

Mitteilungen und Berichte

Nr. 25

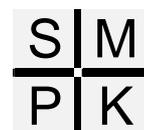
Monika Weyer
Gabriele König
Ulrich Paatsch

Methodische Anregungen zu
Umweltausstellungen

Berlin 2003

aus dem
**Institut für
Museums-
kunde**

Staatliche Museen zu Berlin
Preußischer Kulturbesitz



Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde

In dieser Reihe werden aktuelle Forschungsergebnisse, Arbeitsberichte und Handreichungen zur Museumskunde publiziert. Sie ergänzt damit die „Materialien aus dem Institut für Museumskunde“ und wird interessierten Fachleuten auf Anfrage kostenlos zur Verfügung gestellt.

Eine Liste aller lieferbaren Publikationen des Instituts für Museumskunde befindet sich am Ende dieses Heftes.

Institut für Museumskunde
Staatliche Museen zu Berlin –
Preußischer Kulturbesitz
In der Halde 1
14195 Berlin (Dahlem)
Telefon (030) 8301 460
Telefax (030) 8301 504
e-mail: ifm@smb.spk-berlin.de

Nr. 25

Monika Weyer
Gabriele König
Ulrich Paatsch

Methodische Anregungen zu Umweltausstellungen

Beiträge aus der Veranstaltung der Alfred Toepfer Akademie für Naturschutz (NNA)
„Von der Vitrine zur Virtual Reality – über den Einsatz von Medien in Informationsaus-
stellungen des Naturschutzes“ (19. - 20. November 1998, Schneverdingen)

Ich hätte viele Dinge begriffen,
hätte man sie mir nicht erklärt.
(Stanislaw Jerzy Lec)

VORWORT

Hereinspazieren, Eintauchen, Erleben und Agieren. Der Anspruch an Ausstellungen wächst. Sie sollen Erlebnis-, Erkenntnis- und Emotionsräume bauen, in denen die Kommunikation auf vielen Ebenen stattfindet und möglichst alle Sinne fordert. Es gilt Neugier zu wecken und oder Irritationen auszulösen. Der Trend geht zu besucherorientierten Präsentationsformen, zu Erlebnisangeboten und Infotainment. Ausstellungen verstehen sich immer häufiger als Event.

Auch der Wandel in der Wissensvermittlung wird in Museen und Ausstellungen deutlich. Fein säuberlich beschriftete Exponate in Vitrinen genügen nicht, um die komplexen Sachverhalte darzustellen und Erklärungen reichen nicht zum Begreifen. Längst werden neue, zum Teil technisch aufwendige Wege beschritten. So werden die Gegenstände bei der aus dem angelsächsischen Raum stammenden Methode der Virtual Reality nacherlebbar eingebettet in funktionale oder geschichtliche Zusammenhänge.

Die Veranstaltung „Von der Vitrine zur Virtual Reality – über den Einsatz von Medien in Informationsausstellungen des Naturschutzes“, die vom 19. – 20. November 1998 bei der Alfred Toepfer Akademie für Naturschutz (NNA) in Schneverdingen stattfand, sollte ein kleiner Überblick über neuere Entwicklungen und Präsentationsformen bieten. Auf dem Programm standen:

Streifzug durch zeitgemäße Ausstellungskonzepte

Dr. Ulrich Paatsch, Arbeitsgruppe Bildungsforschung, Heidelberg

Umweltausstellung mit Wirkung?

Marita Anna Scher, Museumspädagogin, Koldenbüttel

Kommen – Ausprobieren - Forschen. Zum Konzept des Kindermuseums

Gabriele König, Stellv. Direktorin der Kinderakademie, Fulda

Expedition Titanic - Die Ausstellung

Björn Bellmann, Volkskundler (M.A.) und Ausstellungsmacher, Hamburg

Didaktisch – praktisch – gut. Ausstellung in den USA

Monika Weyer, Museumspädagogin, Münster

Zwischen Forschung und Öffentlichkeitsarbeit. Das Multimar Wattforum Tönning eine Bildungseinrichtung für den Nationalpark Wattenmeer.

Dr. Gerd Meurs, Multimar Wattforum, Tönning

Virtual-Reality

- Die neuen Möglichkeiten in Beispielen
- Was zu bedenken ist - technische Informationen zum Medium

Dipl.-Ing. Bernd Lutz, Fraunhofer-Institut, Darmstadt

November-Reality.

Spaziergang durch das Hofgehölz von Hof Möhr

Dipl. Biol. Gertrud Hartmann, NNA

Neue Ansätze zu diskutieren und – insbesondere im Hinblick auf ihre Verwendbarkeit für Informationseinrichtungen des Naturschutzes – war das besondere Ziel des Seminars. Ich danke allen Referenten und Referentinnen für ihre anregenden Beiträge.

Einige sehr lesenswerte Manuskripte sind entstanden, und ich bin besonders froh und dankbar, dass sich die Gelegenheit der Veröffentlichung in der Reihe Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde ergeben hat, sodass durch diese Publikation viele der guten Ideen und Anregungen weitergegeben werden können.

Gertrud Hartmann, NNA

Inhaltsverzeichnis

VORWORT.....	5
MONIKA WEYER: DIDAKTISCH - PRAKTISCH - GUT. AUSSTELLUNGEN IN DEN USA.....	9
GABRIELE KÖNIG: DIE ANFÄNGE DER KINDERMUSEEN IN DEN USA.....	29
ULRICH PAATSCH: UMWELTAUSSTELLUNGEN BESUCHERGERECHT GESTALTEN.....	37
VERÖFFENTLICHUNGEN AUS DEM INSTITUT FÜR MUSEUMSKUNDE.....	65

MONIKA WEYER: DIDAKTISCH - PRAKTISCH - GUT. AUSSTELLUNGEN IN DEN USA

Was kann man von amerikanischen Museen lernen? Was zeichnet Museen in den USA aus? Ist es der Medieneinsatz, ist es das Inszenieren à la „Disneyland“, was das Besondere ausmacht?

Um es vorweg zu nehmen: In keinem einzigen der 27 Museen, die ich in den USA besucht habe¹, habe ich „Virtual Reality“ auch nur annähernd in einer Ausprägung entdeckt, wie sie im Vortrag vorgestellt wurde von *Bernd Lutz*. Selbst in dem brandneuen, im März 1998 teilweise eröffneten ScienCenter in Los Angeles beschränkt sich „Virtual Reality“ auf eine Blue-Screen-Installation, wie man es in ähnlicher Form aus dem virtuellen Fernsehstudio kennt.

Wenn es also nicht die neueste Technik ist - wohin ist dann die Entwicklung in den amerikanischen Museen gegangen?

Aufbau des Artikels

Welchen Weg die großen amerikanischen naturhistorischen Museen „von der Vitrine“ aus - um an den Tagungstitel anzuknüpfen - einschlugen, wird nachfolgend an einigen typischen Beispielen beschrieben. Daran schließt sich an, was die „didaktische und praktische“ Herangehensweise amerikanischer Museen ausmacht: Ziel- und Besucherorientierung als Basis für „gute“ Ausstellungsplanung. Illustriert wird dies durch Beispiele aus verschiedenen Museen. Allgemeine Prinzipien für besucherorientierte, bewusstseinsbildende Ausstellungen bilden den Abschluss.

Entwicklungen in den großen naturhistorischen Museen

Nicht ein historischer Abriss über die Geschichte des Ausstellungsdesigns soll hier folgen. Vielmehr möchte ich an der Stelle ansetzen, die auch im Tagungstitel als Ausgangspunkt genannt ist - bei der Vitrine.

Die großen naturhistorischen Museen der USA wie das American Museum of Natural History in New York (eröffnet 1869), das Field Museum of Natural History in Chicago (gegründet 1893), die California Academy of Sciences in San Francisco (gegründet 1853) oder das Natural History Museum of Los Angeles County (gegründet 1913) waren zunächst tatsächlich „Vitrinen-Museen“: Die Sammlung wurde, nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten geordnet, in Vitrinen ausgestellt. Für Jahrzehnte war dies die vorherrschende Präsentationsform.

Dann kam das Diorama (vgl. *Wonders* 1989). Dioramen zeigen Tiere in ihren Lebensräumen; die Dermoplastiken stehen inmitten von Pflanzenpräparaten vor dem gemalten Hintergrund einer perspektivisch verkleinerten Landschaft, detailgetreu so angeordnet, dass die Illusion eines geschlossenen Landschaftsausschnittes entsteht. Damit rückte anstelle des rein wissenschaftlichen Anspruchs das Anliegen in den Vordergrund, die Sammlung für den Besucher attraktiv zu präsentieren. Wie schon bei Vitrinen sind auch vor Dioramen die Besucher durch eine Glasscheibe von den Objekten getrennt.

Das älteste bekannte Diorama der Welt ist eine Bisamrattengruppe von Carl Akely aus dem Jahr 1890. Es ist heute noch im Milwaukee Public Museum (gegründet 1882) zu sehen - jetzt etwas abseits im Untergeschoss, aber auch im Internet. Dieses „Voll-Habitat-Diorama“ wurde bekannt als „Milwaukee Style“ und zum Standard in der Ausstellungstechnik (<http://www.mpm.edu>). In den folgenden Jahrzehnten wurden in den naturhistorischen Museen oft gleich mehrere Hallen von einigen hundert Quadratmetern Größe mit Dioramen ausgestattet. Noch in den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts eine Innovation, ließ die Begeisterung für Dioramen im Laufe der Jahrzehnte nach. In neueren Ausstellungen kam man allmählich von dieser Ausstellungstechnik ab. Spätestens seit den 80er, 90er Jahren stehen in den Dioramenhallen Veränderungen an.

In vielen naturhistorischen Museen sollten die Dioramenhallen grundsätzlich erhalten bleiben. Man machte sich Gedanken, wie die als zu wenig informativ und zu statisch empfundenen Dioramenhallen animiert werden könnten.

Die Entwicklungen in den großen naturhistorischen Museen, ausgehend von den reinen Vitrinen- und Dioramenausstellungen, lassen sich unter drei Stichworten fassen:

¹ naturhistorische Museen, Kindermuseen, Science Center und weitere Einrichtungen, die bewusstseinsbildende Ziele verfolgen

- zu mehr Information / Interaktion

Neben dem geringen Informationsgehalt wurde als Manko der Dioramen bewertet, dass dort keine wirklichen Lebensgemeinschaften gezeigt wurden, da sich die ausgestellten Tiere auf (große) Säugetiere beschränkten. Um dem zu begegnen, wurden an den Dioramen selbst einige Änderungen vorgenommen: Teilweise wurden die Dioramen durch weitere typische Arten ergänzt oder aber einzelne Präparate der großen Tierarten herausgenommen, so dass die gezeigten Lebensgemeinschaften sich den realen Lebensräumen annäherten. Zu beiden Seiten der Dioramen und / oder unmittelbar davor wurden Texte und einfache interaktive Elemente angebracht, an denen Informationen über den dargestellten Lebensraum als Ganzes wie auch über die gezeigten Arten vermittelt werden. Interaktivität beschränkt sich auf einfache Handlungsmöglichkeiten: Auf Knopfdruck ertönen Tierlaute, wird eine Geschichte erzählt oder ein Text beleuchtet, unter Klappen kann man Tiere oder aber Antworten auf Fragen finden. Oftmals wurde versucht, diese dunklen, „leeren“ Hallen selbst zu füllen und beleben, z. B. indem einzelne Elemente der dargestellten Landschaft wie z. B. Felsen in den Raum hinein verlängert wurden (San Francisco, Los Angeles), in die Mitte des Raumes zusätzliche Stationen integriert wurden (Denver; *Dyer* 1992) oder aber die verschiedenen Dioramen einer Halle mittels eines „Wanderweges“ gestalterisch und inhaltlich zu einer Gesamtinszenierung verbunden wurden (Chicago).

Parallel dazu wurden in diesen Museen neue, „moderne“ Ausstellungen eingerichtet, mit einem breiten Spektrum verschiedener Medien und Darstellungsformen wie interaktiven Installationen, Vitrinen, Texten, Filmen, Fotos und Inszenierungen (z. B. im Natural History Museum of Los Angeles County, Ausstellungen „Insektenzoo“ und „Vögel“).

- zu mehr Atmosphäre

Einen anderen Weg ging man im Milwaukee Public Museum: Hier verschwanden die trennenden Glasscheiben, die Lebensgemeinschaften wurden - quasi als offene Dioramen - frei in den Raum gestellt, nur durch optisch wirksame Barrieren vor den Besuchern geschützt.

Noch einmal weiterentwickelt wurde der „Milwaukee Style“ in Form des sogenannten „Walk-through“, d. h. begehbaren Environments. Ein Beispiel dafür ist die Regenwald-

Ausstellung „Rain Forest: Exploring Life on Earth. Auf ca. 1200 m² wurde das Ambiente eines „echten“ Regenwaldes (aus Costa Rica) geschaffen, den Besucher ebenerdig und auf einem Weg durch die Laubschicht durchstreifen können. Auch ein sechs Meter hoher Wasserfall wurde installiert. Die benötigten Pflanzen- und Tierpräparate bis hin zu Tonaufnahmen hatten fünfzehn Wissenschaftler und Gestalter des Museums zwei Wochen lang mit Unterstützung von Biologen des National Museums of Costa Rica gesammelt. In die nachgebildete Vegetation sind Vitrinen, Texte und Abbildungen harmonisch integriert. Zusätzlich findet man auf einer Galerie eine Abfolge von ca. 30 Vitrinen und Text-/Bild-Tafeln über einzelne Aspekte des Themenkomplexes Evolution und Ökologie. Mit der Regenwald-Inszenierung setzen die Ausstellungsmacher auf deren emotionale Wirkung. Damit soll eine positive Anmutung dieses Lebensraumes erzeugt, zugleich auch die Motivation erhöht werden, sich in dieser Ausstellung aufzuhalten und damit zu befassen (*Young 1989; Korenic, Young 1991*).

- zur Fachwissenschaft

Mit ihrer fachwissenschaftlichen Ausrichtung sind die neueren Ausstellungen des American Museum of Natural History in New York eher ungewöhnlich für amerikanische Museen.

Die meisten Dioramenhallen sind hier noch im Stil der 30er Jahre des 20. Jahrhunderts erhalten. Einzig in einer Halle wurde ein Museumsshop eingerichtet, die Dioramen bilden die Kulisse für das exotische Ambiente des Shops - unter kommerziellen Gesichtspunkten sicher eine gute Lösung.

Neue Ausstellungen wie „Biologie und Evolution des Menschen“ (1993) und „Evolution der Wirbeltiere“ (1996) sind stark kognitiv ausgerichtet. Anders als in der Mehrzahl der Museen setzen diese eleganten, modern gestalteten Ausstellungen weder auf emotional-affektives noch auf aktionales Lernen der Besucher: Hier wird klassisch kognitiv vermittelt. Besonders auffällig ist dies bei der Ausstellung über die Systematik der Wirbeltiere, in der auf mehr als 4400 m² Fläche systematisch und redundant die Evolution der Wirbeltiere entwickelt wird. So gut diese Ausstellung auch - überwiegend von Familien und Jugendlichen - besucht war, darf doch bezweifelt werden, ob Besucher mit dieser Ausstellung viel anfangen können.

Die neueste Dauerausstellung des American Museum of Natural History, die im Mai 1998 eröffnet wurde, hat den Titel „Biodiversität“. Aufgrund dieses Titels sollte man schließen, dass auch hier die Fachwissenschaft im Vordergrund steht. Im Internet wirbt die Ausstellung allerdings u. a. mit einem „Walk-through-Regenwald-Diorama“, was darauf hindeutet, dass diese Ausstellung stärker emotional angelegt ist.

Das Besondere der amerikanischen Museen: Ziel- und Besucherorientierung

Aus dem vorstehenden Überblick lässt sich ableiten: Selbst bei der engen Sparte der großen naturhistorischen Museen gibt es nicht nur den einen Typ der Ausstellungsgestaltung.

Was die amerikanischen Museen - und nicht nur die naturhistorischen - verbindet, ist die Art und Weise, in der die Ausstellungen entwickelt werden; d. h. nicht neueste Medien und Technik machen das Besondere aus, sondern die Überlegungen, die hinter der Entscheidung für die gewählte Form steht.

Allen besuchten Einrichtungen ist gemeinsam, dass sie Ziel- und Zielgruppenorientierung an den Anfang ihrer Ausstellungsplanung stellen. Zielorientierung einerseits und Besucherorientierung andererseits dienen als Schlüssel für erfolgreiche, effiziente Ausstellungen, für Ausstellungen, die beim Besucher ankommen und deren Botschaften den Besucher erreichen.

Zielorientierung

Wann immer ich in einem Museum nach den Zielen fragte, die die Ausstellungsmacher mit ihren Ausstellungen verfolgen, erhielt ich - mal als einfachen Ausdruck auf Papier, mal innerhalb des Jahresberichtes - das sogenannte „mission statement“ überreicht. Gemeint ist eine Formulierung der „Mission“, der übergeordneten Zielsetzung, der sich die Einrichtung als Gesamtes verpflichtet. In der Regel ist die „Mission“ auch in den Internet-Präsentationen zu finden (*Wersig, Schuck-Wersig 1997*).

Beispiel für eine „Mission“ aus dem Cincinnati Museum Center
(Quelle: <http://www.cincymuseum.org/mission.htm>)

Mission

„The Mission of Cincinnati Museum Center is to inspire all people to understand and appreciate natural history, science, and regional history; and to support the development of children. We collect and preserve; we advance and share knowledge. We stimulate curiosity and promote enjoyment of learning.“

In ähnlicher Weise werden auch für die einzelnen Ausstellungen die Zielsetzungen festgelegt. Und selbst innerhalb der Ausstellungen werden für die einzelnen Stationen „Botschaften“ oder „Take-home-Messages“ formuliert. Sie beschreiben prägnant, was an dieser Stelle dem Besucher vermittelt werden soll. Amerikanische Ausstellungsmacher haben eine klare Vorstellung davon, was ihre Ausstellungen transportieren sollen. Das Attribut „didaktisch“, das in der Überschrift zu diesem Beitrag steht, spielt auf diese ausgeprägte Zielorientierung an.

Zielorientierung

Was ist die Aufgabe des Museums?	Mission des Museums
Was will ich mit der Ausstellung erreichen?	Ziel der Ausstellung
Was soll der Besucher mit nach Hause nehmen?	Botschaft, Take-home-Message

Besucherorientierung

Das zweite Attribut - „praktisch“ - bezieht sich auf die praktische Seite der Museumsarbeit: auf die Besucher. Amerikanische Ausstellungsmacher richten ihre Arbeit sehr stark auf ihre Zielgruppen aus.

Besucherorientierte Ausstellungsplanung heißt, die Interessen, das Vorwissen und ggfs. Missverständnisse in Bezug auf das Ausstellungsthema zu berücksichtigen und die Ausstellung so zu gestalten, dass sie für die Besucher bedeutsam, wichtig ist und Anknüpfungspunkte an die Alltagserfahrungen und das Vorwissen der Besucher aufweist. Um zu diesen Informationen zu kommen, werden häufig im Vorfeld der Ausstellungskonzeption Besucherbefragungen durchgeführt, die helfen sollen, Antworten auf die folgenden Fragen zu geben:

Zielgruppenorientierung

Was interessiert den Besucher?	Interesse
Was ist für den Besucher wichtig, bedeutsam?	Bedeutsamkeit
Wo gibt es Anknüpfungspunkte?	Bezug
Was ist über das Thema bekannt?	Vorwissen
Worüber bestehen falsche Vorstellungen?	Missverständnisse

Unter dem Blickwinkel von Ziel- und Besucherorientierung werden nachfolgend Beispiele aus einigen amerikanischen Museen vorgestellt.

Arizona Sonora Desert Museum, Tucson, Arizona

Das Arizona Sonora Desert Museum in Tucson ist kein Museum im engeren Sinne, sondern eine Mischung aus Zoo, botanischem Garten und Museum. Es wurde 1952 gegründet und wird seither ständig erweitert; viele Bereiche sind in den 90er Jahren entstanden.

Ziel dieser Einrichtung ist es, dazu beizutragen, dass Besucher die Natur der Region kennen und schätzen lernen.

Dementsprechend geht es im Arizona Sonora Desert Museum um regionale Natur: um Pflanzen und Tiere der Sonora-Wüste in Arizona, in der diese Einrichtung auch liegt. Typisch für diese Landschaft sind die gewaltigen, aus zahlreichen Western bekannten Kandelaber-Kakteen, die Saguaros, und viele weitere, für Europäer fremde Kakteenarten, ebenso wie eine völlig andere Fauna. Das Wüsten-Museum zieht mit diesen bizarren Lebensformen jedoch nicht nur Touristen an, vielmehr stammt die Hälfte der jährlich 600.000 Besucher aus Arizona.

Im Arizona Sonora Desert Museum ist man stolz darauf, dass in Tucson der Anteil von Gärten mit Rasen und anderen nicht an das Wüstenklima angepassten Pflanzen seit Bestehen der Einrichtung deutlich zurückgegangen ist - ein Erfolg, den die Mitarbeiter des Museums mit auf ihre Arbeit zurückführen.

Viele kleine Bausteine - von der authentischen Natur über künstlich geschaffene Naturräume bis hin zu künstlerischen Objekten und Installationen - tragen dazu bei, die Besucher emotional anzusprechen. In „The Cave“, einer künstlich geschaffenen Höhle, hat man die Illusion sich tatsächlich in einer Höhle zu befinden; hier findet man Relikte früherer Höhlenbewohner, menschlicher und tierischer, und Informationen darüber. Im angrenzenden Bergwerksstollen sind Mineralien zu sehen.

Neugier und Interesse der Besucher werden dadurch wach gehalten, dass man ständig zum Stöbern und Entdecken angeregt wird: Ein Beispiel dafür sind die Raubkatzen-Gehege, die als „Hide-and-seeK-Settings“ angelegt sind. Diese Gehege sind von zwei Ebenen und mehreren Seiten aus einsehbar, erlauben aber jeweils nur den Einblick in einen Teilbereich: Man wird unwillkürlich suchen, von wo aus man „Bobcat“ und „Mountainlion“ am besten sehen kann.

Besucherorientierung äußert sich sehr markant an den Texten zu den Gehegen, etwa an den Texttafeln über Javelinas - das sind Säugetiere, die Wildschweinen sehr ähnlich sehen, mit Schweinen allerdings nicht sonderlich eng verwandt sind. Dort steht auf der Tafel eine Frage, wie man sie sich als Laie stellt, wenn man solch ein Tier sieht, und diese wird einfach, anschaulich, teilweise auch witzig beantwortet, oft ergänzt durch eine pfiffige Zeichnung.

Beispiele für Fragen auf Klappen und Überschriften der Texte zum Javelina-Gehege

„Wir sind keine Schweine!“ („We're not pigs!“)

Sind Javelinas gefährlich?

Was wiegt ein Javelina?

Wie fressen sie Kakteen? (Hier wird auch erläutert, wie man das überhaupt feststellen kann.)

Wie gut können Javelinas sehen? (Antwort, gekürzt: Nicht so gut wie du, aber sie kommen damit zurecht.)

Wer ist der Boss? (Thema: soziales Verhalten)

Ausdruck von Besucherorientierung ist auch das Buch „Book of Answers“ (Lazaroff 1998) aus dem die Liebe zur Sonora-Wüste ebenso spricht wie die Achtung vor den Besuchern, die mit ihren Anliegen ernst genommen werden. Hier werden die 100 am häufigsten gestellten Besucherfragen engagiert, kompetent, ernsthaft und zugleich erheiternd beantwortet.

Eine Randbemerkung: Zur Attraktivität des Arizona Sonora Desert Museum trägt ganz erheblich die „echte Natur“ bei, die man hier geboten bekommt.

Natural History Museum of Los Angeles County, Los Angeles, Kalifornien

Mit ca. 15.000 m² Ausstellungsfläche ist das naturhistorische Museum in Los Angeles das drittgrößte in den USA. Auch hier gibt es die großen Dioramensäle im Stil der ersten Jahrzehnte des 20. Jahrhunderts, die renoviert und mit sparsamen Mitteln ergänzt wurden.

Aus diesem Museum soll eine neuere Ausstellung, die Anfang der 90er Jahre eröffnet wurde, vorgestellt werden: der „Insektenzoo“.

Ziel dieser Ausstellung ist es, über Insekten zu informieren, diese den Besuchern nahe zu bringen und ggfs. die Einstellung gegenüber Insekten positiv zu verändern.

Im Insektenzoo kann sich der Besucher schauend, beobachtend und spielerisch Informationen über Insekten aneignen, die auf konkrete, einfache und anschauliche Weise vermittelt werden.

Insekten werden den Besuchern hier im wörtlichen Sinne nahegebracht, indem immer wieder - inhaltlich und mit gestalterischen Mitteln - Parallelen zum menschlichen Alltag aufgezeigt werden. Beispielsweise ist die Nahrung verschiedener Insekten in einem Kühlschrank untergebracht, den man erst einmal öffnen muss. Eine Vitrine enthält Spielzeuge, Bücher und Alltagsgegenstände, die Insekten darstellen bzw. zeigen, an einer anderen Stelle wird ist zu sehen, wo überall man in seinem Alltag Insekten begegnet.

Aus diesem Museum soll eine zweite Ausstellung vorgestellt werden, die

Sonderausstellung „Dinosaurier“ im Natural History Museum of Los Angeles County

Die Sonderausstellung des Natural History Museum of Los Angeles County im Frühjahr 1998, „Dinosaurier“, stammt von der japanischen Firma Kokoro, die meterhohe, mit Hydraulik betriebene Roboter für Ausstellungen produziert. Kernstücke der Ausstellung sind denn auch die Nachbildungen von Dinosauriern, die mit dem Kopf wackeln, das Bein anheben oder sich aufrichten.

Bei Ausstellungen mit animierten Dinosauriern darf man vermuten, dass der Antrieb, eine solche Ausstellung zu machen, kommerziellen Ursprung hat: Lebensechte Dinosaurier sind (immer noch) DIE Attraktion. Man merkt dieser Ausstellung jedoch an, dass sie neben dem kommerziellen Anliegen auch ein Vermittlungsziel hat: Besucher sollen sich aus Forscherperspektive selbst Informationen über Dinosaurier erschließen. An verschiedenen Stationen werden Fragen beantwortet wie: Was weiß man über Dinosaurier, woher weiß man das, wie kann man das herausfinden?

Gelöst wird das in der Ausstellung dadurch, dass Besucher zum genauen Hinsehen und wissenschaftlichen Beobachten hingeführt werden. Ein Beispiel: In einer Vitrine mit mehreren Eiern - vom Singvogel über das Straußenei bis zum versteinerten Dinosaurierei - findet man auch eine Rasterelektronenmikroskop-Aufnahme einer Eioberfläche unter einem Mikroskop, dazu die Aufforderung „Kannst du die Löcher erkennen, durch die Luft durch die

Schale gelangt?“. Man kann ferner - pädagogisch betreut - aus einer Sandkiste mit geeigneten Ausgrabungswerkzeugen Fossilien freilegen oder das Arbeitszimmer und die Arbeitsmethoden eines Paläontologen kennen lernen.

Cincinnati Museum of Natural History and Science, Cincinnati, Ohio

Auch im Cincinnati Museum of Natural History and Science begeben sich Besucher in die Rolle eines Forschers: Ein ganzer Ausstellungsbereich „Clues from the Past“ ist darauf angelegt, sich in die detektivische Kleinarbeit von Wissenschaftlern hineinzusetzen. So begegnet man gleich zu Beginn der Ausstellung dem Detektiv Sherlock Holmes, der an den Stationen immer wieder auftaucht. Das Prinzip, aus Beobachtungen Schlüsse auf Funktionen, Verwandtschaften etc. zu ziehen, wird konsequent verfolgt. Ich selbst hatte allerdings teilweise Schwierigkeiten, bestimmte Unterscheidungsmerkmale überhaupt zu erkennen, obwohl ich mich ausgiebig damit beschäftigte. Hier hatten sich die mit der Ausstellung befassten Fachwissenschaftler offensichtlich nicht ausreichend Gedanken darüber gemacht, wie schwierig es für Laien sein kann, Strukturen zu erkennen und unterscheiden, die dem Wissenschaftler vertraut sind.

Das Cincinnati Museum of Natural History and Science mit seinen 9000 m² Ausstellungsfläche ist Teil des Museum Center Cincinnati. Untergebracht ist der gesamte Museumskomplex von 50.000 m² im historischen Union Terminal, einem Bahnhofsgebäude im Art-Deco-Stil aus dem Jahr 1933, das auch heute noch als Bahnhof genutzt wird.

Hauptattraktion des Cincinnati Museum of Natural History and Science ist eine Tropfsteinhöhle im Innern des Museums - noch aufwändiger als im Arizona Sonora Desert Museum in Tucson. Überall fließt Wasser, tropft es von der Decke. Zwei Wege führen durch die Höhle. Der einfache Weg, der „Trail for Beginners“, ist für Rollstuhlfahrer geeignet, während der zweite Weg „für Fortgeschrittene“ auf verschiedenen Ebenen verläuft und so schmal ist, daß breitere Personen Gefahr laufen, stecken zu bleiben. Sicher ist es faszinierend, ein Abenteuer, Spaß, eine Herausforderung, diese Höhle zu durchstreifen. Sicher erhält man auch eine recht gute Vorstellung davon, wie eine echte Tropfsteinhöhle aussieht. Viel mehr über Höhlen erfährt man dort nicht, nur an sehr wenigen Stellen ist eine kleine Vitrine mit Objekten und erläuterndem Text integriert. Falls hinter dieser Ausstellung allein die Zielsetzung steht, dass Besucher eine Anmutung von einer Höhle erhalten sollen, dann kann das diese Ausstellung wohl leisten. Hier wird für die Imitation von Natur ein er-

heblicher Aufwand getrieben - und man kann sich fragen, ob solche „authentischen“ Naturerfahrungen nicht besser in der freien Natur aufgehoben sind.

Sonderausstellung „Beakman’s World“ im Cincinnati Museum of Natural History and Science, Cincinnati, Ohio

Auch für amerikanische Vorstellungen fällt die Sonderausstellung „Beakman’s World“ etwas aus dem Rahmen. Ausgangspunkt ist eine gleichnamige Wissenschaftsshow des Fernsehsenders CBS für die Zielgruppe Kinder und Jugendliche, in der Phänomene und Fragestellungen aus Wissenschaft und Alltag behandelt werden. Die Ausstellung ist sozusagen die Hands-on-Version des Fernsehprogramms. Was dabei herausgekommen ist, ist eine schrille, lebendige, witzige, verrückte und zugleich einfache, anschauliche und konkrete Ausstellung, die mich bei meinem Besuch in Cincinnati beeindruckte und auch bei den Tagungsteilnehmern in Schneverdingen ein positives Echo erzielte.

Was ist das Faszinierende an Beakman’s World?

Ziel dieser Ausstellung ist es, Fragen der Art, wie sie Kinder stellen - „Was ist das? Wie funktioniert das?“ - aufzugreifen und auf einfache, anschauliche und konkrete Weise zu erklären. Und das in peppiger Verpackung. Und dazu witzig.

Und genau das, so meine ich, ist hier gelungen. Auch wenn ich, als Erwachsene, vor lauter Buntheit, einer Fülle von Objekten und einem Durcheinander von Formen etwas verwirrt war und nicht so recht wusste, wohin ich mich zuerst wenden sollte, überzeugten mich dann die einzelnen, pädagogisch sehr gut durchdachten, dazu mit allerlei dekorativem, skurrilem Firlefanz garnierten Stationen.

Das erste Beispiel ist die Station „Basement Experiments and Research“, an der das Prinzip wissenschaftlicher Forschungsarbeit in ihrem systematischen Ablauf behandelt wird. Der wissenschaftliche Erkenntnisprozess wird in fünf Schritten durchlaufen durchgespielt an einem konkreten Beispiel. Es geht um die Beobachtung, dass sich der Fliesenboden im Badezimmer kälter anfühlt als die Badematte.

Schritt	Methodisches Vorgehen	Beispiel
1.	Frage stellen	Warum fühlen sich die Fliesen kälter an als die Badematte?
2.	Hypothese aufstellen	Die Fliese ist kälter.
3.	Experiment durchführen	Temperaturmessung
4.	Ergebnisse des Experiments überprüfen	Temperaturvergleich
5.	Schluss ziehen	Die Hypothese war falsch.

Die richtige Erklärung für den vermeintlichen Temperaturunterschied wird nicht vorenthalten: Die Antwort erhält man per „Telefon“ entweder von Prof. Lottie Fun, die den Sachverhalt mit sehr einfachen Worten erklärt (dieser Anruf wird empfohlen), von Prof. I. M. Boring (was - anders geschrieben - mit „Ich bin langweilig“ zu übersetzen wäre - und entsprechend wissenschaftlich-zäh ist der Text) sowie von Sigmund Freud, der schnell zu seiner Theorie der Psychoanalyse abschweift. Mit der Methode der fünf Schritte wird wissenschaftliche Arbeitsweise transparent: So einfach ist Wissenschaft.

Gleich an mehreren Stationen geht es um Dinosaurier. Zwei unterschiedlich befestigte Hämmer dienen als Modelle für die unterschiedlichen Beinstellungen von Dinosauriern bzw. von Echsen. Hebt man die beiden Hämmer an, wird man feststellen, dass es mit der Dinosaurier-Hüfte viel leichter ist, ein Gewicht - die Körpermasse - zu heben, als mit der Echsen-Hüfte. An anderer Stelle wird - in Analogie zu Ziegelsteinen - erklärt, welchen Vorteil Hohlknochen gegenüber massiven Knochen haben: weniger Gewicht bei in etwa gleicher Tragfähigkeit. Das Aussterben der Dinosaurier wird am Arbeitsplatz eines Kriminalkommissars behandelt: Die verworfenen Theorien dazu liegen im Papierkorb, die Karten mit den aktuellen Verdächtigen stecken im Karteikasten zur Überprüfung.

Ihre Fragen an Mr. Beakman können Besucher auf Zettel schreiben und in einen Kasten einwerfen; einige davon ihnen werden in folgenden Fernsehsendungen ausführlich beantwortet werden. An den Stationen wendet sich „Mr. Beakman“ in seinen Texten direkt an seine Fragesteller: „Great question, Maria!“ Beide Beispiele können als Ausdruck einer starken Ausrichtung auf den Besucher verstanden werden.

Anhand meiner punktuellen Beobachtungen kann ich nicht beurteilen, ob Jugendliche das Potential, das in dieser Ausstellung zweifellos steckt, wirklich nutzen, ob sie sich auf die einzelnen Stationen so einlassen, dass sie deren „Botschaften“ wahrnehmen - oder aber ob sie in diesem bunten Durcheinander eher dazu neigen, von Station zu Station zu springen und nur schnell mal „durchzuzappen“, ohne viel mitzunehmen.

ScienCenter, Los Angeles, Kalifornien

Dieses Science-Center, das aus dem California Museum of Science and Industry hervorgegangen ist, eröffnete im März 1998 seine ersten Ausstellungsbereiche. Es behandelt vornehmlich Themen, die im Bereich Natur, Technik und Umweltschutz angesiedelt sind. Vieles hat Alltagsbezug, mit besonderer Relevanz für die Besucher.

Von dieser empfehlenswerten Institution, die gerade im Hinblick auf ihren zeitgemäßen, pädagogisch den Vermittlungsinhalten angemessenen Medieneinsatz interessant ist, wurde im Vortrag ein Aspekt vorgestellt, der im Plenum eine heftige Diskussion auslöste. Im Bereich „Creative World“ gibt es mehrere kurze Videosequenzen, in denen umweltgerechtes Handeln propagiert wird (Energiesparen im Haushalt und im Verkehr, Müllvermeidung, Wassersparen), die andere Installationen zu diesen Themen ergänzen. Vermittler für diese Botschaften ist die „Globehead-Family“, die „Erdkopf-Familie“, knuffelige Comic-Figuren mit globusförmigen Köpfen. Gezeigt wird eine Alltagsszene, in der die Familienmitglieder über ein bestimmtes umweltrelevantes Verhalten in Streit geraten, etwa darüber, ob man beim Zähneputzen den Wasserhahn abstellt. Die Figur, die eine „Umweltsauerei“ begeht, bekommt das Schimpfwort „Wastehead“, „Müllkopf“, an den Kopf geworfen, und sein runder Kopf wird eckig und verfärbt sich: peinlich. Damit setzen die Filme genau dort an, wo die Umweltbildungsarbeit steht: Nicht Wissen und Umweltbewusstsein fehlen, sondern es hapert an der Handlung. Genau an diesem Punkt entzündete sich die Diskussion: Dies sei der „erhobene Zeigefinger“, den es in der (Umwelt-) Pädagogik ja gerade zu vermeiden gilt. So weit, so richtig. Auf mich selbst wirkten diese kurzen Spots keineswegs mahnend - belehrend - vorwurfsvoll; vielmehr verstand ich sie eher als Erinnerung daran, sich in den vielfältigen Alltagssituationen tatsächlich umweltgerecht zu verhalten, worüber offensichtlich in der amerikanischen Gesellschaft Konsens besteht („political correctness“). Die Einstellung, dass Umweltsünden sozial unerwünscht sind, wird beim Besucher stillschweigend vorausgesetzt. Ich sehe hier eher einen kleinen, von einem Augenzwinkern begleiteten Schubs als ein schlechtes Gewissen. Um das - aus deutscher Sicht - wirklich beurteilen zu können,

müssten die amerikanischen Besucher vor Ort befragt werden. Wie eingangs erwähnt, ergänzen die Globehead-Szenen technische Stationen zum gleichen Thema, so dass ihre didaktische Aufgabe nicht überschätzt werden sollte.

Museum of Tolerance, Los Angeles, Kalifornien

Dieses Holocaust-Museum wurde, obwohl kein „Umweltmuseum“, hier mit aufgenommen, weil dort ein besonders gutes Beispiel dafür gefunden wurde, wie sich bewusstseinsbildende Prozesse mit Hilfe neuer Techniken anstoßen lassen.

Ziel der Station, um die es hier geht, ist es, die fatalen Auswirkungen von „hate speeches“ (Hetzreden) und die Mechanismen, die bei dieser Art von Kommunikation in Gang gesetzt werden, bewusst zu machen, den Besucher seine eigene Meinung bilden und dann Stellung beziehen zu lassen. Konkret geht es um das Recht auf freie Meinungsäußerung versus notwendige Rücksichtnahme auf andere. Wie wird das vermittelt?

Etwa zehn Besucher betreten eine typisch amerikanische Bar und setzen sich an Zweiertische oder an den Tresen. Jeder Platz ist ausgestattet mit Kopfhörern, einem Bildschirm und einer Tastatur für ein Auswahlprogramm. Ein „Barkeeper“ erklärt den Ablauf des Programms. Auf einer Kinoleinwand hinter der Bar erscheint ein kurzer Film: Ort der Handlung ist eine Bar, in der drei Männer an einem Tisch die demagogische Rede eines Radiosprechers verfolgen und sich dann selbst darüber ereifern. Es fallen Drohungen, weitere Personen werden einbezogen. Die Szene mündet in eine Gewalthandlung, bei der ein Unbeteiligter von einem Schuss getroffen wird. Aus gesprochener Gewalt, der „hate speech“, resultiert eine gewaltsame Handlung, so die Botschaft. Jetzt beginnt für die Besucher die interaktive Phase: Am eigenen Bildschirm befragt man die verschiedenen Akteure im Film zu ihrer Einstellung oder ihrer Begründung für ihr Verhalten in der gezeigten Szene. Man hat insgesamt fünf Minuten Zeit, um verschiedene, fertige Filmsequenzen zu jeder Person auszuwählen. Das Programm endet damit, dass die Besucher aufgefordert werden, die Handlungen der Filmakteure zu bewerten. Das gemeinsame Ergebnis aller bisherigen Besucher erscheint neben dem, das die Anwesenden gefällt haben, auf der Leinwand.

Was hat diese Station mit Besucherorientierung zu tun? Schon das Thema selbst, Gewalt einerseits, freie Meinungsäußerung andererseits, ist für Amerikaner aktuell und relevant. Es wird nicht abstrakt abgehandelt, sondern konkret in Szene gesetzt. Dabei wird der Be-

sucher quasi in die Handlung mit einbezogen, er ist involviert, beteiligt - beispielsweise indem er am Schluss sein Urteil über die „Schuld“ der Beteiligten fällt. Zusätzlich können Collegeschüler, sicher im Rahmen eines pädagogischen Programms, diese Szene auf ihr Umfeld, den Campus, transferieren; eine Sequenz von Comic-Zeichnungen bietet dafür den Aufhänger.

Fazit

Die vorgestellten Beispiele dokumentieren: Neuere Ausstellungen haben sich weg bewegt vom Diorama und der Vitrine - nicht zuletzt aufgrund einer stärkeren Ausrichtung auf die Besucher und daraus resultierender neuer Zielsetzungen. Besucherorientierung und Zielorientierung bilden generell das Fundament der Ausstellungen in amerikanischen Museen. Aus diesem Blickwinkel sind die ausgewählten Beispiele hier betrachtet worden.

Beispielhaft sind amerikanische Museen auch im Hinblick auf die didaktischen Prinzipien, auf denen die Ausstellungen aufbauen, die teilweise unmittelbar in den Bedürfnissen und Gewohnheiten der Besucher hinsichtlich Wahrnehmung und Kommunikation begründet sind.

Nachfolgend sind als Quintessenz sechs allgemeine didaktische Prinzipien zusammengestellt, die als Leitlinien für die Gestaltung von besucherorientierten, effektiven Ausstellungen dienen können, d. h. für Ausstellungen, die ihre Besucher berühren und nachhaltige Eindrücke hinterlassen. Diese sechs Prinzipien decken sich weitgehend mit fünfzehn „Postulaten“, die ich im Rahmen eines Forschungsprojektes des Umweltbundesamtes zur Umweltbildung im Museum als Resumé der Ergebnisse aufgestellt habe (Weyer 1996 und 1998). Sie resultieren aus Erkenntnissen der Besucherforschung (Dierking, Falk 1992) und Lerntheorien, untermauert durch die Besuche von Museen in den USA und Europa und den dort geführten Gesprächen mit Museumsmitarbeitern. Dies im einzelnen zu erläutern, würde an dieser Stelle zu weit führen.

Prinzipien für „gute“ Ausstellungen

Besucher können mehr in solchen Ausstellungen lernen, die

- Freude und Spaß machen
- Eine Beziehung zum Besucher herstellen
- Viele Sinne, Kopf, Herz und Hand ansprechen
- Konkret, einfach und anschaulich sind
- Soziale Interaktion der Besucher untereinander anregen
- Den Besuch zum Erlebnis machen

Ausstellungen, die Freude und Spaß machen, die eine Beziehung zum Besucher herstellen, die viele Sinne sowie Kopf, Herz und Hand ansprechen, die konkret, einfach und anschaulich sind, die soziale Interaktionen, gemeinsames Agieren und das Gespräch untereinander anregen, die den Besuch rundum zum Erlebnis machen, haben gute Chancen, bei ihren Besuchern im Gedächtnis zu bleiben.

Für diese Ansätze kann man in amerikanischen Museen zahlreiche Beispiele finden.

Literatur:

- Dyer, Jennifer: New Life for an Old Hall; Curator, Vol. 35; 1992; S. 268-284
- Falk, John H.; Dierking, Lynn D.: The Museum Experience; Washington, 1992
- Korenic, Mary S.; Young, Allen M.: The Rain Forest in Milwaukee: An Evaluation; Curator, Vol. 34; 1991; S. 114-160
- Lazaroff, David W.: Arizona-Sonora Desert Museum Book of Answers; Tucson, 1998
- Young, Allen M.: The Rain Forest in Milwaukee; Curator, Vol. 32; 1989; S. 229-243
- Wersig, Gernot; Schuck-Wersig, Petra: Deutsche Museen im Internet. Eine explorative Studie anlässlich des Workshops „Museumsbesuch im Multimedia-Zeitalter: Wie werden die neuen Medien die Optionen der Museen verändern?“, 22.-23.5.1997 im Institut für Museumskunde, Berlin; <http://www.kommwiss.fu-berlin.de/---gwersig/publi-pro/www/vw-muint0.htm>

- Weyer, Monika: Ausstellungen zur Umweltbildung - ein Forschungsprojekt des Umweltbundesamtes; in: Scher, Marita (Hrsg.): (Umwelt-)Ausstellungen und ihre Wirkung; Schriftenreihe des Staatlichen Museums für Naturkunde und Vorgeschichte, Heft 7, Oldenburg, 1998
- Weyer, Monika: Möglichkeiten zur Integration ökologischer Ursache-Wirkungs-Beziehungen in ein naturwissenschaftliches Museum zur Verbesserung von Umweltaufklärung und Umwelterziehung; Umweltbundesamt, Berlin, Texte Bd. 4/1996
- Wonders, Karen: Exhibiting Fauna - From Spectacle to Habitat Group. Curator, Vol. 32, 2/1989, S. 131-155

Internet-Adressen der genannten Museen:

- American Museum of Natural History, New York: <http://www.amnh.org>
- Denver Museum of Natural History, Denver, Colorado: <http://www.dmnh.org>
- Milwaukee Public Museum, Milwaukee, Wisconsin: <http://www.mpm.edu>
- Field Museum of Natural History, Chicago, Illinois: <http://www.fmnh.org>
- Cincinnati Museum of Natural History and Science, Cincinnati, Ohio: <http://www.cincymuseum.org>
- California Academy of Sciences, San Francisco, California: <http://www.calacademy.org>
- Natural History Museum of Los Angeles County, Los Angeles, California: <http://www.nhm.org>
- Museum of Tolerance, Los Angeles, California: <http://www.wiesenthal.com>
- ScienCenter, Los Angeles, California: <http://www.casciencectr.org>
- Arizona Sonora Desert Museum, Tucson, Arizona: 2021 North Kinney Road, Tucson, Arizona 85743-8918: <http://www.desertmuseum.org>

GABRIELE KÖNIG:

DIE ANFÄNGE DER KINDERMUSEEN IN DEN USA

Kommen - Ausprobieren – Forschen Zum Konzept des Kindermuseums

Kindermuseen sind in den USA entstanden. Das hundertjährige Jubiläum dieser Museumsgattung wurde 1999 im Brooklyn Children's Museum, dem ersten Kindermuseum der Welt, das am 16.12.1899 gegründet wurde, gefeiert. Die Initiative für dieses erste Kindermuseum ging von Willy Goodyear, dem Direktor der Kunstsammlungen des Brooklyn Institute of Art and Science, aus. Er fand die museale Aufbereitung und Präsentation der traditionellen Museen zu komplex und zu wenig ansprechend für Kinder. Die Konzeption seines Museums für Kinder sah vor, die Interessen und Neigungen von Kindern und Jugendlichen in den Vordergrund zu stellen. Goodyear hatte die Vision einer Museumsarbeit, deren Ausgangspunkt das Rezeptionsverhalten und der Wissensstand von Kindern war. (KOLB, 1983). Die Innovation seines Ansatzes bestand darin, die Museumsarbeit nicht von der Sammlung aus zu gestalten, sondern von der Zielgruppe, den Kindern, aus zu gestalten. Dieser konzeptionelle Gedanke, dass Kindermuseen den Menschen dienen und nicht umgekehrt, wurde zur Leitidee dieser Museumsgattung. Oder anders: Kindermuseen setzen bei der Neugierde der Kinder an und zielen mit ihren Aktivitäten darauf, Kindern und Jugendlichen den Zugang zur Welt von Kunst und Kultur sowie Naturwissenschaft und Technik zu eröffnen. Sie tun dies, indem sie Kinder mit allen Sinnen anzusprechen versuchen.

In den Gründerjahren der Kindermuseen um die Jahrhundertwende wurden die Anforderungen an eine kindgerechte Museumsarbeit zunächst mit relativ einfachen, jedoch durchaus wirkungsvollen Mitteln umgesetzt: Bei der Hängung der Ausstellungsobjekte, die sich inhaltlich nicht bzw. nur wenig von den Objekten traditioneller Museen unterschieden, galt die Sichthöhe von Kindern als Maßstab. Beim Formulieren der Ausstellungstexte orientierte man sich an deren Sprachschatz und Sprachverständnis.

Daß das Konzept des Brooklyn Children's Museum den Bedürfnissen und Erwartungen der Besucher entsprach, läßt sich aus der Besucherresonanz der ersten sieben Monate schließen. Über 28.000 Besucher kamen zwischen Dezember 1899 und Juni 1900. Der Erfolg des Museums wurde publik und fand Nachahmung in der Gründung weiterer Kindermuseen. Nach dem Vorbild des Brooklyn Children's Museum entstanden im ersten Drittel des

20. Jahrhunderts weitere Kindermuseen in den Großstädten an der Ostküste der USA. (Boston 1913, Detroit 1917, Indianapolis 1927). Mit über 380 Mitarbeitern, eine Million Besuchern pro Jahr, 325.000 Quadratfuß Fläche und 140.000 Objekten ist das 1927 gegründete Children's Museum of Indianapolis heute das größte Kindermuseum und zugleich eines der best besuchtesten Museen der Welt.

Seit Anfang der sechziger Jahre verdoppelt sich in den USA pro Dekade die Zahl der Neugründungen. Entscheidenden Anteil am Boom dieser Zeit hatte das Boston Children's Museum. Bahnbrechend für die Publizität dieses Kindermuseums war die Ausstellung "What's inside?", die im Jahr 1963 eröffnet wurde. Sie entstand unter der Regie des damaligen Direktors Michael Spock und war der Auftakt für den weiteren Erfolg dieses Hauses. Das Neue und Sensationelle dieser Ausstellung war der völlige Verzicht auf Vitrinen. Der Ausstellung zugrunde lag die Idee, das Innere alltäglicher Gegenstände offenzulegen. Dazu wurde beispielsweise ein originalgetreues Modell eines Straßensegments inklusiv Kabel- und Kanalschichten nachgebaut. Die dadurch für die Besucher möglich gemachte "direct-experienced interactivity" wie Michael Spock seine Vorgehensweise nannte, wurde als Vorbild von vielen Kindermuseen übernommen und als Methode unter dem Schlagwort "hands on" bekannt. Michael Spock anlässlich der Verleihung der Auszeichnung Great friend to kids 1990 danach befragt, den Unterschied zwischen einem traditionellen Museum und einem Kindermuseum zu beschreiben, definierte dies folgendermaßen: "What makes a children's museum different is that it is **for somebody** rather than **about something**".(Spock, 1997)

Gegenwärtig gibt es nach Angaben der Association of Youth Museums über 200 Kindermuseen in den USA und über 300 auf der ganzen Welt.

Die methodische Umsetzung der Idee "Kindermuseum" hat sich im Verlauf der letzten 100 Jahre immer wieder modifiziert. Jede Epoche zeigt deutliche Prägungen der jeweiligen zeitgenössischen pädagogischen Strömungen und Ansichten. Um die Jahrhundertwende stützten sich die Kindermuseen auf John Deweys Theorien des "learning by doing", Maria Montessoris Untersuchungen, dass Kinder, um ihre Umwelt besser zu verstehen, Freiräume brauchen und Jean Piagets Forschungsergebnisse, die zeigen, dass Kinder durch Spiel und Nachahmung ihre Umwelt wahrnehmen, verstehen und verinnerlichen.

Zu den wichtigsten pädagogischen Ansätzen der Gegenwart gehört die von Howard Gardner entwickelte Idee des Kreativitätskapitals.(Gardner 1996). Nach Gardner kommt der

Kreativitätsförderung in jungen Jahren deshalb große Bedeutung zu, weil in den Kindheitsjahren die maßgebliche Grundlage für die Entwicklung von Kreativität angelegt wird, die der Mensch für sein weiteres Leben braucht.

Trotz aller Modifikationen wurde an der grundsätzlichen Zielsetzung, Kinder und Jugendliche im Kindermuseum positiven Lernsituationen auszusetzen, über die Jahre festgehalten.

Kindermuseen in Deutschland

In Deutschland haben Kindermuseen keine hundertjährige Tradition. Die ersten Kindermuseen sind hier in den siebziger Jahren des letzten Jahrhunderts innerhalb traditioneller Museen entstanden. Die Gründung dieser Kindermuseums-Abteilungen steht in engem Zusammenhang mit der damaligen Demokratisierungsdebatte der traditionellen, elitären Kultureinrichtungen. Exemplarisch hierfür sind das Kindermuseum des Historischen Museums Frankfurt/Main oder das Kindermuseum der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe zu nennen. Obwohl die Ausstellungen dieser Kindermuseen bereits in ihren Gründerjahren eine sehr positive Besucherresonanz hatten, führte dies nicht dazu, dass Kinder- und Jugendmuseen sich im deutschsprachigen Raum etablieren konnten. Traditionelle Museumsleute stellten vielmehr in Frage, Kindermuseen aufgrund der mangelnden Sammlungszentrierung und der expliziten Besucherorientierung als Museum anzuerkennen. Die auf Interaktion beruhenden Konzeptionen, die Besuchern neben kontemplativem Schauen ganz bewußt Möglichkeiten der Partizipation einräumen, war und ist bis heute traditionellen Museumsleuten vielfach ein Dorn im Auge.

Die Attraktivität und Aktualität der Kinder- und Jugendmuseen hat darunter nicht gelitten - überall in der Republik in Aurich, Berlin, Duisburg, Dresden, Fulda, Hamburg, Höxter, München, Nürnberg sind Kindermuseen in Planung, im Aufbau oder bereits in Betrieb. Aber es erklärt, warum sich die Bemühungen, Kindermuseen zu gründen, in den vergangenen Jahren außerhalb der traditionellen Museen ansiedelte.

Kinder-Akademie Fulda

Die 1991 gegründete Kinder-Akademie Fulda steht mit ihrer Konzeption und ihren Zielsetzungen in der Tradition der **amerikanischen Kindermuseen**.

Die Gründung dieser Einrichtung geht auf privates Engagement zurück. Die Initiatorin und Mäzenin Helen Bonzel kam Ende der siebziger Jahre bei einem einjährigen Aufenthalt in

den USA mit der Idee Kindermuseum in Berührung, als sie das Boston Children's Museum besuchte. Neben der Lebendigkeit, die dieses Museum ausstrahlte, überzeugte sie vor allem, dass Kinder dieses Museum mit größtem Vergnügen besuchten. In Helen Bonzel wuchs der Wunsch und Entschluß eine vergleichbare Einrichtung in Deutschland zu gründen. Nach Deutschland zurückgekehrt, realisierte sie das Vorhaben zunächst in Kooperation mit dem Freiburger Augustiner Museum. Im Sommer 1980 wurde ein roter Doppelstockbus zum fahrenden Augusteenager Museum umgestaltet. Im Rahmen dieses Projektes waren Kinder und Jugendliche aufgefordert, Gegenstände, die sie sammlungswürdig fanden, nach klassischen Museumskriterien zu inventarisieren, um sie dann im Innern des Busses auszustellen.

Das Ziel, in Fulda ein Kindermuseum zu etablieren, wird seit 1991 mit Erfolg umgesetzt. Ein geeignetes Gebäude wurde in einem ehemaligen Industriegebäude gefunden, das zuvor dem Garn Großhandel gedient hatte. In drei großen Bauabschnitten wurde dieses Gebäude für die neue Nutzung umgebaut. Heute nach Abschluß der Umbauarbeiten, umfaßt die Einrichtung rund 2.000 Quadratmeter, die als Ausstellungsfläche, Werkräume, MuseumsKAFé, Bibliothek, Werkstatt Magazin/Sammlung Museumsshop, Verwaltung/Büroräume, Foyer/ Kasse/Garderobe genutzt werden.

In ihrer Struktur gliedert sich die Kinder-Akademie Fulda in zwei grundlegende, sich ergänzende Bereiche: die **Akademie** und das **Museum**.

Museum

Für die Dauer- und Sonderausstellungen werden Themen aus den Bereichen Kunst und Kultur, Naturwissenschaft und Technik ausgewählt. Die Konzeptionen dieser Ausstellungen werden auf die Interessenslage von Kindern und Jugendlichen zugeschnitten. Das bedeutet aber nicht, dass ausschließlich die Lieblingsthemen von Kindern gewählt werden. Vielmehr bedeutet es, dass bei jedem Thema danach gefragt wird, **was** Kinder an diesem Thema interessieren könnte und vor allem, **in welcher Weise** es für Kinder und Jugendliche interessant aufbereitet werden kann.

Das zentrale Objekt der Dauerausstellung mit überregionaler Anziehungskraft ist das "Begehbare Herz", das 1994 in Kooperation mit dem Deutschen Hygiene-Museum Dresden entstanden ist. Mit einer Grundfläche von 6x6 m und einer Höhe von 5 m zeigen sich große und kleine Besucher gleichermaßen davon beeindruckt. Am "Begehbaren Herzen" läßt sich

die Bedeutung des Herzens als Motor des Lebens so anschaulich demonstrieren, dass fortan Kindern ihr eigenes Herz zur "Herzenssache" wird.

Sonderausstellungen zu unterschiedlichen Themen wie beispielsweise die Ausstellung **"Mitten in Deutschland Geschichten um Kuh und Milch"**, die im Herbst 1995 gezeigt wurde oder eine Ausstellung zur Genese und Entwicklung der Schrift unter dem Titel **"Ein Computer für den Pharao"** ergänzten den Ausstellungsbereich in der Vergangenheit. Letztere verfolgte zwei Ziele: einerseits ging es darum, zu zeigen, wann und wo Schrift und Schreiben entstanden ist und welche vielfältigen Entwicklungen seither durchlaufen wurden. Andererseits sollte die Ausstellung Kindern vermitteln, dass die Auseinandersetzung mit Schrift und Schreiben Spaß machen kann, und sich dadurch neue Welten und Horizonte eröffnen lassen.

Die seit Frühjahr 1994 jährlich stattfindende Sonderausstellung **"Vom Ei zum Küken"**, die Besuchern ermöglicht, einem besonderen Naturereignis beizuwohnen, nämlich, wie das Küken aus dem Ei schlüpft, ist mittlerweile zur Tradition geworden. Diese Ausstellung wird besonders von Kindern im Kindergarten- und Grundschulalter begeistert besucht.

Akademiebereich

Im **Akademiebereich** der Kinder-Akademie Fulda finden physikalisch-technische, künstlerische sowie handwerkliche Workshops statt. Die Zielgruppe des Akademiebereichs sind Kinder zwischen 4 und 14 Jahren, die sich individuell zu diesen Workshops anmelden. Die Besonderheit der Workshops liegt darin, dass sie von Experten geleitet werden. D.h. je nach Thema werden für die Workshop-Leitung entsprechende Fachleute gesucht und engagiert. Kinder erleben diese Zusammenarbeit mit Experten unterschiedlicher Gewerke und Berufsgruppen als etwas hoch Spannendes. Die Aura der Meister und Experten wird bewußt genutzt, um es den Kindern sinnvoll erscheinen zu lassen, hinter die Dinge zu schauen, ihre Herkunft, ihre Konstruiertheit, ihr Geheimnis zu erforschen. Die Erfahrung der vergangenen Jahre hat gezeigt, dass Kinder diese Vorgehensweise als etwas sehr Positives erleben, besonders wenn den von ihnen entwickelten Ideen mit Ernsthaftigkeit begegnet wird.

Die Workshops des Akademiebereiches stehen in der Regel in engem thematischen Bezug zu den Ausstellungen, die im Museumsbereich gezeigt werden. Die von den Kindern geschaffenen Workshopergebnisse werden im Museum ausgestellt, werden wie zum Beispiel die zwei Mumien, die Kinder unter der Anleitung einer Spielzeuggestalterin für die Ausstellung "Ein Computer für den Pharao" hergestellt haben, in den Ausstellungen integriert. Intu-

itiv lernen Kinder auf diese Weise den Wert künstlerischer Arbeit schätzen. Für das Konzept der Kinder-Akademie Fulda erfüllt sich darin eines der wichtigsten Anliegen: einen Kulturort **für** Kinder zu schaffen, in dem der Kultur **der** Kinder Raum gegeben wird.

Höhepunkt des **Akademiebereichs** ist die seit 1995 jährlich stattfindende vierwöchige **Sommerakademie**. Unter dem jeweiligen Themenschwerpunkt finden acht bis neun verschiedene Workshops statt. Tagesbesucher finden in Mitmach-Tagesprogrammen Möglichkeiten, sich mit dem entsprechenden Thema auseinander zu setzen. 1995 stand diese Veranstaltung unter dem Motto "**Kinder-Akademischer Kunstsommer**", 1996 fand in Kooperation mit der Fraunhofer Gesellschaft München und dem Institut für Didaktik der Physik der Universität Frankfurt/Main der "**Sommer der Erfindungen**" statt. Gemeinsam mit dem Deutschen Zentrum für Handwerk und Denkmalpflege wurde 1997 die Sommerakademie **DenkMal Kinder + Architektur** durchgeführt. 1998 fand in Kooperation mit dem Umweltzentrum Fulda und dem Institut für Schulpädagogik und Didaktik der Universität Frankfurt die Sommerakademie unter dem Motto **Wasser-Welten** statt. Ziel dieser Sommerakademie war es, Bewußtseinsprozesse bei Kindern und Jugendlichen für die Belange des Umweltschutzes zu initiieren. Ausgangspunkt war das Kapitel 25 der Agenda 21, in der explizit das Einbeziehen von Kindern und Jugendlichen in umwelt- und entwicklungspolitische Entscheidungsprozesse gefordert wird.

Mit seinen Aktivitäten (neun Workshops und vielfältigen Mitmachprogrammen für Tagesbesucher) wollte dieses Projekt jedoch nicht nur auf der Ebene bleiben, das Bewußtsein für den Themenkomplex Umwelt zu wecken, sondern auch zum Handeln im umweltbezogenen Sinne zu animieren. Dazu wurden in Workshops und Mitmachprogrammen Erlebnis- und Lernräume geschaffen, die ein Nachvollziehen des Ursachengefüges für den nachhaltigen Umgang mit Natur, der seit der Welt-Umweltkonferenz in Rio 1992 in aller Munde war, ermöglichen sollten. Die Kinder und Jugendlichen sollten sich von der Lebendigkeit des Wassers anstecken lassen und sich aktiv forschend in ökologische Zusammenhänge hineinbegeben.

1999 stand die Sommerakademie unter dem Motto **Zahlensommer** und fand in Kooperation mit dem Institut für Mathematik der Universität Gießen statt. 2000 lautete das Motto **Himmelskörper**, 2001: **Faszination Chemie** und im Jahr 2002: **Mythologie**. Im Jahr 2003 findet ein **Paragraphensommer** statt und für 2004 laufen die Vorbereitungen für einen **Mediensommer**.

Bei allen Projekten - sowohl bei Ausstellungen als auch bei der jährlichen Sommerakademie - wird die Zusammenarbeit mit Fachleuten gesucht. Durch diese Kooperationen fließen in die Projekte Kompetenzen und Fachwissen, das für die inhaltliche Ausgestaltung und Umsetzung von unschätzbarem Wert ist.

Zusammenfassung

Generell zielt der konzeptionelle Ansatz von Kindermuseen darauf, Kindern und Jugendlichen zu zeigen, dass der Blick über den Tellerrand hinaus lohnt, dass es wichtig und richtig ist, neugierig zu sein, Sachverhalte zu hinterfragen und Fragen zu stellen. Auf ihre Weise möchten Kindermuseen einerseits Impulse für ein lebenslanges Lernen initiieren und andererseits den Kulturort Museum spannend aufbereiten.

Kindermuseen unterscheiden sich bis heute von traditionellen Museen durch ihr anders geartetes Museumsverständnis. Durch die explizite Besucherorientierung wird die klassische Museumstrias Sammeln - Erforschen - Vermitteln neu gewichtet. Das Objekt - Mittelpunkt des traditionellen Museums - verliert im Kindermuseum seine zentrale Bedeutung, hier stehen die Besucher im Mittelpunkt. Für das europäische und insbesondere das deutsche Museumswesen ist und war dies lange Zeit eine ungewöhnliche Definition. Aktuell scheint ein Prozess initiiert zu sein, den tradierten Museumsbegriff neu zu überdenken. Ohne Zweifel besteht die Hauptaufgabe von Museen im Sammeln und Erforschen des objekthaften kulturellen Erbes. Der arbeits- und finanzintensive Aufbau dieser Sammlungen macht allerdings nur Sinn, wenn Nutzbarmachung und Vermittlung als integrale Bestandteile der musealen Aufgaben verstanden werden. Fraglich ist, ob das Museum mit einem alt hergebrachten Museumsverständnis eine tragfähige Konzeption für das 21. Jahrhundert darstellen kann und seine gesellschaftliche Legitimität unter Beweis stellen kann. Ein starres Verharren an alt Bewährtem könnte nämlich auch zur Folge haben, dass das Museum als Institution sich selbst zu überleben droht.

Der Impuls, der im Rahmen dieser Überlegungen von Kindermuseen ausgehen kann, ist die hundertjährige Erfahrung Besucher orientierter Museumsarbeit. In diesem Sinne könnten die Erfahrungen der Kindermuseen als wichtige Anregung für das notwendig erscheinende Überdenken des traditionellen Museumsbegriffs dienen und nützlich sein. Wechselwirkungen zwischen traditionellen Museen und Kindermuseen sind hier höchst wünschenswert. Auch für Kindermuseen liegt in einer engeren Zusammenarbeit eine wichtige Chance. Allerdings bedeutet dies, dass sich Institutionen die den Begriff Museum in ihrem

Namen tragen, sich ihrerseits mit den klassischen musealen Aufgaben auseinander setzen und diese ernst nehmen müssen; denn Kindermuseen sind wie traditionelle Museen Bildungsorte, in denen es um die Vermittlung von Wissen geht.

Literatur:

GARDNER, Howard, 1996: So genial wie Einstein. Stuttgart

KOLB, Peter Leo, 1983: Das Kindermuseum in den USA. Tatsachen, Deutungen, Vermittlungsmethoden. Frankfurt/Main.

KÖNIG; Gabriele, 2002: Kinder- und Jugendmuseen. Genese und Entwicklung einer Museumsgattung. Impulse für besucherorientierte Museumskonzepte. Opladen.

SPOCK, Michael, 1997: Looking back in 23 years. In: Hand to Hand. No.2. Spring 1988.

MAHLER, Mary (Hrsg.) 1997: Collective Vision. Starting and Substaining a children's museum.

ULRICH PAATSCH: UMWELTAUSSTELLUNGEN BESUCHERGERECHT GESTALTEN

Ein Streifzug durch zeitgemäße Ausstellungskonzepte

Referat, gehalten am 19.11.1998 in der Tagung „Von der Vitrine zur virtual reality – über den Einsatz von Medien in Informationsausstellungen des Naturschutzes“ der Alfred-Töpfer-Akademie für Naturschutz in Schneverdingen

Der Philosoph und Kulturkritiker WALTER BENJAMIN (1) hat das, worauf es seiner Meinung nach ankommt, wenn wir Menschen etwas näher bringen und vermitteln wollen, auf den griffigen Satz gebracht: „Lange Weile verdummt, Kurzweil klärt auf!“. Das ist ein Motto, das man auch manchem/r Ausstellungsmacher/in ins Stammbuch schreiben könnte, und zwar gerade denjenigen, die sich mit ihrem Projekt explizit aufklärerischen Zielen verpflichtet sehen. Gerade die Initiatoren von Umweltausstellungen beabsichtigen ja – anders und stärker vielleicht als die Kollegen und Kolleginnen in den Naturkundemuseen – ihr Publikum aufzuklären, etwa: die Besucher auf ökologische Wirkungsketten hinweisen, Schädigungen sichtbar machen, Handlungsnotwendigkeiten aufzeigen, gelegentlich sogar Anstöße zu einer neuen Lebensführung geben und insgesamt den Respekt vor der Natur fördern.

Wie steht es dabei mit der „aufklärerischen Kurzweil“, sieht nicht mancher oder manche ökologisch Engagierte/r in einer populären und kurzweiligen Ausstellung das schiere Gegenteil von dem, was „eigentlich“ intendiert ist und notwendig wäre? Ich denke, ich liege nicht völlig falsch, wenn ich behaupte, daß man sich dann, wenn man von der Wichtigkeit und Relevanz seiner Botschaften besonders überzeugt ist, besonders schwer tut mit der Leichtigkeit – allein schon aus lauter Sorge, daß gerade die Zusammenhänge, auf die es uns besonders ankommt, zu sehr „unter die Räder“ kommen, jedenfalls dann, wenn sie zu locker und wohl möglich sogar unterhaltsam präsentiert werden. Jeder oder jede, die einmal eine Ausstellungsführung gemacht hat, kennt diese Sorge: Ach ja, es gäbe so viel zu erläutern oder zu zeigen, so daß die zur Verfügung stehenden 45 Minuten ohnehin kaum reichen. Aber andererseits wissen wir nur zu gut, daß wir Interesse und Aufmerksamkeit

der Besucher nur dann gewinnen, wenn wir die zur Verfügung stehenden 45 Minuten nicht bis „zum Anschlag“ mit Fakten füllen, sondern wenn wir eine unterhaltsame und motivierende Auswahl treffen, mit der Betonung auf Auswahl. Ich möchte daher an den Beginn meines Referats eine Warnung stellen: Täuschen wir uns nicht – die Besucher wollen meist viel weniger informiert werden, als wir bei der Planung unserer Ausstellungen annehmen, und sie – die Besucher – wollen meist viel mehr Unterhaltung, als wir (und sie selbst) es sich zuzugeben bereit sind.

Wie sieht sie also aus, die besuchergerechte Umweltausstellung? Genügt es heute noch, naturkundliche Objekte in schönen Vitrinen anzuordnen, sie gut lesbar zu beschriften und ein modernes Beleuchtungssystem einzusetzen? Genügt es, die wichtigsten Zusammenhänge auf Schrifftafeln zu erläutern und für komplexere Hintergrundinformationen Info-Blätter zum Mitnehmen auszulegen? Genügt es, für praktikable Öffnungszeiten zu sorgen und bei Bedarf kompetente Führungen anzubieten? Vieles davon ist wichtig und erstrebenswert, aber es muß noch einiges hinzu kommen, wenn Sie die Chancen, die – ich glaube heute mehr denn je – im Medium Ausstellung stecken – tatsächlich für Ihr Anliegen nutzen wollen.

Merkmale des Mediums 'Ausstellung'

Ich habe absichtlich vom „Medium Ausstellung“ gesprochen, denn ich möchte mit dieser Wortwahl verdeutlichen, daß eine Ausstellung ein spezifisches Medium mit ganz eigenen Gesetzmäßigkeiten, Ausdrucksmöglichkeiten und natürlich auch Grenzen ist. Das bedeutet konkret: Eine Ausstellung ist kein Buch, sie ergänzt höchstens ein Buch oder motiviert dazu, eines zur Hand zu nehmen und zu lesen; eine Ausstellung ist auch kein Vortrag, ebenso wie auch eine Ausstellungsführung kein „Wanderreferat“ ist oder wenigstens nicht sein sollte. Und – das ist bei Ihren ökologischen Themenstellungen besonders wichtig – eine Ausstellung ist auch keine Exkursion oder eine Wanderung über einen Naturlehrpfad und kann beides nicht ersetzen. Viel stärker als die beiden zuletzt genannten Angebote – die Exkursion und der Lehrpfad - ist die Ausstellung eine künstliche, geradezu fiktive Welt, eher den Massenmedien zugehörig als der natürlichen Umgebung des Menschen.

Aber was ist nun das Besondere an diesen künstlichen Ausstellungswelten, was haben Sie den Menschen zu bieten, die sich mit der Umwelt auseinander setzen wollen? Was das sein kann, wird vielleicht deutlicher, wenn man sich vergegenwärtigt, was Besucher in einer Ausstellung tun können; oder präziser: welche Handlungs- und Erfahrungsmöglichkeiten

sie dort vorfinden. Als erstes - in einer Ausstellung kann man sehen, man kann auch beobachten, man kann sowohl geistig als auch sinnlich kombinieren, man kann auf Entdeckungsreise gehen und kann dabei seiner Neugierde folgen, man kann Zuhören und das Gehörte mit dem Gesehenen kombinieren, und – das ist für mich das Entscheidende – man kann, wenn es sich um eine gute Ausstellung handelt, mit ganz unterschiedlichen Aufmerksamkeiten hindurch gehen und wird doch immer etwas für einen selbst Neues und Interessantes vorfinden. Das gilt für den „Hobby-Forscher“, der schon sehr viel Fachkenntnis mitbringt ebenso wie für den Schlenderer, der die meisten Dinge nur en passant betrachtet; das gilt für die Familie, die ihren Kindern etwas über die Natur zeigen möchte, ebenso gilt das für die Jugendlichen einer Schulklasse, die zwar keine Lust haben, in Vitrinen zu starren oder Texte herunter zu beten, die aber gern etwas tun und Dinge in die Hand nehmen möchten. Eine gute Ausstellung ist im Grunde für jeden Betrachter etwas anderes – sie ist für den einen eine Studierstube, für den anderen ist sie eine Werkstatt oder Experimentierlabor, für den Dritten ein unterhaltsamer Ort mit etwas Belehrung (.. was wir mit dem neudeutschen Wort des „Endutainment“ bezeichnen), und für einen Vierten schließlich ist die Ausstellung einfach eine Art Info-Börse, wo er (oder sie) ökologische Kenntnisse „up-daten“ kann. Ausstellungen bieten den Besuchern manche Überraschungen, aber ebenso auch Begegnungen mit Vertrautem (beides ist wichtig und auch legitim!), und – das ist ein Sachverhalt, der mir besonders am Herzen liegt – Ausstellungen leben und wirken zuallererst nicht aus ihren Texten und Fotos, aus ihren Videos und Computerbildschirmen, sondern durch und mit den Originalen, die dort zu sehen sind.

Sie werden vielleicht sagen: Das ist doch selbstverständlich! Aber täuschen wir uns nicht – in vielen Ausstellungen führen die natürlichen und/oder kulturhistorischen Originale ein trauriges Schattendasein. Die ausgestopfte Schleiereule etwa steht zwar hoch oben auf ihrem Podest, aber das „Eigentliche“, das „Wichtige“ wird dann doch eine Etage tiefer auf der Texttafel, per Kopfhörer oder auf dem Computerbildschirm vermittelt. Etwas polemisch könnte man fragen: Warum sollte man sich da noch die Schleiereule anschauen? In vielen Fällen sind die Originale doch nur Illustrationen für das papierene Wort. Oder – was noch schlimmer ist – sie sind einfach nur als Animation für die Besucher gedacht, damit diese sich zu dieser oder jener Texttafel begeben, diese lesen und überhaupt - damit die Ausstellung „nicht ganz so trocken“ wirkt. Meine Anregung lautet daher: Nutzen wir auch Umweltausstellungen viel stärker als bisher als Ort der Begegnung mit dem Original, die Besucher sollen die Chance bekommen, die Dinge sehen zu lernen, auch ihre Faszination zu spüren, sich mit dem, was sie dabei sehen und erkunden können, auseinander zu setzen – sich

dann eventuell noch, wenn sie das wollen und interessiert – vertiefend mit Texten und Erklärungen zu beschäftigen.

Unterhaltung versus Belehrung

Ich möchte jetzt noch einmal zurück kommen auf das eingangs zitierte Motto von der „aufklärenden Kurzweil“. Ich halte es keineswegs für anrühlich, sich über den Unterhaltungswert von Ausstellungen Gedanken zu machen, und zwar gerade dann, wenn Sie in Ihren Ausstellungen eine im Grunde sehr ernste Botschaft zu vermitteln haben. Natürlich weiß ein Besucher, der eine Ausstellung über den Naturraum eines Nationalparks besucht, daß ihn hinter den Eingangstüren keine Miramar-Badewelt und kein Eurodisney erwartet. Ich fürchte sogar im Gegenteil: Er (oder sie) wird die Erwartungen auf den Freizeit- und Unterhaltungswert des Gezeigten meist recht weit herab geschraubt haben. Aber warum trauen wir uns nicht, die Besucher positiv zu überraschen, warum machen wir kein Angebot, daß auch Freizeit- und Erlebnisbedürfnissen entspricht? Erstens sind wir dies den Besuchern schuldig, die besuchen unsere Ausstellungen nämlich meistens in ihrer Freizeit – sei es im Urlaub oder am Wochenende. Dem sollte man in den Ausstellungen durchaus Rechnung tragen. Und zweitens sind wir das auch uns selbst schuldig, also unseren Intentionen als Macherinnen und Macher von Umweltausstellungen. Die Ausstellungen haben ja meist explizite umweltpädagogische Ziele, und zwar nicht nur gegenüber der kleinen Gruppe der Informierten und Experten, sondern gegenüber einem möglichst breiten und vielköpfigen Publikum. Kurz: Wir wollen populär sein. Dieser Begriff ist – im Unterschied zum angloamerikanischen Sprachraum – in Deutschland nach wie vor etwas belastet, ihm haftet der Ruch der Halbbildung, des Leichten und Seichten an. Aber wenn wir ehrlich sind, dann werden wir zugeben, daß hier noch einige akademische Dünkel am Werke sind, die uns daran hindern, tatsächlich populäre Ausstellungen zu machen. Die Angst vor Entenhausen ist dabei wirklich unbegründet. Sicherlich, es gibt inzwischen einige Ausstellungen, die mit modischen Gags operieren – Museumspersonal in historischen Kostümen und gameboyartige Spielkonsolen wurden schon gesichtet – aber warum sollte man so etwas nicht probieren? Daran geht der Bildungsauftrag nicht zu Grunde, auch wenn Vertreter der wissenschaftlichen Lehre darüber die Nase rümpfen. Was daran hindert, gute und populäre Umweltausstellungen zu machen, sind nicht zu viel, sondern zu wenig Experimente (und ein Austausch über ihre Ergebnisse). Ich plädiere deswegen dafür, über den Tellerrand zu schauen und zur Kenntnis zu nehmen, was andere Bereiche machen. Von Science Centers und ähnlichen Einrichtungen wie etwa der Phenomenta in Flensburg kann man viel lernen; aber auch die gegenwärtig blühende Kindermuseumsszene ist voller Anregungen. Ein Beispiel dafür ist

etwa die Kinderakademie in Fulda oder das Kindermuseum im Münchener Hauptbahnhof, dessen Sonderausstellungen geradezu ein Labor moderner, interaktiver Ausstellungskonzepte sind. Auch die Ausstellungen, die von der Frankfurter Gruppe KALEIDOSKOP gestaltet werden, sind eine Quelle von Anregungen für moderne, interaktive und populäre Präsentationen.

Zur Rolle von Designern und Gestaltern

Nun wird mancher von Ihnen vielleicht sagen: Das sind hehre Ansprüche und ist sicherlich auch alles ganz richtig, aber wie soll ich – als studierter Biologe, als Lehrerin oder als Referent für Umweltbildung – eigentlich einen solchen Anspruch einlösen? Kann ein Meeresbiologe oder eine Landschaftsplanerin überhaupt eine im beschriebenen Sinne populäre Ausstellung realisieren? Warum nicht, nur werden wir bei größeren Projekten dabei immer die *Unterstützung von Gestaltern und Designern* benötigen. Dies einmal deswegen, weil in unserer Zeit Kultur- und Informationsangebote so vielfältig sind, daß ein Ausstellungsprojekt nur dann sein Publikum findet, wenn es vergleichsweise ähnlich professionell gemacht ist wie andere, durchaus ja auch konkurrierende Angebote. Aber es kommt noch etwas Zweites hinzu, das sehr viel damit zu tun hat, wie Ausstellungen beim Publikum wirken. Früher hat man Ausstellungen als eine Art begehbares Fachbuch angesehen, also hauptsächlich als kognitives Informationsmedium, bei dessen Besichtigung man sich Fakten und Sachverhalte erschließen konnte. Diese Sicht hat sich heute radikal verändert, auch wenn viele Ausstellungen nach wie vor noch Spuren dieses früheren Verständnisses in sich tragen. Heute geht es viel stärker darum, mit Ästhetik und Sinnlichkeit Fragen zu provozieren und Interesse zu wecken. Wenn eine Ausstellung genau das bei vielen Besuchern erreicht hat, können wir eigentlich schon ganz zufrieden sein. Aber gerade dieser ästhetische und auf alle Sinne ausgerichtete Ansatz erfordert die Experten für ästhetische Kommunikation, eben die professionellen Gestalter. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sind – bei allem guten Willen – viel zu sehr mit Texten, Systematiken und kategorialen Denken beschäftigt, als daß sie diese Aufgabe bewältigen könnten. Seit Jahren haben sich unter Künstlern, Grafikern, Designern und Innenarchitekten Spezialisten auf dem Gebiet der Ausstellungsgestaltung herausgebildet, die spannende Ergebnisse vorzuweisen haben und die dem Medium „Ausstellung“ in der öffentlichen Wahrnehmung eine ganz neue Bedeutung gegeben haben.

Wer beabsichtigt, einen solchen Experten bzw. Expertin oder ein entsprechendes Ausstellungsbüro für die Gestaltung des eigenen Ausstellungsprojekts heran zu ziehen, wird sich

erst einmal über vorherige Projekte informieren, sich Entwürfe zeigen lassen und mit erfahrenen Kollegen/innen Rücksprache halten. Das ist wichtig, denn wenn man sich näher mit dieser Materie beschäftigt, wird man sehr schnell feststellen: Gestalter und Gestaltungsbüros sind ziemlich teuer. Das erschreckt im ersten Moment, schreckt vielleicht sogar ab, aber ich möchte Sie sehr ermutigen, für Ihr Ausstellungsprojekt dennoch diese Investition zu tätigen. Wenn sie das Geld nicht zur Verfügung haben, sollten sie nach neuen Finanzierungswegen Ausschau halten, sie sollten um das notwendige Geld wirklich kämpfen, denn es lohnt sich. Geldgeber, Träger und Verbände werden spätestens nach Fertigstellung der Ausstellung die Notwendigkeit dieses Mitteleinsatzes verstehen, allein schon wegen der unvergleichlich höheren Resonanz beim Publikum

Wenn Sie allerdings Ihre Ausstellung mit einem Gestaltungsbüro realisieren, so werden Sie feststellen, daß nichts mehr wie früher ist, denn Sie werden in dieser Zusammenarbeit vermutlich neu erfahren, was eine Ausstellung sein kann oder sein sollte. Ich möchte zu diesem Punkt, der Kooperation zwischen Wissenschaftlern und Gestaltern, daher noch einige Gedanken formulieren, weil daran einiges über das Wesen von Ausstellungen und dem Ausstellungen-Machen deutlicher wird:

Kooperation zwischen Gestaltern und Wissenschaftlern

Das Gestaltungsbüro wird, wenn es mit seiner Arbeit beginnt, erst einmal mit der ganzen Fülle von Daten und Materialien konfrontiert, die die Personen zusammen getragen haben, die die Ausstellung bisher vorbereitet haben. Sie werden selbst am besten wissen, wieviel Sammelkisten, Aktenordner und Zeitschriftenstapel dabei schnell zusammen kommen und wie unübersichtlich die ganze Angelegenheit mit Fortdauer der Vorbereitung für die Ausstellung werden kann! Diese Fülle muß erst einmal verarbeitet werden, dabei müssen sich die Gestalter mit für sie meist völlig fremden Themen und Objekten beschäftigen. Das gilt im übrigen auch für solche Büros, die auf Umweltausstellungen spezialisiert sind, denn jede Ausstellung erschließt letztlich doch wieder ein völlig neues Terrain. Nach einigen Wochen oder Monaten und nach einer Vielzahl von Rückfragen und Telefonaten ist es dann soweit: Das Büro legt einen ersten Gestaltungsentwurf vor, der mit einiger Sicherheit eine bestimmte Eigenschaft haben wird – er ist bestens dazu geeignet, die Auftraggeber sehr zu befremden, wenn nicht sogar heillos zu entsetzen. So hatten Sie sich ihre Ausstellung nun nicht vorgestellt! Es zeigt sich, daß die Gestalter im Regelfall keine fertige und „stimmige“ Ausstellung präsentieren, sondern daß jetzt erst – nach der Vorlage des ersten Entwurfes – ein Prozeß der Auseinandersetzung um Ausstellungsziele und Gestaltungskonzept in Gang

kommt. Im Laufe dieses Prozesses lernen die Gestalter die Intentionen der Auftraggeber besser kennen, und die Initiatoren der Ausstellung wiederum machen eine für sie meist völlig neue Erfahrung – sie lernen „visuell zu denken“. Was bedeutet: sie lernen, für ihre Inhalte eine ästhetisch-gestalterischen Sprache zu finden. Das ist tatsächlich für die meisten von uns eine Fremdsprache, und je länger unsere wissenschaftliche Sozialisation gedauert hat, um schwerer dürfte es uns fallen, uns in das Vokabular dieser Sprache hinein zu finden. GOTTFRIED KORFF (2), ein Wissenschaftler und erfahrener Ausstellungsmacher vom Tübinger Institut für empirische Kulturforschung, hat diesen Sachverhalt einmal für historische Ausstellungen wie folgt auf den Begriff gebracht:

„Einer, der nicht Wissenschaftler ist und mit ganz konkreten Problemen der Gestaltung umgehen muß, hat sicher den unverstellteren Blick. Wissenschaftler neigen immer dazu, alles zu relativieren, zu differenzieren und dann noch einmal abzusichern“.

Und genau das lassen die Gestalter den Wissenschaftlern, für die sie die Ausstellung konzipieren, nicht durchgehen. Sie sind oft von einer erfrischenden Respektlosigkeit und zwingen die Wissenschaftler dazu, ihre Aussage präzise und klar zu formulieren und dabei die Material- und Gedankenfülle „auf den Punkt“ zu bringen. Das verlangt (auf Seiten der Gestalter) einiges an Zähigkeit, Durchsetzungsvermögen und Frustrationsstärke, denn Wissenschaftler neigen oft dazu, die Komplexität und Vielschichtigkeit ihrer Befunde mit Klauen und Zähnen zu verteidigen. Aber es lohnt sich, sich auf solche Diskussionen einzulassen, denn für Wissenschaftler und andere Initiatoren von Ausstellungen, die lange in einer komplizierten Praxis stehen, gibt es dabei sehr viel über Eindeutigkeit und Klarheit zu lernen.

Notwendige Reduktionen

Besonders schmerzhaft ist dabei die Erkenntnis, daß Eindeutigkeit ohne Reduktion nicht zu haben ist. Was konkret bedeutet: Wenn es einem etwa darum geht, die Besucher zu der Erkenntnis zu führen, wie vielfältig die Fauna ist, die im „grünen Band“, das ist das heutige Schutzgebiet in der Sperrzone an der ehemaligen DDR-Grenze, existiert, so wird man seine Ausstellungsmittel auf diesen Aspekt „Vielfalt“ konzentrieren – und dafür andere Befunde, etwa die zunehmende Störbarkeit dieses Naturraums durch äußere Einflüsse, weglassen oder in einem weiteren Teil der Ausstellung thematisieren (was dann aber eventuell heißt, daß andere Themen, für die dieser Platz schon reserviert war, ganz unterbleiben müssen). Ohne Übertreibung kann man sagen: Reduktion ist eine zentrale Voraussetzung für eine gelungene Ausstellung, denn, wenn man einige, zentrale Themen und Aspekte

wirklich ausstellungsgerecht präsentieren will, so wird man sich von sehr viel anderen – durchaus ja nicht bedeutungslosen! – Themen verabschieden müssen. Tut man es nicht, bringt man es nicht über das Herz, das eigene Fachgebiet so weit zu stützen, so läuft man Gefahr, am Ende zwar alles „irgendwie“ zu zeigen, aber nichts oder nur Mißverständliches an den Mann bzw. an die Frau zu bringen.

Dieser Abau von Vielfalt zu Gunsten der Eindeutigkeit einiger weniger Themen ist wichtiger Bestandteil des Arbeitsprozesses zwischen Gestaltern und Initiatoren einer Ausstellung. Dabei ist es mit der einmaligen Entscheidung, was gezeigt und was weggelassen werden soll, meist nicht getan, sondern die unangenehme Situation, Dinge zu verkürzen oder ganz zu streichen, wird wieder und wieder auftauchen. In dem Maße, wie andere Gestaltungsideen konkreter werden und Form annehmen, wächst nämlich meistens auch ihr Platzbedarf, so daß die Frage, welche Aspekte notfalls entbehrlich und welche unverzichtbar sind, immer wieder neu zu beantworten ist. Dabei wird man oft auch das Ausstellungskonzept selbst noch einmal revidieren müssen. Wenn vorher z.B. beabsichtigt war, ein ökologisches Thema relativ umfassend abzuhandeln, so wird man sich im Zuge der beschriebenen Reduktionen stärker Gedanken über einen exemplarischen Ansatz machen müssen; was konkret heißt: Aspekte und Themen auszuwählen, die ausführlicher und anschaulich behandelt werden, weil an ihnen etwas gezeigt werden kann, was für die Beschäftigung mit Naturphänomenen andernorts ebenfalls von Bedeutung ist. Die Entwicklung einer Vogelart im oben zitierten Schutzgebiet des „Grünen Bands“ würde dann für das Schicksal vieler anderer Tierarten in diesem Lebensraum stehen.

Visuell-bildhafte Darstellungsformen

Reduktion und exemplarischer Ansatz gewinnen dann besonders an Bedeutung – oder vielleicht realistischer formuliert: sie machen sich dann besonders schmerzhaft bemerkbar, wenn es darum geht, Prozesse und Zusammenhänge. Der Blick des Gestalters sucht nach Bildern und anderen visuellen Darstellungsformen, die in der Lage sind, solche Zusammenhänge tatsächlich sichtbar zu machen, etwa indem sie Dinge zu Szenen arrangieren, die in der Lage sind, beim Betrachter entsprechende Assoziationen zu wecken. Hier ist Phantasie und Kreativität gefragt: Der Besucher wird beispielsweise auf Reisen in ihm sonst unsichtbare Welten mitgenommen, Jahreszeiten und Wachstumsprozesse laufen vor den Augen der Betrachter im Zeitraffer ab oder die Vielschichtigkeit der Argumente, die von Befürwortern und Gegnern von Naturschutzmaßnahmen vorgebracht werden, werden in einer fiktiven Pro- und Contra-Diskussionsrunde dargestellt. Die Liste der Beispiele solcher

bildhafter Arrangements läßt sich noch fortsetzen. Gute Beispiele für diesen Ansatz, Zusammenhänge in Lebensräumen nicht nur zu beschreiben, sondern wirklich bildhaft sichtbar zu machen, werden Sie etwa im gerade entstehenden Multimar-Wattzentrum in Tönning an der Schleswig-Holsteinischen Wattenmeerküste finden. Bei Interesse sollten Sie nach der Eröffnung des Hauses dort einmal nachschauen.

Aber: So kreativ, so originell und so abwechslungsreich solche bildhaften Ausstellungselemente auch sein mögen, sie haben doch einiges gemeinsam: Sie brauchen in der Ausstellung viel Platz, allein schon, um sie richtig zur Wirkung kommen zu lassen; sie sind zeitaufwendig in der Produktion (schon allein deswegen, weil man sich erst einmal vergewissern muß, ob die gewählte Inszenierung nicht doch mißverstanden wird) und sie sind ziemlich teuer, teurer jedenfalls als klassische Vitrinen-Schrifttafel-Präsentationen. Das hat zur Folge, daß leider wieder kräftig reduziert werden muß: Wenn im ursprünglichen Konzept intendiert war, den Besuchern vielleicht sechs oder sieben solcher Wirkungsketten vorzuführen, so wird man am Ende froh sein, wenn es gelingt, wenigstens zwei Ausstellungselemente dieser Art realisieren zu können. Alles andere wird aus den genannten Gründen leider wegfallen, wobei sich hier noch schärfer die Frage stellt: Was ist uns besonders wichtig, welche Zusammenhänge sollten die Besucher auf jeden Fall nachvollziehen .. und was muß einem späteren Ausstellungsprojekt vorbehalten bleiben? Wobei das Kriterium sicherlich nicht allein die wissenschaftliche Bedeutung eines Zusammenhangs ist, sondern auch die Möglichkeit, einen Zusammenhang tatsächlich publikumsgerecht, attraktiv und bildhaft in der Ausstellung umzusetzen. Oder anders formuliert: Es nützt Ihnen wenig, wenn Sie zwar wissen, daß der Schadstoffeintrag aus der Luft der entscheidende Belastungsfaktor für ein Öko-System ist, Sie aber nicht in der Lage sind, diese Zusammenhänge in ein ausstellungs- und besuchergerechte Form zu bringen. Entweder Sie entschließen sich doch schweren Herzens, dies nicht in der Ausstellung zu zeigen, oder aber Sie müssen weiter und mit allem Engagement zusammen mit den Gestaltern an der Frage arbeiten, ob es nicht doch Mittel und Wege gibt, diesen Zusammenhang für die Besucher plastisch werden zu lassen. Vielleicht muß man ja ganz etwas neues probieren, etwas, das bislang in Umweltausstellungen noch nicht versucht wurde: Vielleicht muß man mit anderen Medien experimentieren, etwa mit Licht über eine besondere Projektionstechnik etc. Sie sehen, da fängt die Sache an endgültig anspruchsvoll zu werden! Aber wenn Sie das Thema nicht doch noch aus dem Ausstellungskonzept heraus nehmen wollen, dann sollten Sie beim Experimentieren nicht locker lassen und immer weiter probieren bis Sie eine wirklich über-

zeugende Lösung gefunden haben. Fazit: Besucherorientierung manchmal ziemlich anstrengend sein..!

Texte

Strittiger Punkt bei der Gestaltung von Umweltausstellungen ist häufig der *Text*. Zum einen geht es um eine didaktisch sinnvolle und optisch ansprechende Präsentation von Texten. An diesem Punkt ist in der Vergangenheit in Umweltausstellungen viel gesündigt worden. Dabei liegt das Problem weniger bei der Ästhetik – seit dem es leicht zu bedienende Graphikprogramme für den Computer gibt, ist es erheblich leichter geworden, ansprechende Darstellungsformen zu finden – sondern gesündigt wird vor allem bei der Auswahl von Texten, der Textmenge und der Funktion, die Texten in einer Ausstellung zugewiesen wird. Oder etwas polemischer formuliert: Viele Ausstellungstexte waren oft noch verkürzte Fachaufsätze, die man senkrecht auf Texttafeln plazierte hat. Gerechter Weise muß man allerdings sagen, daß auch in kulturhistorischen Ausstellungen in Sachen Text den Besuchern mancherlei zugemutet wird. Das jüngste Beispiel dafür durfte ich gerade auf dem Heidelberger Heiligenberg besichtigen. Dort wurde zur Erschließung der Grabungen aus keltischer Zeit und der frühmittelalterlichen Klosterruine ein archäologischer Rundwanderweg angelegt. An sich eine löbliche Einrichtung, allerdings ist dessen Betextung so geraten, daß man ohne ein Diplom in Vor- und Frühgeschichte kaum etwas mit den Informationen anfangen kann. Zu allem Überfluß sind die Texte auch noch in besonders teurer, repräsentativer Technik ausgeführt, so daß an eine Korrektur schon aus Kostengründen nicht zu denken ist. Ich frage mich wirklich, warum hier niemand auf die Idee gekommen ist, die Betextung des Rundwanderwegs einmal einem kompetenten Museumspädagogen in die Hand zu drücken, bevor viele tausend DM für die endgültige Fassung ausgegeben werden. Ich möchte mich allerdings jetzt hier in meinem Referat nicht weiter über die Frage verbreiten, wie man lesbare Texte produziert. Dazu gibt es inzwischen gute Handreichungen, in denen diese Dinge in verständlicher Form aufbereitet werden. Eine gute Hilfe ist etwa der Aufsatz von ERICH STRASSNER (3) unter dem schönen Titel „Die Kunst, sich verständlich auszudrücken“ im baden-württembergischen Museumsmagazin. Aber auch andernorts ist dazu einiges Hilfreiche veröffentlicht worden, etwa in der Schriftenreihe des Instituts für Museumskunde in Berlin oder vom Textbüro des Deutschen Museums in München. Leider werden diese praktischen Handreichungen bislang noch viel zu wenig zur Kenntnis genommen. Ich fürchte, das liegt daran, daß vielerorts die Meinung vorherrscht, daß der, der ein Fach wissenschaftlich beherrscht, die Ergebnisse auch für Publikum in Textform bringen

kann. Daß das aber nicht so ist, davon wissen Wissenschaftsjournalisten ein Lied zu singen..!

Evaluation

Vielleicht an dieser Stelle noch ein weiterer Hinweis: Nichts in Ausstellungen ist mit so wenig Aufwand und so wirkungsvoll zu evaluieren, wie Ausstellungstexte. Dabei muß man zwei Dinge unterscheiden: Sie können Ihre Textentwürfe, schön mit dem Computer auf Karton ausgedruckt, sogenannten Testbesuchern vorlegen. Die lesen die Texte dann in Hinblick auf die Verständlichkeit des Dargestellten durch, und Sie werden staunen, was dabei an Unklarheiten, Mißverständnissen und Wissenslücken zum Vorschein kommt. Besonders was letzteres betrifft, also den (Nicht-)Wissensstand des Publikums, sind Fachleute oft ziemlich schlechte Ratgeber und es lohnt sich wirklich, einmal „normale“ Menschen zu fragen, wieweit sie mit der verwendeten Terminologie überhaupt etwas anfangen können. Wo bekommen Sie solche „normalen“ Leute her? Da gibt es viele Möglichkeiten, Ihrem Erfindungsreichtum sind da keine Grenzen gesetzt, am besten ist es aber immer, wenn man eine Gruppe von Leuten anspricht, die ohnehin – aus anderen Gründen – schon zusammen kommt. So haben wir uns schon für die Textevaluation von Ausstellungen an Sprachkurse in der Volkshochschule, an Umschulungsgruppen des Arbeitsamts oder an Teilnehmer an einer Exkursion gewandt. Die Bereitschaft, bei einem solchen „Probelesen“ mit zu machen, ist meistens ziemlich groß, wenn man den Teilnehmern vorher deutlich macht, daß es nicht (!) darum geht, ihre Klugheit oder ihr Umweltwissen zu prüfen, sondern daß sie im Gegenteil die gerade in Entstehung befindliche Ausstellung auf ihre Verständlichkeit hin prüfen sollen. Bitte bedenken Sie aber, wenn Sie auf diese Weise ihre Texte Testbesuchern zum lesen geben, daß dieses Verfahren seine Grenzen hat: Sie erfahren dabei sehr viel über die Verständlichkeit von Texten, aber nichts über die Beziehung von Text zu anderen Ausstellungsstücken; also etwa: Inwiefern ein Text zur Erläuterung eines Experiments ausreicht. Dafür wären dann doch etwas aufwendigere Formen der Evaluation erforderlich.

Eine zweite Form der Textprüfung wäre dann das, was wir – etwas salopp – die „Oberlehrprüfung“ nennen. Auch in diesem Fall werden Ausstellungstexte gegen gelesen, allerdings nicht mehr von Laien, sondern von Personen, die fachlich in dem Bereich kompetent sind, aber bestimmt nichts mit der Ausstellung zu tun haben. Diese Personen sollen die Texte auch gar nicht mehr weiter hinterfragen (auch wenn sie das oft gern tun würden..!), sondern sie sollen nur eines machen: Die Texte auf Fehler begrifflicher Art und auf Recht-

schreibfehler hin durchlesen. Auch hier gilt wieder: Es ist höchst erstaunlich, was eine solche neutrale Fachperson noch in solchen Texten an Fehlern zu Tage fördert, selbst wenn der Text vorher vom Ausstellungsteam schon ein Dutzend Mal Korrektur gelesen wurde.!

Text und Original

Soweit ein kleiner Exkurs in die Evaluation von Umweltausstellungen. Ich möchte jetzt noch einiges zur Textmenge in Ausstellungen sagen. Die Faustregel lautet hier: Im Zweifel ist es immer zu viel! Die Situation des Besuchers, der eine Ausstellung ja meist im Stehen und Gehen erschließt, ist außerordentlich ungünstig für die Rezeption selbst mittlerer Textmengen. Das ist eine Tatsache, die sich Ausstellungsmacher leider viel zu wenig vor Augen führen. Oder als Empfehlung formuliert: Wenn man glaubt, umfangreichere Texte in der Ausstellung anbieten zu müssen, so sind dazu erstens besondere Präsentationsformen erforderlich und zweitens eine Sitzgelegenheit! In Museen gibt es, was die Menge der Texte betrifft, gegenläufige Tendenzen: Auf der einen Seite finden sich die Kunstmuseen, die – aus durchaus nachvollziehbaren Gründen! – eine Störung der Kunstbetrachtung durch erklärende Texte befürchten und in Folge dessen die Besucher informationsmäßig meist völlig im Stich lassen. Wer mehr wissen will als den Namen des Künstlers, den Titel des Werks und das Jahr, in dem es geschaffen wurde, ist auf dickleibige Kataloge angewiesen, die erstens ziemlich teuer und zweitens – jedenfalls für den schnellen Leser – außerordentlich uninformativ sind. Hinter dieser Enthaltensamkeit von Kunstmuseen in Sachen Textinformation steht sicherlich noch die These, daß Kunst für sich selber spricht – eine Annahme, die für die meisten Betrachter vermutlich nicht stimmt, aber das ist ein Problem, mit dem wir uns hier nicht zu beschäftigen brauchen. In Umweltausstellungen haben wir es eher mit einer Situation zu tun, die wir auch aus Geschichtsmuseen kennen, nämlich daß die Objekte, also die realen Zeugnisse von Natur, Kultur und Geschichte, nur noch als optische Fußnoten für eine sonst überwiegend verbale Argumentation dienen. Wie mit dem natürlichen oder historischen Original in Ausstellungen umgegangen wird, erinnert mich manchmal an bestimmte unselige Diavorträge, die man über sich ergehen lassen muß, wenn ein Familienmitglied oder ein Bekannter in fernen Landen gewesen ist. Da kriegt man dann zum Bild, daß die Ehefrau am Strand von Teneriffa zeigt, den Kommentar zu hören: „Das kann man hier auf dem Foto nicht so richtig erkennen .. aber das war an dem Tag, wo Christel diesen schlimmen Sonnenbrand an den Zehen hatte!“. Ein guter Fotograf hätte natürlich die roten Zehen im Sand fotografiert und das Bild für sich selbst wirken lassen, das Mitgefühl oder auch die Schadenfreude der Zuschauer wären ihm auch ohne lange Kommentare sicher gewesen..! Sie verstehen hoffentlich, worauf ich mit meinem etwas läppischen Beispiel

hinaus will: Eine Ausstellung lebt in erster Linie aus dem optischen Sachverhalt, und wenn wir den nicht zur Verfügung haben, dann ist Text immer nur ein unzureichender Ersatz. Wenn wir also – oft aus gutem Grund – kein Original bereithalten können, oder wenn sich ein bestimmter Prozeß nicht unter Ausstellungsbedingungen zeigen läßt, dann würde ich mir wünschen, daß – bevor das alles jetzt in Textform gebracht wird – jemand im Ausstellungsteam „stop!“ sagt und fragt, ob nicht noch andere Möglichkeiten existieren, den Sachverhalt zu visualisieren statt ihn zu beschreiben. Als erstes fällt einem hier natürlich immer ein Foto ein, aber ich bin überzeugt, daß es in den meisten Fällen noch andere, kreativere Darstellungsformen gibt. Hier ist Phantasie und etwas Experimentierfreude gefragt. Oft hilft es auch, wenn man sich noch einmal zusammen setzt und darüber redet, was man – ganz konkret – den Besuchern der Ausstellung eigentlich zeigen möchte. Denken Sie dabei auch daran, was ich Ihnen zu Beginn meines Referats über die aufklärerische Kurzweil gesagt habe..!

Geschichten erzählen

Ich hoffe natürlich, daß sie meinem Rat folgen, und sich – auf die eine oder andere Art und Weise – Unterstützung bei einem Ausstellungsbüro holen. Denn es ist ja die ureigenste Aufgabe des Gestalters, immer wieder diese Frage zu stellen: Können wir das nicht noch anders, anschaulicher zeigen? Gestalter neigen meist dazu, möglichst mit visuellen Mitteln zu arbeiten und Text so kurz wie möglich zu halten oder ihn ganz zu streichen. Das ist sozusagen ihre professionelle Denkungsart und ich finde, das ist sehr gut so, denn die Gestalter sind dadurch ein wirksames Gegengewicht zur wissenschaftlich-systematischen Aufarbeitung eines Themas durch die Fachleute. Aber von der oben zitierten Faustregel („Ein Text ist immer zu lang“) gibt es natürlich auch Ausnahmen, und diese Ausnahmen sind besonders wichtig, weil sie sehr zu einer interessanten und spannenden Ausstellung beitragen. Gelegentlich braucht man auch lange Texte und darf diesen nicht aus rein ästhetisch-gestalterischen Gründen zusammen streichen lassen. Ein Beispiel soll verdeutlichen, was ich meine: Hinter einzelnen Exponaten einer Ausstellung stehen ja oft richtige, erzählbare Geschichten. Mir fällt hier immer die Geschichte der Bergung und Präparierung des Delphinskeletts im Wattenmeerhaus in Wilhelmshaven ein, die ja ein richtiger Krimi ist und die man den Besuchern ruhig mitteilen sollte. Menschen lieben Geschichten, wenn sie gut erzählt sind! Am besten wäre es in diesem Fall natürlich, wenn man eine Person daneben stellen könnte, die den Besuchern diese Geschichte, so spannend und unterhaltsam wie sie ist, mündlich vorträgt. Die Kommunikation Mensch zu Mensch ist in diesem Fall halt allen anderen Darstellungsformen vorzuziehen. Aber diesen leibhaftigen Erzähler

werden sie nur in Ausnahmefällen zur Verfügung haben, und so werden Sie sich andere Formen überlegen müssen, wie eine solche Geschichte noch erzählbar ist. Naheliegender ist die Idee, eine Tonsäule mit einem CD-Abspieler aufzustellen und die Geschichte per Kopfhörer anzubieten. Aber ich muß Ihnen leider sagen: Solche auditiven Vermittlungsformen sind oft die Stiefkinder der Ausstellungsbesucher, nur wenige bringen wirklich die Geduld mit, um sich zwei oder drei Minuten mit dem Kopfhörer hinzusetzen und eine solche Geschichte anzuhören. Abgesehen davon können immer nur wenige Besucher die Kopfhörer nutzen, was bei Massenbetrieb problematisch werden kann.

Andere Formen der Textpräsentation

Welche anderen Formen gibt es noch? Es gibt hierzu keine Universalrezepte, eine Rolle spielt auch die Passung von Form und Inhalten, was konkret heißt: Wie sie lange Texte präsentieren hängt auch davon ab, was Sie zu sagen haben. Ist das Darzustellende eher belehrend-informativ, so bietet sich die schon in vielen Ausstellungen bewährte Form des Großbuchs an. Sie kennen das sicherlich, das sind 50 bis 80 cm hohe Bücher, in denen Texte auf dünne Platten aufgezogen sind und zwischen denen man dann – wie in einem richtigen Buch – blättern kann. Der Vorteil des Großbuchs ist: Der Besucher, der dort hinein schaut, erwartet längere und ausführliche Informationsangebote – das Aussehen eines Buchs legt das nahe und entsprechend wird er (oder sie) damit umgehen. Aber: Vergessen Sie auch hier die Sitzgelegenheit nicht, zwei Hocker sind sinnvoll, denn in Großbüchern kann man gut auch zu zweit blättern, es macht sogar mehr Spaß, weil man sich dabei unterhalten kann.

Ganz im Gegensatz zu dem, was sonst in Ausstellungen üblich ist, kann man längere Texte auch verstecken. Ich bin ohnehin der Meinung, daß es Besuchern in Ausstellungen viel zu leicht gemacht wird, die Dinge, die wir zu sagen oder zu zeigen haben, sind meist viel zu leicht zu finden. Das ist Schade, denn etwas, was man leicht findet, spornt die Neugierde nicht an, eher langweilt es. Und die Konsequenzen von Langeweile in Ausstellungen habe ich Ihnen ja eingangs in dem Zitat von Walter Benjamin zu verdeutlichen versucht..! Also, provozieren Sie lieber kein Gähnen, sondern provozieren Sie Neugierde und Forschertrieb. Dies kann dadurch geschehen, in dem wir den Besuchern etwas zu entdecken geben, die Ausstellung „Stadtökologie“ im Museum am Schölerberg in Osnabrück ist voll solcher Dinge, die man erst suchen und finden muß. Besonders ist mir hier die brütende Meise im Briefkasten in Erinnerung geblieben, die man eben erst dann entdeckt, wenn man die Tür des Briefkastens öffnet und nach schaut, was sich dahinter verbirgt. Ähnliches gilt

für den Dachboden, den man nur über eine schmale Stiege erreicht und in dem man nur dann die Dinge findet, die es dort zu sehen gibt, wenn man seiner Neugierde und Erkundungslust folgt. Daher meine Anregung: Machen Sie aus passiven Ausstellungskonsumenten aktive Besucher – und Sie werden zugleich sehr viel mehr von den inhaltlichen Botschaften, die Ihnen wichtig sind, an den Mann (oder an die Frau und ganz besonders an das Kind!) bringen!

Das gilt übrigens auch für Texte, es steht nirgends geschrieben, daß Texttafel gut ausgeleuchtet im DIN A 2 Format rechts neben dem Exponat zu hängen haben. Man kann z.B. Klapp-Texte unter Fotos verstecken, und wenn die Besucher sie erst einmal entdeckt haben, dann werden sie die Fotos auch hoch klappen und den verborgenen Text lesen. Man kann Textschubladen anbringen, aus denen man hölzerne Tafeln auszieht, die man – wie einst Moses die Gesetzestafeln des alten Bundes – durch den Raum tragen und studieren kann. Oder man kann Texte auf flexible Bänder drucken, die man auf eine große Trommel spannt und die der Besucher dann mit einem Handrad abspielen kann. Wenn man Probleme mit zu viel Tageslicht im Ausstellungsraum hat (etwa wegen lichtempfindlicher Exponate), dann kann man die Fenster auch mit bedruckten Gaze-Bahnen verdecken, auf denen sich längere Texte unterbringen lassen, die man dann natürlich nur bei Tageslicht lesen kann. Schließlich noch eine Sache, die man meiner Meinung nach nicht tun sollte: Legen Sie keine Saalzettel aus, also diese fotokopierten DIN A 4 Blätter, auf denen alles das steht, was man auf Texttafeln nicht unterbringen konnte. Solche Zettel regen nur den Sammeleifer der Besucher an, werden nur selten wirklich gelesen, und wenn, dann nicht in der Ausstellung – also im Zusammenhang mit den Exponaten, die sie an sich ja erklären sollten. Ich würde nur zwei Ausnahmen zulassen: Erstens sollten Sie fremdsprachliche Saalzettel auslegen, wenn ihre Ausstellung selbst nicht mehrsprachig betextet ist. Und zweitens sollten Sie solche Info-Zettel für Besucher bereit halten, die gezielt nach mehr Information fragen. Ob Sie einen Hinweis auf solche Zusatzinformationen in der Ausstellung anbringen, bleibt Ihnen selbst überlassen. Auf jeden Fall ist das Vorhandensein solcher Zettel eine große Erleichterung für alle Personen, die an der Kasse sitzen oder Aufsicht führen.

Orientierung in der Ausstellung

Ich habe eben über Verstecken und Entdecken gesprochen, und Ihnen empfohlen, die Besucher auf die Suche zu schicken. Dazu sollte man vielleicht noch eine kleine Einschränkung machen: Ich halte solche Ausstellungen, die neugierig machen und aktivieren, wirk-

lich für wichtig. Aber das gilt tatsächlich für die ganze Ausstellung, nicht nur für einzelne Exponate. Wenn Sie einen entdeckenden Ansatz in der Ausstellung praktizieren, so sollten Sie diesen auch wirklich überall durchhalten. Besucher lernen sehr schnell, mit welcher Art von Ausstellung oder Museum Sie es zu tun haben. Wenn Sie in einem Kunstmuseum sind, würden Sie niemals auf die Idee verfallen, irgendwelche Bilder hoch zu klappen oder Türchen in der Wand zu öffnen. Solches Verhalten führt mit ziemlicher Sicherheit zu einem Fehlalarm der Sicherungsanlage. Aber auch in anderen Ausstellungen gilt meistens das Berühr-mich-nicht Gebot, und man muß erst einmal erfahren, daß Anfassen und Ausprobieren in einer Ausstellung sogar erwünscht ist, um sich solche Experimente zu trauen. Meistens sieht ein Besucher ja, wie irgendwelche anderen Besucher Texttafeln unter Exponaten hervor ziehen oder Türchen öffnen, hinter denen sich Minivitrinen verbergen. Er (oder sie) wird sich dann ziemlich sicher selbst auf die Suche machen, was es in der Ausstellung noch zu entdecken gibt. Nur: Es muß wirklich in der ganzen Ausstellung etwas zu entdecken geben; das, was man untersuchen und betätigen darf, und das, was man nicht berühren darf, sollte in allen Teilen der Ausstellung ähnlich geregelt sein. Wenn Sie das Präsentationsprinzip „Suchen und Entdecken“ haben, dann halten Sie es also möglichst überall durch. Ist das nicht der Fall, so laufen Sie erstens Gefahr, daß Ihnen in Teilen der Ausstellung, wo man nichts aufklappen kann, Dinge zerstört werden. Und zweitens frustrieren Sie ihre Besucher, die sich ja gerade auf die Suche gemacht haben und nun doch nichts mehr finden können.

Und noch ein letztes Wort zu diesem Aspekt: Wenn Sie solch ein aktivierendes Ausstellungskonzept realisieren, dann planen Sie bitte gleich die regelmäßige Instandhaltung mit ein! Natürlich gehen Dinge, die man bedienen kann, schneller kaputt und sie sehen im übrigen auch ziemlich schnell häßlich-abgegriffen aus. Solche Mängel sollten möglichst schnell behoben werden, denn es gibt kaum etwas, was den Besucher so verärgert – das wissen wir ziemlich genau aus Publikumsbefragungen – wie solche nur teilweise funktionierenden und im äußeren Erscheinungsbild heruntergewirtschafteten Ausstellungen. Schon ein Wochenende mit defekten Geräten oder Experimenten reicht aus, daß ein paar hundert Menschen ein negatives Bild von Ihrer Ausstellung mit nach Haus nehmen. Das ist ein Imageschaden, den Sie möglichst vermeiden sollten.

Inszenierungen

Ich habe eingangs schon betont, daß Ausstellungen Medien sind, die alle Sinne ansprechen können, wobei natürlich nicht jede Ausstellung auch etwas zum riechen oder tasten bereit halten muß. Aber die Stärke von Ausstellungen liegt auf jeden Fall in dieser Bandbreite der Eindrücke und Erfahrungen, die man aus ihnen mitnehmen kann. Diese Erkenntnis hat seit gut einem Jahrzehnt die Ausstellungsmacher dazu geführt, in Ausstellungen kleine oder größere Inszenierungen einzurichten. Das sind visuelle Arrangements, die in Vielem Ähnlichkeiten mit den Bühnenbildern vom Theater haben, wenn sie auch nur selten die dort übliche Größe erreichen. Solche Inszenierungen als ein kleines Stückchen Theater im Museum sind in den letzten Jahren ziemlich üblich geworden. Museums- und Ausstellungsbesucher erwarten inzwischen sogar solche szenischen Arrangements und sind evtl. enttäuscht, wenn die Ausstellung nur Vitrinen, Texte, Großfotos und den einen oder anderen Bildschirm aufweist. Es hat in der letzten Zeit viele Sonderausstellungen gegeben, die mit Inszenierungen gearbeitet und experimentiert haben, und dabei zeigte sich, daß ihre Stärken nicht in der Rekonstruktion vergangener Welten oder fremder Naturräume besteht, sondern in der Interpretation. Solche Inszenierungen sind sehr gut dazu geeignet, um sonst nur schwer nachvollziehbare oder mit Exponaten belegbare Zusammenhänge zu verdeutlichen. Inszenierungen vereinfachen Kompliziertes auf oft plakative Weise, sie spitzen zu, übertreiben nicht selten, plazieren beispielsweise ein Auto oder eine halbe Tankstelle in die Ausstellungsräume, und dies alles, um dem Besucher vor Augen zu führen, in welcher Weise der Individualverkehr in unseren Breiten zur Störung des natürlichen Gleichgewichts beiträgt. Ein solches Auto in einer Natur- oder Umweltausstellung transportiert natürlich – allein schon durch seine Anwesenheit - eine ganz besondere Botschaft, deren Aussagekraft man noch durch hinzu gefügte andere Exponate erhöhen bzw. präzisieren kann. Das Beispiel zeigt zugleich ein Grundprinzip einer gelungenen Inszenierung: Sie arbeitet sehr stark mit dem Überraschungsmoment, indem sie Dinge zusammen fügt, die man gemeinhin nicht in unmittelbarer Nachbarschaft erleben wird. Ein Auto und ein Ameisenhaufen in unmittelbarer (Ausstellungs-)Nachbarschaft provozieren wohl immer ein überraschtes Stirnrunzeln, und es ist nun die Frage, was aus diesem Stirnrunzeln folgt: Das Interesse, genauer hinzuschauen, ein Aha-Erlebnis, das einem blitzlichtartig ein Problem verdeutlicht, vielleicht auch nur ein amüsiertes Lachen .. oder einfach nur kopfschüttelnde Irritation, so nach dem Motto: „Was soll das nun wieder?“. Sie sehen an diesem Beispiel auch gleich die Stärke und Schwäche von solchen inszenierten Ausstellungselementen: Sie können, besser und schneller als jede Texttafel, einen Zusammenhang herstellen, und das auf eine Weise, die zumindest hoffen läßt, daß einiges davon in Erinnerung bleibt. Sie können natürlich auch

hoffnungslos irritieren oder – was noch schlimmer ist – Mißverständnisse in die Welt setzen, die die Ausstellungsmacher um jeden Preis vermeiden wollten. Ob und wie eine solche Inszenierung greift, das wird man allerdings im Voraus nur schwer bestimmen können. Im Gegenteil: Man kann wohl ziemlich sicher sein, daß eine Inszenierung genau so, wie sie von ihren Autoren gemeint war, von den meisten Besuchern eben nicht verstanden wird. Was nicht unbedingt schlecht sein muß, denn das unterscheidet eine Inszenierung ja von einer Texttafel, daß sie viele Interpretationen und Deutungen zuläßt. Nur sollten die Deutungen nicht völlig aus der Richtung heraus laufen, die die Intention der Ausstellung ausmacht.

Dioramen

Wie steht es nun um die in Umweltausstellungen besonders beliebten und verbreiteten *Dioramen*, also die naturnahen Rekonstruktionen von Lebensräumen mit den Mitteln einer Ausstellung? Sind auch das Inszenierungen, gelten für sie die gleichen Regeln? Im Grunde ja, auch wenn die Intentionen der Ausstellungsmacher sicherlich andere sind. Nimmt man etwa die – wirklich wunderschöne – Vitrine „Weiher“ im Naturkundemuseum Erfurt (ein Museum, das auf gerade zu perfekte Weise mit diesem Mittel der Dioramen arbeitet), so sieht man sofort, worum es den Gestaltern bei diesem Diorama ging: Man wollte einen detaillierten Einblick in die Lebenswelt unter und über Wasser geben, vor allem wollte man die Besucher wohl durch die Ästhetik des Arrangement faszinieren und zum Anschauen verlocken. Es besteht kein Zweifel: Genau dies ist den „Machern“ dieser (und vieler anderer) Vitrinen in diesem Museum gelungen, selbst Walter Benjamin hätte seine Freude daran, wie vergnüglich die Beschäftigung mit Natur sein kann. Hier gibt es keine verstaubten und zerzausten Exponate, keine abgebläuterte Farbe und lieblos blau gemaltes „Wasser“, sondern hier stimmt wirklich alles. Wir stehen vor einer Schein- vielleicht sogar Traumwelt im Museum. Und das ist genau die Stelle, wo sich Inszenierungen und solche Dioramen berühren, denn beide sind nicht die (!) Wirklichkeit, sondern sie sind eine Interpretation von Wirklichkeit, in Kunstharz, PVC und Plexiglas. Im Geschichtsmuseum wäre das etwa vergleichbar mit den zahllosen Handwerkerstuben, den Schmieden, Schuhmachern und Tischlerstuben, in denen mehr oder weniger liebevoll mit originalem Handwerkszeug (was aber nur selten aus einer einzelnen, noch erhaltenen Werkstatt stammt, sondern aus allen möglichen Plätzen zusammen getragen wurde) eine untergegangene Handwerkerwelt von gestern rekonstruiert wird. Sie hören schon meinen kritischen Unterton – ich stehe solchen Rekonstruktionen im Geschichtsmuseum sehr skeptisch gegenüber und viele Museumskol-

legen, die Heimat- und Stadtmuseen leiten, versuchen schon lange bei der Präsentation solcher Werkstätten den Eindruck zu vermeiden, hier handele es sich um rekonstruierte Originale. Untergegangene Geschichte läßt sich nun einmal nicht rekonstruieren, einmal deswegen, weil wir meist nicht über die Objekte verfügen, um dies gewissenhaft zu tun; und zweitens deswegen, weil eine Werkstatt, in der nicht mehr gearbeitet wird, eben nicht mehr 'die' Werkstatt ist, sondern eine Interpretation des Themas 'Werkstatt', letztlich also eine Täuschung der Besucher. Aber wie steht es nun mit dem Diorama, wie steht es mit der Rekonstruktion des Weiher? Ist auch er eine Täuschung der Besucher, weil in ihm (dem Weiher) nicht richtig geschwommen wird bzw. nie geschwommen wurde? Auf jeden Fall ist auch er eine Interpretation des Themas 'Weiher', in der Wirklichkeit wird es diesen Weiher ja vermutlich gar nicht geben, und selbst wenn, dann ist das, was davon in der Ausstellung abgebildet wird, nur eine idealisierte Form. So dicht sitzen die Tiere wohl sonst nicht zusammen, es fehlt der Müll im Wasser und am Ufersaum, es fehlt der Geruch und auch Geräusche etc. etc. Folgt man den Ausstellungsmachern, so zeigt sich, daß es ihnen gar nicht um eine originalgetreue Rekonstruktion ging, sondern es ging, wie sie es nennen, „um das Vixierbild einer bewußten Illusion“ (4). Sie wollen, daß die Besucher sich davon einfangen lassen, und dann, im Bann des „schönen Scheins“, das Informationsangebot so weit erschließen, wie ihr Interesse reicht: Nur Schauen, oder sich einzelne Objekte heraus suchen und ihre Namen auf Plexiglastäfelchen finden, oder sich weiter mit erklärenden Texten beschäftigen. Wichtig an diesem Beispiel ist mir, daß – wie auch bei der Inszenierung – dem Diorama eine Intention zugewiesen wird, die über die reine Abbildung von Realität hinaus reicht .. und das man sich dieser Intention bewußt sein sollte.

Kommunikation ist entscheidend für die Wirkung

Letzter und vielleicht wichtigster Punkt: Umweltausstellungen als Orte und Anlässe für Kommunikation. Das ist ein weites und interessantes Feld, mir geht es jetzt aber nur um einen Punkt – wie die Wirkung von Umweltausstellungen von Kommunikationsprozessen in der und über die Ausstellung abhängt. Haben solche Ausstellungen denn überhaupt eine Wirkung? Natürlich, werden Sie sagen, wenn wir davon nicht überzeugt wären, würden wir keine machen! Und in der Tat, empirische Besucherbefragungen belegen ziemlich eindeutig, daß wenig Grund zu falscher Bescheidenheit besteht – Museen und besonders thematische Ausstellungen werden von ihren Besuchern außerordentlich hoch eingeschätzt, jedenfalls was ihre Wirksamkeit betrifft. HEINER TREINEN (5), bekannter Museumssoziologe von der Universität Bochum, hat Besucher (und natürlich auch Besucherinnen) verschiedener Museumsausstellungen befragt, was für sie „mehr bringt“: Der Besuch einer

Ausstellung oder die Lektüre eines Buchs, der Besuch eines Vortrags oder das Gespräch mit Fachleuten. In allen Fällen war fast einhellig (bis zu 90%!) zu hören: Vom Besuch einer Ausstellung profitiert man mehr! Dieser Meinung waren übrigens sogar die zu Vergleichszwecken befragten Nicht-Ausstellungsbesucher, auch diese waren von der höheren Wirksamkeit von Ausstellungen gegenüber den anderen Medien überzeugt! Sie sehen also, Ausstellungen stehen – wenn es um ihre Wirksamkeit als Informationsmedium geht – beim Publikum in hoher Gunst.

So weit, so erfreulich. Aber lassen Sie mich auch nicht verschweigen, daß diese Wirksamkeit an einige Bedingungen geknüpft ist, die wiederum sehr viel mit Kommunikation zu tun haben. Wenn Besucher in Ausstellungen lernen, so hat das nur wenig mit dem zu tun, was wir sonst von Schule und Universität kennen, sondern es handelt sich um informelle Lernprozesse oder – kürzer gesagt – um Eigenlernen. Das bedeutet: Es gibt keinen Lehrplan, keine festen Lernschritte, alles gehorcht dem Prinzip der Freiwilligkeit, von dem Entschluß, in die Ausstellung zu gehen bis zur Auseinandersetzung mit bestimmten Exponaten. Freiwilligkeit bedeutet auch, daß keine Lernkontrolle passiert, niemand kann sich also sicher sein, daß nicht etwas völlig Falsches mitgenommen wird. Kurz: Die ganze Angelegenheit ist eine rechte Zumutung für jeden Schullehrer oder Erwachsenenpädagogen, die ja gewöhnt sind, die Dinge zu steuern und unter Kontrolle zu halten. Und noch etwas kommt hinzu: Informelle Lernprozesse passieren beim Ausstellungsbesuch sicherlich gelegentlich auch in stiller Begegnung mit dem Exponat; der Normalfall dürfte aber sein, daß das, was auf diesem Wege gelernt wird, in irgend einer Weise in einem Gespräch thematisiert wurde - sei es mit dem Führenden in der Gruppe, mit der begleitenden Ehefrau, dem halbwüchsigen Sohn oder mit anderen Reisenden aus der Busgesellschaft. Ich gehe auf Grund der bisher vorliegenden empirischen Untersuchungsergebnisse deshalb davon aus, daß irgend eine Form von Dialog Voraussetzung dafür ist, daß das, was in der Ausstellung gesehen oder erkundet wurde, wenigstens für eine gewisse Dauer im Gedächtnis haften bleibt. Dies ist mein erstes Argument dafür, warum Kommunikation für die Wirkung von Umweltausstellungen so immens wichtig ist.

Zweitens zeigt sich in der empirischen Besucherforschung immer wieder, daß die Wirkung von Ausstellungen – hier wieder verstanden als Erinnerung längere Zeit nach dem Ausstellungsbesuch – auch maßgeblich davon abhängt, was vor und nach dem Ausstellungsbesuch passiert. Als These läßt sich aus diesen Befunden ableiten: So gut gemeint und gut gemacht eine Ausstellung auch immer sein mag – ihre Wirksamkeit für den einzelnen Be-

sucher entscheidet sich letztlich daran, was vor der Ausstellung und vor allem danach an Kommunikation passiert bzw. ob überhaupt eine Kommunikation über Dinge aus der Ausstellung in Gang kommt. Lassen Sie mich das zum Abschluß meines Referats an den beiden Situationen „davor“ und „danach“ erläutern.

Kommunikation vor dem Ausstellungsbesuch. Das betrifft in erster Linie – aber nicht nur – den Besuch von Schulklassen. Wenn der Lehrer vorher das Anliegen der Ausstellung thematisiert und die Klasse vorbereitet, so stehen die Chancen gleich sehr viel besser, daß bei den Schülern etwas ankommt. Dabei geht es mir weniger um Wissensvermittlung, als Vorbereitung wäre mir viel wichtiger, daß ein Interesse geweckt wird, also bei den Schülern eine Bereitschaft und Neugierde entsteht, sich überhaupt mit dem in der Ausstellung Gezeigten auseinander zu setzen. Natürlich haben Sie als Ausstellungsmacher relativ wenig Einfluß auf solche Vorbereitungen. Aber sie sollten im Rahmen Ihrer Möglichkeiten dennoch Lehrerkontakte dafür nutzen, um Anregungen in dieser Richtung zu geben.

Kommunikation vor dem Ausstellungsbesuch kann aber auch ganz etwas anderes heißen. Es gibt ja in der Öffentlichkeit bestimmte Umweltthemen, die Aufmerksamkeit erregen und Diskussionen anstoßen. Zu bestimmten Bereichen gibt es so etwas wie einen öffentlichen Diskurs, andere Bereiche sind – im Moment jedenfalls – eher in Vergessenheit geraten, darüber redet man kaum noch. Es ist nun bestimmt ehrenwert, ein Thema mit einer Ausstellung dem öffentlichen Vergessen entreißen zu wollen. Aber sinnvoller und leichter ist es sicherlich, mit dem eigenen Ausstellungsprojekt in die öffentliche Diskussion einzugreifen, also an in der Öffentlichkeit bestehende Kommunikationsprozesse anzuknüpfen. Dann werden auch die Besucher der Ausstellung eine höhere Motivation mitbringen, und es werden überhaupt mehr Besucher kommen. Verstehen Sie mich bitte nicht falsch, ich plädiere nicht dafür, daß alles, was wir tun, unbedingt im „mainstream“ liegen sollte. Aber ich möchte wenigstens auf die Schwierigkeit hinweisen, die aus der Sicht meines Beitrags für Ausstellungen existiert, die sich nicht auf solche öffentlichen Diskussionskontexte beziehen können.

Kommunikation nach der Ausstellung. Ich möchte dazu über eine Erfahrung aus unserer letzten Besucherbefragung berichten. Wir haben am Ausgang der Ausstellung gestanden und Fragebögen an ausgewählte Besucher verteilt, die gerade ihren Rundgang abgeschlossen hatten. Unsere Interviewer sollten die Besucher lediglich bitten, für uns ihre Eindrücke vom Besuch der Ausstellung im Fragebogen schriftlich festzuhalten und dann den

ausgefüllten Bogen wieder bei ihnen abzugeben. Mehr an Interaktion mit den Besuchern war nicht vorgesehen. Was dann tatsächlich passierte, war wirklich faszinierend: Jede/r zweite oder dritte Besucher/in verwickelte unsere Befragtercrew in ein längeres Gespräch über die Ausstellung und vor allem über die persönlichen Erfahrungen, die sie damit verbanden. Auch die Leute, die gerade noch gesagt hatten, daß sie „überhaupt keine Zeit“ für einen Fragebogen hätten, ließen plötzlich ihre ungeduldige Familie stehen und mußten erst noch ihre Eindrücke von der Ausstellung loswerden. Es war unübersehbar, welcher große Mitteilungs- und Diskussionsbedarf bei vielen Personen jetzt – nach Besuch der Ausstellung - herrschte. Viele Besucher werden über das Gesehene sicher auch mit ihren Begleitern gesprochen haben, aber die direkte Ansprache („Wie war Ihr Eindruck von der Ausstellung..?“) wirkte offenbar noch einmal als Verstärker solcher Kommunikationsbedürfnisse.

Es fragt sich nun, was passiert wenn nichts passiert, also wenn diese Gespräche über die Ausstellung nicht zustande kommen. Auch dieser Frage ist die Besucherforschung nachgegangen, in tausenden von Telefoninterviews, die Monate nach dem Besuch von Museen und Ausstellungen statt fanden, wurde erhoben, woran die Befragten sich noch erinnern. Das Ergebnis war überraschend eindeutig und für engagierte Ausstellungsmacher etwas frustrierend: Bei den meisten ehemaligen Besuchern existierten doch relativ geringe Erinnerungen an konkrete Details aus der Ausstellung, am ehesten konnten sich noch diejenigen erinnern, die mit Vorwissen und mit einer Führung durch die Ausstellung gegangen waren. Und etwas zweites, sehr wichtiges kam hinzu: Diejenigen, die keine Gelegenheit hatten, in anderen Zusammenhängen (in der Familie, am Arbeitsplatz etc.) über ihre Eindrücke von der Ausstellung zu reden, erinnerten sich praktisch an nichts mehr. Bei diesen Erhebungen zeigte sich nachdrücklich, wie groß der Einfluß der sozialen Erwünschtheit von Museums- und Ausstellungsbesuchen auf das Erinnerungsvermögen ist. Wenn man in seinem Umkreis offene Ohren für die Eindrücke findet, die man beim Besuch der Ausstellung gewonnen hat, und wenn die Tatsache des Besuchs überhaupt das Ansehen des Berichtenden im Kreis der Zuhörer hebt, dann wirkt sich das auch positiv auf das Erinnern aus. Das, was zustimmend von der Umwelt zur Kenntnis genommen wird, bleibt einfach besser im Gedächtnis haften. Wenn es aber umgekehrt ist, wenn der Bericht über die Ausstellung nur Kopfschütteln oder Belustigung hervorruft und wenn die Tatsache des Ausstellungsbesuchs nur Kommentare vom Kaliber „Ich wär’ an Deiner Stelle lieber ins Kino gegangen..!“ provoziert, dann wirkt sich das offenbar auch ausgesprochen vernichtend auf die Merkfähigkeit aus. Der Mechanismus, der hinter dieser Reaktion steckt, ist einleuchtend: Wenn etwas, von dem ich berichte, in meiner Umgebung gering geschätzt oder völlig

ignoriert wird, dann ist es wohl am besten für mich, wenn ich all das ganz schnell vergesse..! Die Folge dürfte sein, daß alles, was mit diesem sozial gering bewerteten Ereignis des Ausstellungsbesuchs zusammen hängt, bald wieder aus dem Gedächtnis getilgt sein.

Kommunikation als Aufgabe

Was heißt das für Ausstellungsmacher? Sicherlich, das eben beschriebene Umfeld eines Ausstellungsbesuchs können Sie kaum beeinflussen. Aber Sie können erstens dafür sorgen, daß in der Ausstellung und um sie herum möglichst viele und interessante Formen des Austausches geschaffen werden, von der Führung im Dialog mit den Besuchern bis hin zu Gesprächs- und Lesezonen, in denen ein Austausch der Besucher untereinander stattfinden kann. Und zweitens können Sie dafür sorgen, daß die Themen und die Exponate in der Ausstellung Anreize für Gespräche enthalten, und zwar auch für Personen, die sonst eher museums- und ausstellungsfern sind. Alltagsthemen, technische Abläufe und Naturphänomene fesseln auch diesen Personenkreis, wenn die dazu gehörige „Geschichte“ in der Ausstellung gut erzählt wird. Umweltausstellungen haben dafür – im Vergleich etwa zu kulturhistorischen oder künstlerischen Ausstellungen – vergleichsweise gute Voraussetzungen. Natur ist etwas, das viele Menschen interessiert, und in den Ausstellungen selbst gibt es viele Möglichkeiten, auch weniger intellektuelle Schichten anzusprechen (etwa mit spannenden Experimenten, mit attraktiven technischen Gerätschaften oder einfach mit fesselnden und schönen Filmen, Videos, oder Fotos). Die Chancen sind also da, es liegt in Ihrer Hand, sie zu nutzen.

Ich möchte Ihnen zum Abschluß einen Zwölf-Punkte-Katalog an die Hand geben, der vieles von dem, was ich Ihnen erläutert habe, noch einmal als Empfehlungen formuliert. Manchen Kollegen und Kolleginnen hier im Raum wird dieser Katalog vielleicht bekannt vorkommen: Sie haben recht, er basiert auf den didaktischen Leitlinien, die Wilfried Janßen (6) auf Grund seiner Erfahrungen mit der Seehundstation Friedrichskoog entwickelt hat. Aber ich habe mir dennoch gestattet, diese zwölf Punkte an das Ende meines Beitrags zu stellen, weil sie genau das enthalten, was auch mir zum Thema Umweltausstellungen wichtig ist und ich jede Gelegenheit nutzen möchte, diese Anregungen publik zu machen. Im Übrigen habe ich mir erlaubt, einiges hinzu zu fügen bzw. aus meiner Sicht der Dinge anders zu formulieren und zu ergänzen:

ZWÖLF-PUNKTE-KATALOG FÜR BESUCHERGERECHTE

UMWELT-AUSSTELLUNGEN

- Erstens: Machen Sie professionelle Ausstellungen! In ein Ausstellungsteam gehören außer Wissenschaftlern/innen und Medientechnikern/innen auch Gestalter/innen und Museumspädagogen/innen, letztere wenigstens als Berater oder Supervisoren. Größere Ausstellungen sollten schon während des Aufbaus evaluiert werden, um später unangenehme Überraschungen (Fehlbedienungen, Mißverständnisse durch das Publikum etc.) zu vermeiden.
- Zweitens: Wenn die Ausstellung fertig ist, dann lassen Sie nicht nur Exponate, sondern auch Menschen sprechen: Ermöglichen Sie Dialoge! Nutzen Sie jede Möglichkeit, den Besuchern Ihrer Ausstellung auch personale Vermittlung anzubieten, wobei der Mensch als Ansprechpartner und Erzähler gefragt ist, nicht als Wissensautomat.
- Drittens: Das gilt ganz besonders für Schulklassen! Versuchen Sie diese wichtige Zielgruppe nicht nur in großer Zahl zu erreichen, sondern entwickeln Sie ein Programm, das Schüler und Lehrer motiviert, sich mit Ihrem Anliegen auseinander zu setzen! Machen Sie lieber etwas weniger Schulklassenführungen, bieten Sie dafür altersgerechte Projekte, Mini-Ausstellungen, szenisches Spiel, Phantasiereisen u.a.m. an.
- Viertens: Führen Sie die Besucher hin zu den originalen Objekten, leiten Sie sie an zum Schauen und Erkunden, beginnen Sie erst danach mit Informationen und Erklärungen. Was wahrgenommen wird, prägt sich tiefer ein als was nur erklärt wird bzw. erst auf Grund von Wahrnehmung schaffen wir die Aufmerksamkeit, um Erklärungen so zu rezipieren, daß sie behalten werden.
- Fünftens: Geben Sie den Besuchern etwas zu tun und zu erproben! Die große Chance von Ausstellungen im Medienzeitalter ist, tatsächlich interaktive Angebote zu machen (vs. „Scheininteraktivität“ ..!). Wer etwas tut, engagiert sich für ein Thema und merkt sich erheblich mehr. Aber: Vermeiden Sie didaktische Tricks, die Aktivität muß einen Sinn für sich haben, sonst erlahmt das Interesse!
- Sechstens: Vermeiden Sie wissenschaftliche Einspurigkeit! Ein Thema hat viele Facetten, neben der Fachinformation und Fachsystematik können Erfahrungsberichte, alltägliche Ereignisse, Märchen und Mythen, „Zeitreisen“, künstlerische Darstellungen und witzige Interpretationen stehen. Holen Sie die Besucher dort ab, wo sie stehen: Ein Tourist etwa erfährt einen Badensee zunächst einmal als Ausflugsziel, nicht als Rückzugsgebiet für bedrohte Tierarten. Gehen Sie darauf ein!

- Siebtens: Besucher brauchen Orientierungshilfen, schaffen Sie also ein über die gesamte Ausstellung durchgehaltenes Ordnungs- und Präsentationssystem. Wie dieses System aussieht, kann sehr unterschiedlich sein, nur konsequent sollte es sein und Elemente der Wiedererkennung enthalten. Aber: Ordnung braucht nicht langweilig zu sein! Im Gegenteil: Nutzen die Chance eines klaren Ordnungssystems, eine interessante Vielfalt zu schaffen, ohne den Besucher zu verwirren! Hüten Sie sich deswegen vor einer zu großen Dominanz des Designs!
- Achtens: Enttäuschen Sie Erwartungen! Überraschen Sie die Besucher mit Durchblicken, schrägen Ebenen, Spiegeln, Klappvorrichtungen, Schubladen, Tastkisten oder durch systematischen „Mißbrauch“ von gewohnten Gegenständen (das sprechende Auto, die Natur im Buch, das Vogelgezwitscher in der Telefonzelle etc.).
- Neuntens: Lernen Sie von Disneyland – machen Sie kindgerechte Angebote! Interaktive Ausstellungsteile müssen natürlich auch für Kinder bedienbar sein; in der Ausstellung selbst oder in speziellen Räumen/ Ecken sollte besonders auf kindliche Erkundungs- und Spielbedürfnisse eingegangen werden. Schaffen Sie 'eigene Welten', Kinder brauchen Erlebnisse (z.B. ein begehbare Magen, einen „Unterwasserraum“, eine Mitbaustadt etc.), hier gibt es sehr viel von den derzeit überall entstehenden Kindermuseen zu lernen. Nur eine kindgerechte Ausstellung ist wirklich besucherorientiert, denn sie schafft eine fröhliche Atmosphäre und entlastet die Eltern.
- Zehntens: Haben Sie Mut zur Lücke! Konzentrieren Sie die Ausstellung auf Beispiele und schaffen Sie Ruheräume! Sie werden ohnehin niemals „alles Wichtige“ mitteilen können! Geben Sie den Besuchern eine Chance, das Gesehene und Erfahrene zu verarbeiten, z.B. in Lesecken, durch Großfotos, Installationen oder durch Ausblicke in die freie Natur (falls möglich..), die einfach nur schön und entspannend sind.
- Elfens: Zeigen Sie, daß die Ausstellung etwas mit dem alltäglichen Leben der Besucher zu tun hat. Geben Sie dem Besucher eine Chance, sich selbst in der Ausstellung wieder zu finden. Aber: Wenn Sie das tun, dann klagen Sie nicht an! Denn was den Alltag der Besucher bestimmt (z.B. mit dem Auto zur Arbeit fahren) ist wichtig für ihn. Ein Angriff darauf mobilisiert zunächst v.a. Abwehr! Die Darstellung von Problemen (z.B. Lärmbelastung durch die Autos) erfordert Aufzeigen von Alternativen (oder wenigstens von Argumenten, die auch *für* das eigene Verhalten sprechen).
- Zwölftens: Nehmen Sie die Besucher ernst! Er (oder sie) ist keinesfalls das „Mängelwesen“, das durch die Ausstellung gebessert werden muß. Sondern er oder sie sind Menschen mit eigenem Standpunkt. Vermeiden Sie den Eindruck, daß es „richtige“ Positio-

nen gibt (nämlich die hier in der Ausstellung), und „falsche“ (nämlich die der Besucher). Lassen Sie Pro und Contra zu Wort kommen! Fragen Sie die Besucher, holen Sie ihre Meinung ein, geben Sie ihnen dadurch die Möglichkeit, sich (positiv) in der Ausstellung wieder zu finden.

Anmerkungen:

- (1) Walter Benjamin, Bekränzter Eingang. In: ders. Gesammelte Schriften, Bd. 11, S. 581, Frankfurt/Main 1980
- (2) Gottfried Korff, Geschichte und Gestaltung. In: Berliner Festspiele GmbH (Hg.), 150 Jahre Berlin, Journal 3, S. 22, Berlin 1987
- (3) Erich Straßner, Die Kunst sich verständlich auszudrücken; in: Landesstelle für Museumsbetreuung Baden-Württemberg, Museumsarbeit zwischen Bewahrungspflicht und Publikumsanspruch, Reihe Museumsmagazin, Nr. 5, Konrad-Theiss- Verlag, 1992, S. 139. Vgl. in diesem Band auch den Aufsatz von Stephen-Peter Ballstedt, Lesetexte im Museum, a.a.O., S. 144.
- (4) Reiner Stumm, Lebensräume hinter Glas. In: Marita Anna Scher (Hg.), Umweltausstellungen und ihre Wirkungen. Tagungsbericht. S. 146, Staatl. Museum für Naturkunde, Oldenburg 1998
- (5) Die Befunde, auf die hier Bezug genommen wird, stammen aus einem Referat, das Prof. Dr. Heiner Treinen am 13.11.1998 in der Universität Lüneburg auf der Fachtagung „Vision trifft Wirklichkeit“ (Instituts Museum und Bildung) gehalten hat. Die Veröffentlichung folgt Anfang 1999.
- (6) Wilfried Janßen, Die Seehundstation Friedrichskoog; in: Marita Anna Scher (Hg.), Umweltausstellungen und ihre Wirkungen. Tagungsbericht. S. 172, Staatl. Museum für Naturkunde, Oldenburg 1998

*Autor: Dr. Ulrich Paatsch,
Arbeitsgruppe für empirische Bildungsforschung e.V.
- Büro für Besucherstudien und Evaluation -
Friedrichstr. 10, D 69117 Heidelberg
Tel./ Fax: 06221/ 168281*

Ulrich Paatsch

Umweltausstellungen

besuchergerecht

gestalten

Ein Streifzug durch zeitgemäße Ausstellungskonzepte

Gliederung:

- **Merkmale des Mediums 'Ausstellung'**
- **Unterhaltung versus Belehrung**
- **Zur Rolle von Designern und Gestaltern**
- **Kooperation zwischen Gestaltern und Wissenschaftlern**
- **Notwendige Reduktionen**
- **Visuell-bildhafte Darstellungsformen**
- **Texte**
- **Evaluation**
- **Text und Original**
- **Geschichten erzählen**
- **Andere Formen der Textpräsentation**
- **Orientierung in der Ausstellung**
- **Inszenierungen**
- **Dioramen**
- **Kommunikation ist entscheidend für die Wirkung**
- **Informelles Lernen**
- **Kommunikation vor dem Ausstellungsbesuch**
- **Kommunikation nach dem Ausstellungsbesuch**
- **Kommunikation als Aufgabe**

Service:

**ZWÖLF-PUNKTE-KATALOG
FÜR BESUCHERGERECHTE
UMWELT-AUSSTELLUNGEN**

VERÖFFENTLICHUNGEN AUS DEM INSTITUT FÜR MUSEUMSKUNDE

Vergriffene bzw. durch erweiterte Neuauflagen ersetzte Titel werden nicht mehr aufgeführt (Stand Februar 2003)

**Zu beziehen durch: Institut für Museumskunde, In der Halde 1, 14195 Berlin (Dahlem), Tel.(0 30) 8 30 14 60,
Fax. (0 30) 8 30 15 04, e-mail: ifm@smb.spk-berlin.de**

Materialien aus dem Institut für Museumskunde:

- Heft 6: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1982. Berlin 1983 (25 S.)
- Heft 8: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1983. Berlin 1984 (25 S.)
- Heft 9: *Hans-Joachim Klein, Analyse der Besucherstrukturen an ausgewählten Museen* in der Bundesrepublik Deutschland und in Berlin (West). Berlin 1984 (220 S.)
- Heft 10: *Eintrittsgeld und Besuchsentwicklung an Museen* der Bundesrepublik Deutschland mit Berlin (West). Berlin 1984 (36 S.)
- Heft 14: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1984. Berlin 1985 (32 S.)
- Heft 16: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1985. Including an English Summary. Berlin 1986 (39 S.)
- Heft 17: *Gutachten zur Änderung der Öffnungszeiten* an den Staatlichen Museen Stiftung Preußischer Kulturbesitz. Erstellt von Hans-Joachim Klein. Berlin 1986 (77 S.)
- Heft 21: *Petra Schuck-Wersig, Martina Schneider und Gernot Wersig, Wirksamkeit öffentlichkeitsbezogener Maßnahmen für Museen und kulturelle Ausstellungen.* Berlin 1993 (119 S.). ISSN 0931-7961 Heft 21
- Heft 22: *Traudel Weber, Annette Noschka, Texte im Technischen Museum.* Textformulierung und Gestaltung, Verständlichkeit, Testmöglichkeiten. Including an English Summary. Berlin 1988 (72 S.). ISSN 0931-7961 Heft 22
- Heft 23: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1987. Including an English Summary. Berlin 1988 (46 S.). ISSN 0931-7961 Heft 23
- Heft 24: *Carlos Saro und Christof Wolters, EDV-gestützte Bestandserschließung in kleinen und mittleren Museen.* Bericht zum Projekt "Kleine Museen" für den Zeitraum 1984-1987. Including an English Summary. Berlin 1988 (135 S.). ISSN 0931-7961 Heft 24
- Heft 28: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1988. Including an English Summary. Berlin 1989 (56 S.). ISSN 0931-7961 Heft 28
- Heft 30: *Jane Sunderland und Lenore Sarasan, Was muß man alles tun, um den Computer im Museum erfolgreich einzusetzen?* Mit einer Einleitung von Christof Wolters. Berlin 1989 (79 S.). ISSN 0931-7961 Heft 30
- Heft 31: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) mit Besuchszahlenangaben zu den Museen der (ehemaligen) DDR für das Jahr 1989. Berlin 1990 (64 S.). ISSN 0931-7961 Heft 31
- Heft 32: *Hans-Joachim Klein und Barbara Wüsthoff-Schäfer, Inszenierung an Museen und ihre Wirkung auf Besucher.* Karlsruhe 1990 (141 S.). ISSN 0931-7961 Heft 32
- Heft 33: *Christof Wolters, Wie muß man seine Daten formulieren bzw. strukturieren, damit ein Computer etwas Vernünftiges damit anfangen kann?* Berlin 1991 (133 S., 64 Abb.). ISSN 0931-7961 Heft 33
- Heft 34: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1990. Berlin 1991 (80 S.). ISSN 0931-7961 Heft 34
- Heft 35: *Sigrid Heinze, Andreas Ludwig, Geschichtsvermittlung und Ausstellungsplanung in Heimatmuseen* – eine empirische Studie in Berlin. Berlin 1992. (234 S.), ISSN 0931-7961 Heft 35
- Heft 36: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1991. Berlin 1992 (80 S.). ISSN 0931-7961 Heft 36
- Heft 37: *Petra Schuck-Wersig, Gernot Wersig, Museen und Marketing in Europa.* Großstädtische Museen zwischen Administration und Markt. Berlin 1992 (146 S.). ISSN 0931-7961 Heft 37
- Heft 38: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1992. Berlin 1993 (96 S.). ISSN 0931-7961 Heft 38
- Heft 39: *Bibliographie-Report 1993 zu Museologie, Museumspädagogik und Museumsdidaktik und Besucherforschung.* Berlin 1993 (280 S.). ISSN 0931-7961 Heft 39
- Heft 40: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1993. Berlin 1994 (104 S.). ISSN 0931-7961 Heft 40
- Heft 41: *Monika Hagedorn-Saupe, Annette Noschka-Roos, Museumspädagogik in Zahlen,* Erhebungsjahr 1993, Berlin 1994 (112 S.). ISSN 0931-7961 Heft 41
- Heft 42: *Alexander Geschke, Nutzung elektronischer Bilder im Museum,* Berlin 1995. ISSN 0931-7961 Heft 42
- Heft 43: *Erhebung der Besuchszahlen* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1994. Berlin 1995 (104 S.). ISSN 0931-7961 Heft 43
- Heft 44: *Annette Noschka-Roos, Referierende Bibliographie zur Besucherforschung,* Berlin 1996 (96 S.). ISSN 0931-7961 Heft 44
- Heft 45: *Statistische Gesamterhebung* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1995. Berlin 1996 (104 S.). ISSN 0931-7961 Heft 45
- Heft 46: *Eintrittspreise von Museen und Ausgabeverhalten von Museumsbesuchern,* Berlin 1996 (145 S.). ISSN 0931-7961 Heft 46
- Heft 47: *Anne Claudel, Bibliographie zum Einsatz des Computers bei Sammlungsmanagement und -dokumentation.* Berlin 1997 (88 S.). ISSN 0931-7961 Heft 47
- Heft 48: *Statistische Gesamterhebung* an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1996. Berlin 1997 (96 S.). ISSN 0931-7961 Heft 48

- Heft 49: *Angelika Costa, Mary Copple, Sebastian Fehrenbach, Bernhard Graf, Besucherreaktionen zum Katalogverkauf in Ausstellungen*, Beispiel: Sonderausstellung "Exil – Flucht und Emigration europäischer Künstler 1933 - 1945", Berlin 1998 (103 S.). ISSN 0931–7961 Heft 49
- Heft 50: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1997*. Berlin 1998 (104 S.). ISSN 0931–7961 Heft 50
- Heft 51: Anne Mikus, Beispielhafte Konzepte für Museumseigene Publikationen, Produkte, deren Vertrieb und Vertriebspartner, Kurzfassung einer Studie der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz. 2. Aufl. Berlin 2000 (100 S.). ISSN 0931–7961 Heft 51
- Heft 52: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1998*. Berlin 1999 (100 S.). ISSN 0931–7961 Heft 52
- Heft 53: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1999*. Berlin 2000 (104 S.). ISSN 0931–7961 Heft 53
- Heft 54: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2000*. Berlin 2001 (104 S.). ISSN 0931–7961 Heft 54
- Heft 55: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2001*. Berlin 2002 (104 S.). ISSN 0931–7961 Heft 55

Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde

- Nr. 1: *Christof Wolters, Computereinsatz im Museum: Normen und Standards und ihr Preis*. Berlin 1994 (38 S.)
- Nr. 2: *Jochem Schmitt, Rechtsfragen des Volontariats*, Gutachten, erstattet im Auftrag der Stiftung Preußischer Kulturbesitz Berlin 1994 (24 S.)
- Nr. 3: *Organisation und Kosten des Computereinsatzes bei Inventarisierung und Katalogisierung*, Workshop im Konrad-Zuse-Zentrum für Informationstechnik Berlin 18.-19. Oktober 1994, Berlin 1997 (48 S.)
- Nr. 4: *Das Institut für Museumskunde der Staatlichen Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz*, Kurzdarstellung der Arbeit, Berlin 1995 (20 S.)
- Nr. 5: *Monika Löcken, Wissenschaftliche Volontariate an den Museen in der Bundesrepublik Deutschland*, Berlin 1996 (30 S.)
- Nr. 6: *Hans-H. Clemens, Christof Wolters, Sammeln, Erforschen, Bewahren und Vermitteln. – Das Sammlungsmanagement auf dem Weg vom Papier zum Computer*, Berlin 1996 (75 S.)
- Nr. 7: *Zusammenstellung von Eintrittspreisregelungen und Öffnungszeiten ausgewählter Museen in westeuropäischen Großstädten*, Berlin 1996 (48 S.)
- Nr. 8: *Workshop zum Sammlungsmanagement*, Berlin 29.10.1996: *Friedrich Waidacher, Vom redlichen Umgang mit Dingen – Sammlungsmanagement im System musealer Aufgaben und Ziele*, Berlin 1997 (24 S.)
- Nr. 9: *Réunion des organisateurs des grandes expositions, Empfehlungen für die Organisation großer Ausstellungen*, Berlin 1996 (34 S.)
- Nr. 10: *Regine Scheffel, Positionspapier zu Tätigkeitsbereich und Berufsbild in der Museumsdokumentation*, Berlin 1997 (48 S.)
- Nr. 11: *Monika Hagedorn-Saupe, Andrea Prehn, Mögliche Veränderungen der Öffnungszeiten der Staatlichen Museen zu Berlin. Eine Besucherbefragung*, Berlin 1997 (39 S.)
- Nr. 13: *Petra Schuck-Wersig, Gernot Wersig, Andrea Prehn, Multimedia-Anwendungen in Museen*, Berlin 1998 (198 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 13
- Nr. 14: *Kunstmuseen und Urheberrecht in der Informationsgesellschaft*, Dokumentation einer Arbeitstagung der VG Bild-Kunst, des Instituts für Museumskunde der Staatlichen Museen zu Berlin-PK und der Kulturstiftung der Länder am 12. Juni 1998, Berlin 1999 (90 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 14
- Nr. 15: *Friedrich Waidacher, Museologische Grundlagen der Objektdokumentation*, Berlin 1999 (24 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 15
- Nr. 16: *Museumsberatung als Beruf?, Berliner Herbsttreffen zur Museumsdokumentation, Workshop am 27. Oktober 1998*, Jim Blackaby, Richard Light, John Will, Berlin 2000 (50 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 15
- Nr. 17: *Annett Rymarczewicz, Gesundheitsaufklärung in Ausstellungen – ein Besucherforschungsprojekt am Deutschen Hygiene-Museum, Dresden*, Berlin 1999 (35 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 17
- Nr. 19: *W. Eckehart Spengler, Thesaurus zu Ackerbaugerät, Feldbestellung – Landwirtschaftliche Transport- und Nutzfahrzeuge – Werkzeuge (Holzbearbeitung)*, 2. unveränderte Auflage, Berlin 2000 (92 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 19
- Nr. 20: *Museumspädagogik in technischen Museen - Dokumentation des 1. Symposions 14. bis 17. Juni 1999 in Berlin*. Berlin 2000 (74 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 20
- Nr. 21: *Steffen Krestin, Impressionen einer internationalen Tagung – CIDOC 1997 in Nürnberg*, Berlin 2000 (52 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 21
- Nr. 22: *Vorabdruck aus Heft 22, Ulrich Lange, Dokumentation aus der Sicht des Trainers*, Workshop Berlin 30.10.2000, Berlin 25/10/2000, ISSN 1436-4166 Nr. 22
- Nr. 23: *Akustische Führungen in Museen und Ausstellungen. Bericht zur Fachtagung im Filmmuseum Berlin 2001*, Berlin 2002 ((80 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 23
- Nr. 24: *Museumspädagogik in technischen Museen. Dokumentation des 2. Symposions 1. bis 2. Oktober 2000 in Mannheim*, Berlin 2002, (44 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 24
- Nr. 25: *Methodische Anregungen zu Umweltausstellungen, Beiträge aus der Veranstaltung der Alfred Toepfer Akademie für Naturschutz (NNA)*, (67 S.) ISSN 1436-4166 Nr. 25

Berliner Schriften zur Museumskunde

Bei Bezug über das Institut für Museumskunde (Bestellkarte) räumen die Verlage einen Rabatt ein.

Band 1–8 zu beziehen über: Gebr. Mann Verlag, Berlin

Bd. 1: *Günter S. Hilbert, Sammlungsgut in Sicherheit*.

3. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Berlin 2002, ISBN 3–7861–2348–9

Bd. 2: *Hans-Joachim Klein und Monika Bachmayr, Museum und Öffentlichkeit. Fakten und Daten – Motive und Barrieren*. Berlin 1981.

ISBN 3–7861–1276–2

Bd. 4: *Bernhard Graf und Heiner Treinen, Besucher im Technischen Museum*. Zum Besucherverhalten im Deutschen Museum München. Berlin 1983.

ISBN 3–7861–1378–5

**Zu beziehen über den Verlag Leske + Budrich,
Leverkusen:**

- Bd. 10: *Andreas Grote (Hrsg.), Macrocosmos in Microcosmo. Die Welt in der Stube, Zur Geschichte des Sammelns 1450 bis 1800.* Opladen 1994. ISBN 3-8100-1048-0
- Bd. 11: *Annette Noschka-Roos, Besucherforschung und Didaktik. Ein museumspädagogisches Plädoyer.* Opladen 1994. ISBN 3-8100-1049-9
- Bd. 12: *Anne Mikus, Firmennuseen in der Bundesrepublik, Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft.* Opladen 1997. ISBN 3-8100-1486-9
- Bd. 14: *Ralf-Dirk Hennings, Petra Schuck-Wersig, Horst Völz, Gernot Wersig, Digitalisierte Bilder im Museum, Technische Tendenzen und organisatorisches Umfeld.* Opladen 1996. ISBN 3-8100-1483-4
- Bd. 15: *Petra Schuck-Wersig, Gernot Wersig, Museumsmarketing in den USA, Neue Tendenzen und Erscheinungsformen,* Opladen 1999. ISBN 3-8100-2078-8
- Bd. 16: *Gabriele König, Kinder- und Jugendmuseen. Genese und Entwicklung einer Museumsgattung. Impulse für besucherorientierte Museumskonzepte,* Opladen 2002. ISBN 3-8100-3299-9

Handbuch des Museumsrechts (Einzelbände):

- Bd. 1: *Irmgard Kufner-Schmitt, Arbeitsrecht.* Opladen 1993. ISBN 3-8100-1018-9
- Bd. 2: *Christian Armbrüster, Privatversicherungsrecht.* Opladen 1993. ISBN 3-8100-1008-1
- Bd. 3: *Jochen Laufersweiler, Andreas Schmidt-Rögnitz, Der Erwerb von Museumsgut.* Opladen 1994. ISBN 3-8100-1080-4
- Bd. 4: *Rudolf Streinz, Internationaler Schutz von Museumsgut.* Opladen 1998. ISBN 3-8100-1174-6
- Bd. 5: *Gabriele Köhler-Fleischmann, Sozialrecht.* Opladen 1994. ISBN 3-8100-1180-0
- Bd. 6: *Gerhard Pfennig, Digitale Bildverarbeitung und Urheberrecht. Eine Einführung in die Museumspraxis.* Opladen 1998. ISBN 3-8100-2060-5
- Bd. 7: *Wilhelm Mößle (Hrsg.), Öffentliches Recht.* Opladen 1998. ISBN 3-8100-2061-3
- Bd. 8: *Irmgard Kufner-Schmitt, Michael Kulka, Rechtliche Grundlagen der Privatisierung von Dienstleistungen im Museum.* Opladen 1998. ISBN 3-8100-2071-0
- Bd. 10: *Rudolf Gärtner, Versicherungsfragen im Museumsbereich.* Opladen 2002. ISBN 3-8100-3506-8

Weitere Publikationen

Zu beziehen über das Institut für Museumskunde:

- Christof Wolters, Vorschläge zur Planung zentraler Dienstleistungen für Museen in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West).* In: Museumsblatt 2, 1990, S. 6-26.
- Institut für Museumskunde, Berlin und Westfälisches Museumsamt, Münster (Hrsg.): Software-Vergleich Museumsdokumentation 1998.* Ein Bericht der Arbeitsgruppe Softwarevergleich in der Fachgruppe Dokumentation beim Deutschen Museumsbund. Materialien aus dem Westfälischen Museumsamt. Bd. 2. ISBN-3-927204-49-8
- Günter S. Hilbert (Hrsg.): Vocabulary of Museum Security Terms Berlin 2000.* Museumskunde Sonderheft 1, Staatliche Museen zu Berlin ISSN 0931-7961,
- Christof Wolters GOS Thesaurus-Handbuch,* (Hrsg.): Konrad-Zuse-Zentrum für Informationstechnik Berlin, Technical Report 1997