wohingegen Freilichtmuseen nicht wichtig waren. Als Erklärungsansatz für das Fernbleiben ist anzunehmen, dass im Alter von 18 bis 30 Jahren die Mehrheit noch keine „Familienausflüge“ oder sonstige Tagesfahrten unternimmt, die sie z.B. ins Freilichtmuseum Kommern führen könnten. Als Resümee für das Museum könnte eine Marketingstrategie und eine Anpassung der musealen Angebote erfolgen, um der Altersgruppe 18 bis 30 Jahre konkrete Anreize für einen Museumsbesuch zu bieten. Denkbar wäre eine Kombination aus Besuch im RFK und einem besonderen gastronomischen Angebot, was sich bei der Infrastruktur des Freilichtmuseums anböte. Es sei bemerkt, dass die Gruppe der 18 bis 30jährigen in fast allen Institutionen schwierig erreicht werden und aus diesem Grund vielerorts mehr oder weniger bewusst in der Zielgruppenformulierung ausgeklammert werden.

Im Dezember 1999 wurde eine große Telefonumfrage von Petra Schuck-Wersig und Gernot Wersig mit Hilfe der FORSA an 4.503 Personen zum Thema Museen und Internet durchgeführt. Die Probanden waren zu 50% erwerbstätig, ein Viertel in Pension und 8,7% waren Hausfrauen/Hausmänner. Dies entspricht in etwa dem Bundesdurchschnitt. Die Umfrage ergab, dass 47% der Befragten in den letzten 12 Monaten kein Museum besucht hatten, während 37% zwischen einem und drei Museen, 12% zwischen vier und zehn Museen besucht hatten und 3% sogar mehr als zehn Museumsbesuche angaben.¹⁴⁹ Dieses Projekt nimmt eine Sonderstellung ein, weil es nunmehr möglich ist, repräsentative Aussagen über die Museumsaffinität

148 Vgl. Helm, 1997, S.158.

149 Vgl. Schuck-Wersig, Petra; Wersig, Gernot: Museumsbesucher im Fokus – Basisdaten einer Repräsentativ-Umfrage zur Nutzung von Museen und Internet. Berlin 2000 unter: <http://www.kommwiss.fu-berlin.de/-vw/news/forsa.pdf>, 27.03.2007. Das Dokument wurde leider offline genommen, ist jedoch noch über den Südwestdeutschen Bibliotheksverbund zugänglich. 14.10.2008.

in Kombination mit der Bildung und der Lebensperspektive der deutschen Bevölkerung zu treffen.

Es gibt eine Reihe weiterer Projekte, die von Instituten und Firmen ähnlich der FORSA durchgeführt wurden, von denen einige beispielhaft genannt werden sollen. In der Zeit von Mai bis August 2006 wurden 19.120 Personen ab 14 Jahren durch das *Ifak Institut für Markt- und Sozialforschung* als Teil der Studie „Typologie der Wünsche“ u.a. befragt, ob sie in ihrer Freizeit Museen, Ausstellungen oder Galerien besuchen. Auf diese Frage antworteten 45% mit „Überhaupt nicht“, 41% gaben an dies „Nur selten“ zu tun, 12% besuchen Museen gelegentlich und nur 1% tut dies „regelmäßig/intensiv“.¹⁵⁰ Zu einem ähnlichen Ergebnis kam das *Institut für Demoskopie Allensbach* (IfD), das in der Feldphase der Studie „Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse 2007“ von Februar 2006 bis April 2007 21.058 Personen (ab 14 Jahren) befragte, wie häufig, soweit die Möglichkeit bestünde, Museen, Galerien oder Kunstausstellungen besucht würden. Eine Mehrheit von 56% gab an, dies „Nie“ zu tun, 42% antworteten mit „Gelegentlich“ und wiederum nur 3% besuchten regelmäßig Museen etc.¹⁵¹ In derselben Studie des IfD Allensbach wurde abgefragt, wie sehr sich die Teilnehmer für die Kunst- und Kulturszene interessieren. Hierbei waren 60% kaum bis gar nicht interessiert, 30% deklarierten ein geringes Interesse und 10% zeigten sich besonders interessiert.¹⁵² Die gleichen Personen wurden ebenfalls befragt, ob sie sich zu „besonders an Kultur und kulturellen Veranstaltungen Interessierten“ zählen, was 89% klar verneinten oder dazu keine Angabe machten.¹⁵³

Diese Studien werfen in der Gesamtheit ihre Schatten voraus auf die im nächsten Kapitel vorgestellte eigene Befragung. Es scheinen nur sehr wenige

150 Vgl. Statistik der Befragung „Besuchen Sie in Ihrer Freizeit Museen, Ausstellungen oder Galerien?“ unter: <http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/30410/umfrage/besuch-von-museen-ausstellungen-usw.-in-der-freizeit/>, 29.10.08.

151 Statistik „Wie häufig besuchen Sie, wenn die Möglichkeit besteht, Museen, Galerien oder Kunstausstellungen?“ unter: <http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/12601/umfrage/besuchshaeufigkeit-von-museen-oder-kunstaustellungen/>, 29.10.08.

152 Vgl. Statistik „Wie sehr interessieren Sie sich für die Kunst- und Kulturszene?“ <http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/11925/umfrage/interesse-an-kunst-und-kulturszene/>, 29.10.08.

153 Vgl. Statistik „Gehören Sie zu den Menschen, die besonders an Kultur und kulturellen Veranstaltungen interessiert sind?“ <http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/11624/umfrage/kulturaktive/>, 29.10.08.

Menschen tatsächlich an Kultur und Museen interessiert zu sein, wodurch wiederum die in Kapitel 2.2 erläuterten Besuchszahlen niedersächsischer Museen relativiert werden. Bislang ungeklärt sind die Gründe, die zu diesem Desinteresse führen. *„Besucherorientierung bedarf ausreichender und aktueller Informationen über das eigene [potentielle, d.A.] Publikum. Subjektive Vermutungen müssen durch objektives Erfahrungswissen ersetzt werden.“*¹⁵⁴ Das folgende Projekt leistet einen Beitrag zur Klärung dieser Fragen.

3.3.1 Vorstellung der Ziele und Vorgehensweise der Umfrage „Langweilige Museen? Nein, danke!“

Das vorzustellende Projekt verfolgte die Absicht, die Meinung unterschiedlicher Bildungsschichten zu Museen und der Bereitschaft zu einem Museumsbesuch zu überprüfen und folgende Fragen zu beantworten:

1. Wer geht in Geschichtsmuseen und warum?
2. Wer geht nicht in Geschichtsmuseen und warum nicht?
3. Hängt das Desinteresse an Geschichtsmuseen mit einem allgemeinen Desinteresse an Geschichte zusammen?
4. Für welche historischen Themen interessieren sich welche Menschen?
5. Durch welche Medien wird die etwaige Lust an Geschichte befriedigt?
6. Sind Erklärungstexte in Geschichtsmuseen existentiell für die Vermittlung von historischen Inhalten?
7. Auf was legen Schüler und Erwachsene in historischen Ausstellungen besonderen Wert?
8. Würden mehr Menschen Geschichtsmuseen besuchen, die bislang kein Interesse zeigten, falls Museen eine stärkere Erlebnisorientierung entwickeln?
9. Wie sieht das Image von Geschichtsmuseen bei Schülern und Erwachsenen aus?

Priorität für die weitere Vorgehensweise hatte die Repräsentativität der zu sammelnden Daten, um eine möglichst große Aussagekraft der Ergebnisse zu gewährleisten. Zu diesem Zweck wurden die zur Verfügung stehenden

¹⁵⁴ Klein, Hans-Joachim „Publikums-Barometer- Vom Nutzen kontinuierlicher Besucheranalysen“ in Noschka-Roos, Annette (Hrsg.). *Besucherkforschung in Museen – Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München 2003, S.143.

Umfragemethoden (Telefonumfrage, Interviews an öffentlichen Plätzen, Internetumfrage etc.) evaluiert und schließlich eine neue Befragungsmethode ausgewählt. Diese neue Schüler-Eltern-Befragungsmethode wurde am Kriminologischen Forschungsinstitut Niedersachsen entwickelt und getestet. Bei dieser Methode werden mit einer Anzahl von Schulklassen eines im Vorfeld ausgewählten Jahrgangs schriftliche Befragungen durchgeführt und ihnen weitere Umfragebögen mit nach Hause gegeben, die sie von zwei Erwachsenen ausfüllen lassen und in einem geschlossenen Umschlag (für die Wahrung des Datenschutzes) in der Schule abgeben sollen. Ein Vorteil dieser Methode ist die zweifelsfreie Repräsentativität durch die im Vorfeld zu ziehende geschichtete Zufallsstichprobe. Ein Nachteil ist die Unberechenbarkeit der Rücklaufquote, da das Ergebnis der Umfrage von der Kooperationsbereitschaft der Schüler und der angesprochenen Erwachsenen abhängt. Die Erwachsenenbögen sind nahezu identisch mit den Schülerbögen, enthalten jedoch eine entsprechende Anrede mit „Sie“ und eine kurze Einleitung zum Sinn und Zweck der Umfrage am Kopf der ersten Seite. Trotz der geringeren Rücklaufquote ist diese Umfragemethode als wesentlich repräsentativer und dadurch aussagekräftiger einzuschätzen als beispielsweise eine Befragung an öffentlichen Plätzen, da hier die Uhrzeit und somit die Frequentierung dieses Ortes durch bestimmte Bevölkerungsteile das Ergebnis beeinflusst.

Das Befragungsinstrument bestand aus zwei DIN A4-Seiten mit insgesamt 18 Fragen, die sich wie folgt gliederten:

- allgemeine Personenangaben
- Interessen und Freizeitaktivitäten
- Vorlieben bei Texten, Büchern und anderen Medien
- Prioritäten in einer historischen Ausstellung
- Präferenzen bei vier Ausstellungsmethoden
- allgemeine Meinungsäußerungen zu Geschichtsmuseen.¹⁵⁵

Um eine allgemeine Verständlichkeit des Instruments und die Vereinfachung der späteren Auswertung zu gewährleisten, wurde auf offene Fragen verzichtet und ausschließlich Ankreuzkästen verwendet. Aus psychologischer Sicht wurde ein besonderes Augenmerk auf eine „offene“ Formulierung der Fragen gelegt, so dass

¹⁵⁵ Siehe Anhang für einen detaillierten Fragenkatalog.

eine Suggestion vermieden werden konnte, die die Repräsentativität gefährdet hätte. Die besondere Herausforderung in der Formulierung der Fragen bestand darin, sie sowohl für Erwachsene unterschiedlichster Bildungshintergründe als auch für die verschiedenen Schulformen von Förderschulen bis hin zu Gymnasien entsprechend zu gestalten, gemäß der Befragungsempfehlung: „*[W]ord the question simply and avoid bias, [also] avoid questions that are too sophisticated or complex for respondents.*“¹⁵⁶ Aus Gründen der uneingeschränkten Verständlichkeit wurde auf Fremdworte sowie Worte verzichtet, die nicht unbedingt als Teil des täglichen Sprachgebrauchs erwartet werden konnten. So ergeben sich teilweise für „gebildete Menschen“ merkwürdige Formulierungen wie der Ersatz für „historisch“ oder „authentisch“ durch „von früher“. Ein Pretest mit 45 Schülern und 30 Erwachsenen empfahl eine weitere Vereinfachung und Umstrukturierung der Fragenreihenfolge.

Auf Basis der *Schulentwicklungsdaten Weiterführender Schulen für das Schuljahr 2006/2007* vom Fachbereich Bibliothek und Schule – Bereich Schulplanung der Landeshauptstadt Hannover wurde eine geschichtete Zufallsstichprobe für 700 Schüler des 9. Jahrgangs hannoverscher Schulen gezogen.¹⁵⁷ Der 9. Jahrgang wurde ausgewählt, um alle Schulformen einzubeziehen und trotzdem Jugendliche bzw. junge Erwachsene zu befragen. Die meisten Museen haben keine Schwierigkeiten Kinder im Alter von 6 bis 12 von sich zu überzeugen und sie bei ihren Ausflügen mit der Schule, dem Kindergarten /-hort oder den Eltern zu begeistern. Ab einem Alter von 13 Jahren zeigen Jugendliche jedoch oft nur noch ein mäßiges Interesse an Geschichtsmuseen, was sich vielfach im Erwachsenenalter weiter verringert. Aus diesem Grund ist es wichtig herauszufinden, worin sich das Desinteresse begründet bzw. wie diese Jugendlichen ebenso wie junge Erwachsene von den Konzepten historischer Ausstellungen überzeugt werden können. Die Stadt Hannover bietet mit ihrer Bevölkerung von über 500.000 Menschen und dem vielfältigen Angebot an Museen aller Art ein geeignetes Forschungsfeld, da hier genügend potentielle Besucher zur Verfügung stehen, um die vorhandenen Museen

156 Weisberg, Herbert F., Jon A. Krosnick, und Bruce D. Bowen. *An introduction to survey research, polling, and data analysis*. Thousand Oaks, California, USA 1996, S.101.

157 Die Daten werden erst mit einiger Zeitverzögerung veröffentlicht, so dass hier die Vorjahresdaten des 8. Jahrgangs benutzt wurden. Vgl. *Schulentwicklungsdaten Weiterführender Schulen 2006/2007*: http://212.59.55.8/bbsinternet/downloads/oe42/Weiterfuehrende-Schulen_2006_07.pdf, 18.01.2008.

zu füllen und sich für gewillte Besucher ausreichend Gelegenheit eines Museumsbesuchs bietet. Die 11 hannoverschen Museen, von denen dem MVNB Besuchszahlen vorliegen, erreichten gemeinsam eine Zahl von gut 463.000 Besuchen im Jahr 2006, wobei auf die fünf großen Museen rund 443.000 Besuche entfallen. Bei einem Vergleich zwischen den Einwohnern Hannovers und den vorliegenden Besuchszahlen sollte die mögliche überregionale Herkunft der Besucher einbezogen werden. Allein die Region Hannover, sprich Stadt und Umland hat ca. eine Million Einwohner und es ist davon auszugehen, dass ein Teil der Besucher ebenfalls aus Hildesheim, der Lüneburger Heide oder weiteren umliegenden Regionen kommen. Die hannoverschen Museen werden nicht in einem städtischen Gesamtkonzept beworben, so dass die städtische und regionale Bevölkerung nur punktuell durch großangelegte Werbung für herausragende Ausstellungen im Alltag mit den lokalen Häusern vertraut ist. Von dieser Konstellation zwischen Marketing und Angebot ist ein durchschnittliches Interesse zu erwarten und um so dringlicher ist eine Eruierung der Gründe für das Ausbleiben der „Besuchermassen“.

Vor der Feldphase von April bis Juni 2008 wurden die Schulen angeschrieben und um Kooperation gebeten. Hier zeigten sich bereits markante Unterschiede zwischen den einzelnen Schulformen. Während der Großteil der angeschriebenen Haupt-, Real- und Förderschulen - teilweise erst nach einer erneuten Kontaktierung, aber dennoch - bereitwillig zusagten, war die Zusammenarbeit mit den Gymnasien aufgrund des straffen Lernpensums und anderer schulischer Programme komplizierter. Im Endeffekt sagten von 15 kontaktierten Gymnasien nur fünf zu, wohingegen die Relation bei Haupt- und Förderschulen von 6 zu 4 und 4 zu 3 wesentlich besser aussieht. Bei Absagen einzelner Schulen wurden weitere Klassen aus der Zufallsstichprobe nachgezogen.

Die Feldphase beinhaltete die Befragung von insgesamt 33 Schulklassen. In 15-20 Minuten wurde die Umfrage kurz vorgestellt, durch die Schüler ausgefüllt und die weitere Befragung zweier Erwachsener erläutert. Die Schülerbögen wurden sofort eingesammelt und eingelesen, während die Erwachsenenbögen nach ca. acht Tagen in einer Sammelkiste abgeholt wurden. Den Vermutungen entsprechend

zeigten sich bei Förderschülern, teilweise auch bei Hauptschülern Verständnisprobleme und Nachfragen zu Begriffen oder Fragestellungen. Demgegenüber waren Gymnasiasten sehr schnell mit dem Ausfüllen fertig und fühlten sich hin und wieder durch die Einfachheit der Fragen unterfordert. In allen Schulformen wurde deutlich, dass das Verhalten der Schüler nur zum Teil durch die Schulform, vorrangig jedoch durch die Autorität und die Reaktionen der Lehrer geprägt wird. Wenn die Lehrerin/der Lehrer die Umfrage nicht nur erlaubte, sondern nach Kräften unterstützte, war dies offenkundig an der Rücklaufquote der Erwachsenenbögen und am Verhalten während der Befragung abzulesen. Bei 696 Schülerbögen und dementsprechend 1.392 verteilten Erwachsenenbögen wurde eine Rücklaufquote von 38% (531) erreicht. Einzeln betrachtet ist das kein gutes Ergebnis und bleibt hinter den Erwartungen zurück, jedoch lässt sich im Kontext der großen Probandenzahl von 1.227 Datensätzen dennoch eine repräsentative Analyse bewerkstelligen. Die Verarbeitung der Datensätze wurde mit SPSS, einer Software zur statistischen Datenanalyse, vorgenommen.

3.3.2 Die Auswertung der Schülerbefragung „Langweilige Museen? Nein, danke!“

An der Schülerbefragung haben 696 Schüler teilgenommen, von denen 55% Jungen und 45% Mädchen waren. Der Anteil von Haupt- und Förderschüler lag zusammen bei 23,4%, der der Realschüler bei 19,9%. Gesamtschüler machten 27% und Gymnasiasten 29,7% der Befragten aus. Diese Prozentsätze weichen leicht von den Zielwerten, d.h. der realen Zusammensetzung hannoverscher Schüler ab. Dies fällt besonders bei den Gymnasiasten und den Gesamtschülern auf, die unter- bzw. überrepräsentiert sind. In Hannover erreichen Gymnasiasten 38% und Gesamtschüler nur 21% unter allen hannoverschen Schülern. Diese Abweichung lässt sich mit den bereits erläuterten Schwierigkeiten in der Zusammenarbeit mit Gymnasien begründen, ist aber für das Projektziel nicht gravierend, da besonders auf die Gründe eines fehlenden Interesses an Geschichtsmuseen eingegangen werden soll und bei Gymnasiasten, wie bewiesen wird, eher von einer Museumsaffinität zu sprechen ist als bei Schülern der übrigen Schulformen.

Zu Frage 1. Wer geht in Geschichtsmuseen und warum?

Ein Vergleich der Besuchshäufigkeit und der Schulform erstaunt wenig. Von den Schülern, die in den letzten 12 Monaten einmal ein Geschichtsmuseum besucht haben, waren 41,8% Gymnasiasten, 32,7% Gesamtschüler, 17,3% Realschüler und nur 8% Haupt- oder Förderschüler. Die 99 Schüler, die im besagten Zeitabschnitt zweimal ein Geschichtsmuseum besuchten, bestanden überraschenderweise nur zu 35,4% aus Gymnasiasten, aber zu 37,5% aus Gesamtschülern, während Realschüler nur 15,6% und Haupt- oder Förderschüler nur 11,5% ausmachten.

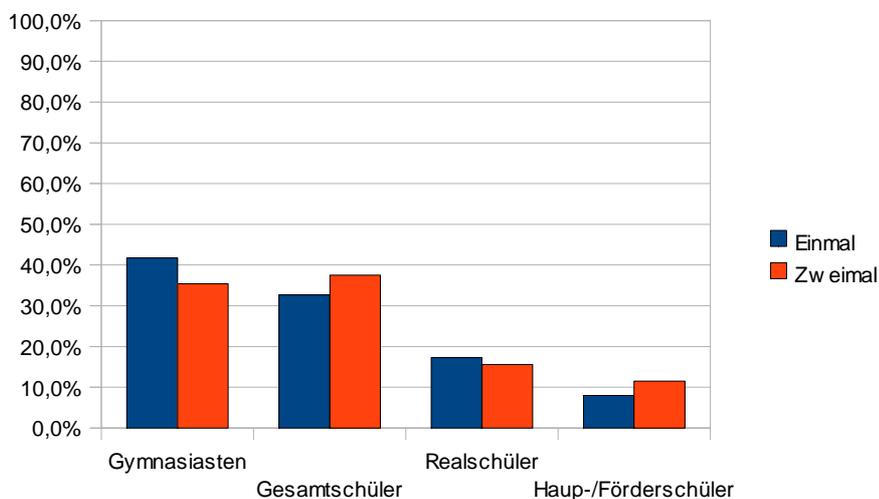


Abbildung 6: Besuchshäufigkeiten nach Schulformen in Prozent

Bei den weiteren Häufigkeiten von drei- bis fünfmal steigt jeweils der Gymnasiasten-Anteil wesentlich an, wobei insgesamt nur 50 Schüler dreimal ein Geschichtsmuseum besuchten und nur zehn fünf oder mehr Besuche angaben. Diese Ergebnisse können als erste Bestätigung einer Museumsaffinität „gebildeterer“ Schüler interpretiert werden. Das Zwischenergebnis lässt sich durch einen Vergleich der Besuchshäufigkeit mit der Anzahl der Bücher im Haushalt untermauern. Hier korreliert die Häufigkeit der Museumsbesuche mit der zunehmenden Anzahl der Bücher und unterstützt die These einer Wissenserweiterung durch Museumsbesuche und/oder Bücher irrelevant, ob es sich um Unterhaltungs- oder Bildungsmedien handelt.

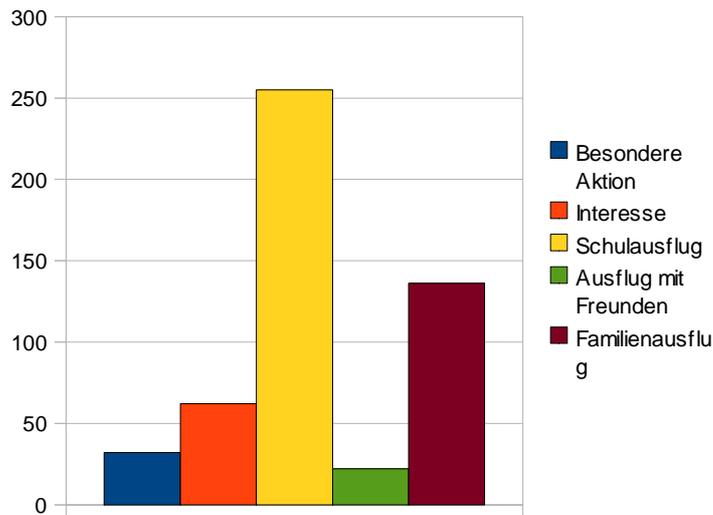


Abbildung 7: Besuchshäufigkeiten nach Gelegenheiten in absoluten Zahlen (Mehrfachnennungen möglich)

Eine Aufschlüsselung der getätigten Museumsbesuche nach Anlässen ergab, dass 31 Schüler eine besondere Aktion des Museums nutzten, von denen 38,7% Gesamtschulen und 35,5% Gymnasien besuchten. Hauptschüler kommen auch hier hinter Realschülern, die immerhin 16% ausmachten. Aus eigenem Interesse fanden 60 Schüler den Weg ins Museum und hier dominierten Gymnasiasten mit 41,7% wesentlich über die Gesamtschüler mit 33,3%, während sich die Prozentsätze der übrigen Schüler nicht veränderten. Die große Anzahl von 252 Schülern gaben an, mit einem Schulausflug in den letzten 12 Monaten ein Geschichtsmuseum besucht zu haben und dabei kamen wiederum 40,5% aus Gymnasien, jedoch nur 28,6% aus Gesamtschulen. Erstaunlicherweise waren 15,9% der Haupt- und Förderschüler in dieser Zeit ebenfalls mit ihren Schulen im Museum. Einen Familienausflug in ein Geschichtsmuseum machten im letzten Jahr 30% der Gymnasiasten und 27% der Gesamtschüler. Auch hier sind sehr wenig Besuche bei Haupt-, Förder- und Realschülern zu registrieren. Mit mehreren Freunden besuchten nur insgesamt 21 Schüler ein Museum, was nicht erstaunt, da dies eher eine Freizeitaktivität von Erwachsenen ist und Schüler zwar gemeinsam Zeit verbringen, dann jedoch offensichtlich selten ins Museum gehen. An diesen Zahlen wird deutlich wie sehr sich das Freizeitverhalten von bildungsaffinen und bildungsferneren Schülern unterscheidet. Für Erstere ist die persönliche Weiterbildung in Form eines Museumsbesuchs durchaus Teil der Freizeitoptionen, da die Auseinandersetzung mit

Inhalten verschiedener Wissensbereiche aufgrund von Übung und Heranführung durch die Eltern leichter fällt und nicht vorrangig als kognitive Arbeit empfunden wird. Unterhaltung und im Gegensatz dazu, Langeweile wird anders konnotiert als bei Menschen, die eine intellektuelle Auseinandersetzung mit Themen, Objekten oder Texten eher als Arbeitsleistung empfinden und tendenziell eine passive Unterhaltung bevorzugen. Von bildungsferneren Schülern kann unter diesen Umständen als langweilig eingeschätzt werden, was keinen leichten Zugang ohne intellektuelle Hürden bietet (siehe Erläuterung zu Langeweile in Einleitung, S.14).

Wenig überraschend ist der Vergleich zwischen den tatsächlichen Besuchen in Geschichtsmuseen und dem eigenen Interesse an Geschichte. Schüler, die auf ein Gymnasium gehen und deren Eltern Abitur haben, interessieren sich sehr häufig für Geschichte. Das Interesse bzw. das Verhältnis zwischen Interesse und Nicht-Interesse nimmt mit der eigenen Schulform und dem Abschluss der Eltern ab. Laut Chi-Quadrat-Test¹⁵⁸, beeinflusst der Abschluss der Mutter eher als der des Vaters die eigene Schulform und die Interessensausprägung der Schüler.

Bei jeder möglichen Besuchshäufigkeit zeigten die Schüler ein Geschichtsinteresse zwischen 75% und über 90%. Eine detaillierte Betrachtung der Verteilung des Geschichtsinteresses auf die verschiedenen Themenbereiche Krieg, Technik, Politik, Kleidung/Essen, Kinder/Jugendliche, Feste und Religion ist als Vergleich mit den Schulformen nicht notwendig, weil sich die einzelnen Geschichtsinteressen stärker am Geschlecht und weniger an der Bildung orientieren. Die Interessensausprägung für ein Thema ist bei den verschiedenen Schulformen ähnlich, nur bei Technik, Politik und Religion zeigen Gesamtschüler und Gymnasiasten ein etwas größeres Interesse als die übrigen Schüler. Im Gegensatz zu den Themen Kleidung/Essen, Kinder/Jugendliche, Krieg und Feste sind die Themen Technik, Politik und Religion theoretischer bzw. erfordern ein abstraktes Denkvermögen, das wiederum in gymnasialem Unterricht vermehrt geübt wird. Wie in Kapitel 4.2 erläutert wird, fällt die Beschäftigung mit Themen leichter, die bereits zum Teil bekannt sind. Ähnlich verläuft die Speicherung von Informationen, die im Alltag eine Rolle spielen und zu denen der Rezipient bereits einen Bezug hat. Alle

158 Mit diesem statistischen Test werden Verteilungseigenschaften einer Grundgesamtheit überprüft, um die Wahrscheinlichkeit für inhaltliche Zusammenhänge festzustellen.

vorgeschlagenen Themen spielen auch für Jugendliche heute eine mehr oder weniger prägnante Rolle, dennoch lassen sich besonders einfach Parallelen zwischen Kleidung/Essen, Kinder/Jugendliche, Krieg und Festen beispielsweise im 19. Jahrhundert und den Lebensumständen von Jugendlichen heute ziehen.

Trotz des vorhandenen Interesses gehen Schüler jedoch nicht in Geschichtsmuseen, weil sie dort entspannen können oder wollen und beantworteten diese These mehrheitlich mit „Eher Nein“. Museen werden häufig als Orte kontemplativer Ruhe bezeichnet. An der Reaktion der Schüler wird jedoch deutlich, dass sie nicht motiviert sind, bei einem Museumsbesuch von ihrem Alltag zu entschleunigen. Auch die These „In Geschichtsmuseen finde ich es sehr spannend“ im Sinne von anregend und interessant wurde verneint. Die Absicht ein Geschichtsmuseum zu besuchen, um dort etwas zu lernen, verfolgten nur die Vielbesucher mit vier, fünf oder mehr Besuchen im letzten Jahr. Das Museum als außerschulischer Lernort oder gar eine Volksbildungsstätte scheint demnach nur bei den Vielbesuchern erkannt und gewünscht zu werden. Ein etwas pauschaler und grundweg positiver Ansatz spiegelt sich in der Aussage „In Geschichtsmuseen gibt es viele schöne Dinge zu sehen“. Diese Bewertung polarisiert die Befragten. Während die Mehrheit der tatsächlichen Museumsbesucher, d.h. diejenigen, die in den vergangenen 12 Monaten ein oder mehrere Museen besucht haben, positiv antworteten, ist den übrigen Befragten entweder nicht bewusst, dass es in Museen viele "schöne Dinge" zu sehen gibt oder sie sind anderer Meinung und bewerten die Ausstellungen bisheriger Museumsbesuche negativ.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Schüler, die im letzten Jahr mindestens einmal in einem Geschichtsmuseum waren, vorrangig mit einem Schulausflug kamen und ein Geschichtsinteresse zeigen. Bei eigenständigen zukünftigen Museumsbesuchen streben sie jedoch eher Spaß als einen kognitiven Wissenszuwachs an. Die Schüler können sich das Geschichtsmuseum nicht als Ort für ihre Freizeitaktivitäten vorstellen. Wenig verwundert die positive Meinung der mehr oder weniger regelmäßigen Besucher und die vorherrschende Zurückhaltung bzw. Abwertung der Nicht-Besucher. Hieraus lassen sich im Ansatz Gründe folgern, aus denen junge Erwachsene im Museum unterrepräsentiert sind. Da offensichtlich

das Museum für die befragten 9. Klässler nicht als Ort für die individuelle Freizeit in Frage kommt, wird es aufgrund der vorherrschenden negativen Bewertung auch in den Folgejahren als junge Erwachsene nur sehr gering besucht. Das Museum gewinnt erst wieder als Option für einen Familienausflug mit den eigenen Kindern, Enkeln oder in fortgeschrittenem Alter als Ziel für freundschaftliche Unternehmungen gewinnt das Museum an Aufmerksamkeit.

Zu Frage 2 und 3: Wer geht nicht in Geschichtsmuseen und warum nicht? und Hängt das Desinteresse an Geschichtsmuseen mit einem allgemeinen Desinteresse an Geschichte zusammen?

Schüler, die in den letzten 12 Monaten kein Geschichtsmuseum besucht haben, gehen zu 34% auf Haupt- und Förderschulen, zu knapp 23% jeweils auf Real- und Gesamtschulen und nur zu 20% auf Gymnasien. Erwartungsgemäß scheint die allgemeine kulturelle Bildung bei den „Nicht-Museumsbesuchern“ unter den Schülern eher gering. So haben 71% weniger als 100 Bücher pro Haushalt und 49,3% sogar weniger als 50 Bücher. Neben diesem Bildungsmarker lässt sich das allgemeine Geschichtsinteresse auch an den verschiedenen Medien ablesen, die historische Informationen von wissenschaftlich bis rein fiktiv vermitteln. Eine große Mehrheit von 70,4% konsumiert zumindest eines der Medien: Historische Dokumentationen, Filme, Romane oder PC-/Video-Spiele. Nur ein geringer Teil hat weder an Museen, noch an den genannten Medien Interesse. Auch wenn Nicht-Besucher ausschließlich auf Basis von früheren Museumserfahrungen oder Hörensagen urteilen können, stimmen ihre Aussagen zu Geschichtsmuseen und den dortigen Erfahrungen mit den tatsächlichen Besuchern überein. In gleicher Weise präferieren sie Unterhaltung / Spaß gegenüber Lernen in einem Museum und zeigen größeres Interesse an spektakulären Dingen im Gegensatz zu Details über Gegenstände.

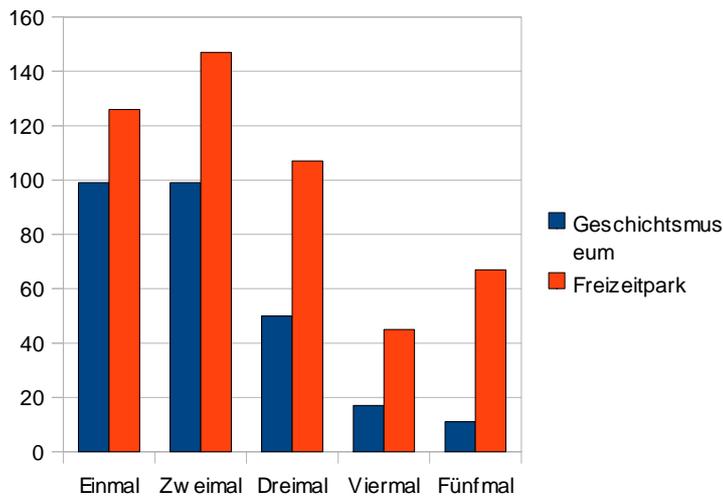


Abbildung 8: Besuche in Geschichtsmuseen und Freizeitparks in absoluten Zahlen

Von den 696 befragten Schülern waren 284 in den letzten 12 Monaten mindestens einmal in einem Geschichtsmuseum, aber 507 waren mindestens einmal in einem Freizeitpark. Anders ausgedrückt: Nur 189 Schüler waren im letzten Jahr nicht in einem Freizeitpark, während 412 Schüler kein Geschichtsmuseum besucht haben. Die Präferenz für Unterhaltung vor dem Lernen wird hier ganz deutlich, wobei diese Tendenz durch die Freiwilligkeit der Freizeitparkbesuche vorrangig in der Freizeit gegenüber dem großen Anteil der Schulausflüge von mindestens 252, die nur bedingt als freiwillig zu betrachten sind, noch unterstrichen wird. Der Museumsbesuch im Rahmen eines Schulausflugs kann die Möglichkeiten von Aktivitäten im Museum vermitteln und zu einem späteren individuellen Besuch anregen. Dies scheint den obigen Zahlen nach zu urteilen jedoch nicht erfolgreich zu sein.

Vielfach wird in der Fachliteratur gemutmaß, dass mehr Besucher in die Museen kommen würden, wenn sie weniger kosten. Wie in Kap. 2.2 bereits erläutert kann dies im Vergleich zu den Besuchszahlen der teureren Freizeitparks nicht bestätigt werden. Die Befragung der Nicht-Besucher unter den Schülern ergab, dass 52% auch mehr Geld für den Eintritt ausgeben würden, wenn ihnen dafür mehr Spannendes geboten wird. Von den tatsächlichen Besuchern würden sogar 64% mehr Eintritt bezahlen. Ein Vergleich der Besuchszahlen in Science Centern, Erlebnisausstellungen und traditionellen Museen belegt die Aussage der Schüler von

einer anderen Seite. Während das Universum® Bremen 500.000 Menschen pro Jahr besuchen und das Deutsche Auswandererhaus Bremerhaven knapp 200.000 Besucher zieht, die beide relativ hohe Eintrittspreise verlangen, verzeichnen viele Geschichtsmuseen trotz überregionaler Ausrichtung „nur“ zwischen 50.000 und 80.000 Besuchen im Jahr.¹⁵⁹

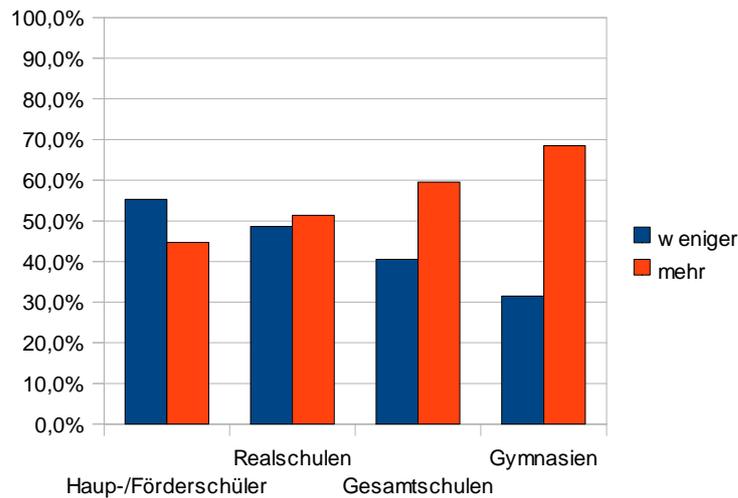


Abbildung 9: Schülermeinung zu mehr oder weniger Eintritt in Prozent

Eine Aufschlüsselung der jeweiligen Aussagen für mehr oder weniger hohe Eintrittskosten ergibt ein sehr interessantes Verhältnis in den einzelnen Schulformen. In den Haupt- und Förderschulen wünschen sich 55,3% der Schüler weniger Eintritt, während 44,7% bereit wären mehr Eintritt zu bezahlen, wenn ebenfalls „Spannenderes“ geboten würde. An Realschulen votieren 48,6% für weniger und 51,4% der Schüler für mehr Eintritt. An den Gesamtschulen verändert sich das Verhältnis weiter zugunsten eines höheren Eintritts und erreicht einen Höhepunkt an Gymnasien, wo nahezu 70% der Schüler einen höheren Preis befürworteten. Dieses Ergebnis unterstützt die allgemein angenommene These zur Einkommensverteilung an den verschiedenen Schulformen. Folglich werden Gymnasien eher von Schülern aus besser gestellten Familien besucht, als die anderen Schulformen. Ihrer Zielsetzung entsprechend weisen Gesamtschulen in der Tat eine Vermischung unterschiedlichster Bildungs- und Sozialhintergründe auf, die sich in den Ergebnissen der einzelnen Befragungskategorien widerspiegeln. Das Ergebnis der Befragung wird zudem von der Studie „Der Einfluss des Einkommens der Eltern auf

159 Besuchszahlen lt. Eigener Angaben des. Deutschen Auswandererhauses Bremerhaven: http://www.migrationmuseums.org/web/uploads///News_7%5B1%5D.pdf, 18.12.2008.

die Schulwahl“ von Dr. rer. phil. Thorsten Schneider untermauert. Schneider kommt zu dem Schluss, dass das Einkommen in Kombination mit dem Bildungsgrad der Eltern einen ausschlaggebenden Einfluss auf die Wahl der weiterführenden Schule der Kinder hat.¹⁶⁰

Es ist davon auszugehen, dass einige Schüler die aktuellen Eintrittspreise von Museen nicht kennen und so die Frage nach mehr oder weniger Eintritt vor Allem emotional entschieden wird. Andererseits erscheint es durchaus nachvollziehbar, dass die meisten Schüler für ihre Freizeitaktivitäten, die Spaß und Unterhaltung versprechen, mehr Geld auszugeben bereit sind als für ihre etwaige Weiterbildung in einem Museum, dessen Unterhaltungswert erst erkannt, vielleicht sogar erst definiert werden muss. Der Eintrittspreis spielt eine Rolle in der Nützlichkeitskalkulation um abzuwägen, ob sich ein Museumsbesuch lohnt, und wird umso wichtiger, je weniger Geld der potentielle Besucher zur Verfügung hat. Eine derartige Rechnung unterstützt die These nicht, mehr Menschen würden ins Museum kommen, wenn es weniger oder gar keinen Eintritt kosten würde, denn wie im Vergleich zu Freizeitparks oder anderen Aktivitäten wie dem Besuch eines Kinos oder Fußballstadions deutlich wird, kann auch bei geringem Einkommen Geld investiert werden sofern der Nutzen überzeugt.

Trotz der offensichtlich fehlenden Motivation zu Museumsbesuchen, haben Nicht-Besucher zu 57,6% ein allgemeines Interesse an Geschichte. Die Verteilung des Geschichtsinteresses auf die einzelnen Themenbereiche Kleidung/Essen, Technik, Politik, Kinder/Jugendliche, Feste, Religion und Krieg fällt nahezu identisch zu den tatsächlichen Museumsbesuchern aus, wobei sich der Großteil der Schüler für Krieg interessiert. Demnach möchten 13,1% aller Schüler mehr über Kleidung/Essen wissen, 22,2% über Technik, 26,7% über Politik, 22,4% über Kinder/Jugendliche, 9,5% über Feste, 21,4% zu Religion und 52,5% zu Krieg. Die Schüler hatten die Möglichkeit sich für mehrere Themen zu entscheiden.

160 Studie: „Der Einfluss des Einkommens der Eltern auf die Schulwahl“ <http://www.zfs-online.org/index.php/zfs/article/viewFile/1176/713>, 18.12.2008.

Zu Frage 4 und 5: Für welche historischen Themen interessieren sich welche Menschen? und Durch welche Medien wird die etwaige Lust an Geschichte befriedigt?

Bei aller Ähnlichkeit zwischen den Interessenten für die einzelnen Themen in Bezug auf ihre Schulformen und ihre Besuchshäufigkeit von Geschichtsmuseen, gibt es doch markante Unterschiede. Im Zuge einer näheren Betrachtung der Themenkomplexe fällt eine geschlechtsspezifische Verteilung auf.

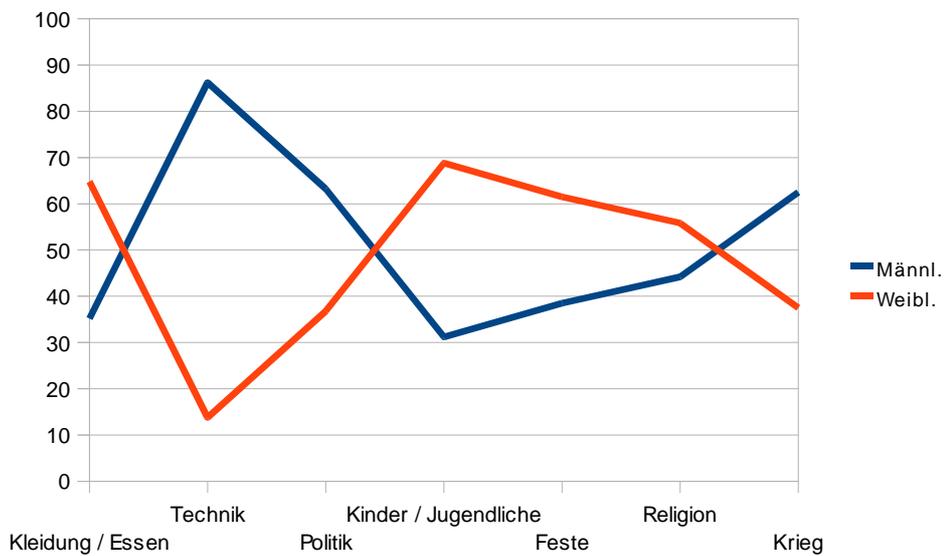


Abbildung 10: Geschlechtsspezifische Verteilung auf die historischen Themen

Mädchen/junge Frauen interessieren sich stärker für Kleidung/Essen, Kinder/Jugendliche, Feste und Religion, während sich Jungen/junge Männer eher für Technik, Politik und Krieg interessieren. Diese Aufteilung der historischen Themen ist nicht weiter verwunderlich, denn sowohl in der Schule als auch in ihrer Freizeit verfolgen Jungen und Mädchen (von Ausnahmen abgesehen) unterschiedliche Interessen und zeigen in kreativen oder naturwissenschaftlichen Fächern häufig entsprechende Leistungen.¹⁶¹

161 Obwohl nicht von einer grundsätzlichen Begabung von Jungen in naturwissenschaftlichen und Mädchen in kreativen Fächern ausgegangen werden kann, zeigen sich dennoch unterschiedliche Leistungen, die sich u.a. auf eine gesellschaftliche Prägung zurückführen lassen. Allein dadurch trauen sich viele Mädchen in Physik etc. weniger zu, während von den meisten Jungen keine großen schriftstellerischen oder künstlerischen Ergebnisse erwartet werden. Siehe das Interview mit Prof. Dr. Hannelore Faulstich-Wieland der Universität Hamburg unter: <http://www.eltern.de/schulkind/weiterfuehrende-schule/naturwissenschaften-maedchen.html?page=1>, 25.12.2008.

Ein allgemeines Geschichtsinteresse lässt sich wie folgt für die einzelnen Schulformen kategorisieren:

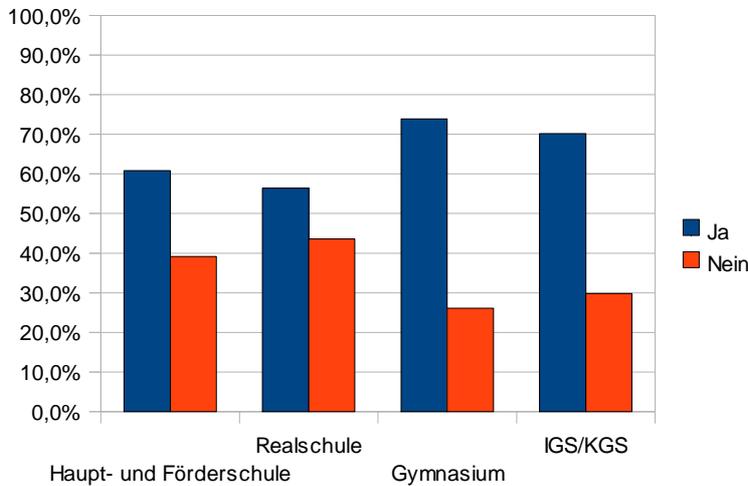


Abbildung 11: Verteilung des Geschichtsinteresses nach Schulformen (in Prozent)

Bemerkenswert ist die große Mehrheit der Geschichtsinteressierten in allen Schulformen. Von diesem Ergebnis lässt sich ableiten, dass nur eine geeignete Form der Befriedigung dieses real existierenden Interesses gefunden werden muss. Eine Möglichkeit könnte das Geschichtsmuseum sein. Andere Optionen sind historische Dokumentationen, Filme, PC-/Video-Spiele oder historische Romane.

Auch bei der Frage der Medien konnten mehrere Antworten gewählt werden. 27,7% der historisch interessierten Schüler schauen historische Dokumentationen. Das positive Resultat für historische Filme, wie in Grafik 9 zu sehen, überrascht nicht, da dies ein sehr leicht verständliches Medium ist, was nur wenig Erfassungsleistung kostet und gleichzeitig durch seine emotionale Wirkung eine effektive Vermittlung gewährleistet. Bei den historischen PC-/Video-Spielen ist die Mehrheit der Nutzer männlich, wohingegen die Leser historischer Romane mehrheitlich weiblich sind. Eine 2008 vom Medienpädagogischen Forschungsverband Südwest veröffentlichte *Jugend, Information, (Multi-)Media-Studie* bestätigt die Präferenz von PC-/Video-Spielen bei Jungen. Im Alter von 12 bis 19 Jahren spielen wesentlich mehr Jungen mehrmals die Woche und wesentlich länger auf Computer oder Spielkonsole als Mädchen.¹⁶² Schülerinnen konsumieren wiederum laut einer Publikation zum Thema Gender und Lesen des österreichischen

162 Vgl. JIM-Studie 2008: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf08/JIM-Studie_2008.pdf, 18.12.2008.

Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur vorrangig unterhaltungsorientierte und narrative Textsorten.¹⁶³

Bei separater Betrachtung der beschriebenen Medien fällt auf, dass die Konsumenten mehrheitlich historisch interessiert sind. Zwischen den Interessierten und Nicht-Interessierten, die mit keiner der genannten Medien etwas anfangen können, ist das Verhältnis 41,1% zu 58,9% (Interessierte / Nicht-Interessierte).

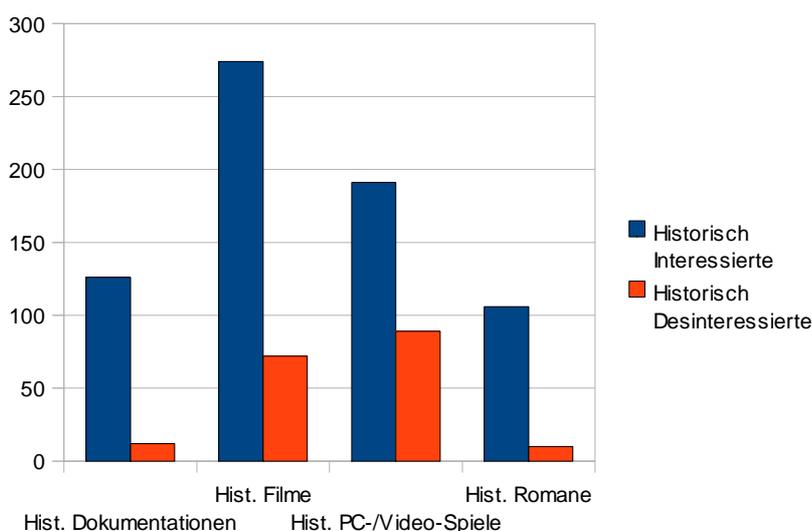


Abbildung 12: Medienkonsum der historisch Interessierten / Desinteressierten in absoluten Zahlen

Aus zweierlei Gründen ist dies wichtig: 1. Das Zielpublikum dieser Medien sind vor allem, aber nicht nur, historisch Interessierte und wird wie dargestellt tatsächlich erreicht. 2. Durch diese Medien wird nicht nur ein historisches Interesse durch Informationen befriedigt, sondern auch ein nur marginal vorhandenes Interesse intensiviert. Das entstandene Interesse lässt sich nicht nur anhand des angegebenen Geschichtsinteresses ermitteln, sondern ebenfalls durch den Konsum anderer vorrangig wissensvermittelnder Medien wie Dokumentationen oder historische Romane, soweit sie gut recherchiert sind. Von den Schülern, die historische Filme schauen, konsumiert ein Viertel ebenfalls historische Dokumentationen und historische Romane.

163 Vgl. „Gender&Lesen – Geschlechtssensible Leseförderung: Daten, Hintergründe und Förderungsansätze“, unter: <http://www.bmukk.gv.at/medienpool/15230/genderlesenwebfassung.pdf>, 18.12.2008.

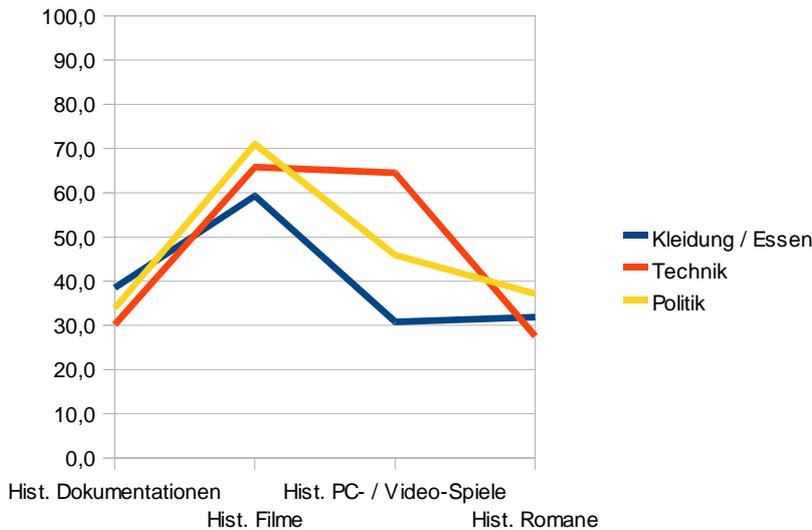


Abbildung 13: Medienpräferenz an Kleidung/Essen, Technik und Politik interessierter Schüler

Der große Anteil an PC-/Video-Spielern unter Technik-Interessierten ist in dem hohen Prozentsatz an Jungen begründet, die wesentlich öfter PC-/Video-Spiele konsumieren als Mädchen. Die übrigen Schüler, die sich für Kinder/Jugendliche, Feste, Religion oder Krieg interessieren, zeigen nahezu identische Medienpräferenzen. Das narrative und gleichzeitig visuelle Medium der historischen Filme wird von allen Schülern konsumiert.

Am Interesse an historischen Dokumentationen lässt sich die Zugänglichkeit der Schüler für wissenschaftliches, aber mehr oder weniger aufbereitetes Wissen ablesen. Als Beispiel wurde in der Umfrage „Die Bräuteschule“¹⁶⁴ genannt, die die Vermittlung von Erlebnissen bei Experimenten unter relativ authentischen Umständen zum Ziel hat. Die Zuschauer erhalten durch die involvierten Personen aus der Gegenwart eine Identifikationsmöglichkeit und können so die Ereignisse „mitemleben“ ohne sich selbst den Lebensbedingungen aussetzen zu müssen. Historische Filme vermitteln mit Hilfe einer Handlung und den teilweise intensiven und emotionalen Bildern Informationen zu einzelnen Epochen. Auch wenn sie selten authentisch sind, haben sie einen bleibenden Eindruck auf die Zuschauer. Schülern, die gerne solche Filme schauen, kann anhand von emotionalen, fiktiven Trägern auch beiläufig Wissen vermittelt werden. PC-/Video-Spiele geben Gelegenheit als historische Personen zu agieren und an historisch-wichtigen Ereignissen

164 Vgl. www.daserste.de/braeuteschule/, 12.11.2008.

„teilzunehmen“. Auf spielerische Weise werden Informationen zu Alltag, Politik, Krieg oder Technik weitergegeben. Der Leser historischer Romane erhält durch detaillierte Beschreibungen von Situationen, Gebäuden, Menschen oder Handlungsabläufen Informationen und ist gewohnt mit seiner Vorstellungskraft das Gelesene in mentale Bilder umzusetzen.

Der Besuch eines historischen Museums ist prinzipiell in dieser Reihe von Vermittlungsmedien zu sehen, wird aber als solches noch zu wenig genutzt. Ein markanter Unterschied ist demnach die zu differenzierende Relation zwischen Unterhaltung und Wissenserweiterung. Historische Filme, Romane und PC-/Video-Spiele inhärieren eine deutliche Ausprägung in unterhaltender Funktion und vermitteln beiläufig historisches Wissen. An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass alle vorgestellten Medien inklusive des Museums von den Konsumenten als ausgesprochen glaubwürdig eingeschätzt werden und sich besonders durch unterhaltende Medien unbewusst zuweilen auch fehlerhafte historische Vorstellungen einprägen. Dokumentationen und ein Museumsbesuch enthalten eine klarere Betonung der Wissenserweiterung und unterhalten wünschenswerterweise ebenfalls. An dieser Gegenüberstellung wird wiederum ein Vorurteil gegenüber dem Museum und eine Verbesserungsmöglichkeit für die Zukunft deutlich, in dem museale Inhalte unterhaltend vermittelt werden können ohne an wissenschaftlichem Niveau zu verlieren.

Die an den genannten Bereichen interessierten Schüler kommen aus unterschiedlichen sozialen Schichten, was u.a. am Buchbesitz der Haushalte ablesbar ist.¹⁶⁵ Nur eine kleine (relative) Mehrheit von durchschnittlich 40% der jeweilig Interessierten hat mehr als 200 Bücher im Haushalt. Die anderen Bücherkategorien sind mit 10 bis 20% vertreten. Durch den Bildungsabschluss der

165 Die Anzahl der im Haushalt vorhandenen Bücher (ausgenommen Zeitschriften, Reclam-Hefte und Schulbücher) werden in der Meinungsforschung seit Jahren als Indiz für das Bildungs- und Einkommensniveau interpretiert. Zum Einen belegt die Deutsche Lese-Stiftung jedes Jahr aufs neue, dass Büchern von Personen mit höherer Bildung/höherem Schulabschluss eine größere Wichtigkeit beigemessen wird als von Personen mit geringerer Bildung. Siehe: <http://www.stiftunglesen.de/default.aspx?pg=eea4349c-bbd2-4fa3-82a1-a30d7bbaf481>, 25.12.2008. Zum Zweiten haben Haushalte mit geringem Einkommen selbstredend weniger Geld für Bücher etc. zur Verfügung, woraus sich ein Zusammenhang zwischen der Bücheranzahl und dem Haushaltseinkommen herstellen lässt. Siehe: http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/zdw/2004/PD04_040_p002,templateId=renderPrint.psml, 25.12.2008.

Eltern lassen sich weitere Hinweise auf den sozialen Hintergrund der Schüler ablesen. An Haupt- und Förderschulen wussten 45,6% der Schüler allerdings nicht, welchen Abschluss ihre Mutter hat und 55% kannten den des Vaters nicht. Eine deklarierte Unwissenheit kann unterschiedliche Gründe haben. Erstens, ist es durchaus möglich, dass Schüler in der Tat keine Kenntnis vom Bildungsabschluss der Eltern haben. Zweitens kommen gerade in dieser Schulform viele Kinder aus Migrationshintergründen und es ist nicht immer möglich Schulabschlüsse aus anderen Ländern in die deutschen Formen zu übersetzen. Drittens wollten in einigen Fällen Schüler vielleicht nur ungern die Bildung ihrer Eltern preisgeben und haben daher eine Unwissenheit vorgeschoben. Bemerkenswert ist die scheinbar hohe Betonung von Bildung an Gymnasien, was sich an den geringen „unwissenden Schülern“ mit ca. 8% zeigt. An Real- und Gesamtschulen liegen diese Quoten bei 20% bis 30%.

Von den Haupt- und Förderschülern, die den Bildungsabschluss ihrer Eltern angaben, haben sowohl Väter als auch Mütter mehrheitlich einen Realschulabschluss, direkt gefolgt von einem Hauptschulabschluss.¹⁶⁶ Erwartungsgemäß haben gut 60% der Eltern von Gymnasiasten ebenfalls das Abitur/Fachabitur. An Realschulen ist die Verteilung gemischt und an Gesamtschulen besitzt die Mehrheit der Eltern einen Realschulabschluss, wobei der Prozentsatz hier nicht so extrem ausfällt wie an Gymnasien. Kinder von Eltern mit Abitur/Fachabitur interessieren sich öfter als Kinder aus weniger gebildeteren Elternhäusern für die Themen Technik, Politik und Religion, während die Verteilung auf die übrigen Bereiche relativ gleich ausfällt. Die drei genannten Themenkomplexe sind theoretischer als der Rest und erschließen sich daher nicht ohne Weiteres, wie oben erläutert.

Zu Frage 6: Sind Erklärungstexte in Geschichtsmuseen existentiell für die Vermittlung von historischen Inhalten?

Die meisten Schüler lesen „manchmal“ die Texte in Museen, wobei „manchmal“ relativ ist und jede Häufigkeit zwischen einem einzigen Erklärungstext und nahezu

¹⁶⁶ Da die Schulform Volksschule seit 1968 von der Hauptschule abgelöst wurde und nur noch sehr vereinzelt existierte, wird hier der Volksschulabschluss mit dem Hauptschulabschluss gleichgesetzt.

jedem Schild bedeuten kann. Die Prozentsätze der Nicht-Text-Leser nimmt mit der Schulform von Hauptschule bis Gymnasium ab. So lesen nur 9,6% der Gymnasiasten nie die Texte, dafür aber 40,3% der Hauptschüler. Gymnasiasten scheinen offener für kognitive Lernmethoden und vertrauter mit Texten aller Art zu sein. Sie verstehen wie oben erläutert die Auseinandersetzung mit Erklärungstexten in Museen nicht als kognitive Arbeit, sondern als Medium zwischen Besucher und Objekt.

Bei einer Differenzierung der Schüler, die in den letzten 12 Monaten ein Geschichtsmuseum besucht haben und denen, die keines besuchten, fällt eine Variation in der Nutzung der Erklärungstexte auf. Nicht-Besucher lesen zu 30% nie die Texte in Geschichtsmuseen, während 6% sie immer lesen und die restlichen 64% manchmal die Texte lesen. Unter den tatsächlichen Besuchern gab es bei den jeweiligen Kategorien ca. 10% Nicht-Leser und eine Mehrheit von Manchmal-Lesern. Die konstanten Erklärungstext-Leser nehmen in Relation zur Häufigkeit der Museumsbesuche pro Jahr zu und erreichen einen Maximalwert von 36%. Auch die regelmäßigen Museumsbesucher lesen nur einen Teil der Texte. Die Meinungsabfrage zu Informationstexten in Geschichtsmuseen ergab eine ausgewogene Verteilung auf die Äußerungen „Texte in Geschichtsmuseen – enthalten zu viele Informationen, finde ich interessant oder finde ich langweilig.“ Detailliert betrachtet halten 77% der Nicht-Leser die Texte für langweilig. Konträr dazu beurteilen 72% der Erklärungstext-Leser sie als interessant. Die Manchmal-Leser finden die Texte zu 40% interessant und zu 23% langweilig, während 37% denken, dass sie zu viele Informationen enthalten.

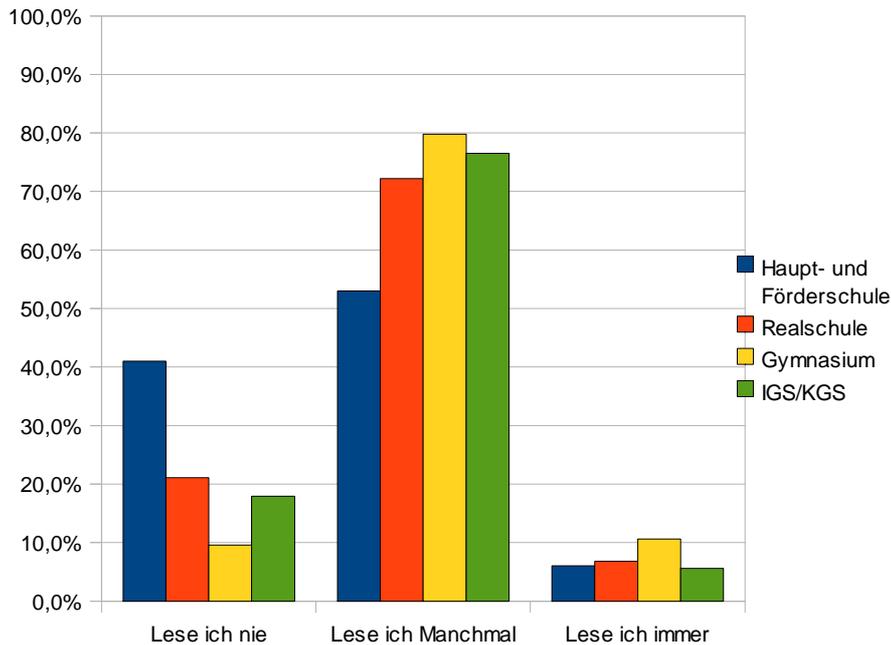


Abbildung 14: Verteilung des Lese-Interesses in Prozent an den einzelnen Schulformen

Die Prozentsätze der Nicht-Text-Leser nimmt mit der Schulform ab. So lesen nur 9,6% der Gymnasiasten nie die Texte, dafür jedoch 41% der Hauptschüler. Dies deutet auf eine stärkere Vertrautheit von Gymnasiasten mit kognitiven Lernmethoden und Texten aller Art hin. Sie finden erstaunlicherweise dennoch den Informationsgehalt der Texte zu hoch, denken aber selten, dass sie langweilig sind. Wahrscheinlich weil sie mit solchen Texten vertraut sind. Gesamtschüler sind mit Realschülern zu vergleichen, wohl durch die Mischung der einzelnen Schulzweige in dieser Schulform. Während Hauptschüler zu 50% die Texte langweilig finden, denken Realschüler sehr gemischt über die Texte, wie man an der Aufteilung von jeweils 30% sehen kann. Etwas mehr Stimmen erhielt die Kategorie „interessant“ gegenüber den anderen beiden, wobei „langweilig“ die zweitmeisten Kreuze bekam. Schüler, die glauben die Texte enthielten zu viele Informationen, lesen sie zu 82,4% „manchmal“, selten „nie“ und kaum erwähnenswert „immer“. Von den Schülern, die die Texte für interessant halten, lesen sie zu 83,6% manchmal und zu 15% immer. Kaum erwähnenswert sind hier die Nicht-Leser. Die Schüler, die die Texte langweilig finden, lesen sie zu 48,5% nie und zu 49% manchmal.

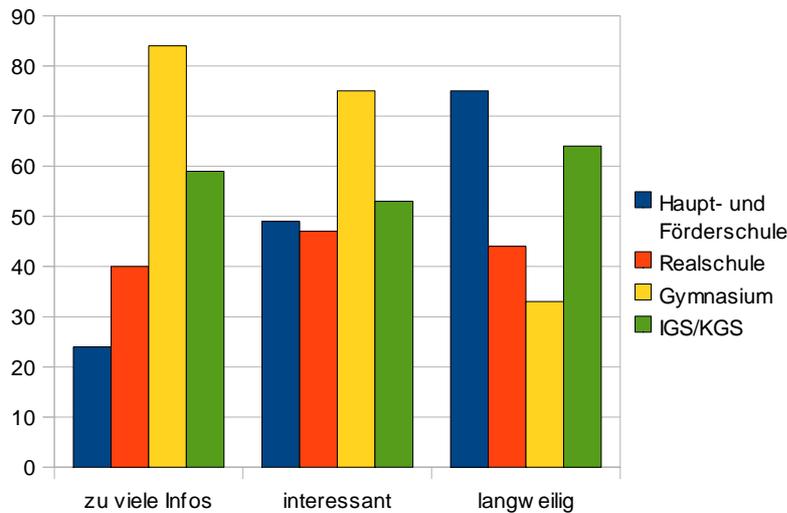


Abbildung 15: Verteilung der Meinungen zu Museumstexten an den einzelnen Schulformen in absoluten Zahlen

Ein Vergleich der Lesegewohnheiten mit den vorhandenen Büchern pro Haushalt ergab, dass 52,9% der Schüler, in deren Haushalt sich mehr als 200 Bücher befinden, immer die Texte in Museen lesen. Ebenso wenig ungewöhnlich sind die 39% der Schüler, die weniger als 20 Bücher im Haushalt haben und nie die Texte lesen. Die Manchmal-Leser teilen sich zu jeweils 21,4% auf 21-50 und 51-100 Bücher im Haushalt und immerhin 30,5% mit über 200 Büchern auf. Die Prozentsätze der Nicht-Leser nehmen stetig mit der Menge der Bücher ab, wobei doch 14,5% dieser Gruppeangaben mehr als 200 Bücher im Haushalt zu besitzen.

Auf die Frage, ob die Schüler in Geschichtsmuseen das Hören, Sehen, Fühlen oder Texte mit Informationen wichtiger finden, antworteten 72% mit einer Präferenz für Ersteres. Ausschließlich die Immer-Leser unter den Schülern stimmten zu 45% für Texte. Auch unter Schülern, die Erklärungstexte grundsätzlich für interessant halten, waren 70% für multisensuale Erlebnisse. Hieraus ergibt sich für die museale Umsetzung ein deutlicher Hinweis auf die Nachrangigkeit von Erläuterungstexten in Ausstellungen. Die Hälfte der Schüler mit einer positiven Lese-Vorprägung durch einen großen Buchbesitz im elterlichen Haushalt und ein ausgeprägteres Textverständnis lesen die Ausstellungstexte immer. Mit anderen Worten, wenn sich ein Ausstellungsinhalt nicht über die Objekte und Inszenierungen vermitteln lässt, ist die Wahrscheinlichkeit gering, dass der Inhalt erfolgreich kommuniziert wird, da der

Besucher den Texten nur eine sehr geringe Bedeutung beimisst und das Lesen von Erklärungstexten meidet.

Zu Frage 7: Auf was legen Schüler in historischen Ausstellungen besonderen Wert?

Das Ankreuzverhalten der Schüler bezüglich ihrer Prioritäten im Museum unterscheidet sich in einigen Aspekten merklich von dem der Erwachsenen und in wieder anderen Meinungsäußerungen votieren Schüler extremer. Ganz im Gegensatz zu Erwachsenen möchten Schüler mit großer Mehrheit in einem Museum Spaß haben und nicht vordergründig lernen.

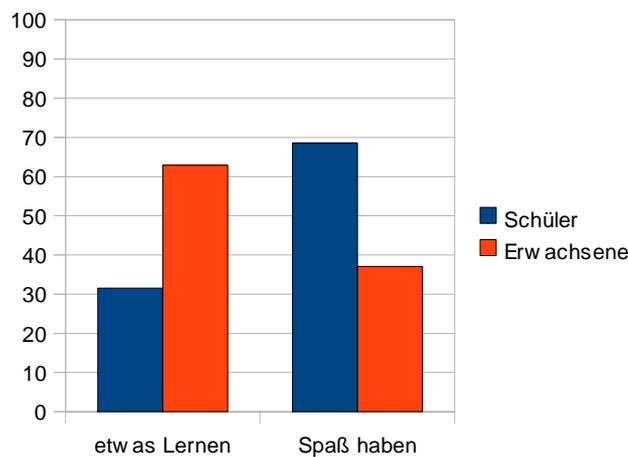


Abbildung 16: Museum mit Schwerpunkt Lernen vs. Unterhaltung/Spaß in Prozent

Ebenso zeigen sie großes Interesse an spektakulären Dingen und interessieren sich nicht besonders für Details. Was bei erwachsenen Abiturienten auffällt, kommt bei Schülern wesentlich stärker zum Ausdruck, nämlich die Priorität lieber etwas mehr Geld zu bezahlen und dafür Spannenderes geboten zu bekommen. Hier fällt auf, dass Hauptschüler diese Meinung nicht teilen; Realschüler und Gesamtschüler stimmen jedoch mit Gymnasiasten überein. Möglicherweise ist dies an einem tendenziell geringeren Einkommen der Familien mit Kindern an Hauptschulen und einem aus diesem Grund geschärften Bewusstsein für Geld und der Notwendigkeit von günstigen Angeboten begründet (siehe oben).

Konträr zu den Erwartungen legen Schüler Wert darauf, in einem Geschichtsmuseum Originale vorzufinden (52,5%), auch wenn dies bedeutet, dass

sie nicht alle Gegenstände berühren dürfen. Das Museumswesen propagiert seit ca. 20 Jahren nicht mehr die Aura des Objekts, nichtsdestotrotz ist allen Schülern der verschiedenen Schulformen ein Respekt vor dem Alter oder Wert eines Museumsobjekts inhärent. Wiederholt werden im Rahmen museumspädagogischer Angebote Fragen wie „Ist das echt?“ oder „Ist das wertvoll?“ gestellt und auf eine Bejahung der Fragen wird mit Ehrfurcht reagiert. Der Unterschied zwischen künstlichen Inszenierungen in Erlebniswelten und der Ausstellung von Originalobjekten wird von Besuchern folglich tatsächlich registriert und durch die der wissenschaftlichen Autorität geschuldeten Glaubwürdigkeit respektiert. Die Wertigkeit der Objekte wird dem Besucher durch das Ausstellen in Vitrinen oder auf Podesten vor Augen geführt und durch die Kontextualisierung und einer Begründung für das Bewahren im Museum z.B. eines bestimmten Werkzeugs, an dem man erkennen kann, wie sich eine Bearbeitungstechnik im 18. Jahrhundert entwickelte, erläutert. Wie bereits in Werbeslogans „Wir haben die Originale“ umgesetzt dürfen Museen mit den Pfunden ihrer Originale wuchern und erscheinen im Auge des Besuchers nicht nur als leere Hülle sondern als Institution mit Substanz.

Schülern ist das Hören, Sehen und Fühlen in Museen wie bereits angesprochen wesentlich wichtiger als Textinformationen. Erstaunlich ist hier dennoch die Einstellung der Gymnasiasten im Falle einer Gegenüberstellung von multisensualem Erleben und Erklärungstexten. Ausgehend von ihrem Leseverhalten wäre eine stärkere Textpräferenz zu erwarten, allerdings stimmten nur 18% für Texte, was wesentlich weniger ist als bei den übrigen Schulformen. Ein weiteres Beispiel des ungewöhnlichen Verhaltens der Gymnasiasten ist die Präferenz von Geschichtsvermittlung anhand von Beispielpersonen für die 79% im Gegensatz zu einer allgemeinen Geschichtsvermittlung stimmten. Zum Vergleich: Real- und Hauptschüler votierten nur zu knapp 60% für eine personalisierte Geschichtsvermittlung. Ein Punkt, bei dem sich alle Schulformen einig waren, ist die Gegenüberstellung von „Ruhe und Stille zum Entspannen“ und „Musik und Geräusche von früher“. Zweiteres erhielt hier eine große Mehrheit.

An Ausstellungen, die man als Besucher mitgestalten kann, zeigen alle Schulformen eher wenig Interesse und 52% bewerten diese Möglichkeit negativ. Im

Unterschied dazu sind die Bewertungen in einem Geschichtsmuseum Personen in historischer Verkleidung bei Kleidung der Ausübung von Alltagstätigkeiten und Handwerken zu beobachten, Essen von früher zu probieren oder zu erleben, wie man vor 200 Jahren lebte. Diese Optionen werden jeweils mit 54% bis 74% beurteilt. Daraus lässt sich schließen, dass nach wie vor eine Zurückhaltung gegenüber Partizipation im Museum herrscht, jedoch die Wissensvermittlung zu historischen Lebensumständen mittels Darstellern auf Interesse stößt. Wie bereits zu den historischen Themenbereichen beschrieben, lassen sich mehr Besucher mit praktischen Inhalten und Bezügen zum heutigen Alltag gewinnen. Geschichte als abstrakter Wissensbereich kann mit Hilfe der Komponente Mensch leichter erschlossen werden.

Bei konkreten Meinungsäußerungen zu verschiedenen Vermittlungsformaten in Geschichtsmuseen durch die Bewertung von Aussagen in vier Abstufungen von Absolut Ja, Eher Ja, Eher Nein und Absolut Nein weichen nur selten Schulformen von einem allgemeinen Konsens aller Schüler ab. So finden es z.B. Hauptschüler in einem Geschichtsmuseum „absolut zu leise“, während die Mehrheit der Schüler sich für „eher zu leise“ entscheidet. Museen scheinen nicht der Ort zu sein, an dem sich Schüler entspannen wollen und wohlfühlen. Die Frage, ob die Schüler im Museum Angst haben etwas kaputt zu machen, beantworten Realschüler und Gymnasiasten mit „Absolut Nein“ und zeigen sich nicht eingeschüchtert, während alle Anderen „Eher Nein“ kommentierten. Ein ähnliches Selbstbewusstsein zeigen wiederum Realschüler bei der Frage, ob sie in Geschichtsmuseen aufgrund ihrer geringen Vorkenntnis willkommen sind. Von den Aufsichtskräften fühlen sich die Schüler eher nicht eingeschüchtert. Nur wenige Schüler finden Museen tatsächlich spannend, obgleich sie keine grundsätzlich negative Meinung zu Museen haben. Die meisten Schüler sind überzeugt, dass es in Museen durchaus "schöne Dinge" zu sehen gibt und sie keine Depots für „altes Zeug“ sind, wo nur „schlaue Leute hingehen, die auf klassische Musik stehen.“ Widersprüchlich ist, dass die Schüler, die in den letzten 12 Monaten aus Interesse in einem Museum waren, nur zu 46,7% eher dorthin gehen, um zu lernen und zu 33,3%, dies eher verneinen. Nicht erstaunlich ist der Prozentsatz von 64% der Schüler, die aus Interesse ein Geschichtsmuseum besuchten und dieses spannend finden.

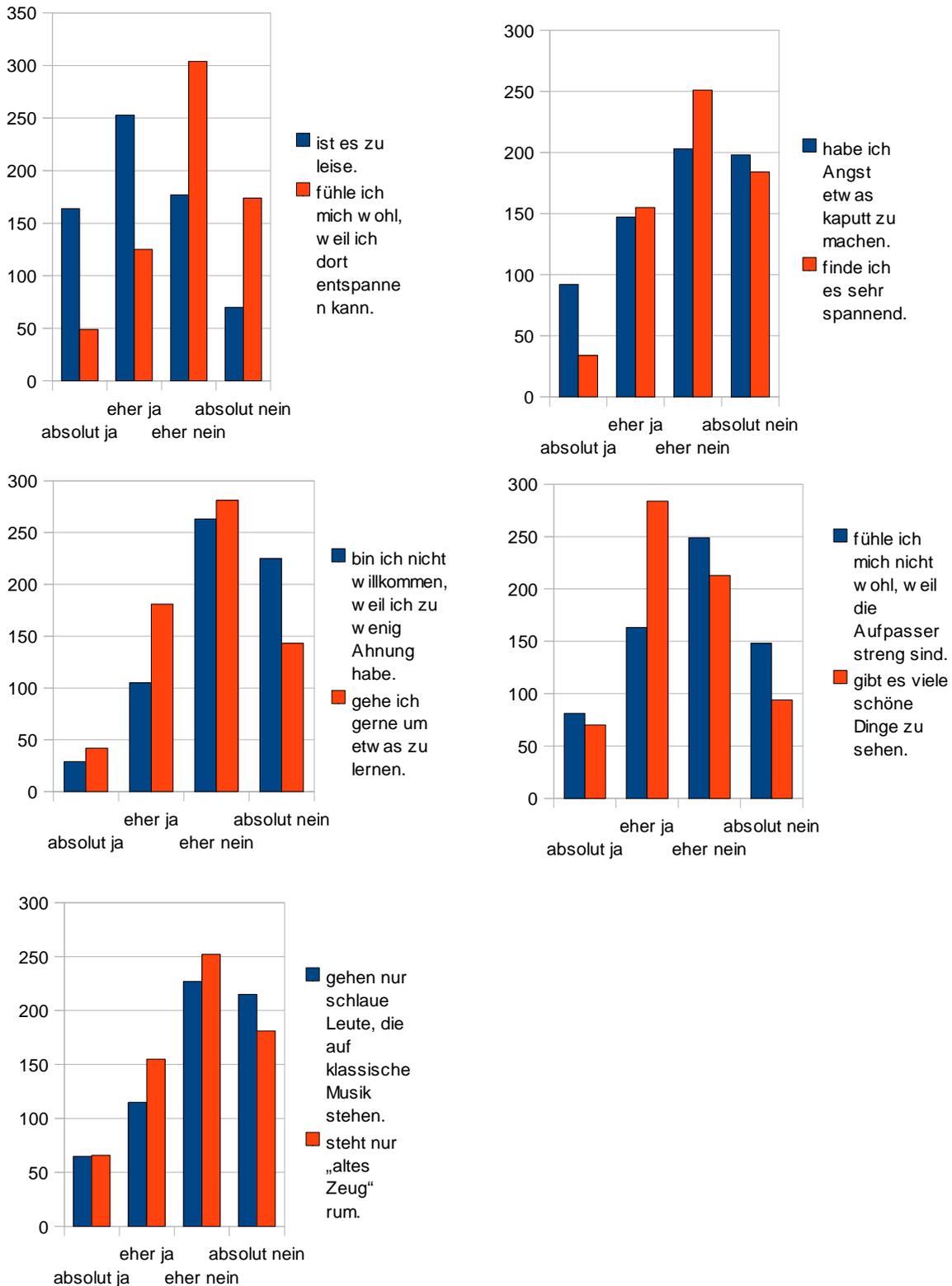


Abbildung 17: Schülermeinungen zu musealen Rahmenbedingungen in absoluten Zahlen

Festhalten lässt sich die grundsätzlich offene Einstellung der Schüler zu Museen, obwohl sich diese nur zu einem geringen Prozentsatz zu Museumsbesuchern zählen. Der Unterhaltungswert scheint der Lernfunktion von Museen untergeordnet.

Zu Frage 8: Würden mehr Menschen Geschichtsmuseen besuchen, die bislang kein Interesse zeigten, falls Museen eine stärkere Erlebnisorientierung entwickeln?

Diese Frage lässt sich auf Basis der Umfrageergebnisse und der in der Einleitung erläuterten Definition für 'Erlebnis' ohne Zweifel bejahen. In allen abgefragten Aspekten einer möglichen Ausprägung der Erlebnisorientierung stimmten die Nicht-Besucher mit großer Mehrheit positiv. Obwohl sich auch von den Nicht-Besuchern 58% der Schüler für Geschichte interessieren, gehen sie nicht in Museen. Der Grund hierfür lässt sich zu einem Teil in der allgemeinen Spaßorientierung junger Menschen finden, die eher in Freizeitparks aller Art oder anderen Aktivitäten, z.B. dem sogenannten „Chillen“, also gemeinsam „rumhängen“, reden und vielleicht Musik hören, erwartet wird. Spaß lässt sich anhand des italienischen Ursprungs 'spasso' als angenehmer Zeitvertreib, Zerstreuung oder Vergnügen definieren. Das Geschichtsmuseum wird von Jugendlichen als Lernort identifiziert, nicht aber als Ort für die Freizeit. Lernen bedeutet für viele junge Menschen Schule und damit u.U. Zwang zu lernen. Bei dieser Prägung ist verständlich, dass Geschichtsmuseen vielfach nicht freiwillig aufgesucht werden. Die Erkenntnis der möglichen Bereicherung durch die Erweiterung des eigenen Horizonts ist vielen Schülern, aber auch Erwachsenen fremd.

Eine Neuorientierung von Geschichtsmuseen als Lernorte, die jedoch Möglichkeiten zu Aktivitäten abgesehen von Lesen und Schauen bieten, birgt die Möglichkeit seine Freizeit in Form eines angenehmen Zeitvertreibs mit Lerneffekt zu verbringen. Es sei bemerkt, dass dies auch die vielbesuchten und erlebnisorientierten Museen in Niedersachsen noch nicht erreicht haben. Es gilt ebenso Besuchern nahe zu bringen, dass Lernen nicht notwendigerweise als 'Arbeit' negativ konnotiert sein muss und einen großen Mehrwert in Form von Wissen, Persönlichkeitsentwicklung, Gemeinschaftserlebnis etc. verspricht.

Zu Frage 9: Wie sieht das Image von Geschichtsmuseen bei Schülern aus?

Der Ruf von Geschichtsmuseen unter Schülern setzt sich aus mehreren Aspekten zusammen: Die Meinung der Schüler hängt von eigenen Erfahrungen in Museen, der Prägung durch die Eltern und der Mundpropaganda im sozialen Umfeld ab. Auch wenn sich die einzelnen verantwortlichen Gründe nicht herausfiltern lassen, so gibt das Ankreuzverhalten der Schüler in der Umfrage Hinweise auf ihre Einstellung. Wenn Schüler mindestens einmal im Jahr auf Eigeninitiative zu einer besonderen Aktion, einem Ausflug mit Freunden oder aus Interesse ins Geschichtsmuseum kommen, ist von einer grundsätzlich affirmativen Meinung zum Museum auszugehen. Entsprechendes wurde von 16% der Schüler geäußert, was bedeutet, dass diese 16% dem Museum gegenüber positiv eingestellt sind.

Einen weiteren Hinweis bietet der Vergleich zwischen den Prioritäten und Wünschen der Schüler für Museen und der bisherigen Umsetzung in Geschichtsmuseen. Zur Zeit werden von den meisten dieser Museen Originalgegenstände mit Erklärungstexten für detaillierte, aber auch allgemeine Hintergrundinformationen zum Lesen und Schauen geboten. Das Lernen und zu einem gewissen Grad auch die Zerstreuung stehen im Vordergrund. Aktivitäten beschränken sich meist auf museumspädagogische Programme für Schulklassen und andere Kindergruppen und das Bedienen von etwaigen Computerterminals. Die Geräuschkulisse setzt sich zusammen aus Straßenlärm, Geräuschen der anderen Besucher und, soweit vorhanden, Medienpräsentationen.

Auf Basis der Befragungsergebnisse kann festgehalten werden, dass die Mehrheit der Schüler Originalgegenstände präferiert. Textinformationen werden im Vergleich zu Aktivitätsmöglichkeiten zur multisensualen Erfassung einer Ausstellung als nachrangig bewertet. Für Schüler haben Unterhaltung und Spaß Priorität, genauso wie spektakuläre Dinge im Vergleich zu Details über Exponate. Den Schülern sind Museen meist zu leise und nicht ausreichend spannend. Sie interessieren sich durchaus für Geschichte, jedoch eher für eine personalisierte und lebendige Geschichtspräsentation, die Alltagsbezüge herstellt. Auch wenn Schüler der Meinung sind, dass ein Museum eine Lernfunktion hat, gehen sie selbst nicht aus diesem Grund dorthin. Eine Schülerin kommentierte ihren Fragebogen wie folgt: „In

Geschichtsmuseen sollte [*Hervorhebung durch die Autorin*] man hingehen um zu lernen.“ An diesem Kommentar wird die Konditionierung weiter Teile der Bevölkerung deutlich, die von einem Museum als Lernort ausgehen. Ihr Interesse an Lernorten zeigt sich jedoch durch das Fernbleiben von 80% der Bevölkerung.

Ein Geschichtsmuseum ist für die meisten Schüler ein Ort, wo es viele interessante Dinge zu sehen gibt, die sich ihnen häufig jedoch leider nicht erschließen. Es sind bestimmte Verhaltensregeln notwendig wie z.B. „Nichts anfassen!“ oder „Leise sein!“, die die eigene Freiheit und Kreativität einschränken und man sich daher u.U. nur bedingt wohl fühlt. Wohlfühlen wird im Sinne eines allgemeinen Wohlbefindens ohne jegliche Einschränkung definiert. Mit dem Terminus Museum ist leider noch immer ein trockener, vielleicht sogar verstaubter und wenig aufregender Eindruck verbunden. Diese Ergebnisse korrelieren mit den Befragungsergebnissen von vier bis fünf Jahre alten Kindern in Kanada und Frankreich im Jahr 1997.

Diese [Museen, d.A.] werden als bestimmte Orte oder Umgebungen bezeichnet, Exponate werden beschrieben, von gut gekleideten Personen ist die Rede, und die Aufgaben des Museums, wie z.B. das Sammeln, werden zur Erläuterung der Begrifflichkeit herangezogen. Schließlich wird auf das Verhalten der Besucher rekurriert. Es wird zwar auch mit „anschauen“ oder „entdecken“ beschrieben, insbesondere aber mit Verhaltensregeln wie „nichts anfassen“, „leise sprechen“ in Verbindung gebracht.¹⁶⁷

Die Gesamtmeinung der befragten Schüler kann im Durchschnitt mit der Note 3 ausgedrückt werden. Ein Museumsbesuch kann interessant sein und im Museum gibt es sicherlich viele "schöne Dinge", allerdings bevorzugt die Mehrheit andere Aktivitäten.

3.3.3 Die Auswertung der Erwachsenenbefragung „Langweilige Museen? Nein, danke!“

Die 531 befragten Erwachsenen waren zu 44% männlich und 56% weiblich, was darin begründet sein mag, dass Frauen bereitwilliger waren auf Bitten der Schüler die Fragebögen auszufüllen. Da das Verhältnis jedoch relativ ausgewogen ist, soll nicht weiter darauf eingegangen werden. Die Verteilung auf die drei

¹⁶⁷ Siebertz-Reckzeh, Karin Maria. *Soziale Wahrnehmung und Museumsnutzung – Bedingungsvariablen kultureller Partizipation*. Berlin 2000, S.23.

Altersgruppen ergab eine große Mehrheit von 72% der 36-50-Jährigen, während die beiden anderen Kategorien „Unter 36 Jahre“ und „Älter als 50 Jahre“ mit jeweils 14% vertreten sind. Es ist davon auszugehen, dass die befragten Erwachsenen sich zu einem Großteil aus den Eltern der Schüler rekrutierten und somit das Alter zwischen 36 und 50 Jahren erwartungsgemäß ausfällt. Zu ihrem Schulabschluss machten 5% keine Angaben und knapp 2% deklarierten, keinen Abschluss gemacht zu haben. Bei näherer Betrachtung des Ankreuzverhaltens in Relation zum Schulabschluss drängt sich die Annahme auf, dass dies nicht korrekt sein kann, denn die Personen ohne Schulabschluss weisen einen Bildungshintergrund und ein kulturelles Interesse ähnlich den Abiturienten auf. Da hier keine eindeutige Beurteilung abgegeben werden kann, würden alle weiterhin gezogenen Schlüsse nicht als repräsentativ für die 8% der Bevölkerung ohne Schulabschluss gelten und werden aus diesem Grund in der Analyse ignoriert.

Die übrigen Erwachsenen setzen sich zu 16% aus Hauptschulabsolventen, zu 33% aus Personen mit mittlerer Reife und zu 44% aus Abiturienten zusammen. Der Autorin ist durchaus bewusst, dass eine Kategorisierung der Teilnehmer entsprechend ihrer Bildung, wie es zur detaillierten Betrachtung notwendig sein wird, eine Reduzierung des persönlichen Hintergrundes und der etwaigen beruflichen Weiterbildungen auf den Schulabschluss bedeutet. An diesen Abschlüssen lassen sich jedoch Erkenntnisse zu den Teilnehmern zusammenfassen.

Zu Frage 1 und 3: Wer geht in Geschichtsmuseen und warum? und Hängt das Desinteresse an Geschichtsmuseen mit einem allgemeinen Desinteresse an Geschichte zusammen?

Das Verhältnis zwischen Schulabschluss und Museumsbesuchshäufigkeit bei Erwachsenen korreliert und steigt mit dem Bildungsabschluss erheblich an. Insgesamt waren jedoch nur 38% der befragten Erwachsenen in den letzten 12 Monaten in einem Geschichtsmuseum. Besonders auffallend ist der Wert von 81,6% Nicht-Besuchern bei Hauptschulabsolventen. Auch die Realschulabsolventen waren in den letzten 12 Monaten zu 63% nicht in einem Geschichtsmuseum, während Abiturienten nur zu 38,5% kein solches Museum besuchten. Von Letzteren waren zwischen 10% und 24,5% ein bis dreimal in einem Museum und 5% gaben

tatsächlich fünf Museumsbesuche im vergangenen Jahr an. Unter Realschulabsolventen waren dies nur noch 1% und kein befragter Hauptschulabsolvent wies mehr als zwei Museumsbesuche auf.

Bei möglichen Mehrfachnennungen waren 10% der 531 befragten Erwachsenen und hier vor Allem Abiturienten in den letzten 12 Monaten zu einer besonderen Aktion im Museum. Knapp 20% besuchten ein Geschichtsmuseum aus eigenem Interesse, 7,5% machten einen Ausflug mit Freunden und 22% unternahmen einen Familienausflug. Die Mehrheit der genannten Prozentsätze rekrutiert sich wie bereits beim Anlass der besonderen Aktion im Museum aus Personen mit Abitur/Fachabitur. Überraschend ist dieses Ergebnis, da, obwohl sich 73,6% der Befragten grundsätzlich für Geschichte interessieren, nur die Hälfte aller Interessierten ein Geschichtsmuseum besuchten. Von den Nicht-Interessierten waren immerhin 20% in einem Museum. Bei diesen Besuchen standen u.U. gesellschaftliche Aspekte eher als der historische Inhalt im Vordergrund. Erwartungsgemäß ist das Geschichtsinteresse an den Bildungsstand gekoppelt und die meisten Geschichtsinteressierten finden sich unter Abiturienten (50%), zu weiteren 32% unter Realschulabsolventen und nur zu 13,6% unter Hauptschulabsolventen. Gemäß der Maslow'schen Bedürfnispyramide (siehe Kapitel 3.2) ist ein Interesse für Politik, Geschichte oder Kunst als Teil der Selbstverwirklichung erst nach der Erfüllung aller existentiellen Bedürfnisse wie auch der Zukunftssicherung relevant. Da der Bildungsabschluss vielfach Einfluss auf die Einkommenssicherung hat, ist ein geringeres Interesse bei Realschul-, mehr noch bei Hauptschulabsolventen nicht verwunderlich.

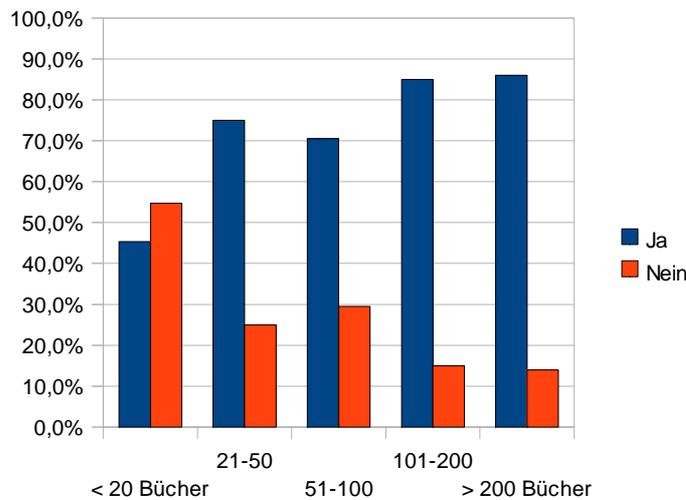


Abbildung 18: Vergleich zwischen dem Geschichtsinteresse und dem Besitz von Bücher im Haushalt in Prozent

An der obigen Grafik ist ersichtlich, dass Personen mit sehr wenig Büchern ein geringeres Geschichtsinteresse zeigen, wohingegen bereits in der zweiten Kategorie 21-50 Bücher die große Mehrheit ein ausgeprägtes Interesse besitzt (fortgesetzt in den übrigen Kategorien). Der Korrelationskoeffizient für die Büchermenge und ein Geschichtsinteresse beträgt 0,88, was bedeutet, dass ein enger Zusammenhang zwischen den beiden Variablen, sprich Bildungsmarker und Interesse besteht. Ein Vergleich der Bücheranzahl mit dem Bildungsabschluss verläuft den Vermutungen entsprechend kohärent und demzufolge besitzen weniger gebildete Menschen auch weniger Bücher. In den Kategorien 101-200 und mehr als 200 Bücher dominieren Abiturienten mit 60 bzw. über 70%. Eine Aufschlüsselung des Geschichtsinteresses nach Themen zeigt eine deutliche Mehrheit für den Bereich Politik, gefolgt von Krieg, Technik und Religion, während ein mäßiges Interesse an Kleidung und Essen erkennbar ist. Für Kinder/Jugendliche und Feste interessieren sich die wenigsten Erwachsenen. Wie bei den Schülern zeigt sich auch hier eine deutliche Mehrheit an Abiturienten unter den an Politik, Technik, Religion und Krieg interessierten Erwachsenen. Es ist wiederum zu vermuten, dass dies mit der Komplexität und der Theorielastigkeit der Themen zu tun haben kann. Eine Analyse der Interessenverteilung nach Geschlechter folgt unter Frage 4 weiter unten.

Es kann zusammengefasst werden, dass sich Erwachsene ähnlich den Schülern mit großer Mehrheit für Geschichte interessieren, auch wenn sie mehrheitlich als Nicht-Museumsbesucher bezeichnet werden müssen.

Zu Frage 2: Wer geht nicht in Geschichtsmuseen und warum nicht?

Die Nicht-Besucher von insgesamt 48% aller befragten Erwachsenen haben zum größten Teil einen Realschulabschluss, gefolgt von den Abiturienten und erstaunlicherweise zu einem geringeren Teil von Hauptschulabsolventen. Da die Mehrheit der Teilnehmer einen höheren Bildungsabschluss aufweist, sollte dies bei den weiteren Betrachtungen einbezogen werden, um ein falsches Bild der durchschnittlichen Nicht-Besucher zu vermeiden. In diesem Sinne gibt es beim Vergleich der Besuchshäufigkeit mit dem Bücherbesitz keine große Mehrheit am unteren Ende des Spektrums, sondern auf die oberen drei Kategorien (51-100, 101-200, 201 und mehr) verteilen sich 22%, 25% und 23%. Aufgrund dessen lässt sich eine leichte Tendenz für eine schwächer ausgeprägte Bildung unter Nicht-Besuchern feststellen, jedoch ist sie hier keineswegs so stark wie bei den Schülern.

Wie bereits weiter oben erläutert, interessieren sich 63,8% der Nicht-Besucher für Geschichte, was für die Nicht-Besucher ohne Geschichtsinteresse 36,2% ausmacht. Die Nicht-Interessierten erklären ihr Desinteresse zu jeweils ca. 9% mit den Begründungen, es sei ein langweiliges Schulfach, alt und vorbei und bestehe nur aus Daten und Fakten. Ausschließlich der Grund, es habe nichts mit ihnen zu tun, wird nur von 5% angekreuzt.

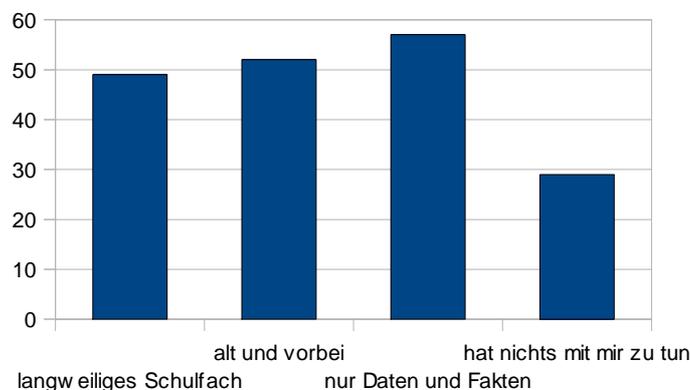


Abbildung 19: Begründungen für fehlendes Interesse an Geschichte in absoluten Zahlen (Mehrfachnennungen möglich)

Die Verteilung auf die einzelnen Schulabschlüsse ist in etwa gleich. Das vorhandene Interesse wird von 75% durch die vorgeschlagenen Medien der historischen Dokumentationen, Filme, PC-/Video-Spiele oder Romane gestillt.

Für Erwachsene erscheint der Vergleich zwischen der Besuchshäufigkeit in Freizeitparks etc. und Geschichtsmuseen überraschend, denn 47% besuchten ein Geschichtsmuseum, aber 56% besuchten einen Freizeitpark oder Zoo. Realschulabsolventen besuchten mehr Freizeitparks als Hauptschulabsolventen und Abiturienten. Für Personen mit Hauptschulabschluss ist zu vermuten, dass sie aufgrund eines geringeren Einkommens und den damit verbundenen Konsequenzen für die Mobilität und das Konsumverhalten in der Wahl ihrer Freizeitbeschäftigung beeinträchtigt sind. Die Besuchshäufigkeit der Abiturienten in Freizeitparks ist geringer als die der Realschulabsolventen und wiederum bei Museumsbesuchen höher. Es ist zu vermuten, dass sich hier eine leichte Tendenz hin zu einem intellektuellen Freizeitverhalten äußert.

Die erwachsenen Nicht-Besucher stimmen im Unterschied zu den Schülern und den erwachsenen Museumsbesuchern mehrheitlich für einen geringeren Eintritt, auch wenn höhere Preise eine spannendere Ausstellung zur Folge hätten. Da auf dem Befragungsinstrument auf weitere Fragen bezüglich des Einkommens etc. nach dem Pretest verzichtet wurde, ist die Bücheranzahl vordergründig als Bildungsmarker, aber unterschwellig auch als Sozialmarker die einzige Möglichkeit auf die finanzielle Situation der Besucher zu schließen. Zur Überprüfung wird die Häufigkeit der Besuche in Freizeitparks, die bekanntlich relativ teuer sind, herangezogen. Tatsächlich ist feststellbar, dass Personen, die keinen Freizeitpark besucht haben und im Besitz von sehr wenigen Büchern (weniger als 20) sind, zu fast 70% für geringere Eintrittskosten votierten. Aufgrund der Beweisführung lässt sich dies mit hoher Wahrscheinlichkeit auf ein geringes Einkommen zurückführen. Als Gegenbeispiel können die Personen angeführt werden, die zwei oder drei Mal in den letzten 12 Monaten einen Freizeitpark besuchten und bis zu 100 Büchern besitzen, aber höhere Eintrittspreise für eine spannendere Ausstellung vorzogen. Es kann also nur bei einem geringen Teil der Bevölkerung davon ausgegangen werden, dass sie aus finanziellen Gründen nicht in Geschichtsmuseen gehen.

Wie bei den Schülern lässt sich an den Meinungsäußerungen der erwachsenen Nicht-Besucher ablesen, dass sie durchaus glauben, in Geschichtsmuseen "schöne Dinge" zu finden, allerdings bewerten sie diese als nicht besonders spannend. Über die Hälfte der Nicht-Besucher empfindet die Ausstellungsräume als zu leise und fühlt sich dort nicht besonders wohl. Auch hier wirken die Aufsichtskräfte nicht einschüchternd und es herrscht keine Angst etwas kaputt zu machen. Als wichtigster Grund für ein Fernbleiben der Besucher scheint also die geringe Attraktivität der Inhalte in Geschichtsmuseen zu sein. Ein Geschichtsinteresse ist hier vorhanden.

Zu Frage 4 und 5: Für welche historischen Themen interessieren sich welche Menschen? und Durch welche Medien wird die etwaige Lust an Geschichte befriedigt?

Nachdem die Betrachtung der Interessensbereiche unter Bildungsaspekten erfolgte, werden die Themen nach geschlechtsspezifischen Aspekten untersucht. Obwohl die Mehrheiten nahezu gleich verteilt sind wie bei den Schülerinteressen, zeigen sich erwachsene Frauen wesentlich interessierter an traditionellen Männer-Themen wie Krieg oder Technik.

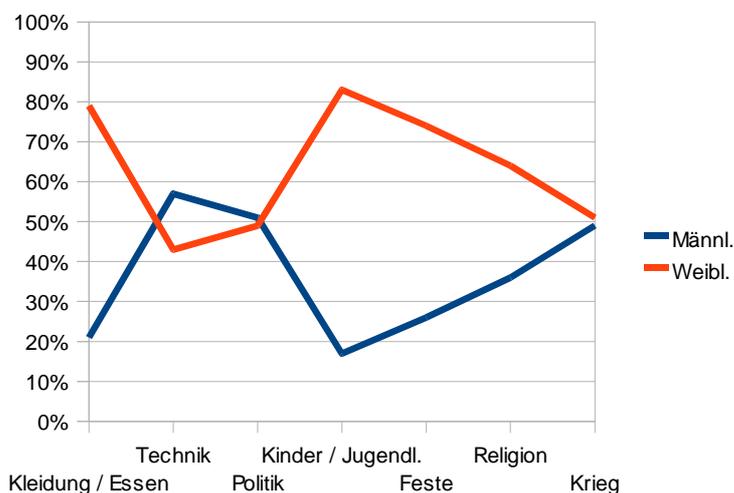


Abbildung 20: Aufschlüsselung der Interessen nach Geschlechtern

Andererseits zeigen sich Schüler interessierter an etwaigen „Frauenthemen“ wie Kleidung/Essen, Kinder/Jugendliche oder Feste, für die sich erwachsene Männer kaum interessieren. So spricht Krieg nur 40% der Männer an, während sich 60% der Jungen für dieses Thema interessieren. Für das Thema Feste können sich 17% der

Jungen begeistern, aber nur 10% der Männer. Die Verschiebung der Interessen scheint also vom Alter beeinflusst zu werden.

Ausgehend von den befragten Erwachsenen der einzelnen Altersgruppen zeigt sich ein größeres Interesse der 36-50-jährigen und über 50-jährigen an den Themen Kleidung/Essen und Kinder/Jugendliche. Für das Thema Feste interessieren sich die Jüngeren eher als die über 50-jährigen und bei den Bereichen Krieg und Religion ist wiederum eine Steigerung mit dem Alter feststellbar. Für Technik und Politik können sich die 36-50-jährigen am meisten begeistern, jeweils gefolgt von den über 50-jährigen. Eine Theorie zur Begründung dieser Tendenzen ist die Verschiebung der Prioritäten während des Älterwerdens weg von einer Spaßkultur hin zu einer ernsthafteren Auseinandersetzung mit den Lebensinhalten, was sich u.a. auf die Interessenschwerpunkte auswirkt.

Das abgefragte Medieninteresse staffelt sich ebenfalls dem Alter entsprechend. Historische Romane, Filme und Dokumentationen werden vorrangig von 36-50-jährigen konsumiert, während die über 50-jährigen direkt folgen und demnach die unter 36-jährigen in den jeweiligen Kategorien den Schluss bilden. Nichtsdestotrotz schauen 40% der unter 36-jährigen historische Filme, zu 29% historische Dokumentationen und 21% lesen historische Romane. Eine Sonderstellung nehmen hier die historischen PC-/Video-Spiele ein, da sie fast ausschließlich von unter 36-jährigen gespielt werden und das zu 26%. Ein Vergleich der einzelnen Medieninteressen zeigt, dass 59,6% der Erwachsenen, die historische Dokumentationen schauen, sich auch für historische Filme interessieren, während nur 15,3% der Doku-Seher historische PC-Spiele nutzen und 39,3% ebenfalls historische Romane lesen. Wiederum 42,9% der Erwachsenen, die historische Filme konsumieren, sehen auch Dokumentationen und 13,4% von ihnen spielen historische PC-Spiele, jedoch 41,7% der Film-Konsumenten lesen historische Romane.

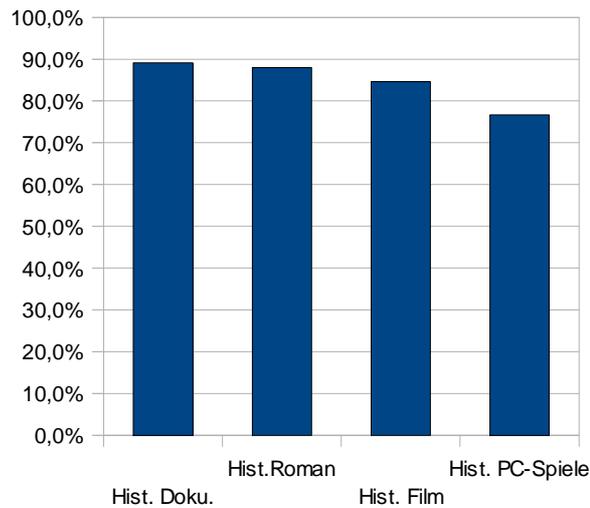


Abbildung 21: *Geschichtsinteresse der versch. Medienkonsumenten*

Eine Überprüfung, ob Menschen, die sich für die obigen Dinge interessieren, allgemein ebenfalls ein Geschichtsinteresse haben, ergibt Folgendes: Bei den Zuschauern von historischen Dokumentationen ist der Anteil der Geschichtsinteressierten mit 89,1% am Höchsten, direkt gefolgt von den Lesern der historische Romane mit 88%. Auch die Zuschauer historischer Filme haben zu 84,6% ein großes Geschichtsinteresse. Die Spieler historischer PC-Spiele zeigen das geringste (relative) Interesse mit 76,7%. Bei all diesen Interessengruppen besteht mehrheitlich ein Geschichtsinteresse, wohingegen die Personen, die sich für keines der genannten Medien interessieren zu 60% auch nicht an Geschichte interessiert sind.

Wie dargestellt wurde, erreichen die genannten Medien ihr historisch-interessiertes Publikum, während diese allerdings ebenso wenig wie Schüler in Geschichtsmuseen gehen, um ihre Neugier zu stillen. Für eine bessere Nutzung von Geschichtsmuseen empfiehlt sich ein Vergleich zwischen den obigen Medien und der Institution Museum. Einige Aspekte der Vermittlung historischer Inhalte lassen sich von einem Unterhaltungsmedium auf eine Ausstellung übertragen. Zu nennen ist hier, wie in Kapitel 4 und 5 weiter ausgeführt und begründet, die Personalisierung einer Ausstellung und demnach Emotionalisierung zur besseren Verankerung von Informationen in der Erinnerung.

Zu Frage 6 und 7: Sind Erklärungstexte in Geschichtsmuseen existentiell für die Vermittlung von historischen Inhalten? und Auf was legen Erwachsene in historischen Ausstellungen besonderen Wert?

Auf Basis der Befragungsergebnisse ist das Leseverhalten der Erwachsenen eher vom Bildungshintergrund als vom Alter abhängig. Die Verteilung auf die Kategorien „Lese ich nie“, „Lese ich manchmal“ und „Lese ich immer“ fällt in den drei Altersgruppen gleich aus. Es lesen 50 bis 60% manchmal die Erklärungstexte, 30% nie und ca. 15% lesen alle Texte. In einer Bildungsdifferenzierung lesen nach wie vor zwischen 50 und 60% der drei Bildungskategorien manchmal die Texte, jedoch zeigt sich bei den Nicht-Lesern eine eindeutige Struktur. So lesen 33% der Hauptschulabsolventen nie die Texte, während dies bei Realschulabsolventen zu 15% vorkommt und unter Abiturienten nur noch 10% ausmacht. Die Anzahl der Immer-Leser ist in entgegengesetzter Richtung gestaffelt.

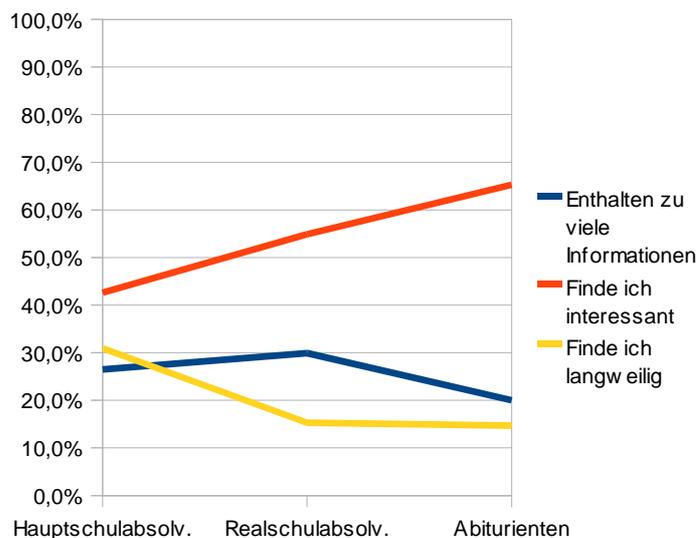


Abbildung 22: Meinungen der Erwachsenen zu Erklärungstexten in Geschichtsmuseen

An den konkreten Meinungsäußerungen zeigt sich eine mehrheitlich positive Einstellung der Abiturienten zu Textinformationen, wohingegen Hauptschulabsolventen nur zu 42,6% diese Perspektive teilen. Ähnlich den Schülern zeigen sich auch gebildete Erwachsene offener für Erklärungstexte, was sicherlich durch mögliche Verständnisschwierigkeiten oder schlichtweg fehlende Gewöhnung an den Umgang mit eher wissenschaftlichen Texten bei weniger gebildeten Personen erklärt werden kann.

Die Prioritäten der Teilnehmer aller Bildungshintergründe liegen zwischen 56 und 60% bei Hören, Sehen und Fühlen im Gegensatz zu Textinformationen. Interessant ist dieses Ergebnis besonders in Hinblick auf die den Texten gegenüber sonst positiv eingestellten Abiturienten. Trotz dieser Tendenz zum multisensualen Erlebnis im Museum sehen Erwachsene wesentlich deutlicher als Schüler die Bedeutung des Geschichtsmuseums als Lernort und stimmen zwischen 49% bei Hauptschulabsolventen und bis zu 69% bei Abiturienten für Lernen statt Unterhaltung und Spaß im Museum. Vor die Wahl gestellt, ob sie „spektakuläre Dinge“ oder lieber „Details über Gegenstände“ interessieren, votieren Erwachsene ebenso für einen traditionellen Schwerpunkt mit 55% bis 63% für Details. Auch sind Erwachsene wenig für die Mitgestaltung von Ausstellungen zu begeistern, umso mehr stimmen 68% für die Vorführungen des Alltagslebens und vergangener Handwerke durch Personen in historischer Kleidung. Das Probieren von historischen Gerichten machte 64% der Erwachsenen neugierig und Geschichtsmuseen, in denen das (Nach-)Erleben vergangener Zeiten angestrebt wird, wurden mit 77% positiv bewertet.

Aus diesen Ergebnissen lässt sich schließen, dass Textinformationen für Erwachsene eine größere Rolle spielen als für Schüler. Eine Begründung hierfür mag in der Konditionierung durch bisherige Museumserfahrungen liegen, die eine Orientierung und Wissenserweiterung mit Hilfe von Erklärungstexten beinhalteten. Ebenso sind vor Allem ältere Menschen mit anderen Medien wie Computerstationen oder gar Multi-Touch-Elemente noch nicht ausreichend vertraut, so dass „herkömmliche“ Texte vorgezogen werden. Für diesen Bevölkerungsteil sollte ein Minimum an schriftlichen Informationen in den Ausstellungen oder in Form von Begleitbroschüren vorhanden sein, um ihnen durch die Informationen Sicherheit zu geben und zumindest ansatzweise auf ihre bisherigen Erfahrungen aufzubauen bzw. diese weiterzuentwickeln. Erwachsene legen in Geschichtsmuseen durchaus Wert auf eine Erlebnisorientierung. Bei ihren Museumsbesuchen spielt die Erweiterung des persönlichen Horizonts und der Allgemeinbildung eine ausgesprochen wichtige Rolle, trotzdem darf dies mit Unterhaltung und sollte unbedingt anhand einer personalisierten Geschichtsdarstellung erfolgen.

Auch Erwachsene empfinden die Ausstellungsräume in Geschichtsmuseen als sehr leise und ziehen „Musik und Geräusche von früher“ einer Ruhe zum Entspannen vor. Ihnen sind Originale ebenfalls wichtiger als alle Gegenstände anfassen zu können, was wiederum mit ihrer Konditionierung zu tun haben kann. Bis zum Erwachsenenalter haben sich Menschen daran gewöhnt auch ohne die Hilfe ihres Tastsinns Gegenstände zu erfassen und wurden mit den Regeln vertraut gemacht, in Museen nichts zu berühren. Erfahrungsgemäß gehen Erwachsene mit Aktivitätsmöglichkeiten in Museen z.B. Mitmach-Ausstellungen eher zurückhaltend um und bedürfen der Ermutigung tatsächlich Exponate zu berühren. Nach der Überwindung dieser antrainierten Hemmschwelle freuen sie sich genau wie Kinder an den multisensualen Erfahrungen.

Zu Frage 8: Würden mehr Menschen Geschichtsmuseen besuchen, die bislang kein Interesse zeigten, falls Museen eine stärkere Erlebnisorientierung entwickeln?

Erlebnisorientierung nach der in der Einleitung formulierten Definition gehört zu den Aspekten, die in Geschichtsmuseen aus der Sicht der befragten Erwachsenen tatsächlich verbesserungswürdig sind. Trotz des Nicht-Besucher-Anteils von 53% herrscht unter den Teilnehmern eine relativ positive Einstellung gegenüber Geschichtsmuseen. Von Besuchern und Nicht-Besuchern werden größtenteils zustimmende Bewertungen zu Erklärungstexten und Ausstellungsinhalten abgegeben. Die Mehrheit geht gerne ins Museum, um dort etwas zu lernen, dennoch herrscht besonders unter Nicht-Besuchern Zögern, ob Geschichtsmuseen als spannend zu bezeichnen sind. Alle Teilnehmer befürworteten einen ausgeprägteren Erlebnischarakter historischer Ausstellungen. Demzufolge ist von einer Attraktivitätssteigerung besonders für Nicht-Besucher auszugehen, wenn dies in Geschichtsmuseen vermehrt umgesetzt wird. Bereits 1996 bestätigte Marx Swanholm, der Senior-Curator der Minnesota Historical Society diese Einschätzung in einem Interview: *“People are less interested in learning about facts and events in history than they are in experiencing how it felt living at a particular time.”*¹⁶⁸

168 Kotler, 1998, S.120.

Zu Frage 9: Wie sieht das Image von Geschichtsmuseen bei Erwachsenen aus?

Die Vorstellung der Erwachsenen von Geschichtsmuseen kommt dem Inhalt des traditionellen Museums relativ nahe.

Seine wesentliche Bedeutung erhält das Museum in der Gesamtschau der Interviews als Lern- und Erfahrungsraum. In den Kontext der Freizeitgestaltung wird es dagegen seltener gestellt. Lernen und Freizeit bilden hierbei jedoch keinen generellen Gegensatz; in Hinsicht auf die verbindenden Elemente rückt die Frage nach dem subjektiven Freizeitverständnis ins Blickfeld.¹⁶⁹

Diese Einschätzung der Fachwelt wird durch die Befragungsergebnisse unterstrichen. Das Museum erscheint als Lernort zur kulturellen Weiterbildung in der Freizeit und bietet viel Schaulust. Es ist erstaunlich, dass auch große Teile der Nicht-Besucher eine grundsätzlich positive Meinung zu Geschichtsmuseen haben. Nur etwa 20% - bei manchen Fragen 30% - empfinden Museen durch die Aufsichtskräfte oder aus Angst Gegenstände zu beschädigen als einschüchternd. Diese Personen haben tatsächlich die Perspektive, dass in Museen vorrangig „altes Zeug“ gelagert wird und zeigen keine Motivation zur persönlichen Weiterbildung in Museen.

Für einen Großteil der erwachsenen Nicht-Besucher stellt sich die Frage, warum sie in den vergangenen 12 Monaten keine Geschichtsmuseen besuchten, obwohl sie eine positive Meinung zu diesen Institutionen haben. Ebenso wie bei Schülern bilden die bisherigen Erfahrungen in Museen einen schwer zu definierenden Faktor, der jedoch nicht unterschätzt werden darf. Wenn bei einem Museumsbesuch ein negatives Erlebnis z.B. Orientierungslosigkeit, subjektive Langeweile, fehlende Toiletten etc. gemacht wurde, sinkt die Wahrscheinlichkeit eines erneuten Besuchs in demselben oder einem anderen Geschichtsmuseum, da die Vergangenheit für den Entscheidungsprozess eine wesentliche Rolle spielt.

Denn wo sich ein Publikum mit „klassisch“-bildungsbürgerlichem Hintergrund früher auch durch schlecht gemachte oder misslungene Darbietungen nicht von einem erneuten Ausstellungsbesuch abschrecken ließ, wird die Toleranzschwelle der mehrheitlich unterhaltungs- und erlebniszentrierten Besucher gegenüber Ausstellungsangeboten, die museografisch und medial nicht überzeugen können, signifikant sinken – allen exzellenten Exponaten und seltenen Zimelien zum Trotz.¹⁷⁰

Bisherige negative Erlebnisse führen nicht zwangsläufig zu einem schlechten Gesamtbild, sondern die Person kann zu folgendem Schluss kommen:

169 Siebertz-Reckzeh, 2000, S.58.

170 Schwarz, 2001, S.44.

'Geschichtsmuseen sind sicherlich interessant, aber für mich keine Freizeitoption.' Das Wetter und andere Freizeitaktivitäten sind maßgebliche Einflussfaktoren in der Überlegung für oder wider einen Museumsbesuch. Es ist anzunehmen, dass ein Großteil der erwachsenen Nicht-Besucher dieser Meinung ist, da sie, wie bereits erläutert, eine durchaus positive Grundeinstellung Geschichtsmuseen gegenüber haben, aber dennoch selten Museumsbesuche unternehmen.

Für eine zukünftige Berücksichtigung des herrschenden Images von Geschichtsmuseen aus der Perspektive erwachsener Besucher und Nicht-Besucher bleibt der Aspekt des geringen Unterhaltungswerts von Museen in der Beurteilung besonders der Nicht-Besucher zu beachten. Museen als Bildungsorte werden nur von Menschen besucht/benutzt, die sich weiterbilden möchten und nicht von dem Großteil der Bevölkerung, der in seiner Freizeit Unterhaltung sucht und seinen Intellekt nur bedingt für „Lernarbeit“ einsetzen möchte. An den Umfrageergebnissen wird deutlich, Museen haben in einem Teil der erwachsenen Bevölkerung eine treue Besucherschaft. Für die übrige Bevölkerung gilt, das „Nicht-Besuchen“ von Geschichtsmuseen ist nicht in einem fehlenden Interesse an historischen Themen begründet, sondern in einem fehlenden Interesse an den Präsentations- und Vermittlungsformen in Museen. Demnach sollten Präsentationsformen gefunden werden, die den Besucher ansprechen, unterhalten und beiläufig aber nachhaltig Wissen vermitteln. Eine langfristige Veränderung des Images von Geschichtsmuseen in Richtung einer „Museumsmarke“ bedarf eine Überarbeitung des Inhalts in Form von Forschung und Ausstellung, der Kommunikation durch Marketing und die Schaffung einer Identität, die sowohl Mitarbeiter als auch Besucher einbezieht.

3.4 Besucherorientierung

Besucher sind nicht zu unterschätzende Faktoren, ohne die ein Museum nicht mehr als ein Magazin wäre, in dem gesammelt, konserviert und geforscht wird. Doch der Museumsbesucher legitimiert erhebliche Ausgaben für Ausstellungen und Museumspädagogen, trägt durch sein Eintrittsgeld und seine Kaufkraft im Museumsshop und -café zur Finanzierung der kulturellen Institution Museum bei und partizipiert durch seine Erwartungen und Wünsche.

Jeder einzelne Besucher – das gilt für ausnahmslos alle – bringt seine eigenen Interessen, Einstellungen, Erwartungen mit (möglicherweise auch negative!), sein individuelles Maß an Offenheit für Neues (oder umgekehrt: an Neigung, Fremdes auf Bekanntes „zurückzustutzen“), seine Fähigkeit (oder Unfähigkeit) zu genauer, geduldiger Betrachtung, seine Sensibilität für Seltsames, seine Empfänglichkeit für ästhetische Qualität.¹⁷¹

Um so sensibler sollte auf seine Bedürfnisse, Wünsche und Anregungen eingegangen werden. Leider ist es nach wie vor der Fall, dass „*viele Erstbesucher einmalige Besucher bleiben, weil sie sich im Museum nicht wohl genug fühlen.*“¹⁷² Eine Besucherorientierung inklusive der unterschiedlichen Elemente als Denk- und Führungsstil gewinnt demnach an Bedeutung, in dem eine Besucheranalyse, eine Besuchersegmentierung, eine angemessene Besucherbehandlung, eine Besucherzufriedenheit und schließlich eine dauerhafte Besucherbindung erzielt werden.¹⁷³

Reiz-Reaktions-Lernen durch Stillen der Besuchergrundbedürfnisse: Toiletten, Orientierungshilfen, Aufsichtskräfte etc.

Die Grundbedürfnisse der Besucher und somit die Besucherorientierung beginnen bereits vor Betreten des Museumsgebäudes und enden lange nach Verlassen der Ausstellung. Im Jahr 2001 verfasste die Amerikanerin Judy Rand den „Visitor's Bill of Rights“, um anhand dessen das Eingehen auf die verschiedenen Wünsche und Bedürfnisse des Besuchers zu erleichtern. Die gelisteten Rechte des Besuchers umfassen folgende Punkte: Comfort (Grundbedürfnisse), Orientation (Orientierung), Welcome/belonging (Wohlfühlen), Enjoyment (Spaß/Unterhaltung), Socializing (Gemeinschaftserlebnis), Respect (Akzeptanz des Besuchers mit seinen Bedürfnissen und Eigenarten), Communication (Verständnishilfen und Kommunikationsmöglichkeiten), Learning (Erlernen von Neuem), Choice and Control (Wahlmöglichkeiten, gefühlte Kontrolle der Situation), Challenge and Confidence (Bewältigung von Herausforderungen zur Gewinnung von mehr Selbstvertrauen), Revitalization (Erholung).¹⁷⁴

171 Grünewald-Steiger, Andreas, und Thelma Freymann. *Am Beispiel erklärt, Aufgaben und Wege der Museumspädagogik*. Hildesheim 1988, S.21.

172 Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996, S.23.

173 Vgl. Helm, 1997, S.19.

174 Vgl. Rand, Judy „The 227-Museum, or Why We Need a Visitor's Bill of Rights“ in: Curator: The Museum Journal Vol. 44, Nr. 1, Lanham, USA 2001, S. 7-9. Die deutsche Übersetzung fasst jeweils die Erläuterungen der Einzelpunkte zusammen und entspricht daher nicht immer genau dem englischen Begriff.

Für ein „Anlocken“ der Menschen ist eine gute Erreichbarkeit und eine logische Beschilderung erforderlich, die dafür Sorge tragen, dass der potentielle Besucher das Museum tatsächlich findet, sich auf dem Weg nicht verläuft und sich nicht unnötig durch Fragen selbst helfen muss. Ein Grund für das Fernbleiben vieler Menschen ist leider allzu oft eine ungünstige Lage und eine schlechte Beschilderung. Das Museum könnte wiederum seine potentiellen Besucher dort abholen, wo sie sind z.B. an öffentlichen Plätzen, in der U-Bahn, im Supermarkt oder im Kino und sich kontinuierlich durch Werbung etc. im Bewusstsein zumindest der Einheimischen halten. Sobald der Besucher das Museum betritt, sollte ihm das Gefühl gegeben werden, er sei willkommen und durchaus erwünscht. Dies geschieht nicht nur durch die Begrüßung des Personals, sondern ebenfalls durch die Gestaltung des Eingangsbereichs. Das Wohlfühlen des Besuchers wird immer wieder unterschätzt und dementsprechend vernachlässigt, denn das Museum als Lernort soll zwar grundsätzlich ästhetisch gestaltet sein, da jedoch Lernen als Arbeit betrachtet wird, ähneln viele Ausstellungen eher ästhetischen „Arbeitsräumen“.

So erlernen die Besucher durch einen Reiz-Reaktions-Mechanismus, dass ein Museum ein freundlicher, bildender und auch unterhaltsamer Ort sein kann, wenn sie während eines Museumsbesuches mit angenehmen Reizen konfrontiert werden: Beim Betreten des Museumsgebäudes (neutraler Reiz) empfängt den Besucher ein freundlich gestalteter Eingangsbereich, der angenehm wirkt (unkonditionierter Reiz), so dass sich der Besucher wohlfühlt (unkonditionierte Reaktion). Wird wiederholt ein Vorgang im Museum (z.B. das Betreten verschiedener Räume) mit angenehmen Reizen (z.B. durch das Umfeld) kombiniert, so erlernt der Besucher die Vorstellung, dass ein Museum ein angenehmer Ort ist.¹⁷⁵

Durch die erfolgte Konditionierung mittels der positiven oder negativen Reize lernt der Besucher entweder 'ein Museum ist ein spannender Ort, an dem es viel zu entdecken gibt' oder es ist ein 'Ort mit vielen Regeln und unangenehmer Atmosphäre'. Dieses Ergebnis beeinflusst sein zukünftiges Besuchsverhalten in Häufigkeit und Anlass und hat durch seine Gespräche mit anderen Menschen nicht unwesentlichen Einfluss auf das öffentliche Bild des Museums.

Zu möglichen positiven Reizen gehört ebenso die Verfügbarkeit von Garderoben, Schränken und Toiletten. Letzteres spielt besonders für Frauen mit und ohne Kinder eine Rolle und ergänzt die Gesamtbewertung des Museumsbesuchs. Die Toiletten sollten durch Schilder markiert und auch aus den Ausstellungsräumen einfach zu finden sein.

175 Terlutter, Ralf. „Besucherorientierte Ausstellungen: Lernen kultureller Inhalte aus Sicht psychologischer Lerntheorien.“ unter: <http://www.vl-museen.de/m-online/01/03.pdf> 26.02.2008

Während seines Aufenthalts hat der Besucher das Bedürfnis sich zu orientieren und benötigt Hilfsmittel in Form von Informationstafeln, die vor Betreten der Ausstellungsräume deren Inhalt skizzieren, so dass eine Selektion oder Richtungswahl getroffen werden kann. Abgesehen von einem kleinen Teil „erfahrener Museumsgänger“ bevorzugen Besucher einen vorgegebenen Rundgang, der logisch aufgebaut ist, um ihnen ein Gefühl von Sicherheit durch Orientierung zu geben. Besonders Menschen, die nur über ein geringes Vorwissen verfügen, werden durch die vielen Optionen von z.B. freistehenden Exponatsinseln verwirrt. Des Weiteren fällt das Aufnehmen aller Ausstellungselemente bei einer freien Rundgangwahl schwer, da der Besucher mit schwächer ausgeprägter räumlicher Vorstellung nicht selten verunsichert ist, ob er alle Teile der Ausstellung gesehen oder einen Bereich verpasst hat. Eine Hilfestellung durch den Ausstellungsaufbau ist notwendig, um dem Inhalt folgen zu können und die angebotenen Informationen sinnvoll strukturiert aufzunehmen. Personen mit einer ausgeprägten Vorbildung zum Thema Mittelalter fällt es leicht eine Exponatsinsel mit einem Armreliquiar, einem Büsserhemd und einem Pilgerstab in den korrekten historischen Kontext zu setzen. Der religiöse Charakter dieser Exponate ist für diese Menschen auch ohne thematische Einleitung offensichtlich. Eine andere vielfach genutzte Methode ist die Informationsbroschüre, die vor dem Ausstellungsrundgang angeboten wird und anhand derer sich der Besucher zurechtfinden kann. Für Personen, die nur marginal Karten lesen und sich anhand fester Punkte im Raum orientieren können, stellen diese Flyer dennoch eine Herausforderung dar. Zusätzliche Schilder in der Ausstellung bieten hier eine Erleichterung.

Eine allgegenwärtige Notwendigkeit in Ausstellungen besonders im Falle sehr wertvoller Exponate sind Alarmanlagen und Aufsichtskräfte. Die Existenz von Ersterem wird vom Besucher vermutet, aber gewöhnlich nicht bewusst wahrgenommen. Das Auslösen eines solchen Alarms ist, abgesehen von expliziter Mutwilligkeit, ein einschneidendes Erlebnis und sorgt für die Ausschüttung von Stresshormonen. Das durch eine Unachtsamkeit initiierte lautstarke Signal wie z.B. durch zu dichtes Herantreten an ein Exponat prägt das Verhalten bei allen zukünftigen Besuchen und trägt zur Vorsicht bei. Sollte der Alarmmechanismus ohne vorheriges Fehlverhalten unabsichtlich ausgelöst worden sein, bildet der folgende

Schreck einen negativen Reiz und resultiert in Unbehagen, was durch die Verunsicherung eine Meidung von Museen in Zukunft zur Folge haben kann.

Was immer auch über 'Schwellenangst' vor dem Betreten eines Museums und über Verhaltensunsicherheiten in den Museen gesagt worden sein mag – der Hintergrund, auch des Verhaltens scheinbar unbefangener Besucher, wird fast ausnahmslos durch eben die gewisse Besorgnis gebildet, den personellen Eigenwert durch situativ unangepasstes Verhalten in den Augen der relevanten Anderen verlieren zu können.¹⁷⁶

Menschen sind weitestgehend von zwei Motivationen geprägt. Auf der einen Seite sind sie bemüht sich einem Verhaltenskonsens zu unterwerfen und sich dadurch anderen Menschen anzupassen. Auf der anderen Seite versuchen sie sich bewusst gegen eben diesen Verhaltenskonsens aufzulehnen und mit ihrem Verhalten das innere Aufbegehren zu kommunizieren. Für den Großteil der Bevölkerung und der möglichen Situationen trifft Ersteres unter der Prämisse einer Unauffälligkeit zu. Die Adaption im Museum aber auch in anderen Situationen ist ein Beispiel für Reiz-Reaktions-Lernen. Der Besucher wird durch ein Alarmsignal oder die korrektive Ansprache einer Aufsichtskraft für das unerwünschte Verhalten „bestraft“ und lernt für die Zukunft Reize mit negativen Folgen zu vermeiden.

Aufsichtskräfte können durch Besucher sehr unterschiedlich wahrgenommen werden. Im besten Falle nach dem traditionellen Verständnis werden sie kaum bemerkt, sind jedoch in der Lage museales Fehlverhalten wie das Berühren der Exponate oder gar Diebstähle zu vermeiden. Eine moderne Definition der Aufsichtskräfte versteht diese als Ansprechpartner bei Fragen der Besucher, nicht nur zur Orientierung, sondern auch zum Inhalt der Ausstellung. Bei einem traditionellen Verständnis entspricht der Aufgabenbereich lediglich einem Schutz der Exponate und einer Aufsicht der Besucher. Durch diese Beschränkung der Tätigkeit werden in einigen Museen bereits ausgebildete, aber gering entlohnte Sicherheitskräfte von entsprechenden Firmen gebucht. Dieses Outsourcing hat zur Folge, dass die Aufsichtskräfte sich nur in seltenen Fällen mit der Institution des Museums identifizieren können und über keine bis marginale Vorbildung des musealen Kontexts, geschweige denn über fachliches Wissen verfügen. Zu wenig besuchten Zeiten „erschrecken“ Museumsaufsichten nicht selten regelrecht beim Herannahen von Besuchern. Leider kommt immer wieder auch ein „Verfolgen“ der Besucher vor, was aus der Notwendigkeit der Beaufsichtigung des Besuchers bei gleichzeitig dünner Personaldecke herrührt.

176 Fliedl, 1988, S. 29.

Eine positive Lösung findet sich im Deutschen Historischen Museum, das sowohl Sicherheitskräfte mit Grundkenntnissen zur Aufstellung der Exponate, als auch explizite Ansprechpartner für Besucher bietet, die sich mit den Inhalten auskennen und als Erkennungszeichen einen „Frag mich!“-Anstecker tragen. Diese Lösung ist zwar relativ kostenintensiv, zahlt sich jedoch in einer positiven Meinung der Besucher wieder aus. In der Anschaffung teuer, jedoch unauffällig, ist die Überwachung der Ausstellungsräume anhand von Kameras, deren Daten in einem Raum zusammenfließen. Auf diese Weise wird Personal eingespart, allerdings bedarf es trotzdem Sicherheitskräfte in Bereitschaft, falls über die Kameras ein Fehlverhalten bemerkt wird und dieses vor Ort abgestellt werden muss. Soweit die Kameras von den Besuchern erkannt werden, wirken sie ähnlich wie personelle Aufsichtskräfte. Der Besucher ist sich der Beobachtung bewusst und verhält sich zurückhaltender.

Zielgruppenorientierung

In den wenigsten Museen findet sich eine eindeutige Festlegung in den Museums-/Ausstellungszielen. Besonders allgemein-historische Museen weisen eine sehr breite Zielgruppendefinition auf, da sie ihre Verantwortung der gesamten lokalen Bevölkerung gegenüber sehen. Durch diesen großen Auftrag werden in Dauer- und Sonderausstellungen verschiedenste Themenkomplexe mittels eines breiten Angebots an Veranstaltungen und Ausstellungsmethoden, d.h. Interaktionsmöglichkeiten, Textformaten und visuellen Reizen präsentiert, um möglichst viele Menschen anzusprechen. In Anbetracht der unterschiedlichen Bevölkerungsteile erscheint dies ratsam, jedoch ist es nur selten möglich allen Ansprüchen gerecht zu werden. Die Zielgruppendefinition sollte durch Grundsatzentscheidungen eingeschränkt werden und so die Ausstellung fokussieren. Nahe liegend erscheint sich als Museum auf das lokale, touristische oder gar internationale Publikum einzustellen.¹⁷⁷ *„Sollen Arbeiter und Arbeiterinnen ins Museum? Und wenn ja, was sollen sie dort? Und wie hat das Museum dann auszusehen?“*¹⁷⁸ Der Besucher nimmt wahr, ob er im Zentrum der Bemühungen steht oder ob sich die Ausstellung vor Allem an eine andere Zielgruppe richtet.¹⁷⁹

177 Vgl. Dauschek, 2004, S.26.

178 Faulenbach, 1991, S.29.

179 Vgl. Gössel, Peter „Wahrnehmung und Erfahrung im Museum“ in: Kilger, Gerhard; Warnke,

Auf Basis von Erlebnispräferenzen und Interessenschwerpunkten der unterschiedlichen Alters- und Sozialgruppen lässt sich bereits im Zuge der Ausstellungsplanung eine akkurate Vorhersage zu den Besucherreaktionen machen. Ähnlich wie es bereits seit langem in Wirtschaftsbetrieben der Fall ist, sollten auch Museen stärker Marketingaspekte einbeziehen, um dauerhaft Besucher zu ziehen und zu binden. „Während in Kunstmuseen etwa gleich viele Besucher Bildung bzw. Unterhaltung suchen, liegen die Werte in den übrigen Museumsarten etwa 2/3 zu 1/3 zugunsten der Unterhaltung.“¹⁸⁰ Entsprechende Schwerpunkte sind hilfreich in der Ausstellung zu setzen, damit die Besucher positiv eingenommen das Haus verlassen und gerne wieder kommen. Eine derartige Ausrichtung kann das Lernen allgemein fördern, in dem die Vermittlungsmethode in Richtung Erlebnis und emotionaler Beteiligung im Gegensatz zu rein kognitiver Informationsverarbeitung gelenkt wird.

Der Erfolg eines Museums bzw. einer Ausstellung ergibt sich aus der Zielvorgabe derselben. Hier dürfen nicht nur Besuchszahlen und Presseberichte betrachtet werden, sondern ebenfalls die Besucherreaktionen und die Vermittlungserfolge, vielleicht auch die öffentliche Meinung zur Ausstellung. In der bereits erwähnten „Mädchen-Ausstellung“ 2006 im Historischen Museum Hannover, endete der Rundgang in einem Raum, in dem Besucher die Gelegenheit hatten Kommentare, Wünsche oder Fragen auf einen Zettel zu schreiben und an den Wänden zu befestigen. Diese Kommunikation zwischen den Besuchern und mit dem Museum erwies sich als wesentlich intensiver und mehr frequentiert als das obligatorische „Besucherbuch“. An den Kommentaren ließen sich teilweise sehr emotionale Auseinandersetzungen mit den Ausstellungsinhalten ablesen, die auf diese Weise ein Ventil erhielten. An diesen Reaktionen lässt sich unter anderem der Vermittlungserfolg der Ausstellung ablesen.

Die Ziele einer Ausstellung können sehr vielfältig sein und reichen von großer Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit über erhebliche Einnahmen für das Museum bis hin zu Besuchsrekorden. Auch bei der Präsentation und Vermittlung einer

Ursula. *Szenografie in Ausstellungen und Museen*. [Vorträge aus den drei Szenografie-Kolloquien ... 1. Kolloquium "Szenografie in Ausstellungen und Museen" vom 23. bis 24.11.2000, 2. Kolloquium "Raumkriterien und Innenraumgestaltung" vom 30.1. bis 1.2.2002, 3. Kolloquium "Hybride Räume" vom 22. bis 24.1.2003] Essen 2004, S.76.

180 Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern, 2000, S. 22.

Ausstellung umfassen die Ziele ein schlichtes Erstaunen und Beeindrucken der Besucher oder aber den konkreten Lernerfolg.

Zunächst ist die Feststellung notwendig, so trivial sie auf den ersten Blick erscheinen mag, dass Museumsfachleute ihre Ausstellungen nur selten als Dienstleistungen an ein Publikum auffassen. Meist sind ihre Darbietungen geprägt durch den Fachhintergrund, durch den Versuch, wissenschaftliche Objektivität herzustellen; dies gilt auch dann, wenn derartige Ziele eher implizit sind. Museumsbesucher hingegen gehen meist in ein Museum, um sich zu zerstreuen, und keinesfalls, um ein spezifisches Ziel – sei es ein Bildungsziel oder eine andere instrumentale Absicht – zu verfolgen. Das heißt, Menschen gehen aus ähnlichen Gründen ins Museum, wie man ein spezielles Programm des Fernsehens einschaltet oder andere Freizeitbeschäftigungen ausführt.¹⁸¹

In den vergangenen Jahrzehnten ist bereits ein Paradigmenwechsel vom Exponat als Zentrum der Ausstellung hin zu einer stärkeren Besucherorientierung zu verzeichnen. *„Besucherorientierung ist kein Produkt, sondern ein Prozess. Die Beurteilung der Qualität jeder Dienstleistung ist subjektiv, sie liegt in der Diskrepanz zwischen Besuchererwartung und dem, was tatsächlich passiert.“*¹⁸² Für ein positives Besuchserlebnis ist es förderlich dem Besucher das Gefühl zu vermitteln, kein Fremdkörper in den Räumen zu sein, sondern ein gern gesehener Gast. Zu diesem Zweck kann es hilfreich sein ihn in Ausstellungstexten anzusprechen, was eine Vertrautheit anstelle der oft herrschenden wissenschaftlichen Distanz aufbaut. Obwohl im musealen Kontext der Geldbeutel des Besuchers (noch) nicht so wichtig ist wie in Freizeitunternehmen der freien Wirtschaft, empfiehlt es sich dennoch den Service-Gedanken dieser Betriebe zu übernehmen.¹⁸³

Folgende acht Faktoren, nach denen der Besucher sein Museumserlebnis beurteilt, sind die wichtigsten Aspekte musealer Dienstleistungen:

- die räumliche Situation (Architektur des Gebäudes, Gestaltung der Ausstellungs- und Funktionsräume);
- Standort-Faktoren (Öffnungszeiten, Erreichbarkeit, Ausschilderung, Preisgestaltung);
- das physische Wohlbefinden (Temperatur, Lärmpegel, Sitzmöglichkeiten, Sauberkeit, sanitäre Anlagen, Erste Hilfe);
- schriftliche Informationen (Faltblatt, Ausstellungsführer, Kataloge, Fremdsprachenangebot);
- Orientierungsmöglichkeiten (schriftliche und/oder audiovisuelle Wegweiser, Beschilderung, klare Wege);
- Ausstellungsgestaltung und -vermittlung (Qualität der Ausstellung, der Gruppenbegleitung, des Begleitpersonals);
- persönliche Kommunikation zwischen Besucher und Museumspersonal (Freundlichkeit, Kompetenz, Beschwerdemanagement);

181 Faulenbach, 1991, S.44.

182 Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern, 2000, S. 56.

183 Vgl. Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern, 2000, S. 18 und siehe auch: Kaiser, Brigitte. *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen – Museale Kommunikation in kunstpädagogischer Perspektive*. Bielefeld 2006, S.205.

- Serviceangebote (Shop, Gastronomie).¹⁸⁴

Überraschend ist an dieser Liste von Faktoren der geringe Anteil des Ausstellungsinhalts. Ein Museumsbesuch findet in der Freizeit statt, die begrenzt und somit wertvoll ist. Durch diesen immateriellen Wert ist das Gesamterlebnis 'Museum' gravierender, denn in seiner Freizeit kann ein Mensch selbst bestimmen und auswählen, was ihm in der täglichen Arbeit oft vorgeschrieben wird. Hier möchte er einen maximalen 'Gewinn' in Form von Lust/Spaß/Unterhaltung erreichen, gleichgültig welcher Aktivität er nachgeht.

Um zu möglichst vielen gewünschten Erlebnissen zu kommen, hat sich bei den Menschen das Konzept der Erlebnistrationalität herausgebildet. Die Erlebnisorientierung wird also systematisiert. Die häufigste Variante der Erlebnistrationalität ist der Versuch, durch Veränderungen der äußeren Situation auf das eigene Innenleben einzuwirken, um dadurch schöne Erlebnisse herbeizuführen.¹⁸⁵

Umso wichtiger wird der Service und die Anpassung der Ausstellung auf die Wünsche und Bedürfnisse des Besuchers, denn andernfalls wird er dem Museum in Zukunft fernbleiben und seine negativen Erfahrungen als schlechte Mundpropaganda verbreiten. *„Je lustvoller und erregender die potentiellen Besucher ein Museum einschätzen, desto stärker sind sie bereit, die Kulturinstitution zu besuchen, in ihr zu verweilen, [...]. Des Weiteren empfinden sie eine lustvoll und erregend gestaltete Umwelt als lernattraktiver.“*¹⁸⁶

184 Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern, 2000, S. 50.

185 Goronzy, Frederic. *Erlebniswelten – Grundlagen, Untersuchungen, Auswertung*. Saarbrücken 2006, S.12.

186 Terlutter, 2000, S.262.

4. Wahrnehmung und Emotionen für eine nachhaltige Vermittlung in Museen

Die Erfassung von Informationen durch das Betrachten von Exponaten und Lesen von Erklärungen scheint im musealen Kontext so selbstverständlich wie das Atmen, doch besonders bei der Prüfung von Ausstellungen auf ihre Eignung für unterschiedliche Interessens- und Bildungsgruppen ist es essentiell sich diese Abläufe neu vor Augen zu führen. Wenn nicht nur die naheliegendsten Ausstellungsmethoden wie das Präsentieren eines Exponats inkl. Beschriftung oder das Anbringen von Texten und Fotos auf Stellwänden verwendet werden, gibt es eine Reihe wichtiger Prinzipien der Wahrnehmung und Verarbeitung äußerer Sinnesreize, die im Folgenden erläutert werden sollen. Das Ziel ist nicht vorrangig mit den Erkenntnissen der Wahrnehmungspsychologie Ausstellungen zu entwerfen, die um jeden Preis alle fünf Sinne ansprechen, sondern die Prozesse zu verstehen, die auch traditionelle Ausstellungen initiieren. Ohne dieses Verständnis ist es nicht möglich zwischen beabsichtigten und unbeabsichtigten Wahrnehmungen zu unterscheiden und sie bei der Planung zu berücksichtigen. Zu diesem Zweck ist es notwendig sich mit für Museumswissenschaften eher untypischen Fachbereichen wie der Neuropsychologie oder Lernpsychologie zu beschäftigen, die bislang für die Ausstellungsgestaltung kaum eine Rolle gespielt haben. Die Abhandlungen sind nach drei Gesichtspunkten strukturiert: 1. die rein physiologische Wahrnehmung und neurologische Verarbeitung, 2. die lernpsychologische Verankerung von Informationen im Gehirn und 3. die Rolle der Emotionen für diese Prozesse.

4.1 Die Sinnesorgane und ihre Wahrnehmungsprozesse

Die meisten Menschen unterscheiden zwischen fünf Sinnen: Sehen, Hören, Fühlen, Riechen und Schmecken. Aufgrund von verstärkter Forschung in den letzten Jahrzehnten ist man allerdings davon abgekommen die Sinne rigoros zu trennen und als einzeln zu betrachten, denn sie funktionieren als Kooperationen und werden von weiteren „Sinnen“ ergänzt, die dem Gehirn über die inneren Befindlichkeiten und

Wahrnehmungen des Körpers Auskunft geben. So werden insgesamt sechs Sinnesarten differenziert:

1. die visuelle Wahrnehmung,
2. die auditive Wahrnehmung,
3. die taktile Wahrnehmung,
4. die vestibuläre Wahrnehmung (der Gleichgewichtssinn),
5. die Tiefenwahrnehmung (Informationen aus dem eigenen Körper) und
6. die chemische Wahrnehmung (Riechen und Schmecken).¹⁸⁷

Die folgenden Ausführungen konzentrieren sich vorrangig auf die Sinne, die Außenreize aufnehmen und weiterleiten und die „innere Wahrnehmung“ des Körpers wird nicht weiter behandelt, da sie für den Ausstellungskontext nur zweitrangig ist. Die Wahrnehmungsprozesse durch die einzelnen Sinnesorgane bzw. die Verarbeitung der Reize im Gehirn werden im Folgenden vorgestellt und eine Anwendung auf den musealen Kontext vorgenommen.

Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse allgemein

Das Gehirn besitzt zwölf Hauptnervenpaare, die in verschiedenen Bereichen liegen und von denen fünf Außenreize verarbeiten. Die einzelnen Sinne sind bei Menschen unterschiedlich stark ausgeprägt, was sich beispielsweise an der Lichtempfindlichkeit und dem Farberkennen oder an der Unterscheidung von Tönen zeigt. Generell lässt sich feststellen, dass der Mensch darauf ausgelegt ist Veränderungen wahrzunehmen. *„Viele Merkmale der Umwelt sind nur schlecht oder gar nicht passiv erfahrbar; d.h. Auflegen eines Objektes auf die unbewegte Haut bzw. Bewegung eines Gegenstands über dieselbe genügen nicht. Erforderlich sind aktives Berühren und Tasterfahrungen, denen ein sich ständig veränderndes Stimulationsmuster zu Grunde liegt.“*¹⁸⁸ So werden neue Reize in Form einer Bewegung oder das Berühren einer Oberfläche registriert. Wenn allerdings der Reiz dauerhaft wirkt, kann er nach kurzer Zeit nicht mehr festgestellt werden. Gleiches gilt

187 Vgl. May, Mark „Raumwahrnehmung“ in: Frensch, Peter A, und Joachim Funke. *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Kognition*. Göttingen 2006, S.173.

188 Kiese-Himmel, Christiane „Wahrnehmung taktiler Reize“ in: Frensch, Peter A, und Joachim Funke. *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Kognition*. Göttingen 2006, S.149.

für Temperaturschwankungen wie auch für Gerüche und Geräusche.¹⁸⁹ Die ausgeprägtere Wahrnehmung für Bewegung beeinflusst die Erinnerung, bei der wiederum das Erinnern an Sequenzen leichter fällt als an Bilder.¹⁹⁰ Die gleichzeitige Aufnahme von verschiedenen Reizen ist nahezu unbegrenzt.

Der „unterbewusste“ Verstand verarbeitet unsere Wahrnehmungen auf der somatisch-sinnlichen Ebene nach dem Reiz- und Reaktionsmechanismus. [...] Auf der sinnlich-bewussten Ebene speichert und verarbeitet unser Gehirn eine Abfolge aller Ereignisse, die im Bereich seiner Sinneswahrnehmungen vom Augenblick der Empfängnis bis in die Gegenwart in jeder Sekunde stattfinden. Intensive Reize und Lernakte werden ins Langzeitgedächtnis überführt.¹⁹¹

Die Menge der aufgenommenen Reize wird durch das menschliche Gehirn wie folgt strukturiert. In der **visuellen Wahrnehmung** geht der Mensch in mehreren Schritten vor. Als Erstes wird das Sichtfeld als Ganzes wahrgenommen und die einzelnen Elemente in Kategorien geteilt. Im Beispiel eines Raumes werden feststehende Elemente, Platz für mögliche Wege und Personen registriert. Nach dieser so genannten Globalauswertung wird der Raum visuell abgetastet und die Kategorisierung überprüft. Die konkrete Aufmerksamkeit des Betrachters wird besonders durch Bewegungen und starke Licht-/ Farbkontraste angezogen. Erst in einer dritten Betrachtungsstufe konzentriert sich das Auge auf ein bestimmtes Element und analysiert dieses. Das visuelle Kortexareal des Gehirns erhält einen Reiz, z.B. wird ein Gegenstand gesehen. Das Auge ermittelt die Form anhand der Außenkanten und offensichtlichen Strukturen des Gegenstandes ebenso wie die Farbe und Größe. Die Reize werden im Gehirn mit bereits gespeicherten visuellen Informationen abgeglichen und u.U. als ein bekannter Gegenstand registriert. Ebenso geht das menschliche Gehirn bei abstrakten Zusammenhängen oder Situationen vor.¹⁹² Dieser Prozess dauert ca. 150ms und beinhaltet die Verarbeitung des Reizes durch 5-10 Neuronen.

Falls der Gegenstand unbekannt ist, wird er als Ergänzung bzw. Abwandlung eines bekannten Gegenstandes gespeichert, der den gegebenen Informationen am ähnlichsten ist. Gesetzt den Fall, dies ist gleichwohl nicht möglich, durchläuft der Reiz für kurze Zeit weitere Analyseprozesse im Gehirn und wird anschließend

189 Vgl. Guski, Rainer. *Wahrnehmung: eine Einführung in die Psychologie der menschlichen Informationsaufnahme*. Stuttgart 2000, S.14.

190 Vgl. Mayer, Martin R.. *Effektiv und mit Leichtigkeit lernen*. Petersberg 2006, S.36.

191 Holler, Johannes. *Das neue Gehirn : ganzheitliche Gehirnforschung und Medizin ; Modelle, Theorien, praktische Anwendung*. Südergellersen 1991, S.270/271.

192 Vgl. Gössel, 2004, S.72.

schlicht und ergreifend „vergessen“.¹⁹³ Nach einem ähnlichen Schema werden auch die übrigen Sinneswahrnehmungen verarbeitet. Unterschieden werden sollte dennoch zwischen den aktiven und passiven Wahrnehmungen. Beim Berühren von Oberflächen oder ganzen Gegenständen ist der Mensch aktiv und muss mindestens seine Finger bewegen, um etwas zu fühlen und so einen Sinnesreiz zu erhalten. Bei den anderen Sinneswahrnehmungen lässt sich ebenfalls das bewusste und unbewusste Wahrnehmen von Geräuschen, Gegenständen oder Gerüchen unterscheiden. Beispielsweise ist durch das bewusste Hinhören, also Absuchen des gesamten Schalleindrucks möglich, selbst unauffällige Geräusche herauszufiltern und zu erkennen.

Die Aktivität des Fühlens wird besonders von Erwachsenen wenig ernst genommen, dabei ist es die wichtigste Aktivität beim Lernen jedes Menschen. Für Kleinkinder bedeutet „Schauen“ immer das Anfassen mit den Händen, von allen Seiten Befühlen und schließlich Schmecken. Auf diese Art und Weise baut sich die Grundstruktur des Gehirns mit all seinen Informationen auf und nur mühsam gewöhnt man sich das aktive Erfassen wieder ab. Die **haptische Wahrnehmung** bedarf, als Unterkategorie der allgemeinen taktilen Wahrnehmung, der Zusammenarbeit von drei Systemen: das motorische System erlaubt das Greifen und aktive Fühlen durch Bewegung, das sensorische System nimmt die vorhandenen Reize auf und das kognitive System verarbeitet und speichert die gesammelten Informationen.¹⁹⁴ Durch die haptische Erfahrung werden Informationen zu Temperatur, Größe, Gewicht, mechanische Reize (Bewegungen), Oberflächenbeschaffenheit und somit Material, vielleicht sogar ungefähres Alter und Wert ermittelt. Die Hand ist mit ihren ca. 2.000 Mechanorezeptoren in jeder Fingerkuppe für das Tasten am Besten geeignet.¹⁹⁵ Auf diese Weise stehen wesentlich mehr Informationen zur Verfügung als bei reinem Betrachten eines Gegenstandes und somit auch mehr Möglichkeiten ihn zu kategorisieren, „zu erkennen“ und zu verstehen bzw. abzuspeichern. Durch die notwendige Bewegung beim Befühlen eines Gegenstandes werden weitere Wahrnehmungs- und Speicherungspotentiale gewonnen.

193 Näheres hierzu in Kapitel 4.2.

194 Vgl. Kiese-Himmel, 2006, S.149.

195 Vgl. Ebd. S.149.

Das Auf- und Abgehen beim Auswendiglernen, die gestische Begleitung beim Erlernen von neuen Liedern oder Wörtern, die Lernerfolge beim Mitschreiben von Gehörtem oder die kreativen Ideen beim Spazieren gehen sind nur einige Beispiele, die verdeutlichen, dass die Beteiligung motorischer Zentren des Gehirns offensichtlich eine wesentliche Rolle bei Verarbeitungs-, Lern- und Erinnerungsvorgängen spielt. Ein Lernen ohne Bewegung, ohne Verknüpfung mit der Wahrnehmung und der Motorik ist heute nicht mehr denkbar.¹⁹⁶

Gleiches gilt für das aktive Erfassen von Gegenständen und in Fällen, in denen die haptischen Reize in keinem direkten Zusammenhang mit anderen Sinnesreizen wie dem Hören stehen. Es konnte bewiesen werden, dass der Hörkortex des Gehirns wesentlich aktiver war, wenn gleichzeitig Fühlerfahrungen gemacht wurden.¹⁹⁷ In kleinen Ansätzen wird in Museen bereits die Möglichkeit zu eigener Aktivität gegeben, aber bei einer Verinnerlichung der Notwendigkeit für eine effektive Vermittlung wäre es empfehlenswert in Zukunft weiteren Raum für Aktivbereiche nicht nur für Kinder sondern auch für Erwachsene einzurichten.

Von den meisten Menschen wird der Tastsinn als weniger wichtig als **das Gehör** eingeschätzt, was durchaus berechtigt ist, denn:

Durch das Gehör kann die Entfernung und Richtung von Reizen, in diesem Fall Schallquellen, sowie deren Bewegung, wie es etwa bei vorbeifahrenden Autos der Fall ist, wahrgenommen werden. Auch die akustische Qualität von geschlossenen Räumen, etwa ob der Raum groß, klein, möbliert oder leer ist, aus welchem Material die Wände bestehen etc., wird über das Gehör vermittelt.¹⁹⁸

Dieses Organ wird wiederum durch haptische und visuelle Wahrnehmung unterstützt.¹⁹⁹ Auf der anderen Seite wirkt ein Raum nicht realistisch, wenn man nicht die erwartete Akustik vorfindet. Dies ist besonders in Museen prekär. Der Besucher läuft durch eine extrem leise Ausstellung; abgesehen möglicherweise von einigen Hörstationen, die mit Kopfhörern oder Fokus-Lautsprechern arbeiten und den Geräuschen anderer Besucher. Der Mensch ist derlei geprägt, dass er auf Basis von einigen Sinneseindrücken und seiner bisherigen Erfahrung die Gesamtwahrnehmung um die fehlenden Reize ergänzen kann, ebenso wie man einen Lückentext ausfüllt. Das Bild der Niagarafälle ruft in seinem Gehirn die Ergänzung von tosendem Wasser hervor. Genauso wird mit dem Geräusch einer Fahrradklingel ein Fahrrad assoziiert.

196 http://cdl.niedersachsen.de/blob/images/C4192318_L20.pdf, 18.09.08.

197 Vgl. Reinberger, Stefanie „Teamwork der Sinne“ unter: http://www.scinexx.de/inc/artikel_drucken_komplett.php?f_id=351&a_flag=2, 18.09.08.

198 Lugmair, Katherina. *Sensorische Integration – Raumwahrnehmung unter besonderer Berücksichtigung des Kindesalters*. Dissertation 2006 veröffentlicht unter: http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=983067856&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=983067856.pdf, 18.09.08.

199 Vgl. Reinberger, 2007 unter: http://www.scinexx.de/inc/artikel_drucken_komplett.php?f_id=351&a_flag=2, 18.09.08.

Bis zum Erreichen des Erwachsenenalters hat man mehrere Fahrräder gesehen und das Klingeln gehört, genauso wie man weiß, dass an einem Wasserfall das Geräusch von stürzenden Wassermassen zu hören ist. Hierbei handelt es sich um das Prinzip der intermodalen Kongruenz:

Wenn Geruchs-, Gehör-, Seh- und taktiler Sinn alle zum gleichen Ergebnis kommen, dann stimmt das Wahrgenommene wahrscheinlich. [...] das System wird durch Vertrauen auf die Validität des Kontingenzkriteriums in hohem Maße verführ- und täuschbar. Wenn es gelingt, durch manipulative Verfahren eine artifizielle Kongruenz verschiedener Sinnessignale zu erzeugen, dann hat das Gehirn keine Chance herauszufinden, dass es getäuscht worden ist. Systeme, die virtuelle Realität erzeugen, beweisen dies auf eindrucksvolle Weise.²⁰⁰

In einer Ausstellung soll dem Besucher meistens neues Wissen vermittelt werden. Wenn er also eine inszenierte Küche von 1830 sieht, hat er keine Vorstellung welche Geräusche in diesem Raum entstehen und kann sie somit nicht in seinem Kopf ergänzen. Ohne Hintergrundgeräusche wirkt die Inszenierung auf ihn wie eine tote Kulisse und die Objekte erhalten keinerlei Bedeutung abgesehen von den auf Schildern zu lesenden Hinweisen.

Ein Organ das nach wie vor unterschätzt wird ist die Nase und somit der **olfaktorische Sinn**.

Physiologisch wie auch psychologisch nehmen Gerüche Einfluss auf Gefühle, auf Urteilskraft, auf Handlungen und Verhaltensweisen des Menschen. Der Großteil dieser Einflussnahme durch Duft geschieht im Unterbewusstsein. Selten können Handlungen und Überlegungen bewusst kontrolliert und mit Verstand korrigiert werden, und wenn dann nur, wenn sich der Mensch der Beeinflussung durch die Beduftung bewusst ist.²⁰¹

Ein ungeübter Mensch kann zwischen 372 unterschiedlichen Gerüchen unterscheiden. Der Duftstoff wird durch Rezeptoren in der Nasenschleimhaut aufgenommen und weitergeleitet. *„An der weiteren zentralnervösen Verarbeitung von Riechreizen sind die Amygdala oder der Hippocampus beteiligt, also Strukturen, die an der Verarbeitung von Emotionen bzw. von Gedächtnisinhalten beteiligt sind.“*²⁰² Bei geringer Dosierung des Duftstoffes (z.B. genügen ein Milligramm Vanille auf 1000m³ Luft) ist es möglich einen Geruchsreiz auszulösen ohne dass er erkannt oder bewusst als solcher wahrgenommen wird. Der Mensch riecht in diesem Fall nur

200 Singer, Wolf „Das Bild im Kopf – aus neurobiologischer Perspektive“ in: Graf, Bernhard; Müller, Astrid B. (Hrsg.). *Sichtweisen – Zur veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen*. Wiesbaden 2005, S.151.

201 Prüfungsarbeit von Silke Bochat an der Köln International School of Design, 1999; veröffentlicht auf: www.olfaktorik.de, 18.09.08.

202 Hummel, Thomas; Reden, Jens; Frasnelli, Johannes „Geruchs- und Geschmackswahrnehmung“ in: Frensch, Peter A, und Joachim Funke. *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Kognition*. Göttingen 2006, S.153.

„etwas“. Damit der Geruch erkannt wird, muss die Dosierung 50mal höher sein. Die Methode der Raumbeduftung oder des Duftmarketings wird in der freien Wirtschaft bereits zur Kaufanimation oder auch nur zur Steigerung des Wohlbefindens eingesetzt ohne dass es von den Kunden bemerkt wird. Die Effektivität dieser Methode lässt sich am Beispiel einer Bäckerei mit frisch duftenden Backwaren nachvollziehen. Der potentielle Kunde nimmt den Geruch wahr und verspürt nun häufig die plötzliche Motivation ein frisches Brot oder einen Kuchen zu kaufen. Etwas subtiler ist der Einsatz von künstlichen Beduftungsanlagen, die in einem Supermarkt in der Frischwarenabteilung den Geruch von „knackigem Obst und Gemüse“ versprühen. Interessanterweise fällt es Menschen sehr schwer allgemein verständliche und zutreffende Beschreibungen für Düfte zu finden.

Düfte sprechen im Gehirn neben der reinen Wahrnehmung der unterschiedlichen Nuancen die Emotionen an und rufen automatisch Erinnerungen ab, die wie „Ideenblitze“ im Kopf auftauchen. *„Mit >Erinnerungen< sind die einzelnen und disparaten Akte der Rückholung oder Rekonstruktion individueller Erlebnisse und Erfahrungen bezeichnet.“*²⁰³

Durch diesen Umstand ist der Mensch von Gerüchen am leichtesten zu beeinflussen. Das limbische System, das maßgeblich für die Gedächtnisbildung verantwortlich ist, hat eine direkte Verbindung sowohl zur Amygdala, dem „Emotionszentrum“ als auch zum Geruchssinn. Diese Funktionen und Reaktionen laufen automatisch ab und können nicht gesteuert werden. Aus diesem Grund kann schlechter Geruch unbewusst Übelkeit verursachen und gleichzeitig zeigt sich hier das Manipulationspotenzial durch die Nase.²⁰⁴ Dies kann nicht nur im „negativen“, sprich kommerziellen Sinne umgesetzt werden, sondern ebenso um die Arbeitsatmosphäre im Büro oder gar den Gesamteindruck eines Museums zu verbessern. In den meisten Museen erwarten den Besucher eher die Gerüche von Reinigungsmitteln, der Klimaanlage oder auch den muffigen Geruch alter Textilien, was nur bedingt der Vermittlung eines dauerhaften und möglichst positiven Eindrucks hilft.

203 Assmann, 1999, S.35.

204 Mayer, Karl C. „Vegetatives Nervensystem“ unter:
http://www.neuro24.de/vegetatives_nervensystem.htm, 19.09.08.

Ähnlich eng an Emotionen geknüpft ist der **Geschmackssinn**, der ein Zusammenspiel aus tatsächlichem Geschmack mit der Zunge und dem Geruchssinn darstellt. 80% der Aromen des Essens werden über die Nase wahrgenommen und nur 20% de facto über die Zunge, weswegen der Geschmackssinn bei Störung der Geruchsfähigkeit eingeschränkt ist. Ebenso wie bei Gerüchen werden mit unterschiedlichen Geschmacksnoten Erinnerungen assoziiert, die jedoch aufgrund des großen Konsums an ähnlichen Nahrungsmitteln in irgendeiner Art und Weise ungewöhnlich sein müssen, um von Dauer zu sein.

Wahrnehmungsfähigkeiten des Menschen und ihre Anwendung im Museum

Bislang gibt es nur Schätzungen wie viele Informationen das menschliche Gehirn aufnehmen kann, das beim Durchschnittsmenschen nur 10% seiner Kapazität ausnutzt. *„Nach Pieter van Heerden würde es die unvorstellbare Zahl von 3×10^{11} elementaren, binären Nervenimpulsen erfordern, um zu erreichen, dass das Gehirn nur ein Bit Information pro Sekunde ein ganzes Leben lang speichert.“²⁰⁵* In Wirklichkeit ist die Menge wesentlich größer. Mit all seinen Sinnen erfasst der Mensch einen Raum komplett, nur laufen die meisten Prozesse unbewusst ab. Kaum jemand kann sich an alle Gegenstände eines Raumes erinnern, nachdem er ihn verlassen hat, weil er seine Aufmerksamkeit nicht auf diese Aufgabe richtet. Obwohl die visuelle Wahrnehmung allgemein als dominant gilt, ist dies keineswegs richtig. Alle Sinne sind von einander abhängig und arbeiten zusammen, um eine vollständige Erfassung zu ermöglichen.

Wir können also davon ausgehen, dass nicht nur die bewusst erfassten Aspekte eines Lerngegenstands gelernt werden, sondern zugleich auch beiläufig oder unterschwellig aufgenommene Merkmale des Gegenstands oder der Situation an sich. Im Gegensatz zu künstlichen Lernumgebungen, in denen die Komplexität des Lerngegenstands absichtlich reduziert wird, um Lerninhalte deutlicher hervorzuheben, sind natürliche Lernsituationen immer mit scheinbar lernirrelevanten Merkmalen wie Details und Kontextinformation überladen.²⁰⁶

In einer Ausstellung werden vorrangig die Augen gefordert, um Exponate anzuschauen und Texte zu lesen. Es stellt sich die Frage was die übrigen Sinne in der Zeit wahrnehmen, während die Augen beschäftigt sind. Die einzelnen Eindrücke wie die Raumtemperatur, die Farben der Wände, der Fußbodenbelag, das Geräusch

205 Holler, 1991, S.273.

206 Vgl. Perrig, Walter J.; Eckstein, Doris; Meier, Beat und Sollberger, Bernhard „Unbewusste Wahrnehmung und ihre praktische Bedeutung“ in: Kersten, Bernd. *Praxisfelder der Wahrnehmungspsychologie*. Bern, 2005, S. 60.

des Luftbefeuchters und die Aufsichtskräfte bilden einen Gesamteindruck.²⁰⁷ Diesen kann der Besucher vielleicht nicht einmal in Worte fassen, dennoch beeinflusst er seine Meinung über die Ausstellung, was er anderen Personen davon berichtet und sein etwaiges Wiederkommen. Die Wahrnehmung des Besuchers ist zu wertvoll, als dass sie durch fehlende Einbeziehung in das Konzept ungenutzt bleibt. Ziel sollte sein die Ausstellung mit einem positiven und besonders nachhaltigen Eindruck auf den Besucher zu gestalten, der mit allen Sinnen erlebt werden kann.

In der obigen Erläuterung zu den einzelnen Sinnen und den zugehörigen Wahrnehmungsprozessen ist deutlich geworden, dass die Erfassung und Erkennung eines Gegenstandes (oder einer räumlichen Situation) immer einer Kooperation der verschiedenen Sinne bedarf. In diesem Prozess sind die einzelnen Sinneseindrücke nicht gleichwertig, also auch nicht einfach austauschbar. Visuelle Reize vermitteln andere Informationen als haptische oder auditive und ergänzen sich somit, anstatt sich zu ersetzen.²⁰⁸ In einer Lernsituation wie sie das Museum darstellt wird die Wahrnehmung der Exponate dadurch erschwert, dass sie eben nicht mit allen Sinnen erfasst werden können. Verantwortlich hierfür sind als erstes konservatorische Gründe, um die Objekte vor äußeren Einflüssen z.B. durch Betasten zu beschützen und so dauerhaft zu erhalten. Ein zweiter nicht zu unterschätzender Grund ist die Museumsdefinition als einem Ort, an dem man die Ausstellung vorrangig durch die Augen, in manchen Fällen ebenfalls durch die Ohren, wahrnimmt. Sowohl in einem Experiment mit einer Gruppe von Studenten²⁰⁹, denen teils bekannte und teils fremde Objekte zur multisensualen Erfassung gegeben wurden, als auch in der Museumspädagogik mit Kindern und Erwachsenen hat sich gezeigt, dass das Betasten, in der Hand „wiegen“, Erriechen und u.U. Ausprobieren von Objekten für das Erkennen dieser Objekte essentiell ist. Durch visuelle Eindrücke lässt sich die Größe, Farbe und Form eines Gegenstandes bestimmen. Über das Gewicht, Material und die Oberflächenstruktur lassen sich nur Vermutungen äußern.

207 Waidacher, Friedrich. "Ausstellungen besprechen." unter: <http://www.vl-museen.de/m-online/00/00-2.pdf>. 26.02.2008.

208 Vgl. Guski, 2000, S.161.

209 Teilnehmer des Seminars „Langweilige Museen? Nein, danke! - Hören, Sehen und Fühlen im Museum“ im SS08 am Historischen Seminar der Leibniz Universität Hannover.



Abbildung 23:
Fischbetäuber

Am Beispiel eines Fischbetäubers (siehe Bild) soll der Wahrnehmungsprozess in einzelnen Schritten verdeutlicht werden. Der Gegenstand wurde für den Test ausgewählt, auch wenn es sich hierbei um keinen historischen Gegenstand handelt, weil er der Mehrheit der Personen fremd war, also nur Angler ihn auf Anhieb einordnen können. In der ersten Phase der Erfassung sollten die Studenten auf ihren visuellen Eindrücken basierend Vermutungen über die Beschaffenheit und Funktion des Objektes äußern. Die Materialien konnten als Holz und Messing eingegrenzt werden und als Funktion wurde allgemeines Hauen, vielleicht in Form eines Gongschlegels vermutet, da der längliche Gegenstand einen Griff aufwies. Auf Anhieb kam die Funktion eines Stößels nicht in Frage, da das eine abgerundete Ende zu klein erschien.

In einer zweiten Phase, in der der Gegenstand in die Hand genommen, betastet und „berochen“ werden durfte, wurde Folgendes festgestellt: das Objekt ist schwerer als erwartet und hat seinen Gewichtsschwerpunkt auf der dem Griff gegenüberliegenden Seite. Die handschmeichelnde Form des Griffs gibt die Benutzungsrichtung vor. Es wird vermutet, dass das vorhandene Gewicht für den Gebrauch wichtig ist und es wird erneut über die Funktion eines Stößels nachgedacht, wobei nach wie vor die Größe des Endes einen Widerspruch darstellt. Das Gerät könnte ein Siegel sein und wirkt benutzt, aufgrund des teilweise aufgesprungenen oder aufgequollenen Holzes am Griff. Es wird festgestellt, dass der Gegenstand u.a. stark metallisch riecht. Hierdurch kann abgesehen von dem kühlen Gefühl beim Betasten und dem Aussehen die metallene Struktur bestätigt werden. Der zweite wahrgenommene Geruch erinnert an „modriges Wasser“ bzw. Schlamm und bei genauerer Betrachtung können Erdreste erkannt werden. Trotz der

Fremdheit des Gegenstandes wird die korrekte Vermutung eines „Fisch-Hauers“ geäußert.

Ein ähnlicher Ablauf ist bei jedem beliebigen bekannten oder unbekanntem Gegenstand zu erwarten, weil die Wahrnehmungs-, Einordnungs- und Erkennungsprozesse immer gleich ablaufen, wenn auch in wenigen Sekunden und nicht wie zur Verdeutlichung sehr detailliert und scheinbar langwierig beschrieben. Das erfolgreiche selbstständige Erkennen eines Gegenstandes löst einen in 4.2 näher erläuterten Stress-Reaktions-Prozess aus, wodurch die dauerhafte Speicherung und somit spätere Erinnerung gewährleistet ist. Wenn der Besucher lediglich in der Lage ist, Vermutungen über ein Exponat aufgrund von unzureichenden Informationen durch eingeschränkte Sinneseindrücke zu speichern, wird die geschaffene Erinnerung nicht von Dauer sein, da die synaptische Verschaltung zu wenig ausgeprägt ist. (Für weitere Details siehe 4.2)

Dem Prinzip von Paul Watzlawick entsprechend „Man kann nicht nicht kommunizieren“, ergibt sich, der Besucher als Rezipient der Kommunikation des Ausstellungsgestalters kann nicht nicht lernen.²¹⁰ Die Frage ist nur, ob er den Ausstellungszielen entsprechend lernt. Sehr schnell kann es hier zu Misskommunikation kommen. *„Die verbreitete Ansicht, die Exponate könnten kraft ihrer Aura für sich selbst sprechen, mag zutreffen, wenn lediglich ein diffuses Stimmengewaber erzielt werden soll.“*²¹¹ So erwarten oft Ausstellungsgestalter zu viel von dem Besuch, indem sie davon ausgehen, der Besucher würde ihre „Zeichensprache“ verstehen und wissen was ein bestimmter Gegenstand symbolisiert und wie er in den Kontext einzuordnen ist.²¹² Dies scheint übertrieben, entspricht aber der Realität in einem Großteil der Museen und Ausstellungshäuser. Ausstellungen sind eine Kommunikation zwischen dem Museum und dem Besucher. Bei einem beliebigen Thema wie z.B. dem Mittelalter in Niedersachsen wird eine Ausstellung mit den Schwerpunkten Glauben, Ernährung und Wohnsituation entworfen. Der Ausstellungsgestalter wählt als Sinnbild für die Kirche den

210 Vgl. Grötsch, Dr. Kurt „Emotionales Management und emotionales Lernen in Erlebniswelten“ in: Nahrstedt, Wolfgang. *Lernen in Erlebniswelten: Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft* IFKA-Schriftenreihe ; Bd. 22. Bielefeld 2002, S.42.

211 Derks, 2000, S. 211.

212 Vgl. Korff, Gottfried „Vom Verlangen, Bedeutungen zu sehen“ in: Borsdorf, Ulrich; Grütter, Heinrich Theodor; Rösen, Jörn (Hrsg.). *Die Aneignung der Vergangenheit - Musealisierung und Geschichte*. Bielefeld 2004, S.102.

reichverzierten Umhang des Hildesheimer Bischofs Bernward und ein Armreliquiar aus. Diese beiden Exponate werden in Vitrinen unter angemessenen konservatorischen Bedingungen ausgestellt. Im Hintergrund ist ein gregorianischer Choral zu hören.

Der Besucher betritt die Ausstellung, hört die Musik und sieht die zwei Exponate. Die Objekte vermitteln durch ihre Verzierung einen gewissen Wert und eine mögliche Verbindung mit der Kirche durch religiöse Ornamente. Die Musik vermittelt eine weihevollen Atmosphäre, was auf den Besucher einen ersten Eindruck macht. Wenn er nicht die zugehörigen Schilder lesen würde, hätte er nur gelernt, dass es im Mittelalter reichverzierte und teure Kleidung und Gegenstände in der Kirche gab. Die Beschilderung erklärt dem Besucher aus welchen Materialien die Gegenstände sind, wer der aktuelle Besitzer ist und gibt eine Kurzinformation über die Person des Bernward von Hildesheim und die weitverbreitete Praxis des Reliquien-Sammelns. Besonders bei sehr fremden Themen sollten die zu erzielenden Erkenntnisse und Erläuterungen in die heutige „Zeichensprache“ übersetzt werden, damit der Besucher ohne Vorbildung zum Reliquien- und Heiligenkult des Mittelalters etwas damit anfangen kann.

4.2 Lernen – die Verankerung von Informationen im Gehirn

In diesem Unterkapitel soll der Prozess der Verarbeitung und etwaigen Verankerung von Informationen im Gehirn erläutert werden, um wichtige Prinzipien für die Anwendung in Ausstellungen zu erarbeiten.

Die Aufnahme von Informationen ins Gedächtnis

Das menschliche Gehirn ist ein Nervensystem, bestehend aus ca. 100 Milliarden Neuronen und vernetzt durch bis zu 500 Billionen Synapsen (neuronale Verbindungen), das vorrangig im Kleinkindalter ausgebildet und später durch bewusste und unbewusste Lernprozesse ergänzt und umstrukturiert wird. Das Gedächtnis besteht aus einer Reihe von Untergliederungen. Im Ultrakurzzeitgedächtnis oder sensorischen Gedächtnis werden Informationen (auch unbewusst) für eine Zeitspanne von einigen Millisekunden bis zu 20 Sekunden

gespeichert und abgerufen.²¹³ Hier werden z.B. sämtliche visuelle oder auditive Eindrücke eines Gesprächs oder einer Szene aufgenommen. In der nächsten Stufe des Kurzzeitgedächtnisses oder Arbeitsgedächtnisses können max. sieben Informations-Einheiten behalten werden. Eine Zeitspanne wird in den wenigsten Quellen genannt. Bei Wiederholen der Einheiten werden sie in das Langzeitgedächtnis aufgenommen, das eine Erinnerung von mehreren Minuten bis zu Jahrzehnten je nach Intensität des Reizes gewährleistet.²¹⁴ *„Das Langzeitgedächtnis ist kein passiver Speicher von Informationen, sondern höchst aktiv: Informationen werden kontext- und bedürfnisabhängig enkodiert, verarbeitet, gespeichert, erinnert, reproduziert und neu erzeugt.“*²¹⁵ Alle Reize durchlaufen die unterschiedlichen Gedächtnisstufen nacheinander und werden an den Übergängen nach Wichtigkeit bewertet, gegebenenfalls aussortiert und wieder vergessen.

Ein wichtiger Aspekt beim Übergang von einer Gedächtnisstufe zur Nächsten ist die Aufmerksamkeit, die eine aktive Verarbeitung der äußeren Reize gewährleistet. Durch sie wählt der Mensch aus seiner Umgebung eine Anzahl von Reizen aus, die er näher betrachten oder verfolgen möchte. Die Aufmerksamkeit ermöglicht z.B. die bewusste Einschränkung des Hörfeldes auf eine bestimmte Unterhaltung in einem Raum mit vielen Menschen. Auf die gleiche Weise lässt sich mit den Augen eine Bewegung verfolgen oder mit den Fingern neben der Oberfläche des Papiers die Blindenschrift Braille lesen.²¹⁶

Nach psychologischem Verständnis wird die subjektive Auswahl von Information aus einem großen Informationsangebot durch eine Vielzahl von Faktoren bestimmt. Auf der Seite des Objektes determinieren nicht nur die physikalischen Qualitäten der Reize die Auswahl, sondern auch der momentane Reizkontext. Auf der Seite der Person spielen neben den reizbezogenen Gedächtnis- und Wissenskomponenten vor allem deren augenblickliche Absichten eine Rolle.²¹⁷

Der Reizkontext eines Objekts wird durch seine Präsentation im Raum oder vor einem Hintergrund und die Form, Farbe oder die Oberflächenbeschaffenheit des Objektes bestimmt. Auf die Gedächtnis- und Wissenskomponenten wird weiter unten

213 Vgl. Mayer, 2006.

214 Vgl. <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/GEDAECHTNIS/Informationsverarbeitung.shtml>, 19.09.08. oder: Croisile, Bernard. *Unser Gedächtnis : Erinnern und Vergessen*. Darmstadt 2006, S.19.

215 Meer, Elke van der „Langzeitgedächtnis“ in: Frensch, Peter A, und Joachim Funke. *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Kognition*. Göttingen, 2006, S.346.

216 Vgl. Goldstein, E. Bruce. *Wahrnehmungspsychologie*. Heidelberg 1997, S.108.

217 Bösel, Rainer „Aufmerksamkeitslenkung als pädagogische Strategie“ in: Graf, Bernhard; Müller, Astrid B. (Hrsg.). *Sichtweisen – Zur veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen*. Wiesbaden 2005, S.91.

näher eingegangen. Die Absicht einer Person wird durch seine Bereitschaft der aktiven Wahrnehmung und der Aneignung des Wahrgenommenen definiert, was wiederum von seiner Motivation abhängt (siehe Kap. 4.3). Interessanterweise wird die Aufnahmefähigkeit einer Person durch die Aufmerksamkeit auf einen Teilaspekt der wahrzunehmenden Reize potenziert. Im Falle des Betrachtens eines Gegenstandes lässt sich die Wahrnehmung des gesamten Gegenstandes bei Fokussierung eines bestimmten Punktes an dem Objekt erhöhen.²¹⁸

Nach der Aufnahme einer Information durch eine der verschiedenen menschlichen Sinnesorgane z.B. den Augen wird sie als elektrischer Impuls über die primäre Sehrinde und den visuellen Cortex innerhalb von 300ms an den rinalen Cortex weitergeleitet.²¹⁹ In 4.1 wurde darauf hingewiesen, dass eine höhere Aktivität des Gehirnareals feststellbar ist, wenn ein weiterer Sinnesreiz gegeben wird. Die aktive Beteiligung von mehr Nervenzellen an der Verarbeitung einer Information durch weitere Sinnesreize erhöht die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Verankerung. Lernen ist immer ein aktiver Prozess und wird von verstärkter Aktivität gefördert.²²⁰ Hier fungieren die einzelnen Sinne als eine Art Netz und umso mehr Sinne am Wahrnehmungsprozess beteiligt sind, desto enger sind die Maschen des Netzes und der Reiz hat größere Chancen dauerhaft gespeichert zu werden.²²¹

Die Verarbeitung von Informationen

Der rhinale Cortex versucht die Information mit bereits gespeicherten Worten, thematischen Zusammenhängen oder Sinneseindrücken zu verbinden. Das Gehirn ist als Netzwerk über assoziative Beziehungen von Begriffen, Eigenschaften, Situationen und Ereignissen verbunden.²²²

Erinnerungen können allerdings nur dann stattfinden, wenn die betreffenden Sinneseindrücke mit den Inhalten des Langzeitgedächtnisses rückgekoppelt werden, wenn also Verarbeitungs- und Assoziationsinhalte semantisch organisiert werden können. Alltagssprachlich ausgedrückt:

218 Vgl. Plata, Guido; Goldstein, Eugen Bruce. *Wahrnehmungspsychologie: der Grundkurs*. Berlin 2008, S.141.

219 dpa. „Merken und Vergessen – Wie das Gehirn Informationen sortiert“ in der FAZ vom 15.03.2003 unter:
<http://www.faz.net/s/RubCD175863466D41BB9A6A93D460B81174/Doc-ECB6FAD0C264D4AC49C84DB2B7C2A76BA-ATpl~Ecommon~Scontent.html>, 19.09.08.

220 Haller, Kerstin „Lernen im Museum und im Science Center“ in: Noschka-Roos, Annette (Hrsg.). *Besuchersforschung in Museen – Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München 2003, S. 145.

221 Vgl. Haller, 2003, S. 150.

222 Terlutter, 2000, S.159.

Unterhaltung und Zerstreung findet in Museen nur derjenige, der Kriterien zur Verarbeitung des Gesehenen bereits vor Eintritt ins Museum zur Verfügung hat.²²³

Das große Netzwerk Gedächtnis wird in unterschiedliche ebenfalls verzweigte Bereiche geteilt und gliedert sich in thematische Oberkapitel und Unterkapitel, sprich inhaltliche Schemata. In dem Schemata „Bildung“ finden sich Unterschemata für einzelne Bildungsbereiche wie „Schule“, die wiederum eine Vernetzung aller verwandten Termini und Eindrücke formen z.B. Lehrer, Schüler, Klassenzimmer, Tische, Stühle, Pausen, etc. Die Erfahrung 'In einem Museum kann man neue Dinge lernen.' wird eine Erweiterung des Oberschematas „Bildung“ um das Netzwerk „Museum“ zur Folge haben, wobei jeder neue Aspekt des Museumsbesuch mit den bereits gespeicherten Informationen eines Schultages und anderer Lernumgebungen verglichen und gegebenenfalls als Erweiterung abgespeichert wird. Gedächtnisogramme werden durch häufige Frequentierung „dicker“ und erleichtern so das Abrufen der gespeicherten Informationen. Handlungen oder Wissen, die man häufig ausübt oder abfragt, sind fester verankert und können leichter um neue Aspekte ergänzt werden als ungewohnte Tätigkeiten oder Wissen, das man nur kurz aufgenommen hat.

Kriterien zur dauerhaften Abspeicherung von Informationen

Nach der eingehenden Analyse, während der die Information tausende Neuronen durchlaufen hat, gelangt sie in den Hippocampus und wird dort, soweit ein Anknüpfungspunkt gefunden wurde, abgespeichert. Dies geschieht innerhalb von weiteren 200ms.

Erkenntnis gewinnt man durch Sich-in-Beziehung-Setzen – zu anderen Menschen und Situationen, aber auch zu anderen natur- oder sozialwissenschaftlichen Erkenntnissen. Ziel der Auseinandersetzung ist es, den eigenen Standort zu finden oder diesen neu zu positionieren. Erkenntnis kann also ein Lernerlebnis, Selbsterfahrung, eine Erinnerung oder eine neue Idee sein.²²⁴

Wahrnehmung und die folgende Analyse der Sinnesreize ist demnach eher eine subjektive Interpretation als ein neutrales Abbild der Realität. Zu jedem Reiz wird Position bezogen, indem das Gehirn über die Wichtigkeit entscheidet, ebenso

223 Fliedl, 1988, S.34.

224 Missall, Johannes „'Gnothi seauton' versus 'Is that fun enough?'" in: Kilger, Gerhard; Müller-Kuhlmann, Wolfgang. *Szenografie in Ausstellungen und Museen II: [Beiträge zu zwei Kolloquien der DASA ... 4. "Wissensräume" vom 28. bis 30. Januar 2004, 5. "Kunst und Raum - Raum durch Kunst" vom 27. bis 28. Januar 2005]*. Essen 2006, S.220.

wie über die Größe des Gegenstandes oder der Szene. Die menschlichen Sinne sind nicht in der Lage objektive Messungen vorzunehmen, sondern jede Wahrnehmung ist eine Vermutung und ein Vergleich mit den durch Kindheit und Erziehung geprägten Wert- und Maßvorstellungen. Ein Experiment der Psychologen Bruner und Goodman hat 1947 ergeben, dass die Größeneinschätzung von Münzen bei 10jährigen Probanden stark von ihrer sozialen Herkunft abhing. Kinder aus ärmeren Verhältnissen schätzten die Größe von Münzen wesentlich höher ein als Kinder aus reichem Elternhaus. Zum Vergleich dienten neutrale Pappschablonen, um zu testen, ob die Kinder generell überhöhte Einschätzungen treffen. In den Versuchen wurden Münzen in allen Fällen größer wahrgenommen als die Pappschablonen.²²⁵ Die Wahrnehmung von Exponaten hängt also von der sozialen Selbstwahrnehmung ab.

Andere Experimente der Neurologie haben bestätigt, dass die Wahrscheinlichkeit einer Abspeicherung neuer Informationen von der Vorbildung des Menschen abhängt. Zur Verdeutlichung dient ein überspitzt formuliertes Beispiel: Ein Mann, von Beruf Automechaniker, interessiert sich auch in seiner Freizeit nur für Autos und ist auf dem Gebiet von Tuning und Rennwagen sehr bewandert. Er gewinnt einen Tag bei einem großen Autorennen, der allerdings mit dem Besuch eines Kunstmuseums verbunden ist, denn die Veranstalter möchten dem Tag auch einen kulturellen Aspekt verleihen. Der Automechaniker besucht also das Kunstmuseum, wobei seine Motivation gering ist. Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass er von diesem Museumsbesuch nach einer Woche, nach einem Monat oder nach einem Jahr noch etwas weiß?

Es ist ersichtlich, dass die aufgenommenen Eindrücke im Kunstmuseum, wenn überhaupt, nicht lange im Gedächtnis des Automechanikers haften bleiben. 1. ist seine Motivation sich mit Kunst zu beschäftigen gering (in Kap. 4.3 wird der Einfluss von Emotionen näher erläutert) und 2. hat er durch seine fehlende Vorbildung kaum Anknüpfungspunkte in seinem Gedächtnis, um sich Kunst zu merken. Es hilft keineswegs bei der Verankerung, dass es sich um neue und ungewöhnliche Eindrücke und Informationen im Gegensatz zu Altbekanntem handelt. Der Philosoph und Soziologe Helmuth Plessner²²⁶ wird bei Alexander Klein wie folgt zitiert: „Wir

225 Vgl. Guski, 2000, S.125.

226 Ein Hauptvertreter der philosophischen Anthropologie (*4.September 1892, † 12.Juni 1985).

nehmen nur das Unvertraute wirklich wahr. Um anschauen zu können, ist Distanz nötig.²²⁷ Dieser These ist nach vorliegenden neuropsychologischen Erkenntnissen zu widersprechen, denn: „Lernen (Wissenserwerb) bedeutet die Anbindung neuer Knoten, Umorganisation oder die Verstärkung von vorhandenen assoziativen Verknüpfungen. Der Wissenserwerb erfolgt auf der Basis von Wechselwirkungen zwischen bereits bestehenden gedanklichen Strukturen und neuen Umweltreizen.“²²⁸ Plessner findet insofern Berücksichtigung als neue Reize für die Weiterentwicklung erforderlich sind, jedoch nur in Verbindung mit bereits vorhandenen synaptischen Verschaltungen verarbeitet werden können.²²⁹

Möglichkeiten zur Unterstützung der Gedächtnisintegration

Die Wahrscheinlichkeit würde anders ausfallen, wenn der Automechaniker Assoziationsbrücken von der Kunst zu seiner Person und seiner Vorbildung angeboten bekäme. Solche Assoziationsbrücken können multisensuale Eindrücke²³⁰ sein, bei denen der Mechaniker selbst Hand anlegen darf, bestenfalls mit Geräten die er kennt. Eine Variante dessen ist die sogenannte „immersion“ (= Eintauchen). „Man versteht darunter Ausstellungsgestaltungen, von denen der Besucher mit allen Sinneseindrücken „eingenommen“ wird, also etwa begehbare Räume bzw. solche illusionistischen Umwelten, die quasi-authentische Erlebnisse eines „dort-seins“ vermitteln.“²³¹ Eine andere Methode einer Verknüpfungserleichterung stellt z.B. Nacktheit in der Kunst dar. Eine Aktfoto-Ausstellung wird auch kulturell nicht vorgebildeten Menschen zugänglich sein, weil Nacktheit per se universell ist und der „Bildzeitungs-Leser“ sich täglich damit konfrontiert sieht. So lässt sich das Oberkapitel Nacktheit im Gedächtnis des Besuchers um den Aspekt der Aktfotografie und somit um einen Teil von Kunst erweitern. Eine dritte Möglichkeit ist die Verdeutlichung von Parallelen zwischen der Kunst und seiner Person, seines Berufs

227 Klein, Alexander. *Expositum: zum Verhältnis von Ausstellung und Wirklichkeit*. Bielefeld 2004, S. 124.

228 Terlutter, 2000, S.159.

229 Vgl. Elsner, Norbert und Lüer, Gerd (Hrsg.). *Das Gehirn und sein Geist*. Göttingen 2000, S.111.

230 Multisensual meint hier die Einbeziehung möglichst aller Sinne. Bei Terlutter wird dies multisensorisch und bei Frederic Goronzy wird es biotisches Erleben (Goronzy, Frederic. *Erlebniswelten – Grundlagen, Untersuchungen, Auswertung*. Saarbrücken 2006, S.67) genannt, ist jedoch gleich definiert.

231 Materialien aus dem Institut für Museumskunde. Heft 32. Klein, Hans-Joachim, Wüsthoff-Schäfer, Barbara. *Inszenierung an Museen und ihre Wirkung auf Besucher*. Berlin 1990, S.19.

oder Hobbys durch eindrückliche Ausstellungsgestaltung, besucherfreundliche Beschilderung oder eine Führung, die diese Aspekte in den Vordergrund rücken.

Möglich ist für den Besucher die Einordnung vielfach bei alltagsgeschichtlichen, teilweise auch bei sozialgeschichtlichen Museen, die dem eigenen Standort irgendwie näher sind und damit die Dekodierung der Exponate in manchen Hinsichten nicht so schwierig ist. Zu anderen Gebieten können erläuternd Texte helfen, doch werden Texte, wie wir wissen, nur punktuell wahrgenommen. Ensembles, in denen verschiedene Exponate sich gegenseitig erläutern, sind ein anderes Mittel der Präsentationen.²³²

Es könnte argumentiert werden, der besagte Automechaniker würde sicherlich mehr Interesse an einer historischen Ausstellung zeigen. Dem kann widersprochen werden, denn wie die Besucherstrukturen in Kap. 3.1 gezeigt haben, rekrutieren sich die Besucher der Geschichtsmuseen eben nur zu einem kleinen Teil aus Menschen mit geringerer Bildung. Auch in einer historischen Ausstellung bedarf es Assoziationsmöglichkeiten der dargestellten Geschichte mit dem Alltag des Besuchers bzw. seiner Vorbildung, um eine beständige Verhaftung der Sinnesreize im Gedächtnis zu gewährleisten. Jeder Mensch hat eine eigene Vergangenheit und ein Netz von Vorfahren, über die ein grundsätzliches Interesse an Geschichte vorhanden ist. Nicht selten tritt allerdings der Fall ein, dass Menschen durch das Fehlen eines groben historischen Rasters, was sie in der Schule oder anderweitig nicht gelernt haben, kaum Neugier für die Vergangenheit entwickeln. Hinzukommen schlechte Erfahrungen mit dem Schulfach Geschichte oder vorherigen Museumsbesuchen, die Geschichte als langweilig, tot und unwichtig prägen. Die allgemeingültige Suche nach der eigenen Identität wird durch aktuelle Bedürfnisse und Interessen auf die Gegenwart konzentriert.²³³ *„Die besondere Funktion erlebnisorientierter Lernorte ist dabei, das Wecken von Interessen als Voraussetzung und Anregung für längerfristige interessengesteuerte Lernprozesse zum Erwerb von Kompetenz.“*²³⁴

Im Endeffekt ist die Vermittlungsmethode peripher solange eine Verknüpfung des Menschen und seiner Vorbildung mit dem Ausstellungsthema gewährleistet wird. *„Wie weit der Besucher in seiner Sinnzuweisung geht, hängt ab von der Relevanz, die die Objekte [und Fakten, d.A.] scheinbar für sein eigenes Handeln haben.“*²³⁵

232 Faulenbach, 1991, S.13/14.

233 Vgl. Igl, 1992, S.129.

234 Nahrstedt, Wolfgang „Interesse Wecken – Kompetenzen entwickeln: Lernen in Erlebniswelten“ in: Commandeur, Beatrix; Dennert, Dorothee (Hrsg.). *Event zieht – Inhalt bindet – Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen*. Bielefeld 2004, S.29.

235 Vgl. Gössel, 2004, S.73.

Diese Erkenntnis findet im Bereich der Lernpsychologie bereits seit einiger Zeit Anwendung in Form der konstruktivistischen Lerntheorie, die besagt, dass sich der Lernende, in diesem Fall der Besucher, eine individuelle Repräsentation der Welt und des zu lernenden Materials aneignet, die vor allem von ihm selbst und seinen bisherigen Erfahrungen abhängt.²³⁶ *„The constructivist model, however, sees learning as a highly contextual process. The learner's prior knowledge, experience, interests, and motivations all comprise a personal context. Learning can be described as the interaction and negotiation of these three shifting contexts in time and space.“*²³⁷ Dieser Ansatz nimmt den einzelnen Besucher als Individuum in seiner Unterschiedlichkeit ernst und versucht nach Möglichkeit in der Ausstellungsgestaltung auf seine Bedürfnisse einzugehen.

Der Mensch neigt dazu sich an bekannten Dingen zu orientieren und schaut sich in Ausstellungen vorrangig vertraute Elemente an.²³⁸ Hierdurch gewinnt er Sicherheit in einer fremden Umgebung und kann darauf aufbauend sein neurales Wissensnetzwerk erweitern. Vertraute Exponate bleiben am stärksten im Gedächtnis haften, denn effektives Lernen setzt die Wiederholung von gleichen oder ähnlichen Mustern voraus, damit die neuralen Verbindungen im Gehirn ausgeprägt und so langlebig werden.²³⁹

Das Vergessen von Informationen

Zum Vergessen von Informationen gibt es mehrere Theorien, wobei unklar ist, ob gespeicherte Informationen unbegrenzt im Langzeitgedächtnis bleiben oder ob sie gelöscht oder überschrieben werden. Verbreitet ist die These, dass Erinnerungen schwerer abrufbar sind, wenn sie von sehr ähnlichen Erinnerungen gestört oder überlagert werden. Dies kann auf die Biografien zweier Personen zutreffen, die separat gelernt, aber durch die Ähnlichkeit der Daten beim Abrufen vermischt werden. Eine weitere These begründet das Vergessen durch starke Emotionen wie Angst, Schuldgefühle oder Abneigung.²⁴⁰ Die letzte zu nennende These hat eine

236 Vgl. Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen, 2000, S.39.

237 Falk, 2006, S.325.

238 Vgl. Raulff, Ulrich „Geschichte und die Erzielung des Gefühls“ in: Borsdorf, Ulrich; Grütter, Heinrich Theodor; Rösen, Jörn (Hrsg.). *Die Aneignung der Vergangenheit - Musealisierung und Geschichte*. Bielefeld 2004, S.119.

239 Vgl. Perrig, 2005, S. 60.

240 <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/GEDAECHTNIS/Vergessen.shtml>, 19.09.08.

biochemische Begründung, nämlich die hohe Konzentration des Stresshormons Cortisol, das temporär die Kommunikation der Gedächtnis-Neuronen blockiert und somit Energie für die Primärfunktionen des Körpers freisetzt. Dies ist für den musealen Kontext nicht unwichtig, denn wie in Kapitel 3 beschrieben wurde, gibt es viele Menschen, die sich im Museum nicht wohlfühlen. Sie empfinden die Situation in einer fremden Umgebung zu sein, sich nicht willkommen und womöglich beobachtet zu fühlen als Stress, weil sie unsicher sind wie sie sich verhalten sollen. Rein biochemisch wird so jegliche dauerhafte Informationsaufnahme im Keim erstickt und außer einem negativen Gefühl der Verunsicherung bleibt keine Erinnerung an die Ausstellung. Das Gegenteil ist bei positiven Erfahrungen der Fall. Wenn der Besucher beim Betreten jedes Ausstellungsraumes einen positiven Reiz erlebt, wird er dadurch auf die dargestellten Lerninhalte vorbereitet und „geöffnet“.

Die Anwendung auf den musealen Kontext

Ausstellungen und Museen lassen sich laut Terlutter in zwei Kategorien teilen, was das Lernen angeht. 1. Der fachwissenschaftliche Ansatz und 2. der vermittlungstheoretische Ansatz. Bei ersterem stehen die Exponate und wissenschaftlichen Aspekte und deren bestmögliche Präsentation im Vordergrund. Es wird von einer Aura des Objekts und einem Wirken desselben vielfach ohne Erläuterungen ausgegangen. Beim zweiten Ansatz steht der Besucher im Mittelpunkt der Ausstellung und die Exponate und Ausstellungselemente werden nach ihrem vermittlungstheoretischen Potential ausgewählt und platziert. Das Ziel ist dem Besucher einen Inhalt effektiv zu vermitteln.²⁴¹

In Fachkreisen bestehen nach wie vor Zweifel, ob ein Lernerfolg in Form eines Wissenszuwachses in Kulturinstitutionen, hier Museen, möglich und messbar ist. Diese Perspektive stellt die Grunddefinition der Museen als „Volksbildungsstätten“ in Frage. Das Erreichen des Ausstellungszieles sollte messbar gemacht werden, damit Museen ihre Legitimität und Förderungswürdigkeit behalten. Wie Terlutter in seiner Dissertation *Lebensstilorientiertes Kulturmarketing* bereits erläuterte ist ein Lernerfolg im Museum durchaus möglich, nur erscheint die Erfassung desselben schwierig, weil jeder Besucher ein unterschiedlich großes Vorwissen mitbringt.²⁴² Die Autorin stimmt

241 Vgl. Terlutter, 2000, S.153-155.

242 Vgl. Ebd., S.146.

Terlutter in diesem Punkt zu, weist dennoch darauf hin, dass Lernerfolge sehr unterschiedlich ausfallen können, aber bei jedem Besucher erfolgen.

Der Wissenszuwachs wird sich selten in Form von Überblickswissen entfalten, jedoch auf einer untergeordneten Ebene durch individuell beeindruckende Aspekte einer Ausstellung entwickelt. *„Ziel der Ausstellungstätigkeit sollte es sein, die Gestaltungsparameter, die den Kulturinstitutionen zur Bildungsvermittlung zur Verfügung stehen, derart zu optimieren, dass ein Besucher seine Lernkapazität möglichst weit ausschöpfen kann, wenn er dies wünscht.“*²⁴³ Der Wissenszuwachs lässt sich z.B. durch ein spielerisch ausgelegtes Quiz am Ende der Ausstellung prüfen und durch etwaige Anpassungen in der Ausstellung steigern. Im Jahr 1997 führte das Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland zusammen mit Professor Heiner Treinen eine Telefon-Befragung von 1.200 Personen in Deutschland durch. Die 500 Teilnehmer, die bereits im Haus der Geschichte waren, wurden nach ihrer Erinnerung an einzelne Exponate gefragt. Die Mehrheit der Befragten konnten sich an bis zu 15 Exponate erinnern. 13% konnten noch mehr Objekte korrekt nennen, was beweist, dass Ausstellungen durchaus auch Langzeiterinnerungen hervorrufen können.²⁴⁴ Carol Schreider, die Bildungsbeauftragte der Minnesota Historical Society stellte in einem Vortrag auf der Jahrestagung des Bundesverbands Museumspädagogik e.V. 2003 fest, dass der Lerneffekt des Besuchers nicht mit dem Museumsbesuch beendet sei, sondern noch Monate anhalte und erklärte:

So what do our visitors learn? They learn

- to generalize and reorganize knowledge they already have
- to understand complex concepts and relationships,
- to add knowledge to what they already know,
- to synthesize disparate facts, ideas and feelings.²⁴⁵

Ein aktives Anwenden von Wissen verstärkt den Lernprozess noch einmal, denn bei fehlender Handlungsorientierung wird lediglich „träges Wissen“ gebildet,

243 Ebd. S. 148.

244 Vgl. Schäfer, Hermann „Anlocken – Fesseln – Vermitteln“ in: Noschka-Roos, Annette (Hrsg.). *Besuchersforschung in Museen – Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München 2003, S.99.

245 Schreider, Carol „The Audience-Centered Museum“ in: Commandeur, Beatrix; Dennert, Dorothee (Hrsg.). *Event zieht – Inhalt bindet – Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen*. Bielefeld 2004, S.68.

dass relativ schnell wieder vergessen wird.²⁴⁶ Dies hat den folgenden neuronalen Hintergrund. In einer herausfordernden Situation z.B. durch Abfragen von Wissen wird im Gehirn ein Stress-Reaktions-Prozess in Gang gesetzt. Teil dieses Prozesses ist die Ausschüttung von Noradrenalin (auch Dopamin) und die Aktivierung verschiedener kortikaler und limbischer assoziativer Netzwerke, die sich mit der Lösung der Herausforderung befassen. Nur durch diesen Stress-Reaktions-Prozess in der Anwendung von Wissen oder Fertigkeiten können neue synaptische Verschaltungen aufgebaut und die während des Prozesses aktivierten Verbindungen verstärkt werden.²⁴⁷ Das Abfragen von Wissen ist also erforderlich, wenn Besucher im Museum etwas lernen sollen. Die Optimierung dieser Erinnerungen und die Synchronisation mit den Zielen einer Ausstellung sollten angestrebt werden. Ein Nebeneffekt dessen ist die Überprüfung des Erfolgs einer Ausstellung anhand des geschaffenen Wissens.

4.3 Emotionen im Zusammenhang von Wahrnehmung und Lernen

Ein Leben ohne Emotionen ist unmöglich. Obwohl viele Menschen es nicht wahrhaben möchten, wird jede Handlung und jeder Gedanke von Emotionen gesteuert oder beeinflusst. Hierbei spielen nicht nur starke Gefühle wie Angst oder Freude eine Rolle, sondern auch die Entscheidungsfindung nach subjektiv eingeschätzten logischen Gesichtspunkten basiert auf Emotionen. Zur Erläuterung was mit Emotion gemeint ist, hier eine Definition:

Eine Emotion (v. lat.: *ex* „heraus“ und *motio* „Bewegung, Erregung“) ist ein psychophysiologischer Prozess, der durch die bewusste und/oder unbewusste Wahrnehmung und Interpretation eines Objekts oder einer Situation ausgelöst wird und mit physiologischen Veränderungen, spezifischen Kognitionen, subjektivem Gefühlserleben und einer Veränderung der Verhaltensbereitschaft einhergeht.²⁴⁸

Die Wissenschaft unterscheidet zwischen Emotionen, Gefühlen, Stimmungen und Affekten, die sich gegenseitig bedingen. Für den musealen Kontext ist eine differenzierte Darstellung nicht von Bedeutung, daher werden im Folgenden die Termini Emotion und Gefühl synonym gebraucht. Der Autorin ist bewusst, dass es sich dabei um eine Generalisierung handelt.

246 Kaiser, 2006, S.120.

247 Vgl. Elsner, 2000, S.113.

248 <http://de.wikipedia.org/wiki/Emotion>, 19.09.08. Trotz der gebotenen Vorsicht im Umgang mit Wikipedia ist dies die beste zu findende Definition.

Emotionen können sehr unterschiedlich ausfallen und sich in physiologischen Konsequenzen wie erhöhtem Pulsschlag, Erröten des Gesichts oder einer Blockade der Synapsen im Gehirn äußern. Ähnliche Emotionen haben bei verschiedenen Menschen ähnliche Auswirkungen und beeinflussen die Handlungen in ähnlicher Weise. Nervosität veranlasst Menschen zu zittern, zu stottern, zu erröten, der Herzschlag erhöht sich und das Denken ist durch das Stresshormon Cortisol eingeschränkt. Freude und Wut haben trotz ihrer gegensätzlichen emotionalen Ausrichtung einen vergleichbaren Effekt, dass sie Energiereserven im Körper freisetzen. Trauer kann als eine Form von Schmerz die Atmung erschweren, Müdigkeit verursachen und einen Menschen veranlassen zu weinen.

Das limbische System ist als Bindeglied zwischen den Emotionen und dem Körper verantwortlich für Aufmerksamkeit, Gefühle, Lernen und Gedächtnis.

Es leitet die Botschaften, die es von der Umwelt erhält, weiter an den Neocortex und überflutet diesen mit Stimmungen, die von optimistischer Vorfreude bis zu hoffnungslosen Enttäuschungen gehen. Neurowissenschaftler haben Areale dargestellt, die zwischen Spannung, Flucht, Furcht, Schmerz und Entspannung, Kampf, Wut, Lust, u.a. vermitteln.²⁴⁹

Durch ihre physischen Auswirkungen können Emotionen die Wahrnehmung verstärken, aber auch einschränken. Das Gefühl der freudigen Erregung z.B. durch die Erwartung einer positiven Überraschung potenziert die Aufmerksamkeit sämtlicher Sinne. Diese Art der Konzentration kann ebenfalls „künstlich“ mit der Ankündigung einer Veränderung herbeigeführt werden, so dass Kinder und Erwachsene mit ihren Sinnesorganen eine Situation genau perzipieren, um auch den kleinsten Hinweis zu erkennen. Eine Potenzierung wird demnach durch Motivation initiiert.

Wer sich für ein Thema interessiert, lernt es fast von selbst – wer Spaß an einer Sache hat, wird sie bald beherrschen. In empirischen Studien wird jedoch detailliert untersucht, welche Bedingungen Interesse und Motivation provozieren. Zusammengefasst lässt sich sagen: Die Selbstbestimmtheit, das Erleben von Kompetenz und die soziale Eingebundenheit sind wichtige Faktoren, die das Interesse und die Motivation beeinflussen.²⁵⁰

Die Hautleitfähigkeit erhöht sich um ein Vielfaches, die Aktivität der Gesichtsmuskeln nimmt zu und der Herzschlag beschleunigt sich.²⁵¹ Die Neurotransmitter Adrenalin und Noradrenalin wirken erregend. In einer

249 Holler, 1991, S. 52.

250 Haller, Kerstin „Lernen im Museum und im Science Center“ in: Noschka-Roos, Annette (Hrsg.). *Besuchersforschung in Museen – Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München 2003, S. 151.

251 Kraus, Elfriede. Referat des Proseminars Emotion und Motivation an der Universität Wien unter: http://homepage.univie.ac.at/michael.trimmel/mot_emo2_2001/krause.pdf, 19.09.08.

Stresssituation werden ganze Bereiche des Gehirns mit Noradrenalin geflutet, wodurch die Synapsen verstärkt werden und so Sinnesreize besser speichern und später leichter abrufen können. Unter diesen Umständen sind keine Wiederholungen notwendig, sondern die emotionale Spannung ist ausreichend, um sich die Situation einzuprägen. Im Gegensatz dazu vermag die gleiche freudige Erwartung ebenso wie Ärger derart zu fokussieren, dass Reize aus einer unerwarteten Richtung entweder zu einem Erschrecken führen oder nicht bemerkt werden.

Die Aufnahme von faktischem Wissen wiederum wird häufig durch eine emotionale Neutralität der Daten und Fakten verhindert. Jede Einheit prägt sich nur mit einem subjektiven Gefühl ins Gedächtnis ein und wird beim Übergang vom Kurzzeit- zum Langzeitgedächtnis als wichtig und erinnerenswert eingestuft.

Die wichtigsten Erinnerungsteile und Erinnerungsmöglichkeiten auch des Gedächtnisses sind emotional gesteuert und mit der Sinnlichkeit des Wahrnehmungsapparats verknüpft. Dabei stehen Bilder und Szenen, stehende, laufende und vor allem erschreckende und gefühlsmäßig eindringliche Bilder sowie Gerüche und Töne im Vordergrund und zwar viel stärker als zum Beispiel Texte.²⁵²

Während also neutrale Aspekte nur durch Wiederholungen verankert werden und sich der schwächste Gedächtnisbereich mit Texten, Zahlen und Fakten, also mit kognitiven Inhalten beschäftigt, kann sich der Mensch auch Jahre später noch detailliert an emotionale Ereignisse erinnern. Eine Erklärung für den ausgeprägten Schwerpunkt auf Kognition im Bereich Lernen ist die Einschränkung des Lernbegriffs in den Anfängen der Industriegesellschaft, als man Denken und Fühlen trennte.²⁵³ *„Emotionen fördern die Speicherung von Objekt-'Images', die bei späteren direkten Kommunikationen mit gleichgesinnten Menschen als Fokus für die Aufnahme und Entwicklung auch zusätzlicher Informationen und Wissensbestandteile dienen können.“*²⁵⁴ Warum lassen sich diese emotionalen Aspekte einfacher und nachhaltiger speichern?

Oft löst es [das emotionale Ereignis, d.A.] auch einen Prozess aus, in dessen Verlauf uns das Ereignis über Stunden, Tage oder gar Wochen wieder und wieder durch den Kopf geht. In dieser Zeit setzen wir es in Beziehung zu früheren Informationen und Ereignissen sowie zu

252 Niethammer, Lutz „Das Museum als Gedächtnis“ in: Borsdorf, Ulrich; Grütter, Heinrich Theodor; Rösen, Jörn (Hrsg.). *Die Aneignung der Vergangenheit - Musealisierung und Geschichte*. Bielefeld 2004, S.59.

253 Vgl. Nahrstedt, Wolfgang „Erlebniswelten als Lernorte“ in: Nahrstedt, Wolfgang. *Lernen in Erlebniswelten : Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft*. Bielefeld 2002, S.2.

254 Treinen, Heiner „Ausstellungen und Kommunikationstheorie“ in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996, S.70.

unserem späteren Vorhaben, sodass wir es künftig sowohl zeitlich (wann) als auch örtlich (wo) sehr genau einordnen können.²⁵⁵

Emotionale Informationen durchlaufen aufgrund ihrer hohen Aktivität im limbischen System und der Amygdala wesentlich öfter die einzelnen synaptischen Verbindungen und scheinen bei besonders emotionalen Ereignissen in einer Dauerschleife zu verhaften. Das Durchlaufen von immer neuen Analyse- und Speicherungsprozessen verstärkt automatisch die für die Erinnerungen verantwortlichen Verbindungen. Es lässt sich festhalten, dass das Maß der Erinnerungsleistung mit dem Maß der Amygdala-Aktivität, sprich der Emotionen korreliert. Dies ist bei positiven wie bei negativen Gefühlen der Fall und läuft unbewusst ab. Eine Möglichkeit um dies im musealen Kontext umzusetzen ist, die historischen Inhalte auf eine persönliche Ebene herunterzubrechen, sie also zu personalisieren oder gar in Form eines Rollenspiels durch die Besucher ausprobieren zu lassen.²⁵⁶ Durch die persönliche Eingebundenheit und Anteilnahme am Geschehen werden effektiv Erinnerungseingramme geprägt, denn nun besteht zwischen der „Geschichte“ und dem Individuum eine persönliche Verbindung. Dies zeigt sich nicht zuletzt an der großen Popularität historischer Filme.

Der Grund dafür liegt meines Erachtens nicht mehr nur darin, dass Hollywood die breite Masse mehr anspricht als die Werke der Fachhistorikern oder auch eines Filmemachers wie Claude Lanzmann, sondern ebenso darin, dass Fiktion die Subjektivität des Zuschauers auf eine Art und Weise in ein historisches Geschehen hineinzuziehen vermag, wie dies kein noch so ausgewogener wissenschaftlicher Text und keine noch so akribische Dokumentation jemals zu bewerkstelligen erhoffen kann.²⁵⁷

Im musealen Kontext bedeuten diese Erkenntnisse eine Herausforderung für die Ausstellungsgestalter und Wissenschaftler, denn historische Ausstellungen werden bislang vorrangig durch die Präsentation von neutralen Daten und Fakten dominiert und sind selten emotional. Allein die Geschichtsforschung hat sich innerhalb des letzten Jahrhunderts zu einer angestrebten objektiven Darstellung gewandelt, da die Verzerrung des Geschichtsbildes durch eine etwaige Emotionalisierung von Geschichte befürchtet und von der politisch-gefärbten und subjektiven Reflektion der Vergangenheit Abstand genommen werden sollte.²⁵⁸ Hinzukommt die generelle Trennung von Wissenschaft und Fiktion, also von

255 Croisile, Bernard. *Unser Gedächtnis : Erinnern und Vergessen*. Darmstadt 2006, S.120.

256 Vgl. Roth, Stacy F. *Past into Present – Effective Techniques for First-Person Historical Interpretation*. Chapel Hill, USA 1998, S.15.

257 Beier, Rosemarie. *Geschichtskultur in der Zweiten Moderne*. Herausgegeben für das Deutsche Historische Museum. Frankfurt/Main 2000, S.111.

258 Vgl. Mütter, Bernd. *Emotionen und historisches Lernen*. Oldenburg 1997, S.3.

Kognition und Emotion.²⁵⁹ Ein weiterer Grund für die wenig ausgeprägte „emotionale Geschichte“ ist die bruchstückhafte Überlieferung der Vergangenheit und die Zurückhaltung die Lücken zu füllen. *„Angesichts verstreuter, fragmentarischer, abstrakter und zufälliger Nachrichten muss Vorstellungskraft bei der Rekonstruktion der Vergangenheit, beim Schritt von den Überresten zur vergangenen gesellschaftlichen 'Wirklichkeit' helfen. Sonst wäre nur Quellenedition, nicht aber Darstellung möglich.“*²⁶⁰ Die Angst durch falsche Informationen die fehlenden Teile der Forschung für eine museale oder schriftliche Darstellung zu ergänzen und auf diese Weise u.U. das Geschichtsbild der Besucher oder Leser zu verzerren ist groß. Nichtsdestotrotz sollte ein Kompromiss zwischen einer möglichst objektiven Geschichtswissenschaft und einer Darstellung, die Emotionen zulässt, erreicht werden.

Emotionales Lernen findet dann statt, wenn Gefühle ausgelöst werden und deren Qualität und Intensität im emotionalen Gedächtnis abgespeichert werden. Emotionales Lernen ist immer objektbezogen, das heißt das die Gefühle durch eine Person, einen Gegenstand oder ein sinnlich wahrnehmbares Ereignis wie Musik, Film, Vorstellungen und Shows ausgelöst werden.

²⁶¹

Dies erfolgt u.a. durch „ganzheitliche Ausstellungen“, die sowohl den Verstand als auch die Gefühle und den Körper involvieren und meint auch, aber nicht nur, Erlebnisausstellungen/-welten.²⁶² Anhand ihrer unmittelbaren Ziele werden folgende Erlebniswelten unterschieden:

- Wissens-, bildungsorientierte bzw. lernintensive Freizeiterlebniswelten (Museum, Science Center Universum, Zoo Hannover)
- Unterhaltungsorientierte Lern-Erlebniswelten (Europa-Park Rust, PottsParks, Filmpark Babelsberg)
- Konsum- bzw. marketingorientierte Lern-Erlebniswelten (Autostadt Wolfsburg).²⁶³

In Museumskreisen herrscht nach wie vor ein Zögern sich als Erlebniswelt zu definieren, weil die meisten Museen deutlich ihre Unterschiede zu Freizeitparks hervorheben möchten, während diese wiederum seit ca. 20 Jahren mit steigender Tendenz Bildungselemente integrieren, sich also dem Museum annähern. Es sollte nicht überraschen, dass effektive wie auch eingängige Bildungsmethoden z.B. das

²⁵⁹ Vgl. Borries, 2004, S.383.

²⁶⁰ Borries, 1990, S.112.

²⁶¹ Grötsch, 2002, S.50.

²⁶² Das Konzept der „ganzheitlichen Ausstellung“ wurde vom „ganzheitlichen Lernen“ abgeleitet, das beide Gehirnhälften, d.h. Kognition und Emotion sowie den Körper beinhaltet.

²⁶³ Nahrstedt, 2002, S.331.

emotionale Lernen in Freizeitparks angewandt werden, die in der Freien Wirtschaft vom Wohlwollen der Besucher und vielleicht sogar Stammgästen abhängen. *„Im Hinblick auf die emotionale Befindlichkeit sollte eine Lernumwelt eine hohe Lernattraktivität aufweisen. Wichtig ist, dass die potentiellen Besucher das Gefühl erhalten, sich in einer Kulturinstitution freizeittgerecht und unterhaltsam mit den kulturellen Lerninhalten auseinandersetzen zu können.“*²⁶⁴ In diesem Fall fühlen sich die Besucher in der Ausstellung wohl und zeigen sich interessierter an den dargebotenen Inhalten. Andernfalls wäre der Bildungsauftrag der Museen gefährdet, weil in den Ausstellungen keine beabsichtigten dauerhaften Eindrücke vermittelt werden. Erstaunlicherweise wurden Teile dieser Erkenntnisse bereits Anfang der 1990er Jahre veröffentlicht, fanden jedoch nur marginale Anwendung:

Dort, wo Geschichte durch private Erfahrungen nahestehender Menschen, verbunden mit Emotionen, bildlich-szenischen Vorstellungen oder fiktionalen Elementen, vermittelt wird, hinterlässt sie offenbar deutlichere und tiefere Spuren als die distanzierteren Versuche wissenschaftlicher Geschichtsaufklärung.²⁶⁵

Es ist zu vermuten, dass 1. dieser Aufsatz als Veröffentlichung des Verlags für Regionalgeschichte nur bedingt bekannt wurde, dass 2. vor 15 Jahren noch keine Verknüpfung der Neuropsychologie und des Museums wie in der vorliegenden Arbeit vorgenommen wurde und 3. die Interpretation und Umsetzung von „emotionalem Lernen“ wie auch von „Erlebnisausstellungen“ unterschiedlich aufgefasst wurden und immer noch werden. *„[Dies] kann nach meiner Erfahrung erreicht werden, wenn dichte, lebendige Inszenierungen, möglicherweise kontrastiert durch Arrangements mit anderen sozialen Konnotationen oder behutsam ergänzt durch historische Erläuterungen, ein Einfühlen in vergangene Epochen ermöglichen.“*²⁶⁶ Der Autor des Aufsatzes, Dr. Andreas Urban setzte seine formulierten Ansprüche an erlebnisorientierte Ausstellungen in der Ausstellung des Historischen Museums Hannover *„Mit 17... - Jugendliche in Hannover von 1900 bis Heute“* um, deren Konzept in seiner Dissertation *„Von der Gesinnungsbildung zur Erlebnisorientierung“* veröffentlicht wurde.²⁶⁷

264 Terlutter, 2000, S.149.

265 Urban, Andreas „Das Museum als Lernort – Was soll und was kann Museumspädagogik in Geschichtsmuseen leisten?“ in: Rodekamp, Volker; Meynert, Joachim. *Heimatmuseum 2000 : Ausgangspunkte und Perspektiven*. Bielefeld 1993, S.174.

266 Ebd. S.181.

267 Siehe: Urban, 1999.

Eine Emotionalisierung von Ausstellungen wird durch unterschiedliche Methoden erreicht. 1. Die **Emotionalisierung des Inhaltes**, d.h. die Abwendung von einer neutralen Berichterstattung in der Geschichtsschreibung, die das Material der Ausstellung bildet. Geschichte ist das Zusammenspiel von Personen, Ereignissen, Erkenntnissen zur eigenen Umwelt und Prägung durch äußere Umstände wie Natur und Gesellschaft. Dieselben Komponenten bilden das Leben in der Gegenwart, weshalb eine Reflektion der Vergangenheit ohne menschliche Komponenten unverständlich wirkt. Der Historiker ist durch sein Fachwissen geschult fehlende Informationen über zwischenmenschliche Beziehungen oder das Alltagsleben mit vorgegebenen objektiven Informationen zu kombinieren und so ein sinnvolles Bild zu erhalten.

Dem Laien sind nur die Wertvorstellungen und gesellschaftlichen Kriterien der heutigen Zeit vertraut, die er ohne weitere Hilfestellungen automatisch auf die betrachtete historische Darstellung überträgt. Es ist eine automatische Reaktion, unvollständige Bilder zu komplettieren, um sie in das eigene Gedächtnis zu integrieren. Durch inkongruente Aspekte wird ein verzerrtes Bild erstellt, was anhand von emotionalen Facetten der Geschichte verhindert werden kann und so einen vollständigen Eindruck vermittelt. Die Geschichtswissenschaft ist in den meisten Bereichen lückenhaft, allerdings lassen sich Bruchstücke von Geschichte als solches nur schwer vermitteln.

Das menschliche Gehirn braucht Mikro-Informationen im dazugehörigen Makro-Rahmen, um sie verarbeiten zu können. Für jeden Aspekt erstellt es Wertigkeiten und untergliederte Strukturen, die für die Orientierung und weitere Verarbeitung existentiell sind. Dieses Prinzip lässt sich auf das Erlernen von Wissensbereichen oder Fertigkeiten anwenden. So werden beim Verinnerlichen der Farbe Blau durch ein Kind die Fragen gestellt: „Ist das blau?“ „Ja, das ist blau.“ „Ist das auch blau?“ „Nein, das ist grün.“ „Aber das ist blau.“ „Ja, aber das ist hellblau. Siehst du, es ist etwas heller, also weniger stark.“ Jede Information muss von Anderen abgegrenzt und mit wieder Anderen in Verbindung gesetzt werden. Gleiches gilt für das Erfassen von geschichtlichen Aspekten.

Der Schuh eines Kaufmanns aus dem 17. Jahrhundert mit der Angabe des Materials und Herkunftsortes hilft dem Besucher einer Ausstellung nicht beim

Verstehen der Wertigkeit dieser Schuhe im Vergleich zu mehr oder weniger wertvollen Schuhen. Es werden keine Hinweise über den Tragekomfort oder die Haltbarkeit, die Bedeutung der Schuhe als Zeichen der weitverzweigten Handelsbeziehungen des Kaufmanns gegeben. In einer emotionalen Ausstellung sollten all diese und weitere Fragen einprägsamer, d.h. nicht nur durch einen einfachen Text, beantwortet werden.

2. Die Emotionalisierung der Vermittlungsmethoden hat mehrere Umsetzungsmöglichkeiten; eine ist die Personalisierung von Geschichte und bezeichnet die Erläuterung eines historischen Inhalts anhand von Beispielpersonen. Der Mensch lernt besonders in der Prägephase seines Lebens bis ins Erwachsenenalter vorrangig von anderen Menschen, die als Orientierungspunkte in der eigenen Wertigkeitsbestimmung der Gesellschaft und als Vorbilder dienen. Die Personalisierung der Geschichte fungiert als Darstellung auf einer menschlichen Ebene.

Auch hier sollte eine möglichst repräsentative Lösung gewählt werden, um keine falschen Verallgemeinerungen vorzunehmen. Ein breites Spektrum für das Mittelalter würde durch die Personen eines Mönchs, Bauern, Kaufmanns und Ritters zur Verdeutlichung des Alltags abgedeckt. Selbstredend wurde bei dieser Auswahl diverse Bevölkerungsteile außer Acht gelassen, jedoch ist die Vernachlässigung nicht größer als bei anderen Ausstellungsthemen. Jede Darstellung von Geschichte beinhaltet nur eine Auswahl von Aspekten. Anhand des Herausgreifens einer Beispielperson kann der Alltag, die persönlichen Herausforderungen und Lebensphasen näher beleuchtet werden. So ergeben sich automatisch diverse Anknüpfungspunkte zu Vergleichen mit der eigenen Person, selbst wenn nur Unterschiede festgestellt werden. Wie in 4.2 erläutert wurde, ist durch diese Methode das Verinnerlichen der Materie gewährleistet.

Eine weitere Möglichkeit der Personalisierung von Geschichte ist die bereits angewandte Arbeit mit von Vermittlern in Ausstellungen. Hierbei kann es sich um einen Museumspädagogen, der mittels Führung oder Mitmach-Aktion dem Besucher den Inhalt näher bringt oder eine Vorführung von Tätigkeiten inklusive Erklärungen handeln. Im Westfälischen Freilichtmuseum Hagen oder, um ein niedersächsisches Beispiel zu nennen, im Museumsdorf Cloppenburg werden handwerkliche

Tätigkeiten gezeigt, die heute aufgrund der fortgeschrittenen Technisierung nicht mehr in dieser Form ausgeübt werden.²⁶⁸ Die Besucher können die Handwerker bei der Arbeit beobachten, ihnen Fragen stellen und erhalten einen lebendigen Eindruck der einzelnen Berufe. Zusätzlich wird ein besonderes Augenmerk auf den Vergleich zu aktuellen Produktionsmethoden z.B. von Schuhen gelegt.

3. Die Emotionalisierung der Darstellung. Diese Methode wird in anderen Branchen wie der Filmindustrie, der Werbung oder der Freizeitindustrie bereits angewandt. Die genannten Branchen sind abhängig von der Kaufkraft der Kunden und somit auch von ihrer Gunst. Dieser Ansatz steht in Museen aufgrund ihrer Definition als Volksbildungsstätten und gleichzeitig Bewahrungsorte des kulturellen Erbes (noch) nicht an erster Stelle. Für eine emotionalere Darstellung in Museen können Erkenntnisse und Methoden z.B. der Filmindustrie auf Ausstellungen übersetzt werden. Jeder Mensch ist durch sein bisheriges Leben in seinen Reaktionen auf audiovisuelle Eindrücke geprägt. Bildkombinationen werden in sogenannten Brain Scripts zusammengefasst und helfen bei der korrekten Interpretation auch von Alltagssituationen.

Brain Scripts entstehen durch Erfahrungen aber auch Geschichten und Märchen. *„Drehbücher im Kopf, Brain Scripts, sind dafür verantwortlich, dass man bei einer Geschichte versteht, was eigentlich gespielt wird. Es sind erlernte Handlungsmuster, die von Signalen aufgerufen werden und aus beziehungslos nebeneinander stehenden Informationen in unserem Kopf eine sinnvolle Handlung zusammenkonstruieren.“*²⁶⁹ Vereinfacht ausgedrückt, sind Brain Scripts dafür verantwortlich, dass man in Filmen, Büchern oder sogar im realen Leben „böse und gute Charaktere“ unterscheidet, Situationen korrekt einschätzen kann und weiß welche Antwort auf welche Frage gewünscht wird. Eine Person, die jemandem hilft, wird als „gut“ identifiziert und jemand, der einer anderen Person etwas wegnimmt, ist „böse“. Die „Drehbücher“ helfen Handlungen nachzuvollziehen, die nicht gezeigt oder nur angedeutet werden. Ein Brain Script funktioniert über „Slots“, die u.a. als Einschub oder Steckplatz übersetzt werden. „Slots“ sind in diesem Zusammenhang Schlüsselerfahrungen wie Ungerechtigkeit, Rache, Freude und Trauer, jedoch

268 Siehe: http://www.lwl.org/LWL/Kultur/LWL-Freilichtmuseum_Hagen/ und <http://www.museumsdorf.de/>, 26.09.2008.

269 Mikunda, Christian. *Der Verbotene Ort oder Die Inszenierte Verführung*. Frankfurt a.M. 2005, S.20.

ebenfalls Situationen des täglichen Lebens bei der jeder Mensch weiß, wie sie hervorgerufen werden und was sie zur Folge haben. Eine Person am Straßenrand, die dem Verkehr winkt, sieht entweder einen Bekannten oder ruft ein Taxi. Die Aktivität einer Person, die etwas auf den Gehweg streut, vermittelt den Eindruck es sei glatt und die Handlung spiele im Winter. Slots bedürfen nur eines kurzen aber eindeutigen Signals um beim Zuschauer, Besucher oder Kunden die erwünschten Gefühlsreaktionen auszulösen. In der freien Wirtschaft grenzt diese Methode an Manipulation, um den Kaufwunsch zu steigern und wird selten vom Kunden bewusst registriert. In Filmen, der Literatur oder in Ausstellungen ist das Aktivieren von Brain Scripts notwendig, um den Zuschauer, Leser oder Besucher in die Handlung zu involvieren. Wenn in einer Ausstellung nicht auf die Vorbildung des Besuchers gesetzt werden kann, ist es hilfreich Brain Scripts mit einer Erläuterung einzuführen und mit Slots aus dem heutigen Alltag zu untermauern, um Bezüge herzustellen und den Inhalt für Besucher zugänglich zu machen. Eine Möglichkeit zu diesem Zweck bietet das Beobachtungslernen, bei dem sich der Besucher anhand eines (fiktiven) Vorbildes eine Reaktion oder Interpretation anschauen kann.

Jede Abweichung eines Brain Scripts wird bemerkt und wirkt wie eine irritierende Unstimmigkeit in der Handlung. Häufig werden diese Veränderungen bewusst eingesetzt, um die Spannung beim Rezipienten und somit seine Aufmerksamkeit zu erhöhen. Durch eine verzögerte Auflösung, eine große Detailmenge oder Widersprüche im Gezeigten wird der Zuschauer kognitiv herausgefordert, über das Gesehene nachzudenken, denn hinter den offensichtlichen Informationen könnten sich weitere Erkenntnisse verbergen.

Der Konsument wird immer versuchen, ein Script zu finden, sein Bedürfnis „zu verstehen“ ist einfach zu groß für pure Gleichgültigkeit. Wenn keines für ihn vorgesehen ist, wird er ein beliebiges Script heranziehen, nur um irgendwie einen Sinn in dem Ganzen zu finden. Falsche Fährten, Missverständnisse, Aggressionen können die Folge sein.²⁷⁰

Eindeutige Brain Scripts sind durch die Kombination von bereits vorhandenen Erfahrungen und kognitivem Wissen und der Aufnahme von neuem Wissen, wie in Kap. 4.2 erläutert, sehr gut geeignet, einem Menschen leichtgängiges und dauerhaft abzuspeicherndes Wissen zu vermitteln.

270 Ebd. S.35.

In Ausstellungen können Brain Scripts durch die Gestaltung der Räume in Farben, Formen, Auswahl der Exponate, der Wegführung etc. vorgenommen werden. Ein kräftiges Rot wird die unbewusste Assoziation von Blut hervorrufen, während Blau an den Himmel oder Wasser denken lässt. Wie in Kap. 2.1 und 2.2 behandelt, werden zur Zeit Farben in Ausstellungen vorrangig als Differenzierung zwischen einzelnen thematischen oder zeitlichen Abschnitten benutzt und anhand von ästhetischen Aspekten gewählt. Nicht selten kann dies zu Verwirrung beim Besucher führen, wenn er versucht die Farbwahl in Kombination mit dem gezeigten Inhalt zu interpretieren; ganz zu schweigen von etwaigen Einflüssen auf die Psyche, die Farben haben können. Interessanterweise gefällt sowohl Kindern als auch Erwachsenen der Bereich zum Thema Justiz und Folter im Mittelalter mit einem kräftigen Rot-Ton als Hintergrund im Historischen Museum Hannover von den farbig gestalteten Bereichen am Besten.²⁷¹ Das gesamte dargestellte Mittelalter hat in dieser Ausstellung einen roten Hintergrund, in Abgrenzung zu einem blauen und einem grünen Bereich späterer Epochen. Zum Thema Justiz und Folter passt die blutrote Farbe nach Meinung der Besucher ausgezeichnet, da sie die Assoziation von Schmerz und Blut der Exponate unterstreicht und so die Interpretation vereinfacht.

Unterschiedliche Formen kommen in Museen nicht nur als Exponate vor, sondern auch in der Form der Räume, des Fußbodenbelags, der Sitzgelegenheiten, Podeste oder Vitrinen. Ein Raum sollte durch seine Größe und Strukturierung den gezeigten Inhalt andeuten, was besonders für Ausstellungen in historischen Räumen wichtig und zugleich herausfordernd ist. Große Objekte in kleinen Räumen erschweren dem Besucher die angemessene Betrachtung, andererseits können Objekte in sehr großen Räumen verloren und deplatziert wirken. Der Fußbodenbelag kann als ansatzweise Kontextualisierung des Exponats dienen, wenn er inhaltlich passt. Wie z.B. gestampfter Lehm Boden in einer mittelalterlichen Küche oder Parkett unter Rokoko-Mobiliar. Die Stimmigkeit von Hinter- bzw. Untergrund und Objekten wirkt sich emotional auf den Besucher aus.

271 Die Autorin stützt sich hierbei auf eigene Erfahrungen mit unterschiedlichen Besuchergruppen, Berichte anderer Museumspädagogen und Studenten in der Ausstellung des Historischen Museums Hannover.

Die Wichtigkeit der wohlüberlegten Auswahl der Exponate wurde bereits im Zusammenhang der Kommunikation zwischen Ausstellungsgestalter und Besucher in Kap. 4.1 besprochen, daher sei an dieser Stelle nur kurz darauf hingewiesen. Eine einleuchtende Wegführung ist besonders für Menschen wichtig, die sich nicht regelmäßig in Ausstellungen aufhalten. Auch wenn einige Besucher den Ausstellungsaufbau in Exponatsinseln präferieren, weil sie so ihren Weg frei wählen können, empfinden Andere diese Freiheit als große Verunsicherung, weil sie nach „dem *richtigen* Weg“ suchen. Für diese Museumsgäste kann eine Richtungsempfehlung offeriert werden, um ihnen die Orientierung zu geben und somit das Wohlfühlen zu erhöhen. Ein Brain Script könnte hier das Zusammenbauen verschiedener kleiner Erkenntnisse zu einem Lösungssatz sein, was die Besucher aus der Schule oder diversen Rätseln kennen. Für die meisten Museen gilt das Script der chronologischen Abfolge, das vielen Menschen leichter zu verarbeiten fällt als eine thematische Gliederung, bei der im Kopf die gesammelten Informationen für die Speicherung in eine Chronologie „umsortiert“ werden müssen.

Eine weitere Möglichkeit der Wegführung ist die oben erläuterte Personalisierung von Geschichte, sprich das Auswählen von einzelnen Figuren als Hauptpersonen der Ausstellung, in Kombination mit einem Brain Script. Hierbei werden Hauptpersonen bestimmte Rollen zugewiesen bzw. diese Personen in eine Handlung eingebettet. Die Geschichte kann historisch-fiktional sein, d.h. eine auf historischen Erkenntnissen basierende, aber weiterentwickelte Handlung oder sie beschreibt tatsächlich geschehene und belegbare Ereignisse. In beiden Fällen ist eine detaillierte Recherche erforderlich, damit der Besucher keine fehlerhafte Darstellung „abspeichert“. Ein Beispiel für beide Varianten können die Erlebnisse eines 15-jährigen Mädchens während eines Bombenangriffs im Zweiten Weltkrieg sein. Ziel ist es nicht vorhandene Stereotypen darzustellen, sondern die Erweiterung des bestehenden, wenn auch marginalen Wissens durch eine einprägsame und leicht verständliche Methode. Hierbei werden die Slots Gefahr, Angst, Panik, vielleicht auch Hilfsbereitschaft, Trauer oder Schmerz aktiviert. Dem Besucher sind diese Gefühle bekannt und bei einer Konfrontation mit entsprechenden Bildern z.B. eines angsterfülltes oder schmerzverzerrten Gesichtes, der lauten Geräuschkulisse

eines Bombenangriffs und womöglich den Erschütterungen des Bodens werden ähnliche Gefühle ausgelöst, ohne in Gefahr zu sein.

Die Vermittlung von Gefühlen, besonders von Negativen, ist nur mit großen Vorsicht anzuwenden, da der Besucher nicht in Angst und Schrecken versetzt werden soll. Nichtsdestotrotz lässt sich mit einer leichten Dosierung das Verstehen und Einfühlen in historische Epochen und dementsprechend in bestimmte Situationen und so die Vermittlung von Wissen erleichtern. *„Was nicht zuvor erlebt, erfahren wurde, kann später nicht erinnert werden.“*²⁷² In der Erinnerung mischen sich beispielsweise eigene Erfahrungen aus der Kindheit mit Situationen, an die man sich nicht mehr erinnert, die einem jedoch von anderen Personen wie den Eltern erzählt wurden. Selbstverständlich kann man sich nicht an die Lebensumstände des 18. Jahrhunderts erinnern, jedoch können sich durch eine ganzheitliche Darstellung in Film, Buch oder Ausstellung Details einprägen.

Wie in Kap. 4.1 bereits erläutert, reagieren Menschen sehr leicht auf Gerüche. Gleiches gilt für das ausgeprägte Gehör, über das nicht nur vordergründige Informationen, sondern auch unauffällige Geräusche aufgenommen und verarbeitet werden. Im Zusammenhang mit Emotionen und deren Wahrnehmung sind Ohren mindestens so wichtig wie Augen, denn durch den Klang der Stimme wird die tatsächliche Bedeutung von Worten erfasst und auch bedrohliche Geräusche wahrgenommen. Die Ohren bestätigen den durch die Augen registrierten äußeren Eindruck einer Situation. In Ausstellungen lässt sich diese Fähigkeit durch gezielt eingesetzte Audio-Installationen nutzen. Mit der heutigen Technik ist es möglich einen kleinen Ausstellungsteil oder einen ganzen Raum mit einer Stereo-Geräuschkulisse zu beschallen, so dass der Besucher den Eindruck gewinnt, sich tatsächlich z.B. auf einem städtischen Marktplatz zu befinden. Der realistische Charakter dieser Audio-Inszenierung kann soweit gehen, dass der Besucher aus Vorsicht vor einem sich nahenden Pferdewagens zur Seite geht.

Das Instrument der akustischen Eindrücke wurde bereits im Jahr 2005 bei einem museumspädagogischen Projekt in der Ausstellung *„1945. Der Krieg und seine Folgen. Kriegsende und Erinnerungspolitik in Deutschland“* des Deutschen

272 Assmann, 1999, S.35.

Historischen Museums in Berlin durch eine angebotene Hörführung für Jugendliche eingesetzt. Es wurde ein Hörspiel erarbeitet, in dem ein 16-jähriges Mädchen und ihr älterer Bruder, ein Geschichtsstudent, die Hauptpersonen spielten. Mit Hilfe eines älteren Augenzeugen, Musik, Originaltönen und Stereogeräuschen wurde eine Zeitreise an den Exponaten unternommen. Diese Methode veranlasste die jugendlichen Besucher und Nutzer der Hörführung sich näher mit der Thematik auseinanderzusetzen und vereinfachte die Identifikation mit den Hauptpersonen. Als Schwierigkeit wurde die „Jugendsprache“ bzw. die Art und Weise gesehen, wie Jugendliche anzusprechen seien.²⁷³

Filme werden allgemein in Form von Dokumentationen bereits in Museen zur Vertiefung des Inhalts genutzt. Selten werden allerdings Spielfilmszenen gezeigt, obwohl nahezu alle im TV ausgestrahlten wissenschaftlich anerkannten Dokumentationen nachgespielte Szenen einbauen, um den Inhalt auf realistische und dem Zuschauer eingängige Weise vermitteln zu können. Kleine Spielfilmausschnitte bzw. nachgespielte Szenen helfen dem Museumsbesucher die Exponate der Ausstellung in den Kontext einzuordnen und präzisieren die Bedeutung und Funktion des Exponats erheblich und schneller als ein Erklärungstext. Allein das Wiedererkennen des Objekts aus dem Film bzw. andersherum löst einen positiven Reiz aus und erlaubt den Inhalt einfacher zu rezipieren. Augenzeugenberichte führen ebenfalls zu einer Emotionalisierung der Ausstellung, da der jeweilige Inhalt menschlicher wirkt und sich über die Augenzeugen eine Identifikationsmöglichkeit bietet. In manchen kleineren Museen, vorrangig zum Leben auf dem Land und den dortigen traditionellen Handwerken engagieren sich „Augenzeugen“ direkt vor Ort. Auf diese Weise kann den Besuchern aus erster Hand und mit unkonventioneller Methode Faktenwissen eingebunden in Erfahrungsberichte vermittelt werden. Durch die Person des Augenzeugen erhält der Inhalt wesentlich mehr Authentizität und erscheint unmittelbarer, weil er eine direkte Verbindung aus der Vergangenheit in die Gegenwart schafft.

273 Bericht über das Projekt der Hörführung unter:
http://www.museumspaedagogik.org/akmpo/Meldungen/2005-04-28_Jugend_Hoerfuehrung_DtHistMuseum_Berlin.pdf, 02.10.08.

Um Informationen nachhaltig im Gedächtnis speichern zu können sind sowohl multisensuale Eindrücke als auch Emotionen elementar. Über die Bandbreite von Sinnesreizen und der damit verbundenen Vielzahl von Anknüpfungspunkten erfolgt eine Integration von neuen Wissenseinheiten im semantischen Netzwerk des Gehirns. Die Kombination mit Emotionen unterstützt eine dauerhaften Speicherung von Gedächtnisengrammen, weil die neuen Informationen als mit Priorität oder hoher Intensität eingestuft werden. Eine häufige Wiederholung gleicher Reize ist so überflüssig. Einige Lösungsvorschläge für die Umsetzung in Ausstellungen werden in Kapitel 5 erläutert.

5. Grundsätze besucherorientierter Ausstellungen

Prinzipiell streben alle Museen an erfolgreich und besucherorientiert zu sein. Was aber genau ist Erfolg für Museen und Ausstellungen? Allgemein wird Erfolg als das „positive Ergebnis einer Bemühung, das Eintreten einer erstrebten Wirkung“ gesehen und „hängt weniger von der absoluten Höhe der Leistung als von ihrer Übereinstimmung mit den selbst gesetzten Erwartungen und von einer Bestätigung durch die Umwelt ab.“²⁷⁴ Auf Museen übersetzt bedeutet dies, das Erzielen bzw. Übertreffen der im Vorfeld durch die Museumsleitung und/oder Ausstellungsplanung gesteckten Ziele für eine bestimmte Ausstellung. Die angestrebten Aspekte unterteilen sich in ausstellungsspezifische und museumsspezifische Ziele. Erstere beziehen sich auf den gewünschten Effekt bei Besuchern, z.B. ein Wissenszuwachs, ein Erstaunen bzw. eine Faszination oder eine Handlungsorientierung für eine weitere private Beschäftigung mit dem Thema oder eine Gesellschaftsveränderung. Die museumsspezifische Ziele beinhalten die finanziellen Einnahmen, die Beachtung durch die Öffentlichkeit oder die erfolgreiche Werbung und Bindung einer möglichst großen Anzahl von Besuchern.

Auf Basis der bereits erläuterten Voraussetzungen für eine effektive Vermittlung von Inhalten werden im Folgenden Grundsätze für besucherorientierte Ausstellungen vorgestellt. Die Prinzipien dienen zum Einen der Darstellung empfehlenswerter Ausstellungsmethoden, die teilweise bereits in Museen angewandt werden und zum Zweiten werden beispielhaft neue Ausstellungskonzepte skizziert. In diesem Zusammenhang sollen besonders die Möglichkeiten der personellen Geschichtsdarstellung und der modernen Technik in Ausstellungen erläutert werden. Eine exemplarische Umsetzung dieser Möglichkeiten wird in zwei eigens konzipierten Sonderausstellungen vorgestellt. Kleineren und größeren Museen soll die Möglichkeit geboten werden mit begrenztem Budget dennoch effektive Ausstellungen zu gestalten. Ein solches Unterfangen kann in Verbindung mit entsprechendem Marketing mehr und vor allem auch „museumsferne“ Personen als Besucher werben und wirkt gleichzeitig nachhaltig auf die Museumslandschaft.

274 Brockhaus Enzyklopädie Online: http://shan01.tib.uni-hannover.de/han/Brockhaus/www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php, 19.11.2008, Zugriff über das Netzwerk der Leibniz Universität Hannover.

5.1 Die Konzepte der personellen Geschichtsdarstellungen

„Living History“, „Gespielte Geschichte“, „Gelebte Geschichte“, „Lebendige Geschichte“, „Geschichtstheater“, „Reenactment“ etc. So vielfältig die Variationen von Geschichtsdarstellung sind, so vielfältig sind die Termini. Auf diversen Tagungen und in anderen Diskussionsforen wurde bislang trotz ausgeprägter Analyse und Argumentation für den einen und wider den anderen Begriff kein allgemein akzeptierter Terminus gefunden. Gleiches gilt für eine verständliche Definition. Der Begriff „Living History“ ist sowohl national als auch international am weitesten verbreitet und findet ein deutsches Äquivalent in der „Lebendigen Geschichte“. In Fachkreisen gibt es vorrangig zwei Kritikpunkte an diesem Terminus. 1. Die Umschreibung von Geschichte als etwas Lebendiges scheint ein Widerspruch in sich zu sein. Die Vergangenheit kann nicht leben und trotzdem ist der Begriff durch seinen großen Bekanntheitsgrad nach wie vor in Gebrauch. 2. Besonders Vertreter der Geschichtsdarstellung mit einem höheren wissenschaftlichen Anspruch sträuben sich gegen diesen Titel, da mit ihm ebenso die aufgrund ihrer vielfach fehlenden Qualität verpönten Mittelaltermärkte beschrieben werden.

Sinn und Zweck dieser Veranstaltungen ist es in erster Linie zu unterhalten. Es handelt sich in aller Regel mehr um einen mobilen historisierten Vergnügungspark mit einer großen Auswahl an entsprechenden Waren, Lebensmitteln und Dienstleistungen, als um eine, wie auch immer geartete historische Veranstaltung. Die Tatsache, dass viele „Spectaculi“ von kommerziellen Veranstaltern durchgeführt werden, unterstreicht diese Sichtweise.²⁷⁵

So eignet sich der Terminus „Living History“ nur zu einer sehr vagen Umschreibung von Geschichtsdarstellungen, die sich nicht näher kategorisieren lassen.

Eine Abwandlung der „Lebendigen Geschichte“ oder „Living History“ ist die „Gelebte Geschichte“ wie sie im Freilichtmuseum am Kiekeberg bei Hamburg bezeichnet wird. Obwohl dieses Konzept tatsächlich ein Nach(er)leben von historischen Lebensumständen beinhaltet, kann kritisiert werden, dass dies grundsätzlich nicht möglich ist. Ein Kompromiss bietet hier ein längerer Titel wie „Leben unter historischen Bedingungen“.

275 Blomann, Julian. *Geschichte verkaufen : Eventkultur als Arbeitsfeld*. Saarbrücken 2007, S.15.

Das Konzept der „Gespielten Geschichte“ wurde als passenderer Terminus für die Darstellung von Geschichte mithilfe von kostümierten Laienschauspielern im Rheinischen Freilichtmuseum Kommern geprägt. Die Bezeichnung „Gespielt“ trägt zu einer adäquaten Einschätzung als einer Vorspiegelung historischer Umstände bei und wird als solches von der Fachwelt akzeptiert. Eine Weiterentwicklung dessen ist das „Geschichtstheater“, bei dem ebenfalls eindeutig ein Vorspielen von Lebensumständen bzw. einer Handlung im Zentrum stehen. Der Begriff selbst wird von Wolfgang Hochbruck, Professor des Englischen Seminars der Albert-Ludwig-Universität Freiburg befürwortet, da für ihn jegliche Form der Geschichtsdarstellung eine Form von Theater ist.²⁷⁶ Einzig für den Besucher ist u.U. nicht klar, dass es sich hierbei nicht zwangsläufig um eine geplante Handlung wie bei anderen Theaterstücken handelt. Die Wortverwandtschaft zum allgemeinen Theater bzw. dem Museumstheater als einer in den Museumsräumen aufgeführten geplanten Handlung kann dem Besucher suggerieren, dass er nur als Zuschauer, jedoch nicht als Beteiligter erwünscht ist und so Menschen abschrecken. Julian Blomann widerspricht dieser Gleichsetzung von Living History und Museumstheater, weil Ersteres einen verstärkten Anspruch an eine Realität und Authentizität des Gezeigten stellt, während Museumstheater vor allem einen ästhetischen Schein kreieren möchte.²⁷⁷ Die Geschichtsdarstellung per se, also die Tätigkeit der Darsteller wird im Englischen als „Interpretation“ bezeichnet, was begrifflich zutrifft, denn die Darstellung ist in jedem Fall eine Interpretation der Vergangenheit durch Quellen und Überreste.²⁷⁸

Dieses Kapitel wird einige Formen der Geschichtsdarstellung inklusive ihrer jeweiligen Vor- und Nachteile vorstellen und eine mögliche Umsetzung in Geschichtsmuseen skizzieren.

Ursprung und Entwicklung der „Living History“

Das Konzept der „Gespielten Geschichte“ birgt Diskussionspotential, trotzdem ist weitestgehend anerkannt, dass sein Ursprung in Schweden liegt. Artur Hazelius,

276 Vgl. Hochbruck, Wolfgang „Living History, Geschichtstheater und Museumstheater: Übergänge und Spannungsfelder“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008, S.28.

277 Vgl. Blomann, 2007, S.80.

278 Vgl. Magelssen, Scott. *Living History Museums – Undoing History through Performance*. Lanham, Maryland 2007, S.XXII.

ein Philologe und Ethnograph, gründete 1891 in Stockholm das Freilichtmuseum Skansen als Teil des Nordiska Museums und ließ dort neben (passiven) kostümierten Puppen Menschen agieren, um die schwedische pre-industrielle Kultur und Lebensweise zu zeigen. In den damaligen Darstellungen standen weniger historisch-authentische Qualitäten im Vordergrund als vielmehr eine national-romantische Brückenfunktion zwischen der modernen, schnelllebigen Gesellschaft und der „guten alten Zeit“. Der heutige Anspruch wird wie folgt beschrieben:

Our aim is to provide visitors with as genuine an experience as possible of the social and geographical landscape as well as the period represented by the historical setting. We avoid having written materials and signs displayed within the settings. Inside the buildings there are items that are purely for display but also things in daily use by both staff and visitors.²⁷⁹

Das nach wie vor erfolgreiche Museum bietet den 1,4 Millionen jährlichen Besuchern mit seinen 160 historischen Gebäuden ein Freizeitpark-ähnliches Areal aus Freilichtmuseum, Zoo und Parkanlagen mit Restaurants und Geschäften.

Trotz der großen räumlichen Distanz zu Schweden lassen sich verschiedene amerikanische Institutionen auf Artur Hazelius zurückführen. Bereits 1909 wurde *„eines der ältesten Gebäude der geschichtsträchtigen Stadt Salem, das 'John Ward House', umgesetzt und restauriert und für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht, wobei die Besucher von Führern in stilgerechter Kleidung empfangen wurden. Der Erfolg war durchschlagend und setzte eine Welle von Rekonstruktionen und Restaurierungen in Gang.“*²⁸⁰ In mehreren Staaten wurde in den 1950ern und 1960ern begonnen Geschichtsdarstellungen als Vermittlungselement einzusetzen. So geschehen in den „Historic Sites“ Colonial Williamsburg in Virginia, Plimoth Plantation in Massachusetts und nicht zuletzt in den National Parks.²⁸¹ Die Phrase „Historic Sites“ lässt sich nicht ohne weiteres ins Deutsche übersetzen, da sie mehr beinhaltet als ein 'historischer Schauplatz'. Es handelt sich in den meisten Fällen um eine Kombination zwischen einem Denkmal und einem Museum. Da die „Historic Sites“ nur sehr selten transloziert wurden, sind sie mit Freilichtmuseen nur bedingt vergleichbar.

279 Johansson, Annika „Living Encounters with History for the Future“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008, S.55

280 Kuegler, Dietmar. *Living History im amerikanischen Westen : historische Präsentationen, Reportagen, Geschichte, Handbuch, Bezugsquellen*. Wyk auf Föhr, 2003, S. 15.

281 Vgl. Schindler, Sabine. *Authentizität und Inszenierung*. Heidelberg 2003, S.1.

An diesen Schauplätzen wird eine ganze Bandbreite an Geschichtsdarstellungen (detaillierte Erläuterungen, siehe weiter unten) benutzt, um Besuchern auf möglichst eindrückliche und bildliche Weise ihre eigene Geschichte zu vermitteln. Sicherlich hat die Gründung der *Association of Living History, Farm and Agricultural Museums* im Jahr 1970 zu einer Stärkung weiterer Initiativen beigetragen.²⁸²

ALHFAM is an organization of people who bring history to life. ALHFAM enables its members to make history a valuable part of the lives of museum visitors. It achieves this purpose through the exchange and sharing of ideas, information, tools and experiences centered around accurate, active, participatory, object-based historical interpretation.²⁸³

In Amerika, deren Historic Sites auf diverse europäische Museen Einfluss nahmen, variiert die Darstellungsform. In einigen Sites wird ein bestimmter Zeitpunkt z.B. ein Tag oder ein Jahr vorgestellt, in anderen Sites findet der Besucher den Zeitraffer von mehreren Jahren wie in Colonial Williamsburg und in wieder anderen Institutionen wird eine ausgewählte Epoche reflektiert.²⁸⁴ Auch der Inhalt unterscheidet sich stark. „*Many sites tell the story of specific historical figures or events. Others focus on agriculture, technology, movements, religious or ethnic groups, or daily life in specific historical situations.*“²⁸⁵ Ein wichtiges Differenzierungskriterium zwischen diesen Sites und der traditionellen Darstellung in Museen ist die Umsetzung des historischen Inhalts anhand von nicht-akademischen Mitteln. Während rein wissenschaftliche Medien nur einen relativ kleinen Konsumentenkreis haben, richten die Vermittlungsmethoden der amerikanischen Historic Sites sich durch die hohe Besucherfrequentierung an eine breite Öffentlichkeit.²⁸⁶ Ein Vorteil ist die große Rolle der amerikanischen Geschichte für die aktuelle nationale Identität und somit für die amerikanische Kultur. Personen wie George Washington sind wesentlicher Teil der Public History und locken ebenso einfach Besucher an wie andere allgemein bekannte Aspekte der nationalen Vergangenheit.

282 Geschichte der ALHFAM unter: http://www.alhfam.org/index.php?cat_id=226&nav_tree=101,226, 19.11.2008.

283 Definition und Aufgaben der ALHFAM: http://www.alhfam.org/index.php?cat_id=101&nav_tree=101, 24.11.2008.

284 Vgl. Roth, 1998, S.10.

285 Ebd. S.10.

286 Vgl. Schindler, 2003, S.3.

Soweit man folkloristische Trachtenfeste und -paraden nicht als „Living History“ betrachtet, kam diese Methode in Deutschland erst in den 1970er Jahren in Form der Experimentellen Archäologie wie z.B. im Museumsdorf Düppel in Berlin-Zehlendorf auf. Eine verwandte Methode dessen ist die Archäotechnik, die sich als lebendige bzw. angewandte Archäologie versteht und anhand von Demonstrationen und eigenen Experimenten Erkenntnisse über altertümliche Lebensweisen und deren technische Möglichkeiten erforscht und vermittelt.²⁸⁷ Ein wichtiger Unterschied der beiden Formen ist die wissenschaftliche Nachvollziehbarkeit und Wiederholbarkeit der experimentellen Archäologie, die in der Archäotechnik nicht zwingend ist.

Seit den 1980er Jahren spielen Mittelalterfeste als Sammelbegriff für unterschiedliche historisierte Darstellungen und Verkaufsstände im Stadtmarketing eine große Rolle. Besonders Stadtjubiläen eignen sich für die Betonung der eigenen Geschichte, die mehr oder minder qualitativ aufgearbeitet und dargestellt wird.

Auch die Wissenschaft nimmt nur indirekt Einfluss auf die Mittelalterfeste, indem sie den Hobbyisten die schriftlichen Vorlagen für ihre autodidaktische Beschäftigung mit dem Mittelalter liefert. Aktiv wirkt sie zur Zeit nicht in Mittelalterfeste ein. Diese Zurückhaltung (und auch eindeutige Ablehnung) Mittelalterfesten gegenüber scheint dazu geführt zu haben, dass auch von Seiten der Akteure eine Verbindungsaufnahme unterlassen wird. Der Wissenschaftler hat in der Postmoderne seine Wertigkeit verloren (Antiheroismus).²⁸⁸

Erstaunlicherweise ergab eine Umfrage von Julian Blomann ein ausgeprägtes Qualitätsinteresse sowohl von Darstellern als auch von Besuchern dieser Veranstaltungen. *„Die Aktiven erreichen einen Wert von 5,67 auf der 7ner Skala, die Besucher kaum niedriger, noch von 5,6 auf der gleichen Skala, was eine deutliche Sprache pro historische Qualität spricht.“*²⁸⁹ Ohne das Ergebnis der Befragung grundsätzlich anzuzweifeln, soll die Suggestivwirkung der Frage hervorgehoben werden, da sich kaum Darsteller oder Besucher für eine geringe Qualität aussprechen würden. Wie bereits in Kapitel 3.2 erwähnt, stimmen Menschen eher für Originale im Vergleich zu eindeutigen Repliken und korrelierend dazu auch eher für Qualität der Darstellung, denn kaum jemand würde zugeben, dass ihm der Unterhaltungswert wichtiger ist als Qualität und Authentizität.

287 Vgl. Fansa, Mamoun. *Experimentelle Archäologie und Museumspädagogik*. Oldenburg 2000, S.39.

288 Hoffmann, Erwin. *Mittelalterfeste in der Gegenwart : die Vermarktung des Mittelalters im Spannungsfeld zwischen Authentizität und Inszenierung*. Stuttgart 2005, S.317.

289 Blomann, 2007, S.63.

In deutschen Freilichtmuseen und städtischen Museen wurde erst seit den 1990er Jahren mit verschiedenen Formen der „Living History“ gearbeitet, wobei deren Integration in Erstere durch die gegebenen Möglichkeiten in ganzen Häusern einfacher erscheint als in geschlossenen Museumsräumen.²⁹⁰ Bei genauerer Betrachtung lässt sich der Einfluss europäischer und amerikanischer „Living History“-Praxis als Vorbilder (in Abwandlung) für die deutschen Beispiele feststellen, der auf die internationalen Beziehungen und Netzwerke der Museen zurückzuführen ist (z.B. ICOM, AEOM – Association of European Open-Air Museums²⁹¹). Michael Faber erklärte außerdem die Vorbereitung der Geschichtsdarstellung im Rheinischen Freilichtmuseum Kommern explizit durch Besuche unterschiedlichster amerikanischer und europäischer Museen und Historic Sites, die durch ihre Verlebendigung von Geschichte mithilfe von Akteuren bekannt sind.²⁹² Auch die Darstellung im Freilichtmuseum am Kiekeberg bezieht sich laut eigenen Angaben auf angelsächsische, skandinavische und niederländische Museen.²⁹³

Variationen der Geschichtsdarstellung

1. Die kostümierte Führung (traditionell): In dieser Form führt eine kostümierte Person eine Besuchergruppe durch eine Ausstellung bzw. ein historisches Gebäude (oder einen Stadtteil wie in der „Nachtwächterführung“ vieler Tourismusverbände) und behält dabei seine Perspektive aus der Jetzt-Zeit. Die Sprache und das Verhalten (Bewegungen, Umgangsformen etc.) entsprechen der Gegenwart und erläutern den Besuchern objektiv, d.h. von außen einen historischen Sachverhalt oder eine Umgebung. Durch das historische Kostüm wirkt der Museumsführer fremd und seltsam, was ihm anfänglich durch die Faszination der Besucher eine größere Aufmerksamkeit garantiert. Für die Vermittlung von Wissen

290 Vgl. Kagel, Nils „Geschichte leben und erleben – Von der Interpretation historischer Alltagskultur in deutschen Freilichtmuseen“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008, S.14.

291 Der Vorsitzende der AEOM, Thomas Bloch Ravn ist Direktor des dänischen Kleinstadtmuseums Den gamle By in Aarhus, die seit 2001 mit Geschichtsdarstellung arbeiten. Das Ziel ist Geschichte erfahrbar zu machen. Der Besucher soll Geschichte schmecken, riechen und ausprobieren können. Siehe: <http://www.dengamleby.dk/lmty.htm>, 24.11.2008.

292 Faber, Michael H. „Nur ein Spiel mit der Geschichte... - Personale Geschichtsinterpretation im Rheinischen Freilichtmuseum Kommern“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008, S.79.

293 Vorstellung des Projekts „Gelebte Geschichte 1804“: <http://www.kiekeberg-museum.de/41/>, 24.11.2008.

ist das Kostüm irrelevant und hängt ausschließlich von den pädagogischen Fähigkeiten des Museumsführers ab. Eine negative Wirkung hat ein solches Kostüm besonders auf Menschen mit gewisser Vorbildung, wenn es offensichtliche Anachronismen wie Reißverschlüsse etc. aufweist. Auf diese Weise wird die Glaubwürdigkeit des Führers und des Museums in Frage gestellt und der Inhalt der Führung verliert an Wert.

2. Die kostümierte Führung durch eine historische Figur: Diese Führungsmethode arbeitet mit einer berühmten oder unbekanntem historischen Person, die aus ihrer zeitgenössischen Perspektive eine Ausstellung bzw. eine historische Kulisse erläutert. Die historische Figur kann die Besuchergruppe entweder als Gäste ihrer eigenen Zeit z.B. des 18. Jahrhunderts wahrnehmen und als solche ansprechen oder der Führer agiert selbst als Zeitreisender oder Überrest der Vergangenheit in der Gegenwart. Diese Methode ist im Englischen auch als „Ghost Interpretation“ bekannt, wobei „Ghost“ hier weniger als tatsächliches Gespenst sondern vielmehr als Überbleibsel einer vergangenen Zeit zu verstehen ist.²⁹⁴ Der Erfolg dieser Methode ist vom schauspielerischen Talent des Führers und der damit verbundenen überzeugenden Vermittlung eines Gefühls für den historischen Zeitgeist und die Lebensumstände abhängig. Besonders wenn ein Wissenszuwachs im Vordergrund steht, darf sich die historische Figur (vor allem Berühmtheiten) nicht zu sehr selbst inszenieren, sondern sollte lediglich als Mittler fungieren, damit die Ablenkung vom eigentlichen Inhalt vermieden wird.

3. Die Vorführung historischer Handwerkstechniken und anderer Arbeiten: Ein Handwerker z.B. ein Schmied führt in einer historischen oder teil-rekonstruierten Umgebung das Herstellen von Eisennägeln vor. Ähnlich kann die Herstellung von Stoffen, Seife, Schuhen o.ä. gezeigt werden. Die Handwerker können historische Arbeitskleidung tragen. Für ein Verständnis der Arbeitsprozesse ist diese nicht notwendig, sie würde jedoch die Wahrnehmung komplettieren und mit bereits eingprägten Bildinformationen aus Fotos oder Gemälden korrelieren und so einen Wiedererkennungswert verstärken. Diese Darstellungsform wird vielfach in Heimatmuseen und Freilichtmuseen (z.B. im LWL Freilichtmuseum Hagen, dem

²⁹⁴ Glossar zur First-Person-Interpretation von Stacy F. Roth unter:
http://www.alhfam.org/pdfs/First-prson_Glossary.pdf, 19.11.2008.

Westfälischen Landesmuseum für Handwerk und Technik) angewandt, um den Besuchern bereits ausgestorbene Handwerke näherzubringen. Leider ist ein Lernerfolg nur durch Beobachten der Handwerker ohne Erklärungen durch selbige oder andere Personen nur marginal. Ein unbeirrtes Weiterarbeiten in Anwesenheit von Besuchern und ein Ignorieren dieser vermittelt den Eindruck, der Besucher störe und dürfe den Handwerker nicht bei seiner Arbeit unterbrechen. Wenn jedoch der Vorführende auf die Anwesenden eingeht und ihnen die Hintergründe des Handwerks verständlich macht, kann diese Methode sehr gut geeignet sein, um Wissen zu mehren und Besuchern bleibende Eindrücke zu vermitteln. Wiederum sind didaktische bzw. zumindest kommunikative Fähigkeiten förderlich.

There is one type of initial contact that is almost guaranteed to fail. It is practiced by the non-talkers, the interpreters who go about their business ignoring the visitor, not looking up from their task, and not saying a word until the visitors asks a question (or glances around and leaves). Such an approach makes visitors feel intrusive and uncomfortable. These same interpreters often reply to inquiries with a short, flat answer.²⁹⁵

Der Akteur kann dem Besucher durch seine eigene freundliche Kommunikationseröffnung das Gefühl geben, willkommen zu sein und gerne auch scheinbar simple Fragen zu stellen. Im Verlauf der Unterhaltung beherrschen geübte Darsteller die Lenkung des Gesprächs auf bestimmte Themen, die neue Erkenntnisse beinhalten und vielleicht sogar weitere Fragen hervorrufen. Besucher, die keine Fragen stellen, sind u.U. trotzdem interessiert, besitzen vielleicht keine ausreichenden Vorkenntnisse, um Fragen zu formulieren. Auch eine Schüchternheit der Besucher kann nicht ausgeschlossen werden. Der Akteur trägt die Verantwortung für die Gestaltung des Gesprächs und sollte versuchen den Besucher aus der Reserve zu locken ohne ihn zu verunsichern.

4. Das Beleben von historischen Kulissen (nicht nur in Freilichtmuseen):

In der deutschen Museumslandschaft werden unterschiedliche Möglichkeiten praktiziert. Im **Fränkischen Freilandmuseum Bad Windsheim** wird seit 1996 jedes Jahr für eine bestimmte Zeit eine Häusergruppe des Mittelalters von einer externen Gruppe Geschichtsdarsteller bewohnt.²⁹⁶ In dieser Phase wohnen, kochen und schlafen die Darsteller in den Häusern unter den Lebensumständen des 15.

295 Roth, 1998, S.86.

296 Gruppe „1476 Städtisches Aufgebot e.V.“, siehe: <http://www.anno1476.de/index.html>, 19.11.2008.

Jahrhunderts. Während der Öffnungszeiten des Museums verdeutlichen sie den Besuchern durch ihre Tätigkeiten und Erklärungen das Leben des Spätmittelalters. Die Darsteller besitzen nur in seltenen Fällen eine pädagogische Ausbildung, aber haben Freude an der Weitergabe ihres Wissens aus Recherche und Experimenten. Die Gruppe erhält für ihre Bemühungen eine Aufwandsentschädigung, die nur selten kostendeckend ist, da die Materialien sehr teuer und das Budget vieler Museen trotz der ausgeprägten Besucheranziehungskraft solcher Aktionen klein ist.

Das **Rheinische Freilichtmuseum Kommern** arbeitet in ähnlicher Weise mit Darstellern, die neben dem Beleben der Häuser und der Kommunikation mit Besuchern auch kurze Spielszenen z.B. eine typische Rekrutierungssituation im bergischen Land im Jahr 1814 vorführen. Die Rekrutierung läuft nach einer grob geplanten, in Details aber improvisierten Handlung ab, die den Zuschauern die Sitten der Zeit und die damit verbundenen Herausforderungen und Ängste verdeutlichen soll. Im Anschluss an die Szene folgt eine kurze Erläuterung für die Besucher, um zu klären, dass es sich nicht um eine historisch dokumentierte Situation handelte, diese sich aber in ähnlicher Form in diversen Ortschaften abgespielt hat. Durch die Einschränkung lernt der Zuschauer zwar etwas über den generellen Ablauf der Aushebungen der Landwehr, jedoch wird ebenfalls evident, dass sich nicht jede Rekrutierung so abgespielt haben muss.

Neben diesen zeitlich begrenzten Geschichtsdarstellungen bietet das Rheinische Freilichtmuseum seit 2000 als Teil ihrer Dauerausstellung wechselnde Laienschauspieler, die fiktive oder historische Personen aus der Gegend im Rahmen der bereits erwähnten Gespielten Geschichte darstellen. Die Besucher begegnen: *„Bauern bei der Feldarbeit, der Hausweberin, der Magd im Hausgarten, der Dame aus der Stadt zu Besuch auf dem Land, dem preußischen Agrar-Beamten... Von April bis Oktober mit täglich wechselndem Programm.“*²⁹⁷ Die Akteure nehmen an den Aktionstagen feste Rollen ein und beleben einzelne Häuser bzw. halten sich zum Arbeiten oder zur Kommunikation mit Besuchern im Freien auf. Interessanterweise wird dieses Programm auf der Website des Museums und den Informationsmaterialien nur sehr dezent beworben. Eine Erläuterung der Aktionen

297 Erläuterung der Gespielten Geschichte im Jahresprogramm des Freilichtmuseums:
http://www.kommern.lvr.de/jahresprogramm/jahresprogramm_2008.pdf, 24.11.2008.

findet sich im Internet nur im Jahresprogramm als Ankündigung der Aktionstage. Es ist anzunehmen, dass die Mundpropaganda der Besucher ausreicht, um Publikum anzuziehen und aus diesem Grund auf weitere Werbemaßnahmen verzichtet wird.

Ein Vorteil dieser Vermittlungsmethode ist die Einbindung von Fakten in einen menschlichen Rahmen z.B. zu den Lebensumständen, den Unterschieden zwischen Arm und Reich, der Stadt- und Landbevölkerung oder den Vor- und Nachteilen der Industrialisierung. Diese Aspekte werden als Teil des Schicksals der Akteure vorgestellt und gewinnen dadurch an Bedeutung. Die neutrale Präsentation des hohen Alkoholkonsums oder die drohende Arbeitslosigkeit der Weber durch die Industrialisierung in einem Text mag Menschen bewegen, aber die emotionale Erzählung von Beteiligten erreicht dies in jedem Fall, da die Tragweite der „Fakten“ auf einzelne Schicksale verdeutlicht wird. Ein weiterer Vorteil ist die Einbeziehung der Besucher nicht nur durch die Unterhaltung mit ihnen sondern durch ausgeübte Tätigkeiten z.B. das Schreiben mit Federkielen, das (freiwillige) Tragen von Lasten, die Hilfestellung beim Kochen etc. Durch das Ausprobieren und „Erleben“ (von Teilaspekten) des historischen Lebensalltags wird das erlernte Faktenwissen verstärkt.

Ein Nachteil der Belebung von Häusern in Freilichtmuseen ist eine Zurückhaltung der Besucher beim Ansprechen von Akteuren und beim Betreten von belebten Wohnsituationen. Der durchschnittliche Besucher wird durch die neue und für Museen ungewöhnliche Situation von historischen Ansprechpersonen bzw. ganzen Wohnbereichen verunsichert. Im realen Kontext dürfte er nicht ohne Weiteres in ein bewohntes Haus eindringen, spricht nicht unbedingt fremde Menschen an und lernt im Prozess des Erwachsenwerdens Menschen nicht anzustarren. Dem Besucher wird durch die Belebung der Häuser vermittelt, dass hier tatsächlich Menschen wohnen und deren Privatsphäre gewahrt werden sollte. Das museal-akzeptierte Verhalten des „alle zugänglichen Räume Betreten und Betrachten Dürfens“ bildet einen Widerspruch zur realen Situation. Das Museum wünscht geradezu das Betreten selbst der Schlafzimmer und einen regen Kontakt zu den Akteuren. Damit die meisten Menschen nicht nur aus der Distanz schauen und sich dezent durch das Museum bewegen, kann eine Brücke zwischen den

Besuchern und den Häusern bzw. den Darstellern angeboten werden. Hilfreich sind einladende Schilder am Eingang der belebten Häuser oder Darsteller, die explizit auf die Besucher zugehen und sie ansprechen ohne zu bedrängen. Gleiches gilt für Darstellungen in Stadtmuseen etc.

Im **Freilichtmuseum am Kiekeberg** (Rosengarten-Ehestorf) wird ebenfalls mit Laienschauspielern gearbeitet, die während der Sommersaison an einzelnen Tagen bzw. über eine Zeit von mehreren Wochen einen Bauernhof beleben und die notwendigen Arbeiten ausführen. Die Darsteller bestehen aus Personen, die sich auf einen projektbezogenen Aufruf in der Lokalpresse meldeten. Seit Beginn des Projekts im Mai 2004 wechselten die Akteure teilweise, die sich im Winter durch Recherchen und Fortbildungen auf ihre Tätigkeiten vorbereiten. Um eine kleine, aber dennoch geschlossene dörfliche Struktur zeigen zu können, „verkörpern sie Bauer, Bäuerin, Altenteiler, Knecht und Magd des frühen 19. Jahrhunderts und berichten den Besuchern in Gesprächen vom Landleben in dieser Zeit.“²⁹⁸ Das Alltagsleben ist durch die saisonalen Arbeiten und die gemeinsamen Mahlzeiten strukturiert. Für Besucher sind diese Szenen sehr eindrücklich und werden u.a. mittels des „echten“ Feuers auf der Herdstelle unterstrichen. Der Rauch in den niederdeutschen Hallenhäusern (ohne Schornsteine, daher auch Rauchhäuser genannt) eröffnet dem Besucher eine fremde Welt, die durch den in der Kleidung verhaftende Rauchgeruch nachhaltig wirkt und die Erinnerungen an das Erlebte intensiviert. Ähnliches geschieht bei Missgeschicken wie dem Anbrennen von Kaffeebohnen beim Rösten, das einen prägnanten Geruch verströmen lässt. Auch hier wird die Arbeit der Ehrenamtlichen zu besonderen Aktionstagen durch externe Darsteller unterstützt und mit vorgegebenen Handlungsabläufen ergänzt.²⁹⁹

Im Unterschied zu den Akteuren in Kommern sprechen die ehrenamtlichen Teilnehmer des Projekts „*Gelebte Geschichte 1804*“ nicht in der ersten Person. Sie verkörpern für die Besucher ihre Rolle, aber berichten über den Zeitschnitt aus heutiger Perspektive.³⁰⁰ Dies vereinfacht die Interpretation der Rolle und die

298 Vorstellung des Projektes unter: <http://www.kiekeberg-museum.de/41/>, 24.11.2008.

299 Vgl. Duisberg, Heike „*Gelebte Geschichte 1804*: Ein Türöffner in die Vergangenheit“ in: Carstensen, Jan (Hrsg). *Living History im Museum – Möglichkeiten und Grenzen einer populären Vermittlungsform*. Münster 2008, S. 92.

300 Vgl. Kagel, Nils „Living History statt Disneyland – Gelebte Geschichte im Freilichtmuseum am Kiekeberg“ in: *Mitteilungsblatt des MVNB*. Heft 67, Hannover 2006, S. 77-88.

Kommunikation mit den Besuchern. Einziger Nachteil, der durchaus bewusst zugelassen worden sein kann, ist das erschwerte Gefühl des ganzheitlichen Erlebnisses für den Besucher durch die offensichtliche Distanz zwischen Darsteller und historischem Inhalt.

Die Einbeziehung anderer Personen des 21. Jahrhunderts in das Projekt „*Gelebte Geschichte 1806*“ bildet eine Ausnahme in deutschen Freilichtmuseen und enthält Gemeinsamkeiten mit den Geschichtsdokumentationen wie „*Das Schwarzwaldhaus 1902*“, „*Abenteuer Mittelalter – Leben im 15. Jahrhundert*“ oder „*Die Bräuteschule 1958*“. Vom Radiosender NDR 90,3 wurden 2006 zehn Zuhörer ausgewählt, die für acht Tage mit den ehrenamtlichen Darstellern des Kiekeberg-Museums in der Gebäudegruppe des Meybohmschen Hofes unter den Bedingungen von 1806 leben und arbeiten „durften“.³⁰¹ „*Das ist einer der großen Unterschiede zu anderen Casting- und Reality-Shows: Keiner muss leiden, die Kandidaten sind nicht isoliert und sie werden nicht vorgeführt. Die ganze Aktion versteht sich eher als ein Experiment, eben als "erlebte Geschichte"*“.³⁰² Die Erfahrungen der Teilnehmer wurden durch ein Fernseh-Team vom NDR aufgezeichnet und gesendet. Während der acht Tage erlebte das Museum einen großen Besucheranstieg aufgrund der Bekanntheit in Presse und Öffentlichkeit und der Besonderheit des Projektes. Ein ähnliches Projekt unter dem Titel „*Bauen wie 1808*“ wurde im Oktober 2008 mit weiteren zehn Hörern des Radiosenders durchgeführt, bei dem eine Scheune unter den Bedingungen von 1808 aufgebaut wurde.³⁰³

Für die Teilnehmer der beiden Ausflüge ins frühe 19. Jahrhundert hat sich der Tausch des heutigen Luxus gegen die festen Strukturen, die harten Arbeits- und Lebensbedingungen durchweg gelohnt. Die einzigen zugelassenen modernen Hilfsmittel während des Projektes waren Zahnbürsten und Toiletten. Besonders die Entschleunigung des geordneten Alltags und die Gemeinschaft wurde von der schnell zusammenwachsenden Gruppe positiv bewertet. Im Gegensatz zu den

301 Porträts der Teilnehmer und Details zum Ablauf:
<http://www.ndr903.de/service/aktionen/portraets2.html> und
<http://www.ndr903.de/service/aktionen/leben46.html>, 24.11.2008.

302 Berichte zur Dokumentation: <http://www.ndr903.de/service/aktionen/leben44.html>, 24.11.2008.

303 Nähere Details hier:
http://www.ndr903.de/programm/sendungen/bauen_wie_1808/bauenwieachtzehnhundertacht100.html, 24.11.2008.

notwendigen Tätigkeiten während der Tage und den Freizeitaktivitäten am Abend erschien vielen Teilnehmern das heutige Leben wenn nicht sinnlos, so doch zumindest farblos. Die gesellschaftlichen Strukturen auf dem Bauernhof, in denen jede Person egal welchen Alters seine feste Position und Aufgabe hatte, wurde im Vergleich zur starken Unabhängigkeit und Individualität der heutigen Zeit gelobt.

Auf Basis der in Kapitel 4 erläuterten Wahrnehmungs- und Lernprozesse lässt sich festhalten, dass die Erlebnisse aufgrund ihrer Intensität und multisensualen Dimensionen lebenslang in Erinnerung bleiben. In verschiedenen amerikanischen Historic Sites werden diese Art der Erlebnisse mit Übernachtung vor Ort regelmäßig angeboten. In Deutschland bildet das Kiekeberg-Museum durch diese Projekte eine Ausnahme.

5. Reenactment: Diese Art der Geschichtsdarstellung bezieht sich auf das Nachstellen/-spielen von zivilen und militärischen Ereignissen bzw. Situationen. Obwohl es in diesem Bereich viele Gruppen mit zivilem Schwerpunkt diverser Epochen gibt, überwiegt das Nachstellen berühmter Schlachten und das Nacherleben der Lebensbedingungen von Soldaten z.B. des 19. Jahrhunderts. Im Gegensatz zu musealen Geschichtsdarstellungen steht das eigene Erlebnis der Reenactor und nicht die Vermittlung von Wissen im Vordergrund.

Über die Motive des leidenschaftlichen Engagements für sein Hobby befragt, meinte einer der Organisatoren und Teilnehmer in Kingston [hist. Schlacht des amerikanischen Unabhängigkeitskriegs], dass er und seine Kollegen hofften, durch das eigene Erleben des Waffengebrauchs, der Exerzier- und Angriffstechniken, der Bewegung durchs Terrain und den Anblick des Gegners besser zu verstehen, warum eine Schlacht so und nicht anders ausgefallen sei: [...] ³⁰⁴

Reenactments zu denen Zuschauer zugelassen sind, werden nur selten von Reenactment-Gruppen selbst organisiert. Meist handelt es sich um Kooperationen zwischen mehreren Gruppen bzw. Einzeldarstellern und einem unabhängigen Organisator z.B. einer Stadt, der geeignete Rahmenbedingungen zur Verfügung stellt. Häufig wird ein (geringes) Eintrittsgeld erhoben, um die entstandenen Kosten zu decken. Beispiele solcher Veranstaltungen sind die „Zeitreise ins 18. Jahrhundert“ oder die „Völkerschlacht bei Leipzig 1813“.

304 Bendix, Regina „Der gespielte Krieg : zur Leidenschaft des Historic Reenactment,“ In: *Volkskultur und Moderne*. Wien 2000, S.267.

Ersteres ist eine Kooperation der Gesellschaft Hessische Militär- und Zivilgeschichte und der Hessischen Hausstiftung, die jedes Jahr an zwei Tagen im August auf dem Gelände um das Schloss Fasanerie bei Fulda Besucher einlädt. Die Darsteller werden durch die Organisatoren speziell ausgesucht, damit ein hoher Qualitätsanspruch und ein reibungsloser Ablauf garantiert werden kann. Die Qualität der Ausrüstung und das Hintergrundwissen der Einzelnen wird in Fachkreisen der Reenactor z.B. Internet-Foren oder im musealen Kontext regelmäßig diskutiert. Für die Besucher sind fachliche Unterschiede, soweit sie nicht allzu offensichtlich sind, selten deutlich oder relevant, solange der Gesamteindruck überzeugend ist.

Die Akteure kampieren auf dem Gelände bzw. übernachten in Einzelfällen (Familien mit kleinen Kindern) oder bei sehr schlechtem Wetter in nahe gelegenen Pensionen. Zwischen 10 und 18 Uhr wird den Besuchern ein abwechslungsreiches Programm geboten, bei dem u.a. militärische Manöver und das Lagerleben vorgestellt werden.³⁰⁵ Das Herumlaufen und Betrachten der über 100 Darsteller in zeitgenössischer Kleidung und Ausrüstung erweckt den Eindruck einer wie im Titel der Veranstaltungen beworbenen Zeitreise. Die Definition des „Normalen“ wird für den Besucher in Frage gestellt, wenn die Mehrheit der ihn Umgebenden die Kleidung des 18. Jahrhunderts trägt und somit er selbst „ungewöhnlich“ ist und nicht die Darsteller.

Die Völkerschlacht bei Leipzig 1813 wird vom Verband Jahrfeier Völkerschlacht bei Leipzig 1813 e.V., dem Förderverein Völkerschlachtdenkmal e.V. und der Stadt Markleeberg organisiert, geht über fünf Tage und wird von 2000 Darstellern aus verschiedenen europäischen Ländern durchgeführt. Aufgrund der hohen Teilnehmerzahl und des weiträumigen Geländes ist die Organisation für Teilnehmer und Besucher sehr aufwendig. Für Letztere bildet das Verfolgen der dargestellten Schlachtabläufe usw. eine Herausforderung, die mit einem Kommentator über Lautsprecher vereinfacht werden soll. Nicht unerheblich ist der Eintrittspreis von 10€ für die Beobachtung der Schlacht und weitere Gebühren für Rahmenveranstaltungen.³⁰⁶ Diese Veranstaltung wirkt vorrangig durch ihre Größe,

305 Ankündigung der „Zeitreise ins 18. Jahrhundert 2008“: http://www.schloss-fasanerie.de/aktuell/index.php?page=content_index.php&jump=29, 24.11.2008.

306 Besucherinformationen: <http://www.voelkerschlacht1813.eu/images/uploads/publikationen/programm-wickel->

während die etwaige Kommunikation zwischen Darstellern und Zuschauern nahezu unmöglich ist. Die Akustik durch das Feuern der Kanonen und Gewehre und zugleich die große Rauchentwicklung hinterlassen dennoch eindruckliche Erinnerungen bei den Besuchern.

Möglichkeiten der Umsetzung von Geschichtsdarstellungen in geschlossenen Museumsräumen

Im Rahmen eines Museums mit geschlossenen Räumen erscheint die Umsetzung von Geschichtsdarstellung auf den ersten Blick schwieriger. Hier können alltägliche Dinge wie das Kochen über offenem Feuer nur bedingt gezeigt werden. Die Kulisse ist nicht wie in einem Freilichtmuseum authentisch, bietet jedoch bei genauerer Betrachtung einige Möglichkeiten.

Im Badischen Landesmuseum Karlsruhe spielte Ullrich Brand-Schwarz, einer der Partner von „Facing the Past“, einer Agentur für „Living History“, einen spätantiken Soldaten als Teil einer regelmäßigen Familienführung. Ausgerüstet mit nach archäologischen Quellen rekonstruierter Kleidung und Waffen erläuterte er den Führungsteilnehmern die Ausstellung „Imperium Romanum – Römer, Christen, Alemannen – Die Spätantike am Oberrhein“ und räumte in diesem Zuge mit diversen Vorurteilen und Halbwahrheiten zu Römern und ihrer Epoche auf.³⁰⁷ Brand-Schwarz demonstrierte Kampftechniken anhand von Vollrekonstruktionen, trat als Soldat auf, sprach jedoch mit den Besuchern aus der Dritten Person über die damalige Zeit, also nicht als Überrest der Vergangenheit aus der Ersten Person. Diese Geschichtsdarstellung wird auch als Role-Acting bezeichnet.³⁰⁸

Obwohl die Kulisse der Demonstrationen und Erläuterungen durch die Ausstellung gebildet wurde, also kein „Erleben“ des Zeitgefühls per se bot, wurde durch diese Methode das Faktenwissen aus Büchern und Forschungserkenntnissen in Person der historischen Figur verlebendigt. Für Schulprogramme o.ä. bietet Brand-Schwarz die Demonstration des Legionärs Quintus als typisch römischer Soldat um

[rueckseite.pdf](#), 24.11.2008.

307 Bericht zur Durchführung der Darstellungen unter: http://www.facing-the-past.com/Perioden/Karlsruhe_2005/karlsruhe_2005.html, 25.11.2008.

308 Vgl. Blomann, 2007, S.18.

260n.Chr. in Vollrekonstruktionen an.³⁰⁹ Diese Geschichtsdarstellung bietet sich so als Brücke zwischen dem Besucher und dem Exponat an, der diesem eine Einordnung in seinen historischen Kontext erlaubt und somit die Vermittlung intensiviert.

Seit einer Tagung mit Museums- und Theaterpädagogen zu diesem Thema im Jahr 2000 spielt das Museumstheater im Badischen Landesmuseum Karlsruhe eine zentrale Rolle. Eine Quintessenz dieser Tagung wurde von Hans Joachim Klein in seinem Vortrag „Wie viel Theater braucht das Museum? Besucher geben Auskunft“ formuliert: *„Das Publikum liebt MuseumsTheater in angemessener Form, Museen brauchen das Publikum, also brauchen sie auch inspirierendes MuseumsTheater.“*⁸¹⁰ Im Landesmuseum Karlsruhe werden *„das Autorentheater, das Stationentheater, das Animations- und Forumtheater, das Mitmachtheater, die Schauspielführung“* umgesetzt.³¹¹ Das Autorentheater meint eine Theatervorstellung im herkömmlichen Sinn, die auf einer Bühne oder mitten im Ausstellungsraum stattfinden kann. Das Stationentheater findet in mehreren Räumen der Ausstellung statt, deren Handlung und somit auch den Stationen die Besucher folgen. Das Animations-, Forum- und Mitmachtheater bezieht einen Teil oder sogar alle Zuschauer in unterschiedlicher Form mit in die Handlung ein.

Die Schauspielführung meint z.B. die oben erläuterten Rollen von Brand-Schwarz, kann unter anderem aber auch die Verkörperung von mehreren Rollen innerhalb einer Führung beinhalten.

At least five characteristics define the ultimate timbre of first-person interpretation: the individual style of the interpreter; the format (for example, scripted scenario, monologue, discussion, process demonstration); the passive or active role of the audience; the subject matter; and the venue. The more declamatory the interpreter, the greater the amount of monologue, the larger

309 Vorstellung der darstellbaren Figur Legionär Quintus unter: http://www.facing-the-past.com/Termine/Legionar_Quintus/legionar_quintus.html, 25.11.2008.

310 Klein, Hans Joachim „Wie viel Theater braucht das Museum? Besucher geben Auskunft“ in: Kindler, Gabriele. *MuseumsTheater : theatrale Inszenierungen in der Ausstellungspraxis ; [Dokumentation der Fachtagung "Museumstheater", Bundesverband Museumspädagogik e.V. 21.-24. Sept. 2000 in Karlsruhe]*. Bielefeld 2001, S.85.

311 Vorstellung der einzelnen Theaterformen: <http://www.landmuseum.de/website/Deutsch/Museumspaedagogik/Erwachsene/Museumstheater.htm>, 25.11.2008.

and more passive the audience, and the less the environment resembles a living setting, the more interpretation blends into theater.³¹²

Teil solcher Schauspielführungen können berühmte Persönlichkeiten sein. Die Agentur „Facing the Past“ propagiert die Auswahl einer realen oder fiktiven Person aus dem direkten Umfeld der Berühmtheit, da eine Darstellung nie dem Original entspricht und auf diese Weise keine falschen Bilder vermittelt.³¹³ Die Person aus dem Umfeld der bekannten Figur kann wiederum auch über dessen negative Charaktereigenschaft Auskunft geben, was die Prominenz selbst wahrscheinlich nicht tun würde.

Ähnlich wie im Badischen Landesmuseum bereits praktiziert, bietet eine Teil- oder Vollinszenierung eines Raumes die Kulisse für Geschichtsdarstellungen mit improvisierter oder geplanter Handlung. Auf nicht umsetzbare Aspekte des Alltagslebens kann bis zu einem bestimmten Punkt verzichtet werden, solange dem Besucher für das Nicht-Realisieren eine Erklärung geboten wird. Wenn beispielsweise keine Kochmöglichkeit im Ausstellungsraum gegeben ist, können trotzdem verschiedene Szenen, die außerhalb der Küche spielen, gezeigt werden. Der Zuschauer ist vom „herkömmlichen“ Theater und nicht zuletzt von TV-Sendungen des Vorabendprogramms daran gewöhnt, dass sich ein Teil der Handlung außerhalb seines Blickfeldes entwickelt bzw. ein fiktives Haus größer ist als der sichtbare Raum. Einzig essentieller Aspekt ist eine innewohnende Logik, die dem Besucher ersichtlich wird. Unter diesen Bedingungen ist dem Inhalt der Geschichtsdarstellungen kaum Grenzen gesetzt. Soweit dies mit den Brandschutzbestimmungen und dem Schutz der Exponate vereinbar ist, könnte sogar ein Kamin-/Kachelofen installiert werden, dessen Rauchabzug über ein verdeckbares Rohrsystem funktioniert. Vergleichbar ist die Inbetriebnahme eines historischen Herdes.

Eine größere Herausforderung für die Vorstellungskraft der Darsteller und der Zuschauer ist der Verzicht auf eine Kulisse in Form von Inszenierungen. Anhand einer Handlung und der Kommunikation mit dem Besucher können dennoch

312 Roth, 1998, S.51.

313 Vgl. Brand-Schwarz, Ullrich; Klöffler, Martin; Körper, Kristian „Gelebte Geschichte – Historische Interpretation. Ein Erfahrungsbericht“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008, S.72.

historische Inhalte vermittelt werden. Durch die Reduzierung auf den Darsteller wird sein kommunikatives und didaktisches Geschick wichtiger. Ein ähnliches Konzept wird im Bremer Geschichtenhaus im Schnoor umgesetzt. Das verwinkelte und älteste Stadtviertel Bremens bietet einen geeigneten Rahmen für die Präsentation der Bremer Stadtgeschichte, die von mehreren Darstellern gespielt bzw. erzählt wird. Der Besucher wird auf seinem Rundgang durch das Haus und somit auch durch die Geschichte mit persönlichen Schicksalen, berühmten Charakteren und Ereignissen Bremens konfrontiert.³¹⁴

Eine erste Station ist der Böttcher Marinus, der den Besuchern, die in kleinen Gruppen durch das Haus geführt werden, berichtet, wie das Schicksal der Stadt während der Belagerung durch die Schweden u.a. durch seine Hilfe gewendet wurde. Um die Gäste in die Handlung einzubinden, fragt er sie, ob sie die schwedischen Soldaten am Tor gesehen haben. Durch die bildliche Sprache beginnt der Zuhörer die nur teilweise inszenierte Kulisse und das moderne Stadtleben außerhalb des Hauses auszublenden und ist gespannt, wie es weitergeht. Ähnlich ergreifend ist die Unterhaltung mit einem städtischen Soldaten, der das Haus einer Pesttote vernagelt und über seine Aufgabe und die schrecklichen Auswirkungen der Pest klagt. Von einer Station zur nächsten wird der Besucher durch das Haus geleitet und erhält mit jedem Kulissenwechsel in chronologischer Abfolge neue Erkenntnisse. Die Szenen geben durch Requisiten Hinweise auf den thematischen Inhalt des Kapitels, doch wird die Geschichte erst durch die gespielten Erzählungen der Akteure lebendig. Abgesehen von der rekonstruierten Kleidung der Darsteller arbeitet das Geschichtenhaus nicht mit Exponaten (im eigentlichen Sinne).

Alle Darsteller erhielten vor ihrer Tätigkeit eingehende Schulungen zum historischen Inhalt und schauspielerischen Fertigkeiten. Das Projekt ist Teil einer Beschäftigungsmaßnahme der *bras e.V. - arbeiten für bremen*, um Langzeitarbeitslose wieder in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Gerade aufgrund der teils schwierigen Hintergründe der Akteure ist ein essentieller Aspekt der Vorbereitung ihnen Selbstbewusstsein zum Schauspielen vor einer Gruppe

314 Vgl. Fruchtmann, Sara „Bremer Geschichtenhaus – Museumstheater und Hartz IV“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008, S.135ff.

beizubringen, das sich spätestens durch die Freude, Gästen auf unkonventionelle Weise etwas über die eigene Stadtgeschichte zu erläutern, von selbst einstellt.³¹⁵

Für den Besucher bildet dieses Konzept einen Gegensatz zu der traditionellen Vermittlung von Geschichte in Ausstellungen anhand von Daten, Fakten und Exponaten: Persönliche, teilweise sehr emotionale Geschichten ohne Daten, die den Besucher involvieren, indem ihn die Darsteller um Hilfe bitten, warnen, belustigen oder ihm ihr Leben erzählen. Für den vorgebildeten Besucher wirkt sich die fehlende Erwähnung von Daten verwirrend aus, da es für eine Verortung der Ereignisse wichtig ist den zeitlichen Rahmen zu kennen. Nichtsdestotrotz weckt die Spielführung die Neugierde der Besucher mehr zu den präsentierten Themen zu erfahren und nicht nur das geschaffene Geschichtswissen durch eigenes Nachlesen zu ergänzen, sondern in einem erneuten Besuch zu erweitern. Die bildliche und emotionale Vermittlung des Bremer Geschichtenhauses eignet sich gut, um dauerhaft Wissen zu vermitteln und ist bislang einzigartig, was sicherlich durch die Vorstellung des Konzepts auf Tagungen und in der Fachliteratur nicht lange so bleibt.

Vorteile von Geschichtsdarstellungen allgemein

Die Vorteile von Geschichtsvermittlung anhand von kostümierten Personen für Besucher korrelieren teilweise mit denen einer Geschichtsverfilmung. Der Zuschauer beobachtet die Darsteller bei der Ausübung unterschiedlichster Tätigkeiten und erkennt durch die menschlichen Aspekte der Szenen Parallelen zu sich selbst bzw. kann sich in die einzelnen Rollen hineinversetzen. Die historischen Figuren zeigen ebenfalls Emotionen und reagieren wie die Besucher situationsabhängig. Durch die audiovisuellen Reize werden die verantwortlichen Zentren im Gehirn stimuliert und je nach Intensität der Eindrücke werden sie dauerhaft ins Gedächtnis aufgenommen. Eine amerikanische Darstellerin beschrieb diesen Sachverhalt wie folgt: *“You will feel something when you leave. You may not remember everything I said, but you will remember everything you felt.”*³¹⁶ Filmszenen bieten ebenso wie Romane und Geschichtsdarstellungen die Möglichkeiten sich in die Protagonisten hineinzuversetzen und die Handlung aus ihrer Perspektive zu verfolgen oder gar

315 Vgl. Fruchtmann, 2008, S.141/142.

316 Roth, 1998, S.176.

mitzuerleben. Der emeritierte Professor George E. Hein der Graduate School of Arts and Social Science an der Lesley University in Cambridge, Minnesota berichtete Folgendes von seinem Besuch der Plimoth Plantation:

I once spent an hour on a misty, raw November morning in a native American bark-covered dwelling talking to a staff member at Plimoth Plantation while she tended a cooking pot over an open fire. After a few minutes, only our conversation, the smell of the wood fire, the wooden seats and blankets inside and the natural sounds of the brook and dripping water outside existed.³¹⁷

An diesem Erlebnis ist der Effekt der Wahrnehmungskomplettierung erkennbar. Hein nimmt nach kurzer Zeit nur noch die zur Darstellung gehörenden Reize wahr und fühlt sich ins 17. Jahrhundert versetzt. Im weiteren Verlauf seines Aufenthaltes empfindet er sich durch seine moderne Kleidung als Fremdkörper, während die historischen Kostüme der Akteure zum Standard werden. Dieser Prozess ist auch in weniger vollständigen Darstellungen möglich und gehört zu den normalen Adaptionsmechanismen des menschlichen Gehirns, das sich auf jede neue Situation innerhalb kürzester Zeit einzustellen vermag.

Durch eine direkte Konfrontation des Zuschauers mit dem Darsteller kann er aus nächster Nähe Kleidung, Ausrüstung und Verhalten detailliert in Augenschein nehmen und das Erlebnis wird intensiver als bei Filmen. Der ungewohnte Anblick einer Person in historischer Kleidung löst im Besucher eine Adrenalinausschüttung aus, wie jede ungewohnte bzw. neue Situation, um eine schnelle und angemessene Reaktion zu ermöglichen und die Aufmerksamkeit zu erhöhen. In Folge dessen erhält die Begegnung dem Darsteller einer historischen Figur einen lebendigeren Charakter als eine Verfilmung oder ein Buch. Laut Jay Anderson, einem Pionier der Verschriftlichung der Living-History-Forschung in dem Buch „Time Machines: The World of Living History“ aus dem Jahr 1984, wird Living History anhand ihrer Funktion in drei Kategorien: 1. Living History zu Bildungszwecken, 2. zur Forschung und 3. als Freizeitaktivität unterteilt.³¹⁸ Auch Julian Blomann, Lehrbeauftragter an der Universität Saarland im Diplomstudiengang für historisch orientierte Kulturwissenschaften und Leiter der Agentur Historica Events, teilt diese Meinung:

317 Hein, 2000, S.2.

318 Anderson, Jay. *Time Machines – The World of Living History*. Nashville 1984, zitiert in: Magelssen, Scott. *Living History Museums – Undoing History through Performance*. Lanham, Maryland 2007, S.XIV.

Living-History oder Geschichte als Event bietet auch der Geschichtsdidaktik nicht zu unterschätzende Möglichkeiten. Sie kann der Veranschaulichung dienen und somit, beispielsweise im musealen Kontext, wichtigen Schaustücken mehr Geltung verschaffen. Die Exponate bzw. tauglichen Repliken, können in ihrem ursprünglichen Funktionszusammenhang gezeigt werden, wodurch ein Kontext hergestellt und verdeutlicht wird. Zusammenhänge und Geschichten können unaufdringlich transportiert werden, was zu einer informationellen Aufwertung der Objekte führt und somit spröde und komplexe Themen emotional, sinnlich erschlossen werden.³¹⁹

Das Fach Geschichte in der Schule soll ein grundsätzliches Geschichtswissen vermitteln, durch die Auseinandersetzung mit Darstellern erhält Geschichte jedoch eine reale Dimension und der Besucher kann nachvollziehen, dass die Daten und Fakten, die er gelernt hat, mit realen Menschen und Situationen zusammenhängen. Der Darsteller hat für den Besucher die gleiche Funktion wie ein Artefakt für einen Archäologen: er fasziniert, beantwortet ein paar Fragen und wirft eine ganze Reihe weiterer auf. Mithilfe von Geschichtsdarstellung im Allgemeinen lässt sich Geschichtsinteresse anregen und der Vergangenheit ein nachvollziehbares Gesicht verleihen. In einem der Standardwerke zur Living History, *„Past into Present – Effective Techniques for First-Person Historical Interpretation“* von Stacy Roth werden die dauerhaften Erinnerungen einer Schülergruppe auch Jahre nach den Erlebnissen wie folgt erklärt:

The students, fully a decade after their visit, recalled the enjoyment “knowing the characters” of Barkerville because they conveyed a sense of story about the place. They remembered the anxiety of panning for gold with the miner, the realism of the disagreement between the miner and the carpenter over claim jumping, the nervousness of pleading a case before “Judge Begbie,” and the excitement of meeting personalities they had studied in class. Green said that one theme came out again and again in her interviews: a feeling of emotional involvement and connection with the past, which was stimulated by activity and immersion in the simulated environment.³²⁰

Die Erinnerungsengramme, wie an dem Bericht deutlich wird, rührten von der emotionalen Involvierung in die Geschehnisse. Für die Ausflugsteilnehmer handelte es sich nicht nur um eine Inszenierung, sondern um tatsächliche Handlungsabläufe und nachvollziehbare Herausforderungen, an denen sie Anteil nahmen. Ein Grund für das marginale Geschichtsverständnis großer Teile der Bevölkerung ist der fehlende Bezug zu den Ereignissen, denn nur an eigene Erlebnisse kann man sich erinnern. *„Was nicht zuvor erlebt, erfahren wurde, kann später nicht erinnert werden.“*³²¹ Da zur menschlichen Existenz jedoch eine definitive Zeitlichkeit gehört

319 Blomann, 2007, S.28.

320 Roth, 1998, S.27.

321 Assmann, 1999, S.35.

und Reisen durch die Zeit nicht möglich sind, bietet die Geschichtsdarstellung eine Möglichkeit der Annäherung an das Ideal der eigenen Erlebnisse zur Formung von Erinnerungen.

Eine bewährte Methode um einen Lerneffekt und einwandfreies Verständnis für eine dargestellte Szene zu garantieren, ist das sogenannte „red T-shirting“, das sich anfangs tatsächlich von mit roten T-Shirts herausstechenden Personen ableitete. Diese Vermittlungsform sieht einen Moderator zwischen Akteuren und Besuchern vor, der das Gezeigte erläutert und für Fragen der Zuschauer zur Verfügung steht. So lassen sich Missverständnisse oder Irritationen seitens der Besucher vermeiden und es wird sichergestellt, dass sie mit neuen Erkenntnissen und nicht mit einer zusätzlichen Verwirrung das Museum verlassen. Diese Vermittlung ist besonders für Inhalte wichtig, die sich von unseren Werten unterscheiden oder im Alltag wenig besprochen werden wie z.B. häusliche Gewalt gegenüber Frauen und Kindern, Sexualität, Kriminalität und die entsprechend harten Strafen etc. Ohne Erläuterungen kann es zu Eingreifen der Besucher in das Spiel oder zu unbeabsichtigten Schockeffekten kommen.³²² Es gibt verschiedene Themen wie Fremdenfeindlichkeit oder religiöse Intoleranz, die sich innerhalb der letzten Jahrzehnte und Jahrhunderte verändert haben und im heutigen Kontext missverstanden würden, daher ist eine Erläuterung sinnvoll. Dennoch sollte allen Beteiligten klar sein, dass es sich bei derartigem Verhalten um eine Gratwanderung des Umsetzbaren handelt und die Besucher unbedingt Betreuung benötigen, wenn sie nicht beim Verlassen des Museums der Meinung sein sollen, dass hier z.B. eine „rechte Gesinnung“ propagiert wird. Museen haben die Aufgabe ihre Besucher über die Vergangenheit, d.h. Sachzeugnisse aber auch geistige Inhalte aufzuklären und eine Darstellung durch Personen dient dezidiert diesem Zweck. Eine andere Möglichkeit Inhalte zu thematisieren ist das Berichten von Erlebnissen, was sich besonders bei Aspekten wie der häuslichen Gewalt anbietet.³²³ Hierbei wird die Situation entschärft, da es nicht zu einer „Vorführung der Gewalt“ kommt, sondern „nur“ davon erzählt wird.

Gleichermaßen werden in einigen Punkten des interpersonalen Verhaltens Kompromisse vorgenommen, um die Orientierung für Besucher zu vereinfachen.

322 Vgl. Roth, 1998, S.14.

323 Vgl. Ebd. S.166.

The social restrictions imposed on historical gender and class communication must also give way to the needs of interpretation. Women, servants, slaves, and children would not – in the distant past – freely address strangers as would free men, especially in the presence of characters who are portraying their “betters.” For the sake of explaining the lives they portray, interpreters are far more candid. [...] One of the most successful methods for overcoming social communication barriers is to treat visitors as confidantes with whom privileged information is shared.³²⁴

In diesen Situationen rückt der Darsteller ein Stück von der authentischen Interpretation seiner Rolle ab, um dem Besucher weitere Details erklären zu können. Der Besucher selbst wird hier nicht als Teil der historischen Gesellschaft sondern als „Fremder“ behandelt, damit seine Unwissenheit legitimiert wird und ihm Zusammenhänge erklärt werden können. Für den Besucher wird die Beobachtung und Kommunikation mit den Akteuren erleichtert, wenn er seine Rolle kennt, spricht: weiß, was von ihm erwartet wird. Die Zuordnung reicht von allgemeinen Reisenden bis hin zu Personen aus dem möglichen Besucherkreis der Lokalität.³²⁵

Als weiterer Vorteil der Geschichtsdarstellung und der angebotenen Erlebnisse ist der Schwerpunkt auf natürliche, physische Erfahrungen im Gegensatz zu virtuellen Realitäten der technologisierten Wirklichkeit zu nennen. Das Konzept bietet sich besonders für Institutionen an, die eine Alternative zu Computern und High-Tech bieten, jedoch nicht an Attraktivität einbüßen möchten. Wie in Kapitel 5.2 erläutert wird, sollte nicht versucht werden, Ausstellungen mit technischen Elementen auszustatten, um mehr Besucher anzulocken. Es ist ratsam nur eine sinnvolle Menge einzusetzen, denn Technik allein bindet auf Dauer keine Besucher.

[Geschichtsdarstellung, auf der anderen Seite,] is low tech, yet highly interactive, a perfect escape from the wired world of computers and television. It stimulates the imagination and the senses. It brings the abstract concepts of formal study to life. It creates an emotional and personal involvement with the past unlike that of television or films because it is unpredictable. It talks back. Asks questions. Surprises listeners with something they never knew before. Relates to personal interests. Adapts to young and old.³²⁶

Durch die persönliche Vermittlung anhand von Darstellern lassen sich auch abstrakte Inhalte verständlich erklären, was nur schwer durch Texte oder Objekte zu erreichen ist.

324 Ebd. S.59.

325 Vgl. Ebd. S.79.

326 Ebd. S.178.

Nachteile bzw. Kritikpunkte an Geschichtsdarstellungen

Ein Nachteil kann die möglicherweise fehlende Qualität der Darstellung sein. Ein Qualitätsdefizit in der Geschichtsdarstellung meint eine ungenügende bis teilweise schlichtweg falsche Kleidung und Ausrüstung, die eher auf Halbwissen als auf konsequenten Nachforschungen fußt. In der Vermittlung des Hintergrundwissens an Besucher kann es dadurch zu mangelhaften Erklärungen bis hin zu freien Erfindungen kommen, wenn der Akteur fehlende Kenntnisse durch „improvisierte Antworten“ überspielen möchte. Ein Maßstab für die Qualität der Ausrüstung und Darstellung besagt:

Wenn man nur ein Abbild der Vergangenheit schaffen will, das aus 10 Metern gut aussieht, dann reichen eine Menge Kompromisse und Halbheiten; trotzdem sollte auch hier versucht werden, die Formen von Rüstungen und Waffen, sowie den Schnitt der Kleider zu treffen, so wie es jeder gute Filmmacher tun sollte. Wird allerdings eine Rekonstruktion angestrebt, die auch aus 10 Zentimetern Entfernung gut aussieht, hat man eine Menge Arbeit vor sich.³²⁷

Ein solches Verhalten kann bei Besuchern falsche Geschichtsbilder schaffen, die sich durch die eindrückliche Vermittlungsmethode lange im Gedächtnis halten können. Relativierend kann angeführt werden, dass eine Darstellung für den Besucher bereits authentisch und qualitativ hochwertig scheint, soweit sie mit bekannten Filminhalten übereinstimmt.³²⁸ Gerade Besucher können das Qualitätsniveau einer Veranstaltung mindern, wenn sie, wie bei Mittelaltermärkten tatsächlich gewünscht, in „historischer Gewandung“ erscheinen. Selten lässt sich hier ein Grundstandard an historischer Authentizität erkennen.³²⁹ Dies ist einer der Gründe, warum ein solches Auftreten bei den meisten anspruchsvollen Veranstaltungen nicht erlaubt ist.

Seit einigen Jahren wird in Fachkreisen regelmäßig die Diskussion über Qualität und eine mögliche Zertifizierung geführt. Die Meinungen hierzu gehen weit auseinander. Eine Diskussion im "Reenactorforum"³³⁰ zusammenfassend, lässt sich festhalten, dass Museen und auch Darsteller, die viel mit Museen zusammenarbeiten und selbst einen hohen wissenschaftlichen Anspruch an die Qualität ihrer Darstellung haben, einer solchen Zertifizierung positiv gegenüberstehen.

327 Gerry Embleton zitiert in: Blomann, 2007, S.82.

328 Vgl. Blomann, 2007, S.64.

329 Vgl. Ebd. S.93.

Wie bei einem Zertifikat üblich, sagt es nur aus, daß der Zertifizierte zum Zeitpunkt der Prüfung bestimmte Mindestanforderungen erfüllt hat, nicht aber, wie gut die Qualität wirklich ist. Trotzdem ist es ein Überlegung wert, einen Kriterienkatalog aufzustellen. Der Ausgleich der verschiedenen Interessen und die Schöpfung einer unabhängigen Institution werden dann die ganze diplomatische Meisterschaft der Beteiligten fordern. Letzten Endes entscheidet der Kunde, vulgo Museum, welche Veranstaltung er haben möchte, und da zählen Referenzen mehr als alles andere, und vielleicht in einigen Jahren sogar auch eine Plakette "certified living history interpreter".³³⁰

Diese Reaktion rührt zum Einen von dem hohen Anspruch an die eigene Arbeit und der erhofften Honorierung der teils langwierigen Nachforschungen und der finanziellen Investitionen her. Nicht selten bringt ein Darsteller eine für seine Rolle notwendige Ausrüstung im Wert von 10.000-30.000€ zu einer Veranstaltung mit. Besonders diese Darsteller wünschen sich eine offensichtlichere Abgrenzung zu den reinen Hobbyisten, deren Intention vor Allem der eigene Spaß ist und die aus verschiedenen Gründen kein vergleichbares Niveau erreichen.

Auf der anderen Seite würde ein Zertifikat, in welcher Form auch immer, die Zusammenarbeit mit Museen und anderen Veranstaltern vereinfachen, da sich diese oft über die zu erwartende Qualität unsicher sind, soweit sie im Vorfeld nicht selbst Erkundigungen über bestimmte Darstellergruppen oder Einzeldarsteller eingeholt oder sich bei ähnlichen Veranstaltungen über deren Qualität informiert haben. Ein weiteres Mittel zur Einschätzung der Akteure sind die auf deren Internetseiten angegebenen Referenzen. Der konstante Personal- und Finanzmangel in Museen erschwert eine solche Suche jedoch und werden vorrangig preisgünstige Gruppen gebucht, was häufig von Nachteil für die Qualität ist. Es gibt in Deutschland nur sehr wenige hauptberufliche Geschichtsdarsteller, die von dieser Tätigkeit leben können. In den meisten Fällen werden diese Aktivitäten in der Freizeit bzw. im Urlaub ausgeübt und wird mit einer unzureichenden Aufwandsentschädigung bezahlt.

Die schwierige Frage ist vielmehr wie eine Zertifizierung ablaufen soll und wer sie durchführt. Einen Vorschlag in diese Richtung machte der vorerwähnte Prof. Dr. Wolfgang Hochbruck in einem Artikel, veröffentlicht im Internet bei *Chronico – Magazin für Geschichte*, in dem bereits mehrere Artikel zum Thema der Qualitätssicherung für Geschichtsdarstellungen erschienen. Hochbruck ist Teil des

330 Meinung eines Reenactors, der bereits häufig mit Museen gearbeitet hat und selbst einen sehr hohen Anspruch vertritt. <http://www.reenactorforum.wasermann.de/cgi-bin/yabb2/YaBB.pl?num=1204364033>, 25.11.2008.

DFG-Forschungsprojekts „Historische Lebenswelten in populären Wissenskulturen der Gegenwart“, die an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg eine Typologie der verschiedenen Formen des Geschichtstheaters erarbeitet. Hochbruck schlägt vor, in den nächsten Jahren die Forschungsgruppe in Ergänzung mit „wechselnden Praktikern aus der Szene“ als Gutachter-Kommission für Geschichtsdarsteller mit musealem Schwerpunkt aufzubauen. Von dieser Kommission sollen vier Aspekte geprüft werden: materielle Qualität, historisches Wissen, didaktische Konzepte und dramaturgische Vermittlungsfähigkeiten. *„Dieses Gütesiegel gäbe dann Auskunft über die historische Ausrichtung, den angestrebten Grad von Authentizität, die dramatische Neigung – spielt die Gruppe eigene Szenen oder erklären sie Objekte und Alltagsverrichtungen?“*³³¹

Grundsätzlich wurde der Vorschlag Hochbrucks relativ positiv aufgenommen. Im Detail entzündete sich jedoch eine rege Diskussion über die Durchführung und die Verantwortlichkeiten in diesem Prozess. Was in Deutschland fehlt, ist eine Dachorganisation unter der sämtliche Darstellungsformen und Epochen zusammengefasst sind. Die vorhandenen Verbände wie die FLG (Freundeskreis Lebendige Geschichte), NG (Napoleonische Gesellschaft) oder HMV (Historischer Militärverein von 1813) sind zwar organisatorisch aktiv, beschränken sich aber auf bestimmte Epochen und sind somit nicht in der Lage eine Kommission für alle Geschichtsdarstellungen zu bilden. Über diese Verbände könnte der Kontakt zu einzelnen Gruppen hergestellt und bedingt Aussagen zu deren Qualität gemacht werden. Im Internet sind Einzeldarsteller und Gruppen größtenteils repräsentiert und untereinander verlinkt, so dass eine Internetrecherche die einfachste, wenn auch nicht schnellste Suchmöglichkeit nach geeigneten Darstellern ist. Die in der Diskussion aufgeworfene Frage, warum eine solche Kommission gerade von den „Freiburgern“ zusammengesetzt werden sollte, ist nur einer der Kritikpunkte. Ergänzt werden diese durch einen allgemeinen Unmut über die drohende Bürokratie bzw. eine kritische Beurteilung der eigenen Leistungen.

Ich habe aber einfach keine Lust darauf, daß auch im Hobby noch dieser Papierkampf um Zertifikate und Qualitätsmanagement u.ä. beginnt. Im Beruf habe ich damit genug zu tun! Außerdem müßte in diesem Zusammenhang mal der Begriff des 'Laien' geklärt werden. Im

331 Hochbruck, Wolfgang „Qualität mit Zertifikat – im Geschichtstheater“ unter: <http://chronico.de/erleben/wissenschaft/0000475/>, 25.11.2008.

Hobby sind sicher viele Leute, die von der, von ihnen dargestellten Zeit, mehr Ahnung haben, als die 'Generalisten' der Museen. Diese haben wiederum von Pädagogik oder Architektur vielleicht mehr Wissen, als die meisten Leute im Hobby. Ich denke, daß diese sog.'Fachleute' nicht unbedingt kompetent sind in der Bewertung einer Darstellung. Und von einer solchen Entscheidung mein Hobby so beeinflussen zu lassen ist nicht meine Vorstellung von einer qualitativ guten Darstellung.³³²

In dieser Meinungsäußerung spiegelt sich die Perspektive vieler Reenactor auf ihre Aktivitäten, deren Sinn das eigene Ausprobieren, die damit verbundenen Erkenntnisse und ein zu erwartender Unterhaltungswert der ungewöhnlichen Erlebnisse ist und nicht die Vermittlung an Besucher. Die Zusammenarbeit mit Museen etc. ist hier zweitrangig. Eine Schätzung zu dem Anteil der Reenactor-Szene mit eben genannten Prioritäten oder der vorerwähnten Freude bei der Vermittlung ist nicht möglich und sollte im Gespräch mit den Darstellern vor einer etwaigen Verpflichtung geklärt werden. Für Personen, die Reenactment „nur“ als ihre Freizeitbeschäftigung betrachten und nur wenig Interesse an einer Kooperation mit Museen haben, ist die geringe Bereitschaft sich einer Zertifizierung zu unterziehen sicherlich verständlich, da ein Zertifikat lediglich die persönliche Bestätigung verspricht. Anhand der aktuellen Diskussion zu diesem Thema ist noch nicht abzuschätzen, wann ein Pilotprojekt zur Zertifizierung gestartet wird. Das allgemeine Interesse ist jedoch groß.

Ein weiterer Kritikpunkt an Geschichtsdarstellungen, insbesondere mit Handlungskonzepten, ist die Entwicklung einer Hyperrealität, d.h. die Konzentration von überdurchschnittlich vielen Aktivitäten, Personen und Handlungsinhalten in einem engen geografischen und zeitlichen Rahmen, die es in dieser Form nie gegeben hat. Uwe Meiners, ein Vertreter dieser Kritik und Direktor des Museumsdorfs Cloppenburg stellte auf der Living History-Tagung in Cloppenburg im November 2007 diesen Ansatz vor. Meiners berichtete in diesem Zusammenhang von seinem Besuch im Flämischen Freilichtmuseum Bokrijk, wo in verschiedenen Gebäude-Ensembles das Leben vor 100 Jahren anhand von szenischem Spiel und Gesprächen mit den Besuchern vermittelt wurde.

Eine relativ abwechslungsreiche Handlung mit unterschiedlichen Themen und Personen kann das Bild einer sehr lebhaften Vergangenheit vermitteln. Es ist

332 Gegenmeinung zur Zertifizierung aus einer Diskussion des Reenactorforums:
<http://www.reenactorforum.waszmann.de/cgi-bin/yabb2/YaBB.pl?num=1204364033/15>,
25.11.2008.

anzunehmen, dass das Ziel eines solchen Konzepts die Unterhaltung der Besucher ist. Während des Besuchs soll der Spannungsbogen durch die verschiedenen Szenen aufrecht erhalten werden, damit durch übermäßige Ruhe keine Langeweile entsteht. Die Weitläufigkeit des Geländes bietet dem Besucher Rückzugs- und Entspannungsmöglichkeiten. Für Meiners schien die rasche Handlungsabfolge eher einer Theateraufführung als einer Museumsarbeit zu ähneln und stärker der Unterhaltungswert als die Bildung der Besucher im Vordergrund zu stehen.³³³ Das Kernproblem einer Hyperrealität ist die fehlende Authentizität. *„Hyper-Realität kommt dort ins Spiel, wo das Original fehlt und auf keine eigentliche historische Realität mehr referiert wird: eine folkloristische Hyper-Realität wird Surrogat der historischen Wirklichkeit.“*³³⁴

Die hierdurch aufgeworfene Kritik enthält zwei Aspekte. Auf der einen Seite haben die meisten „qualitativ-guten“ Darsteller den Anspruch sich der realen Vergangenheit anzunähern und somit nur nachweisbare Gegenstände und Aktivitäten vorzustellen. Auf der anderen Seite ist es nicht möglich etwas Vergangenes zu 100% nachzuahmen, denn selbst wenn alles Äußere (Kleidung, Ausrüstung, Verhalten) stimmt, kann das Weltverständnis heutiger Darsteller nicht historischen Personen entsprechen.

Die vermuteten Parallelen der Geschichtsdarstellung zum Theater treten an mehreren Stellen auf. In beiden Fällen wird mit Akteuren gearbeitet, es gibt eine Kulisse und in einigen Fällen auch ein Skript. Wie in einigen Theaterformen werden auch in der Geschichtsdarstellung Zuschauer in die Handlung integriert. Nicht alle Befürworter der Verlebendigung von Geschichte sehen die Gemeinsamkeiten mit dem Theater gern, auch wenn dies wie bereits erläutert für Hochbruck eindeutig ist, selbst wenn es keine geplante Handlung gibt. Es kann also geschlussfolgert werden, dass diese Ähnlichkeit den meisten bewusst und von Ausnahmen abgesehen, sogar erwünscht ist.

333 Meiners, Uwe „Verlebendigungsstrategien im Freilichtmuseum“ in: Carstensen, Jan (Hrsg.). *Living History im Museum – Möglichkeiten und Grenzen einer populären Vermittlungsform*. Münster 2008, S.166.

334 Korff, Gottfried „Musealisierung total? Notizen zu einem Trend, der die Institutionen, nach der er benannt ist, hinter sich gelassen hat“ in: Grütter, Heinrich Theodor, Jörn Rüsen, und Klaus Fußmann. *Historische Faszination : Geschichtskultur heute*. Köln 1994, S. 136.

In puncto Detailkonzentration ist nicht jede Geschichtsdarstellung eine Hyperrealität. Von den oben vorgestellten Darstellungsformen wurde in den meisten Fällen bewusst darauf geachtet keine unwahrscheinliche Häufung von Handlungsinhalten zu schaffen. In Beispielen, wo besonders viele Aspekte oder ein längerer zeitlicher Abschnitt komprimiert dargestellt werden soll, kann es jedoch zu einer Konzentration und somit zu einer Hyperrealität kommen. Zur Relativierung dieser Feststellung soll der Aufbau einer traditionellen Museumsausstellung vor Augen geführt werden. Hier finden sich in nächster Nähe die unterschiedlichsten Themen und Zeitschnitte und es ist eher die Regel als die Ausnahme, bei einem Besuch einen mehr oder weniger chronologischen Ablauf von mehreren Hundert Jahren mit entsprechenden Entwicklungen in Gesellschaft, Technik und Lebensumständen kennen zu lernen. Nebeneinander stehen nicht selten verschiedene Gegenstände, die in der Vergangenheit nicht gemeinsam zu sehen waren oder die inhaltlich keine direkten Verbindungen besaßen. Besonders regionale Besonderheiten werden in Ausstellungen versehentlich zu allgemeingültigen Phänomenen stilisiert. Eine Hyperrealität ist folglich keine populärwissenschaftliche Umsetzung von Geschichtsdarstellung, sondern ist und bleibt eng mit der Ausgangssituation verknüpft, dem Besucher möglichst viel Inhalt auf engem Raum und in kurzer Zeit zu vermitteln.

5.2 Technische Lösungen im Museum

Mit der steten Weiterentwicklung der Technik sind den musealen Umsetzungsmöglichkeiten kaum Grenzen gesetzt. Im folgenden Kapitel sollen einige technische Lösungen vorgestellt werden, die die erfolgreiche Vermittlung von historischen Inhalten in Ausstellungen fördern. Die technischen Optionen basieren u.a. auf der Recherche von Maren Göpfert und Arne Droidner, die als Teil eines Seminars der Autorin ein Referat zu diesem Thema erarbeiteten.³³⁵ Ein Schwerpunkt liegt hier auf der Erläuterung „neuer“ Möglichkeiten, so dass sämtliche Entwicklungen der Vitrintechnik ausgespart werden. Ein wichtiges Prinzip für die Umsetzung von

335 Seminar: „Langweilige Museen? Nein, danke! - Hören, Sehen und Fühlen in Geschichtsmuseen“ durchgeführt im Sommersemester 2008 am Historischen Seminar der Leibniz Universität Hannover.

Technik im Museum ist: technische Lösungen sollten nicht zum Selbstzweck eingesetzt werden, sondern nur wenn sie für die Vermittlung hilfreich sind. „Nur durch einen solchen synergetischen Prozess entsteht ein integrativer medialer Ansatz und wird ein rein additiver Einsatz von Medien, der zwangsweise zu einem Bruch zwischen Aussage und Erlebnis führt, vermieden.“³³⁶ Eine Funktion von Technik im Museum ist beispielsweise, die „Haltekraft“ eines Ausstellungselements, messbar durch die Dauer der Aufmerksamkeit des Besuchers, zu vergrößern, die Informationspräsentation zu variieren oder zu optimieren und Interaktionsmöglichkeiten zu bieten. Zu diesem Zweck

- erklärt die Technikeinheit den Inhalt und Kontext des Ausstellungselements,
- stellt einen möglichst persönlichen Bezug zwischen dem Besucher und dem Element her,
- und offeriert Aktivitätsmöglichkeiten, die das Wissen zusätzlich erweitern und/oder durch die Verbindung mit Spaß positive Reize in der Ausstellung setzen.³³⁷

Einige Museen scheinen sich mit Technik auszustatten, weil sie sich davon Prestige, und mehr Besucher versprechen und ihre Fortschrittlichkeit beweisen wollen.³³⁸

Die Beschäftigung mit Multimedia ist für Museen nicht nur wichtig, um neue Leistungen für die Klientele zu erbringen, sondern auch um eine neue Kreativitätsdimension in die Museumsarbeit einzubringen: gleichzeitig Realisierung unterschiedlicher Ansätze, Einbringung von Erfahrungen nicht-räumlicher Art, Anpassung an unterschiedliche Besucher- und Benutzerbedürfnisse, neue Sichtweisen auf Objekte, Wissensträume und Publika.³³⁹

Seit den 1980er Jahren wurde immer wieder vermutet, dass besonders junge Menschen aufgrund ihrer ausgeprägten Gewöhnung an Technik und Medieneinsatz im Alltag, diese auch im Museum erwarten bzw. sich auf diese Weise einfacher Inhalte vermitteln ließen. Die Annahme stellte sich als nur bedingt korrekt heraus,

336 Sauter, Joachim „Neue Medien in Museen und Ausstellungen“ in: Graf, Bernhard; Müller, Astrid B. (Hrsg.). *Sichtweisen – Zur veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen*. Wiesbaden 2005, S.33.

337 Weiterentwicklung didaktischer Prinzipien von Roger Miles ursprünglich mit Bezug auf Informationstexte (1984), zitiert in: Biermann, 1995, S.15-17.

338 Vgl. Bäumler, 2004, S. 132.

339 Wersig, Gernot „Versuch einer Bilanz“ in: Schuck-Wersig, Petra; Wersig, Gernot; Prehn, Andrea. *Multimedia-Anwendungen in Museen*. Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde Nr. 13. Berlin 1998, S.103.

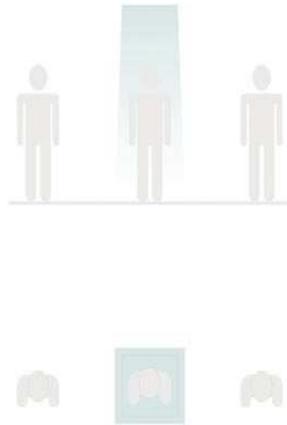
daher sollten Museen technische Lösungen nur bei offenkundigem Bedarf als Vermittlungsmedium und nicht als Prestigeobjekt nutzen.

Hören im Museum

In Museumsausstellungen wird bislang bereits mit unterschiedlichen Audio-Medien gearbeitet. Weite Verbreitung finden einfache Hörstationen, mit denen Sprach- oder Musiksequenzen mittels kleiner Lautsprecher oder Kopfhörer abgespielt werden können. Der Kopfhörer wird oft dann eingesetzt, wenn die Abspielung nicht den Umkreis der Hörstation beschallen soll. Eine Weiterentwicklung der für Kabelbruch etc. empfindlichen Kopfhörer ist der sogenannte Einhandhörer, der durch seine harte Struktur gegen Vandalismus geschützt ist. Das Aussehen variiert sowohl in Material (Edelstahl bis Silikon) und in der Form. Preislich liegen die meisten Geräte zwischen 85 und 300€.³⁴⁰

Eine Alternative zum herkömmlichen Lautsprecher, der vielleicht mehr Besucher als beabsichtigt beschallt und dessen Lautstärke nicht vor Störgeräuschen aus der Umgebung geschützt ist, bietet der Richtlautsprecher. Diese Variation wird bereits in einzelnen Museen eingesetzt z.B. in der BallinStadt Hamburg oder dem Deutschen Historischen Museum. Die Exemplare unterscheiden sich in Aussehen und Bezeichnung. Die Namen für diese Produkte sind z.B. Sound Beamer, AudioFocus, Acoustic Spot, Sound Shower oder einfach Richtlautsprecher. In der Ausführung variieren sie zwischen horizontaler oder vertikaler Beschallung. Im ersten Fall wird von einer Wandfläche oder einem frei hängenden Lautsprecher eine ganze Menschengruppe innerhalb eines bestimmten Öffnungswinkels mit Audioreizen versorgt. Die vertikale Lösung bietet die Möglichkeit ausschließlich eine bestimmte Grundfläche von z.B. einem Quadratmeter konzentriert zu beschallen, während der übrige Raum still bleibt. Für Personen, die nicht in besagtem Bereich stehen, sind die Audio-Informationen nicht zu hören. Der Richtlautsprecher ist des Weiteren in der Lage Nebengeräusche zu neutralisieren, so dass dem Zuhörer ein klares Klangbild geboten wird.

340 Vgl. http://www.heddier.com/electronic/index.php?cat=c176_Einhandh-rer.html, 11.12.2008.



*Abbildung 24:
Funktionsweise eines
Richtlautsprechers*

Die Richtlautsprecher können wenige Zentimeter flach und rechteckig sein oder einer Dusche bzw. Trockenhaube ähneln. Gesteuert werden die Geräte durch einen handelsüblichen Audioverstärker. Wenn im Boden unterhalb des Lautsprechers besonders harte und somit schallreflektierende Materialien verbaut sind, kann es zu einer minimalen Streuung des Signals in die direkte Umgebung kommen. Ein Richtlautsprecher kostet ab 150€ (netto). Ein deutlicher Vorteil der Richtlautsprecher mit enger Schallbündelung ist die ausbleibende Beschallung des gesamten Ausstellungsraumes und die gleichzeitige hohe Klangqualität der Abspielung. Mit den aktuellen Richtlautsprechern ist es möglich die Lautstärke der Einspielung automatisch dem Niveau der Umgebungsgeräusche anzupassen und diese herauszufiltern. Diese unauffällige Methode macht die Markierung des Bereichs als Hörstation ratsam, weil Besucher ansonsten nur durch zufällige Durchquerung des beschallten Areals auf das Audio-Angebot aufmerksam werden.

Eine anderer Möglichkeit der Beschallung in Ausstellungsbereichen, in denen Geräusche nicht stören, ist der Körperschalllautsprecher. Das Gerät mit den Außenmaßen von 81mm Breite und Höhe und einer Tiefe von 20mm kann auf diverse glatte Flächen geklebt oder geschraubt werden und verwandelt die Montagefläche z.B. eine Glasvitrine, eine Holz- oder Metallverkleidung in einen Resonanzkörper. Da für den Besucher nicht ersichtlich ist, woher genau das Audiosignal kommt, ist das Gerät vor Vandalismus geschützt. Vorteile dieses

Produkts sind der günstige Preis von ca. 80€ (plus Kosten für einen Verstärker), die einfache Montage und die gute Wiedergabequalität.³⁴¹

Eine wünschenswerte Ergänzung von Museumsausstellungen ist die Schaffung eines „akustischen Raumklimas“. Wie bereits in Kapitel 4.1 beschrieben, sind traditionelle Ausstellungen bislang akustisch-steril, was ihnen einen surrealen Schein gibt. Allein durch die Akustik bzw. die Stille wird deutlich, dass der Inhalt nichts mit der Realität zu tun hat. Eine Ausstellung über Kinderspielzeug wirkt ohne die dazugehörigen Geräusche, die Kinder beim Spielen kreieren, fremd und unwirklich. Um eine angemessene Akustik herzustellen, ist ein simpler Lautsprecher ein erster, wenn auch provisorischer Schritt. Wesentlich effektiver ist die Nutzung eines Dolby Surround-Systems, das eine realistische Verteilung der Umgebungsgeräusche ermöglicht. Beim Kauf eines solchen Sets sollte ein Fachmann zu Rate gezogen werden, da es bereits Systeme ab 80€ gibt und das Angebot für Laien unüberschaubar geworden ist. Der erreichbare Effekt lässt sich wie folgt beschreiben:

Eine Art Hörspiel läuft ab. Man selbst, wird einem erzählt, wäre ein Hollywoodproduzent am ersten Arbeitstag im Studio. Jeder Wunsch wird mir den Lippen abgelesen. Da zucke ich zusammen: Jemand hat an meinem rechten Ohr mit einer Zeitung gewackelt, um mir Luft zuzufächeln. Dann kommt der Friseur. Ich ziehe den Kopf ein, so nah und lebensecht klingen die Scheren rund um meine Ohren. Schließlich werde ich geföhnt, und ich nehme mehrmals die Kopfhörer ab, um zu überprüfen, wo da die Luft heraus geblasen wird: nirgendwo, es war der Ton, der alles simulierte.³⁴²

Eine weitere Beschallungsmethode, die bislang nur selten Anwendung fand, ist die Flutung eines Raumes mit nicht hörbaren Tönen z.B. Tiefentönen, die jedoch emotionale Effekte auf den Besucher haben. Ein Beispiel für diese Technik ist die Titanic-Ausstellung „Titanic – Einladung zu einer Zeitreise“ in der Kieler Ostseehalle 2007, die den Mythos um das gesunkene Schiff und seine Passagiere durch dunkle Räume und hell beleuchtete Exponate in Szene setzte. Teil des Konzepts war eine Schiffsglocke der Titanic, die in einem dunklen Raum stand, der von den in den Wänden installierten Lautsprechern mit Tiefentönen beschallt wurde. Der von dem Besucher nicht bewusst wahrgenommene emotionale Effekt bewirkte eine andächtige Atmosphäre, die bei diversen Besuchern eine Gänsehaut verursachte.

341 http://www.heddier.com/electronic/product_info.php?info=p293_K-rperschalllautsprecher.html, 11.12.2008.

342 Mikunda, 2005, S. 239.

(Siehe Gästebucheinträge der Ausstellungswebsite.)³⁴³ Diese technische Option ist nur mit Bedacht einzusetzen, denn eine Fehleinstellung der Lautsprecher kann zu Schwindel und Übelkeit bei den Besuchern führen, da durch die Töne das Gleichgewichtssystem des Körpers beeinträchtigt werden kann.

Sehen im *Museum*

Das Sehen im Museum beginnt mit dem Betrachten von Exponaten, Inszenierungen und Beschriftungen, lässt sich aber um multimediale Präsentationen erweitern, wie es in manchen Museen bereits umgesetzt wird. Bei den gezeigten Inhalten handelt es sich um Interviews mit Zeitzeugen, Historikern etc., eigens für die Ausstellung erstellte oder bereits im TV veröffentlichte Dokumentationen oder um nachgespielte Szenen. *„Empfehlungen von drei bis fünf Minuten für Filme und ungefähr zwei Minuten für Hörsequenzen sind je nach Inhalt und Museumskonzept variabel: in kleinen Museen oder Spezialausstellungen beispielsweise schauen Besucher auch längere Filme vollständig an.“*³⁴⁴ Der Sinn dieser multimedialen Einspielungen liegt in der bildlichen Vermittlung von abstrakten Aspekten bzw. der Intensivierung des dargestellten Themas durch ein dem Besucher vertrautes Medium. Anhand von historisch korrekten Spielfilmszenen oder der Präsentation von komplexen Themen kann diese Vermittlung sinnvoll ergänzt werden.

Zu Ersterem: Leider ist besonders das historische Wissen von jüngeren Besuchern durch Spielfilme geprägt. Dies ist zu kritisieren, lässt sich aber zum Vorteil des Geschichtsmuseums nutzen. Möglich wird das zum Einen durch die Präsentation von nach ihrer Authentizität überprüfter Szenen bekannter historischer Spielfilme. In der Auswahl sollte nicht nur auf die Stimmigkeit der Bilder und gezeigten Aspekte geachtet werden, sondern unbedingt auch auf die Intention hinter den Szenen, die in keiner Weise polemisch oder politisch gefärbt sein sollten. Des Weiteren lassen sich die in Kapitel 4.3 angesprochenen Brain Scripts verwenden, um dem Besucher ein historisches Thema anhand von ihm bekannten Handlungsabläufen zu verdeutlichen. In ähnlicher Weise spielte die

343 Das Konzept der Ausstellung „Titanic – Einladung zu einer Zeitreise“ unter: <http://www.titanic-zeitreise.de/>, 23.12.2008.

344 Noschka-Roos, Annette „Bausteine eines besucherorientierten Informationskonzepts“ in: Schwarz, Ulrich; Teufel, Philipp (Hrsg.). *Handbuch Museografie und Ausstellungsgestaltung*. Ludwigsburg 2001, S.112.

Dokumentationsserie *Die Deutschen* in der ersten Folge mit der aus dem Film *Braveheart* bekannten Szene, in der William Wallace vor einer Schlacht an seinen Truppen entlang reitet und sie mit seinen berühmten Worten: „*Every man dies, but not every man really lives.*“ ermutigt, ihr Bestes zu geben und für die Freiheit zu kämpfen. In einer nahezu identischen Szene reitet König Otto in der Dokumentation an den Reihen seiner Soldaten vorbei und ruft ihnen letzte Ermutigungen zu, bevor er mit Kampfesgeschrei in die Schlacht voran reitet. Der Zuschauer erfährt ein Déjà-Vu durch die Ähnlichkeit der beiden Szenen und für wen die Szene von König Otto keinen Sinn machen sollte, erschließt sie sich durch die Bekanntheit des Films *Braveheart*. Brain Scripts funktionieren ähnlich wie die Media Literacy, was sich als Medien-Lesefähigkeit übersetzen lässt. Es ist die Fähigkeit, „*die Kunstgriffe der Werbung und anderer Medien einzuschätzen, zu wissen, wie sie gemeint sind.*“³⁴⁵

Zu Zweitem: Besonders emotionale Aspekte lassen sich nur schwer mittels Exponaten oder Texten darstellen, während eine Filmsequenz anhand von vor allem Gesichtsausdrücken und Körpersprache, aber auch durch Licht, Akustik, etc. diese abstrakten Elemente sehr schnell erfassbar macht. Jeder Mensch ist das Lesen von Emotionen in Gestik und Mimik gewohnt, weil es alltägliche Fähigkeiten im Umgang mit anderen Menschen sind. Wenn nun die Dramatik oder Gefahr in Kriegssituationen oder alltäglichen Herausforderungen vermittelt werden soll, ist dies wesentlich leichter mit einem kurzen Filmausschnitt, in dem Schauspieler ähnlich einer Geschichtsdarstellung Gefühle zeigen und Hintergründe erklären, als wenn dies durch Texte geschehen soll. Ein weiterer Vorteil dessen ist das mögliche Nachempfinden von Emotionen bei deren Reflektion durch andere Personen, was mehr Verständnis und eine ausgeprägtere Erinnerung an die Inhalte gewährleistet.

Die technischen Voraussetzungen von Filmsequenzen können durch Plasma oder LCD Bildschirme oder aber durch Beamer geschaffen werden. Der Vorteil von Bildschirmen ist ihre lange Betriebsdauer von 30.000 bis 60.000 Stunden, während eine „normale“ Beamer-Birne nur zwischen 2.000 und 6.000 Betriebsstunden brennt, bevor sie ausgetauscht werden muss. Aufgrund der Nachfrage reagierte der Markt mit der Herstellung von sogenannten 24/7-Beamern, die auf eine lange Betriebsdauer ausgelegt sind. Bildschirme haben einen großen Einsehwinkel von

345 Mikunda, 2005, S. 104.

160° horizontal und vertikal, sodass der Zuschauer nahezu neben dem Gerät stehend immer noch ein gutes Bild sehen kann. Je nach Größe kosten große Bildschirme mit 127cm Bilddiagonale ab 800€, während Beamer ca. 1000 bis 3000€ und die Austausch-Birnen wiederum mehrere Hundert Euro kosten. Die Preise der 24/7-Beamer liegen oberhalb von 2.000€.³⁴⁶ Die meisten günstigeren Geräte sind für längere Betriebszeiten in Ausstellungen nicht geeignet. Für beide Varianten, Bildschirm oder Beamer gibt es Diebstahlsicherungen in Form von Stahlkabeln inkl. Schloss (ab 50€), einer Wandhalterung mit Schloss (ab 100€) oder einem Sicherungsgehäuse (ab 200€) und Vandalismusschutz z.B. durch eine entspiegelte Sicherheitsglasscheibe vor dem Bildschirm (bei 42" ca. 300€) separat oder in ein Gehäuse integriert.

Für die Projektion eines Beamers wird eine geeignete Fläche, im besten Falle eine Leinwand benötigt. Die folgenden Elemente gibt es sowohl als Auf-, als auch als Rückprojektion, was bedeutet, dass der Beamer das Bild von vorn oder von hinten auf die Fläche wirft. Eine Leinwand kostet inklusive Rahmen bei den Maßen 200x150cm ab 500€. Ohne Rahmung sind spezielle Zuschnitte Projektionsfolie ab 45€ pro Quadratmeter erhältlich. Eine weitere flexible Möglichkeit der Projektion sind so genannte Rückprojektionsscheiben oder -folien, die in einzelnen Ausführungen durchsichtig sind, so dass der Blick des Besuchers durch die Präsentation auf die Exponate dahinter gehen kann und diese nicht als Trennwand innerhalb der Ausstellung fungieren, soweit dies nicht erwünscht wird.



Abbildung 25: Projektionsfolie im Raum hängend

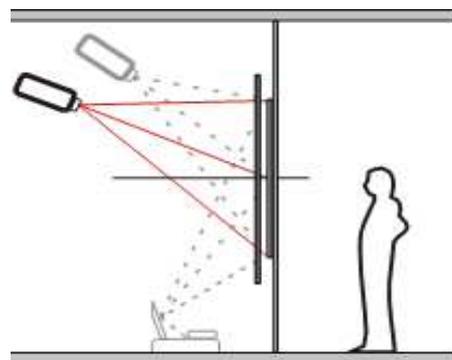


Abbildung 26: Projektion auf eine Scheibe oder Folie

³⁴⁶ Durch die schnelle technische Entwicklung ändern sich diese Preise kontinuierlich und dienen daher nur als Anhaltspunkte für den Stand Dezember 2008.

Folien bieten den Vorteil, das sie sowohl frei im Raum aufgehängt als auch beliebig oft auf Glasscheiben geklebt werden können. Bei hoher Luftfeuchtigkeit oder langer Projektionsdauer sollte anstatt der Folie eine Projektionsscheibe installiert werden. Die Folien und Scheiben kosten in den Maßen 61x81cm ab 1500€.

Eine weitere Ergänzung der bisher genutzten Möglichkeiten ist die Verwendung von 3D-Technologie im Museum, die dem Besucher durch lebensechte Bilder einen realistischen Eindruck vermitteln. In den *Europäischen Burgenwelten Reutte* (AT) wird diese Technik für die Präsentation einer Ritter-Burgfräulein-Geschichte genutzt. Der Ritter scheint beim Lanzenturnier durch eine 3D-Brille direkt auf den Besucher zuzureiten, was ihm erlaubt die Abenteuer des Protagonisten tatsächlich „mitzuerleben“. Für die Vorführung von 3D-Filmen ist eine geeignete Projektionsfläche (Silver Screen), spezielle Projektoren und 3D-Brillen für die Besucher erforderlich. Eine solche Komplettausrüstung liegt für die Präsentation von Filmsequenzen preislich momentan noch bei 12.000€. Hinzu kommt die Erstellung von 3D-Filmen, die je nach Aufwand berechnet werden. Eine größere Alternative wäre ein 180° bzw. sogar ein 360°-3D-Raum, der dann jedoch preislich in der günstigsten Variante 500.000€ kostet. Es bleibt abzuwarten wie sich die Technik und die Preise in Zukunft entwickeln und Museen die gebotenen Möglichkeiten der Vermittlung durch 3D-Sequenzen finanzieren können. Wie bei anderen technischen Elementen gibt es auch hier die Möglichkeit eines Ausstellungs-bezogenen Leasings. Um 3D-Bilder zu zeigen, können paarweise herkömmliche Diaprojektoren genutzt werden, so dass nur eine entsprechende Projektionsfläche gekauft/geleast werden muss.³⁴⁷

Die Nutzung von 3D-Displays/Bildschirmen bietet für die Darstellung von 3D-Bildern oder -Filmen zwei Möglichkeiten. 1. 3D Stereo und 2. 3D Autostereo. Ersteres erfordert die Nutzung von 3D-Brillen z.B. aus Pappe ab 0,40€ bei entsprechender Stückzahl und Zweiteres lässt sich ohne eine solche Brille betrachten. Die Entwicklung von 3D-Monitoren wird in den letzten Jahren besonders durch den großen Markt der Virtual Reality-Spiele etc. vorangetrieben und lässt sich ohne Weiteres für den musealen Kontext nutzen. Kleine Bildschirme mit 17“ sind bereits für unter 1.000€ zu erwerben. An diesem Beispiel zeigt sich wieder einmal,

³⁴⁷ Die erwähnten Ausrüstungsgegenstände lassen sich leihen. Für erste Details bietet sich eine Internetrecherche an.

dass die Fortschritte anderer Wirtschafts-/Forschungszweige auch im Museum anwendbar sind und sich der Kontakt zu „Nachbar-Bereichen“ auszahlt.

Holografie und Virtual Reality (VR) bieten mit der schnellen technischen Entwicklung heute bereits gute Darstellungsmöglichkeiten. Holografie meint die zwei- oder dreidimensionale Visualisierung durch Licht (im Raum), während VR die computergenerierte, teilweise interaktive Darstellung einer realen oder fiktiven Wirklichkeit bedeutet. Entgegen dem allgemein als Computerspiel oder künstliche Parallelwelt verstandenen Terminus der VR wird sie bereits seit Jahren für Forschungszwecke z.B. an der Leibniz Universität Hannover oder dem Zentrum für Virtual Reality und Visualisierung Forschungs-GmbH Wien genutzt. In diesem Zusammenhang dient die holografische Darstellung einer VR der Visualisierung von Gebäuden, geografischen Landschaften u.v.m.. Für Museen ist diese Technologie von Interesse, um dem Besucher ein mehr oder weniger realistisches Bild von Situationen auf historischen Gemälden oder anderen Zeitzeugnissen zu geben. Eine 3D-Verarbeitung von historischen Bildern ermöglicht mittels der Kombination von schriftlichen Berichten, Zeichnungen etc. eine annähernd realistische Darstellung. Um Holografien zu visualisieren, sind entweder Polarisationsstoffe wie z.B. ein künstlicher Nebel oder Polfilterbrillen notwendig, damit die Lichtstrahlen gebrochen und so sichtbar werden.

Virtual Reality hat bislang vorrangig im Freizeitsektor, aber auch in der Wirtschaft einen großen Markt für Spiele oder andere Visualisierungen von computergenerierten Wirklichkeiten, die durch eine ganze Reihe von Geräten wahrnehmbar und veränderbar sind. Neben 3D-Monitoren sind wahrscheinlich die sogenannten Head-Mounted Displays (HMD) am Bekanntesten, da sie in verschiedenen Filmen vorkommen und vom Militär und der Wirtschaft für Simulationen genutzt werden. Sie kosten ab 200€ und werden in vielen verschiedenen Ausführungen angeboten, wobei die für den Museumskontext geeigneten Geräte ab 1000€ kosten, um eine ausreichende Bildqualität zu liefern. Mit diesen Geräten ist es ähnlich wie in einem 360°-3D-Raum möglich in eine historische Gebäudesituation „einzutauchen“. Die HMDs sind mit teilweise durchsichtigem Glas oder komplettem Display erhältlich. Ersteres hat den Vorteil, dass die VR durch die tatsächliche Realität ergänzt werden kann. Ein ähnlich konzipiertes Programm

namens *Life Plus* wurde in den 1990ern an der Universität Genf entwickelt und gibt dem Burgmuseumsbesucher die Möglichkeit sowohl die heutige Realität zu sehen als auch eine realistische Adaption der historischen Wirklichkeit.³⁴⁸ Der Besucher läuft mit einer „3D-Brille“ durch die Ruine und sieht gleichzeitig die tatsächlichen Überreste der Burg als auch eine Einspielung visueller Informationen über das frühere Aussehen der Burg und den damaligen Alltag. Die Burgruine wird als vollständiges Gebäude mit fiktiven Bewohnern dargestellt. Ähnlich funktioniert eine 3D-Rekonstruktion, die in vielen Museen und verschiedenen Medien bereits angewendet wird. Auf Basis von historischen Nachforschungen können mittels 3D-Programmen Rekonstruktionen von einzelnen Gebäuden, Szenen mit mehreren Menschen oder ganze Landschaften am Computer entworfen werden. Diese Bilder oder Filme lassen sich über sogenannte „Wackelbilder“ (Lentikulardrucke) oder 3D-Bildschirme zeigen. Aufgrund der zeitintensiven grafischen Arbeiten ist diese Methode noch relativ teuer und so beginnen die Preise für eine sehr einfache Darstellung bei 3.000€.

Ein Nachteil dieser Technologie sind die notwendigen technischen Hilfsmittel, die teuer in der Anschaffung sind und je nach Stabilität der Ausführung regelmäßiger Wartung oder Reparatur bedürfen. Trotzdem sollte die Attraktivität des Besucherangebots an historischen Plätzen zu stehen und wichtige Ereignisse miterleben zu können, nicht unterschätzt werden, was sich ebenfalls in der großen Beliebtheit historischer Filme oder Romane äußert. Die meisten Menschen haben ein grundsätzliches Interesse zu erfahren wie das Leben vor z.B. 200 Jahren war.³⁴⁹ Mit der heutigen Technik kommt dies auch ohne Zeitreise langsam in Reichweite und bei Google Earth stehen bereits historische Stadtansichten zur Verfügung.

Riechen im Museum

Der Geruchssinn ist, wie in Kapitel 4.1 dargestellt, ein nach wie vor unterschätztes Wahrnehmungsinstrument. Im kommerziellen Bereich bereits vermehrt eingesetzt, beginnen langsam auch Museen bzw. Ausstellungsgestalter olfaktorische Reize in ihre Konzepte zu integrieren. Anhand von Düften lassen sich beim Besucher Emotionen hervorrufen, die das Ausstellungserlebnis im positiven

348 Vorstellung des Projekts unter: <http://vrlab.epfl.ch/Projects/lifepius.html>, 23.12.2008.

349 Siehe die Umfrage-Auswertung in Kapitel 3.2.

Sinne intensivieren. Nur wenige Duftmoleküle sind notwendig, um die Assoziationen zwischen einem Exponat z.B. einem Fischerboot und der konkreten Vorstellung dieses Bootes bei der Arbeit auf See mit der Besatzung und dem Fischfang zu verstärken. Was durch Worte erst bildlich beschrieben werden muss, kann durch die Freisetzung von bestimmten Duftnoten innerhalb von Sekunden erreicht werden, da die neuralen Rezeptoren für Gerüche eng mit dem assoziativen und emotionalen Gedächtnis verbunden sind. In der vorerwähnten Ausstellung „*Weil wir Mädchen sind*“ von dem Hamburger Ausstellungsbüro *Kunstraum GfK mbH . vivid exhibitions* wurden Duftnoten in das Konzept integriert. Der Übergang von einem dunklen Raum in das Ausstellungsareal eines der drei Kontinente gestaltete sich olfaktorisch. Zu diesem Zweck wurde in dem Bereich vor dem afrikanischen Abschnitt, in dem ein Mädchen aus der Landwirtschaft vorgestellt wurde, eine Duftnote aufgebracht, die nach Mist und Erde roch. In dem Ausstellungsraum des indischen Mädchens roch es nach indischen Gewürzen und süßen Ölen. Auf diese Weise wurde der Besucher auf das Erlebnis eingestimmt und nahm die dargestellten Lebensumstände ganzheitlich und intensiv wahr.

Alle natürlichen Duftnoten lassen sich mit unterschiedlichem Aufwand als Essenz nachbilden und können entweder manuell aufgetragen oder durch einen Raumbedufter maschinell freigesetzt werden. Der Vorteil eines direkten Aufbringens des Duftes ist sicherlich der geringe finanzielle Aufwand, da nur die notwendige Arbeitszeit durch regelmäßiges Auftragen berechnet werden muss. Ein Nachteil ist die Ungenauigkeit bei diesem Verfahren. Selbst wenn immer die gleiche Menge des Duftstoffes platziert wird, wirkt der Geruch anfangs sehr stark und verfliegt mit der Zeit. Raumbedufter müssen an Strom angeschlossen werden und liegen preislich je nach Größe des zu beduftenden Raumes und Design des Geräts zwischen 100 und 1500€. Vorteile der Bedufter sind ihre Präzision und wartungsarme Pflege. Der Preis für die Herstellung der gewünschten Duftnoten hängt von dem notwendigen Aufwand ab. Wenn die Essenz einem der Düfte aus dem normalen Verkaufsprogramm des Anbieters ähnelt, kostet sie nur wenige Hundert Euro. Ein ungewöhnlicherer Duft ist entsprechend teurer, wobei Geruchsnoten wie Rauch, Mist oder Brot keineswegs selten gefragt sind.³⁵⁰ Bei der Auswahl von Duftstoffen sollten die Inhaltsstoffe mit

350 Informationen aus einem Telefonat mit der Firma Magic Box e.K. Special Events am 11.12.2008.

bekannten Allergie-auslösenden Substanzen abgeglichen werden, weil heutzutage einige Menschen allergisch auf künstliche Duftstoffe reagieren.

Fühlen und Interagieren im Museum

Eine zur Zeit sehr beliebte Möglichkeit für Interaktion nicht nur im Museum ist der Multimedia-Terminal. Eine einfache Ausführung umfasst einen gesicherten Computer und Bildschirm mit einem Tisch. Die Bedienung erfolgt mit einer kompletten Tastatur und/oder einer Maus. Diese Hardware gibt computerversierten Menschen oft leider die Gelegenheit geben die Programmierung zu ändern oder das System erheblich zu stören. Für einen größeren Schutz der Hard- und Software werden vielfach nur noch simple Trackballs aus Stahl mit ein oder zwei Tasten installiert. An diesen Computerstationen kann der Besucher Hintergrundinformationen, Bilder oder Filme abrufen, um sein Wissen zum Ausstellungsthema zu vertiefen. Der Computer kann entweder an Websites angeschlossen oder mit einer passenden Wissenssoftware ausgestattet sein. Eine Alternative sind Stationen, die nur mit einer Abspielsoftware für Mediendateien (Audio- und/oder Filmdateien) und einer Anzahl von Knöpfen ausgerüstet sind. Da diese Stationen dezidiert für öffentliche Bereiche mit mehr oder minder guter Aufsicht konzipiert wurden, ist die Software stabil genug, um dem Spieltrieb jüngerer Besucher standzuhalten, die gern alle Knöpfe auf einmal aktivieren. Es wird ausschließlich die letzte Eingabe bedient. Im öffentlichen Raum z.B. für touristische Zwecke sind Multimedia-Terminals mit aufwendigerer Gestaltung immer beliebter.



*Abbildung 27:
Beispielterminal 1*



*Abbildung 28:
Beispielterminal 2*

Das Gehäuse ist aus Aluminium oder pulverlackiertem Stahlblech und enthält in der Grundausstattung nur das TFT-Display. In Kombination mit einem Booksize-PC, einem Trackball, einem zusätzlichen Lüfter und Aktivlautsprechern kostet ein Terminal mindestens 2000, aber meist eher 3000€. Die hohe Nachfrage bestimmt momentan bei allen Anbietern den Preis, so dass eine Erweiterung der Ausstellung um einen Terminal eine nicht unerhebliche Investition ist, jedoch eine sinnvolle und effektive Ergänzung der Vermittlung sein kann. Ein Trackball oder eine Tastatur werden bei Verwendung einer Touchscheibe oder -folie³⁵¹ überflüssig. Die Bedienung der Programme durch eine zusätzliche Sicherheitsglasscheibe ist ebenfalls möglich, so dass der Terminal ähnlich wie die oben erläuterten Bildschirme gegen Vandalismus geschützt ist.

Radar Sensoren erlauben es den Besucher in einer Ausstellung direkt anzusprechen, wenn er einen bestimmten Bereich betritt. Der Sensor erkennt durch die Bewegung in einem einstellbaren Radius von 70-250cm die Annäherung einer Person und reagiert. In einer personalisierten Ausstellung wird der Besucher wie in der Ausstellung „*Weil wir Mädchen sind*“ von der Protagonistin bei Betreten begrüßt und in die Thematik eingeführt. Diese Art der Sensoren kosten ca. 100€ und können mit einem Computer oder einem Wiedergabemedium zusammengeschlossen und auch hinter nicht leitenden Materialien wie Holz- oder Steinplatten installiert werden.³⁵² Eine günstigere Alternative sind handelsübliche Bewegungsmelder. Hierbei sollte für eine störungsfreie Funktion auf Testberichte u.ä. geachtet werden. Des Weiteren gibt es Touch Sensoren, die die Annäherung bzw. Berührung menschlicher Körperteile durch eine Veränderung der elektrischen Spannung in ihrem Sensorfeld erkennt und eine Reaktion initiiert.

351 Durch z.B. Infrarotabtastung wird die Berührung auf der Oberfläche registriert und vom Computer in einen Befehl umgesetzt.

352 http://www.heddier.com/electronic/index.php?cat=c174_Interaktive-Sensoren.html, 11.12.2008.

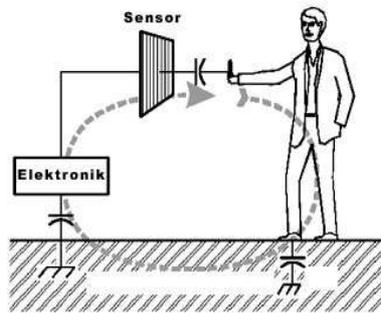


Abbildung 29: Funktionsweise der Touch Sensoren, Quelle: Heddiel Electronic GmbH

Die Reaktion kann von einem Aufleuchten einer Lampe über audiovisuelle Sequenzen bis hin zur Aktivierung eines Bewegungsmechanismus reichen. Die Sensoren selbst sind mit ca. 50€ relativ günstig, jedoch ist ein Adapter notwendig, mit dem der Sensor an einen Computer bzw. die entsprechende Reaktions-Elektronik angeschlossen werden kann, der wiederum 150-200€ kostet. Die Sensoren lassen sich mit verschiedenen Medien und sogar mit weniger empfindlichen und nicht leitenden Exponaten kombinieren, um dem Besucher Interaktionsmöglichkeiten zu bieten.

Die Möglichkeiten zu fühlen und zu erleben kann in einer Ausstellung durch kleinere bis größere Hilfsmittel erhöht werden. Im Kontext einer militärischen oder großmaschinellen Thematik kann es sinnvoll sein dem Besucher nicht nur die Akustik und die visuellen Eindrücke zu vermitteln, sondern ihn die Erschütterungen der Umgebung spüren zu lassen. Die meisten Menschen können sich weder die Intensität eines Bombenangriffs noch die Arbeitsbedingungen in einer Fabrik zum Ende des 19. Jahrhunderts vorstellen und verstehen dies nur bedingt durch Erklärungen, sondern eher nach eigenem, wenn auch temporärem Erleben. Mittels einer Rüttelplatte oder eines anderen Gerätes, das große Vibrationen auslöst, können Erschütterungen an den Fußboden und weitere Elemente eines Ausstellungsbereiches weitergegeben werden. In diesem Falle sollte immer ein Fachmann konsultiert werden, damit weder das Gebäude noch Exponate oder Menschen gefährdet werden. Der zu erschütternde Bereich muss vom übrigen Gebäude isoliert werden, damit sich die Vibrationen nicht in das Fundament und die Grundmauern des Gebäudes fortsetzen. Des Weiteren ist es wichtig die Effekte in

Intensität und Länge zu variieren. Aus diesem Grund ist eine Steuereinheit bzw. verantwortliches Personal unverzichtbar. Andere Effekte wie ein Erdbeben oder eine Schiffsfahrt können durch einen begrenzten, auf Kugelgelenken gelagerten Raum erreicht werden.

Die Einsatzmöglichkeiten von Technik sind im Museum nahezu unbegrenzt. Einzige Einschränkungen werden durch das zur Verfügung stehende Budget und der Notwendigkeit bzw. dem Sinn der technischen Umsetzung für eine nachhaltige Vermittlung gesetzt. Jedes Ausstellungselement sollte vor der Konzipierung auf Eignung überprüft und der Zielsetzung der Ausstellung untergeordnet werden.

5.4 Eine beispielhafte Umsetzung neuerer Ausstellungsmethoden

In den folgenden beiden Unterkapiteln werden beispielhaft zwei Ausstellungskonzepte vorgestellt, die eigens für dieses Projekt entworfen wurden. Sie sollen die Umsetzbarkeit, der in den obigen Kapiteln gewonnenen Erkenntnissen zeigen und gleichzeitig die unterschiedlichen Methoden vorführen. Es wurde bewusst keine traditionelle Ausstellung konzipiert, weil für diese Aufgabenstellung bereits ausreichend Umsetzungen in Museen zu finden sind. Vielmehr wurde darauf Wert gelegt, neue Methoden einfließen zu lassen, die von kleineren und größeren Museen mit unterschiedlichem Budget in Abstufungen übernommen oder nachgeahmt werden können. Das erste Konzept der Ausstellung *„Mami, wo ist unser Haus geblieben? - Hannover in der Nachkriegszeit“* nutzt vor allem multimediale und inszenatorische Methoden, während das zweite Konzept der Ausstellung *„Noch 'n Bier – Maschinen, Arbeit und Bier in Hannover“* mit der Methode der Geschichtsdarstellung arbeitet.³⁵³

5.4.1 Beispielkonzept 1: *„Mami, wo ist unser Haus geblieben?“ - Hannover in der Nachkriegszeit*

Das vorliegende Konzept richtet sich an eine altersmäßig gemischte Zielgruppe mit vielfältigem Bildungshintergrund. Um jedoch die weniger Vorgebildeten nicht zu

³⁵³ Beide Ausstellungen wurden von der Autorin selbstständig entworfen.

überfordern, wird auf ein eher niedriges Bildungsniveau geachtet, was sich in der Sprache und in dem vorausgesetzten Wissen äußert. Die Betonung von Erlebnis und multisensualen Wahrnehmungen im Gegensatz zu einem rein kognitivem Wissenszuwachs unterstreichen diesen Ansatz. Das Ziel der Ausstellung ist es der Stadt- und Regionsbevölkerung von Hannover das Leben in der Zeit von der Zerstörung der Stadt durch den Bombenkrieg über die Besatzungsjahre bis hin zum Wiederaufbau und dem Beginn der Wirtschaftswunderzeit eindrücklich zu vermitteln, so dass ein größeres Verständnis für dieses herausfordernde Kapitel der Stadtgeschichte entsteht. Die vier Hauptbereiche der Ausstellung sind wie folgt in Lernziele gegliedert:

- Zerstörung, letzte Luftangriffe, Abwesenheit der meisten Männer (März 1945)
- Volkssturm, Einmarsch der Alliierten, Besatzung (April 1945)
- Schwierigkeiten des Alltags, erste Export-Messe (September 1947)
- Währungsreform, langsamer Wiederaufbau der Stadt (August 1950)

In einem fünften Bereich wird die Ausstellung mit der heutigen Zeit in Beziehung gesetzt, indem Original-Objekte präsentiert werden, während in der sonstigen Ausstellung Rekonstruktionen bzw. konservatorisch unbedenkliche Gegenstände zu finden sind. Die Exponate werden für den fünften Bereich, der den Abschluss der Ausstellung bildet, so ausgewählt, dass sie eine inhaltliche Verknüpfung mit der übrigen Handlung darstellen. Hier erlaubt z.B. ein alter Schulranzen aus der Nachkriegszeit die Assoziation mit dem Protagonisten, um dessen eigenen Ranzen es sich handeln könnte. Ebenso bilden Geschirr, Möbel oder Kleidung eine Verbindung zwischen der Ausstellungs-Zeit und der Jetzt-Zeit. In diesem Bereich werden Fotos von noch lebenden älteren Hannoveranern neben ihren Kinderbildern aus der Nachkriegszeit und einigen Personenangaben gezeigt, damit dem Besucher der Verlauf der Zeit und die „nur ein Erwachsenenleben“ zurückliegende Vergangenheit greifbarer erscheint.

In der Ausstellung selbst werden multimediale und inszenatorische Elemente benutzt, um gleichzeitig durch das Raumerleben einer begehbaren Vollinszenierung,

die Besucherführung mittels eines Hörspiels und die Betrachtung multimedialer Zeitzeugnisse ein ansatzweises Nacherleben der Zeit zumindest zu ermöglichen. Das Konzept geht von einer Ausstellungsfläche von ca. 250m² aus. Um auch gehbehinderten Besuchern den freien Zugang zu allen Bereichen zu ermöglichen und trotzdem realistische Räume zu schaffen, wurden an nur zwei Stellen Treppen mit wenigen Stufen eingeplant, die mit mobilen Rampen auch von Rollstuhlfahrern zu überwinden sind. Ausschließlich ein alter Straßenbahnwagen kann aus konservatorischen Gründen nicht behindertengerecht erschlossen werden. Der Wagon muss aus diesem Grund umfahren werden, wobei dem gehbehinderten Besucher kaum Erlebniswert verloren geht, wie weiter unten an entsprechender Stelle erläutert wird.

Die fiktiven Protagonisten der Ausstellung bestehen aus zwei Familien, Familie Siebert mit Mutter Maria (28 Jahre), Sohn Heinrich, genannt Heinchen (8 Jahre), Tochter Sophie (4 Jahre) und dem vermissten Vater Werner (30 Jahre). Die befreundete Familie Peters setzt sich zusammen aus der Mutter Charlotte (28 Jahre), dem Vater Friedrich (30 Jahre), der aufgrund seiner kriegsbedingten Armamputation als Invalide zu Hause ist, und den Töchtern Gerda (7 Jahre) und Lieschen (5 Jahre).

Die Ausstellung strukturiert sich in mehrere Räume, in denen das Leben der Protagonisten spielt. Der Besucher geht beim Betreten der Ausstellung um eine rote Stellwand herum, auf der in großen plakativen Buchstaben folgende einleitende Worte stehen. Jede Phrase füllt eine eigene Zeile:

Nach 6 Jahren Krieg...

Nach 100 Luftangriffen...

Nach über 6.000 Toten nur in Hannover...

Nach Angst, Schrecken und Zerstörung...

Der erste Raum ist ein Treppenhaus (Raum A), in dem der Besucher über ein Dolby-Surround-System die Akustik eines Luftalarms, die Stimmen und Schritte von einem Dutzend Menschen hört. Maria treibt ihre Kinder zur Eile an und bemerkt sarkastisch zu Charlotte, sie würde zum Höhepunkt ihrer Geburtstagsfeier noch ein

Feuerwerk bekommen, während sie die Treppe hinunter in den Luftschutzkeller laufen. Der Besucher folgt den Stimmen in den muffig-riechenden Keller, wo er zu seiner Linken einen Kohlehaufen und entlang des Ganges Kinderspielzeug und Gartengeräte sieht. Im Luftschutzkeller (Raum B; 14m²) angekommen, deren Tür er selbst öffnen und schließen muss, stehen Bänke an den Wänden. Auf einem Tisch sind Kerzenstümpfe aufgestellt und es brennt scheinbar eine Petroleumlampe. In einer Ecke steht ein Eimer Sand mit einer Schaufel und in einer anderen ein Radio. Durch die Bewegung des Besuchers ausgelöst, erklingt eine akustische Aufnahme (Dolby-Surround) und er lauscht Gesprächen über den Krieg, der wohl verloren gehen wird und den „tapferen“ bzw. verzweifelten Worte eines Partei-Treuen, der immer noch auf einen Sieg hofft. Die anwesenden Kinder sind müde und fragen, wann der Alarm endlich vorbei ist. Hörbar fliegen Flugzeuge über das Haus und scheinen Bomben abzuwerfen. Nahe Explosionen dröhnen und die Menschen (des Hörspiels) schrecken auf. Nachdem die Geräusche langsam abklingen (Gesamtzeit 10min), ertönt Entwarnung und die Protagonisten verabschieden sich voneinander, denn Maria, Heinchen und Sophie müssen nach Hause (in eine Nebenstraße), um nachzusehen, ob ihre Wohnung noch steht.

Durch einen Kellerausgang verlassen die drei den Keller, gefolgt vom Besucher und gehen eine Straße mit Schutt (Raum C) entlang, auf deren Seiten sich teilweise oder vollständig zerstörte Häuser befinden. Die Straße ist durch einen künstlichen Mond nur minimal beleuchtet. Es riecht nach Rauch. Als sie um eine Ecke kommen, fragt Sophie ihre Mutter plötzlich: „*Mami, wo ist unser Haus geblieben?*“ Die drei laufen auf die brennenden Reste zu, die von Helfern gelöscht werden (es ist das Spritzen von Wasser zu hören). Die Brandbekämpfer verhindern, dass Maria in die Ruine läuft, um etwas herauszuholen und sich dabei in Gefahr bringt. Sie geht mit ihren Kindern zurück zu Familie Peters. Der Besucher folgt den leiser werdenden Stimmen durch eine Ruinenlandschaft, während es wieder hell wird.

Bei den Freunden angekommen, deren Haus noch in Teilen steht, tritt der Besucher in die Küche, wo nun auch Maria mit Heinchen und Sophie in einer Ecke des Raumes wohnen. Der Raum hat 12m² (Raum D) und ist vollständig inszeniert. In der Mitte des Raumes, in dem es nach Kohlenfeuer riecht, steht ein Tisch, über dem

eine Projektionsscheibe hängt, auf deren Vorder- und Rückseite eine nachgespielte Szene mit den sieben Protagonisten zu sehen ist. Im Gespräch wird der Zeitverlauf seit der Ausbombung der Sieberts deutlich und die Familien sprechen über die Einnahme der Amerikaner und die kluge Entscheidung ihnen nicht den Volkssturm entgegenzustellen, was Friedrich betroffen hätte. Die Kinder beteiligen sich an der Unterhaltung und tauschen sich untereinander über ihren Wissensstand zu den Amerikanern und den Plünderungen in der Stadt aus. Die beiden Älteren fragen, ob sie draußen spielen dürfen und verlassen die Küche. Maria kritisiert die Ausgangssperre, weil es in der übrigen Zeit kaum möglich ist, Lebensmittel zu besorgen und stellt die Frage, wann es wohl wieder geregelten Schulunterricht für die Kinder geben würde, die zu viel Zeit auf der Straße verbringen. Die Versorgung mit Wasser und Strom sei immer noch katastrophal, aber immerhin hätten sie ein Dach über dem Kopf und das Ehepaar Peters ist sich einig, dass sie ihre zwei kleinen Räume lieber mit Maria und den zwei Kindern als mit wildfremden Ausgebombten teilen. Heinchen und Gerda kommen wieder herein und berichten begeistert von einem Treffen mit mehreren britischen Soldaten und erklären, sie könnten jetzt Englisch, was sie auch mit einem „*Gut Morning*“ und einem „*Sänk ju*“ unter Beweis stellen.

Der Besucher hat in diesem Raum die Möglichkeit alles anzufassen und kann sich an einem dezenten Terminal mit Touchscreen Materialien zu den herrschenden Vorurteilen gegenüber den Alliierten ansehen, das besonders zum Ende des Krieges den Durchhaltewillen der Deutschen stärken sollte. Durch eine weitere Tür verlässt der Besucher diesen Raum und geht durch einen Zeittunnel (Raum E), in dem Verordnungen, Suchanfragen von getrennten Familien und Zeitungsartikel an den Wänden hängen, anhand derer die Zeit zwischen 1945 und 1947 dokumentiert werden kann. Um die Ausstellung nicht akustisch zu überfrachten, bleibt dieser Bereich leise.

Am Ende dieses Raumes geht der Besucher durch große Flügeltüren und steht in einer Messehalle (Raum F) mit hoher Decke und den Geräuschen von vielen Menschen (Dolby-Surround). Rechts und links an den Wänden sind Filmaufnahmen aus den Hallen der ersten Export-Messe Hannover 1947 zu sehen, um den Eindruck

der Menschenmenge zu verstärken.³⁵⁴ In unmittelbarer Nähe finden sich Messestände hannoverscher Wirtschaftsbetriebe wie Continental, Hanomag oder Bahlsen, die Exportgüter anbieten und innerhalb eines Jahres liefern können. An einer Bank, über der ein „Treffpunkt“-Schild hängt, hört der Besucher die Unterhaltung von Friedrich und zwei Bekannten über die letzten Jahre z.B. die große Flut, den kalten Winter, die schlechter werdende Versorgung und die Nachricht, dass Werner Siebert in russischer Kriegsgefangenschaft ist. Die Kinder stehen dabei und warten auf ihre Mütter, die gerade am Fischbrötchen-Stand anstehen. Als Maria und Charlotte zurück sind, geht Friedrich los, um sich für den Messe-Wein anzustellen. Die Frauen verteilen die Brötchen, wobei die Kinder feststellen, dass die Paste gar nicht wie Fisch aussieht, aber gut schmeckt. Die Mütter zeigen sich sehr froh die Brötchen ergattert zu haben, da bereits Gerüchte in Umlauf waren, sie seien ausverkauft und die Messe für normale Hannoveraner nicht mehr zugänglich.

Im weiteren Gespräch vergleichen sie die Weihnachtsmesse 1946 mit der Export-Messe, die ja sehr viel schöner sei, weil es mehr zu sehen gäbe und thematisieren ebenfalls die schlechte Versorgungslage und die bessere Situation vor der Besetzung.

Maria: *„Was hältst du denn von den Filmen, die in der Wochenschau gezeigt wurden über all diese schrecklichen Dinge mit den Juden und diesen Lagern?“*

Charlotte: *„Das kann doch alles gar nicht wahr sein. Wer macht denn so schreckliche Dinge? Ein Freund von Friedrich hat auch in einem Lager gearbeitet und der ist doch nicht zu so schrecklichen Dingen fähig, nein, der war doch immer ein harmloser Mann.“*

Maria: *„Hast du dich nie gewundert, warum Elsa und ihre Familie plötzlich weggezogen sind?“*

Charlotte: *„Nein, ich dachte, die sind ausgewandert.“*

354 Fotos, Filmrollen bzw. eine DVD liegen laut telefonischer Auskunft im Archiv der Deutschen Messe AG.

Maria: *„Heidrun erzählte, wie sie beobachtet hat, dass Elsa und ihre Familie auf LKWs gestiegen sind und weggebracht wurden.“*

Charlotte: *„Hm, vielleicht hab ich da einfach nicht weiter drüber nachgedacht. Ich war ja gerade mit dem kleinen Lieschen beschäftigt.“*

Des Weiteren stellen sie fest wie viele Flüchtlinge besonders aus den Ostgebieten mittlerweile in der Stadt sind und sie drücken ihre Erleichterung aus, dass sie vom „Britten“ besetzt sind und nicht vom „Russen“.

In der Messehalle, die nach den unterschiedlichen Produkten riecht, hat der Besucher neben der Betrachtung der Stände die Möglichkeit sich an einem Terminal mit dem Thema der Messezimmer-Vermittlung, den Voraussetzungen und Vorteilen dessen zu beschäftigen. An einem weiteren PC-Terminal kann er sich um die Position eines Hilfs-Dolmetschers für Englisch und Französisch bewerben und einen entsprechenden Test machen.

Hinter dem Ausgang der Messehalle (Raum G) steht ein zeitgenössischer Straßenbahnwagen auf Schienen.³⁵⁵ Er ist beklebt mit Warnhinweisen zur Gefahr von Trittbrettfahrern im Verkehr. Der Besucher hat die Möglichkeit durch die hintere Tür einzusteigen und erlebt durch entsprechende akustische Signale inkl. Stationsansagen und Fahrkartenkontrolle das Fahrgefühl. Die Scheiben sind mit Projektionsfolien ausgestattet, die dem „Fahrgast“ das Fahren durch das zerstörte Hannover suggerieren. Auf diese Weise kann er Aufräum- und Wiederaufbaumaßnahmen beobachten.³⁵⁶ Die Folien zeigen auf beiden Seiten die Projektion und erlauben es somit auch Besuchern, die aufgrund einer Gehbehinderung nicht über die Stufen in den Wagon klettern können, von außen der Präsentation zu folgen. Wenn der Besucher vorne wieder aus der Straßenbahn aussteigt, findet er sich vor einem neuen Gebäude, das Teil des Wohnungsbauprojekts an der Kreuzkirche ist. In einer der kleinen Wohnungen leben

355 Entsprechende Fahrzeuge befinden sich in der Sammlung des Hannoverschen Straßenbahn-Museums e.V.

356 Hierfür eignen sich die Filmaufnahmen zu Hannover 1945, 1949-1950 und 1950, die im Kulturarchiv Hannover im Original liegen und bereits digitalisiert wurden. Siehe: <http://www.filmundgeschichte.de/>, 23.12.2008.

seit kurzem Maria und die zwei Kinder. An den Wänden zur Rechten erkennt man die nähere Umgebung auf einer Fototapete.

Bei Betreten des Wohnungsflurs (Raum H) durch den Hauseingang wird eine Audioaufnahme aktiviert und die Stimmen mehrerer Jungen und Mädchen erklingen, die „Hoch soll er leben“ singen. Nach Beendigung des Liedes bzw. bei Eintritt ins Wohnzimmer zur rechten Seite kann man die Kinder aus dem Raum laufen hören, während sie besprechen, wo sie jetzt Fußballspielen wollen. Der Besucher steht nun im Wohnzimmer und hat eine gedeckte Geburtstagstafel vor sich. Auf den Tellern befinden sich noch Kuchenkrümel und ein letztes Stück liegt auf der Platte. Marias Stimme ist vernehmbar, wie sie den Kindern hinterher ruft, dass sie beim Spielen niemanden stören und nichts kaputt machen sollen. Sie scheint im Hauseingang zu stehen und sich mit der Nachbarin darüber zu unterhalten, dass die Zeiten endlich besser werden und man wieder Hoffnungen hat. Der Nachbarin wird der Grund für die kleine Feier, nämlich Heinrichs 14. Geburtstag erklärt und dass er diesmal ein „richtiges“ Geschenk bekommen hat und den Fußball gerade ausprobiert, nachdem es die letzten Jahre nur praktische und meist dringend notwendige Dinge gab. Die Nachbarin, die man nicht hören kann, scheint sich nach Marias neuer Arbeit erkundigt zu haben, worüber diese gern Auskunft gibt.

Das Wohnzimmer, das nach Kerzen, Kuchen und alten Polstermöbeln riecht, ist mit einem Sammelsurium an Möbeln ausgestattet. An einem kleinen, alten Sekretär in der Ecke liegen Heinrichs und Sophies Hausaufgaben, die der Besucher beenden kann, um 1. selbst aktiv zu werden und 2. die pädagogischen Ansätze der Nachkriegszeit kennen zu lernen. Neben einem kleinen Sofa liegen Zeitungen, Zeitschriften und Bücher (Nachdrucke), die gelesen werden dürfen. Auf einem Schrank steht ein Radio, mit dessen Frequenzsucher unterschiedliche Radiosendungen ausgewählt werden können.

Durch eine weitere Zimmertür auf der linken Seite verlässt der Besucher das Wohnzimmer und kommt in den Abschlussbereich der Ausstellung (Raum I). Hier werden die Lebensgeschichten der Protagonisten in einer kurzen Darstellung zu Ende geführt, um die offenen Fragen der Besucher nicht unbeantwortet zu lassen. Während der eigentliche Ausstellungsteil nur bedingt für museumspädagogische

Programme geeignet ist, können hier Führungen oder Museumsgespräche stattfinden. Als Hilfestellung für zukünftige Ausstellungen (oder notwendige Änderungen der Aktuellen) soll den Besuchern die Möglichkeit gegeben werden Fragen und Anregungen auf einem Zettel zu notieren und diesen an eine große Pinnwand vor dem Ausgang der Ausstellung zu hängen.

In dieser Ausstellung werden mehrere Projektionsfolien/-scheiben, Dolby-Surround-Systeme und kleine PC-Terminals verwendet. Neben der unterschiedlichen Beleuchtung und Duftstoffen wird auf herkömmliche Inszenierungsmethoden zurückgegriffen. Da die Nachkriegszeit zu einem jüngeren Geschichtskapitel gehört, sollte die Beschaffung von Mobiliar und anderen Gegenständen weder besonders kostspielig, noch kompliziert sein. Durch die personalisierte und emotionale Vermittlungsmethode mit verschiedenen Erlebnisooptionen kann der Besucher aktiv werden und lernt gleichzeitig auf sehr einprägsame Weise die Inhalte kennen.

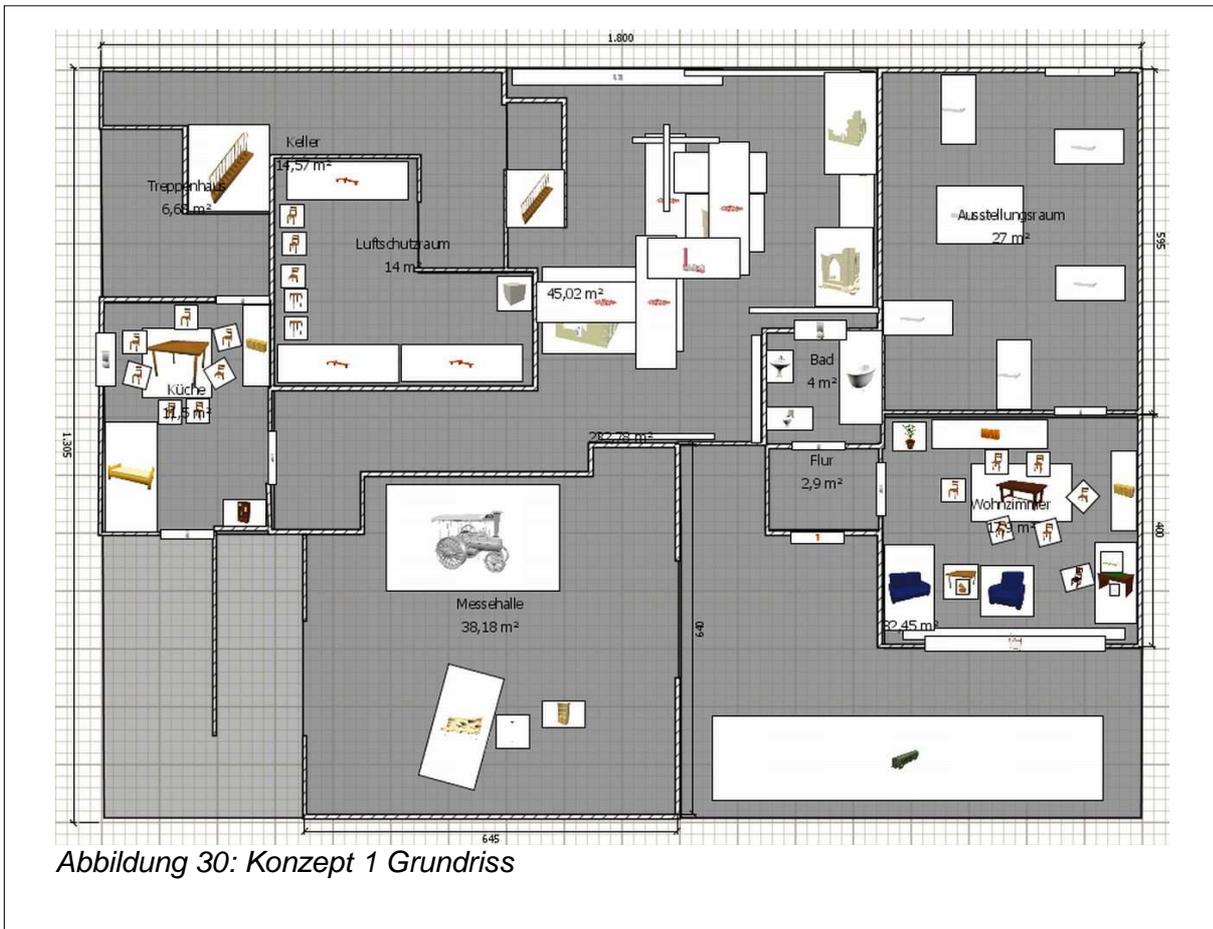


Abbildung 30: Konzept 1 Grundriss

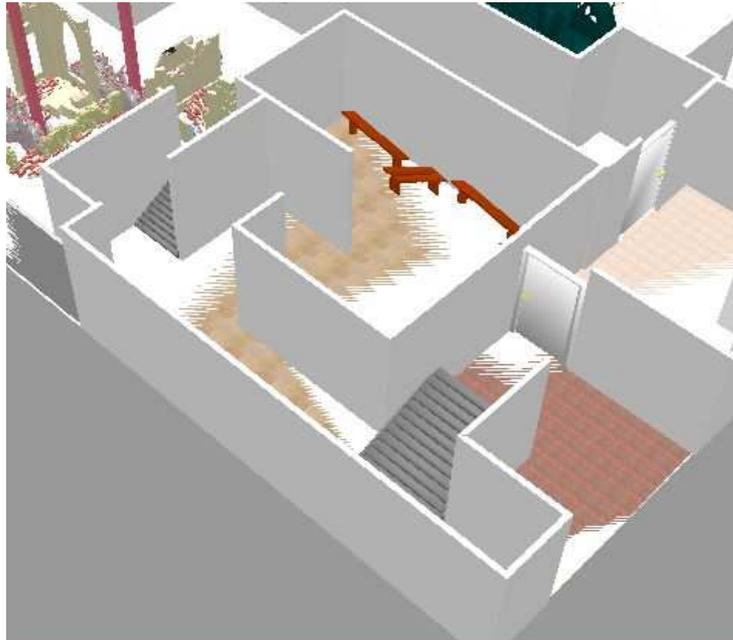


Abbildung 31: Ausstellungseingang und Luftschutzkeller

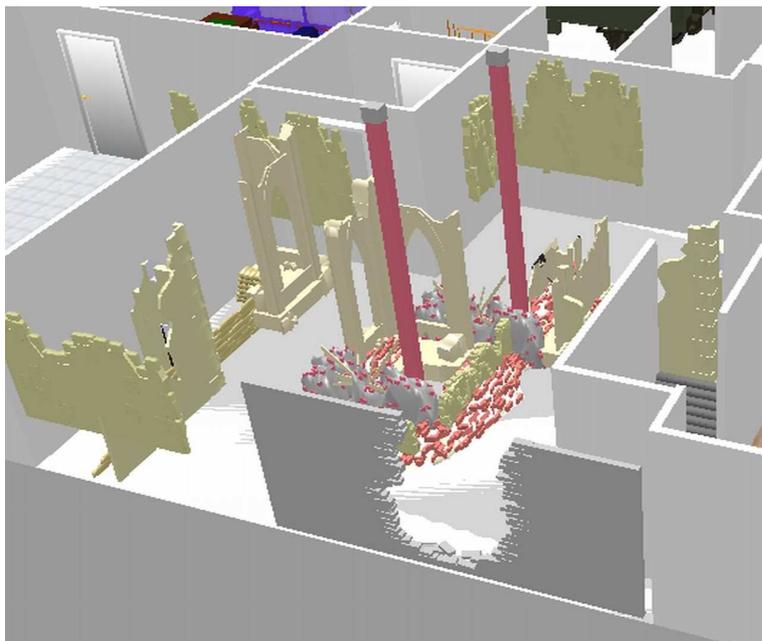


Abbildung 32: Ruinenlandschaft

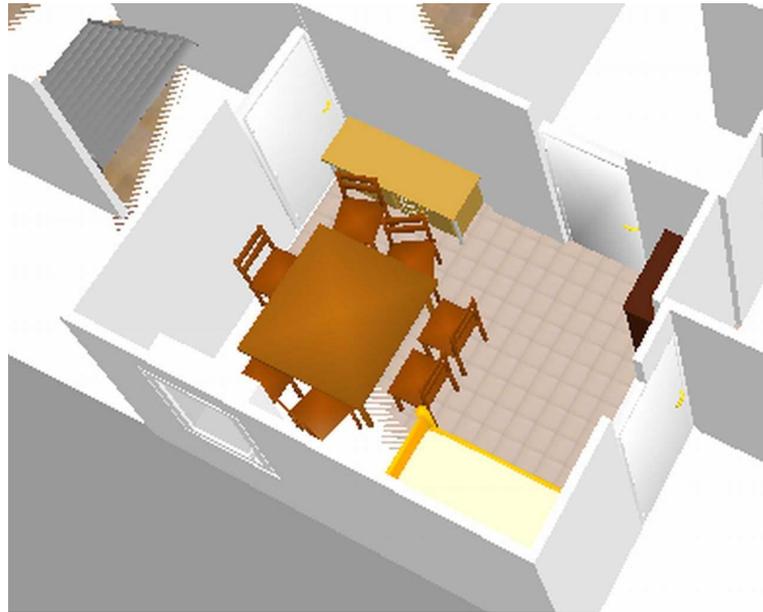


Abbildung 33: Küche der Familie Peters



Abbildung 34: Zeittunnel, Messehalle und Straßenbahn



Abbildung 35: 50er Jahre Wohnung von Maria Siebert

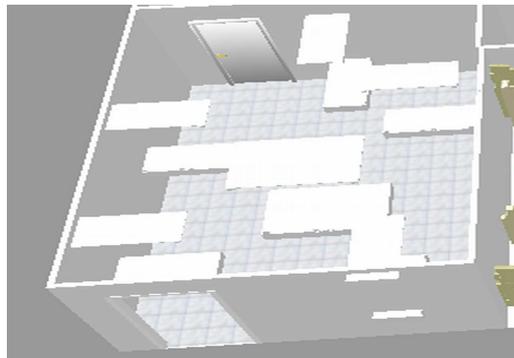


Abbildung 36: Abschluss mit traditioneller Ausstellung

5.4.2 Beispielkonzept 2: „Noch 'n Bier“ – Maschinen, Arbeit und Bier in Hannover

Das Thema des folgenden Konzeptentwurfs ist Hannover in der Gründerzeit und richtet sich an eine für Museen alltägliche Zielgruppe, nämlich eine gemischte Altersstruktur. Hinzukommt ein eher niedriges Bildungsniveau, denn durch die provokante Verbindung eines historischen Themas mit alltäglichen Aspekten wie Arbeit, Maschinen und Bier ist ein erster Anreiz für Nicht-Museumsbesucher geschaffen sich doch einmal ins Museum „zu wagen“. Ziel der Ausstellung ist es anhand des Leitthemas der expandierenden Bier-Brauerei Gilde und ihren zuliefernden Handwerkern dem Besucher ohne bzw. mit marginalen Vorkenntnissen durch Geschichtsdarstellung und Inszenierung der Arbeits- und Wohnsituationen die vielen Facetten des Alltags, der sozialen Unterschiede, der Konflikte mit Preußen und das damit verbundene Nationalverständnis im Hannover der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts zu vermitteln.

Das Ausstellungskonzept basiert auf der Methode der personellen Geschichtsdarstellung durch Laienschauspieler, die während der Öffnungszeit des Museums mindestens zu dritt anwesend sind. Die geschaffene Kulisse aus jeweils zwei Wohn- und Arbeitssituationen unterstützt die Vermittlung eines zeitgenössischen Eindrucks durch die Darsteller. Das vorrangige Ausstellungsmittel neben der authentischen Inszenierung ist das Gespräch und die Beobachtung der Darsteller bzw. das Verhalten der Darsteller untereinander. Die Ausstellung besteht aus drei Hauptbereichen:

- Die Werkstatt und der Wohnraum eines Böttchers
- Die Brauerei mit zwei großen Arbeitsräumen
- Das Bürgerhaus mit mehreren repräsentativen Räumen und einem Dienstmädchen-Zimmer

Das Areal zwischen den einzelnen Gebäuden bildet eine Straßenszene mit einem kleinen Platz und einem Brunnen. Der Besucher betritt die Ausstellung über diese Straße. Der Aufbau des Ausstellungsraumes sieht einen Raum von ca. 230m² vor, da besonders die enthaltene Brauerei-Halle und das Bürgerhaus (wenn auch nur teilweise dargestellt) geräumig wirken sollen, um den erhofften Effekt der deutlichen

Unterschiede zwischen den einzelnen Arbeits- und Wohnsituationen zu erzielen. Alle Räume sind begehbare Vollinszenierungen, d.h. vollständig möbliert und bis in Details stimmig eingerichtet. Damit eine ganzheitliche Darstellung erreicht wird, sollte das Brauerei-Gebäude (und die nähere Umgebung) nach Malz und Gärung riechen.

Die Handlung umfasst drei Familien und sieht wie folgt aus: Hannover als preußische Provinz in der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts. Die Industrialisierung schreitet voran und durch fehlende Aufträge des welfischen Königshauses nach der Annexion durch Preußen und die Aufhebung der Zunftordnung stehen viele Handwerker vor finanziellen Schwierigkeiten, während besonders die Industrie der Stadt floriert. Der **Böttcher Franz Weigel** erhält das Angebot von dem Industriellen Wilhelm Schubert seine Maschinen und sein Werkzeug zu verkaufen, da er nach Aufhebung der Zunftordnung und mit zunehmender Industrialisierung ohnehin nicht mehr wirtschaftlich arbeiten und seine Familie versorgen kann. Ihm wird eine Facharbeiterstelle in der expandierenden Brauerei von Schubert angeboten, die für den überregionalen Vertrieb die nötigen Bierfässer selbst herstellen und nicht mehr ankaufen will. Die Familie von **Wilhelm Schubert** wird in ihrer Wohnsituation (Räume C) inkl. Personal vorgestellt und agiert mit dem Besucher auf gleicher Ebene, d.h. der Besucher wird als gleichgestelltes Mitglied des Bürgertums behandelt. Neben Wilhelm gibt es seine **Frau Berta**, den jungen Erben **Wilhelm Ferdinand** und die heiratsfähige Tochter **Louise**, die mit einem Industriellen aus Hannover verlobt ist. Die Industrie und Brauerei ist eine Goldgrube und die Familie will die Gelegenheit nutzen, reicher zu werden. Wilhelm Schubert hat sich hochgearbeitet, sieht sich jetzt aber eindeutig zur Oberschicht gehörig. Ebenso seine Frau, die großen Wert auf Standesunterschiede legt und aus diesem Grund sehr an der Heirat ihrer Tochter mit einem Industriellen interessiert ist. Louise schwärmt mit ihrer Mutter über Einkaufsmöglichkeiten und neue Geschäfte in Hannover. Der Vater ist eher an Politik und Wirtschaft interessiert.

Franz Weigel hat mit seiner **Frau Mathilde** keine Kinder. Er besteht bislang auf seine Unabhängigkeit und traut Schubert nicht. Sein Horizont ist auf das Geschehen in der Stadt begrenzt. Seine Frau und er beobachten die Veränderung der Stadt und den einsetzenden Boom mit Misstrauen, weil sie wissen, dass er im Endeffekt auf

dem Rücken der kleinen Leute ausgetragen wird. Er ist mit dem ehemaligen Schmied **Johann Duve** befreundet, der mit seiner Familie bei Schubert in der Fabrik arbeitet. Johann Duve und seine **Frau Elisabeth** haben vier noch lebende Kinder: **Georg (19), Ingeborg (17), Heinz (16) und Elfrieda (15)**. Ingeborg arbeitet bei den Schuberts als Dienstmädchen und wird von Teilen des Personals aufgrund ihrer Herkunft aus dem Arbeitermilieu herablassend behandelt. Alle anderen Kinder arbeiten ebenfalls in der Fabrik seit sie die Volksschule abgeschlossen haben. Sie mögen die Schuberts persönlich nicht, aber müssen dort arbeiten, um Geld zu verdienen und haben sich mit der Situation arrangiert. Als Facharbeiter wird Johann Duve einigermaßen gut bezahlt, während seine Frau und Kinder wesentlich weniger erhalten. Er sieht die Industrialisierung mit Vor- und Nachteilen durchaus realistisch, aber gab sein Schmiede-Handwerk auf, weil er meinte, in der Fabrik mehr zu verdienen.

Die Ausformulierung der einzelnen Persönlichkeiten ist für diese Ausstellungsform wichtig, da es zur erfolgreichen Vermittlung erforderlich ist die Figuren ganzheitlich zu entwerfen und darzustellen. Im Theater oder in anderen Darstellungen wirken manche Charaktere nicht realistisch, weil sie nicht zu Ende gedacht sind und dadurch nur zweidimensional oder stereotyp erscheinen. Die Ausstellung steht und fällt mit den Fähigkeiten der Darsteller, daher ist eine gut überlegte Auswahl essentiell.

Am Eingang der Ausstellung befindet sich unübersehbar und gut lesbar für den Besucher die Begrüßung:

„Willkommen im alten Hannover, hier können Sie hören, sehen, fühlen, riechen und schmecken, wie es vor über 100 Jahren gewesen sein könnte...“

Fragen Sie unseren Darstellern Löcher in den Bauch, um mehr zu erfahren!“

Durch diese Einschränkung wird deutlich, dass die Darstellung nicht 100% authentisch ist und ein Hauptelement der Vermittlung Gespräche aller Art zwischen den Besuchern und den Darstellern sind. Die Besucher sollen sich trauen die Figuren zu befragen, wichtiger ist jedoch die Kommunikationsfähigkeit der Darsteller selbst. Der Besucher trifft die anwesenden Darsteller bei verschiedenen Tätigkeiten, wird

von ihnen begrüßt und wenn möglich in ein Gespräch verwickelt. Auch wenn er nicht antwortet bzw. aktives Interesse zeigt, darf der Darsteller einen Monolog halten, jedoch nicht zu redselig erscheinen. Anhand von diversen Stichpunkten soll der Besucher mehr über die Zeit, die Lebens- und Arbeitsumstände und über Hannover als Stadt erfahren. Die Darsteller haben unterschiedliche Standpunkte zu den einzelnen Themen und brauchen diese nicht relativieren. Auch die verschiedenen Gesellschaftsschichten dürfen durch das Verhalten der Akteure deutlich werden. Die Besucher können in die Aktivitäten mit einbezogen werden und auf diese Weise praktische Erfahrungen sammeln. Der Darsteller sollte in der Lage sein Hintergrundinformationen in das Gespräch mit einzubringen und mit einem regen Interesse der Besucher auch über längere Zeit umzugehen.

Die Sprechweise der Darsteller als 1. oder 3. Person (siehe Kap. 5.2) ist flexibel zu halten. Ausgegangen werden sollte von der 1. Person und bei Unklarheiten bzw. zu Erklärungen darf in die 3. Person gewechselt werden. Es ist nicht das Ziel *Plimoth Plantation* oder andere Institutionen in ihrer Perfektion nachzuahmen, sondern eine 1. Person mit Kenntnissen über die heutige Zeit zu spielen.

Der Besucher hat in dieser Ausstellung die Möglichkeit alle Räume / Gebäude zu betreten und alle Gegenstände zu berühren. Je nach Besetzung der Szenen mit Darstellern nimmt er an den unterschiedlichen Lebenssituationen teil und darf von Speisen und Getränken kosten. In der Werkstatt kann der Besucher beim Bau eines Fasses helfen bzw. selbst sein Glück versuchen. An der Wand im Wohnraum hängt die Beschreibung der täglichen Haushaltspflichten einer Hausfrau, die der Besucher allein oder gegebenenfalls mit Frau Weigel gemeinsam ausführen kann. Durch die Installation von Schornsteinrohren wird der Rauch des Herdes und des Schmiedefeuers in der Werkstatt durch ein Fenster abgeleitet, was das tatsächliche Kochen trotz der geschlossenen Räume im Museum ermöglicht.

In der Brauerei kann der Besucher in die Arbeitsprozesse einbezogen werden und kleine Aufgaben eigenständig übernehmen. Das Bürgerhaus wird durch einen großen Flur mit Treppe zur ersten Etage, die jedoch nicht zugänglich ist, betreten. Zur Linken findet sich die Bibliothek, die gleichzeitig das Arbeitszimmer von Wilhelm Schubert ist, in der der Besucher Bücher und Aufzeichnungen lesen und eine

Nachahmung der Schrift probieren kann. Weiter hinten liegt das Esszimmer mit einem großen Tisch und Stühlen. Hier können das Silber geputzt, die Möbel abgestaubt oder mit dem Hauspersonal gesprochen werden. Zu bestimmten Zeiten erhält der Besucher hier auch etwas zu essen. Das Zimmer des Dienstmädchens im hinteren Teil des Hauses wird nicht belebt, sondern bietet einen überschaubaren Rahmen zum Ausprobieren der Kleider, Schuhe und weiteren Gegenstände. In der „Guten Stube“ auf der rechten Seite des Flurs wirkt die Atmosphäre durch das Mobiliar und die Dekoration etwas einschüchternd auf den Besucher, weil sie Assoziationen mit Filmen oder bisherigen Erfahrungen auslöst, bei denen nichts angefasst werden durfte. Nichtsdestotrotz darf der Besucher hier Brettspiele oder optische Spielereien ausprobieren. Besonders durch die wertvolleren Gegenstände in diesem Wohnbereich ist die Anwesenheit und Anleitung durch einen Darsteller erforderlich.

Wie bereits angedeutet, soll jeweils eine der 12 Personen in den einzelnen Räumen zu finden sein, die aus ihrer Perspektive über die Geschehnisse in der Stadt allgemein und die Handlung im Besonderen erzählt. Für das Bürgerhaus der Familie Schubert kann dies ein Familienmitglied oder jemand aus dem Personal sein. Im Falle der Brauerei bietet sich ein Mitglied der Familie Duve an und in den Wohn- und Arbeitsräumen des Ehepaars Weigel sollte entweder einer der beiden oder ein Mitglied der befreundeten Familie Duve anwesend sein. Zu Stoßzeiten mit größerem Besucherandrang wie z.B. am Wochenende kann die Anzahl der Darsteller erhöht werden. Da das Areal der Ausstellung nur begrenzt ist, erhält die intensive Kommunikation mit den Besuchern und die Gelegenheit zu Aktivitäten eine größere Bedeutung als in einer sehr weitläufigen Ausstellung. Der Besucher hat bei dieser Methode die Möglichkeit sich frei zu bewegen und die Räume in beliebiger Reihenfolge aufzusuchen, dennoch wird ihm durch Hinweise der Darsteller eine Orientierung gegeben.

Die Darsteller sollten fachlich versiert und kommunikativ sein, gewisse pädagogische und schauspielerische Fähigkeiten besitzen und vom äußeren Erscheinungsbild ins 19. Jahrhundert passen. Was in dieser Ausstellung an technischen Kosten gespart wird, bleibt für das Honorar der Darsteller, wobei davon

auszugehen ist, dass ein derart alltagstaugliches Thema in Verbindung mit einer einprägsamen, vielleicht auch unterhaltsamen Vermittlung (und einem entsprechenden Marketing) das Einspielen von Geld in Form von Eintrittsgeldern etc. ermöglicht. Des Weiteren eignen sich sämtliche Bereiche für pädagogische Programme unterschiedlichster Art. Auch Workshops oder Schulprojekte z.B. in der Werkstatt („Wir bauen ein Fass“) wären denkbar.

Wie dargelegt wurde, gibt es sehr viele unterschiedliche und dennoch erfolgversprechende Ausstellungsmethoden, so dass Museen Mut beweisen und ihren Besucher wesentlich mehr Abwechslung bieten können.

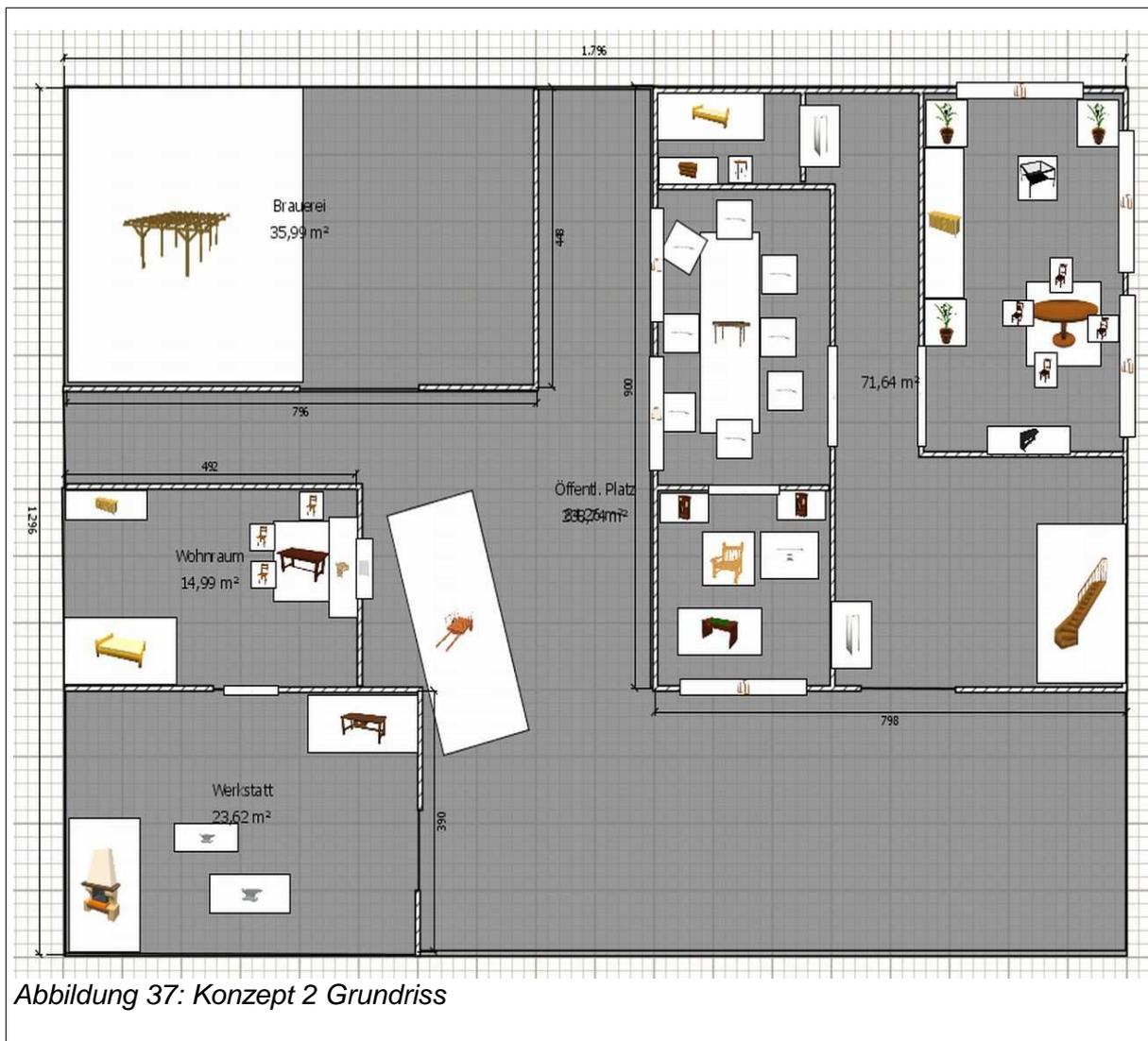


Abbildung 37: Konzept 2 Grundriss



Abbildung 38: Werkstatt und Wohnraum des Ehepaars Weigel

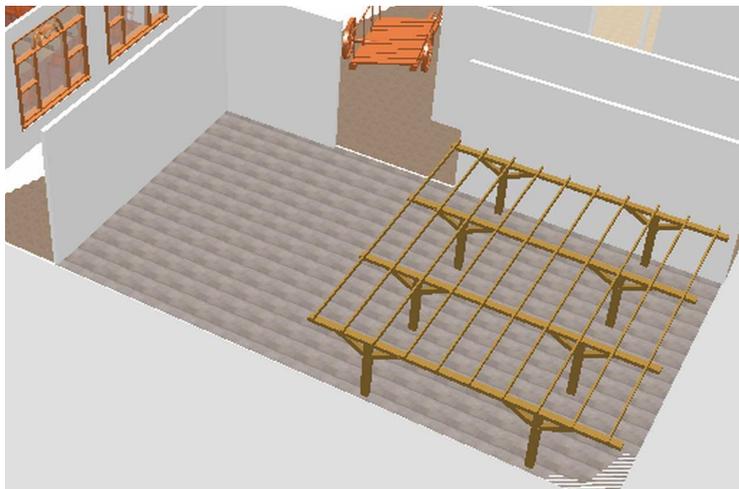


Abbildung 39: Brauerei (ohne Ausstattung)



Abbildung 40: Villa des Industriellen Schubert

6. Ein Leitfaden für nachhaltige Vermittlungsmethoden in Ausstellungen

Die Planung einer Ausstellung ist kein Hexenwerk, erfordert jedoch die Berücksichtigung der Erkenntnisse aus den vorangestellten Kapiteln, um genügend auf den Besucher einzugehen und nachhaltig Wissen zu vermitteln. Leider macht nicht die „leidenschaftliche Auswahl“ von Exponaten oder die „liebvolle Formulierung“ von Texttafeln eine gute Ausstellung aus. Die folgenden Kapitel sollen anhand eines simplen Schemas die Vorgehensweise einer Ausstellungskonzipierung verdeutlichen und mittels der gewonnenen Erkenntnisse zu Besuchern und Wahrnehmungs- und Lernprozessen die bisher vorgestellten Ausstellungsmethoden bewerten.

6.1 Die Konzipierung einer Ausstellung

Eine Erläuterung der Vorgehensweise einer Ausstellungskonzipierung gestaltet zum Einen den Planungsprozess durchsichtiger, soweit er von einem professionellen Ausstellungsgestalter übernommen wird und bietet zum Zweiten Museen mit großem Engagement und kleinem Budget die Möglichkeit selbst eine erfolgreiche Ausstellung zu planen. Der Erfolg einer Ausstellung wird an der im Vorhinein formulierten Zielsetzung gemessen, die in den meisten Fällen die Vermittlung eines historischen Inhalts an eine bestimmte Zielgruppe enthält. Erfolg bedeutet hier also, den langfristigen Wissenszuwachs, bestenfalls in Kombination mit einem gewissen Unterhaltungswert der Ausstellung.

Ausstellungen haben prinzipiell zwei Ausgangssituationen. Am Anfang kann ein interessantes Thema stehen, das mit einer Auswahl von Exponaten aus dem eigenen Depot oder mit Leihgaben anderer Institutionen in einer Ausstellung umgesetzt wird. Vielfach herrscht jedoch eine andere Ausgangssituation, nämlich ein Konvolut von Objekten, das dem Besucher in einer Ausstellung mit Erläuterung des Kontexts präsentiert werden soll. Hierbei kann es sich um die Sammlung von historischen Ofenplatten oder der vollständig erhaltenen Werkstatt eines Schuhmachers handeln, die neu in den Besitz des örtlichen Museums übergegangen ist oder die bislang noch nicht ausreichend gewürdigt wurde. In beiden Fällen soll der Besucher für die Inhalte begeistert und über sie belehrt werden. Der Kontext und die

Vermittlungsform einer Spezialsammlung oder eines abstrakten Themas sollten so gewählt sein, dass sich auch eine breite Masse der Öffentlichkeit angesprochen fühlt und nicht nur das Fachpublikum erreicht wird.

Die folgende Gliederung skizziert zur Orientierung einen Konzipierungsablauf.

1. Generelles Thema
2. Zielgruppe
3. Ziel der Ausstellung
4. inhaltliche Aspekte
5. Auswahl der zur Erreichung des Ziels am Besten geeigneten Ausstellungsmethode (gegebenenfalls auch mehrere)
6. Formulierung eines Leitfadens inklusive des Inhalts und der Methodik
7. räumliche Möglichkeiten (Größe etc.)
8. Strukturierung der Ausstellung in ca. fünf thematische Einheiten
9. inhaltliche und methodische Planung der verschiedenen Einheiten
10. Planung der Übergänge zwischen den Einheiten
11. Evaluierung des Konzepts aus der Besucherperspektive

Zu Beginn der **Planung** steht das vage Thema (Objekt- oder Themenbezogen).³⁵⁷ Eine zweite wichtige Voraussetzung der Planungsphase ist die Eingrenzung der Zielgruppe, denn nicht jede Vermittlungsmethode spricht jede Alters- und Bildungsgruppe an. In den meisten Museen wird aufgrund der Definition als Volksbildungsstätte eine relativ breite Zielgruppe formuliert, z.B. gemischtes Alter von Jung bis Alt. Auch wenn in der Planung ein niedriger Bildungsdurchschnitt angenommen wird, weicht die Umsetzung oft unabsichtlich davon ab. Dies liegt nicht zuletzt an dem sehr hohen Bildungsstandard der Planer selbst, die in Beschreibungstexten von einem akademischen Niveau auf ein „gefühltes Gymnasial-Niveau“ sinken, aber nur schwer das Sprachempfinden von Haupt- und Realschülern treffen, weil sie damit kaum bis gar nicht vertraut sind. Wenn dies erreicht werden soll, ist es ratsam auf jedes Fremdwort, aber auch andere komplexe Termini und Formulierungen zu verzichten, denn nur 38% der Deutschen lesen häufig ein Buch.

357 Als Vergleich der Vorgehensweise in der Ausstellungskonzipierung siehe: Scrive, Martin „Zur Konzeption wissenschaftlicher Ausstellungen“ in: Schwarz, Ulrich; Teufel, Philipp (Hrsg.). *Handbuch Museografie und Ausstellungsgestaltung*. Ludwigsburg 2001, S.146-165.

Der Rest ist somit nur bedingt an allgemeine, vor Allem aber theoretische Texte gewöhnt und sogar jedem vierten Bürger fällt das Lesen generell sehr schwer.³⁵⁸

In einem dritten Schritt wird das Ziel der Ausstellung formuliert. Die Zielausrichtung kann zu diesem Zeitpunkt noch relativ kurz und vage definiert sein, denn nachdem die inhaltlichen Aspekte im nächsten Schritt etwas näher umrissen wurden, kann in Form eines Leitfadens die Zielsetzung genauer beschrieben werden. Ein solcher Leitfaden bietet der weiteren Planung einen festen Rahmen, an dem die zur Verfügung stehenden Elemente abgeglichen und auf ihre Eignung überprüft werden können. An dieser Zielsetzung kann bei späteren Evaluationen und anderen Besucherreaktionen der Erfolg einer Ausstellung getestet werden. Für die Ausstellung eines kleinen Heimatmuseums zum Thema landwirtschaftliche Entwicklungen der letzten 100 Jahre kann der Leitfaden wie folgt lauten: „Die Ausstellung *Huhn, Schwein, Rind - Leben auf dem Bauernhof in den letzten 100 Jahren* hat zum Ziel die Bevölkerung des Dorfes XY und der näheren Umgebung über die Besonderheiten der landwirtschaftlichen Entwicklung der letzten 100 Jahre zu informieren und durch eine sehr praktische und facettenreiche Präsentation das nachhaltige Interesse für unsere Museumsarbeit und das ländliche Leben und Arbeiten zu wecken.“

Für Punkt Nr. 4, die inhaltlichen Aspekte, sollten bereits im Vorfeld Nachforschungen zum Thema betrieben worden sein, deren essentielle Aspekte aufgelistet, nach Umsetzbarkeit überprüft und eventuell zusammengefasst werden. Bereits während der Sammlung aller wichtigen Einzelthemen zeichnen sich methodische Tendenzen ab, die sich in einer Evaluation der möglichen Ausstellungsmethoden bestätigen oder verworfen werden. Es verändert ein Thema deutlich, ob man beispielsweise das Alltagsleben Anfang des 19. Jahrhunderts szenografisch oder inszenatorisch umsetzt. In einer szenografischen Ausstellung würde weniger auf den praktischen Bezug der Alltagsarbeiten als vielleicht auf ihre Auswirkungen auf den Menschen und dessen Lebensperspektive eingegangen. Abstrakte Themenkomplexe wie Recht und Ordnung lassen sich wiederum schwieriger durch eine Inszenierung darstellen. So ergibt sich aus dem Thema und

358 Siehe Ergebnisse der Studie „Lesen in Deutschland 2008“:
<http://www.stiftunglesen.de/default.aspx?pg=eea4349c-bbd2-4fa3-82a1-a30d7bbaf481>,
06.01.2009.

der Intention der Ausstellungsgestalter eine methodische Richtung, die in einer Ausstellung auch als Kombination mehrerer Methoden umgesetzt werden kann. Ein logischer Aufbau bzw. eine klare Vermittlung der Gestalterintentionen bei geringerer Lesbarkeit der Struktur ist wünschenswert. Eine Orientierungslosigkeit und Verwirrung bezüglich des Ausstellungsaufbaus irritiert den Besucher und ist selten geplant.

Die Größe und Form eines Ausstellungsraumes ist keine Priorität in der Planungsphase und braucht daher erst als Punkt Nr. 7 einbezogen werden, da es vorher nur bedingt um die tatsächliche Umsetzung des Themas geht. Nahezu jedes Thema kann in einem beliebigen Raum mit eventuellen Adaptionen dargestellt werden, jedoch sind die Maße und etwaige Einschränkungen wie Säulen, Zugänge, Notausgänge, Fahrstühle, Stufen etc. für die weitere Strukturierung mit einzubeziehen, um eine passende Ausstellung zu erarbeiten. Falls kein Grundriss des Raums vorhanden ist, kann es sich als hilfreich erweisen einen groben, wenn auch maßstabsgetreuen Plan anzufertigen.

Eine Ausstellung kann thematisch in getrennte Bereiche strukturiert oder als ganzheitliche Darstellung mit mehreren Themensträngen aufgebaut sein, die mit besonderer Kennzeichnung immer wieder vorkommen. Falls Ersteres der Fall sein soll, wird der verfügbare Raum im nächsten Schritt in drei bis fünf thematische Komplexe gegliedert. Die Anzahl ergibt sich aus den darzustellenden wichtigen Teilaspekten des Themas. Das menschliche Gehirn ist in der Lage, in kurzer Abfolge bis zu fünf verschiedene Sinneinheiten aufzunehmen und später wiederzugeben. Ein Besucher sollte die Möglichkeit erhalten sich in der Ausstellung einfach zurechtzufinden und aus der Erinnerung die Ausstellung zu rekapitulieren. Wenig Sinn macht es eine gute Ausstellung mit vielen verschiedenen Aspekten aufzubauen, von denen der Besucher nur eine geringe Anzahl im Gedächtnis behält, denn die Aussage „Es war eine tolle Ausstellung. Ich erinnere mich an A, B und C. Die Ausstellung war noch wesentlich größer, aber den Rest weiß ich nicht mehr“ ist wenig hilfreich für eine positive Mundpropaganda. Für die Inkludierung von weiteren Teilaspekten können diese in Kategorien zusammengefasst dargestellt werden. Eine Ausstellung zum Thema Landwirtschaft, um das obige Beispiel aufzugreifen, mag diesem Prinzip entsprechend fünf Kategorien enthalten, die wiederum bis zu fünf

Unterkategorien umfassen können. Der Besucher merkt sich vor allem drei Dinge: Elemente, die ihn emotional angesprochen haben, die er bereits kannte und deren logischen Aufbau er verstanden hat.

In dem Prozess der detaillierten inhaltlichen Planung darf man sich von der eigenen Kreativität und guten Umsetzungen anderer Museen inspirieren lassen, sollte das Thema jedoch stets durch die Besucheraugen betrachten. Hilfreiche Fragen hierbei sind: Was soll das Thema dem Besucher XY sagen? Welchen Bezug hat er in der heutigen Zeit dazu? Wofür interessiert sich der Besucher XY und gibt es Schnittpunkte zum Ausstellungsthema? Wie lässt sich das Thema diesem Besucher am interessantesten präsentieren? Welche Fragen hat der Besucher an das Thema und das Museum?

Eine gute Methode zum Entwerfen der Ausstellung ist zuerst die eigenen Assoziationen und Vorstellungen des Themas zu skizzieren und sie dann auf Umsetzbarkeit und Eignung für den Besucher zu prüfen. Für die Vermittlung steht die Bandbreite von einzelnen Exponaten oder ganzen Inszenierungen, diversen Medien, Texten und personellen Geschichtsdarstellungen zur Verfügung. Eine personalisierte Ausstellung, was u.a. einen Roten Faden durch die Ausstellung anhand von fiktiven oder historischen Figuren bedeutet, lässt sich wie die Handlung einer Geschichte entwerfen. Für die Protagonisten sollte ein historisch korrekter Hintergrund und für die Handlung ein Ablauf von Ereignissen entwickelt werden, der entweder historisch nachweisbar ist oder sich zumindest stark der historischen Wirklichkeit annähert. In diesem Zusammenhang sollte nicht auf offensichtliche Stereotypen wie z.B. den geldgierigen Adligen, den dummen Bauern oder das laute Marktweib zurückgegriffen werden, um die historische Glaubwürdigkeit nicht zu untergraben. Besonders für komplexere Themen ist es von Vorteil die Charaktere vielschichtiger aufzubauen, um es dem Besucher zu vereinfachen, sich grundsätzlich mit der historischen Figur auseinanderzusetzen bzw. sich mit ihr zu identifizieren.

Nachdem die einzelnen Bereiche der Ausstellung entworfen sind, können die Übergänge auf ihre Stimmigkeit überprüft werden. Es bedarf einer Abstimmung, ob die Elemente in einander übergehen sollen oder ob es zu merklichen Brüchen kommen darf. Soweit das Ziel der Ausstellung darin besteht eine Anzahl von

unterschiedlichen Facetten vorzustellen, sind Brüche (auch optisch erkennbar) funktionell, während für den Beweis einer inhaltlichen Verbindung von mehreren Aspekten dies in der Ausstellung ablesbar sein sollte. Eine Möglichkeit hierfür ist das Ansprechen eines Aspekts, der in einem anderen Element näher beleuchtet wird. Auf diese Weise wird der Besucher unsichtbar durch die Ausstellung geführt und folgt einem ausgeklügelten System von Hinweisen wie einem Drehbuch. Soll dem Besucher die freie Wegwahl zwischen den Elementen überlassen werden, bilden die einzelnen thematischen Kategorien von einander abgekoppelte Themeninseln, die in beliebiger Reihenfolge wahrgenommen werden können. Besucherfreundlich ist es diesem vor Betreten der Ausstellung mitzuteilen, ob es eine empfohlene Wegfolge gibt oder ob er sich selbst orientieren soll. Die meisten Besucher haben grundsätzlich die Intention sich korrekt zu verhalten, was hier eine Anpassung an die Vorgabe bedeutet und sind dankbar für Hilfestellungen.

Vor dem Beginn der Umsetzung des fertigen Ausstellungskonzepts sollte dieses erneut mit der Besucherperspektive überprüft werden. In manchen Fällen lohnt es sich sogar eine kleine Auswahl der eigenen Besucher nach ihrer Meinung zu fragen und erspart einen etwaigen Misserfolg durch Struktur- oder Einschätzungsfehler. In der Fachliteratur ist bereits häufig darauf hingewiesen worden, daher an dieser Stelle nur eine kurze Erwähnung: Besucher sollten als Gäste oder Kunden betrachtet werden und haben meist eine ausgeprägte Meinung zu den Ausstellungen, die es zu berücksichtigen gilt. Ausstellungen, egal ob Dauer- oder Sonderausstellungen, sind keine unveränderbaren Einheiten, denn Nachbesserungen sind vergleichbar einfach, wenn es darum geht Irritationen zu vermeiden und so schlechte Mundpropaganda zu verhindern.

Ob durch potentielle Besucher oder Ausstellungskuratoren sollten folgende Aspekte in einer Vorabevaluation des Konzepts überprüft werden. Die einzunehmende Außenperspektive ist ausgesprochen wichtig, um zwischen der Intention und den tatsächlichen Effekten unterscheiden zu können.

- Welche Sinne werden in der Ausstellung angesprochen und wie ist die Verteilung und Abwechslung auf dem Rundgang?

- Werden Emotionen einbezogen? Welches sind die entsprechenden Elemente und welche Emotionen werden voraussichtlich angeregt?
- Welche Lerneinheiten werden wann und in welcher Reihenfolge vermittelt?
- Ist die inhaltliche Struktur für den Besucher nachvollziehbar? Hält sich die Anzahl der präsentierten Teilthemen und Elemente die Waage, so dass der Besucher nicht überfordert wird, sich jedoch ein weiterer Besuch lohnt?
- Wie sieht der Spannungsbogen für den Ausstellungsrundgang aus? Gibt es Entspannungsphasen und bewusst gesetzte Höhepunkte?
- Sind ausreichend Sitzgelegenheiten zur längeren Beschäftigung mit bestimmten Medien und Objekten eingeplant?
- Ist mit der Ausstellung das im Vorfeld formulierte Ziel erreichbar?
- Eignet sich die Ausstellung für alle geplanten Zielgruppen?
- Hat der Besucher eine Möglichkeit zur aktiven Reflektion, sprich: kann er durch konkrete Anreize über Ausstellungselemente nachdenken bzw. Fragen oder Thesen kommentieren?
- Gibt es interaktive oder partizipative Elemente?

Die aufgezählten Aspekte beschränken sich offenkundig auf eine effektive Vermittlung der intendierten Ausstellungsinhalte und sind durch Planungsdetails wie der Beleuchtung etc. zu ergänzen. Vor der Eröffnung einer Ausstellung bleibt noch Zeit Änderungen vorzunehmen, was später nur selten passiert.

6.2 Kritische Bewertung der vorgestellten Ausstellungsmethoden

In Kapitel 2 wurden die großen Entwicklungsschritte von Ausstellungsmethoden der vergangenen gut 40 Jahre vorgestellt und erläutert. Im Folgenden sollen diese Methoden unter den in Kapitel 3 „Die Besucher“ und 4 „Wahrnehmung und Emotionen für eine nachhaltige Vermittlung in Museen“ gewonnenen Erkenntnissen reflektiert werden. Zu beleuchtende Aspekte sind u.a. die Ausstellungstexte, Möglichkeiten der multisensualen Wahrnehmung, die Einbeziehung von Emotionen, der Erlebniswert und eine etwaige Verunsicherung des Besuchers.

Eine markante Ausstellungsform vor der musealen Zäsur 1974 war die **Großausstellung** zu politisch unstrittigen Themen, die besonders während der 1950er und 1960er Jahre mit der Funktion eine Rückbesinnung auf eine „neue alte“ Identität in Mittelalter oder lokalpatriotischen Themen zu finden war. In diesen Ausstellungen stand das Exponat im Vordergrund und wurde nur marginal durch schriftliche Erläuterungen begleitet. Den Objekten selbst wurde eine Aura zugeschrieben, die durch die unterstreichende Präsentation die Besucher beeindruckte. Mit Bezug auf die vorgestellten Prinzipien nachhaltiger Vermittlung ist der Lerneffekt dieser Ausstellungen jedoch zu bezweifeln. Durch die Fokussierung auf einzelne Exponate und die fehlende Kontextualisierung ist davon auszugehen, dass allein vorgebildete Menschen ihre Wissensstrukturen bestätigen oder erweitern konnten und Personen ohne Vorbildung nur schwerlich einen Zugang zur historischen Materie erhielten, der über ein ehrfürchtiges Staunen hinaus ging und eine dauerhafte Erinnerung kreierte. Die Wahrnehmungsmöglichkeiten dieser Ausstellungen beschränkten sich auf die Augen. Eine Einbindung der Emotionen und ein Erlebniswert ist zweifelhaft. Die begrenzte Textmenge darf mit Hinweis auf die Umfrageergebnisse in 3.3.2 und 3.3.3 als förderlich betrachtet werden. Eine sinnvolle Strukturierung des Inhalts wäre im Einzelfall zu hoffen, lässt sich jedoch pauschal nicht beantworten. Eine Verunsicherung der weniger museumsaffinen Besucher ist anzunehmen, da die Ausstellung vorrangig eine eindrucksvolle Präsentation des Themas anstrebte und den Besucher nicht als Individuum, sondern Teil eines großen Publikums wahrnahm.

Einen anderen Ansatz verfolgte die **Ausstellungsdidaktisierung** der 1970er Jahre in Form einer großen Textmenge und wenigen, ausgewählten Objekten als

Ergänzung der Schriftquellen. Mit Hilfe von Erläuterungen sollte jeder Besucher in die Lage versetzt werden das Thema zu erfassen und zu verstehen. Die maximale Wissensvermittlung durch Texte auf Stellwänden unter der Devise „Kultur für Alle“ ist mit einem geringen Erlebniswert verbunden. Die Emotionen des Besuchers konnten durch entsprechend formulierte Texte involviert werden, jedoch galt dies nur für einen Bruchteil der Erläuterungen, da in Übereinstimmung mit dem Ziel der maximalen Wissenserweiterung eher auf neutrale, wissenschaftlich-distanzierte Texte ohne eine etwaige Suggestivwirkung gesetzt wurde. Die geringen Möglichkeiten zu Sinneswahrnehmungen und die Ähnlichkeit dieser Ausstellungen mit einem begehbaren Buch lassen von einem geringen Besucherinteresse ausgehen, da auch heute noch nachweislich nur ein kleiner Teil der Ausstellungstexte gelesen werden und der Besucher beim Lesen schnell ermüdet. Aus diesem Grund werden mittlerweile Beschränkungen für die Länge von Erklärungstexten propagiert. Die Ausstellungsmethode der Didaktisierung richtet sich vornehmlich an den Intellekt des Publikums und baut dadurch Hindernisse auf, obwohl sie *expressis verbis* ein demokratisches Museum für alle Menschen anstrebte.

Wenn nicht ohne jegliche Hindernisse, so doch mit einer Kontextualisierung für gering vorgebildete Besucher wurde die nächste Methode entwickelt. Diesem Anspruch gemäß wurden **Teilinszenierungen** mit und ohne Großfotos im Hintergrund gestaltet. Die Textreduzierung und die Inszenierung der Exponate in einer räumlichen Kulisse ermöglichten dem Besucher einen Erkenntnisgewinn nicht nur über das Lesen, sondern ebenfalls durch Betrachten einer umfassenderen Präsentation. In einer mehrschichtigen Vermittlung wurde das Thema emotional und verständlich erschlossen. Der Erlebniswert stieg sich, wenngleich nach wie vor hauptsächlich die Augen angesprochen wurden. Eine komplexere Präsentation mittels Inszenierungen erhöhte neben dem visuellen Vergnügen die Verweildauer in der Ausstellung im Vergleich zu singulären Objekten, da der Besucher einen inszenierten Bereich mit den Augen abtasten muss, um alle Einzelheiten zu erfassen. Des Weiteren ergaben sich Funktionen und Sinnzusammenhänge durch die Präsentation eines Gegenstandes in seinem ursprünglichen Kontext. Mit und ohne Großfoto als Ergänzung der Darstellung im Hintergrund bietet diese

Ausstellungsmethode gemäß der Besucherpriorität auf „Spektakuläres sehen“ (siehe Umfrageergebnisse unter 3.3.2 und 3.3.3) mehr Schaulust und vermittelt gleichzeitig Informationen.

In **Vollinszenierungen** ganzer Räume wurde diese Ausstellungsmethode weiterentwickelt und birgt für den Besucher einen intensiveren Einblick in das Thema z.B. einer Werkstatt oder eines Wohnraums. Eine Vollinszenierung gleicht die u.U. geringe Vorbildung des Besuchers aus, weil sie ihm die Einordnung der Exponate in den Kontext abnimmt und Wissenslücken ergänzt. Die Inszenierung eines Wohnraums ist für den Besucher aufgrund von Parallelen oder expliziten Unterschieden zu seiner eigenen Umwelt effektiver als eine Erläuterung über Wohnraumeinrichtungen in einer bestimmten Epoche, denn ein Text kann nur schwerlich ein vergleichbar ganzheitliches Bild kreieren. Lücken in den musealen Sammlungen oder dem Forschungsstand können in der Ausstellung sinngemäß ergänzt werden, wohingegen der durchschnittliche Besucher mit einer eigenen Einschätzung überfordert wäre, verschiedene Forschungsmeinungen z.B. zum etwaigen Gebrauch eines Mobiliars in den 1820er Jahren auszuwerten. Dem Besucher wird eine Vereinfachung der Historie präsentiert und abgesehen vom Fachpublikum ist eine solche Aufbereitung zielführend, da das Gehirn vor der Detailverarbeitung ein Schema braucht, in das Einzelheiten eingefügt werden können.

Einziges Manko einer Vollinszenierung ist die Beschränkung auf den visuellen Sinn. Ohne Audio-Reize bleibt die Inszenierung eine artifizielle Kulisse und wirkt unrealistisch und leblos. Das Fehlen von Geräuschen im Museum wurde in der durchgeführten Umfrage an mehreren Punkten hervorgehoben. Eine Inszenierung hat die Funktion einen historischen Zusammenhang von Objekten im Raum zu zeigen. Das Gehirn des Besuchers verarbeitet die angebotenen Informationen auf die Frage hin, ob es sich um eine realistische Darstellung handelt und findet „Fehler“. Die meisten Besucher sind nicht in der Lage zu überprüfen, ob die Darstellung mit den historischen Quellen übereinstimmt, nichtsdestotrotz bemerkt der Betrachter die fehlenden Elemente wie handelnde Personen, Schmutz, Tiere und Geräusche. Ohne diese Einzelheiten wirkt die Inszenierung nur als „verwaister Überrest“ und hinterlässt beim Besucher viele Fragen. Anders würde das neuropsychologische Urteil

ausfallen, wenn der Betrachter über Augen, Ohren und vielleicht sogar Nase ähnliche Informationen erhält, denn diese einprägsame Erfahrung ließe sich nur durch eine Anwesenheit vor Ort steigern und intensiver als Gedächtnisengramm speichern.

Emotionen spielen in diesem Zusammenhang eine Rolle soweit die Inszenierung „menschliche Spuren“ oder irritierende Elemente einschließt. Irritationen können beim Besucher durch überraschende Zusammenhänge und Erkenntnisse hervorgerufen werden, die sich wiederum ins Gedächtnis einprägen. Eine Inszenierung lässt sich „neutral“, d.h. ohne offensichtliche „Gebrauchsspuren“ einrichten, die Hinweise auf eine Benutzung oder den Benutzer geben. „Menschliche Spuren“ können z.B. Unordnung in einer Werkzeugkiste, scheinbar kürzlich benutztes Geschirr, zurückgelassene Kleidungsstücke, handschriftliche Notizen oder Gebrauchsspuren an Möbeln etc. sein und vermitteln ein ganzheitliches Bild. Gesetzt den Fall dem Museum sind die Vorbesitzer eines Einzelobjekts oder Konvoluts bekannt, kann es sich für die Vermittlung als sinnvoll erweisen, diese innerhalb der Ausstellung vorzustellen und eine Anekdote o.ä. als Bezug zum Objekt darzulegen.

Eine **begehbare Inszenierung** ergänzt die oben beschriebenen Formen durch die Möglichkeit in den Raum der Inszenierung hineinzugehen und gegebenenfalls Objekte wie z.B. Möbel anzufassen und zu benutzen. Mit dieser Erweiterung der Sinneswahrnehmungen kann die Erfassung des Raumes nicht nur über den visuellen sondern auch über den haptischen, den olfaktorischen und den Audio-Sinn erfolgen. Die Benutzung einer Sitzgelegenheit gibt nicht nur Aufschluss zu der Frage welche Möbel vorhanden waren, sondern auch wie sich der Sitzkomfort gestaltete. In den Gegenüberstellungen der Umfrage „Alle Objekte anfassen / Originale von früher“ und „Hören, Sehen, Fühlen / Details zu Gegenständen“ wird zweierlei deutlich. Auf der einen Seite hat das Erlebnis und die multisensuale Erfahrung klare Priorität in den Augen des Besuchers und auf der anderen Seite werden Originale auch mit der gebotenen Vorsicht im Umgang präferiert. In der Umsetzung bedeutet dies, der Besucher wünscht sich einen hohen Erlebniswert und möchte gleichzeitig trotzdem Originalobjekte betrachten. Eine Ausstellung als Präsentation von Objekten ohne Inszenierung bzw. Optionen zur Interaktion als das eine Extrem ist ebenso

uninteressant wie eine künstliche Erlebniswelt auf der anderen Seite. Die besondere Herausforderung bleibt also eine Erlebnisausstellung mit Substanz zu gestalten.

Eine Ausstellungsmethode mit wiederum anderen Ansätzen ist die **Szenografie**, die vermehrt im vergangenen Jahrzehnt realisiert wurde. In diesem Format geht es um die künstlerische Umsetzung teils abstrakter Inhalte. Jede historische Darstellung, schriftlich, bildlich oder als Ausstellung ist eine Interpretation, dennoch erscheint dieser Prozess in der Szenografie durch die künstlerischen Aspekte besonders prägnant. Historische Inhalte werden in der Vorbereitung aufgebrochen und mit unterschiedlicher Gewichtung dargestellt. Eine Ausstellung hat die Funktion den Besucher mit einer neuen Perspektive an den Inhalt heranzuführen und ihn durch ungewöhnliche Umsetzung zum Nachdenken anzuregen. Für den Betrachter ist der Dekodierungsprozess nicht in allen Fällen einfach und es kann wiederholt zu Missverständnissen kommen, weil die Ausstellungsarchitektur zuweilen mehr Aufschluss zur Kreativität des Gestalters als zum Inhalt gibt. Unter neuropsychologischen Aspekten kann eine Irritation des Besuchers mit dem Ziel ihn zum Nachdenken anzuregen durchaus begrüßt werden. Einzige Voraussetzung für den Erfolg des Lernprozesses ist eine Zugänglichkeit des Ausstellungsinhalts durch den Besucher. Es muss ein Minimum der Fragestellung vermittelt werden, um den Betrachter zu bewegen sich intensiver mit der Materie auseinanderzusetzen. Wenn dies gelingt, kann der Erlebniswert einer solchen Ausstellung hoch sein und ebenso die Intensität der geschaffenen Erinnerungen. Interaktive Elemente wie Computerterminals oder „Hands-on“-Stationen unterstützen eine intensive Beschäftigung mit dem Ausstellungsthema, vorausgesetzt sie sind thematisch sinnvoll und zielführend. Eine scheinbar unlogische Ergänzung durch Interaktionsmöglichkeiten bleibt dem Besucher als Solches in Erinnerung, jedoch bemerkt er bewusst oder unbewusst einen fehlenden Sinnzusammenhang.

Szenografische Ausstellungen integrieren in einigen Fällen Audio-Bespielungen, so dass eine Verunsicherung des Besuchers durch eine fehlende Geräuschkulisse nicht eintritt. Die emotionale Einbindung hängt jedoch von den umgesetzten Elementen und dem Kommunikationsgrad der Ausstellungsarchitektur ab. Es gibt Ausstellungen in denen der Inhalt wissenschaftlich-distanziert dargestellt wird. In Anderen wird der Besucher mit seinen eigenen Fragen z.B. im

Zusammenhang mit menschlicher Schönheit (Deutsches Hygiene-Museum Dresden) konfrontiert und kann eine emotionale Auseinandersetzung mit dem Thema nicht verhindern. Die Textmenge wird gemäß zuvor beschriebener Erkenntnisse begrenzt. Die Ausrichtung der Ausstellungen zielt u.a. auf eine multisensuale Wahrnehmung ab. Unter Berücksichtigung der Umfrageergebnisse kann festgehalten werden, dass Besucher szenografische Ausstellungen grundsätzlich interessant finden, da diese Methode ein ausgeprägtes Potential für spektakuläre und ungewöhnliche Umsetzungen birgt. Der Ausstellungsbesuch kann selbst als Ereignis inszeniert werden, so dass er in Verbindung mit einem entsprechenden Marketing im Vorfeld prestigeträchtig wirkt. Die extraordinäre Ausstellungsarchitektur senkt Barrieren wenig museumsaffiner Besucher und kann dadurch helfen allgemeine Vorbehalte gegenüber Museen abzubauen. Einzige Herausforderung bleibt die Auseinandersetzung des Ausstellungsnutzers mit dem Inhalt, die nur bei erfolgreicher Kommunikation zwischen Architektur und Besucher gelingt. Ohne dies hat der Betrachter ein angenehmes Besucherlebnis mit Schau- und Interaktionselementen wird jedoch nicht weiter zu einer Beschäftigung mit etwaigen Thesen der Ausstellung angeregt.

Eine ähnliche Problematik zeigt sich in der aktuellen „Standard“-Ausstellungsmethode, der **„Ästhetisierung“**. Diese international angewandte Format verbindet eine farbliche Gestaltung, gewisse Variationen von Holzpodesten (auch als Raumtrennungen), Vitrinen und uniforme Ausstellungstexte. Beeinflusst durch gegenseitige Besuche, aber auch eine im Museumswesen befürwortete Standardisierung führt zu einer auffallenden Ähnlichkeit aktueller Ausstellungen im internationalen Vergleich. Die „Ästhetisierung“ hat aus Besuchersicht Vorteile wie eine besucherorientierte Gestaltung der Beschilderung, strukturierte Rundgänge und eine einheitliche Raumgestaltung. Auf der anderen Seite wirkt die Ausstellung insbesondere durch die „schöne“ und uniforme Gestaltung auf das wenig museumsaffine Publikum einschüchternd, da sie sich als Fremdkörper fühlen und bemüht sind sich dem Verhaltenskanon anzupassen. Inhaltliche Zugänge können hier mittels konkreter Bezüge zwischen dem Thema und der Erfahrungswelt der Besucher geschaffen werden. Um prägnante Erinnerungen zu kreieren, sollten einzelne Elemente herausstechen. Interaktive Medien oder zu Handlungen

einladende Stationen bieten sich an, jedoch bedarf es überraschender Elemente, um die Erwartungen der Besucher einer informativen Ausstellung zu übertreffen und den Erlebniswert zu erhöhen.

Eine emotionale Einbindung geschieht vor allem über die auch bei Erwachsenen beliebten kindgerechte Elemente, die die übliche Herangehensweise aufbrechen und neue Perspektiven eröffnen. In einigen Fällen wird der Besucher bereits in einer personalisierten Ausstellung mittels einer Leitfigur geführt, wodurch eine Teilhabe an den Emotionen des Protagonisten ermöglicht wird. Dem Prinzip entsprechend „Menschen interessieren sich für Menschen“ wird diese Methode positiv aufgenommen, denn ein häufiges Hindernis von Museumsbesuchen ist die fälschliche Annahme es würden vor Allem Daten und Fakten vermittelt. Je mehr der Besucher Gelegenheit bekommt an den Erfahrungen eines Protagonisten zu partizipieren, desto intensiver wird der Erlebniswert.

In vielen „ästhetischen“ Ausstellungen ist die multisensuale Wahrnehmung wiederum begrenzt. Ein Großteil der Elemente spricht die Augen an, vereinzelt gibt es Hörstationen, Fühlkästen oder herausziehbare Schubladen für weitere Informationen oder Objekte. Von einer effektiven multisensual-basierten Vermittlung kann also nicht die Rede sein. Der Besucher lernt auch hier nur proportional zu seiner Motivation sich kognitiv mit den Texten und Objekten auseinanderzusetzen. Das Besucherbedürfnis nach Erlebnis und der Anspruch mehr über das „Wie“ eines Zeitschnitts zu erfahren, wird nur selten befriedigt, während die Ausstellungen durchaus originale Objekte bieten und so diejenigen Besucher ansprechen, die historisch Substantielles suchen und etwas lernen möchten.

Das **Beispielkonzept 1 „Mami, wo ist unser Haus geblieben? - Hannover in der Nachkriegszeit“** ist in vier zeitliche und inhaltliche Kapitel gegliedert und mit Ergänzung durch einen fünften Bereich zur Rekapitulation und Intensivierung der Vermittlungseinheiten. Der Besucher wird mittels eines fiktiven Handlungsablaufes und den Protagonisten durch die Ausstellung geleitet und abgesehen vom Geschmackssinn in allen Sinnen (Augen, Ohren, Nase und Hände) angesprochen. Der Rundgang enthält in jedem zweiten Raum (B, D, F, H) interaktive Elemente und in den übrigen Arealen werden vorrangig Informationen für Augen und Ohren angeboten, so dass sich sinnliche und emotionale Höhepunkte mit

Entspannungsphasen abwechseln und Möglichkeiten für eine vermehrt kognitive Auseinandersetzung offerieren. Die Emotionen des Besuchers werden durch die Erlebnisse der Protagonisten und die multisensuale Vermittlung angeregt. Besonders die Einbeziehung von olfaktorischen Reizen wecken emotionale Assoziationen und demnach werden Bezüge zwischen den Geschehnissen der fiktiven Handlung und den Lebenserfahrungen der Besucher hergestellt.

In seiner derzeitigen Form enthält das Ausstellungskonzept keine besonderen Elemente wie z.B. Lernstationen für Kinder. Es ist anzunehmen, dass sich jüngere Besucher bis zu einem Alter von ca. 12 Jahren mit den beiden Protagonisten Heinchen und Sophie identifizieren und darüber einen eigenen Zugang zum Ausstellungsinhalt erhalten. Jugendliche werden sich eher in den jungen Eltern der fiktiven Handlung wiedererkennen. Der Zielgruppendefinition entsprechend vermittelt die Ausstellung über das Hörspiel und die Vertiefungsstationen Wissenseinheiten, die kaum eine Vorbildung erfordern. Der multisensuale Schwerpunkt der Ausstellung wird u.U. Besucher mit einer Vorliebe für kognitives Lernen sowie ein Fachpublikum unterfordern. Alternativ ist der Erlebniswert wiederum durch die Kombination von Hörspiel, Sinneseindrücken und dem ansatzweisen Nacherleben der Handlung in den einzelnen Kulissen sehr hoch.

Eine Verunsicherung des Besuchers durch eine zu leise Geräuschkulisse ist nicht zu erwarten, jedoch kann davon ausgegangen werden, dass Besucher vor Betreten des Ausstellungsraumes auf die veränderten musealen Verhaltensregeln hingewiesen werden müssen. In den verschiedenen Räume ist das Berühren und Ausprobieren der Gegenstände erlaubt und wird sogar gewünscht. Objekte, die nicht deplatziert werden sollen, sind entweder durch Befestigungen vor Bewegungen geschützt oder werden separat in Vitrinen und auf Podesten präsentiert wie im letzten Raum der Ausstellung. Die Ausstellung eignet sich ohne Veränderungen nicht als Dauerausstellungen, weil sie zu wenig Variationen für wiederholte Besuche bietet. Falls sie in eine Dauerausstellung integriert werden sollte, wären mehrere Handlungsstränge erforderlich, die nicht durch ein Dolby-Surround-System sondern durch funkgesteuerte Kopfhörer vermittelt werden können, so dass Besucher zwar den gleichen Rundgang ablaufen jedoch unterschiedlichen Handlungen folgen.

Das **Beispielkonzept 2 „Noch'n Bier – Maschinen, Arbeit und Bier in Hannover“** legt einen anderen Schwerpunkt, in dem es keine technischen Lösungen nutzt, sondern auf die personelle Geschichtsdarstellung setzt. Die räumliche Struktur eines zentralen Platzes und 4 separaten Gebäuden bietet dem Besucher die freie Gestaltung des Rundgangs, was wiederum eine Orientierungshilfe mittels eines Übersichtsplans empfehlenswert macht. Die inhaltliche Struktur fokussiert sich auf die Themen Wohnen und Arbeiten, jedoch können anhand der kommunikativen Vermittlungsform weitere Aspekte wie Politik etc. thematisiert werden. Die Figuren der drei handelnden Familien ermöglichen eine Personalisierung der Ausstellung und somit eine Vermittlung von menschlichen Aspekten der industriellen Entwicklung im 19. Jahrhundert. Durch die Interaktion mit den Darstellern wird über den Inhalt hinaus eine emotionale Einbindung der Besucher erreicht. Die Schauspieler übernehmen in der Kommunikation mit den Besuchern die Rolle von Museumspädagogen und können gezielt auf Fragen und Kommentare reagieren. Obwohl das Ausstellungskonzept an sich wenig Elemente explizit für Kinder und Jugendliche enthält, bietet die personelle Vermittlung den Rahmen für einen zielgruppenspezifischen Umgang.

Die Sinne der Besucher werden in der Ausstellung vielschichtig angesprochen. Inhaltliche Aspekte können gesehen, gehört, ertastet, gerochen und geschmeckt werden. Der Erlebniswert für den Einzelbesucher steigert sich mit der jeweiligen Bereitschaft zur Kommunikation und zum Experimentieren. Ein Schwachpunkt der Ausstellungsmethode ist der Faktor Mensch, da das Konzept zu ca. 50% auf der Vermittlung durch die Darsteller beruht. Vorbeugend können die Schauspieler ausgiebig geschult und während der Ausstellungszeit eng betreut werden, um die Kommunikation von Falschinformationen zu vermeiden. Eine gewisse Verunsicherung des Besuchers mag in der Interaktion mit den Handlungsfiguren auftreten, da sich viele Besucher erst an diese Vermittlungsmethode gewöhnen müssen. Ein behutsamer Umgang mit den jeweiligen Bedürfnissen des Besuchers fördert deren Entspannung und es ist davon auszugehen, dass ein Großteil der Besucher die Möglichkeiten zu Interaktion und multisensualen Erfahrungen der Ausstellung durchaus begrüßen und sich auf diese Weise neues Publikum gewinnen lässt.

Die vorgestellten und evaluierten Ausstellungsmethoden sind heute in Museen zu finden, aufgrund von zeitlichen Variationen der Abteilungsgestaltungen teilweise sogar in Kombination. Jeder Stil ist prinzipiell geeignet Informationen zu vermitteln und einen Teil der potentiellen Besucher zu unterhalten. Ergänzungen zur Abrundung der Vermittlungsstrategie bieten neuere Elemente wie technische Lösungen oder die Integration von personellen Geschichtsdarstellungen unter der Prämisse eines Sinnzusammenhangs mit dem Thema, um den Eindruck einer scheinbar willkürlichen Addition für eine Effekthascherei zu vermeiden.

6.3 Fazit und Ausblick

Ziel der vorliegenden Dissertation war es herauszufinden wie eine nachhaltige Vermittlung von Inhalten in Ausstellungen auch an ein weniger museumsaffines Publikum erreicht werden kann. Zu diesem Zweck wurde die bisherige Entwicklung der Ausstellungsmethodik betrachtet. In der beschriebenen Zeitspanne der vergangenen 40 Jahren lassen sich unterschiedliche Ansätze der Vermittlung und Geschichtswissenschaft verzeichnen. Einer Phase der ausgeprägten didaktischen Aufbereitung von Inhalten in den 1970ern, folgte eine Zeit der inszenatorischen Kontextualisierung in den 1980ern. In den 1990ern wiederum entwickelten sich drei verschiedene Ausstellungsstile: 1. die Ästhetisierung, 2. die Szenografie und 3. die Komplettszenierung von begehbaren Räumen. Aufgrund der Langlebigkeit der meisten Ausstellungsgestaltungen lassen sich nach wie vor Beispiele der genannten Methoden in deutschen Museen finden, je nach dem in welcher Zeit sie konzipiert wurden.

Wie in der Einleitung beschrieben ist eine qualitative Analyse von Ausstellungen nur anhand im Vorfeld definierter Parameter möglich. Welches sind Kriterien einer „guten Ausstellung“ im Sinne einer nachhaltigen Vermittlung? Das Wort „gut“ beinhaltet eine Wertung und ist daher der relative Ausdruck einer subjektiven Empfindung. Trotz dieser emotionalen Konnotation ist es möglich, die Wertigkeit und den Erfolg einer Ausstellung zu messen, in dem man deren Auswirkungen anhand der im Vorfeld formulierten Ziele analysiert. Bislang wird die Definition von zu erreichenden Vorgaben für Ausstellungen noch wenig

vorgenommen, da der Prozess des Qualitätsmanagements und andere Erkenntnisse der *Freien Wirtschaft* im Museumswesen erst langsam Aufmerksamkeit erhalten und die Praktikabilität bzw. Anpassung auf museale Anforderungen erst untersucht werden.

In den Kapiteln 3 und 4 wurden Kriterien einer nachhaltigen Vermittlung vorgestellt. Bei der Eruiierung der Frage „Was wollen/brauchen Besucher in Ausstellungen?“, die in Kapitel 3 erfolgte, stellte sich heraus, dass eine „gute und besucherorientierte“ Ausstellungsstruktur logisch aufgebaut sein sollte, so dass der Besucher sie versteht und sich leicht orientieren kann. Wie bei einem Aufsatz ist die Strukturierung in einen Anfang, einen Mittelteil und einen Abschluss hilfreich. Besonders wenn nicht von Vorkenntnissen der Besucher ausgegangen werden kann, erscheint dies wichtig. Wie die eigene Umfrage (Kap. 3.3) ergab, lassen sich bislang leider noch sehr wenige Menschen als Museumsbesucher bezeichnen, was durch eine gesteigerte Berücksichtigung der Wahrnehmungs- und Erlebnisprozesse während eines Museumsbesuchs geändert werden könnte.

Ein Betrachtung der Wahrnehmungs- und Lernprozesse des Besuchers in Kapitel 4 zeigte die sinnvolle Aufbereitung von Inhalten zum nachhaltigen Lernen und die Vielfalt der wahrnehmbaren Informationen in einer Ausstellung. Ein Besucher nimmt durch seine verschiedenen Sinne nicht nur die intendierten Inhalte wahr, sondern auch die Absichten des Gestalters, die allgemeine Atmosphäre und die Wertigkeit, die dem Besucher selbst beigemessen wird. Für Ausstellungsgestalter ist es wichtig sich dessen bewusst zu sein und dem Besucher multisensuale Elemente anzubieten, um ihm die Aufnahme von Informationen und deren emotionale Verankerung im Gedächtnis zu vereinfachen. Bei allen geistigen und physischen Aktivitäten des Menschen sind Emotionen beteiligt, d.h. auch in der Verarbeitung von Informationen. Alle aufgenommenen Einzelheiten werden während der Wahrnehmung (emotional) bewertet und mit den bisherigen Erfahrungen abgeglichen. Sofern eine Assoziation gefunden wird, folgt eine Verknüpfung der neuen Information mit dem bestehenden Wissensnetz. Falls dies nicht der Fall ist, wird das neue Elemente nicht gespeichert. Für das Lernen der angebotenen Sinneinheit ist es förderlich eine Mehrzahl von inhaltlichen und sinnlichen Anknüpfungspunkten zu bieten. In einem Museum „Erlebnisse“ in Verbindung mit

emotionalen Aspekten oder Aktivitäten zu offerieren, bedeutet also nicht das Museum zu „disneylandisieren“, sondern besucher- und vermittlungsorientiert zu gestalten.

Geschichtsmuseen werden, abgesehen von Schulausflügen, in der Freizeit besucht. Diese Zeit ist sehr wertvoll, nicht zuletzt weil die meisten Menschen arbeiten, um sich nach der Erfüllung der Grundbedürfnisse wie Essen und Wohnen eine angenehme Freizeit zu gestalten, in der sie Spaß und Unterhaltung erleben. In der Ausstellungskonzeption ist darauf zu achten

1. den Besucher durch einen attraktiven, vielleicht sogar provokanten Titel anzulocken, ihm jedoch nicht einen Inhalt bzw. Erlebnischarakter zu suggerieren, den die Ausstellung nicht erfüllt.

2. Die zu vermittelnden Inhalte sollten anhand von unterhaltenden Elementen multisensual präsentiert werden, so dass die notwendige Lernleistung dem Freizeitcharakter des Museumsbesuchs entspricht und auch Menschen mit geringerem Bildungsniveau nicht abschreckt bzw. langweilt.

3. Die Darstellung von Geschichte als der menschlichen Vergangenheit darf durchaus emotional sein, um die Informationsverarbeitung für den Besucher zu erleichtern ohne den wissenschaftlichen Anspruch einzubüßen.

*„Der Charakter des Beschreibens ist bei aller Wissenschaftlichkeit in der Regel narrativ. So ist Geschichte das Konstrukt von Historikern.“*³⁵⁹ Historiker wissen um die Emotionalität der Vergangenheit auch ohne sie besonders zu betonen, jedoch besteht Geschichte für viele Menschen nur aus Daten und Fakten; sowohl im Museum als auch im Schulunterricht. Diesen Erfahrungen kann mittels einer bewusst emotionalen und narrativen Vermittlung von Inhalten entgegengewirkt werden.

Eine Besucherorientierung bedeutet demzufolge ebenfalls auf die Wünsche und Erwartungen des Zielpublikums einzugehen und nicht vorrangig die Themen auszustellen, die eine Aufklärung, Bildung und vielleicht sogar Erziehung der Gesellschaft betreiben, sondern sie zumindest mit Themen zu kombinieren, die weite

359 Wirtz, Rainer „Geschichtssinn im Objekt oder Geschichtsbilder im Sinn?“ in: Landschaftsverband Rheinland – Rheinisches Museumsamt (Hrsg.). *Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone: Drei Jahrzehnte deutsche Museumsentwicklung – Versuch einer Bilanz und Standortbestimmung*. Opladen 1996, S.102.

Teile der Bevölkerung interessieren. Selbiges gilt für die Ausstellungsmethoden z.B. durch interaktive Elemente, die auch mit kleinem Budget finanzierbar sind wie in Kapitel 5.2 erläutert wurde. Je nach Auftrag des Museums und Zielsetzung einzelner Ausstellungen kann den multimedialen Erwartungen der potentiellen Besucher entsprochen werden. Multimediale Lösungen bieten die Möglichkeit Aspekte, die nicht durch Objekte darstellbar sind, zu verdeutlichen und verkörpern für den Besucher in Abwesenheit eines Museumspädagogen einen Interaktionspartner. Es sei erneut darauf hingewiesen, dass der Technikeinsatz keine Patentlösung für erfolgreiche Ausstellungen ist und nur durch Technik keine großen Besucherzahlen forciert werden können.

Die „Geschichte“ ist eine abgeschlossene Vergangenheit und trotz aller Forschung wird es nie möglich sein, sie zu rekonstruieren oder in ihrer Vollständigkeit zu vermitteln. Für den Versuch einer dreidimensionalen Nachvollziehbarkeit ist die personelle Geschichtsdarstellung in all ihren Variationen eine geeignete Option, vorgestellt mit Vor- und Nachteilen in Kapitel 5.1. Neben Objekten als erste Dimension und Texten als zweite Dimension kommt hier die dritte Dimension der Darstellung mittels eines Akteurs hinzu und füllt die bisherigen Lücken der Narration durch den Faktor Mensch. Die personelle Geschichtsdarstellung erreicht so eine Vergleichbarkeit der Ausstellung mit anderen Medien wie z.B. dem historischen Film oder Roman. Für Besucher hat dieser Aspekt bereits eine hohe Attraktivität, nicht weil ein „Spektakel“ inszeniert wird, sondern weil historische Fakten durch die Person des Darstellers eine wirklichkeitsnahe Figur erhalten. Die Dokumentation eines Butterfasses anhand des Originalobjekts und einer textlichen Beschreibung vermittelt nur bedingt die Anstrengung, die mit der Herstellung von Butter verbunden war. Ein Darsteller jedoch, der dem Besucher Dinge erklärt, zeigt und ihn vielleicht sogar selbst probieren lässt, ist wesentlich effektiver und hinterlässt einen nachhaltigeren Eindruck. Die Investition in Rekonstruktionen und das Honorar des Akteurs zahlt sich demnach durch das einprägsame Erlebnis des Besuchers aus, der nicht nur unterhalten wurde, sondern etwas gelernt hat und von seinen Erfahrungen anderen Menschen positiv berichtet.

Der Terminus „Erlebnis“ wird vielfach als Synonym für Spaß und Unterhaltung benutzt, was ihm allerdings nicht gerecht wird.

Im Wort 'Erleben' steckt das Wort 'Leben'. Und gleichgültig, ob das Erlebnis den wichtigen Zielen der sozialen oder politischen Intervention gilt, oder vordergründig bloß der Unterhaltung oder dem Marketing – steht immer die Sehnsucht der Menschen dahinter, näher an das Leben heranzukommen.³⁶⁰

Ein Erlebnis ist eine einschneidende Erfahrung, die sich vom Alltag unterscheidet und entweder Gefühle von Freude/Glück, Spannung/Aufregung oder Trauer/Schmerz verursacht.³⁶¹ In jedem Fall wird ein Erlebnis fest im Gedächtnis verankert. Diese dauerhafte Integration in die neuronalen Strukturen des Gehirns ist das (unausgesprochene) Ziel der meisten Ausstellungen, denn ein Museumsbesuch an den sich der Besucher nicht mehr erinnert, ist bereits eine negative Bewertung des Museums. Wenn nun also der Museumsaufenthalt ein einschneidendes Ereignis darstellen soll, das sich durch seine Besonderheit vom Alltag absetzt, dann wiederum bedeutet eine Erlebnisorientierung keine „Verramschung“ des Museums für ein Erlebnis um jeden Preis, sondern eine Zielorientierung für ein nachhaltiges Lernen.

Im Anschluss an eine Erläuterung der Vorgehensweise einer Ausstellungskonzeption nach Kriterien der Besucherorientierung und nachhaltigen Vermittlung konnten die bisher umgesetzten Ausstellungsmethoden inkl. der eigenen beispielhaften Ausstellungskonzepte evaluiert werden. Hieraus ergab sich ein Stärken- und Schwächen-Profil der einzelnen Methoden, das vor allem eine unterschiedliche Zielgruppeneignung erkennen ließ. Interessierte und vorgebildete Besucher können in den meisten Ausstellungen etwas lernen und fühlen sich unterhalten. Personen mit geringerer Vorbildung benötigen eine intensivere Aufbereitung der Inhalte in narrative, emotionale und multisensuale Einheiten und werden leichter durch ein merklich hohes wissenschaftliches Niveau und einschüchternde Raumsituationen negativ konditioniert. Demnach eignen sich für diese Zielgruppe vermehrt Erlebnisausstellungen mit geringen Hemmschwellen vor und während des Museumsbesuchs.

Ausgehend von der schrittweisen Beantwortung der Eingangsfrage „Wie können Inhalte mittels einer Ausstellung nachhaltig auch an weniger museumsaffines Publikum vermittelt werden?“ und zugleich eine Erfüllung von Qualitätskriterien einer

360 Mikunda, 2005, S. 253.

361 Vgl. Brockhaus Enzyklopädie Online unter: http://shan01.tib.uni-hannover.de/han/Brockhaus/www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php?document_id=0x040ab0d7@be, 23.12.2008.

„guten“ Ausstellung kann festgehalten werden: Qualität lässt sich nicht auf das Endprodukt beschränken, sondern vielmehr bedürfen die Entwicklungsprozesse eines Qualitätsbewusstseins, das sich in der Einbeziehung einer klaren Definition für das Ausstellungsziel, die Zielgruppe und entsprechende Methodik auszeichnet. Die vorliegende Dissertation verfolgte wie eingangs erwähnt nicht das Ziel Patentlösungen zu entwickeln, indessen sollte die Aufmerksamkeit auf die zu bedenkenden Prozessen einer Ausstellungskonzeption gelenkt werden.

Zukünftig zu klärende Fragestellungen sind beispielsweise Untersuchungen zu kognitiven Lern- und Aufmerksamkeitsprozessen in Ausstellungen. Während die vorliegende Arbeit Forschungen der allgemeine Wahrnehmungspsychologie auf den musealen Raum transferierte, hat an der Christian-Albrecht-Universität zu Kiel ein Forschungsprojekt begonnen, das anhand von Eye-Tracking die Wahrnehmungs- und Lernprozesse von Besuchern in Ausstellungen untersucht. In diesem Zusammenhang wären Ergebnisse interessant, die Aufschluss über die subjektiven Sehgewohnheiten, kognitiven und emotionalen Reaktionen auf Museumsobjekte und Inszenierungen geben. Ein weiterer Bereich, den es noch zu erforschen gilt, ist die Alltagsrelevanz von Museen. Zur Zeit sind etwaige Effekte wie die positiven Auswirkungen auf Intellekt, Kreativität und politisches Verantwortungsbewusstsein sowie Einflüsse auf zwischenmenschliche Beziehungen etc. nur Annahmen, die noch belegt werden müssen. Ist eine gesellschaftliche Verschiebung möglich, die das Museum neuerlich als zentrales Forum für Diskussionen, Freizeitaktivitäten und wieder pointierter zur Vermittlung von Identität definiert?

Ich möchte mit der Frage enden: „Was ist eine Ausstellung?“ Ohne Besucher ist eine Ausstellung nicht viel mehr als eine Sammlung. Mit einer entsprechenden Vermittlungsstrategie ist eine Ausstellung jedoch eine Brücke zwischen dem gezeigten Inhalt und dem Besucher. Der Ausstellungsgestalter hat die Funktion eines Brückenbauers und wägt ab, in welcher Form der Besucher von der einen auf die andere Seite kommen soll. Das Ende der Brücke steht das eingehende Verständnis des Inhalts und wünschenswerterweise eine Bereicherung für den Alltag. Museen sind Institutionen von Menschen für Menschen, deren Potential es weiter auszuschöpfen gilt, um mehr Besucher zu gewinnen und gesellschaftlich relevant und aktuell zu bleiben.

7. Anhang

7.1 Schülerumfragebögen zu *Langweilige Museen? Nein, danke!*

EvaSys	Keine Lust auf Geschichtsmuseen?	
Leibniz Universität Hannover Philosophische Fakultät	M.A. Tabea Schiffmann	

Markieren Sie so: Bitte verwenden Sie einen Kugelschreiber oder nicht zu starken Filzstift. Dieser Fragebogen wird maschinell erfasst.
 Korrektur: Bitte beachten Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung die links gegebenen Hinweise beim Ausfüllen.

1. Hinweise

Die Auswertung des Fragebogens erfolgt anonym, d.h. aus dem Ergebnis ist kein Rückschluss auf Deine Person oder Deine Antworten möglich.

2. Angaben zur Person

- 2.1 **Geschlecht:** männlich weiblich
- 2.2 **Wie alt bist Du?** 11-13 Jahre 14-16 Jahre 17-19 Jahre
- 2.3 **Welche Schule besuchst Du?** Hauptschule Realschule Gymnasium
 IGS/KGS Andere
- 2.4 **Welchen Schulabschluss hat deine Mutter?** Hauptschulabschl. Realschulabschl. Fachabitur/Abitur
 weiß ich nicht
- 2.5 **Welchen Schulabschluss hat dein Vater?** Hauptschulabschl. Realschulabschl. Fachabitur/Abitur
 weiß ich nicht

3. Interessen und Freizeitaktivitäten

- 3.1 **Interessierst Du dich für Geschichte?** Ja Nein
- 3.2 **Falls Du "Nein" angekreuzt hast: Warum interessierst Du dich NICHT für Geschichte?** *mehrere Antworten möglich*
 langweiliges Schulfach alt und vorbei nur Daten und Fakten
 hat nichts mit mir zu tun
- 3.3 **Falls Du "Ja" angekreuzt hast: Was interessiert dich an Geschichte?** *mehrere Antworten möglich*
 Kleidung/Essen Technik Politik
 Kinder/Jugendliche Feste Religion
 Krieg
- 3.4 **Warst Du in den letzten 12 Monaten in einem Geschichtsmuseum? Wenn ja, wie oft?**
 1x 2x 3x 4x 5x nein
- 3.5 **Warum warst Du in einem Geschichtsmuseum?** *mehrere Antworten möglich*
 besondere Aktion im Museum Interesse Schulausflug
 Ausflug mit Freunden Familienausflug
- 3.6 **Wie oft warst Du in den letzten 12 Monaten in einem Freizeitpark, Disneyland oder Zoo?**
 1x 2x 3x 4x 5x nein

4. Wie findest Du die Texte/Erklärungen in den Geschichtsmuseen?

Jede Zeile = ein Kreuz

- 4.1 **Liest Du die Texte in Geschichtsmuseen?** Lese ich nie Lese ich manchmal Lese ich immer
- 4.2 **Wie findest Du die Texte in Geschichtsmuseen?** Enthalten zu viele Informationen Finde ich interessant Finde ich langweilig
- 4.3 **Wie viele Bücher habt Ihr zu Hause?** *(Zeitungen, Comics, Schulbücher, Reclam-Hefte und Bilderbücher gelten nicht!)*
 weniger als 20 21-50 51-100
 101-200 mehr als 200





EvaSys	Keine Lust auf Geschichtsmuseen?	
--------	---	--

4. Wie findest Du die Texte/Erklärungen in den Geschichtsmuseen? *Jede Zeile = ein Kreuz*
[Fortsetzung]

- 4.4 Welche der folgenden Dinge interessieren Dich? *mehrere Antworten möglich*
- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Historische Dokus (z.B. Die Bräuteschule) | <input type="checkbox"/> Historische Filme (z.B. Königreich der Himmel) | <input type="checkbox"/> Historische PC-/Videospiele (z.B. Anno 1701) |
| <input type="checkbox"/> Historische Romane (z.B. Die Säulen der Erde) | <input type="checkbox"/> Keine von diesen | |

5. Was ist Dir wichtiger in Geschichtsmuseen? Entweder ... oder ... *Jede Zeile = ein Kreuz*

5.1 a)	Alle Gegenstände anfassen können	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Alles alte Originale
5.2 b)	Hören, Sehen und Fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Texte mit Informationen
5.3 c)	Etwas lernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Unterhaltung/ Spaß
5.4 d)	Spektakuläre Dinge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Details über Gegenstände
5.5 e)	Beispielpersonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Allgemeine Geschichte ohne Beispiele
5.6 f)	Ruhe und Stille zum Entspannen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Musik und Geräusche von früher
5.7 g)	Weniger Eintritt bezahlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mehr bezahlen, dafür mehr Spannendes

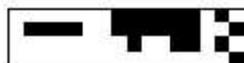
6. Würdest Du gerne in ein Geschichtsmuseum gehen, ... *Jede Zeile = ein Kreuz*

		Absolut Ja	Eher Ja	Eher Nein	Absolut Nein
6.1	... wo man eine Ausstellung selber mitgestalten kann?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2	... wo verkleidete Leute das Leben und Arbeiten von früher zeigen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3	... wo man Essen von früher probieren kann?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4	... wo man ERLEBEN kann, wie es war vor z.B. 200 Jahren zu leben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Was denkst Du über Geschichtsmuseen? In Geschichtsmuseen ... *Jede Zeile = ein Kreuz*

7.1	... ist es zu leise.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2	... fühle ich mich wohl, weil ich dort entspannen kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3	... habe ich Angst etwas kaputt zu machen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4	... finde ich es sehr spannend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5	... bin ich nicht willkommen, weil ich zu wenig Ahnung habe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.6	... gehe ich gerne um etwas zu lernen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.7	... fühle ich mich nicht wohl, weil die Aufpasser so streng sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.8	... gibt es viele schöne Dinge zu sehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.9	... gehen nur schlaue Leute, die auf klassische Musik stehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.10	... steht nur "altes Zeug" rum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vielen Dank fürs Mitmachen!



7.2 Erwachsenenfragebögen zu *Langweilige Museen? Nein, danke!*

EvaSys	Langweilige Museen? Nein, danke!	
Leibniz Universität Hannover Philosophische Fakultät		M.A. Tabea Schiffmann

Markieren Sie so: Bitte verwenden Sie einen Kugelschreiber oder nicht zu starken Filzstift. Dieser Fragebogen wird maschinell erfasst.
 Korrektur: Bitte beachten Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung die links gegebenen Hinweise beim Ausfüllen.

1. Hinweise

Guten Tag, Museen werden oft als langweilig und „trocken“ wahrgenommen. Warum ist das so? Helfen Sie durch diese Umfrage Geschichtsmuseen zu verbessern. Die Teilnahme ist natürlich anonym und freiwillig, aus dem Ergebnis ist kein Rückschluss auf Ihre Person oder Ihre Antworten möglich.

2. Angaben zur Person

2.1 **Geschlecht:** männlich weiblich
 2.2 **Wie alt sind Sie?** unter 36 Jahre 36-50 Jahre 50 und älter
 2.3 **Welchen Schulabschluss haben Sie?** Hauptschulabschl. Realschulabschl. Fachabitur/Abitur
 keinen keine Angabe

3. Interessen und Freizeitaktivitäten

3.1 **Interessieren Sie sich für Geschichte?** Ja Nein
 3.2 **Falls Sie "Nein" angekreuzt haben: Warum interessieren Sie sich NICHT für Geschichte? mehrere Antworten möglich**
 langweiliges Schulfach alt und vorbei nur Daten und Fakten
 hat nichts mit mir zu tun
 3.3 **Falls Sie "Ja" angekreuzt haben: Was interessiert Sie an Geschichte? mehrere Antworten möglich**
 Kleidung/Essen Technik Politik
 Kinder/Jugendliche Feste Religion
 Krieg
 3.4 **Waren Sie in den letzten 12 Monaten in einem Geschichtsmuseum? Wenn ja, wie oft?** 1 2 3 4 5 nein
 3.5 **Warum waren Sie in einem Geschichtsmuseum? mehrere Antworten möglich**
 besondere Aktion im Museum Interesse Schulausflug
 Ausflug mit Freunden Familienausflug
 3.6 **Wie oft waren Sie in den letzten 12 Monaten in einem Freizeitpark, Disneyland oder Zoo?** 1 2 3 4 5 nein

4. Wie finden Sie die Texte/Erklärungen in den Geschichtsmuseen? Jede Zeile = ein Kreuz

4.1 **Lesen Sie die Texte in Geschichtsmuseen?** Lese ich nie Lese ich manchmal Lese ich immer
 4.2 **Wie finden Sie die Texte in Geschichtsmuseen?** Enthalten zu viele Informationen Finde ich interessant Finde ich langweilig
 4.3 **Wie viele Bücher haben Sie zu Hause? (Zeitungen, Comics, Schulbücher, Reclam-Hefte und Bilderbücher gelten nicht!)** weniger als 20 21-50 51-100
 101-200 mehr als 200
 4.4 **Welche der folgenden Dinge interessieren Sie? mehrere Antworten möglich**
 Historische Dokus (z.B. Die Bräuteschule) Historische Filme (z.B. Königreich der Himmel) Historische P C-/Videospiele (z.B. Anno 1701)
 Historische Romane (z.B. Die Säulen der Erde) Keine von diesen

F510U8549P1FL1V1 2008-03-19, Seite 1/2

EvaSys	Langweilige Museen? Nein, danke!	<small>Produkt von VividForm</small>	
5. Was ist Ihnen wichtiger in Geschichtsmuseen?		<i>Jede Zeile = ein Kreuz</i>	
	Entweder ... oder ...		
5.1 a)	Alle Gegenstände anfassen können	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2 b)	Hören, Sehen und Fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3 c)	Etwas lernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4 d)	Spektakuläre Dinge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.5 e)	Beispielpersonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.6 f)	Ruhe und Stille zum Entspannen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.7 g)	Weniger Eintritt bezahlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Alles alte Originale
			Texte mit Informationen
			Unterhaltung/ Spaß
			Details über Gegenstände
			Allgemeine Geschichte ohne Beispiele
			Musik und Geräusche von früher
			Mehr bezahlen, dafür mehr Spannendes
6. Würden Sie gerne in ein Geschichtsmuseum gehen, ...		<i>Jede Zeile = ein Kreuz</i>	
		<i>Absolut Ja</i>	<i>Eher Ja</i>
		<i>Eher Nein</i>	<i>Absolut Nein</i>
6.1	... wo man eine Ausstellung selber mitgestalten kann?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2	... wo verkleidete Leute das Leben und Arbeiten von früher zeigen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3	... wo man Essen von früher probieren kann?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4	... wo man ERLEBEN kann, wie es war vor z.B. 200 Jahren zu leben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Was denken Sie über Geschichtsmuseen? In Geschichtsmuseen ...		<i>Jede Zeile = ein Kreuz</i>	
7.1	... ist es zu leise.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2	... fühle ich mich wohl, weil ich dort entspannen kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3	... habe ich Angst etwas kaputt zu machen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4	... finde ich es sehr spannend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5	... bin ich nicht willkommen, weil ich zu wenig Ahnung habe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.6	... gehe ich gerne um etwas zu lernen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.7	... fühle ich mich nicht wohl, weil die Aufpasser so streng sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.8	... gibt es viele schöne Dinge zu sehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.9	... gehen nur schlaue Leute, die auf klassische Musik stehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.10	... steht nur "altes Zeug" rum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vielen Dank fürs Mitmachen!			
F510U8549P2PL1V1		2008-03-19, Seite 2/2	

8. Literaturverzeichnis

8.1 Schriftquellen

- Adams, G. Donald „Museumsmarketing und Besucherentwicklung“ in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996
- Anderson, Jay. *Time Machines – The World of Living History*. Nashville 1984, zitiert in: Magelssen, Scott. *Living History Museums – Undoing History through Performance*. Lanham, Maryland 2007
- Andraschko, Frank M. *Geschichte erleben im Museum : Anregungen und Beispiele für den Geschichtsunterricht*. Frankfurt am Main 1992
- Asmuss, Burkhard „Zur Präsentation der NS-Geschichte im Deutschen Historischen Museum. Überlegungen zum Rezeptionsverhalten der Besucher im 21. Jahrhundert“ in: Museen der Stadt Nürnberg (Hrsg.). *Die Zukunft der Vergangenheit. Wie soll die Geschichte des Nationalsozialismus in Museen und Gedenkstätten im 21. Jahrhundert vermittelt werden?*. Nürnberg 2000
- Asmuss, Burkhard/Hinz, Hans-Martin (Hrsg.). *Zum Umgang mit historischen Stätten aus der Zeit des Nationalsozialismus – Symposium im Deutschen Historischen Museum*. Frankfurt a.M. 1999
- Assmann, Aleida, Frevert, Ute. *Geschichtsvergessenheit – Geschichtsversessenheit – Vom Umgang mit deutschen Vergangenheiten nach 1945*. Stuttgart 1999
- Auer, Herrmann. *Denkschrift Museen : zur Lage der Museen in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West)*. Boppard 1974
- Bäuml, Christine. *Bildung und Unterhaltung im Museum – Das museale Selbstbild im Wandel*. Münster 2004
- Beier-de Haan, Rosemarie. *Erinnerte Geschichte – Inszenierte Geschichte – Ausstellungen und Museen in der Zweiten Moderne*. Frankfurt am Main 2005
- Beier, Rosemarie. *Geschichtskultur in der Zweiten Moderne*. Frankfurt/Main 2000

- Bendix, Regina "Der gespielte Krieg : zur Leidenschaft des Historic Reenactment," In: *Volkskultur und Moderne*. Wien 2000
- Bergevoet, Frank „Das Abtreten von Museumsobjekten in der Praxis – Erfahrungsbericht aus den Niederlanden“ in: Heisig, Dirk. *Ent-Sammeln : neue Wege in der Sammlungspolitik von Museen – Verschenken, Tauschen, Verkaufen, Verbrauchen, Entsorgen*. Aurich 2007
- Bieber, Dietrich. *Museum und Schule: Schüler entdecken unsere Museen*. Lütjensee 1986
- Biegel, Gerd (Hrsg.). *Geschichte und ihre Vermittlung in Lokal-, Regional- und Heimatmuseen*. Braunschweigische Landschaft e.V. Braunschweig 1995
- Biermann, Alfons W.(Hrsg.). *Texte in Ausstellungen – Hinweise und Anregungen für verständliche Formulierung und besucherfreundliche Gestaltung*. Schriften des Rheinischen Museumsamtes Nr. 60. Köln 1995
- Bill, Samy „Museumsberatung, Outsourcing und Lean Management: Bedrohung oder Hoffnung auf dem Arbeitsmarkt Museum? Widersprüche und Entwicklungen einer neuen Branche“ in: Compania Media (Hrsg.). *Handbuch Museumsberatung – Akteure, Kompetenzen, Leistungen*. transcript Verlag, Bielefeld 2000
- Blomann, Julian. *Geschichte verkaufen : Eventkultur als Arbeitsfeld*. Saarbrücken 2007
- Borries, Bodo von. *Geschichtsbewußtsein als Identitätsgewinn? : fachdidaktische Programmatik und Tatsachenforschung*. Hagen 1990
- Borries, Bodo von. *Lebendiges Geschichtslernen : Bausteine zu Theorie und Pragmatik, Empirie und Normfrage ; Bodo von Borries zum 60. Geburtstag*. Schwalbach/Ts. 2004
- Bösel, Rainer „Aufmerksamkeitslenkung als pädagogische Strategie“ in: Graf, Bernhard; Müller, Astrid B. (Hrsg.). *Sichtweisen – Zur veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen*. Wiesbaden 2005

- Brand-Schwarz, Ullrich; Klöffler, Martin; Körver, Kristian „Gelebte Geschichte – Historische Interpretation. Ein Erfahrungsbericht“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008
- Compania Media (Hrsg.). *Handbuch Museumsberatung – Akteure, Kompetenzen, Leistungen*. Bielefeld 2000
- Croisile, Bernard. *Unser Gedächtnis : Erinnern und Vergessen*. Darmstadt 2006
- Dauschek, Anja „Museumsidentitäten – Corporate Identity für Museen. Rückblick und Ausblick“ in: Dreyer, Matthias; Wiese, Rolf (Hrsg.). *Mit gestärkter Identität zum Erfolg. Corporate Identity für Museen*. Ehestorf 2002
- Dauschek, Anja „Zielgruppen erkennen, Zielgruppen definieren“ in: Dreyer, Matthias (Hrsg.). *Zielgruppen von Museen : mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden*. Ehestorf 2004
- Dauschek, Anja. *Museumsmanagement - Amerikanische Strategien in der deutschen Diskussion*. Ehestorf 2001
- Dech, Uwe Christian. *Sehenlernen im Museum – Ein Konzept zur Wahrnehmung und Präsentation von Exponaten*. Bielefeld 2003
- Derks, Heidrun „Ausstellungsgestalter gesucht – Praktische Überlegungen zur Kooperation von Museen und Gestaltern“ in: Compania Media (Hrsg.). *Handbuch Museumsberatung – Akteure, Kompetenzen, Leistungen*. Bielefeld 2000
- Duisberg, Heike „Gelebte Geschichte 1804: Ein Türöffner in die Vergangenheit“ in: Carstensen, Jan (Hrsg.). *Living History im Museum – Möglichkeiten und Grenzen einer populären Vermittlungsform*. Münster 2008
- Elsner, Norbert und Lürer, Gerd (Hrsg.). *Das Gehirn und sein Geist*. Göttingen 2000
- Faber, Michael H. „Nur ein Spiel mit der Geschichte... - Personale Geschichtsinterpretation im Rheinischen Freilichtmuseum Kommern“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008

- Falk, John H.; Dierking, Lynn D.; Adams, Marianna „Museums and Free-choice Learning“ in: Macdonald, Sharon (Ed.). *A Companion to Museum Studies*. Oxford 2006
- Fansa, Mamoun. *Experimentelle Archäologie und Museumspädagogik*. Oldenburg 2000
- Farnung, Karin. *Besucherstudie im Historischen Museum in Hannover im Zeitraum von Oktober 2007 bis Januar 2008*. Magisterarbeit am Historisches Seminar der Leibniz Universität Hannover 2008
- Faulenbach, Bernd; Jelich, Franz-Josef (Hrsg.). *Reaktionäre Modernität und Völkermord. Probleme des Umgangs mit der NS-Zeit in Museen, Ausstellungen und Gedenkstätten*. Essen 1994
- Faulenbach, Bernd; Jelich, Franz-Josef. *Besucherinteressen und Besucherverhalten in historischen Museen und Ausstellungen – Dokumentation einer Tagung*. Recklinghausen 1991
- Fliedl, Gottfried (Hrsg.). *Museum als soziales Gedächtnis? Kritische Beiträge zu Museumswissenschaft und Museumspädagogik*. Klagenfurt 1988
- Freymann, Thelma von „Was ist und wozu dient Museumspädagogik?“ in: Grünewald-Steiger, Andreas; Freymann, Thelma von. *Am Beispiel erklärt, Aufgaben und Wege der Museumspädagogik*. Hildesheim 1988
- Fruchtmann, Sara „Bremer Geschichtenhaus – Museumstheater und Hartz IV“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008
- Goldstein, E. Bruce. *Wahrnehmungspsychologie*. Heidelberg 1997
- Goronzy, Frederic. *Erlebnisswelten – Grundlagen, Untersuchungen, Auswertung*. Saarbrücken 2006
- Gössel, Peter „Wahrnehmung und Erfahrung im Museum“ in: Kilger, Gerhard; Warnke, Ursula. *Szenografie in Ausstellungen und Museen : [Vorträge aus den drei Szenografie-Kolloquien ... 1. Kolloquium "Szenografie in Ausstellungen und Museen" vom 23. bis 24.11.2000, 2. Kolloquium "Raumkriterien und Innenraumgestaltung" vom 30.1. bis 1.2.2002, 3. Kolloquium "Hybride Räume" vom 22. bis 24.1.2003]* Essen 2004
- Götz, Matthias „Vom Unterschied zwischen Hinstellen und Ausstellen“ in: *archithese* 3/96

- Große Burlage, Martin. *Große historische Ausstellungen in der Bundesrepublik Deutschland : 1960 - 2000*. Münster 2005
- Grötsch, Dr. Kurt „Emotionales Management und emotionales Lernen in Erlebniswelten“ in: Nahrstedt, Wolfgang. *Lernen in Erlebniswelten : Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft* . Bielefeld 2002
- Grünewald-Steiger, Andreas, und Thelma Freymann. *Am Beispiel erklärt, Aufgaben und Wege der Museumspädagogik*. Hildesheim 1988
- Guski, Rainer. *Wahrnehmung : eine Einführung in die Psychologie der menschlichen Informationsaufnahme*. Stuttgart 2000
- Haller, Kerstin „Lernen im Museum und im Science Center“ in: Noschka-Roos, Annette (Hrsg.). *Besucherforschung in Museen – Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München 2003
- Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996
- Heese, Thorsten. *...ein eigenes Local für Kunst und Alterthum – Die Institutionalisierung des Sammelns am Beispiel der Osnabrücker Museen*. Bramsche 2004
- Hein, George E. *Learning in the Museum*. New York 2000
- Helm, Sabrina; Klar, Susanne. *Besucherforschung und Museumspraxis*. München 1997
- Heisig, Dirk. *Ent-Sammeln : neue Wege in der Sammlungspolitik von Museen – Verschenken, Tauschen, Verkaufen, Verbrauchen, Entsorgen*. Aurich 2007
- Herles, Diethard. *Das Museum und die Dinge – Wissenschaft, Präsentation, Pädagogik*. Frankfurt a.M. 1996
- Historisches Museum Frankfurt/Main (Hrsg.). *Die Zukunft beginnt in der Vergangenheit – Museumsgeschichte und Geschichtsmuseum*. Frankfurt am Main 1982
- Hochbruck, Wolfgang „Living History, Geschichtstheater und Museumstheater: Übergänge und Spannungsfelder“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008

- Hoffmann, Detlev „Drei Jahrzehnte Museumsentwicklung in der Bundesrepublik – Trends, Strukturen, Perspektiven“ in: Landschaftsverband Rheinland – Rheinisches Museumsamt (Hrsg.). *Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone: Drei Jahrzehnte deutsche Museumsentwicklung – Versuch einer Bilanz und Standortbestimmung*. Opladen 1996
- Hoffmann, Erwin. *Mittelalterfeste in der Gegenwart : die Vermarktung des Mittelalters im Spannungsfeld zwischen Authentizität und Inszenierung*. Stuttgart 2005
- Holler, Johannes. *Das neue Gehirn : ganzheitliche Gehirnforschung und Medizin ; Modelle, Theorien, praktische Anwendung*. Südergellersen 1991
- Hudson, Kenneth „Perspektiven für ein Museum des nächsten Jahrhunderts“ in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996
- Hummel, Thomas; Reden, Jens; Frasnelli, Johannes „Geruchs- und Geschmackswahrnehmung“ in: Frensch, Peter A, und Joachim Funke. *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Kognition*. Göttingen 2006
- Hutzemann, Reinhard. *Museen in der Stadt – Eine Untersuchung über Museen, ihre wirtschaftlichen Auswirkungen sowie die Struktur ihrer Besucher*. Bayreuth 1989
- Igl, Josef. *Schule und Museum in der Region – Zur Kooperation von Grund- und Hauptschule und Heimatmuseum*. Berlin 1992
- Johansson, Annika „Living Encounters with History for the Future“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008
- Kagel, Nils „Living History statt Disneyland – Gelebte Geschichte im Freilichtmuseum am Kiekeberg“ in: Mitteilungsblatt des MVNB. Heft 67, Hannover 2006
- Kagel, Nils „Geschichte leben und erleben – Von der Interpretation historischer Alltagskultur in deutschen Freilichtmuseen“ in: Duisberg, Heike (Hrsg.). *Living History in Freilichtmuseen – Neue Wege der Geschichtsvermittlung*. Ehestorf 2008

- Kaiser, Brigitte. *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen – Museale Kommunikation in kunstpädagogischer Perspektive*. Bielefeld 2006
- Kiese-Himmel, Christiane „Wahrnehmung taktiler Reize“ in: Frensch, Peter A, und Joachim Funke. *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Kognition*. Göttingen 2006
- Kirchberg, Volker. *Besucher und Nichtbesucher von Museen in Deutschland* . In: *Museumskunde* ; Bd. 61, H. 2. 1996
- Kirchberg, Volker. *Gesellschaftliche Funktionen von Museen : makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven*. Wiesbaden 2005
- Klein, Alexander. *Expositum : zum Verhältnis von Ausstellung und Wirklichkeit*. Bielefeld 2004
- Klein, Hans Joachim „Wievielt Theater braucht das Museum? Besucher geben Auskunft“ in: *Kindler, Gabriele. MuseumsTheater : theatrale Inszenierungen in der Ausstellungspraxis ; [Dokumentation der Fachtagung "Museumstheater", Bundesverband Museumspädagogik e.V. 21.-24. Sept. 2000 in Karlsruhe]*. Bielefeld 2001
- Klein, Hans-Joachim. *Der gläserne Besucher : Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft*. Berlin 1990
- Klein, Hans-Joachim „Publikums-Barometer- Vom Nutzen kontinuierlicher Besucheranalysen“ in Noschka-Roos, Annette (Hrsg.). *Besucherkforschung in Museen – Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München 2003
- König, Gabriele. *Kinder- und Jugendmuseen – Genese und Entwicklung einer Museumsgattung / Impulse für besucherorientierte Museumskonzepte*. Opladen 2002
- Korff, Gottfried und Roth, Martin (Hrsg.). *Das historische Museum – Labor, Schaubühne, Identitätsfabrik*. Frankfurt a.M. 1990
- Korff, Gottfried „Musealisierung total? Notizen zu einem Trend, der die Institution nach der er benannt ist, hinter sich gelassen hat“ in: Grütter, Heinrich Theodor; Rüsen, Jörn; Fußmann, Klaus. *Historische Faszination : Geschichtskultur heute*. Köln 1994
- Korff, Gottfried. *Museumsdinge – Deponieren – Exponieren*. Köln 2002

- Korff, Gottfried. „Vom Verlangen, Bedeutungen zu sehen“ in: Borsdorf, Ulrich; Grütter, Heinrich Theodor; Rösen, Jörn (Hrsg.). *Die Aneignung der Vergangenheit - Musealisierung und Geschichte*. Transcript Verlag, Bielefeld 2004
- Kotler, Neil; Kotler, Philip. *Museum Strategy and Marketing – Designing Museums, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. San Francisco 1998
- Kuegler, Dietmar. *Living History im amerikanischen Westen : historische Präsentationen, Reportagen, Geschichte, Handbuch, Bezugsquellen*. Wyk auf Föhr, 2003
- Kuhn, Annette/Schneider, Gerhard (Hrsg.). *Geschichte lernen im Museum*. Düsseldorf 1978
- Lammert, Norbert. „Der Staat, die Gesellschaft und ihre Museen - Aufträge und Verpflichtungen.“ *Museumskunde* 72.2, 2007
- Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen (Hrsg.). *Geöffnet! Das Museum für den Besucher. 10. Bayerischer Museumstag Landshut 7.-9. Juli 1999. Tagungsbericht*. München 2000
- Magelssen, Scott. *Living History Museums – Undoing History through Performance*. Lanham, Maryland 2007
- Maier, Charles S. *Die Gegenwart der Vergangenheit – Geschichte und die nationale Identität der Deutschen*. Frankfurt a.M. 1992
- Materialien aus dem Institut für Museumskunde. *Entwicklung von Museumskonzeptionen in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West) 1974-1985*. Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz Berlin 1985
- May, Mark „Raumwahrnehmung“ in: Frensch, Peter A, und Joachim Funke. *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Kognition*. Göttingen 2006
- Mayer, Martin R.. *Effektiv und mit Leichtigkeit lernen*. Petersberg 2006
- Meer, Elke van der „Langzeitgedächtnis“ in: Frensch, Peter A, und Joachim Funke. *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Kognition*. Göttingen 2006

- Meiners, Uwe „Verlebendigungsstrategien im Freilichtmuseum“ in:
Carstensen, Jan (Hrsg.). *Living History im Museum – Möglichkeiten und Grenzen einer populären Vermittlungsform*. Münster 2008
- Mikunda, Christian. *Der Verbotene Ort oder Die Inszenierte Verführung*. Frankfurt a.M. 2005
- Missall, Johannes „'Gnothi seauton' versus 'Is that fun enough?'“ in: Kilger, Gerhard; Müller-Kuhlmann, Wolfgang. *Szenografie in Ausstellungen und Museen II : [Beiträge zu zwei Kolloquien der DASA ... 4. "Wissensräume" vom 28. bis 30. Januar 2004, 5. "Kunst und Raum - Raum durch Kunst" vom 27. bis 28. Januar 2005]*. Essen 2006
- Mütter, Bernd. *Emotionen und historisches Lernen*. Oldenburg 1997
- Nahrstedt, Wolfgang „Erlebniswelten als Lernorte“ in: Nahrstedt, Wolfgang. *Lernen in Erlebniswelten : Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft*. Bielefeld 2002
- Nahrstedt, Wolfgang „Interesse Wecken – Kompetenzen entwickeln: Lernen in Erlebniswelten“ in: Commandeur, Beatrix, Dennert, Dorothee (Hrsg.). *Event zieht – Inhalt bindet – Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen*. Bielefeld 2004
- Nahrstedt, Wolfgang; Brinkmann, Dieter; Theile, Heike; Röcken, Guido. *Lernort Erlebniswelt : neue Formen informeller Bildung in der Wissensgesellschaft ; Endbericht des Forschungsprojektes: Erlebnisorientierte Lernorte der Wissensgesellschaft*. Bielefeld 2002
- Niethammer, Lutz „Das Museum als Gedächtnis“ in: Borsdorf, Ulrich; Grütter, Heinrich Theodor; Rüsen, Jörn (Hrsg.). *Die Aneignung der Vergangenheit - Musealisierung und Geschichte*. Bielefeld 2004
- Noschka-Roos, Annette (Hrsg.). *Besuchersforschung in Museen – Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München 2003
- Noschka-Roos, Annette, Hrsg. *Museen und ihre Besucher : Museums-Fragen; Herausforderungen in der Zukunft ; [Internationales Symposium vom 22. bis 24. November 1995 im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn]*. Berlin 1996

- Oertzen, Susanna von. *Abschlussbericht über das Pilotprojekt Museumsregistrierung in Niedersachsen und Bremen 2006/2007*. Hannover 2008
- Ommen, Eilert. *Museen als Lernorte : eine Bibliographie zum Verhältnis von Museum, Schule und Küstenraum - Ergänzung der vom RPZ Aurich 1977 herausgegebenen Bibliographie*. Aurich 1979
- Perrig, Walter J.; Eckstein, Doris; Meier, Beat und Sollberger, Bernhard „Unbewusste Wahrnehmung und ihre praktische Bedeutung“ in: Kersten, Bernd. *Praxisfelder der Wahrnehmungspsychologie*. Bern 2005
- Plata, Guido; Goldstein, Eugen Bruce. *Wahrnehmungspsychologie : der Grundkurs*. Berlin 2008
- Prahl, Hans-Werner. *Soziologie der Freizeit*. Paderborn 2002
- Rand, Judy „The 227-Museum, or Why We Need a Visitor's Bill of Rights“ in: Curator: The Museum Journal Vol. 44, Nr. 1, Lanham, USA 2001
- Raulff, Ulrich „Geschichte und die Erzielung des Gefühls“ in: Borsdorf, Ulrich; Grütter, Heinrich Theodor; Rösen, Jörn (Hrsg.). *Die Aneignung der Vergangenheit - Musealisierung und Geschichte*. Bielefeld 2004
- Röhrbein, Waldemar R.. „Zur Neugestaltung der Abteilungen Stadtgeschichte und Volkskunde im Historischen Museum Hannover“ in: *Mitteilungsblatt* Nr. 42/1992
- Roth, Stacy F. *Past into Present – Effective Techniques for First-Person Historical Interpretation*. Chapel Hill, USA 1998
- Rösen, J./Ernst, W/Grütter, H. Th. (Hrsg.). *Geschichte sehen – Beiträge zur Ästhetik historischer Museen*. Pfaffenweiler 1988
- Sauter, Joachim „Neue Medien in Museen und Ausstellungen“ in: Graf, Bernhard; Müller, Astrid B. (Hrsg.). *Sichtweisen – Zur veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen*. Wiesbaden 2005
- Schäfer, Hermann „Anlocken – Fesseln – Vermitteln“ in: Noschka-Roos, Annette (Hrsg.). *Besucherforschung in Museen – Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München 2003

- Schäfer, Hermann „Besuchersforschung im Haus der Geschichte“ in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996
- Schäfer, Hermann „Das Museum als 'Erlebnisarrangement'“ in: Nahrstedt, Wolfgang. *Lernen in Erlebniswelten : Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft*. Bielefeld 2002
- Schäfke, Werner „Geschichte ist nicht ausstellbar“ in: Preiß, Achim; Stamm, Karl; Zehnder, Frank Günther. *Das Museum – Die Entwicklung in den 80er Jahren*. Festschrift für Hugo Borger zum 65. Geburtstag. München 1990
- Schindler, Sabine. *Authentizität und Inszenierung*. Heidelberg 2003
- Schmidt-Linsenhoff, Viktoria. „Historische Dokumentationen – Zehn Jahre danach“ in: Historisches Museum Frankfurt/Main (Hrsg.). *Die Zukunft beginnt in der Vergangenheit – Museumsgeschichte und Geschichtsmuseum*. Frankfurt am Main 1982
- Schreider, Carol „The Audience-Centered Museum“ in: Commandeur, Beatrix, Dennert,, Dorothee (Hrsg.). *Event zieht – Inhalt bindet – Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen*. Bielefeld 2004
- Schuck-Wersig, Petra; Wersig, Gernot. *Museen und Marketing in Europa*. Materialien aus dem Institut für Museumskunde. Heft 37. Berlin 1992
- Schulze, Gerhard. *Die Erlebnisgesellschaft : Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt/Main 1992
- Schwarz, Ulrich; Teufel, Philipp (Hrsg.). *Handbuch Museografie und Ausstellungsgestaltung*. Ludwigsburg 2001
- Schwier, Hans „Jede Epoche schafft ihre Museen“ in: Preiß, Achim; Stamm, Karl; Zehnder, Frank Günther. *Das Museum – Die Entwicklung in den 80er Jahren*. Festschrift für Hugo Borger zum 65. Geburtstag. München 1990
- Selle, Kerstin. *Szenographie als neues Gestaltungskonzept in Ausstellungen und Museen am Beispiel des Historischen Museums Hannover*. Magisterarbeit am Historischen Seminar der Universität Hannover unter Betreuung von Prof. Dr. Wunderich und Prof. Dr. Füllberg-Stolberg. 2002

- Siebenhaar, Klaus „Der Besucher – das begehrte Wesen. Möglichkeiten und Strategien einer zielgruppenorientierten und zielgruppenspezifischen Ansprache im Museumsbereich“ in: Dreyer, Matthias; Wiese, Rolf (Hrsg.). *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden*. Ehestorf 2004
- Siebertz-Reckzeh, Karin Maria. *Soziale Wahrnehmung und Museumsnutzung – Bedingungsvariablen kultureller Partizipation*. Berlin 2000
- Singer, Wolf „Das Bild im Kopf – aus neurobiologischer Perspektive“ in: Graf, Bernhard; Müller, Astrid B. (Hrsg.). *Sichtweisen – Zur veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen*. Wiesbaden 2005
- Stadtgeschichtliche Abteilung. Katalog des Historischen Museums Hannover, 1970
- Staupe, Gisela „Szenografie in Ausstellungen“ in: Kilger, Gerhard; Warnke, Ursula. *Szenografie in Ausstellungen und Museen : [Vorträge aus den drei Szenografie-Kolloquien ... 1. Kolloquium „Szenografie in Ausstellungen und Museen vom 23. bis 24.11.2000, 2. Kolloquium „Raumkriterien und Innenraumgestaltung“ vom 30.1. bis 1.2.2002, 3. Kolloquium „Hybride Räume“ vom 22. bis 24.1.2003]* Essen 2004
- Terlutter, Ralf. *Lebensstilorientiertes Kulturmarketing – Besucherorientierung bei Ausstellungen und Museen*. Wiesbaden 2000
- Treinen, Heiner „Ausstellungen und Kommunikationstheorie“ in: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Museen und ihre Besucher – Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin 1996
- Treinen, Heiner „Das Museum als kultureller Vermittlungsort in der Erlebnisgesellschaft“ in: Landschaftsverband Rheinland – Rheinisches Museumsamt (Hrsg.). *Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone: Drei Jahrzehnte deutsche Museumsentwicklung – Versuch einer Bilanz und Standortbestimmung*. Opladen 1996
- Treinen, Heiner „Was sucht der Besucher im Museum?“ in: Fliedl, Gottfried (Hrsg.). *Museum als soziales Gedächtnis? Kritische Beiträge zu Museumswissenschaft und Museumspädagogik*. Klagenfurt 1988

- Urban, Andreas „Das Museum als Lernort – Was soll und was kann Museumspädagogik in Geschichtsmuseen leisten?“ in: Rodekamp, Volker, und Joachim Meynert. *Heimatmuseum 2000 : Ausgangspunkte und Perspektiven*. Bielefeld 1993
- Urban, Andreas. *Von der Gesinnungsbildung zur Erlebnisorientierung : Geschichtsvermittlung in einem kommunalen historischen Museum im 20. Jahrhundert*. Schwalbach/Ts. 1999
- Waidacher, Friedrich. *Handbuch der allgemeinen Museologie*. Wien 1996
- Weisberg, Herbert F., Jon A. Krosnick, und Bruce D. Bowen. *An introduction to survey research, polling, and data analysis*. Thousand Oaks, California, USA 1996
- Weisner, Ulrich „Museen unter dem Zwang zur Öffentlichkeit“ in: Preiß, Achim; Stamm, Karl; Zehnder, Frank Günther. *Das Museum – Die Entwicklung in den 80er Jahren. Festschrift für Hugo Borger zum 65. Geburtstag*. München 1990
- Wersebe, Helena von, „Besucherdienst im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland“ in: Landesstelle für nichtstaatliche Museen (Hrsg.). *Geöffnet! das Museum für den Besucher*. München 2000
- Wersig, Gernot „Versuch einer Bilanz“ in: Schuck-Wersig, Petra; Wersig, Gernot; Prehn, Andrea. *Multimedia-Anwendungen in Museen*. Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde Nr. 13. Berlin 1998
- Wildenauer, Marion. *Museumsentwicklung und -planung in Oberfranken. Eine angebotsorientierte Bestandsaufnahme und empirische Problemanalyse*. München 1990
- Wirtz, Rainer „Geschichtssinn im Objekt oder Geschichtsbilder im Sinn?“ in: Landschaftsverband Rheinland – Rheinisches Museumsamt (Hrsg.). *Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone: Drei Jahrzehnte deutsche Museumsentwicklung – Versuch einer Bilanz und Standortbestimmung*. Opladen 1996
- Zerull, Ludwig. *Museum und Schule*. Velber 1976

8.2 Internetquellen

- <http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/30410/umfrage/besuch-von-museen-ausstellungen-usw.-in-der-freizeit/>, 29.10.08
- <http://www.anno1476.de/index.html>, 19.11.2008
- <http://www.uni-due.de/edit/lp/motivation/kognitiv.htm>, 27.10.08
- http://www.hamburgmuseum.de/d/htm_d/ug-20jhd1.html, 20.08.2008
- <http://www.kiekeberg-museum.de/41/>, 24.11.2008
- <http://www.ub.uni-konstanz.de/kops/volltexte/2008/6467/>. 27.10.08, Van Bentum, Elisabeth. *Touristisches Freizeitverhalten und soziale Ungleichheit*. Dissertation vorgelegt an der Universität Konstanz im Fachbereich Soziologie.
- <http://www.vl-museen.de/m-online/99/99-2.pdf>, 13.03. 2008, Waidacher, Friedrich. "Museum lernen: Lange Geschichte einer Verweigerung oder Warum Museen manchmal so gründlich daneben stehen."
- http://212.59.55.8/bbsinternet/downloads/oe42/Weiterfuehrende-Schulen_2006_07.pdf, 18.01.2008
- <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/GEDAECHTNIS/Informationsverarbeitung.shtml>, 19.09.2008
- <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/GEDAECHTNIS/Vergessen.shtml>, 19.09.08
- http://cdl.niedersachsen.de/blob/images/C4192318_L20.pdf, 18.09.08
- <http://chronico.de/erleben/wissenschaft/0000475/>, 25.11.2008, Hochbruck, Wolfgang „Qualität mit Zertifikat – im Geschichtstheater“
- <http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/11624/umfrage/kulturaktive/>, 29.10.08
- <http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/11925/umfrage/interesse-an-kunst—und-kulturszene/>, 29.10.08
- <http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/12601/umfrage/besuchshaeufigkeit-von-museen-oder-kunstausstellungen/>, 29.10.08

- <http://de.wikipedia.org/wiki/Emotion>, 19.09.08. Trotz der gebotenen Vorsicht im Umgang mit Wikipedia ist dies die beste zu findende Definition.
- <http://delmenhorst.de/nordwolle/museen/>, 25.08.2008
- http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=983067856&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=983067856.pdf, 18.09.08
- <http://freenet-homepage.de/afeb/index2.htm>, 06.10.08
- <http://hermes.zeit.de/pdf/archiv/2008/02/Schafft-die-Museen-ab.pdf>, 31.01.2008
- http://homepage.univie.ac.at/michael.trimmel/mot_emo2_2001/krause.pdf, 19.09.08
- http://shan01.tib.uni-hannover.de/han/Brockhaus/www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php, 19.11.2008
- http://shan01.tib.uni-hannover.de/han/Brockhaus/www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php, 19.11.2008
- http://shan01.tib.uni-hannover.de/han/Brockhaus/www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php?document_id=0x040ab0d7@be, 23.12.2008
- <http://vrlab.epfl.ch/Projects/lifeplus.html>, 23.12.2008
- <http://www.achterbahn-freizeitpark.de/info/freizeitparks-in-deutschland/> 25.08.2008
- <http://www.alfeld.de/stadt/museum/> 25.08.2008
- http://www.alhfam.org/index.php?cat_id=101&nav_tree=101, 24.11.2008
- http://www.alhfam.org/index.php?cat_id=226&nav_tree=101,226, 19.11.2008
- http://www.alhfam.org/pdfs/First-prson_Glossary.pdf, 19.11.2008
- http://www.braunschweig.de/kultur/museen/altstadtrathaus_geschichte_navi110.html. 28.05.08
- <http://www.daserste.de/braeuteschule/>, 12.11.2008.
- <http://www.dengamleby.dk/lmty.htm>, 24.11.2008

- http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/zdw/2004/PD04_040_p002,templateId=renderPrint.psml, 25.12.2008
- <http://www.eltern.de/schulkind/weiterfuehrende-schule/naturwissenschaften-maedchen.html?page=1>, 25.12.2008
- <http://www.europapark.de/lang-de/c1151/default.html>, 25.08.2008
- http://www.expo2000.de/expo2000/deutsch/themenpark/frame_planet.html
04.06.2008
- http://www.expo2000.de/expo2000/deutsch/themenpark/frame_wissen.html
04.06.2008
- http://www.facing-the-past.com/Perioden/Karlsruhe_2005/karlsruhe_2005.html, 25.11.2008
- http://www.facing-the-past.com/Termine/Legionar_Quintus/legionar_quintus.html, 25.11.2008
- <http://www.faz.net/s/RubCD175863466D41BB9A6A93D460B81174/Doc~ECB6FAD0C264D4AC49C84DB2B7C2A76BA~ATpl~Ecommon~Scontent.htm>,
19.09.08
- <http://www.filmundgeschichte.de/>, 23.12.2008
- <http://www.google.de/search?hl=de&ie=ISO-8859-1&q=%22Museen+sind%22&meta=>, 15.01.2009
- <http://www.hdg.de/index.php?id=118>, 28.05.08
- <http://www.heddier.com/electronic/index.php?cat=c174> Interaktive-Sensoren.html, 11.12.2008
- <http://www.heddier.com/electronic/index.php?cat=c176> Einhandh-rer.html,
11.12.2008
- http://www.heddier.com/electronic/product_info.php?info=p293 K-rperschalllautsprecher.html, 11.12.2008
- <http://www.heimatmuseum-rodenberg.de/start.html>, 28.08.2008
- <http://www.kiekeberg-museum.de/41/>, 24.11.2008
- <http://www.kiekeberg-museum.de/so-ist-es-bei-uns/ausstellungen/dauerausstellung.html>, 20.08.2008

- http://www.kommern.lvr.de/jahresprogramm/jahresprogramm_2008.pdf, 24.11.2008
- <http://www.kommwiss.fu-berlin.de/-vw/news/forsa.pdf>, 27.03.2007. Schuck-Wersig, Petra / Wersig, Gernot: Museumsbesucher im Fokus – Basisdaten einer Repräsentativ-Umfrage zur Nutzung von Museen und Internet. Berlin 2000. Das Dokument wurde leider offline genommen, ist jedoch noch über den Südwestdeutschen Bibliotheksverbund zugänglich. 14.10.2008
- <http://www.landesmuseum.de/website/Deutsch/Museumspaedagogik/Erwachsene/Museumstheater.htm>, 25.11.2008
- [http://www.landesmuseum.de/website/Deutsch/Service/ZEB -
Zentrum fuer Evaluation und Besucherforschung/Ueber uns.htm](http://www.landesmuseum.de/website/Deutsch/Service/ZEB-_Zentrum_fuer_Evaluation_und_Besucherforschung/Ueber_uns.htm), 06.10.08
- http://www.luechow-dannenberg.de/index.htm?baum_id=5847#dez, 14.11.2008
- http://www.lwl.org/LWL/Kultur/LWL-Freilichtmuseum_Hagen/ 26.09.2008
- <http://www.museum-nienburg.de/Arbeitsfelder/Museumspaedagogik/Museumspaedagogik.htm>, 10.12.2008
- [http://www.museumbund.de/cms/fileadmin/geschaefts/dokumente/varia/Standards fuer Museen 2006.pdf](http://www.museumbund.de/cms/fileadmin/geschaefts/dokumente/varia/Standards_fuer_Museen_2006.pdf), 27.08.2008
- [http://www.museumbund.de/cms/fileadmin/geschaefts/presse/2008/2008_10
_PM Besuchszahlen_07.pdf](http://www.museumbund.de/cms/fileadmin/geschaefts/presse/2008/2008_10_PM_Besuchszahlen_07.pdf), 20.10.2008
- <http://www.museumbund.de/cms/index.php?id=224>, 27.08.2008
- <http://www.museumbund.de/cms/index.php?id=29&L=0&STIL=0>, 06.01.2009
- <http://www.museumbund.de/cms/index.php?id=581&L=0>, 04.10.08
- <http://www.museumsdorf.de/>, 26.09.2008
- [http://www.museumspaedagogik.org/akmpo/Meldungen/2005-04-
28 Jugend Hoerfuehrung DtHistMuseum Berlin.pdf](http://www.museumspaedagogik.org/akmpo/Meldungen/2005-04-28_Jugend_Hoerfuehrung_DtHistMuseum_Berlin.pdf), 02.10.08
- <http://www.mvnb.de/museumsregistrierung/registrierung/ziele/?STIL=0>, 25.08.2008

- <http://www.mvnb.de/museumsverband/arbeitsgemeinschaften/?STIL=0>, 25.08.2008
- <http://www.mvnb.de/publikationen/museumsfuehrer/?STIL=0>, 25.08.2008
- http://www.ndr903.de/programm/sendungen/bauen_wie_1808/bauenwieachtzehnhundertacht100.html, 24.11.2008
- <http://www.ndr903.de/service/aktionen/leben44.html>, 24.11.2008
- <http://www.ndr903.de/service/aktionen/leben46.html>, 24.11.2008
- <http://www.ndr903.de/service/aktionen/portraits2.html>, 24.11.2008
- http://www.neuro24.de/vegetatives_nervensystem.htm, 19.09.08, Mayer, Karl C. „Vegetatives Nervensystem“
- <http://www.reenactorforum.waszmann.de/cgi-bin/yabb2/YaBB.pl?num=1204364033>, 25.11.2008
- <http://www.reenactorforum.waszmann.de/cgi-bin/yabb2/YaBB.pl?num=1204364033/15>, 25.11.2008
- http://www.schloss-fasanerie.de/aktuell/index.php?page=content_index.php&jump=29, 24.11.2008
- http://www.scinexx.de/inc/artikel_drucken_komplett.php?f_id=351&a_flag=2, 18.09.08
- <http://www.stiftunglesen.de/default.aspx?pg=eea4349c-bbd2-4fa3-82a1-a30d7bbaf481>, 06.01.2009
- <http://www.titanic-zeitreise.de/>, 23.12.2008
- <http://www.vl-museen.de/m-online/00/00-2.pdf>, 26.02.2008, Waidacher, Friedrich. „Ausstellungen besprechen.“
- <http://www.vl-museen.de/m-online/01/03.pdf>, 26.02.2008, Terlutter, Ralf. „Besucherorientierte Ausstellungen: Lernen kultureller Inhalte aus Sicht psychologischer Lerntheorien.“
- <http://www.voelkerschlacht1813.eu/images/uploads/publikationen/programm-wickel-rueckseite.pdf>, 24.11.2008
- http://www.zeit.de/2002/03/Mangelware_Geld, 25.08.2008

- <http://www.zeit.de/online/2007/29/kunst-ebay-versteigerung?page=1>,
25.08.2008
- http://www.zeithistorische-forschungen.de/Portals/_ZF/documents/pdf/Korff-NeuePraechtigkeit.pdf, 26.02.2008, Korff, Gottfried „Zielpunkt: Neue Prächtigkeit? Notizen zur Geschichte kulturhistorischer Ausstellungen in der „alten“ Bundesrepublik“
- https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/dWerteabruf_Page;jsessionid=82819A1730B8352CEBFC64775B5E8263.tc22, 19.03.2007
- <http://www.zfs-online.org/index.php/zfs/article/viewFile/1176/713>, 18.12.2008
- http://www.migrationmuseums.org/web/uploads///News_7%5B1%5D.pdf,
18.12.2008.